

AUSGABE

02 2014

PRÜFREPORT

DER LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NORDRHEIN-WESTFALEN (LFM)

- > HOBBY-PROSTITUIERTE ZWITSCHERT S.06
- > OB-WAHL IN DÜSSELDORF S.09
- > DEUTSCHE HUNDEHASSER AUS HONGKONG S.13



INHALT

EINLEITUNG	03
RECHTLICHES RÜSTZEUG	04
WHO IS WHO	05
THEMA AKTUELL „HOBBY-PROSTITUIERTE ZWITSCHERT“	06
BESCHWERDEN TV	
PANNESHOW: „OOOCH, DAS TUT MIR ABER LEID“	07
TELESHOPPING FÜR KINDER?!	08
OB-WAHL IN DÜSSELDORF	09
ERST DIE WARE – DANN DAS GELD?	10
WER WEISS ES, WER WEISS ES NICHT?	11
BESCHWERDEN INTERNET	
FACEBOOK: GEWALTVIDEO	12
DEUTSCHE HUNDEHASSER MIT SITZ IN HONGKONG	13
SCHLUSSWORT	14
IMPRESSUM	15

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 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 Paragrafen 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

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. Bei potenziellen Verstößen gegen derartige Bestimmungen weist jugendschutz.net den Anbieter darauf hin. Erfolgt keine Reaktion bzw. ausreichende Abänderung, wird der Sachverhalt an die KJM weitergeleitet.

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.

DIE VERBRAUCHERZENTRALEN

> [Weblink](#)

Die Verbraucherzentralen in den 16 Bundesländern bieten Beratung und Information zu Fragen des Verbraucherschutzes, helfen bei Rechtsproblemen und vertreten die Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher auf Landesebene.

KOMMISSION FÜR ZULASSUNG UND AUFSICHT (ZAK)

> [Weblink](#)

Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) setzt sich aus den gesetzlichen Vertretern (Direktoren, Präsidenten) der 14 Landesmedienanstalten zusammen und ist personidentisch mit der [DLM](#).

In der ZAK werden Fragen der Zulassung und Kontrolle bundesweiter Veranstalter, der Plattformregulierung sowie der Entwicklung des Digitalen Rundfunks bearbeitet.

INFO

Im > [Prüfreport 04_2013](#) berichteten wir über eine Zuschauerbeschwerde zu „Joko gegen Klaas – Das Duell um die Welt“. Die KJM hat in der Zwischenzeit entschieden: Die beiden Sendeteile sind als eine Sendung zu werten und die Ausstrahlung der Gesamtsendung hätte erst ab 22 Uhr erfolgen dürfen.

Entscheidungen der ZAK vom 15. April und 13. Mai 2014 zu den Themen [„Virtuelle Produktplatzierungen“](#) und [„Grundsätze der Berichterstattung“](#)

TWITTER – WENN DIE HOBBY-PROSTITUIERTE ZWITSCHERT

Mit maximal 140 Zeichen Neuigkeiten „zwitschern“:

Der Micro-Bloggingdienst Twitter wird nicht nur von Personen für ihre Privatkommunikation genutzt, sondern zunehmend auch von Einrichtungen, Unternehmen oder kleineren „Institutionen“ mit einem kommerziellen Interesse.

Die Unterschiedlichkeit des kommerziellen Interesses

Das kommerzielle Interesse kann ein Hinweis des örtlichen Schwimmbads auf ein besonderes Eintrittsangebot, aber auch der Hinweis eines Bordells oder einer Hobby-Prostituierten auf neue „Dienstleistungen“ sein. Folgt man dem Twitterer mobil, so sieht man evtl. „nur“ die Tweets. Doch auch die können es in sich haben und den jüngeren Leser durchaus verstören. Neben der Textnachricht ist auch die Integration von Bildern möglich. Ein Blick auf den Twitteraccount des Senders „offenbart“ noch mehr. Während es beim örtlichen Schwimmbad Bilder der Wasserbecken sind, ist es bei der Hobby-Prostituierten das eigene Becken mit Fokussierungen in eher privatere Bereiche. Die gezwitscherten „Neuigkeiten“ unterscheiden sich zudem deutlich voneinander, obwohl sie so nah beieinander liegen.

