

AUSGABE

04 2014

# PRÜFREPORT

DER LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NORDRHEIN-WESTFALEN (LFM)

- > BARRIEREFREI FERNSEHEN S.06
- > WIE VIEL WERBUNG IST ERLAUBT? S.07
- > WERBUNG BEI YOUTUBE S.11

# INHALT

EINLEITUNG	03
RECHTLICHES RÜSTZEUG	04
WHO IS WHO	05
„BARRIEREFREI FERNSEHEN“ – WAS HEISST DAS?	06
<b>BESCHWERDEN TV &amp; RADIO</b>	
„WIE VIEL WERBUNG IST ERLAUBT?“	07
VERHARMLOSUNG ODER VERHERRLICHUNG VON GEWALT?	08
<b>BESCHWERDEN INTERNET</b>	
„ANBIETER SCHEINT KEIN DEUTSCHER ZU SEIN!“	09
ANZEIGEPFLICHT VON INTERNETRADIOS	10
WERBUNG BEI YOUTUBE	11
<b>JAHRESSTATISTIK BESCHWERDEN IM JAHR 2014</b>	12
SCHLUSSWORT	13
IMPRESSUM	14

# 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 NRW (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, der Werbung sowie Impressumsangelegenheiten.

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

## DEUTSCHER SCHWERHÖRIGENBUND E.V. (DSB)

> [Weblink](#)

Der Deutsche Schwerhörigenbund e.V. (DSB) ist eine der großen Behinderten-Selbsthilfe-Organisationen in der Bundesrepublik Deutschland und zugleich auch eine der ältesten. Der DSB vertritt als bundesweit arbeitende Selbsthilfeorganisation die Interessen schwerhöriger und ertaubter Menschen in sozialer, medizinischer, technischer und rechtlicher Hinsicht.

## DIE GESAMTKONFERENZ DER MEDIENANSTALTEN

> [Weblink](#)

Die Gesamtkonferenz ist der Zusammenschluss von Direktorenkonferenz und Gremiovorsitzendenkonferenz der Landesmedienanstalten. In der Gesamtkonferenz werden Fragen der Programmentwicklung des privaten Hörfunks und Fernsehens beraten. Hier werden Angelegenheiten beschlossen, die für das Duale Rundfunksystem von grundsätzlicher medienpolitischer Bedeutung sind. Zudem vermittelt die GK bei etwaigen Kompetenzkonflikten zwischen den Kommissionen.

## FLIMMO

> [Weblink](#)

Der FLIMMO ist ein Projekt des Vereins Programmberatung für Eltern e.V. und bietet Eltern und Erziehenden konkrete Orientierungshilfe bei der Fernseherziehung ihrer Kinder. FLIMMO bespricht das aktuelle Fernsehprogramm und gibt Tipps zur Fernseherziehung. Bewertet werden Sendungen, die 3- bis 13-jährige Mädchen und Jungen gerne sehen oder mit denen sie als Mitseher in Berührung kommen. Die Einschätzungen von FLIMMO helfen bei der altersgerechten Auswahl.

## 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 u. a. im Bereich der (Medien-) Pädagogik, der Psychologie oder der Jugendhilfe arbeiten und ehrenamtlich in den Ausschüssen tätig sind.

KJM bewertet weitere Konzepte zur Altersverifikation für geschlossene Benutzergruppen im Internet positiv:

> [Weblink](#)

Entscheidungen der ZAK vom 16. Dezember 2014:

> [Weblink](#)

Programmbeanstandungen der ZAK von November 2014:

> [Weblink](#)

Gesamtstrategie für technischen Jugendmedienschutz gefordert:

> [Weblink](#)

# „BARRIEREFREI FERNSEHEN“ – WAS HEISST DAS?

**Barrierefreiheit im Fernsehen aber auch innerhalb von Internetseiten ist immer wieder Thema des öffentlichen Diskurses. Was muss, was soll, was kann?**

Fernsehveranstalter sollen gemäß RStV „über ihr bereits bestehendes Engagement hinaus im Rahmen ihrer technischen und finanziellen Möglichkeiten barrierefreie Angebote vermehrt aufnehmen.“ Das heißt, nichts muss, viel soll. Aber was heißt das eigentlich und was wird aktuell gemacht?

