

HINGUCKER

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

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

Liebe Leserinnen und Leser,

Anfang 2015 veröffentlichte die MA HSH den ersten Hingucker. Das damalige Ziel ist heute aktueller denn je: Der Hingucker möchte Einblicke geben, zum Nachdenken und Diskutieren anregen und auch zum kritischen Hinterfragen von Medien und ihren Inhalten einladen. Dazu stellt er beispielhaft Fälle aus der täglichen Prüfpraxis der MA HSH vor und erklärt die Vorschriften und Grundlagen, nach denen die MA HSH mögliche Verstöße bewertet.

Lesen Sie in der aktuellen Ausgabe Fälle, in denen Grenzen unterschiedlichster Art in Bewegung sind: Grenzen zwischen Realität und Reality, zwischen Freude und Schadenfreude, zwischen redaktioneller Unabhängigkeit und redaktioneller Freiheit. Teilweise werden dabei auch medienrechtliche Grenzen überschritten.

Die vorliegende Ausgabe des Hingucker ist in personeller Hinsicht eine besondere. Sie ist die letzte Ausgabe, die unter Thomas Fuchs als Direktor der MA HSH entstanden ist. Ihm gebührt Dank dafür, den Hingucker ermöglicht und mitentwickelt zu haben. Thomas Fuchs hat am 1. November 2021 sein neues Amt als Hamburgischer Beauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit angetreten.

Unser bundesweit einmaliger Newsletter erscheint aber weiter und das Hingucker-Team freut sich auch zukünftig über Ihr Feedback! Machen Sie hiervon reichlich Gebrauch und kommen Sie mit uns ins Gespräch. Wir freuen uns auf Sie!

Ich wünsche Ihnen eine interessante und spannende Lektüre dieser Ausgabe.



Dr. Matthias Försterling
stellvertretender Direktor
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)

INHALT

Warum redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit keine Peanuts sind	3
„Promis unter Palmen“ – beim Jugendschutz lieber zweimal hingucken!	4
Traumatisierte Kinder an TV-Produktion beteiligt? MA HSH-Medienrat verlangt Klärung	5
Radionachricht über Messerangriff – in mehrfacher Hinsicht problematisch	6
Ramadan-Spot: Info oder religiöse Werbung?	7
Verwirrend – Schnittfassungen von Spielfilmen im Tagesprogramm	8
MA HSH moniert blutige Kämpfe und Nazi-Symbole auf TikTok	9
Party hard mit Vodka, Weed und Ecstasy? Aus Jugendschutzsicht gar nicht cool!	10

WARUM REDAKTIONELLE VERANTWORTUNG UND UNABHÄNGIGKEIT KEINE PEANUTS SIND

(MW) Eine Ratgebersendung im Programm von HAMBURG 1 war thematisch und inhaltlich auf die Produkte und Zielsetzungen eines Werbetreibenden (Sponsor) zugeschnitten. Dadurch war die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Senders beeinträchtigt.

Private Rundfunkveranstalter finanzieren sich fast ausschließlich aus Werbeeinnahmen und Erlösen aus Sponsoring. Um zu verhindern, dass Einzelheiten des Programms den Wünschen und Vorgaben eines Werbetreibenden angepasst werden, existiert das Verbot der Programmbeeinflussung. Im Zentrum dieses Verbots steht die Sicherung der redaktionellen Verantwortung und Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters.

Gegen dieses Verbot verstieß der regionale Fernsehsender HAMBURG 1. In mehreren Sendungen des Formats „Ernährungstipps“ hatte eine Expertin Empfehlungen für eine gesunde Ernährung gegeben. Die Sendungen zu den Themen „Superfood“, „Ernährung von Sportlern“, „Snacks im Büro“ und „Complete

Proteine“ wurden von einem Zusammenschluss von US-amerikanischen Pistazien-Anbaubetrieben gesponsert. Was der Zuschauer nicht wusste: Die in der HAMBURG 1-Sendung auftretende Ernährungswissenschaftlerin stand beim Sponsor als Ernährungsexpertin und Sprecherin auf der Gehaltsliste. Da verwundert es wenig, dass die Pistazie das prägende Thema jeder Sendung war und als ganz besonders empfehlenswerte Ernährungskomponente angepriesen wurde. Die präsentierten Pistazien wurden auch nicht etwa von der Redaktion gestellt, sie wurden von der Expertin mitgebracht. Hinzu kommt, dass die Moderatorin der Sendung als bereitwillige Stichwortgeberin fungierte. Eine journalistisch-redaktionelle Einordnung der nur vordergründig behandelten Themen („Superfood“, „Ernährung von Sportlern“, „Snacks im Büro“ und „Complete Proteine“) fand nicht statt. Dadurch hat der Sponsor die Inhalte der Sendungen so beeinflusst, dass die redaktionelle Verantwortung und die Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters beeinträchtigt wurden, was, um im Bild zu bleiben, keine Peanuts sind.