„Das ist alles nicht erlaubt“

Pornografische Darstellungen dürfen in Deutschland nicht frei zugänglich gemacht werden. Auch im Internet nicht. Auch bei Twitter nicht. Gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen bzw. der Twitter-Regeln ist „der Gebrauch von obszönen oder pornographischen Bildern als Profil-, Kopfzeilen- oder Hintergrundbild des Nutzers nicht erlaubt“. Doch halten sich alle daran? Die Realität zeigt etwas anderes.

Doch auch hier müssen rechtliche Grenzen eingehalten werden. Der notwendige Klick auf „Anzeigen“ mit dem vorangestellten Hinweis „Das folgende Medium enthält möglicherweise sensibles Material.“ kann keine ausreichende Lösung sein.

„OOOCH, DAS TUT MIR ABER LEID! HI HI HI“

Veranstalter: Super RTL
Sendung: Upps! Die Pannenshow
Sendezeit: sonntags, 20:15 Uhr

„In dieser Sendung werden Kinder eindeutig ihrer Würde beraubt. Das gezeigte Material ist ethisch sehr bedenklich, grenzwertig in seiner Legalität und schlichtweg widerwärtig! Ich würde mich freuen, wenn das schreckliche Format abgeschafft werden würde.“

Bei der Sendung „Upps! Die Pannenshow“ handelt es sich um eine „Homevideo-Sendung“, die eine Zusammenstellung unterschiedlichster „Pannenvideos“ beispielsweise aus den Bereichen Sport, Hochzeit, Familie und Kinder zeigt. Stolpernde, ausrutschende oder sich erschreckende Kinder und auf einem Tisch tanzende und unglücklich fallende Bräute sind keine Seltenheit. Begleitet werden die eingespielten Videos von einem zum Teil spöttischen Off-Kommentar und beschwingten Musikhits wie Abbas „Waterloo“ oder Rex Gildos „Fiesta Mexicana“.

Diese Sendung ist immer wieder Anlass für Programmbeschwerden, da Zuschauerinnen und Zuschauer menschenunwürdige Darstellungen in den gezeigten Videos erkennen und für ein Verbot dieser „Sich-über-das-Leid-anderer-Lustigmachen“-Sendung plädieren.

Der LfM obliegt die Prüfung, ob die Ausstrahlung der konkreten Folgen rundfunk- bzw. den jugendschutzrechtlichen Anforderungen entspricht. Wenn rechtliche Bestimmungen eingehalten werden, ist eine Ausstrahlung, auch wenn diese manchmal eventuell als geschmacklich grenzwertig einzuordnen ist, von der Rundfunkfreiheit gedeckt.

Insbesondere an eine etwaige Bejahung der Verletzung der Menschenwürde sind hohe Anforderungen zu stellen. Eine erhebliche Verletzungsintensität, die nur den Kernbereich

der menschlichen Existenz betrifft, ist hier erforderlich. Zudem wird ein Verstoß gegen die Menschenwürde in der Regel dann angenommen, wenn der Mensch zum bloßen Objekt herabgewürdigt wird. Dies kann bei der Darstellung von Menschen, die sterben oder schweren körperlichen oder seelischen Leiden ausgesetzt sind oder waren, gegeben sein.

Diese Verletzungsintensität sowie die Herabwürdigung der dargestellten Personen zum Objekt sind bei der Homevideo-Sendung nicht gegeben. Vielmehr ist es eine Abbildung der Realität, in der kleine Alltagssituationen zu Missgeschicken führen oder in der bei besonders geplanten Situationen wie Hochzeiten doch nicht alles glatt läuft. All diese Situationen wecken bei den Zuschauerinnen und Zuschauern das Mitgefühl, wenn es sich beispielsweise um kleine Kinder handelt oder eben doch das Gefühl

der Schadenfreude, wenn Erwachsene in einem peinlichen Moment gezeigt werden.

Dass der Mensch zur Schadenfreude neigt, nutzt die Unterhaltungsbranche seit langem aus. Auch die Wissenschaft beschäftigt sich mit dem Thema und geht der Entstehung dieses Gefühls auf den Grund.

