

# **HINGUCKER**

**BEISPIELE AUS DER PRÜFPRAXIS  
DER MEDIANANSTALT  
HAMBURG/SCHLESWIG-HOLSTEIN (MA HSH)**

## LIEBE LESERINNEN UND LESER,

rechtsradikale Musik auf YouTube, Waterboarding-Selbstversuch auf einer Senderhomepage und Schleichwerbung in Kochvideos – im „Hingucker“ geht's wieder ans Eingemachte.

Wir haben neue Fälle aus der Aufsichtspraxis der MA HSH zusammengetragen - Internetangebote rücken hier immer stärker in den Fokus. Dabei stoßen wir auf altbekannte, aber auch auf neue Phänomene und Grauzonen: Wo endet freie Meinungsäußerung und fängt Hetze an? Dürfen Produktnamen in Videos

gezeigt werden oder ist das schon Werbung? Wenn auch Sie im Internet, im Fernsehen oder im Radio auf problematische Inhalte aufmerksam werden, dann melden Sie sie bei uns!

Über unsere aktuellen Fälle informieren wir Sie jetzt auch unabhängig vom Hingucker auf der [MA HSH-Homepage](#). Gucken Sie auch hier mit uns genauer hin.

Ihr Thomas Fuchs

Direktor der MA HSH

## INHALT

---

### FERNSEHEN

**Kann das erlaubt sein?**

**Telefonsexanzeigen im Teletext** ..... 3

**Grusel-Trailer im Kinderprogramm** ..... 4

### INTERNET

**Waterboarding im Selbstversuch**

**eines Radiomoderators** ..... 5

**Pornodarstellerin – ein toller Job?**

**Jugendschutzprobleme**

**bei einem YouTube-Interview** ..... 6

**Kochen auf YouTube: Rezept für**

**Schleichwerbung?** ..... 7

**SM-Partys in der „Unterwelt“: Kein Zutritt**

**unter 18 Jahren!** ..... 8

**Nein zu rechtsradikalen Musikvideos!** ..... 10

**Der Mix macht's! Wenn Kritik zu unzulässiger**

**Hetze wird** ..... 12

## KANN DAS ERLAUBT SEIN? TELEFONSEXWERBUNG IM TELETEXT

**ANGEBOT:**  
Teletext-Seiten des  
Fernsehsenders  
Hamburg 1

„Im Teletext von Hamburg 1 wird schon nachmittags Werbung für Sex und Erotik gemacht. Das sollte doch nicht erlaubt sein“. Die Prüfung dieser Beschwerde ergab: Unter bestimmten Bedingungen ist das erlaubt. Denn im Teletext gelten etwas andere Jugendschutzregeln als im Fernsehen.

Die Beschwerde des Zuschauers war durchaus verständlich, denn das Teletext-Angebot von Hamburg 1 ist – genau wie bei vielen anderen Sendern - voll von Telefonsex-Anzeigen. „XXX ohne Anlaufzeit“, „Heißer XXX 20+“, „SMS-Chat mit Camfrauen Live“: Mit solchen Texten wird bereits auf der Eingangsseite des Teletext-Angebots von Hamburg 1 auf entsprechende Teletext-Seiten verwiesen.

Die Prüfung ergab jedoch, dass die Anzeigen im Teletext von Hamburg 1 recht zurückhaltend gestaltet sind.

„Heißer Telefonservice! Kontakt zu Frauen – Diskret und unkompliziert“, „Frauen aus ganz Deutschland suchen den schnellen Kontakt. Heiße Telefonerotik für nur 99 ct!“, „Du bist ein Mann. Ich bin eine Frau. Ruf'an!“, „Hey, Männer: Zwei heiße Frauen bringen Euch richtig auf Touren“, „Live XXX für nur 50 Cent“

Solche Texte stellen Sexualität indirekt

als schnell verfügbare Ware dar, die jederzeit für wenig Geld zu haben ist. Sie sind jedoch sehr allgemein und wenig konkret formuliert. Sexdarstellungen sind nicht enthalten. Solche allgemeinen Formulierungen können Leser ab 12 Jahren nicht nachhaltig negativ beeinflussen. Kinder dieser Altersstufe verfügen bereits über eine gewisse Kritikfähigkeit. Sie sind zumindest bei solchen Texten nicht mehr in der Gefahr, das Bild von Sexualität als schnell verfügbarer Ware unkritisch zu übernehmen und es für allgemein gültig zu halten.

