

# kjm informiert

## 2015





**Siegfried Schneider**

„Ein effektives Schutzsystem bedarf einer starken Aufsicht, die bindende Standards festlegt.“

## In eigener Sache

Siegfried Schneider, Vorsitzender der Kommission für Jugendmedienschutz, über den Optimierungsbedarf des Schutzsystems.



**Isabell Rausch-Jarolimek**

„Die wertvolle Arbeit der KJM zu unterstützen und sie durch die aktuelle Phase der Gesetzesnovellierung zu begleiten, ist mir eine große Freude.“

## Kontinuität trotz Leitungswechsel

Isabell Rausch-Jarolimek, Bereichsleiterin Jugendmedienschutz in der Gemeinsamen Geschäftsstelle, über die Arbeitsschwerpunkte des Jahres 2015.

Das Jahr 2015 stand für die KJM vorrangig im Zeichen der Debatte um die Zukunft des Jugendmedienschutzes. Beschleunigte technische Entwicklungen im Zuge von Konvergenz und Digitalisierung sowie die damit einhergehende Veränderung im Mediennutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen haben in den letzten Jahren dazu geführt, dass sich das Risiko der Konfrontation mit schädlichen Inhalten vergrößert hat.

Die gesetzlichen Grundlagen für die notwendige Arbeit der KJM sind längst nicht mehr auf der Höhe der Zeit. Deshalb haben die Länder einen erneuten Anlauf zur Novellierung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) gestartet. In diesen Prozess bringt auch die KJM ihre Expertise und ihre Erfahrungen ein. So hat sie in mehreren Stellungnahmen auf den dringenden Umsetzungsbedarf praktikabler Lösungen im Jugendmedienschutz hingewiesen.

Kinder bedürfen bei ihrer Mediennutzung des besonderen Schutzes. Ein Lösungsansatz im Hinblick auf entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte im Internet sind technische Filter wie Jugendschutzprogramme, die Eltern eine Möglichkeit an die Hand geben, Kindern je nach Altersstufe geeignete Angebote freizuschalten und ungeeignete zu blockieren. Die KJM hat bislang vier Jugendschutzprogramme anerkannt. Daneben sollte

der Fokus auf sicheren Surfräumen für Kinder liegen, wie beispielsweise Kindersuchmaschinen („FragFinn“) oder „Positive Content“. Bei Jugendlichen dagegen sollte das Hauptaugenmerk hinsichtlich entwicklungsbeeinträchtigender Inhalte auf die Unterstützung der Eigenverantwortung gerichtet werden. Im Bereich der unzulässigen Inhalte muss die KJM auch weiterhin auf die Beseitigung von Verstößen hinwirken.

Die Globalität des Mediums Internet stellt die Medienaufsicht vor immer größere Herausforderungen. Eine Kontrolle von Medieninhalten auf der Basis nationalstaatlicher Regelungen ist nur noch begrenzt möglich. Vor diesem Hintergrund gewinnt die Eigenverantwortung der Anbieter an Bedeutung. Das System der regulierten Selbstregulierung hat sich in Deutschland bewährt und wird auch international beachtet. Dennoch sollte überlegt werden, wie man es im Hinblick auf die aktuellen Herausforderungen optimieren kann. Aufgrund der zunehmenden Verschmelzung von Medieninhalten auf einem Endgerät ist darum zu überdenken, ob vier Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle tatsächlich noch notwendig sind.

Eine starke Selbstkontrolle ist für einen effizienten und zeitgemäßen Jugendmedienschutz unerlässlich. Ebenso wichtig ist jedoch die Stärkung der Medienaufsicht.

### Inhalt

- In eigener Sache . . . . . 2
- Kontinuität trotz Leitungswechsel . . . . . 3
- Problemfelder 2015 . . . . . 4
- Trailer mit Zündstoff . . . . . 6
- Werben und Kaufen in Kinder-Apps . . . . . 8
- Flüchtlingsfeindliche Hetze . . . . . 10
- Protection of Minors in the Netherlands . . . . . 11
- Youth Protection on a European Level . . . . . 12
- Aktuelles Rechtsgutachten . . . . . 14
- Personalien / Impressum . . . . . 16

Denn ohne eine starke, mit hinreichenden Sanktionsmöglichkeiten ausgestattete Medienaufsicht würde das System der regulierten Selbstregulierung ausgehebelt. Im Sinne eines wirksamen Schutzes von Kindern und Jugendlichen sollte dieser Gedanke bei einer Neuregulierung des Jugendmedienschutzes berücksichtigt sein.

Die Übernahme der Bereichsleitung Jugendmedienschutz in der Gemeinsamen Geschäftsstelle der Medienanstalten (GGSt) zum 1. April 2015 brachte vielfältige und herausfordernde Aufgaben mit sich. Angesichts der geplanten Novellierung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) hat die KJM ein Rechtsgutachten beauftragt, das u. a. das aktuelle Verhältnis von Selbstkontrollen und Aufsicht beleuchtet und Empfehlungen für die zukünftige Ausgestaltung dieses Verhältnisses geben soll. In der Öffentlichkeitsarbeit war die KJM ebenfalls wieder sehr aktiv. Im November 2014 und im Mai 2015 richtete sie zwei weitere Veranstaltungen der Reihe „KJM im Dialog“ aus. Themen waren internationale Herausforderungen im Jugendmedienschutz sowie Gewaltdarstellungen im Netz. Darüber hinaus wurde im Mai 2015 der nunmehr sechste Tätigkeitsbe-

richt der KJM veröffentlicht, der Zahlen und Fakten rund um die Arbeit im Jugendmedienschutz enthält.

Im Frühjahr und Sommer 2015 hat das Team der GGSt auf Anregung des KJM-Vorsitzenden eine Untersuchung des Gesamtprogramms der privaten Rundfunksender initiiert und koordiniert. Im Fokus standen neben den bundesweiten Vollprogrammen verschiedene Unterhaltungsprogramme, die jugendmedienschutzrelevante Formate anbieten. Die Untersuchung fand – unabhängig von der örtlichen Zuständigkeit bei der regulären Programmbeobachtung – in den Landesmedienanstalten statt. Die Ergebnisse wurden in der GGSt ausgewertet sowie bei Verdacht auf einen Verstoß gegen die Bestimmungen des JMStV der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt zur wei-

teren Verfolgung übermittelt. Die meisten Anhaltspunkte für Verstöße wurden im Bereich Werbung sowie bei der Ausstrahlung sogenannter Bewegtbildtrailer festgestellt.

Mit der Problematik der Bewegtbildtrailer im Rundfunk ist die KJM, nicht zuletzt auch aufgrund regelmäßig eingehender Beschwerden aus der Bevölkerung, seit einigen Monaten intensiv befasst. Bei den Prüffällen im Bereich Telemedien spielten neben sexualisierten Inhalten auch extremistische und volksverhetzende Internetangebote eine wesentliche Rolle. Vor dem Hintergrund der aktuellen politischen Entwicklungen nimmt die Verbreitung von Hass und fremdenfeindlicher Hetze über Social Media Kanäle in jüngster Zeit massiv zu – eine Entwicklung, mit der sich die KJM intensiv auseinandersetzt.