Auch wenn in der ausgestrahlten Folge der Sendung teilweise grenzwertige Situationen abgebildet werden, ist dies von der Rundfunkfreiheit gedeckt.

Unabhängig davon, hatte die LfM bezüglich der in Rede stehenden Sendung bereits in der Vergangenheit Kontakt zum Veranstalter Super RTL aufgenommen. Der Sender versicherte, dass viele der gesendeten Filmbeiträge von Zuschauerinnen und Zuschauern stammen, die diese

Aufnahmen dem Sender zur Verfügung gestellt haben. Vor der Ausstrahlung würden den Einsendern die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Senders sowie sogenannte Releases übersandt. Diese beinhalten unter anderem Bestimmungen, dass keine Rechte Dritter verletzt würden oder Gewalt verwendet wurde. Vor diesem Hintergrund geht der Sender für die zugesandten Spots davon aus, dass niemand ernstlich zu Schaden gekommen ist.

Dennoch kann es kritische Einzelfälle geben, die ein Eingreifen seitens der LfM erfordern. Deswegen ist es wichtig, immer wieder hinzuschauen und jeden Fall zu prüfen.

TELESHOPPING FÜR KINDER?!

Veranstalter: Disney Channel
Sendung: Teleshopping im
Nachtprogramm
Sendezeit: täglich, 01:00 Uhr
bis 05:45 Uhr

„Mir ist bewusst, dass sich ein Free-TV-Sender finanzieren muss. Aber hat man nicht dafür die normalen Werbepausen? Diese dubiosen Teleshopping-Werbepots sind bei dem Kinder- und Familiensender reine Abzocke. Ich habe meinen Kindern verboten, diesen Sender einzuschalten!“

Zwischen 01:00 Uhr nachts und 05:45 Uhr morgens sendet Disney Channel Teleshopping. Die Überleitung vom Programm zum Teleshopping erfolgt gewöhnlich mit dem Hinweis „Der Disney Channel wünscht eine gute Nacht“ und dem Zusatz „Es folgt Teleshopping“ sowie der Einblendung einer entsprechenden Hinweistafel. Mit diesem optischen und akustischen Hinweis zu Beginn sowie der Kennzeichnung als „Teleshopping“ während der Sendungen sind die rechtlichen Anforderungen, die der Gesetzgeber in § 45a des Rundfunkstaatsvertrags für Teleshopping-Fenster vorgesehen hat, erfüllt. Eine zeitliche Obergrenze für Teleshopping-Sendungen gibt es ebenso wenig wie Vorschriften zur Platzierung solcher Sendungen im Tages- oder Nachtprogramm.

Die Tatsache, dass der Veranstalter Sendungen dieser Art im Nacht- und nicht im Tagesprogramm ausstrahlt, zeigt, dass sich der Disney Channel des besonderen Charakters seines Programms durchaus bewusst ist, insbesondere vor dem Hintergrund, dass Kinder in den Nachtstunden nicht mehr fernsehen (sollten).

OB-WAHL IN DÜSSELDORF – 1,68 METER VERSUS 1,98 METER ?

Veranstalter: center.tv Düsseldorf
Sendung: TV-Duell zur Wahl des Oberbürgermeisters in Düsseldorf
Sendedatum: 17.05.14, 20:00 Uhr

„Dem OB-Kandidaten der SPD wurde das Sitzen in der TV-Duell-Sendung verweigert. Damit hat sich der Sender in beabsichtigter Weise der Meinungsbildungsmanipulation schuldig gemacht. Der Herausforderer, Herr Geisel, ist 1,68 m groß, der amtierende Bürgermeister, Herr Elbers, ca. 1,98 m. Die Zurschaustellung dieser Körpergrößen bzw. Unterschiede widerspricht allen Grundsätzen journalistisch neutraler Berichterstattung!“

Vor der Wahl des Oberbürgermeisters von Düsseldorf am 25. Mai strahlte center.tv Düsseldorf ein TV-Duell mit den gemäß den Prognosen zwei aussichtsreichsten Kandidaten, Dirk Elbers (CDU) und Thomas Geisel (SPD) aus.