Bei Kindern unter 12 Jahren kann dies noch nicht vorausgesetzt werden. Es besteht daher die Gefahr, dass sie ein problematisches Bild von Sexualität übernehmen.

Fernsehveranstalter müssen bei der Wahl der Sendezeit für solche Inhalte dem Wohl jüngerer Kinder Rechnung tragen. Warum sind die Telefonsex-Anzeigen im Teletext dann trotzdem schon tagsüber zu sehen?

Ursache ist die gesetzliche Definition des Rundfunkbegriffs. Danach ist das Fernsehen als „Rundfunk“, der Teletext aber als „Telemedium“ einzustufen – auch wenn man per Fernbedienung vom Fernsehprogramm direkt in den Teletext eines Senders gelangt. Für Telemedien

gelten jedoch etwas andere Jugendschutzvorkehrungen als im Rundfunk.

Inhalte, die für Kinder unter 12 Jahren nicht geeignet sind, dürfen in Telemedien auch tagsüber verbreitet werden. Einzige Voraussetzung: sie müssen getrennt sein von Angeboten, die für Kinder bestimmt sind. Dies ist im Teletext von Hamburg 1 der Fall. Angebote, die sich an Kinder richten, sind darin nicht zu finden. Da das gesetzliche Trennungsgebot eingehalten wird, liegt kein Verstoß gegen die Jugendschutzvorschriften vor. Auch wenn es sicher nicht wünschenswert ist, dass Kinder im Teletext auf solche Anzeigen stoßen, kann die Medienaufsicht hier also nicht einschreiten.

Grundsätzlich gilt daher auch für das Fernsehen, was für die Mediennutzung im Allgemeinen gilt: Eltern sollten ihre Kinder dabei begleiten und mit ihnen über ihre Medienerlebnisse sprechen. Für das Fernsehen gilt: Die Fernbedienung ist kein Kinderspielzeug!

## GRUSEL-TRAILER IM KINDERPROGRAMM

### VERANSTALTER:

Nick

### SENDUNG:

Programmhinweis „Die Nachtwache“

*Ein junger Mann und eine junge Frau stehen schweigend in einer nächtlichen Landschaft. Plötzlich reißt die Frau den Mund auf, faucht und entblößt ein Vampirgebiss. Fauchend greift sie den Mann an den Jackenaufschlägen, drückt ihn gegen einen Baum und droht, ihn zu beißen.*

„Muss das um diese Zeit wirklich schon sein?“ Mit diesen Worten beschwerte sich ein Vater über einen Trailer, in dem dieser Filmausschnitt zu sehen war. Sein 6-jähriger Sohn hatte den Trailer im Tagesprogramm von Nick gesehen und verängstigt darauf reagiert. Es handelte sich um einen Programmhinweis für die Fantasy-Serie „Die Nachtwache“, die abends ab 20:15 Uhr zu sehen war.

Der Programmhinweis zeigte in sehr schneller Folge eine Reihe von düsteren, unheimlichen Filmausschnitten aus der angekündigten Serie. Sie standen zusammenhanglos nebeneinander und brachen ab, ohne dass eine Auflösung erfolgte. Anschließend wurden die Helden der Geschichte vorgestellt: ein Werwolf, eine Elfe und ein Vampir. Auch sie wirkten ausgesprochen gruselig. Dass diese Gestalten die Geschichte der Serie zum Guten wenden würden, war zumindest für jüngere Kinder nicht eindeutig erkennbar.

Für sie blieb ein düsterer, bedrohlicher Gesamteindruck ohne positive Auflösung.

Nach Auffassung der MA HSH war der Programmhinweis aus diesen Gründen geeignet, Zuschauer unter 12 Jahren zu erschrecken, übermäßig zu ängstigen und damit in ihrer Entwicklung zu beeinträchtigen. Sie kam daher zu dem Ergebnis, dass die Ausstrahlung im Tagesprogramm im Widerspruch zu den jugendschutzrechtlichen Bestimmungen stand.

Die MA HSH legte den Fall der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) vor, die das Prüfergebnis der MA HSH bestätigte. Die MA HSH sprach daraufhin eine förmliche Beanstandung des Trailers aus.

Weitere Maßnahmen waren nicht erforderlich, da der Kindersender die Ausstrahlung der Serie und des Programmhinweises schon nach kurzer Zeit wieder eingestellt hatte.