### Terminvorschau 2015/16

Mit der Ausrichtung von bzw. Teilnahme an folgenden Veranstaltungen wird sich die KJM in den Diskurs zu einem zeitgemäßen Jugendmedienschutz einbringen:

- 21. – 23. Oktober 2015: **Medientage München**
  - 11. November 2015: **KJM im Dialog, Berlin**
  - 16. – 20. Februar 2016: **didacta – die Bildungsmesse, Köln**
  - Frühjahr 2016: **KJM im Dialog, Berlin**
  - 26. – 28. Oktober 2016: **Medientage München**
- Details und weitere Termine sind abrufbar unter [www.kjm-online.de](http://www.kjm-online.de).

# Problemfelder 2015

Neben Routinefällen wurden auch in diesem Jahr wieder außergewöhnliche oder öffentlichkeitswirksame Verdachtsmomente an die KJM herangetragen.

Die Prüffälle des letzten Jahres wiesen erneut eine große Bandbreite hinsichtlich möglicher Verstöße auf, wobei pornografische und erotische Angebote weiterhin den Großteil des Prüfaufkommens, insbesondere bei Telemedien, ausmachten. Bereits im Vorjahr war feststellbar, dass dort neben die klassischen Internetauftritte zunehmend ein Social Media-Ensemble trat, das als Kommunikations- und Vermarktungsplattform vor allen Dingen für sexuelle Dienstleistungen genutzt wird. Im Rundfunk spielten sexualisierte Inhalte nur eine untergeordnete Rolle. Gleichwohl prüfte die KJM eine Folge einer Erotik-Talkshow, bei der ein möglicher Verstoß gegen das Pornografieverbot im Rundfunk im Raum stand.

Daneben erwiesen sich die Aspekte, unter denen eine Entwicklungsbeeinträchtigung für sonstige Rundfunkinhalte festgestellt wurde, als sehr divers. Im Wesentlichen ging es dabei um die Übernahme abträglicher Einstellungen oder ungünstiger Handlungsmuster und Verhaltensweisen in bestimmten Folgen fiktionaler Serien, Shows, Musikvideos, Reportagen, Magazinen und Spielfilmen. In einigen Fällen wurde für jüngere Zuschauer eine emotionale Überforderung oder ein Ängstigungspotential konstatiert. Durch eine Online-Petition geriet das Format „Germany's next Topmodel“ öffentlichkeitswirksam

erneut in den Fokus der Aufsicht und wird hinsichtlich des vermittelten Körperbildes und Schönheitsideals derzeit einer Prüfung unterzogen.

Deutlich mehr Raum als im Vorjahr nahmen demokratiefeindliche Inhalte aus dem rechten Spektrum ein, die sich im Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen, Aufstachelung zum Hass, Volksverhetzung und Leugnung des Holocaust niederschlugen. Auch hier spielen Social Media als Verteiler und Verstärker zunehmend eine wichtige Rolle.

Daneben war als allgemeine Entwicklung die Zunahme von Verlinkungen auf indizierte Angebote der Liste C und D feststellbar. In einigen Fällen wurden indizierte Seiten sogar aktiv beworben.

## Social Media

Im Prüfbetrieb schlug sich zunehmend die Tendenz nieder, dass Anbieter insbesondere mit ihren pornografischen Inhalten in Social Media ausweichen bzw. diese als zusätzliche Verbreitungs- und Vermarktungskanäle nutzen. Prostituierte bewarben sich und ihre Dienstleistungen mittels Bildmaterial über zuweilen mehrere Facebookprofile oder Twitteraccounts. Genutzt wurden aber auch

YouTube, Flickr, Google+ und Instagram. Die Vorteile liegen dabei auf der Hand: Das kostspielige Programmieren eines professionellen Internetauftritts entfällt, die Inhalte können schnell weitergereicht werden und erreichen üblicherweise auch die gewünschte Zielgruppe. Aktualisierungen von Foto- und Videomaterial können ohne tiefere Fachkenntnisse vorgenommen werden.

Social Media spielen jedoch nicht nur bei der Verbreitung pornografischer Inhalte eine Rolle. In verschiedenen sozialen Netzwerken fanden sich Profile von eindeutig verfassungsfeindlich eingestellten Personen, die entsprechendes Bild- und Videomaterial posteten oder kommentierte Links zu indizierten Seiten einstellten, auf denen der Holocaust geleugnet wird oder zu Hass gegen bestimmte Personengruppen aufgestachelt wird. Die Tendenz sich in sozialen Netzwerken fremdenfeindlich und rassistisch zu äußern, stieg vor dem Hintergrund der kontinuierlich ansteigenden Zahl von Flüchtlingen stark an und erhöhte das Prüfvolumen erheblich (s. auch S. 10). Inhalte, die sich im Kern gegen die im Grundgesetz verankerten Normen für unsere Demokratie richten, können sich vor allen Dingen auf Jugendliche schädlich auswirken. Sie befinden sich entwicklungsbedingt in einem Prozess der persönlichen Reifung, in dem sie sich Meinungen bilden und ihr Weltbild aufbauen.



Weil den sozialen Netzwerken eine zentrale Bedeutung zukommt, ist nicht nur die aufsichtsrechtliche Verfolgung der greifbaren Verursacher erforderlich, sondern auch der Dialog mit den im Ausland verorteten Betreibern der Social Media-Plattformen.

## Pornografie im Rundfunk

Nur selten müssen sich Rundfunkveranstalter mit dem Vorwurf der Verbreitung von Pornografie auseinandersetzen. Diskussionsstoff bietet in dieser Hinsicht zum aktuellen Zeitpunkt eine Folge der „René-Schwuchow-Show“, einer Erotik-Talkshow, in der regelmäßig junge Frauen vor allem aus dem Porno-Business auftreten. Sie werden von den zwei Moderatoren zu ihren sexuellen Vorlieben befragt und teilweise zur Vorführung bestimmter sexueller Praktiken aufgefordert. Die in der Folge vorzufindende Tendenz zur sexuellen Stimulation, die Verabsolutierung sexuellen Lustgewinns und sexuelle Vorgänge, die in grob aufdringlicher Weise in den Vordergrund gestellt werden, sind Merkmale von Pornografie. Die KJM ist bei ihrer Prüfung daher abschließend zu dem Ergebnis gekommen, dass die Folge der Erotik-Talkshow gegen die Bestimmungen des JMStV verstößt und nicht im Fernsehen hätte gezeigt werden dürfen.

## Modelbusiness und Essverhalten

Die besonders bei weiblichen Jugendlichen beliebte Castingshow „Germany's next Topmodel“ steht immer wieder wegen ihres möglichen Einflusses auf die Wahrnehmung des eigenen Körperbildes in der Kritik. Heidi Klum und ihr Team verlangen den jungen Frauen ein hohes Maß an Disziplin und Einsatzwillen ab, wobei sich die zukünftigen Models nicht nur den Kundenwünschen unterwerfen, sondern auch dem Konkurrenzdruck standhalten müssen.