## **Recht der freien Meinungsäußerung, Meinungsfreiheit und Zugang zu Informationen**

Gemäß Artikel 21 der UN Behindertenrechtskonvention (UN BRK) erkennen die Vertragsstaaten das Recht der freien Meinungsäußerung, Meinungsfreiheit und Zugang zu Informationen an. Der Zugang zu Informationen ist eine wichtige Voraussetzung, damit Menschen mit Behinderungen ihr Recht aus Artikel 21 wahrnehmen und sich ihre Meinung bilden können. > [Weblink](#)

Bei der Barrierefreiheit im Fernsehen geht es um einen gleichberechtigten und freien Zugang zu Unterhaltungsfilmern, Diskussionsrunden, Dokumentationen etc. für sehbehinderte und hörgeschädigte Menschen. Nach Angaben des Deutschen Schwerhörigenbundes gibt es allein etwa 80.000 Gehörlose und 16 Millionen Schwerhörige in der Bundesrepublik. > [Weblink](#) Ca. 140.000 Menschen sind auf einen Gebärdensprach-Dolmetscher angewiesen.

## **Gebärdensprache, Untertitel und Audiodeskription im TV**

Barrierefreie Angebote gibt es bereits in der heutigen Fernsehlandschaft. So wird die Barrierefreiheit für Hörgeschädigte mit Hilfe von Gebärdensprache und Untertiteln sowie für Sehbehinderte durch den Einsatz von Audiodeskription (Hörfilmfassungen) ermöglicht.

Allerdings besteht beim Ausbau der Barrierefreiheit durchaus noch Nachholbedarf. Zwar integriert der öffentlich-rechtliche Rundfunk immer mehr barrierefreie Sendungen in sein Programm, jedoch ist das Engagement einiger privater Rundfunkveranstalter gemäß einer aktuellen Überprüfung der Gesamtkonferenz der Medienanstalten in diesem Themenfeld durchaus ausbaufähig. > [Weblink](#) Dies mag daran liegen, dass barrierefreie Angebote aufgrund der aufwendigen Verfahren einen hohen personellen und finanziellen Aufwand verursachen, den die privaten Rundfunkveranstalter im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk allein über Werbeeinnahmen refinanzieren müssen. Seit 2013 werden auch sehbehinderte und hörgeschädigte Menschen beim Rundfunkbeitrag zur Kasse gebeten.

## **Großbritannien ein Vorbild**

Der Vergleich mit anderen Ländern wie beispielsweise Großbritannien, den Niederlanden und Österreich zeigt, dass diese Länder in puncto Barrierefreiheit im Fernsehen deutlich weiter sind. So werden beim britischen Fernsehsender BBC bereits 100% der Sendungen Untertitelt und zahlreiche Sendungen mit Gebärdensprache und Audiodeskription angeboten. > [Weblink](#) Die deutschen Fernsehsender haben jedoch ihre Bereitschaft zum weiteren Ausbau der Barrierefreiheit signalisiert.

## **Die Medienanstalten bleiben am Ball**

Auch die LfM engagiert sich, um barrierefreies Fernsehen voranzutreiben. So hat die LfM bereits im Jahr 2012 erste Gespräche mit Vertretern privater Rundfunkveranstalter geführt sowie im April 2013 Vertreter

von Betroffenenverbänden, von Programmzeitschriften, Landesmedienanstalten, der Wissenschaft sowie dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. eingeladen, um im Rahmen eines Runden Tisches über die derzeitige Situation und die Perspektiven zu diskutieren. > [Weblink](#) Die Medienanstalten haben außerdem im Herbst 2014 eine Studie zur „Mediennutzung von Menschen mit Behinderungen“ öffentlich ausgeschrieben, die erstmalig die Nutzerperspektive genauer beleuchten soll. > [Weblink](#)

**Fazit:**  
**Was nicht muss, sollte trotzdem.**

# „WIE VIEL WERBUNG IST ERLAUBT?“

Veranstalter: VOX  
Sendung: The Green Mile  
Sendedatum: 09.10.2014  
Sendezeit: 20:15 Uhr

„Die Anzahl der Werbeunterbrechungen ist eine Frechheit!“

Immer wieder erreichen die LfM Beschwerden und Anfragen hinsichtlich der Anzahl und der Dauer von Werbeunterbrechungen im Fernsehprogramm. Die hierzu maßgeblichen Vorschriften sind im Rundfunkstaatsvertrag enthalten und werden durch die Werberichtlinie der Landesmedienanstalten ergänzt. > [Weblink](#)  
Darin ist vorgeschrieben, dass die zulässige Werbehöchstdauer maximal 12 Minuten pro Stunde beträgt. Die Hinweise der Fernsehsender auf eigene Programme und Sendungen fallen nicht unter den Begriff der Werbung, sodass sie nicht auf die Werbezeit angerechnet werden.

