

Ausgabe **02** 2012

PRÜFREPORT

DER LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NORDRHEIN-WESTFALEN (LFM)



INHALT

EINLEITUNG	03
RECHTLICHES RÜSTZEUG	04
WHO IS WHO	05
THEMA AKTUELL	06
BESCHWERDEN TV & RADIO	
SEXYSAT TV	07
HUNDKATZEMAUS	08
„FUCK THE DIET“, WERBESLOGAN VON „DU DARFST“	09
BESCHWERDEN INTERNET	
PORNOGRAFISCHE ANGEBOTE IM INTERNET	10
SCHLUSSWORT	11
IMPRESSUM	12

EINLEITUNG

Privater Rundfunk (TV und Radio) unterliegt gesetzlich vorgeschriebenen Programmanforderungen. Auch das Internet ist kein rechtsfreier Raum.

Ob dies eingehalten bzw. umgesetzt wird, überprüft die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LFM). In welchen konkreten Fällen die LfM weiterhelfen kann und welche weiteren Aufgaben sie hat, ist unter > www.lfm-nrw.de ausführlich nachzulesen.

Insgesamt handelt es sich beim **Rundfunk (Radio & TV)** häufig um Fragen des Jugendmedienschutzes, der Werbung oder der Programmgrundsätze. Im Bereich des **Internets** sind es im Wesentlichen Fragen des Jugendmedienschutzes.

In der zweiten Ausgabe des Prüfereports findet sich eine Auswahl an bei der LfM eingegangenen Beschwerden aus dem Rundfunk- und Internetbereich. Nicht jede Beschwerde führt zu einem juristischen Verfahren, dennoch fördert sie nicht selten Interessantes zu Tage und erzielt auch ohne Paragraphen ihre Wirkung. Nachfragen und hinweisen lohnt!

Was in der letzten Zeit Interessantes bei der LfM eingegangen oder sonst diskussionswürdig ist, zeigt der vorliegende Prüfereport.

RECHTLICHES RÜSTZEUG

Die rechtlichen Grundlagen, die die LfM bei der Bewertung von Medieninhalten heranzieht, sind vor allem der Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (RStV), der Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (JMStV) oder auch das Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW).

Bei Interesse kann > [hier](#) entsprechend nachgelesen werden.

Eine Broschüre der LfM informiert anschaulich über die Rechte der Nutzerinnen und Nutzer von Fernsehen, Hörfunk und Internet. Dabei zeigt sie sowohl die oben genannten juristischen Grundlagen als auch konkrete Handlungsmöglichkeiten für Nutzer auf.

> [Weblink](#) zum Download der Broschüre als PDF.

WHO IS WHO

DER FÜR DIESE AUSGABE DES PRÜFREPORTS RELEVANTEN INSTITUTIONEN

KOMMISSION FÜR JUGENDMEDIENSCHUTZ DER LANDESMEDIENANSTALTEN (KJM)

> [Weblink](#)

Sofern Medieninhalte potenziell jugendmedienschutzrelevante Probleme aufweisen, ist die Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten (KJM) damit zu befassen. Die KJM dient dabei der jeweils zuständigen Landesmedienanstalt als Organ bei der Erfüllung ihrer Aufgaben und sorgt für die Umsetzung jugendmedienschutzrechtlicher Bestimmungen im privaten Rundfunk und in Telemedien.

KOMMISSION FÜR ZULASSUNG UND AUFSICHT (ZAK)

> [Weblink](#)

Berühren Fernsehinhalte möglicherweise die Bestimmungen über Programmgrundsätze oder stellen sie potenzielle Verstöße gegen die Werbe- und Sponsorregelungen des Rundfunkstaatsvertrages dar, sind die Verfahren über die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) zu führen. Hier werden unter anderem Fragen der Zulassung und Kontrolle bundesweiter Veranstaltungen bearbeitet.

DEUTSCHER WERBERAT

> [Weblink](#)

Der Werberat ist eine Institution der 40 vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) vertretenen Organisationen der werbenden Firmen, Medien, Agenturen, Werbebetriebe und Forschung. Verbraucher sollen sich auch dann gegen Inhalte und Formen von Werbung wehren können, wenn Anzeigen, Spots, Plakate oder Online-Werbemittel rechtlich nicht zu beanstanden sind, aber als kritikwürdig empfunden werden. Diese Funktion erfüllt der Deutsche Werberat mit dem Angebot des Konfliktmanagements zwischen Verbrauchern und Unternehmen bei Werbemaßnahmen und durch Erarbeitung freiwilliger Regeln für die Werbung vor allem in besonders sensiblen Schutzbereichen.