Mehrfach hatte die KJM bereits Prüfungen vorgenommen, die den Fokus insbesondere darauf richteten, inwiefern in dem Format eine Eignung zur Entwicklungsbeeinträchtigung durch einen problematischen Umgang mit dem Körper und ein übersteigertes Schönheitsideal feststellbar ist. Bei aller Kritik wurde kein Maß erreicht, bei dem die KJM Rechtsnormen als verletzt bewertete. Neuen Stoff für Diskussionen lieferte ein Gutachten des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und des Bundesfachverbands Essstörungen e. V., das sich im Kreis von Menschen mit gestörtem Essverhalten auf die Suche nach Einflussfaktoren machte. Hierbei wurde auch die Model-Castingshow benannt. Auf Basis

dieses Gutachtens hatte der Verein „Pinks-tinks“ eine Online-Petition eingerichtet, die eine Verschiebung des Ausstrahlungszeitpunktes auf 22 Uhr fordert, „damit 2016 nicht noch mehr Kinder und Jugendliche durch die Sendung zum Hungern animiert werden, weil Heidi Klum Erniedrigung und Sich-Zurücknehmen als ‚sexy‘ definiert.“

Die KJM hat auf die Kritik reagiert und eine Prüfung mehrerer Folgen des Formats anberaumt, die noch nicht abgeschlossen ist.

*Doris Westphal-Selbig  
Landeszentrale für Medien und  
Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK)*

# Trailer mit Zündstoff

An der Auslegung des Begriffs „Bewegt看ild“ bei Programmankündigungen scheiden sich die Geister.

Unter Programmankündigungen mit Bewegtbildern bzw. Trailern versteht man in der Regel kurze Ausschnitte eines Fernsehangebots, die das Ziel haben Zuschauer für das angekündigte Angebot zu interessieren. Unter bestimmten Voraussetzungen sieht der Gesetzgeber jugendmedienschutzrechtlich gebotene Einschränkungen bei Programmankündigungen vor. Trailer können z. B. entwicklungsbeeinträchtigend für bestimmte Altersgruppen sein (§ 5 Abs. 1 JMStV), da Rundfunkinhalte sich unabhängig vom Format (Trailer, Serie, Spielfilm) an bestimmte Vorschriften halten müssen.

Eine weitere Möglichkeit des Verstoßes eröffnet § 10 Abs. 1 JMStV. Dieser legt fest, dass Programmankündigungen mit Bewegtbildern für Sendungen, die aus Jugendschutzgründen erst ab 22 Uhr oder 23 Uhr ausgestrahlt werden dürfen, derselben Sendezeitbeschränkung unterliegen wie die angekündigte Sendung selbst. Das bedeutet, dass für Sendungen, die entwicklungs-

beeinträchtigend für unter 16-Jährige sind, erst nach 22 Uhr mit Bewegtbildern geworben werden darf. Für Sendungen, die entwicklungsbeeinträchtigend für unter 18-Jährige sind, dürfen Bewegtbildtrailer erst nach 23 Uhr gezeigt werden. Mit Standbildern (Bild bzw. Texttafel) oder Akustik darf hingegen ganztägig auf diese Sendungen aufmerksam gemacht werden. Diese gesetzliche Regelung ist dem Fernsehzuschauer oft unbekannt. Die Vorschrift will verhindern, dass Anreize für Kinder und Jugendliche geschaffen werden, die zu ihrem Schutz eingeführten Sendezeitregelungen zu missachten. Hintergrund der Regelung ist, dass man Bewegtbildern im Vergleich zu Standbildern eine erhöhte Suggestivkraft zuschreibt.

## Was sind Bewegtbilder?

Ausführungen dazu, was genau unter Bewegtbildern zu verstehen ist, macht das Gesetz nicht. Rundfunkveranstalter, Freiwillige

Selbstkontrolle und Aufsichtsbehörden kommen daher aktuell zu unterschiedlichen Auffassungen, wann es sich um Standbild- oder Bewegtbildtrailer handelt. Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex gibt es bislang nicht.

Versucht man Bewegtbilder zu Standbildern abzugrenzen, so hilft Nr. 4.4.2 der Jugendschutzrichtlinien der Landesmedienanstalten (JuSchRiL). Hier ist festgelegt, dass neben Filmszenen auch ursprünglich stehende Bilder, die durch Hintereinanderschaltung, Kamerabewegungen, Zooms, elektronische Effekte oder anderweitige Bearbeitung den Eindruck eines Bewegtbildes entstehen lassen, als Bewegtbilder gewertet werden. Entscheidend ist der Eindruck, der bei einem unvoreingenommenen Zuschauer entsteht.

Nach mehrheitlicher Auffassung in der Literatur handelt es sich daher auch um Bewegtbilder, wenn durch eine schnelle Hintereinanderschaltung der Standbilder der



## Rechtliche Grundlage

### § 10 Abs. 1 JMStV

(1) § 5 Abs. 4 und 5 gilt für unverschlüsselte und nicht vorgesperrte Programmankündigungen mit Bewegtbildern entsprechend.

### § 5 Abs. 4 JMStV

(4) Ist eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung im Sinne von Absatz 1 auf Kinder oder Jugendliche anzunehmen, erfüllt der Anbieter seine Verpflichtung nach Absatz 1, wenn das

Angebot nur zwischen 23 Uhr und 6 Uhr verbreitet oder zugänglich gemacht wird. Gleiches gilt, wenn eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung auf Kinder oder Jugendliche unter 16 Jahren zu befürchten ist, wenn das Angebot nur zwischen 22 Uhr und 6 Uhr verbreitet oder zugänglich gemacht wird. Bei Filmen, die nach § 14 Abs. 2 des Jugendschutzgesetzes unter 12 Jahren nicht freigegeben sind, ist bei der Wahl der Sendezeit dem Wohl jüngerer Kinder Rechnung zu tragen.

### Nr. 4.4.2 der Jugendschutz-Richtlinien

Bewegtbilder gemäß § 10 Abs. 1 JMStV sind neben Filmszenen auch ursprünglich stehende Bilder, die durch Hintereinanderschaltung, Kamerabewegungen, Zooms, elektronische Effekte oder anderweitige Bearbeitung den Eindruck eines Bewegtbildes entstehen lassen.

Eindruck entsteht, dass es sich um bewegte Bilder handelt. Auch wenn einzelne Szenenbilder im Sinne einer Diashow-Vorführung hintereinandergeschaltet sind (sog. Plakateffekt), können die Bewegungseffekte von Einzellelementen dazu führen, dass insgesamt der Eindruck eines Bewegtbildes entsteht.

## Der Eindruck beim unvoreingenommenen Zuschauer

Die KJM ist der Ansicht, dass es nicht von Bedeutung ist, ob es sich bei der Abfolge der Bilder um eine fließende Bewegung handelt. Auch eine stockende Bildabfolge kann als Bewegtbild gewertet werden. Entscheidend ist also nicht ein reibungsloser Fluss, sondern die Bewegung an sich, die aus einzelnen Bildern einen szenarischen Zusammenhang entstehen lässt.

Oft wird durch den Einsatz zusätzlicher Effekte (z. B. Nebel, Einschusslöcher) und durch Überblendungen oder schnelle Zooms der Eindruck erweckt, der gesamte Trailer bestünde aus Bewegtbildern. Hier spricht ein Teil der Literatur von „Bewegungen am Bild“. Bei einem kurzen Trailer (diese dauern oft nur wenige Sekunden) hat der unvoreingenommene Zuschauer in solchen Fällen nicht den Eindruck, dass es sich um stehende Bilder handelt.