Die MA HSH sprach gegenüber dem Sender eine förmliche Beanstandung aus.

„PROMIS UNTER PALMEN“ – BEIM JUGENDSCHUTZ LIEBER ZWEIMAL HINGUCKEN!

(TV) In der Sat.1-Reality-Folge „Promis unter Palmen“ formulierte am 12. April 2021 ein Kandidat seine Abscheu gegenüber homosexuellen Männern mit Formulierungen wie „aber du bist doch eine Schwuchtel“ oder „es ist eklig, Männer zu küssen“. Die MA HSH erhielt daraufhin 140 Beschwerden über diese zweistündige Sendung. Die Zuschauer:innen kritisierten ebenso wie die Tagespresse die groben homophoben Äußerungen des Kandidaten.

Der erste Blick bestätigte, dass die erwähnten und einige ähnliche Äußerungen tatsächlich in der Sendung vorkamen. Ihnen widersprach allerdings ein anderer Kandidat ebenso deutlich: „Das ist ein No-Go, das sagst du nicht.“ Durch diese Gegenrede wurden die homophoben Äußerungen kritisiert und ihre Wirkung erheblich abgeschwächt. Eine Diskriminierung Homosexueller war daher im Ergebnis nicht festzustellen.

Keine Diskriminierung Homosexueller, aber ein anderes Problem

Auf den zweiten Blick fielen jedoch zahlreiche über die gesamte Sendung

verteilte Beleidigungen („fette Sau“), lautstarke Beschimpfungen und Sexismen („ich vögel alles“) insbesondere zu Lasten von Frauen auf. All dies sowie der permanente intensive Alkoholkonsum wurde als „normales“ Verhalten dargestellt. Danach streben Männer unabhängig von persönlicher Bindung und Zuneigung stets nach möglichst viel Sex. Frauen sind für die Männer vor allem Sexobjekte. Insgesamt dominierten die Themen Sex und Alkohol sowie Beschimpfungen und Beleidigungen die gesamte Sendung. Die Sendung vermittelte Kindern und Jugendlichen unter 16 Jahren entsprechend problematische Botschaften, die sie im Sinne von § 5 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) beeinträchtigen können. Hinzu kommt, dass die teils prominenten und jungen Kandidaten dieser Sendung auch als Vorbilder dienen können.

Mehrfach geprüft, einheitliches Ergebnis

Sat.1 hatte die um 20:15 Uhr ausgestrahlte Sendung vorab nicht der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF e.V.) zur Prüfung vorgelegt, sondern die Sendezeit selbst entschieden. Erst nach der Ausstrahlung beantragte

der Sender eine FSF-Prüfung. Der FSF-Prüfausschuss lehnte die von Sat.1 beantragte 20:15 Uhr-Sendezeit ab und entschied: Keine Ausstrahlung vor 22 Uhr. Diesem Votum stimmte auch der von Sat.1 zusätzlich angerufene FSF-Berufungsausschuss zu. Die FSF bestätigte damit die Bewertung der MA HSH, der sich auch die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) anschloss.

Sat.1 entschied sich nach der heftigen öffentlichen Kritik, die Sendereihe nicht fortzusetzen.

Die MA HSH beanstandete die zu frühe Sendezeit aus Gründen des Kinder- und Jugendmedienschutzes als Verstoß gegen § 5 Abs. 4 JMStV.

TRAUMATISIERTE KINDER AN TV-PRODUKTION BETEILIGT? MA HSH-MEDIENRAT VERLANGT KLÄRUNG

(Cl) Ein Teilnehmer der Sat.1-Reality-Sendung „Plötzlich arm, plötzlich reich“ kritisierte in einem Instagram-Video, Sat.1 und die Produktionsfirma Imago TV hätten wissentlich traumatisierte Kinder an den Dreharbeiten beteiligt.

