

AUSGABE

012017

PRÜFREPORT

DER LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NORDRHEIN-WESTFALEN (LFM)

- > FOLTERSZENEN BEI STARWARS-KINDERSERIE S.07
- > MESSERATTACKE BEI TOM UND JERRY S.09
- > HEROIN PER MAUSKLICK S.11

INHALT

EINLEITUNG	03
RECHTLICHES RÜSTZEUG	04
WHO IS WHO	05
THEMA AKTUELL	
WERBUNG FÜR SEXSPIELZEUG	06
BESCHWERDEN TV	
FOLTERSZENEN BEI STARWARS	07
MESSERATTACK BEI TOM UND JERRY	09
WEINTRINKENDE MINDERJÄHRIGE	10
BESCHWERDEN INTERNET	
HEROIN PER MAUSKLICK	11
SEX IM INTERNETRADIO	12
SCHLUSSWORT	13
IMPRESSUM	14

EINLEITUNG

Privater Rundfunk (TV und Radio) unterliegt gesetzlich vorgeschriebenen Programmanforderungen. Auch das Internet ist kein rechtsfreier Raum.

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) überprüft, ob diese gesetzlichen Regelungen eingehalten bzw. umgesetzt werden. In welchen konkreten Fällen die LfM weiterhelfen kann, ist unter > www.lfm-nrw.de ausführlich dargestellt. Darüber hinaus finden sich auf der Internetseite umfassende Informationen zum gesamten Aufgabenspektrum der LfM.

Die LfM befasst sich vor allem mit Fragen des **Jugendmedienschutzes**, der **Werbung** und der **Programmgrundsätze**. Im Bereich des Internets sind darüber hinaus auch **Impressumsangelegenheiten** von Interesse.

Im Prüfreport findet sich eine Auswahl an Rundfunk- und Internetbeschwerden, die aktuell bei der LfM eingegangen sind. 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 lohnen sich!

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 auf.

> [Weblink](#) zum Download der Broschüre als PDF.

WHO IS WHO

DER FÜR DIESE AUSGABE DES PRÜFREPORTS RELEVANTEN INSTITUTIONEN

KJM nimmt Ausstrahlung potenziell entwicklungsbeeinträchtigender Trailer ins Visier. „Ausbeute“ einer Schwerpunktanalyse der Landesmedienanstalten zum aktuellen Thema des Prüfreports 04.2016

> [Weblink](#)

ZAK entscheidet über Verstöße aus Programm und Werbung

> [Weblink I](#)

> [Weblink II](#)

ZAK beanstandet Verbreitung des Let's-Play-Angebots „PietSmietTV“ per Internet-Stream

> [Weblink](#)

Hassbotschaften und Legal High-Prüfeschwerpunkte der KJM im Internetbereich

> [Weblink](#)

„Legal Highs“-Drogenrazzia: Ergänzung zum aktuellen Thema des Prüfreports 03.2016

> [Weblink](#)

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 personell identisch mit der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten ([DLM](#)). In der ZAK werden Fragen der Zulassung und Kontrolle bundesweiter Veranstalter, der Plattformregulierung sowie der Entwicklung des Digitalen Rundfunks bearbeitet.

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.

DEUTSCHER WERBERAT

> [Weblink](#)

Werbende Unternehmen, Medien und Agenturen haben sich 1972 mit dem Werberat eine Autorität geschaffen, die das kommerzielle Werbegeschehen in Deutschland ordnend begleitet. Verbraucherinnen und Verbraucher sollen sich auch dann gegen Inhalte und Formen von Werbung wehren können, wenn Anzeigen, Spots, Plakate oder Online-Werbemittel rechtlich nicht zu beanstanden sind, aber als kritikwürdig empfunden werden. Diese Funktion erfüllt der Deutsche Werberat mit dem Angebot des Konfliktmanagements zwischen Verbrauchern und Unternehmen bei Werbemaßnahmen und durch Erarbeitung freiwilliger Regeln für die Werbung vor allem in besonders sensiblen Schutzbereichen.

FREIWILLIGE SELBSTKONTROLLE FERNSEHEN E. V. (FSF)

> [Weblink](#)

Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) ist ein gemeinnütziger Verein privater Fernsehanbieter in Deutschland. Ziel der FSF ist es, einerseits durch eine Programmbeurteilung den Jugendschutzbelangen im Fernsehen gerecht zu werden und andererseits durch Publikationen, Veranstaltungen und medienpädagogische Aktivitäten den bewussteren Umgang mit Medien zu fördern.