Es geht in jedem konkreten Einzelfall immer um die Gesamteinbettung der Bilder und die Frage, ob der Gesamteindruck eine Anreizsituation für Kinder oder Jugendliche schafft. Die KJM betont in ihren Beschlüssen die eigentliche Intention der Regelung (Schutzzweck der Norm), die wie bereits dargestellt Anreize für Kinder und Jugendliche hinsichtlich des Spätabend-/Nachtprogramms verhindern will.

## Entscheidung durch Rechtsprechung oder Gesetzgeber?

Einige der durch die KJM entschiedenen Fälle sind derzeit vor Verwaltungsgerichten anhängig. Insofern bleibt abzuwarten, ob die Rechtsprechung oder vielleicht der Gesetzgeber im Rahmen der JMStV-Novelle für Klarheit sorgt. Dabei steht für die KJM fest, dass die Auslegung der Begrifflichkeiten nicht zulasten des Kinder- und Jugendschutzes im Rundfunk gehen darf.

*Stefanie Lefeldt  
Gemeinsame Geschäftsstelle der  
Medienanstalten.*

# Werben und Kaufen in Kinder-Apps

Als kaufkräftige und konsumfreudige Zielgruppe rücken Kinder auch bei Apps in das Visier der Werbetreibenden.

Laut der aktuellen KidsVerbraucherAnalyse 2015 bekommen 6- bis 13-Jährige im Schnitt 26,35 Euro Taschengeld im Monat. Angesichts dieser Kaufkraft und der kindlichen Medienvorlieben verwundert es nicht, dass auch sie zunehmend Adressaten von Onlinewerbung sind. Laut der aktuellen „DIVSI U9-Studie – Kinder in der digitalen Welt“ (2015) sind 55 % der 8-Jährigen regelmäßig online, bei den 6-Jährigen ist es rund ein Drittel und von den 3-Jährigen nutzen bereits 11 % das Internet.

## Der Markt für Kinder-Apps boomt

Onlinewerbung begegnet Kindern nicht nur auf „klassischen“ Internetseiten, sondern auch in Apps. Ein Blick in die Kinder-Kategorie im App Store oder in den seit Mai neu eingerichteten Family-Bereich im Play Store zeigt: Obwohl nur jedes vierte Kind unter 12 Jahren ein Smartphone besitzt und nur 2 % in dieser Altersgruppe ein eigenes Tablet haben (vgl. KJM 2014), ist die Auswahl an Apps für sie riesig. Zugänge zu den Applikationen erhalten Kinder ab einem Alter von zwei Jahren laut der vom Hans-Bredow-Institut durchgeführten Studie „Mobile Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen“ überwiegend über die mobilen Endgeräte

der Eltern. Zielend auf die wirtschaftliche Kaufkraft der Kinder boomt der Markt für Kinder-Apps – auch für Modelle mit Werbung und In-App-Käufen. Und das ungeachtet dessen, dass Minderjährige im Umgang mit Apps oft unkritisch sind, Fallstricke und anstehenden Kosten in den Apps oder die dort eingebundene Werbung nicht immer erkennen können.

## Apps müssen sich refinanzieren

Verschiedene Geschäftsmodelle ermöglichen die Refinanzierung der Entwicklung und Aktualisierung von Apps:

(1) Bezahl-Apps: Vor dem Download muss ein bestimmter Betrag bezahlt werden und die App kann dann kostenlos genutzt werden. Ausgeschlossen ist dabei aber nicht, dass die Apps Eigenwerbung der Anbieter enthalten oder auf weitere eigene Angebote verlinken.

(2) Free Apps: Kostenlose Apps werden für Werbetreibende interessant, wenn sie sich weit verbreiten. Es werden kleine – in den meisten Fällen personalisierte – Werbeanzeigen implementiert. Wird die Werbung angeklickt, wird der App-Betreiber vom

Werbetreibenden dafür bezahlt. Für Kinder ist es mitunter schwer, Werbung vom Inhalt der App zu unterscheiden, auch wenn die Stores hier inzwischen klare Gestaltungsvorgaben machen. Werbeanzeigen werden z. T. auch bewusst so platziert, dass Klicks unvermeidlich sind.

(3) Freemium-Apps: Die Apps können kostenlos installiert werden. Für neue Level, eine besondere Ausrüstung oder mehr Funktionalität muss der Nutzer jedoch zahlen (In-App-Käufe). V. a. Kinder können bei diesen Apps dazu verleitet werden, viele kleine Beträge auszugeben, die zu großen Summen führen. Problematisch ist dabei auch, dass z. T. fiktive Währungen wie bspw. Beeren, Goldbarren oder Kristalle in den Spielen auftauchen, die in „echtes“ Geld umgerechnet werden müssen. Dazu sind Kinder nicht immer in der Lage oder willens.

## In-App-Käufe von Kindern lassen sich verhindern

Zum Schutz von Kindern und Jugendlichen – und nach zahlreichen Klagen von Eltern – sind die Anbieter mittlerweile verpflichtet, vor dem Download anzugeben, ob In-App-Käufe möglich sind. Auch der „Gratis-Knopf“ ist aus den Stores verschwun-

den; stattdessen heißt es jetzt im App Store „laden“ und im Play Store „installieren“. Die gängigsten Plattformen bieten mittlerweile die Möglichkeit, In-App-Käufe zu verhindern. Hierzu ist entweder eine vollständige Deaktivierung (derzeit nur bei iOS-Geräten) oder die Einrichtung einer Passwortsicherung möglich. Bei Spiele-Apps, die bspw. im Family-Bereich im Play Store gelistet sind und den Altersgruppen zwischen 0 und 12 Jahren zugeordnet wurden, ist eine Passwort-Eingabe immer erforderlich. Generell lässt sich feststellen: In 8 von 10 Fällen kann man Werbung in Apps auf dem Familien-Tablet nur deaktivieren, indem man die Internet-Verbindung deaktiviert.

## Nicht alles, was geht, ist auch erlaubt

Mit den verschiedenen Targeting-Technologien können Vorlieben und Interessen der Nutzer festgestellt und Werbetexte zielgenau verbreitet werden. Doch nicht alles, was geht, ist auch erlaubt. So ist essenzenbezogene Werbung bei Kindern in den Richtlinien vieler Stores verboten. Im Hinblick auf Kinder, Jugendliche und Werbung macht zudem der Jugendschutz-Staatsvertrag in § 6 klare Vorgaben. In-App-Werbung

darf bspw. keine direkten Aufrufe zum Kaufen oder Mieten von Waren oder Dienstleistungen an Minderjährige enthalten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen. Auch darf Werbung Kinder und Jugendliche nicht unmittelbar auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf beworbener Waren oder Dienstleistungen zu bewegen. Wie mit der Europäischen Kommission abgestimmt, weisen Google und Apple in ihren Entwicklerrichtlinien ganz explizit auf das Verbot von unmittelbaren Kaufaufforderungen an Kinder hin.