Im Reality-Format „Plötzlich arm, plötzlich reich“ tauschen die Kandidat:innen einer reichen und einer armen Familie für eine Woche ihren Alltag, ihre Wohnung und ihr Wochenbudget. Der wohlhabende Schlagersänger Distel nahm zunächst mit seiner Familie an der Produktion einer TV-Folge teil und zog in die Wohnung einer Tauschfamilie. Per Video verkündet er jedoch, die Dreharbeiten abgebrochen zu haben, weil bei der Produktion das Wohl der Kinder seiner Tauschfamilie gefährdet würde. Diese seien in Folge von Misshandlungen schwer traumatisiert und auch während der Dreharbeiten offensichtlich psychisch auffällig gewesen. Die Kinder ebenso wie ihre Mutter hätten sich bereits vor den Dreharbeiten in psychologischer Behandlung befunden. Der Sender und die Produktionsfirma hätten dies gewusst und dennoch den Dreh mit der Familie durchgeführt.

Wer sichert den Kinderschutz bei TV-Produktionen?

Die Vorwürfe gingen durch sämtliche Medien und führten auch zu Beschwerden bei der MA HSH. Allerdings gelten die für die MA HSH maßgeblichen Regelungen des Jugendmedienschutzes (JMStV) nur für bereits ausgestrahlte Sendungen. Für die Produktion der Sendung gelten das Kinder- und Jugendschutzgesetz und das Kinderarbeitsschutzgesetz. Zuständig für die Genehmigung und Aufsicht der Beteiligungen von Kindern an Fernsehaufnahmen sind die jeweiligen Jugendämter und Aufsichtsinstitutionen am Ort der Produktion.

Zwar entschied Sat.1 aufgrund der heftigen öffentlichen Kritik, die kritisierte TV-Folge nicht ausstrahlen und im zweiten Schritt sogar, die Sendereihe ganz einzustellen. Offen war aber, ob die Vorwürfe tatsächlich zutrafen und – wenn ja – wie es zu diesem Missstand kommen konnte.

MA HSH-Medienrat fordert Aufklärung und präventive Maßnahmen

Der Medienrat der für die Zulassung und Programmaufsicht von Sat.1 verantwortlichen MA HSH forderte den Beirat von Sat.1 auf, Stellung zu den erhobenen Vorwürfen zu nehmen und zugleich präventive Kontrollmechanismen zum effektiven Schutz von teilnehmenden Kindern zu etablieren. Die Sat.1-Geschäfts- und Programmleitung versicherten, psychische Vorerkrankung der an der fraglichen Produktion beteiligten Kinder seien weder dem Sender noch der Produktionsfirma vor der Produktion bekannt gewesen. Zukünftig werde der Sender noch intensiver als ohnehin schon auf eine kinderpsychologische Begleitung entsprechender Formate achten.

RADIONACHRICHT ÜBER MESSERANGRIFF – IN MEHRFACHER HINSICHT PROBLEMATISCH

(AR) Radio Hamburg sendete im März 2021 tagsüber in den Nachrichten eine Meldung über einen Messerangriff auf einen Sprachlehrer. Darin wurde erwähnt, dass der Angreifer dem Lehrer das Messer auf Höhe des Ohres in den Kopf gestochen habe. Ein Hörer beschwerte sich über diese genaue Beschreibung, auf die sein sechsjähriges Kind sehr verstört reagiert hatte.

Die Prüfung durch die MA HSH ergab, dass die genaue Beschreibung der Tat Kinder unter 12 Jahren ängstigen und belasten kann. Ein berechtigtes öffentliches Interesse an dieser Detailschilderung ist nicht festzustellen. Sie vermittelt lediglich eine bildhafte Vorstellung, aber keine Informationen, die zum Verständnis der Tat oder ihrer Hintergründe erforderlich sind. Der Sender hätte dafür sorgen müssen, dass Kinder dieser Altersstufe diese Detailschilderung nicht zu hören bekommen – etwa, indem er sie im Tagesprogramm einfach weglässt. Die Nachricht wäre dann zwar noch immer nicht „kindgerecht“, ihre ängstigende und verstörende Wirkung auf jüngere Kinder aber entscheidend gemindert gewesen.