Neben der Werbedauer ist auch die zulässige Anzahl der Werbeunterbrechungen geregelt, welche sich nach der Sendelänge der jeweiligen Ausstrahlung richtet. Nach dem Rundfunkstaatsvertrag dürfen Filme für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Werbung unterbrochen werden. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die sog. Splitscreen-Werbung, also die kurzen Werbespots, die zeitgleich mit einem redaktionellen Inhalt (wie zum Beispiel einer Programmvorschau) gesendet wird, nicht zur Anzahl der Werbeunterbrechungen addiert wird.

Im vorliegenden Fall handelte es sich um den Spielfilm „The Green Mile“, der bei VOX zwischen 20:15 Uhr und 23:55 Uhr ausgestrahlt worden war und demnach eine Sendelänge von 220 Minuten hatte. Die Überprüfung der LfM hat ergeben, dass sowohl die mögliche Anzahl der Werbeunterbrechungen als auch die zulässige Dauer der Werbeminuten nicht überschritten worden sind. Während des hier gegenständlichen Films gab es sieben der oben beschriebenen Splitscreen-Spots, weshalb durchaus nachvollziehbar ist, dass beim Zuschauer der Eindruck entstehen kann, dass zu viel Werbung ausgestrahlt worden sei.

Ein Verstoß gegen werberechtliche Regelungen lag jedoch nicht vor.

# VERHARMLOSUNG ODER VERHERRLICHUNG VON GEWALT?

Veranstalter: VOX  
Sendung: Kill Bill Volume 1  
Sendedatum: 13.11.2014  
Sendezeit: 22:15 Uhr

„Der Film wurde als „nicht für Jugendliche unter 16 Jahren geeignet“ angekündigt. Nach meinen Kenntnissen ist der Film, gemäß FSK, erst ab 18 Jahren freigegeben. Wenn dies so ist, ist der Film falsch angekündigt worden und hätte erst ab 23:00 Uhr gesendet werden dürfen.“

Die Beschwerde richtete sich gegen den Actionfilm „Kill Bill Volume 1“, der am 13.11.2014 ab 22:15 Uhr auf VOX ausgestrahlt wurde. Die Kinofassung des Films wurde von der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) geprüft und erhielt die Altersfreigabe „Keine Jugendfreigabe“ (FSK 18). Der Beschwerdeführer beanstandete die Ausstrahlung des Films vor 23:00 Uhr.

Die Sendezeitbeschränkungen für Fernsehprogramme sind im JMStV geregelt und nach Altersklassen gestaffelt (vgl. § 5 Abs. 4 JMStV). Grundsätzlich ist es richtig, dass Filme mit einer Altersfreigabe ab 18 Jahren aus Jugendschutzgründen erst ab 23 Uhr im deutschen Fernsehen ausgestrahlt werden dürfen. Die Fernsehsender haben allerdings vor der Ausstrahlung die Möglichkeit, den Film der für Fernsehsendungen zuständigen Freiwilligen Selbstkont-

rolle Fernsehen (FSF) zur Begutachtung vorzulegen. Die FSF prüft den Film und erteilt dann eine entsprechende Freigabe für eine bestimmte Sendezeit. Sie kann die Freigabe aber auch unter der Bedingung bestimmter Schnittauflagen erteilen.