FREIWILLIGE SELBSTKONTROLLE MULTIMEDIA-DIENSTEANBIETER E. V. (FSM)

> [Weblink](#)

Die FSM ist ein eingetragener Verein, der 1997 von Medienverbänden und Unternehmen der Online-Wirtschaft gegründet wurde. Die Selbstkontrollorganisation bietet jedermann die Möglichkeit, sich im Bereich des Jugendmedienschutzes über strafbare oder jugendgefährdende Inhalte im Internet zu beschweren oder Fragen zum Thema Jugendschutz im Internet zu stellen.

THEMA AKTUELL

Reality-Soaps, Reality-Datingshows, Doku-Soaps sowie viele weitere Formatbezeichnungen begegnen dem Zuschauer tagtäglich beim Blick in die Fernsehzeitschrift. „Scripted Reality“ ist dabei ein in letzter Zeit viel diskutiertes Thema.

Scripted-Reality-Formate erscheinen auf den ersten Blick wie klassische Doku-Soaps mit echten Charakteren und ihren eigenen Geschichten. Bei den Protagonisten von Scripted-Reality-Formaten handelt es sich jedoch um (Laien-)Darstellerinnen und Darsteller. Die Geschichten sind frei erfunden und werden mit „dokumentarischen Mitteln“, wie Interviewstil und Handkamera, erzählt.

Die Frage ist jedoch: Erkennt dies der Zuschauer? Im Mai diskutierten zu diesem Thema im Rahmen eines > [ZAK-Workshops](#) Vertreter der Medienaufsicht und Wissenschaft gemeinsam mit Fernsehveranstaltern. Eine klare Kennzeichnung als Informationsmöglichkeit für den Zuschauer sei sinnvoll, so das Fazit.

Insgesamt stellen derartige Formate jedoch auch aufgrund ihrer „inhaltlichen Ausgestaltung“ nicht selten ein mögliches Problempotenzial dar: Grobe Überzeichnung der Realität und Stereotypisierung mit einhergehender Vermittlung bestimmter Rollenbilder sind nur einige Beispiele.

Insgesamt bleibt somit zu prüfen: Erhält der Zuschauer eine faire Chance, sich über den Fiktionalitätscharakter einer Sendung zu informieren? Und wie gelingt es, ein kritisches Hinterfragen derartiger Formate insbesondere bei der jüngeren Zuschauerschaft zu erzielen?

„DIE GENITALIEN SIND DABEI DEUTLICH ZU SEHEN.“

Veranstalter: SexySat TV
Sendedatum: täglich
Sendezeit: ab 22 Uhr

„Beim Sender SexySat TV werden täglich ab 22 Uhr pornografische Inhalte gesendet. Auf telefonische Aufforderung entblößen sich die Damen und spielen mit ihren Brüsten bzw. ihrem Geschlechtsteil. Die Genitalien sind dabei deutlich zu sehen. Ist das zulässig?“

Der Inhalt des Programms ist im Tagesprogramm nach deutschem Recht als entwicklungsbeeinträchtigend und nach 22 Uhr als pornografisch zu bewerten:

Im Tagesprogramm von SexySat TV werden Telefonsex-Werbespots ausgestrahlt, in denen sich Frauen leicht bekleidet und lasziv auf Betten räkeln. Die Frauen fordern die Zuschauer immer wieder dazu auf, anzurufen und richten sich dabei speziell an deutsche Zuschauer (in deutscher Sprache; Aussagen wie: „Hallo

Deutschland“; „Na hallo, Deutschländer, ihr Männer, was ist los? Ich warte auf euch, kommt schon Schatzis.“).

Ab 22 Uhr besteht das Programm ebenfalls aus Telefonsex-Werbespots, in denen sich Frauen sehr lasziv auf Betten räkeln. Jedoch sind diese nun häufig nackt und ihre Genitalien sind deutlich sichtbar und im Fokus der Kamera. Während die Protagonistinnen sexuelle Handlungen an sich ausüben, fordern sie die deutschen Zuschauer immer wieder auf, anzurufen. Die Aussagen sind dabei explizit und vulgärsprachlich.

Der Sender SexySat TV strahlt unter niederländischer Lizenz aus. Daher greift der deutsche Jugendmedienschutz hier nicht, sondern das niederländische Jugendmedienschutzsystem. Das Programm ist per Satellit in weiten Teilen Europas empfangbar.

Der Sender „SexySat TV“ ist, wie vom niederländischen Jugendschutzsystem gefordert, der NICAM angeschlossen. Nähere Informationen hierzu finden sich > [hier](#) sowie > [hier](#).