Ebenfalls problematisch: Zweifacher Hinweis auf Nationalität des Täters

Bei der Prüfung der Beschwerde fiel außerdem auf, dass in der Meldung gleich zweimal die Nationalität des Angreifers erwähnt wurde. Laut Pressekodex ist es zwar nicht verboten, die Nationalität eines Täters oder Verdächtigen zu nennen. Es ist jedoch darauf zu achten, dass diese Erwähnung nicht zu einer diskriminierenden Verallgemeinerung eines individuellen Fehlverhaltens führt. In der Radio-Hamburg-Nachricht wurde die Nationalität nicht nur wiederholt genannt, sondern diente beim zweiten Mal auch als bloßes Stilmittel. Beides kann laut Pressekodex das Risiko einer diskriminierenden Verallgemeinerung befördern.

Antwort des Senders: die Quelle der Nachricht ist seriös!

Der Sender hatte die Meldung fast wortgleich aus zwei Meldungen der Deutschen Presse-Agentur (dpa) zusammengestellt. Er war der Meinung, dass die Ausstrahlung deshalb vom sogenannten „Agenturprivileg“ gedeckt sei. Nach dieser presserechtlichen Regelung darf die Presse Meldungen

anerkannter, seriöser Nachrichtenagenturen übernehmen, ohne den Inhalt nochmals selbst zu recherchieren.

Seriöse Quellen entbinden nicht von eigener Verantwortung

Die MA HSH wies den Sender darauf hin, dass das „Agenturprivileg“ Radiosender nur davon entbindet, den Wahrheitsgehalt der Agenturmeldung zu überprüfen. Die Vorgaben des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) sind von der Regelung nicht berührt. Die Sender müssen diese Vorgaben auch dann beachten, wenn die Nachricht aus einer seriösen Quelle kommt.

Auch müssen die Sender nach dem Pressekodex in eigener Verantwortung darauf achten, dass die Gestaltung einer Nachricht das Risiko einer diskriminierenden Verallgemeinerung individuellen Fehlverhaltens nicht erhöht.

Sender zeigt Einsicht

Der Sender sagte zu, seine Mitarbeiter in dieser Hinsicht nochmals zu schulen und zu sensibilisieren, um die Wiederholung eines solchen Falls zu vermeiden.

Die MA HSH ergriff keine weiteren Maßnahmen.

ZUSATZINFORMATIONEN

Pressekodex – Ethische Standards für den Journalismus

Laut § 6 des Medienstaatsvertrags (MStV) haben Berichterstattung und Informationssendungen den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen. Diese sind im Pressekodex des Deutschen Presserats festgelegt. Der Presserat ist die freiwillige Selbstkontrolle der Presse. Im Pressekodex legt er Richtlinien für die Einhaltung ethischer Regeln im Journalismus fest.

Ziffer 12 des [Pressekodex](#) behandelt das Thema „Diskriminierungen“, die dazugehörige Richtlinie 12.1 legt fest, was bei der Berichterstattung über Straftaten zu beachten ist. Grundsätzlich geht es darum, keine Vorurteile gegen Minderheiten zu schüren.

So ist es zwar nicht verboten, die Zugehörigkeit von Straftätern und Verdächtigen zu Minderheiten zu erwähnen. Die Redaktionen müssen jedoch in jedem Einzelfall verantwortungsbewusst entscheiden, ob dafür ein begründetes öffentliches Interesse vorliegt oder die Gefahr der diskriminierenden Verallgemeinerung überwiegt.

Die Nennung einer Gruppenzugehörigkeit durch Quellen, etwa durch Behörden, entbindet die Redaktionen nicht von ihrer eigenständigen presseethischen Verantwortung.

Für ein begründetes Interesse an der Nennung spricht es unter anderem, wenn eine besonders schwere Straftat vorliegt.

Das Risiko einer diskriminierenden Verallgemeinerung individuellen Fehlverhaltens besteht jedoch unter anderem dann, - wenn die Gruppenzugehörigkeit zum Beispiel durch Wiederholungen unangemessen herausgestellt wird

- wenn die Gruppenzugehörigkeit als bloßes Stilmittel benutzt wird.

RAMADAN-SPOT IM KINDERPROGRAMM: INFO ODER RELIGIÖSE WERBUNG?

(AR) Der Kindersender Nick strahlte im April 2021 tagsüber einen ca. 30-sekündigen Spot zum Thema „Was ist Ramadan?“ aus. Eine Zuschauerin empfand dies als religiöse Werbung und beschwerte sich über die Ausstrahlung.