Genauso hat es sich im Fall von „Kill Bill Volume 1“ ereignet. Der zugrundeliegende Film wurde der FSF in einer gegenüber der Kinofassung um drastische Gewaltdarstellungen gekürzten Fassung zur Begutachtung vorgelegt. Nach Auffassung der FSF konnte in der vorgelegten Schnitfassung aufgrund der vorgenommenen Entschärfung sowie der Berücksichtigung der Rezeptions- und Sehgewohnheiten und Medienkompetenz von 16-jährigen Heranwachsenden kein Risiko für eine nachhaltige Verharmlosung oder Verherrlichung von Gewalt gesehen werden. Deshalb konnte aufgrund

der Kürzungen von der Verpflichtung zur Ausstrahlung innerhalb der eigentlich vorgesehenen Sendezeit für Filme, die entwicklungsbeeinträchtigend für Jugendliche unter 18 Jahren sind, abgewichen werden und die FSF genehmigte eine Ausstrahlung der Schnitfassung ab 22:00 Uhr.

Da sich der Fernsehsender VOX an diese Freigabe gehalten hat, den gekürzten Film erst ab 22:15 Uhr ausgestrahlt und folgerichtig als „für Jugendliche unter 16 Jahren nicht geeignet“ gekennzeichnet hat sowie seitens der LfM keine Überschreitung des Beurteilungsspielraums durch die FSF festgestellt werden konnte, stellt die Ausstrahlung keinen Verstoß gegen jugendmedienschutzrechtliche Bestimmungen dar.

# „ANBIETER SCHEINT KEIN DEUTSCHER ZU SEIN!“

**Angebot:** www.fakeseite.de  
**Problem:** Telemedienangebote mit Sitz im Ausland  
**Eingang:** 06.10.2014

**„Die Internetseite enthält frei zugängliche Pornografie. Anbieter scheint aber kein Deutscher zu sein. Ist das trotzdem erlaubt, obwohl sich das Angebot offensichtlich an das deutsche Publikum richtet?“**

Immer wieder gehen bei der LfM Beschwerden über unzulässige Internetangebote ein, bei denen der Domain-Inhaber seinen Sitz im Ausland hat. Dies stellt die LfM vor große Herausforderungen, da die unmittelbaren Handlungsmöglichkeiten aufgrund der abweichenden länderspezifischen Gesetze begrenzt sind. In der Regel ist die Verfolgung ausländischer Anbieter nicht möglich bzw. ein formelles Verfahren sehr langwierig.

Ergibt die Überprüfung der LfM jedoch, dass der Hostprovider (d. h. derjenige, der für den Domain-Inhaber fremde Informationen speichert und somit die technische Infrastruktur für den Betrieb des Internetangebots bereitstellt) seinen Sitz in Deutschland hat, so ergeben sich daraus Eingriffsmöglichkeiten für die LfM. Nach § 10 des Telemediengesetzes (TMG) > [Weblink](#) ist nämlich der Hostprovider ab dem Zeitpunkt

der Kenntnis von einem Verstoß verpflichtet, die unzulässigen Inhalte nicht mehr zugänglich zu machen. Andernfalls kann der Hostprovider als sog. Störer selbst für die unzulässigen Inhalte haftbar gemacht werden.

In den Fällen, in denen der Hostprovider ermittelt werden kann und seinen Sitz in Deutschland hat, kann die LfM durch ein Informationsschreiben an den Hostprovider mit konkreten Hinweisen über das bei ihm gespeicherte unzulässige Internetangebot dafür Sorge tragen, dass er über den Verstoß Kenntnis erlangt. Dies führt in der Regel dazu, dass der Hostprovider umgehend den Zugang zu den unzulässigen Internetangeboten sperrt, oder diese sogar ganz entfernt. Insgesamt stellt diese Vorgehensweise damit eine wirksame informelle Lösung für das Problem von unzulässigen Internetangeboten mit Auslandsbezug dar.

Sitzt auch der Hostprovider im Ausland bzw. lassen sich nähere Anbieterangaben nicht ermitteln, so bleibt lediglich der Weg über die Indizierung des Angebots. Hiermit wird zumindest der Zugang zu den Inhalten wesentlich erschwert.

Im vorliegenden Fall sperrte der Hostprovider nach dem Informationsschreiben die betroffene Webseite.

# „WIE IST WERBUNG BEI YOUTUBE REGLEMENTIERT?“

**Angebot:** YouTube-Kanal mit Kosmetiktipp

**Problem:** unzulässige Produktplatzierung

**Eingang:** 30.10.2014

„Bei einem Video innerhalb dieses YouTube-Kanals ist mir eine ungekennzeichnete Platzierung aufgefallen, die überhaupt nichts mit dem eigentlichen Thema zu tun hat und ich hier deshalb Schleichwerbung vermute.“

Der Anlass für die eingegangene Beschwerde war ein Video innerhalb eines YouTube-Kanals, welches sich auf die Weitergabe von Kosmetiktipp spezialisiert hat.

