

## Stellungnahme

### zur Novellierung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages

#### Konsultation online<sup>1</sup>

Die Rundfunkkommission der Länder hat nunmehr ihren Entwurf des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages zur Online-Konsultation gestellt.

Der Deutsche Verband für Telekommunikation und Medien begrüßt es, dass für den Novellierungsprozess eine möglichst breite Öffentlichkeit einbezogen werden soll. Zu einem Punkt nehmen wir gerne Stellung:

#### Verschärfung der Werbevorschriften unverhältnismäßig

Erst in der letzten Fassung der Novellierung findet sich in § 6 Abs. 1 Satz 1 eine kleine aber entscheidende Änderung. Danach wäre Werbung nicht mehr nur für „indizierte“, sondern für alle „Angebote nach § 4“ nur noch unter den Bedingungen zulässig, die für die Verbreitung des Angebotes selbst gelten.

Im Zusammenspiel mit § 4 Absatz 2 Satz 1 Nr. 1 sind damit auch Angebote und deren Bewerbung betroffen, die in sonstiger Weise pornografisch sind.

Nach der Verweisungskette des § 6 Abs. 1 Satz 1 i.V.m. § 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1, Abs. 2 Satz 2 wäre eine Bewerbung von Angeboten, die in sonstiger Weise pornografisch sind, nur in geschlossenen Benutzergruppen zulässig.

#### I. **Regelung in § 6 Abs. 1 Satz 1 Entwurf JMStV ist unverhältnismäßig, kontraproduktiv und verfassungswidrig**

Würde die Novellierung so verabschiedet werden, würde eine Werbung für pornografische Angebote nur noch in geschlossenen Benutzergruppen zulässig sein.

Dies würde das vollständige Verbot dieser Angebote bedeuten, da faktisch eine Bewerbung nicht mehr möglich wäre. Denn auch wenn eine Bewerbung in einer geschlossenen Benutzergruppe zulässig wäre, dürfte doch die Benutzergruppe nicht legal beworben werden.

Da die Zielgruppe jedoch weder adressierbar noch erreichbar wäre, würde damit ein solcher Werberaum nicht entstehen können.

---

<sup>1</sup> <https://www.jugendmedienschutz.sachsen.de/ecm-politik/sachsen/de/home/beteiligen/draftbill/47088/para/521>

## II. Die Regelung ist unverhältnismäßig

Die Verschärfung der Werberegeln für pornografische Angebote ist weder erforderlich, noch angemessen, und damit unverhältnismäßig. Bereits heute sind pornografische Angebote nur in geschlossenen Benutzergruppen zugänglich. Die durch den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag geschützten Kinder und Jugendliche können damit bereits heute nicht zulässig an Angebote deutscher Anbieter gelangen. Es ist daher nicht ersichtlich, welchen Zweck eine Verschärfung der Werberegeln erfüllen soll. Ein stärkerer Schutz lässt sich damit jedenfalls nicht erreichen. Die geplante Maßnahme ist daher nicht erforderlich.

Weiter ist die geplante Werbeeinschränkung auch unangemessen, da sie im Ergebnis zu einem vollständigen Verbot pornografischer Angebote führt. Es soll hier nicht unterstellt werden, dass dies Ziel der Regelung ist, es würde jedoch über den Zweck des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages hinauschießen.

## III. Die Regelung ist kontraproduktiv

Die Regelung ist mit ihrer im Ergebnis vollständigen Untersagung pornografischer Angebote kontraproduktiv. Bekanntermaßen ist die überall und jederzeitige Verfügbarkeit jugendgefährdender Inhalte im Internet nicht mit einem Federstrich zu beseitigen. In zahlreichen anderen Ländern gibt es entweder überhaupt keine Werbe- oder Angebotseinschränkungen oder diese werden nicht wirksam durchgesetzt. Dies soll und kann selbstverständlich nicht dazu führen, sich immer an dem niedrigsten Standard zu orientieren. Insofern werden grundsätzlich der Zweck und die Zielrichtung sowie das Bemühen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages begrüßt und gewürdigt. Dies bedeutet jedoch auch, dass eine realistisch und sinnvoll umsetzbare Regelung gefunden werden muss.

Die bisher bestehende Werbemöglichkeit für pornografische Angebote muss daher aus folgenden Gründen aufrecht erhalten bleiben.

1. Die bestehende Regelung ist im Markt und auf Seiten der Verbraucher angenommen.
2. Anbieter in Deutschland arbeiten mit anerkannten Jugendschutzprogrammen zusammen.
3. Kinder und Jugendliche werden geschützt.