WERBUNG FÜR SEXSPIELZEUG IM TAGESPROGRAMM

Ob Durex, eis.de oder amorelie.de – Immer wieder erreichen die LfM sowie auch die anderen Landesmedienanstalten Beschwerden zu Werbespots für Produkte in sexuellem Kontext sowie für Onlineshops, die Sexspielzeuge vertreiben.

Bereits 2011 war beispielsweise ein Spot für ein sexuelles Hilfsmittel im Visier jugendschutzrechtlicher Überprüfungen > [Weblink](#). Es handelte sich bereits damals um einen Werbespot für ein Massage- und Gleitgel, in dem ein sexueller Lustgewinn durch den Einsatz des beworbenen Gleitgels thematisiert wurde. Die KJM prüfte, ob in der Ausstrahlung des Spots im Tagesprogramm ein Verstoß gegen § 5 Abs. 1, 3 und 4 JMStV sowie gegen § 6 Abs. 2 und 3 JMStV vorlag. Sie gelangte seinerzeit zu dem Ergebnis, dass der Werbespot aufgrund der zurückhaltenden Gestal-

tung nicht geeignet war, die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu beeinträchtigen. Zudem würden keine problematischen Rollenbilder oder Einstellungen vermittelt, vielmehr stehe ein partnerschaftlich-liebevoller sexueller Umgang im Vordergrund. Weder durch die optische noch durch die akustische Darstellungsebene ließ sich nach Ansicht der KJM eine Eignung zu einer Entwicklungsbeeinträchtigung begründen – auch wenn das Bewerben von Gleitgel im Tagesprogramm nach Meinung der KJM einen Tabubruch darstelle und beim erwachsenen Zuschauer zwiespältige Gefühle erzeuge.

Die Ausstrahlung derartiger Spots hat in jüngster Zeit zugenommen und stellt keinen Ausnahmefall mehr dar. Gezeigt werden die Spots auch aktuell im Tagesprogramm diverser Privatsender. Dies sind natürlich

auch Zeiten, zu denen gerade Kinder und Jugendliche vor dem Fernseher sitzen.

Bei derartigen Werbespots stellt sich die Frage, ob die Ausstrahlung gegen jugendmedienschutzrechtliche Bestimmungen verstößt.

Grundlage der Prüfung ist dabei u. a. § 5 JMStV. Danach haben Anbieter, die Angebote verbreiten oder zugänglich machen, die geeignet sind, die Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen, dafür Sorge zu tragen, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufen sie üblicherweise nicht wahrnehmen. Dies geschieht im Bereich des Rundfunks meist über die Wahl bestimmter Sendezeiten.

Eine Entwicklungsbeeinträchtigung kann dann angenommen werden, wenn Programminhalte oder Darstellungsformen bei Kindern oder Jugendlichen Gewalt befürwortende bzw. Gewalt fördernde Einstellungen begünstigen sowie sozialemisch desorientierende oder übermäßig ängstigende Effekte besitzen. Darüber hinaus kann eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung auch auf bestimmte erotische/sexuelle Inhalte zurückzuführen sein.

Die bisher bekannten Spots wurden von der LfM nicht als entwicklungsbeeinträchtigend eingestuft. Zwar sind die beworbenen Gegenstände bzw. Dienstleistungen dem Bereich der Sexualität zuzuordnen. Allerdings erfolgt die Bewerbung nicht in Form sexualisierter Darstellungen wie z. B. des Gebrauchs der Sexspielzeuge oder der Darstellung des sexuellen Akts an sich. Auch die Sprache ist

weder sexualisiert noch vulgär. Es ist zudem anzunehmen, dass Kindern die Existenz bzw. der Gebrauch von Sexspielzeugen nicht bekannt ist und sich ihnen die sexuelle Komponente nicht erschließt. Für sie ist das Gezeigte allenfalls unverständlich. Gerade in der Kindheit stellt ein gewisses Unverständnis eher die Norm als die Ausnahme dar. Erkenntnis- und Erfahrungslücken werden erst sukzessiv im Laufe des Entwicklungs- und Reifungsprozesses gefüllt.

Aufgrund der zurückhaltenden Darstellung der bisher bekannten Spots ist nicht von einer nachhaltigen sozial-ethisch bzw. sexual-ethisch desorientierenden Wirkung auszugehen.

Eine Ausstrahlung im Tagesprogramm mag für manche Eltern verständlicherweise ein Ärgernis sein.

Rechtlich lag in den bisher geprüften Beispielen jedoch kein Verstoß gegen jugendmedienschutzrechtliche Bestimmungen vor.