### ZUSATZINFORMATIONEN

Nach § 5 des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) können Anbieter ihrer Pflicht zum Schutz von Kindern und Jugendlichen durch die Wahl der richtigen Sendezeit nachkommen. In § 5 Absatz 4 JMStV sind folgende Sendezeitgrenzen festgelegt:

23 bis 6 Uhr für Inhalte, die Zuschauer unter 18 Jahren beeinträchtigen können,

22 bis 6 Uhr für Inhalte, die Zuschauer unter 16 Jahren beeinträchtigen können.

Für Inhalte, die nur Zuschauer unter 12 Jahren beeinträchtigen können, ist im Gesetz keine feste Sendezeitgrenze definiert. Der Anbieter muss bei der Wahl der Sendezeit aber dem Wohl jüngerer Kinder Rechnung tragen. Nach den Jugend-schutzrichtlinien der Landesmedien-anstalten (JuSchRiL) kommt er dieser Pflicht in jedem Fall nach, wenn er eine Sendezeit zwischen 20 und 6 Uhr wählt. Eine Ausstrahlung vor 20 Uhr ist bei solchen Inhalten jedoch nicht zwangsläufig unzulässig. Ob ein Rechtsverstoß vorliegt, muss jeweils im Einzelfall entschieden werden.

## WATERBOARDING IM SELBSTVERSUCH EINES RADIOMODERATORS

### ANGEBOT:

Video auf der Internetseite des Senders Radio Hamburg

Waterboarding ist eine international geächtete Verhörmethode, die von Menschenrechtlern als Folter eingestuft wird. Im Januar 2017 hatte US-Präsident Trump in einem Interview mit dem Fernsehsender ABC die Wiederzulassung des Waterboardings befürwortet. Radio Hamburg wollte aus diesem Anlass herausfinden, wie schlimm diese Foltermethode wirklich ist.

Ein Moderator des Senders führte einen Selbstversuch durch, in dem er sich dem Waterboarding „in entschärfter Form“ unterzog. Das heißt, dass der Moderator beim Waterboarding nicht gefesselt war und den Vorgang jederzeit abbrechen konnte. Außerdem war ein Sanitäter dabei, der seinen körperlichen Zustand überwachte. Der Moderator legte sich für das Experiment auf eine improvisierte Liege. Ein Kollege legte ihm ein Tuch über das Gesicht und ließ dann beständig Wasser darüber laufen. Der Moderator brach den Vorgang nach wenigen Sekunden ab, da er keine Luft mehr bekam. Zwei weitere Versuche endeten ebenso schnell. Der Moderator musste husten und sagte, dass die Erfahrung „extrem gruselig“ und „schlimm“ gewesen sei. Trotzdem wirkte er insgesamt nur leicht beeinträchtigt.

Die Folgen des Experiments erschienen vergleichsweise harmlos.

Aufgrund dieser Darstellungen wirkte das Video wenig beängstigend. Von ihm ging jedoch eine erhebliche Gefahr aus, da das Experiment sehr leicht nachgemacht werden kann. Das Video war geeignet, Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren zur Nachahmung und damit zu einem potenziell gefährlichen Verhalten anzuregen.

Auch der Sender hatte die Nachahmungsgefahr erkannt und das Video mit einem schriftlichen Warnhinweis versehen. Der Hinweis trug die Überschrift: „Bitte nicht nachmachen! – Nichts für Kinder/Jugendliche unter 16 Jahren“. Darunter war folgender Text zu lesen: „Unser Moderator André Kuhnert hat sich in entschärfter Form dem Waterboarding unterzogen und berichtet euch im folgenden Video davon. Natürlich ist ein Sanitäter dabei. Und: bitte NICHT nachmachen!“ Auch der Moderator selbst wies am Ende des Videos darauf hin, dass er professionelle Unterstützung gehabt habe und forderte die Zuschauer auf, das Experiment „auf gar keinen Fall“ nachzumachen.

Diese Hinweise waren durchaus berechtigt. Allerdings stellten sie keine ausreichende Jugendschutzmaßnahme dar. Der Sender hätte vielmehr durch technische Maßnahmen oder zeitliche Beschränkungen dafür sorgen müssen, dass Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren das Video üblicherweise nicht sehen.