Der Spot war gegen 13:15 Uhr zwischen zwei Kindersendungen zu sehen. Er wurde im Anschluss an einen Werbeblock, nach dem bei Nickelodeon üblichen Hinweis „Werbung Ende“, gesendet.

Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art ist nach § 8 Absatz 9 des Medienstaatsvertrags (MStV) im Fernsehen und Radio verboten. Die MA HSH prüfte, ob der Inhalt des Spots gegen diese Vorschrift verstößt.

Kinder äußern sich über den Ramadan

Zu Beginn des Spots wird der Titel „nickelodeon Culture Club“ eingeblendet, gefolgt von der Frage „Was ist Ramadan?“.

Anschließend sind nacheinander mehrere Kinder zu sehen. Sie erklären aus

ihrer Sicht, was der Ramadan für sie bedeutet. Dabei nennen sie sehr unterschiedliche Dinge, zum Beispiel „Zeit mit der Familie verbringen“, „Eine Zeit des Vergebens“, aber auch „Ein Monat, in dem Muslime nicht essen und trinken dürfen“. Ein Junge meint: „Das Beste am Ramadan ist, dass es so viel mehr zu essen gibt“. Gegen Ende fragt ein Mädchen einen Jungen, ob er Fasten einmal probieren wolle. Dieser antwortet: „Ich will was Neues ausprobieren“ und bekräftigt am Ende des Spots: „Ich werd's versuchen!“. Ein älteres Mädchen sagt dagegen: „Nein, ich liebe Essen einfach zu sehr!“. Der Spot endet nach einer halben Minute mit einer Schrifftafel, auf der das Nickelodeon-Logo in bunten Farben zu sehen ist.

Ist das religiöse Werbung?

Insgesamt ergibt sich durch die Äußerungen der Kinder ein überwiegend positives, wenn auch nicht völlig verständliches Bild des Ramadans. Werbliche Elemente, etwa anpreisende oder übertrieben positive Äußerungen über das Fasten oder den Islam

sind jedoch nicht enthalten. Der Spot enthält auch keine Aufforderungen an die Zuschauer, selbst einmal zu fasten. Die Zuschauerin hatte besonders die Frage „Willst du Fasten mal ausprobieren?“ als religiöse Beeinflussung empfunden.

Die Frage ist jedoch an die Kinder im Spot gerichtet und wird von ihnen ganz unterschiedlich beantwortet: Es gibt eine zustimmende, aber auch eine ablehnende Antwort. Eine Aufforderung an die Zuschauer ist damit nicht verbunden.

Insgesamt ist der Spot daher nicht als religiöse Werbung einzustufen.

Ein interkulturelles Projekt des Senders

Eine Rückfrage beim Sender ergab, dass der Ramadan-Spot kein Einzelprojekt ist, sondern Teil der Spot-Serie „Nickelodeon Culture Club“, in der Kulturen und religiöse Traditionen aus aller Welt vorgestellt werden. Im September 2021 war bei Nickelodeon zum Beispiel ein „Culture Club“-Spot über das jüdische Sukkot-Fest zu sehen. Weitere Spots sollen folgen.

VERWIRREND – SCHNITTFASSUNGEN VON SPIELFILMEN IM TAGESPROGRAMM

(CePI) Bei der der MA HSH ging eine Beschwerde über den am Vormittag auf Sat.1 ausgestrahlten Spielfilm „Die Insel der besonderen Kinder“ ein. Dieser sollte gruselige Szenen enthalten, die für eine Ausstrahlung im Tagesprogramm nicht geeignet seien.

„Die Insel der besonderen Kinder“ ist ein Fantasy-/Abenteuer-Film, der von der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) ab 12 Jahren freigegeben wurde. Sat.1 hatte den Film zunächst im Abendprogramm nach 20 Uhr ausgestrahlt und am Folgetag gegen 11:40 Uhr wiederholt. Die Zuschauerin hatte die Abendausstrahlung des Films gesehen und war über die angekündigte Wiederholung am Vormittag entsetzt, denn sie hatte den Film als „äußerst gruselig und angstmachend für Kinder“ empfunden.

Wenn Fernsehveranstalter Filme mit einer Altersfreigabe ab 12 Jahren ausstrahlen, müssen sie bei der Wahl der Sendezeit dem Wohl jüngerer Kinder Rechnung tragen.

