

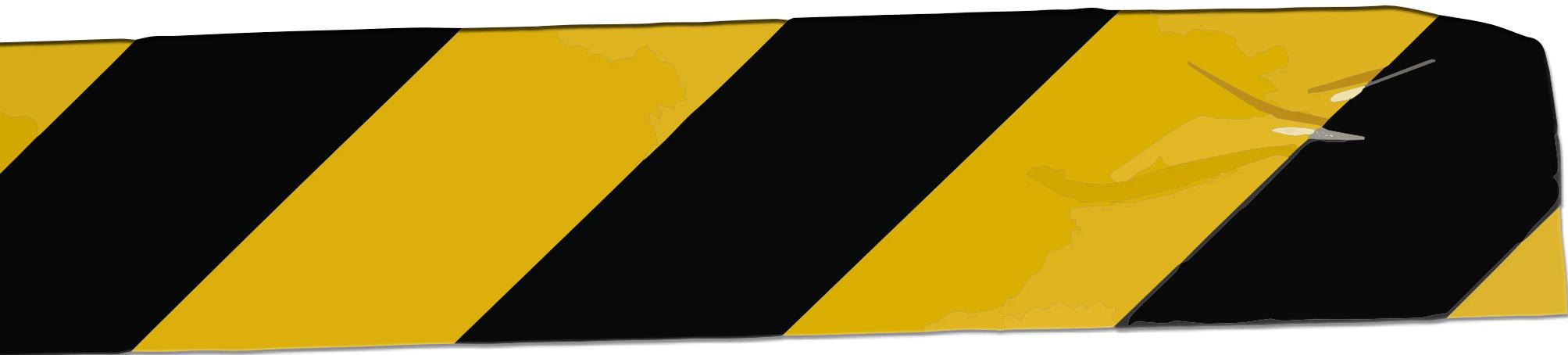
Ausgabe **04** 2012

**IV**

---

# PRÜFREPORT

DER LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NORDRHEIN-WESTFALEN (LFM)



# INHALT

EINLEITUNG	03
RECHTLICHES RÜSTZEUG	04
WHO IS WHO	05
THEMA AKTUELL	06
<b>BESCHWERDEN TV &amp; RADIO</b>	
BESONDERS BILLIG	07
WERBEEINBLENDUNGEN	08
<b>BESCHWERDEN INTERNET</b>	
PORNOS BEI YOUTUBE	09
AUTOMATISCH WEITERGELEITET	10
<b>JAHRESSTATISTIK BESCHWERDEN IM JAHR 2012</b>	11
SCHLUSSWORT	12
IMPRESSUM	13

# 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](http://www.lfm-nrw.de) ausführlich nachzulesen.

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

Im Prüfreport findet sich eine Auswahl an bei der LfM eingegangenen Rundfunk- und Internetbeschwerden. Nicht jede Beschwerde führt zu einem juristischen Verfahren, dennoch fördert sie nicht selten Interessantes zu Tage und erzielt auch ohne Paragraphen und Sanktionen ihre Wirkung. Nachfragen und hinweisen lohnt!

Was in der letzten Zeit Interessantes bei der LfM eingegangen oder sonst aktuell relevant ist, zeigt der vorliegende Prüfreport.

## 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.

## JUGENDSCHUTZ.NET

> [Weblink](#)

Diese Institution wurde 1997 von den Jugendministern aller Bundesländer gegründet und hat den Auftrag, Telemedienangebote auf Verstöße gegen den Jugendmedienschutz zu überprüfen. jugendschutz.net verfügt über ein engmaschiges Netzwerk mit Partnern im Ausland ( > [INACH](#) und > [INHOPE](#) ) und versucht, im Kontakt mit ausländischen Providern grenzüberschreitende Lösungen voranzubringen.

## DEUTSCHER WERBERAT

> [Weblink](#)

Der Werberat ist eine Institution der 40 vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) vertretenen Organisationen der werbenden Firmen, Medien, Agenturen, Werbeburden 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 FERNSEHEN E. V. (FSF)

> [Weblink](#)

Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) ist ein gemeinnütziger Verein nahezu aller privater Fernsehanbieter in Deutschland. Die Prüfer der FSF entscheiden vor der Ausstrahlung von Fernsehprogrammen über die sachgerechte Programmierung. Die Prüfausschüsse der FSF bestehen aus unabhängigen Fachleuten, die im Bereich der (Medien-) Pädagogik, der Psychologie oder der Jugendhilfe arbeiten und ehrenamtlich in den Ausschüssen tätig sind.