Das zugrundeliegende Problem ist, dass nach niederländischem Recht bestimmte Medieninhalte grundsätzlich zulässig sind, die nach deutschem Recht unzulässig wären. Für derartige Fälle gibt es formelle Verfahren, um bei diesbezüglichen unvereinbaren Rechtssituationen in einzelnen Staaten eine Änderung herbeizuführen. Diese sind jedoch äußerst langwierig.

Diese Problematik ist nicht neu und führte bereits 2010 zu einem freiwilligen Regelungsrahmen der > [KJM](#) und des neutralen technischen Dienstleisters ASTRA. Dieser sollte die Umgehung der deutschen

Jugendschutzvorschriften verhindern. Danach erarbeiteten die KJM und ASTRA eine Vereinbarung, die insgesamt knapp 40 jugendschutzrechtlich problematische Angebote betraf: Vereinbart wurde, dass mit Anbietern frei empfangbarer Erotik-Inhalte keine Verträge mehr abgeschlossen werden. Bestehende Angebote wollte ASTRA bis Ende 2011 auslaufen lassen.

Die LfM hat zu diesem Thema bereits in der Vergangenheit Kontakt zu den niederländischen Kollegen aufgenommen und wird den Austausch in Kürze aufgrund der leider weiterhin vorhandenen Problematik fortführen.

„ICH BIN EMPÖRT! HIER WERDEN JÄGER AUF EINE ERBÄRMLICHE ART UND WEISE DIFFAMIERT.“

ZUSCHAUER ÜBER DIE SENDUNG „HUNDKATZEMAUS“

Veranstalter: VOX
Sendedatum: 31.03.2012
Sendezeit: Vorabendprogramm

„Ich bin empört! Hier werden Jäger, die sich tagtäglich für die Natur und die Artenvielfalt einsetzen, auf eine erbärmliche Art und Weise diffamiert.“ „Das ist Gossen-Journalismus der übelsten Sorte!“ „Ich vermisse in dem Beitrag bspw. die Thematisierung des Freilaufens von Hunden in wertvollen Wildtierlebensräumen. Ich wünsche mir größere Objektivität, bessere Recherchen und damit eine realistischere Berichterstattung.“

Die Sendung **hundkatzemaus** – **Das Haustiermagazin** vom 31.03.2012 beinhaltet einen Beitrag zum Thema „Abschuss von wildernden Tieren durch Jäger“. In **hundkatzemaus** präsentiert der „Tieranwalt“, Joachim Cäsar-Preller, spannende Fälle, die wirklich vor deutschen Gerichten verhandelt wurden, so der einleitende Off-Kommentar in dem Beitrag. „In Deutschland gibt es etwa 350.000 Jäger. Tierschützer schätzen, dass von diesen Jägern jedes Jahr 40.000 Hunde und 350.000 Katzen erschossen werden. Eine unglaubliche Zahl, wobei es ist nur eine Schätzung. Genaue Zahlen fehlen...“, so Cäsar-Preller. „Ob das Abschießen überhaupt rechtmäßig ist, darüber wird immer häufiger vor den Gerichten gestritten. Ich präsentiere heute einen typischen Fall, der so oder ähnlich immer wieder in Deutschland passiert.“

Es folgt ein Beitrag mit „nachgestellten Szenen“. Gezeigt wird die glückliche Familie Bergmann mit der Golden Retriever-Hündin Jessi (beschwingte und fröhliche Musikuntermalung). Das Idyll wird durch einen Zwischenfall unterbrochen: Die Katze der Nachbarin wurde erschossen aufgefunden. Alle Beteiligten sind schockiert (entsprechend angepasste Hintergrundmusik). Der Übeltäter ist noch unklar. Eingespielt werden Bilder der noch lebenden Nachbarskatze. Ruckartig wechselt die Szene in eine Kneipe (Blaskapellenmusik im Hintergrund), in der sich zwei Jäger mit einem Bier zuprosten und sich über unkontrolliert freilaufende Haustiere im Wald unterhalten.

Die nächsten Bilder zeigen Herrn Bergmann beim Gassi-Gehen im Wald. Es kommt zu einem kurzen Gespräch mit Nachbarn. Der Hund entfernt sich in dieser Zeit von seinem Herrchen. Einblendungen zeigen einen

Jäger, wie er von seinem Hochsitz in die Ferne späht und den Hund auf dem freien Feld im Visier hat. Kurz darauf wird der Film durch einen Schuss unterbrochen. Der Hund wurde von dem Jäger angeschossen. Der entsetzte Besitzer eilt zu dem blutenden, winselnden Hund und sucht nach dem Schützen (dramatische Musik, Bild wechselt in schwarz-weiß und Zeitlupe). Als der Jäger zur Rede gestellt wird, beteuert er zunächst mehrfach, er habe auf einen Fuchs geschossen. Er sieht sich im Recht, da der Hund frei herumlief und somit eine Wildungsgefahr darstelle. „Das Gesetz ist da auf meiner Seite.“ Der Tieranwalt, Cäsar-Preller, wird eingeblendet und erklärt die Rechtslage.