Der Beitrag beginnt mit der textlichen Ankündigung „Kommunalwahl 2014, Das OB-Duell, aus dem Konferenzzentrum der Rheinischen Post am 16.05.2014“. Im Hintergrund sind die drei Moderatoren zu sehen: Denisa Richters (Rheinische Post), Silke Lauenroth (center.tv) und Arne Klüh (Antenne Düsseldorf), die auch das TV-Duell eröffnen, indem sie die zwei Kandidaten im Studio begrüßen. Es folgt eine Einstellung in der Halbtotale, die sowohl die drei Moderatoren auf der linken als auch die zwei Kandidaten auf der rechten Seite zeigt.

Alle Beteiligten sind an Stehtischen platziert. Hinsichtlich der Größe fällt der Kandidat Elbers in diesem Setting insofern „aus dem Rahmen“, da sich in dieser Einstellung Herr Geisel eher auf einer Ebene mit den Moderatoren befindet. Die anschließende halbnahe Kameraeinstellung macht den Größenunterschied der beiden OB-Kandidaten deutlich.

Im Folgenden wechseln die Kameraeinstellungen: Halbnahe der Moderatoren, Halbtotale aller Beteiligten, Halbnahe beider Kandidaten, Over-the-Shoulder (im Rücken der Kandidaten) und Nahe der einzelnen Moderatoren und Kandidaten.

Der Größenunterschied wird jeweils in der Halbtotale aller Beteiligten, Over-the-Shoulder sowie der Halbnahe beider Kandidaten deutlich.

Eine umfassende Information von Seiten des Rundfunks dient der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung, welche gerade in Wahlkampfzeiten von besonderer Bedeutung ist. Diese Aufgabe des Rundfunks folgt aus der durch die Verfassung garantierten Rundfunkfreiheit. Die Rundfunkfreiheit gewährleistet den Rundfunkunternehmen aber auch die Programmfreiheit. Ein Rundfunkveranstalter kann daher sein Programm zunächst nach seinem Belieben frei gestalten, soweit nicht bereits durch den Gesetzgeber konkrete Vorgaben erfolgt sind.

Im Hinblick auf die zeitliche Aufteilung der jeweiligen Kameraeinstellungen erfolgte seitens der Redaktion keine übermäßige Nutzung der Einstellungen, die den Größenunterschied betonen. Hinsichtlich der Art der Fragestellungen seitens

der Moderatoren an die Kandidaten konnte ebenfalls kein Unterschied festgestellt werden.

Insgesamt zeigte sich Herr Geisel, der im Rahmen seiner beruflichen und politischen Karriere mit großer Wahrscheinlichkeit nicht zum ersten Mal mit dem Größenunterschied zwischen ihm und Dritten konfrontiert wurde, trotz der durch wiederholte Unterbrechungen geringeren Sprechzeit sehr souverän als gleichwertiger Diskussions Teilnehmer.

Unbenommen der Tatsache, dass Kameraeinstellungen bestimmte Wirkungen erzielen, konnte seitens der LfM bezogen auf den Rundfunkbeitrag weder darstellerisch noch inhaltlich eine Benachteiligung von Herrn Geisel und somit ein möglicher Verstoß gegen medienrechtliche Bestimmungen festgestellt werden.

ERST DIE WARE – DANN DAS GELD?

Veranstalter: QVC
Sendung: Teleshopping MAGIMIX
Le Mini Plus
Küchenmaschine
Sendezeit: 26.04.14, 10 Uhr

„Ich wollte am 26.04.2014 online eine Bestellung für ein bei QVC präsentiertes Produkt aufgeben und musste feststellen, dass mein Onlinekonto gesperrt war. Nach einem anschließenden Telefonat mit QVC konnte meine Bestellung entgegen genommen werden. Die Bestellung habe ich bis heute nicht erhalten, obwohl ich durch Kreditkartenzahlung in Vorleistung gegangen bin.“

Immer wieder erreichen die LfM Anfragen von Teleshopping-Kundinnen und -Kunden zu bestellten Produkten, einer möglichen Reklamation oder Schwierigkeiten bei Bezahlvorgängen.

