

## WERBUNG FÜR SEXSHOPS IM RADIO

### VERANSTALTER:

Radiosender aus Hamburg

### SENDUNG:

Werbespot für Sexshops

### SENDEZEIT:

im Tagesprogramm

Im Februar 2014 bat ein Hamburger Radiosender die MA HSH um eine medienrechtliche Einschätzung. Der Sender wollte wissen, ob es Bedenken gegen die Ausstrahlung von Werbung für Sexshops gebe.

Die Prüfung ergab, dass die vorgelegten Spots sehr zurückhaltend gestaltet waren. Sie bestanden jeweils aus wenigen Sätzen und thematisierten Sexualität nur sehr indirekt. Der erste Teil der Spots war vom Brummen eines elektrischen Geräts untermalt. Er enthielt allgemeine Aussagen und blieb für sich genommen unverständlich. Der zweite Teil verwies auf den Online-Shop und die „Fachgeschäfte“ des Anbieters, wo „mehr Erotik“ erhältlich sei. Erwachsene und ältere Jugendliche konnten daraus schließen, dass die Spots für einen Sexshop warben, und so auch das Brummen als Geräusch eines Sexspielzeugs deuten. Kindern und jüngeren Jugendlichen erschloss sich dies noch nicht.

Werbung für Sexspielzeug kann als Ordnungswidrigkeit geahndet werden,

wenn sie grob anstößig oder belästigend gestaltet ist. Werbung für Sexshops allgemein ist von dieser Vorschrift nicht erfasst. Sie darf jedoch nicht so gestaltet sein, dass sie Kindern und Jugendlichen schadet.

Die vorgelegten Spots enthielten keine Botschaften, die für Kinder und Jugendliche problematisch waren. Sie verwendeten keine sexualisierte Sprache und präsentieren weder diskriminierende Geschlechterrollen noch problematische Verhaltensweisen. Eine Beeinträchtigung von zuhörenden Kindern und Jugendlichen war daher nicht zu erwarten. Auch eine belästigende Wirkung konnte wegen der sehr zurückhaltenden Gestaltung ausgeschlossen werden.

Allerdings warben die Spots für einen Online-Shop, der auch entwicklungsbeeinträchtigende Artikel im Angebot hat und mit der Alterskennzeichnung „ab 16 Jahren“ versehen ist. Daher dürfen sie nicht im Zusammenhang mit Sendungen ausgestrahlt werden, die sich an Kinder und Jugendliche richten. Soweit dies

nicht der Fall ist, können die vorgelegten Spots auch im Tagesprogramm gesendet werden.

Die MA HSH informierte den Sender über das Ergebnis. Ausstrahlungen der Werbespots wurden bislang nicht beobachtet.

### ZUSATZINFORMATIONEN

Eine Aufgabe der MA HSH ist es, die von ihr zugelassenen Radio- und Fernsehprogramme zu beaufsichtigen. Sie prüft dazu nach der Ausstrahlung einer Sendung oder eines Werbespots, ob diese gegen die medienrechtlichen Vorschriften verstoßen hat. Eine Vorabkontrolle des Programms ist wegen des gesetzlichen Zensurverbots nicht möglich.

In einigen Fällen suchen Sender vor einer Ausstrahlung den Rat der MA HSH und bitten um eine medienrechtliche Einschätzung. Die Auskunft der MA HSH zur medienrechtlichen Bewertung von Sendungen, Werbeformen oder Werbespots beruht immer auf Einzelfallprüfungen. Pauschale Unbedenklichkeitsbescheinigungen kann sie nicht erteilen, weil stets die Umstände des Einzelfalls entscheidend sind. So ist bei Werbespots nicht nur das Produkt bzw. der Inhalt, sondern auch Form und Gestaltung des Spots von Bedeutung. Der Sender kann die vorgelegten Spots zwar als Vorbild für weitere Spots verwenden. Dies bewahrt ihn aber nicht vor einer möglichen Beanstandung, wenn er mit der Ausstrahlung gegen werbe- oder jugendmedienschutzrechtliche Bestimmungen verstoßen hat.