# „DIE PROGRAMMBEOBACHTER BEI FACEBOOK“

Ist Facebook der geeignete Ort, um mit Menschen (auch kritisch) über Medieninhalte ins Gespräch zu kommen?

Das hat sich auch ein Team der LfM gefragt...  
...und „Ja!“ gesagt.

Eine der entscheidenden Aufgaben der LfM ist es, private TV- und Radiosender sowie das Internet im Blick zu behalten. Das gelingt einem nicht ausschließlich durch eigene Beobachtungen. Deswegen ist es wichtig, mit Zuhörern, Zuschauern und Internetnutzern ins Gespräch zu kommen.

Genau das soll über die Facebook-Seite > [Die Programmbeobachter](#) passieren.

Seit Mitte Oktober sind „Die Programmbeobachter“ online, und mittlerweile sind über 8.000 Menschen dabei.

Ziele der Seite sind neben der Diskussion über aktuelle Sendeformate, die Information über aktuelle Debatten sowie die Aufklärung über die jeweiligen Hintergründe.

Diskutiert wurden bisher u. a. Themen wie „Kinder bei Fernsehproduktionen“, „Politischer Talk im Privatfernsehen“, „Scripted Reality“, Werbekennzeichnungen oder auch das Thema „Inszenierungen in Castingshows“.

Auch konkrete Beschwerden und Hinweise können über diesen Kanal (über einen eigens dafür angelegten Beschwerdebutton) an die LfM gesendet werden.

Unbedingt reinschauen und mitdiskutieren!



# „SANDRA STEHT AUF BESONDERS BILLIG“

**Veranstalter:** diverse  
**Sendedatum:** bspw. 18.11.2012  
**Sendezeit:** Tagesprogramm

**„Heute haben wir erstmals den aktuellen Werbespot der Firma redcoon.de gesehen. Wir waren angewidert von der überaus sexistischen, fast schon pornografischen Darstellung der „billigen“ Leistung des Unternehmens. Wir bitten, die Untersagung der Ausstrahlung zu prüfen.“**

Zum Inhalt des Werbespots: Nacheinander treten die mit Reizen nicht geizenden Protagonistinnen Micaela Schäfer, Gina-Lisa Lohfink, Sandra Lang und Jordan Carver in äußerst knappen Bademoden in sonniger Poolatmosphäre auf. Die Bilder werden begleitet von Aussagen wie „So viel billig gab’s noch nie“, Micaela steht auf mega billig“, „Sandra steht auf besonders billig“, „Jordan steht auf extrem billig“, „Gina-Lisa steht auf super billig“ und „So viel billig gab’s noch nie“. Der Spot schließt mit „Redcoon.de, die riesige Elektronikauswahl im Netz. Kauf online, kauf auf redcoon.de“

Auch beim > [Deutschen Werberat](#) gingen schon in der ersten Woche nach Kampagnenstart zahlreiche Beschwerden ein.

Wie bereits in der zweiten Ausgabe des Prüfreports berichtet, sollen sich Verbraucher auch dann gegen Inhalte von Werbung wehren können, wenn bspw. Werbespots rechtlich nicht zu beanstanden sind. Diese Funktion erfüllt der Deutsche Werberat.

Die Landesmedienanstalten müssen, um eine Beanstandung und Untersagung aussprechen zu können, einen Rechtsverstoß feststellen. Dabei kann es sich im vorliegenden Beispiel um einen potenziellen Verstoß gegen den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag handeln.

Nach den Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags wird davon ausgegangen, dass bestimmte Inhalte die Entwicklung von

Kindern und Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit beeinträchtigen können.

Derartige Darstellungen im Fernsehen erfordern möglicherweise einen bestimmten Erfahrungshorizont und können daher von ihnen schlecht oder gar nicht verarbeitet werden. 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.

Dabei wird überprüft, ob es sich um Gewaltdarstellungen handelt, die zu nachhaltigen Ängstigungen führen können oder Sexualdarstellungen, die außergewöhnliche Sexualpraktiken ansprechen. Werden stereotype Geschlechterrollen mit diskriminierenden Verhaltensmustern gezeigt? Erfolgt eine Vermittlung problema-

tischer Rollenbilder oder die Verknüpfung von Sexualität und Gewalt?