Der Hund verstirbt (traurige Musik, Bild wechselt in schwarz-weiß und Zeitlupe) und es kommt zu einem Rechtsstreit zwischen Jäger und Hundehalter. Das Gericht gibt dem

Hundehalter Recht. Der Jäger muss aufgrund grober Fahrlässigkeit seinen Jagdschein dauerhaft abgeben. Der Beitrag endet mit schwarz-weiß gezeigten Bildern der noch lebenden Hündin, unterlegt mit trauriger Musik.

Aufgrund eines möglichen Verstoßes gegen die journalistische Sorgfaltspflicht und zahlreich eingegangener Beschwerden kontaktierte die LfM die Veranstalterin. Die Konsequenz war eine umgehende Herausnahme des Beitrags aus der Mediathek sowie eine ergänzende Berichterstattung zum Thema im Internetangebot von VOX. Ein Hinweis darauf erfolgte zudem mittels einer Einblendung in einer nachfolgenden Ausstrahlung der Sendung **hundkatzemaus** – **Das Haustiermagazin**. Da VOX hier umgehend mit einer entsprechenden, ergänzenden Berichterstattung reagiert hat, wurde seitens der LfM von einer weiteren Verfolgung abgesehen.

„FUCK THE DIET“

WERBESLOGAN VON „DU DARFST“

Veranstalter: VOX
Sendedatum: 15.04.2012
Sendezeit: Vormittagsprogramm

„Ich möchte mich über die Werbung „Fuck the diet“ von der Marke „Du darfst“ beschweren. Ich finde, dass die Wortwahl dieser Werbung schon sehr an die Grenzen des guten Geschmacks stößt. Die Wortwahl ist für einen Sonntagvormittag doch mehr als unangebracht und jugendschutzrechtlich bedenklich.“

In dem ca. 20-sekündigen Werbespot von „Du darfst“ sind zwölf verschiedene Szenen vorwiegend im Kontext der Nahrungsaufnahme zusammengeschnitten. Bei den Charakteren handelt es sich um (junge) Erwachsene. Eine Stimme aus dem Off kommentiert das Gesehene. Die Sprechhaltung ist im gesamten Spot sehr fröhlich und dynamisch. Im Hintergrund läuft außerdem eine fröhliche Musik. Der Text: „Das ist für die, die auf nichts verzichten, die sich satt essen am prallen Leben, der wahren Liebe und allem, worauf sie gerade Lust haben. Du hast keine Lust

Kalorien zu zählen? Dann lass es doch einfach! Mit „Du darfst“ kannst du unbeschwert genießen. Denn „Du darfst“ heißt vor allem: Du musst gar nichts. Fuck the Diet; Du darfst.“ Der Spot endet mit der Einblendung eines Buttons mit der Aufschrift „FUCK the Diet“ und der anschließenden Einblendung einer Produktauswahl von „Du darfst“.

Nach den Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags, welche letztendlich auch die Basis der aufsichtsrechtlichen Arbeit der LfM im Jugendschutz bilden, wird davon ausgegangen, dass bestimmte Inhalte die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit beeinträchtigen können. Aufgabe des Jugendmedienschutzes im Fernsehen ist es, negative Einflüsse so gering wie möglich zu halten und somit die Persönlichkeitsentwicklung von Kindern und

Jugendlichen zu schützen. Kontexte, die insbesondere in diesem Zusammenhang näher betrachtet werden, sind bspw. Fragen wie, handelt es sich um Gewaltdarstellungen, die zu nachhaltigen Ängstigungen führen können oder Sexualdarstellungen, die außergewöhnliche Sexualpraktiken ansprechen. Werden stereotype Geschlechterrollen mit diskriminierenden Verhaltensmustern gezeigt? Erfolgt eine Vermittlung problematischer Rollenbilder oder die Verknüpfung von Sexualität und Gewalt?