Zu betonen bleibt jedoch, dass es sich jedes Mal um eine Prüfung und Bewertung im Einzelfall handelt. Eine explizitere Darstellung mit einem möglicherweise problematischen Rollenbild und vulgärer Sprache kann in der Bewertung zu einem völlig anderen Ergebnis führen.

ZUSATZINFO

Auch der Werberat sah in den bisher bekannten Werbespots keinen Anlass zur Beanstandung.

FOLTERSZENEN BEI STAR WARS-KINDERSERIE

Veranstalter: Super RTL
Sendung: Star Wars
– The Clone Wars
Sendezeit: 05.03.2017, 16:12 Uhr

„Ich habe zufällig in eine Star Wars-Kinderserie reingeschaut. Darin fanden sich meiner Ansicht nach Folterszenen in ausgesprochen gewalthaltiger Darstellung. Insgesamt muss bei den Zuschauern doch auch mit Kindern aus Flüchtlingsfamilien gerechnet werden, bei denen durchaus ein vorhandener seelischer Schaden verstärkt werden kann. Wie bewerten Sie das?“

Bei der Ausstrahlung handelte es sich um die Folgen „Die Zitadelle“ sowie „Gegenangriff“ der dritten Staffel der Serie „Star Wars – The Clone Wars“.

Das System des Jugendmedienschutzes in Deutschland basiert auf dem Prinzip der regulierten Selbstregulierung. Ziel ist, die Eigenverantwortung der Rundfunkveranstalter und Internetanbieter zu stärken und die Möglichkeiten der Vorabkontrolle zu verbessern. Den Einrichtungen der Freiwilligen Selbstkontrolle wird ein gesetzlich festgeschriebener Entscheidungsrahmen zugewilligt, in den die Medienaufsicht nur begrenzt eingreifen darf. Die Selbstkontroll-einrichtungen müssen von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), einem Organ der Landesmedienanstalten, anerkannt werden. Die KJM überwacht die Spruchpraxis und den Beurteilungsspielraum

anerkannter Selbstkontroll-einrichtungen. Im Bereich des privaten Rundfunks ist die zuständige Selbstkontrolle die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e. V. (FSF).

Vor Ausstrahlung eines Rundfunkangebotes haben die Veranstalter die Möglichkeit, das Angebot, z. B. eine Serie, der FSF zur Begutachtung vorzulegen. Die FSF prüft das Angebot und erteilt dann eine entsprechende Freigabe für eine bestimmte Sendezeit. Die FSF kann die Freigabe aber auch unter der Bedingung bestimmter Schnittpflichten erteilen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, eine Ausnahmegenehmigung zu einer zu den üblichen Sendezeiten abweichenden Ausstrahlung zu erteilen.

Die hier in Rede stehende Serie „Star Wars – The Clone Wars“ lag der FSF vor Ausstrahlung zur Begutachtung vor.

Nach Auffassung der FSF ist die dritte Staffel der Serie „Star Wars – The Clone Wars“ abgesehen von einer Schnittpflicht für das Tagesprogramm geeignet. Die FSF räumt ein, dass das dominierende Thema der Serie Krieg ist. Allerdings finde dieser in einem erkennbaren Science-Fiction-Setting statt und ereigne sich auf der bildlichen Ebene mitunter in unrealistisch wirkenden intergalaktischen Schlachtszenarien und Kampfszenen, die auf der Bildebene vorwiegend von Robotern, Maschinen bzw. rüstungsartig gekleideten Soldaten beherrscht werden. Die Hauptfiguren (Anakin und Ashoka) bilden sowohl für Jungen als auch für Mädchen Heldenfiguren, mit denen sich diese identifizieren können. Es finde eine klare Gut/Böse-Trennung statt. Die handlungstragende Kerntruppe gerate niemals ernsthaft in Gefahr und bleibe unbesiegt.

Die fantastischen, märchenhaften Elemente sorgen nach Auffassung der FSF hinreichend für Entlastung, sodass keine nachhaltigen, d. h. über die Rezeptionssituation hinausgehenden Ängstigungen befürchtet werden müssen.

Bei den ausgestrahlten Folgen handelt es sich daher um Folgen, die nach Einschätzung der FSF im Tagesprogramm gezeigt werden dürfen.