In zahlreichen Videos gibt die Kanal-Betreiberin Tipps zu Lidschatten, Concealer, Puder und Co. Im gegenständlichen Video war darüber hinaus die Integration eines Joghurt-Bechers sehr auffällig. Der Deckel mit dem Produktnamen, der Becher sowie der Inhalt wurden für mehrere Sekunden von der Kamera fokussiert.

Ein Hinweis, dass es sich evtl. um einen werblichen Hintergrund handelt, erfolgte an keiner Stelle.

Bereits im Frühjahr 2014 hatten die Medienanstalten auf Beispiele dieser Art in zahlreichen YouTube-Kanälen sowie einen notwendigen Handlungsbedarf hingewiesen.

Im TV ist Werbung streng reglementiert. Auf Websites ist bspw. lediglich eine deutliche Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt vorgeschrieben. Bei fernsehähnlichen Inhalten ist hingegen eine explizite Kennzeichnung zwingend erforderlich.

Vielen, insbesondere jüngeren, YouTube-Kanal-Betreibern ist die Problematik nicht bewusst.

Im konkreten Fall hat sich die LfM an die Kanal-Betreiberin gewandt und auf das Problem hingewiesen.

Dieses Themenfeld eröffnet definitiv noch weiteren Klärungsbedarf.

# ANZEIGEPFLICHT VON INTERNETRADIO

**Angebot:** Internetradio  
**Problem:** bei der LfM nicht  
angezeigtes Internetradio  
**Eingang:** 13.11.2014

„Auf Ihrer Seite heißt es, Voraussetzung für eine Anzeigepflicht sei die technische Möglichkeit, dass 500 und mehr Internetnutzer das Programm gleichzeitig hören können. Das von mir genannte Internetradio findet sich nicht in Ihrer Liste. Ich bitte um Klärung.“

Internetradios, die im sog. Streaming-Verfahren verbreitet werden und 500 und mehr Hörern technisch zugänglich sind, sind seit dem Inkrafttreten des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags am 1. Juni 2009 nicht mehr genehmigungs-, sondern nur noch anzeigepflichtig. Maßgeblich für eine Anzeigepflicht ist dabei die technische Möglichkeit, dass 500 und mehr Internetnutzer das Programm gleichzeitig hören können. Darauf, wie viele Hörer das Programm tatsächlich hören, kommt es dagegen nicht an.

Ausweislich der vom Beschwerdeführer benannten Internetseite besteht zeitgleich für 500 Nutzer die Möglichkeit, den angebotenen Stream zu verfolgen. Somit ist eine Anzeige > [Weblink](#) verpflichtend vorzunehmen. Bei weniger als 500 Nutzern ist selbstverständlich eine freiwillige Anzeige möglich.

Die LfM hat den Anbieter darauf hingewiesen. Sofern das Internetradio alle Voraussetzungen erfüllt, wird es in die Liste der angezeigten Internetradios bei der LfM aufgenommen.

Darüber hinaus ist die Impressumspflicht zu beachten. Da die konkrete Internetseite nicht nur zu rein privaten Zwecken betrieben wird, ist der Anbieter verpflichtet, ein Impressum vorzuhalten. Das Impressum muss die Angaben der §§ 55 Abs. 1 RStV, 5 TMG enthalten. Da es sich bei dem Internetradio auch um ein journalistisch-redaktionell gestaltetes Angebot handelt, muss auch ein Verantwortlicher gem. § 55 Abs. 2 RStV mit Angabe des Namens und der Anschrift benannt werden. Werden mehrere Verantwortliche benannt, so ist kenntlich zu machen, für welchen Teil des Dienstes der jeweils Benannte verantwortlich ist. Als Verantwortlicher darf nur benannt werden, wer

seinen ständigen Aufenthalt im Inland hat, nicht in Folge Richterspruchs die Fähigkeit zur Bekleidung öffentlicher Ämter verloren hat, voll geschäftsfähig ist und unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden kann.