Die geplante Verschärfung mit einem faktischen Werbeverbot würde dazu führen, dass

1. Angebote in Deutschland nicht mehr beworben werden dürften.
2. Werbeeinnahmen, die die Finanzierungs-Grundlage für eine unüberschaubare Anzahl von Internet-Seiten und Angeboten sind, würden wegfallen und damit zahlreiche Angebote und Dienste. Dies würde nicht zuletzt die Vielfalt im Internet gefährden.
3. Anbieter aus Deutschland oder mit Sitz in Deutschland würden ins Ausland gedrängt. Damit würden in Deutschland Arbeitsplätze, Steuern und Investitionen in Werbung, Marketing und Innovationen wegfallen.

4. Angebote und deren Bewerbung aus dem Ausland wären für die deutschen Aufsichtsbehörden nicht oder nur schwer zu erreichen, wenn sie nicht ohnehin nach den jeweils dort geltenden Regelungen sogar zulässig wären.

5. Interessierte aus dem Kreise derjenigen, die durch den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag geschützt werden sollen, würden noch stärker als bisher zu Angeboten aus dem Ausland gedrängt.

6. Bestehende deutsche Jugendschutzprogramme und Filter würden stark in ihrer Reichweite und an Effektivität verlieren, da eine Zuarbeit von Anbietern im Ausland nicht zu erwarten steht.

Im Ergebnis würde damit der bestehende und funktionierende Jugendschutz nicht verbessert und angehoben, sondern im Gegenteil verschlechtert. Das geplante faktische Verbot der Werbung für pornografische Angebote ist damit kontraproduktiv.

#### **IV. Die Regelung ist verfassungswidrig**

Mit dem geplanten Werbeverbot für pornografische Angebote würde faktisch auch das Angebot selbst verboten. Denn ein Angebot für welches nicht geworben werden darf, wird nicht bekannt und gewinnt damit auch keine Abnehmer. Wirtschaftlich gesehen kann ein solches Angebot damit nicht mehr auf den Markt gebracht werden.

Dies würde nicht nur einen massiven Eingriff in eingerichtete und betriebene Geschäftsbetriebe darstellen, sondern faktisch einem Berufsverbot gleichkommen. Auch wenn die verfassungsrechtlich garantierte Berufsfreiheit durch Gesetz eingeschränkt werden kann, sind hier jedoch keine solch schwerwiegenden, nachweisbaren und höchstwahrscheinlichen Gefahren für überragend wichtige Gemeinschaftsgüter ersichtlich, welche einen solchen Eingriff rechtfertigen könnten. Dies insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Angebote selbst nur in einer geschlossenen Benutzergruppe zugänglich sind und damit bereits ein hohes Schutzniveau besteht.

#### **Fazit**

Das mit der geplanten Änderung in § 6 Abs. 1 Satz 1 einhergehende faktische Verbot der Bewerbung von Angeboten, die in sonstiger Weise pornografisch sind, schießt weit über das Ziel hinaus und ist, wie zuvor ausgeführt, unverhältnismäßig, kontraproduktiv und verfassungswidrig.

Wir bitten daher, die geplante Änderung in § 6 Abs. 1 Satz 1 zurückzunehmen, hilfsweise, die Werbung für Angebote, die nach § 4 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 in sonstiger Weise pornografisch sind, auszunehmen.

Düsseldorf, den 7. Juli 2015

Der **Deutsche Verband für Telekommunikation und Medien (DVTM)** ist die zentrale Schnittstelle der an der Wertschöpfungskette beteiligten Unternehmen in den **konvergenten Märkten Telekommunikation, Medien und Energie**. Dazu zählen Diensteanbieter, Netzbetreiber, Serviceprovider, Reseller, technische Dienstleister, Medien- und Verlagshäuser sowie Consulting- und Inkassounternehmen. Ziel des Verbandes ist es, **im Einklang mit Verbrauchern, Politik und Wirtschaft** einen zukunftsorientierten, innovativen und wettbewerbsfähigen Markt für Telekommunikation, Medien und Energie zu schaffen. Die über 50 Mitglieder des Verbandes agieren freiwillig im Rahmen des „**Kodex Deutschland für Telekommunikation und Medien**“. Die von einem **prominent besetzten Beirat** begleitete Kodexkommission formuliert anerkannte Branchenstandards, befähigt dazu, den Markt aktiv mitzugestalten und stärkt damit das **Prinzip der Selbstregulierung**. Der DVTM ging aus dem bereits **1997 gegründeten Fachverband Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste, FST**, hervor. Aktiv treibend, unabhängig und innovativ richtet sich der Verband an alle, die themenübergreifend in einem konvergenten europäischen Markt für Telekommunikation, Medien und Energie ihre Interessen kompetent vertreten wissen wollen. Im Februar 2011 erfolgte die Umbenennung in DVTM.