Die MA HSH informierte den Sender über geeignete Schutzmaßnahmen und forderte ihn auf, eine davon für das Video umzusetzen. Der Sender entfernte das Video daraufhin aus seinen Internetauftritten. Weitere Maßnahmen waren daher nicht erforderlich.

### ZUSATZINFORMATIONEN

Anbieter müssen Kinder und Jugendliche vor Inhalten schützen, die sie in ihrer Entwicklung beeinträchtigen können. Nach § 5 des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) können sie dies durch eine der folgenden Maßnahmen sicherstellen:

- Zeitbegrenzung: Das Angebot wird nur in einer bestimmten Zeitspanne verbreitet – zum Beispiel nur zwischen 22 und 6 Uhr.
- Zugangsbeschränkung durch technische Mittel, zum Beispiel die Abfrage der Personalausweis-Nummer.
- Programmierung mit einem Alterskennzeichen: Das Angebot wird mit einer speziellen Datei versehen, die eine Alterskennzeichnung enthält (age-de.xml). Computer, auf denen ein anerkanntes Jugendschutzprogramm installiert ist, erkennen die Kennzeichnung und verhindern den Zugriff, wenn der Nutzer noch zu jung ist.
- Trennungsgebot: Bei Inhalten, die nur für Nutzer unter 14 Jahren schädlich sein können, reicht es bei Telemedien aus, wenn die Inhalte von Angeboten für Kinder getrennt sind.



## KOCHEN AUF YOUTUBE: REZEPT FÜR SCHLEICHWERBUNG?

### ANGEBOT:

YouTube-Kanal „Yumtamtam“  
von Edeka

Kochsendungen sind beliebt – ob im Fernsehen oder auf YouTube. Neulich beschwerte sich allerdings ein Nutzer bei der MA HSH über den YouTube-Kanal „Yumtamtam“, weil dieser mit seinen Videos Schleichwerbung mache. Hinter dem Kanal mit Kochvideos steckt der Lebensmittelhändler Edeka – und in den Kochsendungen werden Produkte von Edeka verwendet. Gekennzeichnet wird dies im Video nicht, nur im Vor- und Abspann ist zu lesen „powered by Edeka“.

Wie für Fernsehen und Radio gelten auch für Internetangebote Werbevorschriften. Danach muss Werbung gekennzeichnet, also für den Nutzer erkennbar sein. Handelt es sich bei dem YouTube-Kanal „Yumtamtam“ also um Schleichwerbung oder eine andere verbotene Werbeform?

Nein – aber warum nicht? In den gesichteten Videos werden weder die Koch- oder Backwaren, die dem Edeka-Sortiment entstammen, noch das Unternehmen selbst namentlich erwähnt, besonders hervorgehoben oder beworben.

Die Produkte werden nur als benötigte Zutaten für das Rezept gezeigt, allenfalls Kenner der Eigenmarke können Rückschlüsse auf Edeka ziehen. Das Kochen steht eindeutig im Vordergrund. Um welche Marken es sich bei den Zutaten handelt oder wo es diese zu kaufen gibt, spielt in der Kochsendung keine Rolle. Von Werbung oder Produktplatzierung kann daher nicht gesprochen werden. „Yumtamtam“ ist medienrechtlich als Eigenwerbekanal des Unternehmens zu bewerten, mit dem das Unternehmen über die Video-Plattform YouTube offenbar eine junge Zielgruppe ansprechen will. Die Kennzeichnung „powered by“ entspricht zwar nicht den Empfehlungen der Medienanstalten zur Kennzeichnung von Werbung, aber zusammen mit der grafischen und farblichen Gestaltung des Vor- und Abspanns ist Edeka als Anbieter und Verantwortlicher deutlich zu erkennen.

Die MA HSH konnte in diesem Fall keinen Verstoß gegen Werbebestimmungen feststellen. Wichtig und sinnvoll war die Prüfung des Falls dennoch. Jeder

Hinweis trägt dazu bei, die vielen möglichen Arten von Werbung im Netz rechtlich einzuordnen und Schlupflöcher zu entdecken. Ziel ist es, Nutzer vor ungewollter Beeinflussung durch Werbung zu schützen und Anbieter auf ihre Pflichten hinzuweisen. Auf der anderen Seite stellen solche Prüfungen auch eine Sicherheit für die Anbieter dar, die sich korrekt verhalten.