Nach den Richtlinien der Landesmedienanstalten ist dies jedenfalls dann der Fall, wenn der Film erst nach 20 Uhr zu sehen ist. Daher stellte sich die Frage, wieso dieser Film tagsüber wiederholt wurde.

Ein Film – Zwei Fassungen

Die MA HSH stellte fest, dass es eine Original- und eine Schnittfassung des Films gibt.

Die FSK hatte die Originalfassung ab 12 Jahren freigegeben, eine weitergehende Freigabe wurde abgelehnt, da einzelne unheimliche Sequenzen jüngere Kinder ängstigen können.

Außerdem hat der Sender eine Schnittfassung des Films erstellt und diese der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) vorgelegt. Die FSF hat die gekürzte Version geprüft und ab 6 Jahren freigegeben, da durch die Bearbeitung die Sequenzen, die von der FSK genannt wurden, entfernt wurden. Die FSF selber sieht keine Momente mehr, die übermäßig ängstigen könnten.

Welche Fassung wurde am Vormittag gezeigt?

Um zu prüfen, ob im Tagesprogramm die gekürzte Fassung des Films gezeigt wurde, wurden beide Ausstrahlungen des Films miteinander verglichen. Die Prüfung ergab, dass am Vormittag die gekürzte und durch die FSF ab 6 Jahren freigegebene Fassung gezeigt wurde.

Ob Filme in einer gekürzten Fassung ausgestrahlt werden, können die Zuschauer:innen oft nicht erkennen. Jedoch geschieht dies gelegentlich, da durch die Bearbeitung Altersfreigaben zum Teil verändert werden können und die Ausstrahlung im Tagesprogramm ermöglicht wird. Das unerklärte Ausstrahlen von veränderten Filmfassungen kann für Verwirrung bei Zuschauer:innen sorgen – so auch in diesem Fall. Doch der Sender hat die jugendschutzrechtlichen Vorgaben eingehalten und die Beschwerdeführerin wurde über das Ergebnis informiert.

MA HSH MONIERT BLUTIGE KÄMPFE UND NAZI-SYMBOLS AUF TIKTOK

(RB) TikTok steht bei Kindern und Jugendlichen hoch im Kurs. Leider können sie dort auch schnell auf verstörende oder ängstigende Inhalte stoßen. Die MA HSH will das ändern und meldet solche Inhalte an die Plattform - mit Erfolg. Seit Juli 2021 ist sie Mitglied im sogenannten Government Reporting Channel und hat so einen direkten Draht zu TikTok.

Bei Kindern und Jugendlichen ist TikTok sehr beliebt: Ein Drittel der Kinder (30%) und Jugendlichen (33%) nutzen die App laut der KIM- und JIM-Studien 2020 mehrmals pro Woche. Diese Studien untersuchen, wie Kinder (KIM – Kindheit, Internet, Medien) und Jugendliche (JIM – Jugend, Information, (Multi-) Media) mit Medien umgehen. Die App TikTok ist laut Anbieter

zwar erst für Nutzer ab 14 Jahren geeignet. In der Regel wird das Alter der Nutzer:innen aber nicht überprüft. Die MA HSH nahm TikTok deshalb genauer unter die Lupe.

Gewaltszenen aus Computerspielen

Bei der Recherche stieß die MA HSH auf 169 Videos mit heftigen Gewaltszenen aus Computerspielen, die erst ab 18 Jahren freigegeben sind. Die Ausschnitte stammten z.B. aus „Mortal Combat“, „Resident Evil“ oder „The Last Of Us“. Sie zeigten brutale Kämpfe zwischen den Spielfiguren. Knochen brachen, Gliedmaßen wurden abgetrennt und Blut spritzte umher. Durch Zeitlupe oder Nahaufnahme wurden diese Sequenzen oftmals besonders in Szene gesetzt. Die Schmerzen und das Leid der Opfer wurden nicht gezeigt. Auf Kinder und Jugendliche kann das eine gewaltverharmlosende Wirkung haben. Die heftigen Gewaltszenen und oftmals düsteren Szenarien können sie sogar verängstigen und damit möglicherweise in ihrer Entwicklung beeinträchtigen. Die Videos waren ohne Beschränkung für alle Nutzer:innen frei zugänglich.

Darin sah die MA HSH einen Verstoß gegen § 5 JMStV.