Aufgrund der Gestaltung des Werbespots sowie der Protagonistenauswahl kann von keiner besonders kindaffinen Darstellung gesprochen werden. In der Tat handelt es sich insgesamt aufgrund der Bild-Text-Kombination um keine vorbildhafte Darstellung der Frau, allerdings ist diese aufgrund der Kürze sowie der Überzeichnung nicht ausreichend, um einen Verstoß gegen jugendmedienschutzrechtliche Bestimmungen festzustellen. Eine möglicherweise kurzfristige Verstörung jüngerer Zuschauer sowie die potenzielle Übernahme problematischer Frauenbilder nach Rezeption des Spots sind hier nach Ansicht der LFM nicht zu erkennen.

Der Werbespot hat seitens der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) eine Freigabe für das Tagesprogramm erhalten.

Auch der Deutsche Werberat sieht keine Veranlassung für eine Beanstandung. Die Einstufung von Frauen als „billig“ dürfte nach Ansicht des Werberats selbstverständlich generell als äußerst fragwürdig gelten. Diese Bezeichnung werde jedoch durch das Spiel mit der Doppeldeutigkeit des Wortes im Hinblick auf die von dem Unternehmen vertriebene besonders günstige Elektronik gemildert. Entscheidend war für den Deutschen Werberat, dass die Werbemaßnahme nicht darauf abziele, allgemein ein billiges Frauenbild zu kommunizieren. Vielmehr habe das werbungstreibende Unternehmen für seine Kampagne Frauen ausgewählt, die sich selbst ein Image als erotische und etwas einfältige „It-Girls“ geschaffen haben und dieses selbstironisch und satirisch in eigener Regie auf die Spitze treiben.

# „SIND WERBEEINBLENDUNGEN AUSSERHALB DER EIGENTLICHEN WERBEBLÖCKE ERLAUBT?“

Veranstalter: VOX  
Sendedatum: 11.12.2012  
Sendezeit: Abendprogramm

„Es werden immer mehr zusätzliche Werbesendungen zwischen den eigentlichen Werbeblöcken, also im restlichen Film übertragen. Das kann doch nicht rechtens sein!“

Zusätzliche Werbeeinblendungen auch außerhalb der eigentlichen Werbeinseln hat der Gesetzgeber über § 7 Absatz 4 Rundfunkstaatsvertrag seit einigen Jahren erlaubt. Hierunter ist die parallele Ausstrahlung redaktioneller und werblicher Inhalte zu verstehen („Split Screen“), also etwa die gleichzeitige Ausstrahlung eines Filmabschnitts und eines Werbespots oder eines Programmhinweises und eines Werbespots. Diese Werbeform ist rechtlich zulässig und wird sowohl von privaten Veranstaltern als auch von ARD und ZDF häufig genutzt, um außerhalb der Werbeblöcke zusätzlich Werbespots zu schalten.

Diese sogenannte Split Screen-Werbung ist dann zulässig, wenn die Werbung durch ein Werbeologo gekennzeichnet wird.

Außerdem werden auch diese Spots auf die bindende Höchstmenge an Werbung von 12 Minuten pro Stunde angerechnet.

Da es sich im vorliegenden Fall um gekennzeichnete und im zeitlichen Rahmen befindende Werbung handelt, war der Unmut des Zuschauers zwar zu verstehen, der Rundfunkinhalt jedoch nicht zu beanstanden.

# „SCHAU MAL REIN, IST LUSTIG!“

Angebot: pornografischer Zeichentrickfilm bei YouTube

Eingang: 19.11.2012

[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 des Angebotes verzichtet.]

„Heute erhielt ich im Büro eine der üblichen „Schau mal rein, ist lustig!“ - E-Mails. Als ich mir den verlinkten YouTube-Beitrag anschaute, war ich doch überrascht. Nach meiner Einschätzung ist das Pornografie. Ich möchte nicht, dass meine Kinder dieses Video, was zudem noch comicartig aufgemacht ist, zu sehen bekommen.“

Der Hinweis bezog sich auf einen kurzen bei YouTube verfügbaren Zeichentrickfilm. Bereits nach wenigen Sekunden wurden darin pornografische Sequenzen gezeigt.

Pornografische Inhalte sind im Internet nach deutschem Recht nur dann ausnahmsweise zulässig, wenn von Seiten des Anbieters durch das Einrichten einer geschlossenen Benutzergruppe sichergestellt ist, dass die Inhalte nur Erwachsenen zugänglich gemacht werden. Der Zeichentrickfilm war frei zugänglich.