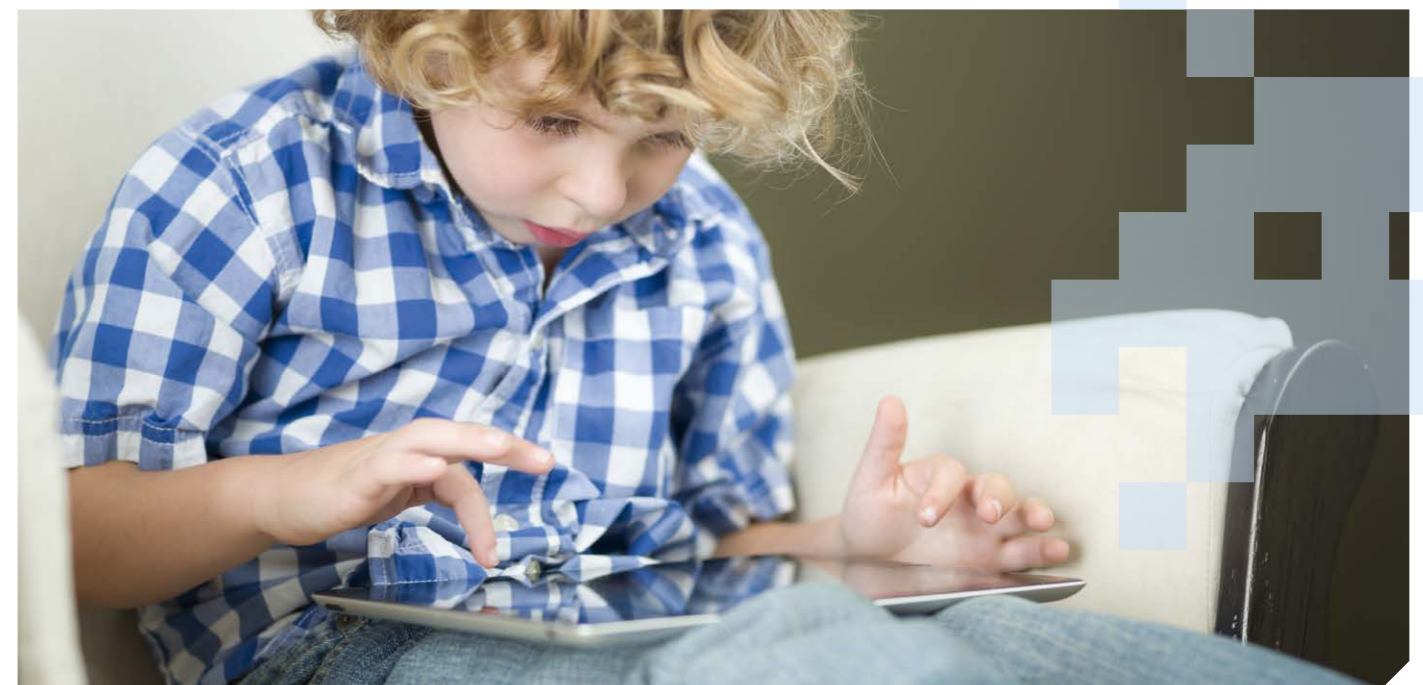
## App-Anbieter müssen nachbessern

Aktuelle Recherchen und Beobachtungen von jugendschutz.net und der AG „Werbung gemäß § 6 JMStV“ den Family-Bereich im Play Store (Google) betreffend zeigen jedoch, dass trotz umfassender Programmanforderungen und Werberichtlinien, viele Apps v. a. durch direkte Kaufappelle an Kinder gegen Jugendschutzregelungen verstoßen. Mehr als drei Viertel der gesichteten Apps mit Familienstern enthielten auch ungekennzeichnete oder nicht hinreichend gekennzeichnete Werbung. Bei rund drei von vier Apps im Family-Bereich waren Online-Käufe möglich,

Kaufbeträge bis zu 99,99 Euro pro Artikel waren dabei keine Seltenheit. Und jede zweite App enthielt direkte Kaufappelle, einige davon in englischsprachigen Apps. Undurchsichtige Kaufmöglichkeiten und Vermischung unterschiedlicher Spielwährungen mit realen Kaufbeträgen nutzen zudem die Unerfahrenheit der Kinder aus.

Für Google bedeutet dies, dass zum Schutz von Kindern und Jugendlichen an der konsequenten Einhaltung der eigenen Werbestandards im Play Store weiter gearbeitet werden muss. Für Eltern bedeuten die Ergebnisse, dass sie beim Thema Kinder-Apps wachsam sein müssen. Kinder, insbesondere im jungen Alter, sollten bei der App-Nutzung aktiv begleitet werden. Technische Möglichkeiten können zudem ungewollte In-App-Käufe oder Werbeeinblendungen unterbinden. Die KJM wird ihre Aufsichtstätigkeit bzgl. Werbung und Kaufappelle in Apps – insbesondere in Kinder-Apps – intensivieren und sich hinsichtlich notwendiger Schutzmaßnahmen noch stärker mit Plattformanbietern, Selbstkontrollen und Verbraucherschützern austauschen.

*Susanne von Holten  
Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA)*



# Flüchtlingsfeindliche Hetze

Die KJM verzeichnet eine Zunahme von Beschwerden über Hass-Postings im Internet.

„Abschlachten das Viehzeug, es sind keine Menschen“, „lasst sie doch verhungern, dann gibt es ein Problem weniger“ oder „die gehören vergast“. Solche und ähnliche Äußerungen findet man derzeit häufiger in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter oder Google+. Sie sind die schockierende Reaktion mancher Menschen auf den stetig steigenden Flüchtlingsstrom aus dem Nahen Osten, der Deutschland in den letzten Monaten erreicht hat. Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) und die an sie angebundene Stelle jugendschutz.net, die für die Vorabermittlung bei Telemedienfällen zuständig ist, verzeichneten dazu den Sommer über einen Anstieg der Nutzerbeschwerden. Die KJM ist derzeit mit ersten Prüffällen im Bereich fremdenfeindlicher Kommentare gegen Flüchtlinge befasst.

## Volkshetze ist in Deutschland unzulässig

Vielen Nutzern scheint nicht bewusst zu sein, dass volkshetzende Inhalte in Deutschland strafbar bzw. nach Medienrecht ahndbar sind. Denn auch im globalen und vermeintlich anonymen Medium Internet sind Urheber unzulässiger Äußerungen nicht vor der Verfolgung von Verstößen geschützt. Sie können rechtlich belangt werden, sofern

sie in Deutschland wohnhaft sind. Gemäß dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) sind Angebote unzulässig, die zum Hass gegen Teile der Bevölkerung oder eine nationale, rassische, religiöse oder durch ihr Volkstum bestimmte Gruppe aufstacheln, zu Gewalt- und Willkürmaßnahmen gegen sie auffordern oder die Menschenwürde anderer dadurch angreifen, dass Teile der Bevölkerung oder eine vorbezeichnete Gruppe beschimpft, böswillig lächerlich gemacht oder verleumdet werden. Darüber hinaus sind auch die Leugnung oder Verharmlosung des Holocaust, die Verbreitung von nationalsozialistischer Propaganda, sowie die Verwendung von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen (z. B. Hakenkreuze) nicht zulässig.

## Bei Verstößen drohen ernsthafte juristische Konsequenzen

Verstöße gegen diese Vorschriften können medienrechtlich mit hohen Bußgeldern geahndet werden. Zudem werden solche Fälle immer auch an die zuständigen Staatsanwaltschaften abgegeben, die in der Regel Ermittlungsverfahren gegen die Internetnutzer einleiten. Bei einer Verurteilung drohen nach dem Strafrecht Haftstrafen von bis zu fünf Jahren.