Übrigens müssen nicht nur große Unternehmen Werbung auf YouTube und Co kennzeichnen. Auch Privatpersonen, die Produkte in ihren Videos vorstellen oder besonders in Szene setzen, müssen dies tun. Einen Überblick darüber, welche Werbeformen wie zu kennzeichnen sind, geben die [FAQ's](#) „Antworten auf Werbefragen in Sozialen Medien“ der Medienanstalten.

## SM-PARTYS IN DER „UNTERWELT“: KEIN ZUTRITT UNTER 18 JAHREN!

### ANGEBOT:

Internetpräsenz einer „Event Location“ in Hamburg

*Sie ist nackt. Um den Hals trägt sie ein breites Halsband, an dem eine grobe Metallkette befestigt ist. Die Hände sind mit schwarzen Leder-Manschetten hinter dem Rücken gefesselt. Aus der Dunkelheit löst sich eine männliche Gestalt und schreitet auf die wehrlose Frau zu.*

Dieses Schwarz-Weiß-Foto befindet sich auf der Internetpräsenz einer Hamburger Event-Location. Die Räumlichkeiten können für Firmen-, Weihnachts- oder Hochzeitsfeiern angemietet werden. Dort finden aber auch sadomasochistische Sex-Partys statt. Eine Rubrik des Internetangebots enthält ausführliche Beschreibungen dieser Partys.

„Die Sklavinnen unterliegen von der ersten bis zur letzten Minute strengen Verhaltensregeln. Nach der Eröffnung des Abends haben sie zu dienen und stehen grundsätzlich den Herren zur Benutzung, also zum erotischen sexuellen Spiel, aber auch zu Abstrafungen zur Verfügung. (...) Alle tragen Handfesseln, um sie jederzeit anketten zu können. (...) Jeder darf sie anfassen, prüfen und

zu seiner Lust nutzen. Nach der Benutzung werden sie wieder angekettet und stehen dem nächsten Herren zur Verfügung.“

Eine Prüfgruppe der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) befand: Das Internetangebot ist geeignet, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen unter 18 Jahren zu beeinträchtigen. Es enthält eine Rubrik, in der sadomasochistische Sexualpraktiken beschrieben werden. Dort werden Frauen oder Männer als Sexsklaven dargestellt, die von beliebig wechselnden Sexpartnern angekettet, benutzt, und körperlich gezüchtigt oder gedemütigt werden können. Das Angebot stellt die Macht des Stärkeren und die körperliche Unterwerfung und Demütigung des Schwächeren als Lusterlebnis dar.

Erwachsene sind in der Regel in der Lage, Darstellungen von SM-Praktiken zu verstehen und einzuordnen. Sie wissen, dass diese prinzipiell von mündigen Partnern, freiwillig und in gegenseitigem Einverständnis praktiziert werden und

dass dabei Regeln befolgt werden, die einen sicheren Umgang gewährleisten sollen. Für Minderjährige sind diese Inhalte jedoch sehr problematisch. Sie verfügen noch nicht über den Erfahrungsfundus von Erwachsenen, können die geschilderten sexuellen Vorgänge deswegen noch nicht verstehen oder einordnen und sich auf diesem Weg von den Inhalten distanzieren. Solche Darstellungen können sie verunsichern, ängstigen oder sogar verstören. Es besteht außerdem die Gefahr, dass Minderjährige aus Unkenntnis ein problematisches Bild von Sexualität übernehmen.

Das Internetangebot verlinkte außerdem noch auf ein Angebot, das von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) sogar als jugendgefährdend bewertet wurde. Es handelt sich dabei um ein Portal für sadomasochistische Sexualpraktiken, das neben detaillierten Beschreibungen auch pornografische Elemente enthält.

Alle Inhalte waren frei zugänglich. Der Anbieter hatte keine Schutzvorkehrungen getroffen und verstieß damit gegen Normen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV). Die MA HSH wies den Anbieter auf die Verstöße hin und forderte ihn auf, sein Angebot nachzubessern. Bei Inhalten, die geeignet sind, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu beeinträchtigen, muss er dafür Sorge tragen, dass sie diese üblicherweise nicht wahrnehmen. Bei jugendgefährdenden Angeboten muss er noch strengere Schutzmaßnahmen treffen. Er muss sicherstellen, dass nur Erwachsene Zugang haben.