Eine Weiterleitung über >[jugend-schutz.net](#) an die Plattform YouTube führte zur Entfernung bzw. Sperrung des entsprechenden Beitrags sowie weiterer ähnlich angelegter Zeichentrickfilme.

# „AUTOMATISCH ZU PORNOSEITE WEITERGELEITET!“

Angebot: www.\*\*.de  
Eingang: 07.12.2012

[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.]

„Meine Tochter wollte sich heute über ihr iPad über einen Sender informieren und wurde beim Aufruf der Internetseite automatisch zu einer russischen Pornoseite weitergeleitet!“

Eine Überprüfung seitens der LfM ergab, dass der geschilderte Sachverhalt ausschließlich beim Aufrufen der Domain über den Webbrowser Safari erfolgte.

Aufgrund dessen hat sich die LfM mit einem entsprechenden Hinweis an die Verantwortlichen gewandt. Die Reaktion des Veranstalters bestätigte die Vermutung der LfM: Es handelte sich hierbei um einen tiefgreifenden Hack der Webseite des Veranstalters. Die Verantwortlichen kündigten an, die Seite schnellstmöglich zu ersetzen sowie Strafanzeige gegen die Hacker zu erstatten.

Aktuell erfolgt keine Weiterleitung zu potenziell problematischen Inhalten, sondern der zu erwartende Aufruf der Senderseite.

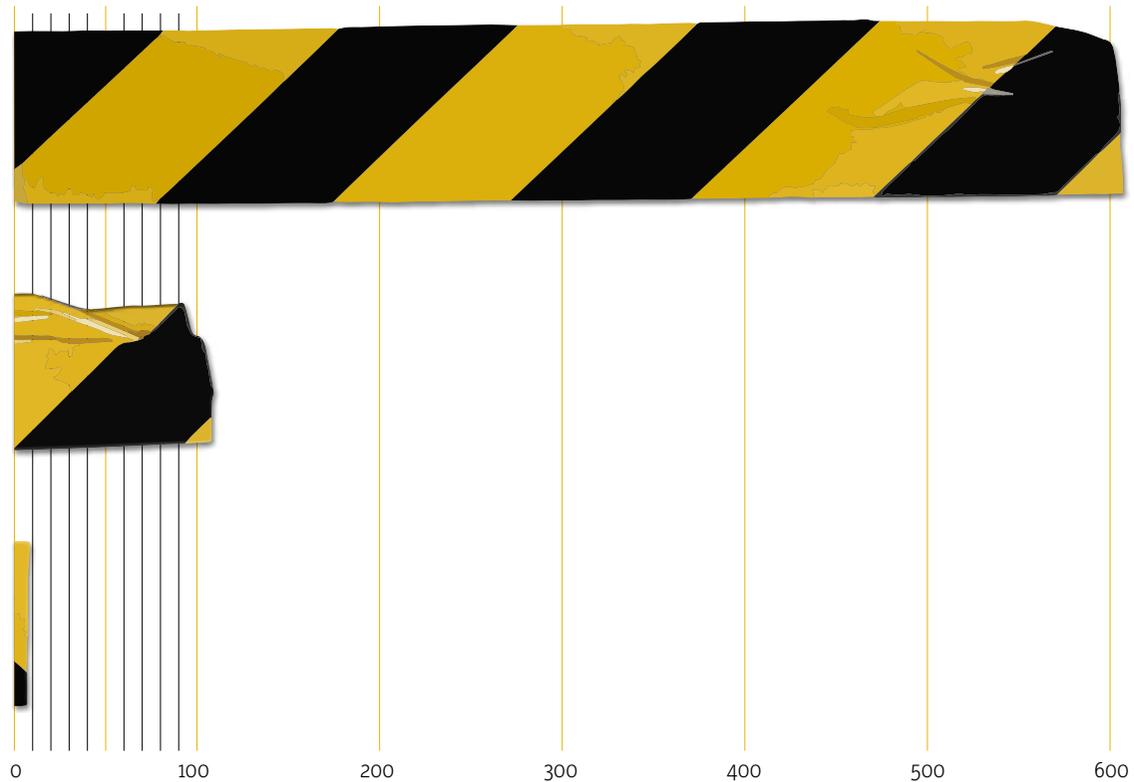
# JAHRESSTATISTIK

## BESCHWERDEN IM JAHR 2012

**FERNSEHEN**  
**607**

**INTERNET**  
**104**

**RADIO**  
**9**



## 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](http://www.lfm-nrw.de)  
[info@lfm-nrw.de](mailto: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](http://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

Dezember 2012