Die Prüfung auf Verstöße gestaltet sich in solchen Fällen sehr komplex, da jeweils im Einzelfall abzuwägen ist, ob hier noch die grundgesetzlich garantierte freie Meinungsäußerung greift, oder bereits rechtliche Tatbestände erfüllt sind. Dies verlangt den Prüfungsgremien der KJM ein hohes Maß an fachlicher Expertise und Sorgfalt ab. Die KJM wird in jedem einzelnen Fall genau prüfen, ob die rechtlichen Bestimmungen des JMStV verletzt wurden und Verstöße konsequent ahnden.

**Petra Pfannes**  
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten



## Meldemöglichkeiten bei Verdachtsfällen

Nutzer, die problematische Beiträge finden, können diese entweder bei der KJM ([www.kjm-online.de/kontakt](http://www.kjm-online.de/kontakt)) oder bei jugendschutz.net ([www.jugendschutz.net/hotline](http://www.jugendschutz.net/hotline)) melden.

# Protection of Minors in the Netherlands

**Dr. Wim Bekkers**, Director of the Netherlands Institute for the Classification of Audiovisual Media (NICAM) on the institution's tasks and challenges.

**What are NICAM's tasks with regard to the protection of minors in the media?**

NICAM's primary objective is to ensure that audio-visual (AV) products are accompanied by appropriate information about potential risks to minors. For this, Kijkwijzer was launched in 2001. Kijkwijzer is the uniform self-classification and information system for television programmes, Video-on-demand (VOD), DVD and films. It uses age ratings and content-related pictograms. Almost all parents with young children feel Kijkwijzer is a useful system, and nine out of ten parents actively use it.

**What are the measures NICAM can take in order to protect children and teens from harmful or impairing content in the media?**

Part of Kijkwijzer is an effective complaints procedure, in order to quickly make corrections and possibly impose sanctions if necessary.

The present rules for television imply two watersheds, 20.00 and 22.00 hours for programmes rated 12 and 16 respectively. The Media Regulator monitors the implementation and quality of Kijkwijzer. So, it is based on a unique partnership between AV media and the government – or in other words, public/private cooperation.

**What are the biggest challenges for youth protection in the Netherlands and Europe?**

Recent research shows that parents and children feel it is important to protect children against harmful television and VOD content, as well as user generated content. Consistent classification and visible labelling of AV media help parents and children to make sound decisions. Over the years, classification has given effective support to parents and thus helped to protect children. Resulting in fewer children exposed to violence or disturbing images, and fewer children becoming desensitised to violence and suffering from nightmares. For parents it must be sure that all relevant AV content has been issued with appropriate age ratings and content-related pictograms. This is only possible if suppliers assume responsibility for classification and labelling.

The international dimension of media products is also an important factor. VOD and user-generated content (UGC) often take place on an international scale, as demonstrated by Netflix and YouTube. Systems for classifying non-linear content are available, which means they can be issued with customised 'national' classifications, given cultural differences. "You Rate It" is one such example, developed by NICAM and the British Board of Film Classification (BBFC)

to classify and label UGC ([www.yourateit.eu](http://www.yourateit.eu)). Another initiative is the International Age Rating Coalition (IARC), which is used to classify apps. USK (Entertainment Software Self-Regulation Body), PEGI (Pan-European Game Information) and ESRB (Entertainment Software Rating Board) are partners. Earlier this year Google Android joined this worldwide app information system ([www.globalratings.com](http://www.globalratings.com)). There is a need to jointly develop European policy about AV media, as part of the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD). Emphasis must be placed on using age ratings and content-related pictograms to create product information which helps parents and children. I see a future where parents can use digital technology to easily manage which media their children are able to access, based on rating information. Regarding the renewing of the AVMSD the Dutch government believes that all suppliers must issue age-related advice and provide information about actual content (for example, by using pictograms) and children should not unintentionally encounter content which is unsuitable for them. These are the challenges we are facing. The need to protect children from potentially harmful images remains as important as ever.

*The interview was conducted by Lisa Keimburg, Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten*



**Dr. Maja Cappello**  
 “The commitment of the industry is evident for the protection of minors.”

# Youth Protection on a European Level

An interview with **Dr. Maja Cappello**, Head of Department for Legal Information at the European Audiovisual Observatory, Council of Europe.



❓ *Dr. Cappello, the European Commission is currently working on an amendment to the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD). What does this process look like?*

❶ The revision of the AVMSD was announced by the EU Commission in the Communication on the Digital Single Market of May 2015 in order to “modernise” EU legislation on audiovisual media services. The “evaluation” of the AVMSD is already on-going, according to a so-called REFIT exercise to which also the European Audiovisual Observatory will provide assistance. The REFIT will allow identifying burdens, gaps and inefficient or ineffective measures deriving from the AVMSD, including possibilities for simplification or for the repeal of existing regulation.

In this exercise the Commission has opted for a strong involvement of policy-makers (governments, regulators) and stakeholders (operators, consumers) in the revision process, launching a public consultation on 6 July 2015, with a set of questions aimed at assessing the need for revising the provisions of the AVMSD.

According to the Work Programme of the Commission a proposal of a new directive will be tabled in 2016. What will be scrutinised during the preliminary assessments is the scope of the Directive and the nature of

the rules applicable to all market players, in particular measures for the promotion of European works and the rules on the protection of minors and on advertising.

❓ *The concepts of which content is likely to impair or harm children and teenagers seem to vary greatly across the EU. Is a harmonization at EU level even conceivable in this context?*

❶ Harmonisation processes at European level tend to work well where existing national concepts are already quite close to each other or where technical standards have to be put in place. This is not the case in the field of the protection of minors, where national traditions are strongly reflected into the concept of harm and related risk.

The current Directive is based on the system of graduated regulation, and this applies also to the protection of minors: the less control a viewer has and the more harmful a specific content is, the more restrictions apply. In other words:

- for television broadcasting services, the AVMSD sets a ban on content that “might seriously impair” the development of minors (pornography, gratuitous violence), while the use of watersheds allow for programmes which might simply be “harmful” to minors;

- for on-demand services, the ban of programmes that “might seriously impair” is lifted where parental control systems are employed, whereas no restrictions apply to programmes which might simply be “harmful”.

The transposition of such rules clearly depends on how the different concepts of harm are interpreted nationally, and this makes any attempt of harmonisation very complex.

❓ *The regulatory framework is based on the concept of linear vs. nonlinear distribution of content. Is this approach still suitable in the context of a converging media environment?*

❶ From the user’s perspective, media converge when they are all accessible from the same device. This implies that the viewers are potentially in the position of accessing a certain content independently from how it has been initially conceived: the same film could at the same time be:

- broadcast on one channel,
- streamed from an unmanaged website,
- accessible from a catch-up catalogue of another broadcaster
- available from a video-on-demand catalogue of a non-linear media service provider.

The transcription of this real-life situation in the AVMSD leads to different levels of protection: the enforced protection of the linear dimension stops from the moment the audiovisual work becomes part of a catalogue, and this already from the inclusion in a catch-up service of a traditional broadcaster, where watersheds that would have applied to the broadcasting time would not concern the same content made available on demand during the following week.