Nazi-Symbole als Profilbilder

Außerdem fiel auf, dass zahlreiche TikTok-User:innen NS-Symbole wie Hakenkreuze, SS-Runen oder SS-Totenköpfe als Profilbilder nutzten. Diese Kennzeichen verstoßen gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 Jugendmedien-schutz-Staatsvertrag (JMStV) und sind gemäß § 86a Strafgesetzbuch (StGB) strafbar. Die Verwendung solcher Inhalte ist nur dann zulässig, wenn sie der Kunst oder der Wissenschaft, der Darstellung von Vorgängen des Zeitgeschehens oder der Geschichte dienen (Sozialadäquanz gemäß § 86 Abs. 3 StGB). Das war hier eindeutig nicht der Fall. Da die MA HSH keinerlei Anhaltspunkte für die Herkunft dieser Nutzer:innen hatte, sah sie von einer Strafanzeige ab und er-wirkte die Entfernung der Inhalte.

Sie meldete die rechtswidrigen Inhalte an TikTok. Die Plattform reagierte unmittelbar und sperrte sie. Sie nahm die MA HSH außerdem in den sogenannten Government Reporting

Channel auf. Durch den neuen Meldestatus hat die MA HSH nun einen direkten Draht zu TikTok und ihre Meldungen werden priorisiert behandelt.

ZUSATZINFORMATIONEN

Die MA HSH wurde auf Grundlage folgender Norm des JMStV aktiv:

§ 4 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 JMStV

„Unbeschadet strafrechtlicher Verantwortlichkeit sind Angebote unzulässig, wenn sie Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen im Sinne des § 86a des Strafgesetzbuches verwenden.“

§ 5 Abs. 1 JMStV

„Sofern Anbieter Angebote, die geeignet sind, die Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen, verbreiten oder zugänglich machen, haben sie dafür Sorge zu tragen, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufen sie üblicherweise nicht wahrnehmen. Die Altersstufen sind:

ab 6 Jahren,
ab 12 Jahren,
ab 16 Jahren,
ab 18 Jahren.“

PARTY HARD MIT VODKA, WEED UND ECSTASY? AUS JUGENDSCHUTZSICHT GAR NICHT COOL!

(CaPo) Das Musikvideo „Extasy“ von Bonez MC und Frauenarzt verharmlost Drogenkonsum, Drogenhandel und exzessives Trinken und war auf YouTube frei aufrufbar. Weil es aber geeignet ist, Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren zu beeinträchtigen, wandte sich die MA HSH an YouTube und forderte Jugendschutzmaßnahmen ein. Mit Erfolg.

*„Uh, Baby, dance auf den Beat
Wir rollen mit dem Benz übern Kiez
Du riechst aus dem Fenster das Weed
(ja) Geld verdienen mit Ecstasy“*

Vor dem verschlossenen Tor eines Luxusanwesens ist ein Mannschaftswagen der Polizei postiert, auf hart getrimmte Männer führen ihre Kampfhunde an Goldketten aus oder drehen mit ihren Luxuslimousinen Runden durch die Stadt. Ganz nebenbei wird noch gedealt. Frauen posieren in sexuell aufreizenden Posen auf Kühlerhauben oder räkeln sich verführerisch am Pool, wo ausschweifend gefeiert wird. Der Vodka fließt, Pillen werden eingeworfen. Dazu eingängige Beats und Textzeilen wie *„Getunte Autos, die Endstufe wird ans Limit gedreht“*,

„Baby, zeig deine Nippel, zieh dein Shirt aus, lass dich gehen, Brauche keine Masche, ich hab' Asche auf Tasche“ oder „Ich nehm' vom Ecstasy die Hälfte und dann fress' ich sie auf“.

Diese Textzeilen und Szenen stammen aus dem Musikvideo „Extasy“ von Bonez MC und Frauenarzt. Es wurde am 7. Mai 2021 auf YouTube eingestellt und verzeichnet über 9 Millionen Aufrufe. Der Drogenkonsum wird als cool, der Drogenhandel als lukrativ und der Lifestyle der Musiker als erstrebenswert dargestellt. Der Ecstasy-Konsum wird mehrfach angedeutet oder gar explizit gezeigt. Cannabis-Konsum findet meist zur Zeile *„Du riechst aus dem Fenster das Weed (Ja)“* statt. Die Message lautet: Wir sind mega cool, wir konsumieren Drogen, dealen und nehmen es mit dem Gesetz auch sonst nicht so genau. Und wir haben Erfolg damit.