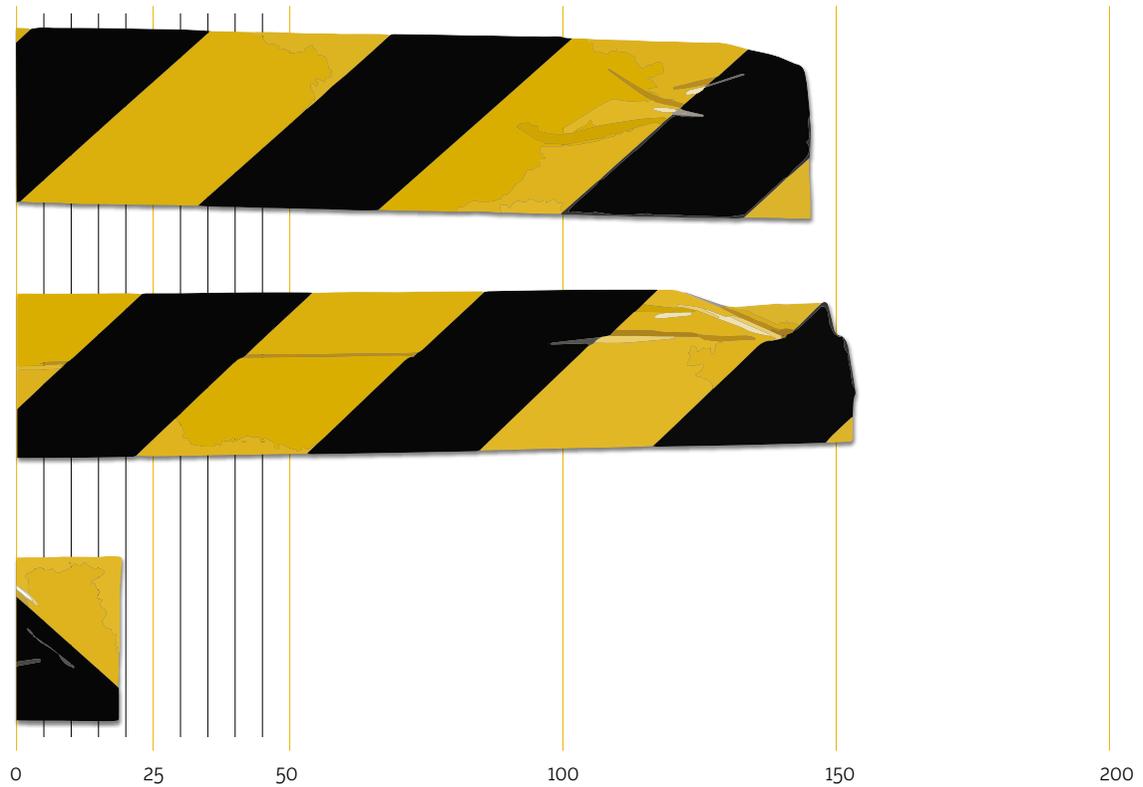
# JAHRESSTATISTIK

## BESCHWERDEN IM JAHR 2014

**FERNSEHEN**  
**145**

**INTERNET**  
**153**

**RADIO**  
**19**



## SCHLUSSWORT

**INSGESAM 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)

## Stabstelle Presse & Öffentlichkeitsarbeit

Verantwortlich: Dr. Peter Widlok

## Abteilung Regulierung

Verantwortlich: Holger Girbig  
Redaktion: Barbara Banczyk  
Gastautorin: Jennifer Goedeke

## Gestaltung

Fritjof Wild, [serviervorschlag.de](http://serviervorschlag.de)



Diese Publikation steht unter der Creative-Commons-Lizenz **BY-NC-ND 4.0 DE**, d. h. die unveränderte, nichtkommerzielle Nutzung und Verbreitung der Inhalte auch in Auszügen ist unter Namensnennung der Autoren sowie Angabe der Quelle LfM NRW und der Webseite [www.lfm-nrw.de](http://www.lfm-nrw.de) erlaubt.

Weitere Informationen unter: > <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Über die in der Lizenz genannten hinausgehende Erlaubnisse können auf Anfrage durch den Herausgeber gewährt werden. Wenden Sie sich dazu bitte an [info@lfm-nrw.de](mailto:info@lfm-nrw.de).

## Stand

Dezember 2014