Der Anbieter besserte umgehend nach. Er programmierte sein Angebot mit einer Alterskennzeichnung ab 18 Jahren für anerkannte Jugendschutzprogramme und entfernte den Link auf das jugendgefährdende Angebot.

FORTSETZUNG AUF SEITE 9

# INTERNET

---

## ZUSATZINFORMATIONEN

---

### Jugendschutzprogramme

Für Inhalte, die „nur“ beeinträchtigend für Kinder und Jugendliche sind, gelten weniger strenge Auflagen. Sie dürfen im Internet verbreitet werden, wenn der Anbieter Vorkehrungen trifft, dass Minderjährige diese üblicherweise nicht wahrnehmen können. Er kann den Zugang dazu zeitlich oder durch ein technisches Mittel begrenzen. Er kann sein Angebot aber auch nach der relevanten Altersstufe (zum Beispiel ab 18 Jahren) so kennzeichnen, dass es von anerkannten [Jugendschutzprogrammen](#) erkannt und je nach Einstellung des Programms geblockt werden kann. Anerkannte Jugendschutzprogramme werden nutzerseitig am Computer installiert und geben Eltern die Möglichkeit, Kinder das Internet altersdifferenziert nutzen zu lassen.

### Geschlossene Benutzergruppen

Zur Sicherstellung geschlossener Benutzergruppen werden so genannte Altersverifikationssysteme (AV-Systeme) beziehungsweise Altersprüfsysteme eingesetzt. Diese müssen eine zuverlässige Volljährigkeitsprüfung und Authentifizierung bei jedem einzelnen Nutzungsvorgang sicherstellen.

## NEIN ZU RECHTSRADIKALEN MUSIKVIDEOS!

### ANGEBOT:

Musikvideos auf Youtube.com

YouTube sperrt nach MA HSH-Hinweis 112 Videos mit unzulässiger rechtsradikaler Musik für den deutschen Markt.

Knallharte Beats, hektische Gitarrenriffs, geprölte Texte:

„Also Kameraden es ist an der Zeit  
Tretet zusammen zur Einigkeit  
Holt das zurück was sie uns gestohlen  
also ab nach Tschechien und Polen  
Nehmt die Fäuste hoch zu jeder Zeit  
und befreit Deutschland  
von all dem Leid“

Die „Hingucker“ der MA HSH überprüften im August 2017 systematisch die Veröffentlichung von Alben rechtsextremer Musiker auf YouTube. Sie legten dabei ihr Augenmerk auf Bands und Musiker aus Hamburg und Schleswig-Holstein und auf deren Alben, die bereits von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) als jugendgefährdend und zum Teil als strafrechtlich relevant indiziert wurden. Sie ermittelten so 112 Videos mit Liedern aus indizierten Alben, illustriert mit Kriegsszenen, Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen (Hakenkreuze oder SS-Abzeichen) oder schlicht dem Standbild

des Albumcovers. Die Videos waren frei zugänglich.

Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen sind absolut unzulässig. Indizierte Alben dürfen je nach Inhalt entweder gar nicht oder nur Erwachsenen zugänglich gemacht werden. Die Abbildung der Cover stellte unzulässige Werbung für jugendgefährdende Alben dar.

Die MA HSH wies YouTube auf die unzulässigen Videos hin, worauf das Unternehmen schnell reagierte und die Videos für den deutschen Markt sperrte (Regionalsperre).

86 Prozent aller Jugendlichen nutzen YouTube mindestens mehrmals pro Woche, 56 Prozent sogar täglich. Die Videoplattform YouTube steht bei Jugendlichen folglich sehr hoch im Kurs. Und sie schauen sich dort am liebsten Musikvideos an [JIM-Studie 2016]. Das verwundert nicht, denn Musik nimmt einen hohen Stellenwert in ihrer Lebenswelt ein. Persönliche Musikvorlieben sind Ausdruck von Zugehörigkeit und wichtig für die soziale Integration in den Peergroups. Musik hilft jungen Menschen bei der Identitätsfindung.

Spätestens seit der massenhaften Verbreitung von Musik auf Tonträgern sind Jugend- und Musikkultur untrennbar miteinander verwoben. Dies machen sich seit langem auch Rechtsextreme zu Nutze. Musik ist ihr wichtigstes Propagandamittel, die „Einstiegsdroge“ quasi. Die Szene bedient sich dabei auch der Plattform YouTube, um sie zu verbreiten und sich über die Kommentar-Funktion auszutauschen.