Die Aufsicht über das Programm des Teleshopping-Senders QVC obliegt aufgrund der vorgenommenen Lizenzierung der LfM. Sie kontrolliert die von ihr lizenzierten, privaten Rundfunkangebote auf die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften. Im Wesentlichen sind dies Fragen des Jugendschutzes und der Werbung sowie die Einhaltung der sogenannten allgemeinen Programmgrundsätze.

Der geschilderte Sachverhalt stellt jedoch keinen möglichen Verstoß gegen vorgenannte Bestimmungen dar. Für Fälle des Kauf- und Verbraucherrechts besteht keine Zuständigkeit der LfM und somit auch keine Möglichkeit, auf QVC einzuwirken.

Um eine Klärung des Anliegens zu erreichen, muss man sich mit QVC in Verbindung setzen.

Zudem besteht die Möglichkeit, sich an die Verbraucherzentrale zu wenden. Die LfM kann hier lediglich den Kontakt herstellen.

„KNICKERBOCKER“ „HAST DU DAS WORT JEMALS BENUTZT? NEIN?“

Veranstalter: VOX
Sendung: Wer weiß es,
wer weiß es nicht?
Sendedatum: 28.05.14, 14:00 Uhr

„Ich bin fassungslos angesichts dieser Sendung. Hier müssen Kandidaten gesucht werden, die dumm genug aussehen, eine Frage nicht beantworten zu können. Da werden dann tendenziell Menschen ausgesucht, die eher dem asozialen Milieu zuzuordnen sind oder über einen Migrationshintergrund verfügen. Absolut menschenunwürdig, Klischees bedienend und die Ausländerfeindlichkeit verstärkend!“

Bei dem Format „Wer weiß es, wer weiß es nicht?“ handelt es sich um ein Straßenquiz-Format, bei dem beliebige Passantinnen und Passanten zum Teil der Sendung werden. In mehreren Runden müssen sie entweder eine Person auswählen, von der sie annehmen, die Antwort auf eine vom Moderator gestellte Frage zu kennen oder eben nicht. Bei jeder richtigen Einschätzung erhöht sich der Gewinnbetrag der Kandidatin bzw. des Kandidaten.

In der gegenständlichen Folge findet die erste Quizrunde mit der Kandidatin „Julia“ in der Fußgängerzone in Neuss statt. Die zweite Runde zeigt den Kandidaten „Thorsten“ in Hamburg.

In beiden Runden ist es, dem Spielkonzept folgend, erforderlich, vorbeigehende Menschen dahingehend einzuschätzen, ob sie, je nach Anforderung der Spielphase, eine Frage beantworten können oder nicht. Julia muss bspw. eine Person finden, die weiß, wer mit dem Satz „Ich habe fertig!“ berühmt geworden ist. Sie entscheidet sich für einen Mann, von dem sie annimmt, sich beim Thema Fußball auszukennen. Und sie liegt richtig. Als sie jemanden finden muss, der nicht wissen soll, was Knickerbocker sind, entscheidet sie sich für einen ihr bekannten jungen, sehr modern wirkenden Mitarbeiter eines Kiosks. Als er erfährt, dass die Kandidatin getippt hatte, dass er es nicht wisse, muss er über die eingeschätzte „Doofheit“ lachen. Sofort wird der Kommentar der Kandidatin eingespielt: „Wer kennt das schon? Sei mal ehrlich.“ Auch der Moderator widerspricht der „Alle doof da“-Aussage:

„Nein, nein. Hast Du das Wort jemals benutzt? Nein? Siehst Du, dann hat sie ein gutes Bauchgefühl bewiesen.“ Er verknüpft die Einschätzung der Kandidatin somit mit dem Alter des ausgewählten „Mitspielers“ und die damit verbundene Annahme, das der Begriff „Knickerbocker“ nicht unbedingt zum Sprachgebrauch jüngerer Menschen zählt.