According to the AVMSD, regulatory protection must be ensured when it is expected by the users. Whether European viewers are able to follow these subtle distinctions as to which level of protection has to be ensured on converged devices and why becomes a crucial question in order to assess whether this graduated approach is still suitable<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> To get an idea of the variety of solutions that concern both the definitions of what is “seriously impairing” and what is just “impairing” and the various watershed applied in the EU member states, I would recommend the European Audiovisual Observatory “Comparative tables on the protection of minors in audiovisual media services” of March 2015 (<http://www.obs.coe.int: http://bit.ly/iOsUVdn>).

❓ *The AVMS Directive encourages Member States to use coregulatory and/or self-regulatory systems. How important is the commitment of the industry in this process?*

❶ Self- and co-regulatory tools are in the first place dependent on the involvement of the industry by the policy-makers (governments, regulators), once the need of having the industry on board has been acknowledged. But none of these regulatory tools would work if the industry does not commit, and this is particularly evident for the protection of minors.

Firstly, effective protection measures rely more and more on the use of technical tools, such as PIN-codes or filters, which cannot always be put in place by the providers of audiovisual media services themselves, but involve the action of operators who are not directly touched by the editorial responsi-

<sup>2</sup> For a general overview of the issues at stake, I would suggest the European Audiovisual Observatory report “The protection of minors in a converged media environment” of March 2015 (<http://www.obs.coe.int: http://bit.ly/iMp1huU>).

<sup>3</sup> The variety of solutions put in place at self- and co-regulatory level was explored during a workshop

bility on the content, such as producers of devices (tv-sets, set-top-boxes) or providers of information society services on electronic communications networks (e-commerce, internet providers). These subjects would not be touched by the rules descending from the AVMSD, but could be involved by codes of conduct.

Another case could be the gap-filling function of the codes in non-harmonised areas. Where national regulations leave room open for interpretation, in order to avoid a too fast obsolescence of the rules, these spaces could easily be filled by self- and co-regulatory instruments, which are by definition more flexible and easier to update<sup>3</sup>.

*The interview was conducted by Elisabeth Schachtner  
 Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten*

organised by the European Audiovisual Observatory in December 2014, which forged new paths of cooperation between experts, representatives of the industry and regulators towards a multi-stakeholder’s and cross-media approach in this field. The summary of the debate and the presentations that were made are published on the Observatory’s website (<http://www.obs.coe.int: http://bit.ly/1goyDeY>).

# Aktuelles Rechtsgutachten

## Zusammenspiel von Verantwortlichkeiten im System des Jugendmedienschutzes.

Das System des Jugendmedienschutzes in Deutschland ist davon geprägt, dass verschiedene Akteure an der Einhaltung der Regelungen des Jugendmedienschutzes beteiligt sind. Die Gesetzgebungskompetenz ist dabei auf den Bund und die Länder aufgeteilt, wobei der Bund auf der gesetzlichen Grundlage des Jugendschutzgesetzes (JuSchG) für Trägermedien (z. B. DVDs, Blu-Rays etc.) und die Länder auf Basis des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) für den Jugendmedienschutz im Rundfunk und Telemedien zuständig sind. Mit der Einführung des JMStV im Jahr 2003 wurde eine neue Systematik der regulierten Selbstregulierung für den Bereich von Rundfunk und Telemedien geschaffen. Den anerkannten Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle kommt im Zusammenspiel mit der Aufsicht bei der Einhaltung des gesetzlich geregelten Jugendmedienschutzes eine hohe Bedeutung zu. Durch die Stärkung der Selbstkontrolle soll gleichzeitig auch die Eigenverantwortung der Anbieter gestärkt werden. Obwohl das Verhältnis zwischen der Aufsicht sowie den anerkannten Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle im JMStV grundsätzlich festgelegt ist, gibt es an einigen Stellen noch Klärungs- und Untersuchungsbedarf.

Die KJM hat anlässlich des im Jahre 2014 gestarteten neuen Anlaufs der Länder zur Novellierung des JMStV ein Rechtsgutachten in Auftrag gegeben. Darin werden vornehmlich das Zusammenspiel des JuSchG und des JMStV sowie das Dreiecksverhältnis innerhalb des JMStV zwischen der hoheitlichen Aufsicht KJM, den anerkannten Selbstkontrollen und den Anbietern im Rahmen der regulierten Selbstregulierung untersucht. Das Gutachten wurde von Prof. Dr. iur. Mark D. Cole, Professor für Medien- und Kommunikationsrecht an der Universität Luxemburg und wissenschaftlicher Direktor des Instituts für Europäisches Medienrecht (EMR) in Saarbrücken, verfasst.

### Zusammenführung der gesetzlichen Grundlagen im Bereich der Altersklassifizierung

Zunächst wurde die Kompetenzverteilung zwischen Bund und Ländern genauer betrachtet. Effektiver Jugendschutz ist auch im Medienkontext verfassungsrechtlich vorgegeben und eine Pflichtaufgabe des Staates. Dabei sind sowohl Bund als auch Länder im Rahmen ihrer jeweiligen Kompetenzen dazu berufen, Jugendschutzregelungen zu schaffen. Soweit diese Regelungen Auswirkungen auf den Inhalt von Medienangeboten haben,

liegen sie in der ausschließlichen Kompetenz der Länder. Aufgrund der voranschreitenden Medienkonvergenz und den entsprechend vielfältigen Verbreitungswegen für Inhalte, kommt es zu einer problematischen Parallelanwendung der Bestimmungen beider staatlichen Ebenen. Während Alterskennzeichnungen aus dem JuSchG auch im JMStV übernommen werden, fehlt eine umgekehrte Anbindung bislang. Praktisch bedeutet das, dass beispielsweise ein für das Fernsehen produzierter Film, der bereits eine Altersfreigabe durch eine von der KJM anerkannten Selbstkontrolle erhalten hat, erneut ein Bewertungsverfahren im Rahmen des Jugendschutzgesetzes durchlaufen muss, wenn dieser auch als DVD erhältlich sein soll.

Das Gutachten nimmt auch Bezug auf eine mögliche Anpassung der beiden Systeme und arbeitet die systemrelevanten Unterschiede der beiden Gesetzeswerke heraus: Im JuSchG erhalten die Alterskennzeichnungen Verwaltungsaktqualität. Dies bedeutet, dass der Staat durch die dominierende Einbindung staatlicher Vertreter zusammen mit den Selbstkontroll-Organisationen aktiver Teil des Prüfprozesses ist. Im JMStV gibt es eine solche Vorab-Einbindung des Staates aus verfassungsrechtlichen Gründen dagegen nicht, da nur durch staatsfern organi-

sierte Aufsichtsstrukturen Einwirkung auf die Programmfreiheit genommen werden darf. Die Einbindung staatlicher Vertreter zur Bewertung von durch das Internet verbreiteten Medienangeboten erscheint nicht zuletzt auch aufgrund der Vielzahl von Inhalten nicht zeitgemäß und realisierbar. Das Gutachten schlussfolgert daraus, dass die beiden Systeme nicht komplementär seien und nicht einfach deckungsgleich gemacht werden könnten. Abgesehen davon, könne der Versuch einer Verknüpfung der beiden Systeme nur rechtssicher erfolgen, wenn sowohl der JMStV als auch das JuSchG angepasst würden.