Die LfM prüfte aufgrund der Sendezeit eine potenzielle Entwicklungsbeeinträchtigung für Kinder. Aufgrund der Gestaltung sowie der Protagonistenauswahl kann von keiner besonders kindaffinen Darstellung gesprochen werden. Die Wortwahl wurde auch von der LfM kritisch betrachtet. Da es sich bei diesem Ausdruck lediglich um einen kleinen Anteil an dem Gesamten als „Programminhalt“

zu bewertenden Werbespot handelt, konnte hier kein Verstoß gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag hinsichtlich einer möglichen Entwicklungsbeeinträchtigung festgestellt werden. In Einzelfällen kann auch eine Szene (bspw. Gewaltszene) derart explizit sein, dass von ihr, auch wenn es sich lediglich um einen kleinen Teil im Gesamtkontext handelt, eine nachhaltig problematische Wirkung ausgeht. Zudem kann bspw. ein bestimmter Erfahrungshorizont erforderlich sein. Dies war gemäß der Prüfung der LfM hier nicht gegeben. Die negative Wertung bezieht sich ausschließlich auf Diäten und steht hier eindeutig in keinem sexuellen Kontext.

Der Werbespot stellt nach Ansicht der LfM in Abstimmung mit der KJM demnach keinen potenziellen Verstoß gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag dar.

Der österreichische Werberat sprach bezüglich des Spots eine „Aufforderung in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen oder einzelner Sujets sensibler vorzugehen“ aus. [> Weblink](#)

Das dahinterstehende Unternehmen, Unilever, reagierte auf die Kritik an der „Fuck the Diet“-Kampagne von „Du darfst“ und änderte den Kampagnenslogan in „Diät – ohne mich“ um.

„NACH UNSERER EINSCHÄTZUNG IST DAS ANGEBOT PORNOGRAFISCH!“

Angebot: www.**.net
Eingang: 16.05.2012

[Um nicht noch zusätzlich auf möglicherweise weiterhin online verfügbare, jugendmedienschutzrechtlich problematische Angebote zu verweisen, wird in dieser Rubrik entsprechend auf die konkrete Angabe der URL der Angebote verzichtet.]

„Hiermit weist die > [FSM-Beschwerdestelle](#) auf ein Internetangebot hin, das einen Verstoß gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag darstellt. Nach unserer Einschätzung ist das Angebot pornografisch. Der Inhalte-Anbieter ist kein Mitglied der FSM. Der verantwortliche Host-Provider hat seinen Sitz in NRW. Er wurde von uns über den Verstoß in Kenntnis gesetzt. Eine Reaktion erfolgte nicht.“

Die > [Whois-Abfrage](#) ergab, dass der Domain-Inhaber der Seite in den USA sitzt, weshalb der direkte Zugriff auf den unmittelbar Verantwortlichen nicht möglich ist. Der Host-Provider, d. h. derjenige, der den Speicherplatz für die fremden Inhalte zur Verfügung stellt, hat seinen Sitz in NRW.

Ab dem Zeitpunkt, an dem der Host-Provider über die unzulässigen Inhalte auf der von ihm zugänglich gemachten Seite informiert wurde, ist er verpflichtet, diese unzugänglich zu machen.

Aufgrund dessen wurde der Hinweis umgehend an > [jugendschutz.net](#) weitergeleitet. Hier erfolgt ein erneuter Hinweis an den mittelbar verantwortlichen Host-Provider. Sollte keine ausreichende Abänderung im Sinne des Jugendschutzes erfolgen, wird über die KJM ein formelles Verfahren eingeleitet.

Dieses kann zu einer Untersagung und Weiterleitung an die Strafverfolgungsbehörden führen, sowie in der Verhängung von Verwaltungsgebühren und Bußgeldern enden.

SCHLUSSWORT

**INSGESAMT BLEIBT ZU BETONEN:
NACHFRAGEN UND HINWEISEN LOHNT!
DIE LFM BLEIBT DRAN UND INFORMIERT –
AUCH IN DER NÄCHSTEN AUSGABE DES PRÜFREPORTS.**

IMPRESSUM

Herausgeber

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LFM)
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Tel.: 0211. 77 00 7-0
Fax: 0211. 72 71 70
www.lfm-nrw.de
info@lfm-nrw.de

Bereich Kommunikation

Verantwortlich: Dr. Peter Widlok

Bereich Aufsicht und Programme

Verantwortlich: Holger Girbig
Redaktion: Barbara Banczyk

Gestaltung

Fritjof Wild, serviervorschlag.de

Nichtkommerzielle Vervielfältigung und Verbreitung ist erlaubt unter der CC-Lizenz by-nc-sa und unter Angabe des Herausgebers Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LFM). Weitere Informationen unter <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/de/deed.de>

Stand

November 2012