Auch in der zweiten Runde mit dem Kandidaten „Thorsten“ wird die Entscheidung hinsichtlich des Wissens/Nichtwissens meist in Verbindung mit dem Alter der Passanten und der daraus geschlussfolgerten Erfahrung verknüpft. Zudem wird seitens des (in Eritrea geborenen) Moderators auch gefragt, ob es denn der Kandidat selber wisse. Dieser kennt mehrmals selbst die Antwort nicht.

Dass unter den angesprochenen Passanten Menschen verschiedener Herkunft und sozialer Schicht sind, entspricht der bunten Verteilung der Gesellschaft in Deutschland. Jeder „Mitspieler“ wird insbesondere durch die Einordnungen des Moderators als sympathischer Teil der Sendung inszeniert.

Die Verletzung der Menschenwürde wäre beispielsweise dann gegeben, wenn die dargestellten Personen zum bloßen Objekt herabgewürdigt würden. Diese Intensität sowie eine Verächtlichmachung oder Bloßstellung der „als nichtwissend eingeschätzten Personen“ erfolgte gemäß der Prüfung der LfM nicht.

Eine Förderung von Ausländerfeindlichkeit wurde seitens der LfM ebenfalls nicht gesehen.

„DEM KLEINEN MUSS GEHOLFEN WERDEN“

Angebot: Video in einem
Facebook-Profil

Eingang: 13.04.2014

„Ich bin ab und an bei Facebook und musste eine schreckliche Entdeckung machen: Ein Vater schlägt seinen Sohn auf brutale Art und Weise zusammen und die Mutter filmt das Ganze! Dem Kleinen muss geholfen werden!“

Auf einer privaten, deutschen Facebookseite hatte der Profilinhaber ein Video gepostet, das einen Mann zeigte, der einen Jungen körperlich missbraucht. Der Profilinhaber verurteilte das Geschehen in seiner Kommentierung, dennoch wurde der Inhalt so weiterverbreitet.

Bei dem knapp neun Minuten langen Video handelt es sich um einen aus Malaysia/Südostasien stammenden Inhalt, der bereits Ende 2012 auf Facebook erstmals veröffentlicht wurde. Gemäß der internationalen Koordinierungsstelle zur Bekämpfung von Internetmissbrauch, > [Mimikama](#), wurde der Mann innerhalb von kürzester Zeit nach der Erstveröffentlichung bei Facebook festgenommen und in Untersuchungshaft gebracht. Der Junge selbst wurde in medizinische Betreuung übergeben.

Ein Hinweis an Facebook über die erneute Verbreitung des Videos über das deutsche Facebookprofil führte zur Löschung der Inhalte.

DEUTSCHE HUNDEHASSER MIT SITZ IN HONGKONG

Angebot: www.bittenichtso.de

Eingang: 08.05.2014

„Auf der Website sind mir einige „unschöne“ Darstellungen aufgefallen. Können Sie hier tätig werden?“

Die Hunde- und Hundehalterhasser-Website ist immer wieder Gegenstand der Arbeit der LfM und jugendschutz.net. Es handelt sich um ein deutschsprachiges Angebot, welches gemäß Impressum aus Hongkong betrieben wird.

Das Angebot beinhaltet Kochrezepte zur Verarbeitung von Hunden und ruft bspw. zur Spende von „hochwertigen“ Kanthölzern zur „Enthundung“ von Rumänien auf.

Auch wenn das Angebot eindeutig sowohl auf Text- als auch auf Bildebene verstörende Darstellungen enthält und somit bspw. einen Verstoß gegen deutsche jugendschutzrechtliche Bestimmungen darstellt, stellt die anonyme Verbreitung aus dem Ausland die LfM und jugendschutz.net vor große Herausforderungen.

An dieser Stelle fehlen unmittelbare Handlungsmöglichkeiten. Auch wenn insgesamt der internationale Austausch mit Partnerorganisationen mittlerweile sehr gut funktioniert, konnte in diesem Fall noch kein Erfolg erzielt werden.

Im Ausland besteht hinsichtlich derartiger Inhalte eine viel höhere Toleranzgrenze als in Deutschland und die Verbreitung ist nicht verboten.

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
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

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

Juni 2014