### Verhältnis zwischen Aufsicht (KJM), Selbstkontrollen und Anbietern

Darüber hinaus wurde das Verhältnis zwischen Aufsicht, Selbstkontrollen und Anbietern analysiert. Im System der regulierten Selbstregulierung ist vornehmlich der Anbieter für die rechtskonforme Ausgestaltung der Inhalte verantwortlich. Nach dem JMStV können von der KJM anerkannte Selbstkontrollen eigenverantwortlich Aufgaben in der Prüfung von Angebotsinhalten übernehmen und dabei

den Anbietern gegenüber der KJM als Aufsicht bis zu einem bestimmten Grad zu einer privilegierten Position verhelfen. Dadurch entfaltet sich eine Schutzwirkung für den Anbieter, da im Falle einer Mitgliedschaft in einer Selbstkontrollenrichtung die KJM nur dann gegen einen Anbieter vorgehen kann, wenn die Selbstkontrollenrichtung die rechtlichen Grenzen des Beurteilungsspielraums überschritten hat. Das Gutachten hat daher auch die Bedeutung des Beurteilungsspielraums im JMStV untersucht und kommt dabei zu dem Schluss, dass bei einer Reform das Verhältnis der KJM zu den Selbstkontrollenrichtungen neu zu justieren sei. Einerseits sei die Übertragung von mehr Verantwortung an die Selbstkontrollenrichtungen positiv zu bewerten, nichtsdestotrotz solle dies im Gegenzug auch die Möglichkeit unmittelbarer aufsichtsrechtlicher Maßnahmen durch die KJM vorsehen. Bislang ist der KJM nur der Widerruf der Anerkennung der Selbstkontrollenrichtungen möglich, ohne dass die Aufsicht über Sanktionen unterschiedlicher Stufen verfügt. Aus diesem Grund wäre es sinnvoll, eine verbesserte Rechtsposition der Selbstkontrollenrichtungen auch mit einem entsprechenden Sanktionskatalog der KJM zu verknüpfen, um einen effektiven Jugendmedienschutz zu gewährleisten.

### Handlungsempfehlungen für den Gesetzgeber

Vor dem Hintergrund der Schlussfolgerungen des Gutachtens regt die KJM an, folgende Implikationen im Novellierungsprozess zu berücksichtigen:

- Im Rahmen einer Stärkung der Verantwortung der Selbstkontrollen ist die Bereitstellung effektiver Kontroll-Instrumentarien für die Aufsicht unabdingbar, um das Gleichgewicht des Systems weiterhin zu gewährleisten.
- Die Zuständigkeitsbereiche zwischen der KJM und den Selbstkontrollenrichtungen sind klarer zu fassen.
- Untergesetzlich sind engere Kooperationen zwischen den Selbstkontrollenrichtungen anzudenken.
- Um Doppelprüfungen bei Alterskennzeichen durch eine Anpassung von JMStV und JuSchG zu vermeiden, muss diese unter Berücksichtigung der jeweiligen Kompetenzen beidseitig erfolgen.

*Elisabeth Schachtner*  
Gemeinsame Geschäftsstelle der  
Medienanstalten



## KJM- Mitglieder

**Direktoren der Landesmedienanstalten:**

**Jochen Fasco**, Thüringer Landesmedienanstalt (TLM), Erfurt | *Stellvertreter*: **Dr. Uwe Hornauer**, Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern (MMV), Schwerin

**Andreas Fischer**, Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM), Hannover | *Stellvertreter*: **Thomas Fuchs**, Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH), Norderstedt

**Martin Heine**, Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA), Halle | *Stellvertreter*: **Michael Sagurna**, Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM), Leipzig

**Cornelia Holsten**, Bremische Landesmedienanstalt (brema), Bremen | *Stellvertreter*: **Dr. Gerd Bauer**, Saarländische Landesmedienanstalt (LMS), Saarbrücken

**Renate Pepper**, Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK), Ludwigshafen

*Stellvertreter*: **Thomas Langheinrich**, Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), Stuttgart

**Siegfried Schneider**, Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), München

*Stellvertreter*: **Dr. Jürgen Brautmeier**, Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Düsseldorf

**Von der für den Jugendschutz zuständigen**

**Obersten Bundesbehörde benannte Mitglieder:**

**Thomas Krüger**, Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), Bonn | *Stellvertreter*: **Michael Hange**, Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI), Bonn

**Elke Monssen-Engberding**, Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM), Bonn

*Stellvertreterin*: **Petra Meier**, Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM), Bonn

**Von den für den Jugendschutz zuständigen**

**Obersten Landesbehörden benannte Mitglieder:**

**Sebastian Gutknecht**, AG Kinder- und Jugendschutz, Landesstelle NRW e.V., Köln

*Stellvertreter*: **Jan Lieven**, AG Kinder- und Jugendschutz, Landesstelle NRW e.V., Köln

**Folker Hönge**, Oberste Landesjugendbehörde bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK), Wiesbaden | *Stellvertreterin*: **Prof. Dr. Petra Grimm**, Hochschule der Medien (HdM), Stuttgart

**Sigmar Roll**, Bayerisches Landessozialgericht, Schweinfurt | *Stellvertreterin*: **Petra Müller**, Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht, Grünwald

**Frauke Wiegmann**, Jugendinformationszentrum (JIZ), Hamburg | *Stellvertreterin*: **Bettina Keil-Rüther**, Staatsanwaltschaft Erfurt

## KJM-Vorsitz



**Siegfried Schneider**  
KJM-Vorsitzender



**Andreas Fischer**  
stv. KJM-Vorsitzender



**Thomas Krüger**  
2. stv. KJM-Vorsitzender

## Kontaktadressen / Ansprechpartner



**Isabell Rausch-Jarolimek**  
Bereichsleiterin  
Jugendmedienschutz

**Gemeinsame Geschäftsstelle**  
Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)  
die medienanstalten – ALM GbR  
Gemeinsame Geschäftsstelle  
Friedrichstraße 60  
10117 Berlin  
Telefon: +49 (0)30 2064690-0  
Telefax: +49 (0)30 2064690-99  
E-Mail: [kjm@die-medienanstalten.de](mailto:kjm@die-medienanstalten.de)  
[www.kjm-online.de](http://www.kjm-online.de)

**KJM-Vorsitz**  
Siegfried Schneider  
Vorsitzender der Kommission für  
Jugendmedienschutz (KJM)  
c/o Bayerische Landeszentrale für neue  
Medien (BLM)  
Heinrich-Lübke-Straße 27  
81737 München



## Impressum

Herausgeber:  
Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

Redaktion:  
Isabell Rausch-Jarolimek (verantwortlich),  
Lisa Keimburg

Kontakt:  
Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)  
die medienanstalten – ALM GbR  
Gemeinsame Geschäftsstelle  
Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Gestaltung:  
Rosendahl Berlin

Druck:  
trigger.medien.gmbh, Berlin

Bildnachweis:  
© fotolia: contrastwerkstatt, Alena Ozerova,  
Andy Dean, somartin, \_panya\_

Erscheinungstermin:  
10 / 2015

Diese Publikation wurde klimaneutral auf FSC®-zertifiziertem  
Recyclingpapier (FSC®-C108577) gedruckt.