Und es funktioniert, wie folgende Nutzerkommentare belegen:

„Bisher das erste Album welches mir von Sturmwehr gefällt... Danke für den Upload!“

„(...) ne gute möglichkeit neue bands und alben zu entdecken bzw sich alben anzuhören (...)“

Die Tonträger wurden von der BPjM indiziert, weil sie zu Gewalttätigkeit und Rassenhass anreizen oder den Nationalsozialismus verherrlichen oder verharmlosen.

Bevor es den Online-Handel oder YouTube gab, war es schwer für Jugendliche, an indizierte Tonträger zu gelangen, denn diese wurden entweder gar nicht oder nur gegen Vorlage eines Personalausweises gehandelt. Heute sind indizierte Songs und Alben nur noch einen Klick entfernt. Alterskontrolle? In der Regel Fehlanzeige.

Die Regionalsperre der Videos auf YouTube ist daher ein Erfolg. Auch, wenn sie noch keine wirklich sichere Hürde darstellt, da sie mit dem entsprechenden Knowhow umgangen werden kann. Die MA HSH hat aber in ihrem rechtlichen Rahmen alle Möglichkeiten ausgeschöpft und damit vor allem unbeabsichtigte Konfrontationen mit den jugendgefährdenden Videos verhindern können.

FORTSETZUNG AUF SEITE 11

## ZUSATZINFORMATIONEN

---

### Listenföhrung der BPjM

Die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) führt indizierte Medien, je nach Mediengattung und Schweregrad der Jugendgefährdung in verschiedenen [Listen](#). Sie führt zum Beispiel in Teil A alle indizierten Trägermedien (zum Beispiel DVDs oder CDs) auf, soweit diese nach Einschätzung der BPjM keinen strafrechtlich relevanten Inhalt haben. Sie führt in Teil B alle Trägermedien auf, die sowohl jugendgefährdend sind als auch einen möglicherweise strafrechtlich relevanten Inhalt haben.

Informationen zu den Indizierungsverfahren und den Rechtsfolgen erhalten Sie auf der Website der [Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien](#) (BPjM).

### Tipps

Wenn Sie mehr zum Umgang mit rechtsradikaler Propaganda im Web 2.0 erfahren möchten, empfehlen wir Ihnen folgende Broschüren, die Sie hier kostenlos downloaden können:

[„Rechtsextremismus hat viele Gesichter“](#)

[„Rechtsextremismus im Netz. Tipps für Eltern“](#)

[„Neonazi-Strategien in Sozialen Netzwerken“](#)

## DER MIX MACHT'S! WENN KRITIK ZU UNZULÄSSIGER HETZE WIRD

### ANGEBOT:

YouTube-Kanal „Doku 2017“

YouTube sperrt nach MA HSH-Hinweis einen Kanal, der gegen Geflüchtete und Ausländer hetzte.

„Die kranke Wahrheit über Flüchtlinge in Deutschland“, „Brutale Ausländer unterdrücken deutsche Schüler“, „Wie viel Kriminelle Flüchtlinge hält Deutschland noch aus“. Der YouTube-Kanal „Doku 2017“ enthielt 18 Videos mit diesen und weiteren alarmierenden Schlagzeilen. Im Fokus standen Geflüchtete und Ausländer.

In den Kommentaren ging die Post ab: „Kriminelle Flüchtlinge ??? Quatsch, das sind alles Fachkräfte und Kulturbereicherer, also die, die IM Erika Merkel so sehr gefordert hat...oder eben scheiß Kanaken“ und „Willkommen Fachkräfte: Vergewaltiger, Schläger, Zigeunergesindel, Messerstecher, Dealer, Dschihadisten.....!!!!“

Der Kanal stieß durchaus auf Resonanz: Er verzeichnete 1.500 Abonnenten und je nach Video bis zu 632.000 Aufrufe. Jedes einzelne Video wurde unzählige Male kommentiert. Erst bei näherem Hinsehen wurde deutlich: So aktuell waren die Videos gar nicht und sie entsprachen auch nicht dem, was die reißerischen Schlagzeilen nahe legten. Es waren Reportagen oder Dokumentationen über die Auswirkungen der Flüchtlingskrise, über Bandenkriminalität oder

eine Schule in einem Problemviertel. Diese wurden zuerst auf öffentlich-rechtlichen Sendern ausgestrahlt (ZDF, Phoenix, ARD, NDR). Die Journalisten beleuchteten dabei ebenfalls Probleme und Missstände, sie ordneten diese aber in einen umfassenden Zusammenhang ein, informierten sachlich und verzichteten auf schlichte Schuldzuweisungen. Wie es sich gehört.