Die Message des Videos ist aus Jugendschutzsicht problematisch

Das Video verharmlost den Konsum von Drogen und harten Alkoholika und stellt den Drogenhandel als lukrativ dar.

Das Video verleitet damit Minderjährige zu gesundheitsschädlichen Verhaltensweisen. So kann insbesondere die Einnahme von Ecstasy beispielsweise zu Angst und Depression führen. Auch Herzrasen, Kreislaufkollaps, Nieren- und Leberversagen können zu den unerwünschten Wirkungen der Designerdroge zählen.

Auch wenn berücksichtigt wird, dass es sich bei den Musikern um Vertreter des Musikgenres „Gangsta-Rap“ handelt, der sich mit künstlerischen Mitteln mit bestimmten kriminellen Bereichen des Lebens, wie Drogenkonsum und -handel auseinandersetzt, ist das Musikvideo als entwicklungsbeeinträchtigend zu bewerten. Minderjährige sind noch nicht ausreichend in der Lage, die im Video gezeigten Handlungen zu reflektieren oder die negativen Folgen eines solchen Verhaltens einzuschätzen. Insbesondere Jugendliche befinden sich in einer Phase, in der sie oft Grenzen austesten und erste Erfahrungen mit Alkohol und Drogen suchen.

Bei den Künstlern des Musikvideos handelt es sich außerdem um erfolgreiche und bei Jugendlichen sehr

beliebte Künstler und insofern um Vorbilder und Identifikationsfiguren. Insbesondere Jugendliche laufen Gefahr, sich mit den Künstlern zu identifizieren und die im Musikvideo propagierten Handlungen nachzuahmen. Die MA HSH bewertete das Video deswegen als entwicklungsbeeinträchtigend für Kinder und Jugendlichen unter 18 Jahren und meldete es der Rechtsabteilung der Google Germany GmbH.

Melde dich an, um dein Alter zu bestätigen.

YouTube hat das Video daraufhin mit einer Altersbeschränkung versehen. Nutzer:innen müssen sich anmelden und eine Altersbestätigung durchlaufen, um ihre Volljährigkeit nachzuweisen. Der Nachweis kann über Kreditkarte oder Foto eines gültigen amtlichen Ausweises erfolgen.

Diese Maßnahme setzt YouTube seit 2021 ein, um Kinder und Jugendliche vor beeinträchtigenden Inhalten zu schützen. Dazu zählen Videos mit gewaltverherrlichenden oder sexuell anzüglichen Inhalten, aber auch Videos, die den Konsum und die Herstellung von Drogen zeigen, oder vulgäre

Sprache enthalten. Nutzer:innen, die nicht angemeldet sind und ihre Volljährigkeit nicht nachgewiesen haben, können Videos auf YouTube, die mit einer Altersbeschränkung versehen wurden, nicht ansehen. Außerdem schränkt YouTube auch die Wiedergabe dieser Videos auf den meisten Websites von Drittanbietern ein. Nutzer:innen, die dort, beispielsweise über einen eingebetteten Player, ein YouTube-Video mit Altersbeschränkung anklicken, werden zu YouTube oder YouTube Music weitergeleitet. Dort können sie sich die Inhalte nur ansehen, wenn sie ihre Volljährigkeit nachgewiesen haben und sich angemeldet haben. Das sollte, so YouTube, dabei helfen, dass von YouTube gehostete Videos nur von der geeigneten Zielgruppe angesehen werden können, und zwar unabhängig davon, wo die Inhalte aufgerufen wurden.

MEDIENANSTALT HAMBURG/SCHLESWIG-HOLSTEIN (MA HSH)

Anstalt des öffentlichen Rechts

Gesetzlicher Vertreter: Dr. Matthias Försterling

Rathausallee 72-76

22846 Norderstedt

Telefon: 040/369005-28

Telefax: 040/369005-55

E-Mail: presse@ma-hsh.de

www.ma-hsh.de



Redaktion: Christina Ipsen, Dr. Thomas Voß (Verantw. i. S. d.
§ 55 Abs. 2 RStV)

Autoren: Ramona Becker (RB), Christina Ipsen (CI), Celina Plett
(CePl), Carole Possing (CaPo), Andrea Rehn (AR), Dr. Thomas
Voß (TV), Michael Wolff (MW)

Schreiben Sie uns, wenn Sie
Beschwerden oder Anregungen haben.