Die Schlagzeile „Die kranke Wahrheit über Flüchtlinge in Deutschland“ befand sich beispielsweise unter einem Mitschnitt der Sendung „Panorama extra: Flüchtlinge - wie Deutschland mit ihnen umgeht“, die im Rahmen eines Themenabends im „Ersten“ am 31. August 2015 lief. Die 44-minütige Sendung beleuchtete die Fragen: „Wie werden Flüchtlinge in Deutschland aufgenommen? Auf welche Hilfsbereitschaft und welche Ablehnung treffen sie? Welche Entscheidungen muss die Politik treffen?“. Die Not der Geflüchteten war Thema. Und die großen Herausforderungen, vor denen die Bevölkerung und die Politik damals standen.

Der Kanal enthielt somit Videos, die für sich genommen sachlich und ausgewogen waren und damit journalistische Standards erfüllten. Der Kanalbetreiber positionierte sich aber durch die tendenziöse Auswahl der Videos und vor allem

durch die neuen Schlagzeilen eindeutig gegen Geflüchtete und Ausländer. Er skandalisierte Missstände und wies Geflüchteten oder Ausländern explizit die Schuld zu. An einer sachlichen Darstellung war ihm nicht gelegen. Er provozierte damit hasserfüllte und volksverhetzende Kommentare. Und er entfernte diese nicht.

Die Kommentatoren unterstellten Geflüchteten und Ausländern niedere Motive für ihre Flucht oder ihren Aufenthalt in Deutschland. Sie wurden pauschal als Kriminelle verunglimpft, mit derb abwertenden Bezeichnungen tituliert und damit in ihrer Menschenwürde angegriffen. Einige Kommentatoren forderten zudem zu Willkürmaßnahmen auf: Sie sollten an die Wand gestellt, in Konzentrationslager gesteckt oder zurück ins Wasser geworfen werden. Sie sollten in Frachtschiffen abgeschoben oder ihre Boote versenkt werden.

Der Kanalbetreiber schürte mit diesem Mix eine repressive Haltung gegenüber Geflüchteten oder Ausländern, die den Nährboden für Exzesse gegen sie bereiten kann. Deswegen bewertete die MA HSH den Kanal insgesamt als volksverhetzend und damit als unzulässig. Der Kanalbetreiber verstieß gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV). Da die MA HSH die Identität des Betreibers

nicht ermitteln konnte, wandte sie sich an den Plattformanbieter YouTube. YouTube schloss sich der Bewertung an und sperrte den Kanal für den deutschen Markt.

### ZUSATZINFORMATIONEN

Relevante rechtliche Grundlagen für die MA HSH

§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 JMStV

Unbeschadet strafrechtlicher Verantwortlichkeit sind Angebote unzulässig, wenn sie zum Hass gegen Teile der Bevölkerung oder gegen eine nationale, rassische, religiöse oder durch ihr Volkstum bestimmte Gruppe aufstacheln, zu Gewalt- oder Willkürmaßnahmen gegen sie auffordern oder die Menschenwürde anderer dadurch angreifen, dass Teile der Bevölkerung oder eine vorbezeichnete Gruppe beschimpft, böswillig verächtlich gemacht oder verleumdet werden.

## **MEDIENANSTALT HAMBURG/SCHLESWIG-HOLSTEIN (MA HSH)**

Anstalt des öffentlichen Rechts

Gesetzlicher Vertreter: Thomas Fuchs, Direktor

Rathausallee 72-76

22846 Norderstedt

Telefon: 040/369005-28

Telefax: 040/369005-55

E-Mail: [presse@ma-hsh.de](mailto:presse@ma-hsh.de)

[www.ma-hsh.de](http://www.ma-hsh.de)



Redaktion: [Dr. Thomas Voß](#) (Verantw. i. S. d. § 55 Abs. 2 RStV)

Mitarbeit: Christina Ipsen, Carole Possing,  
Andrea Rehn

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: [Leslie Middelman](#)

Wenn Sie uns Beschwerden oder  
Anregungen mitteilen wollen, [schreiben](#)  
[Sie uns](#).