Der Hinweis des Beschwerdeführers, dass auch traumatisierte, geflüchtete Kinder die Inhalte sehen und ein bestehendes Thema dadurch verstärkt werden könnte, ist in der Tat nicht unerheblich. Bei der Bewertung eines Medieninhaltes hinsichtlich einer potenziellen Medienwirkung wird jedoch grundsätzlich vom gefährdungsgeneigten, unerfahrenen Zuschauer ausgegangen. Auf dieser Prüfbasis kam die FSF dennoch >>

FORTSETZUNG STAR WARS-KINDERSERIE

>> nicht zu der Einschätzung, dass die Inhalte eine Entwicklungsbeeinträchtigung für diese Zielgruppe hervorrufen können. Letztendlich haben in solchen Einzelfällen auch die Erziehungsberechtigten nach wie vor eine wichtige Funktion inne, da sie die geistige Gesundheit ihrer Kinder am besten einschätzen können und in einem derartigen Fall eine Serie, deren Hauptthema Krieg ist, vermeiden sollten.

Super RTL hat sich an die Freigabe der FSF gehalten. Sobald sich ein Rundfunkveranstalter an die Vorgaben der FSF hält, können die Landesmedienanstalten nur dann tätig werden, wenn die Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle ihren Beurteilungsspielraum überschritten hat. Die ist unter anderem dann der Fall, wenn der Sachverhalt nicht umfassend ermittelt worden oder das anzuwendende Recht verkannt worden ist.

Die LfM hat das Gutachten der FSF daraufhin ebenfalls überprüft und konnte keine Überschreitung des Beurteilungsspielraums feststellen.

Ein Verstoß gegen jugendmedienschutzrechtliche Bestimmungen lag somit nicht vor.

ZUSATZINFORMATIONEN

tv.profiler

Wenn Fernsehen Angst macht!
Ein kompakter Ratgeber für Eltern

Der Elternratgeber erklärt, was Eltern tun können, wenn ihr Kind beim Fernsehen Angst bekommt oder sich bestimmte Medieninhalte in Albträumen äußern. Er soll ihnen dabei helfen, die Ängste ihrer Kinder beim Fernsehen zu verstehen, konkrete Angstreaktionen zu erkennen und mit ihnen umzugehen.

> [Weblink](#)

FLIMMO

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 konzentriert sich auf Sender, die von Kindern häufig gesehen werden, und auf Sendezeiten, zu denen viele Kinder fernsehen. FLIMMO berücksichtigt derzeit Sendungen von Das Erste, ZDF, SAT.1, PRO 7, SAT.1, Kabel 1, RTL, RTL II, SuperRTL, KiKA, Nickelodeon und Disney Channel die montags bis sonntags von 06.00 bis 22.00 Uhr ausgestrahlt werden.

> [Weblink](#)

MESSERATTACKE BEI TOM UND JERRY SHOW

Veranstalter: Super RTL
Sendung: Tom und Jerry Show
Sendezeit: 14.03.2017, 17:35 Uhr

„Innerhalb der Sendung gab es flackernde Stellen. Zu sehen war bspw. eine Sequenz, in der ein Mann einer Frau ein Messer an die Kehle drückt. Als Senderlogo war AXN HD eingeblendet. Was haben diese unterschwellig Bilder in einer Kindersendung verloren?“

Die LfM sichtete die Sendung sowie das unmittelbar ausgestrahlte Umfeld. Der vom Beschwerdeführer monierte Sachverhalt konnte jedoch seitens der LfM nicht identifiziert werden.

Grundsätzlich war die beschriebene Situation natürlich nicht unproblematisch: Zu einer Tageszeit, zu der Kinder zuschauen, sowie bei einer sehr kinderraftinen Sendung können Bilder, die gewalthaltige Bedrohungssituationen zwischen zwei Erwachsenen zeigen, durchaus eine Entwicklungsbeeinträchtigung für die Zuschauenden darstellen, da sie möglicherweise zu nachhaltigen Ängstigungen führen können.

Verstärkt wird dieser Effekt natürlich, wenn derartige Bilder nicht erwartet werden.

Zur Klärung des Sachverhalts kontaktierte die LfM erneut den Beschwerdeführer. Es stellte sich heraus, dass es sich um eine technische Störung des Kabelanbieters gehandelt hatte. Diese hatte zu den beschriebenen Einblendungen geführt.

Trotz einer möglicherweise kurzfristigen Verstörung bei der Rezeption lag eine Verantwortlichkeit des Senders nicht vor.

WEINTRINKENDE MINDERJÄHRIGE

Veranstalter: VOX
Sendung: Werbespot kochbar.de
Sendezeit: Tagesprogramm

„Die weintrinkende Hauptdarstellerin in dem Werbespot ist offensichtlich minderjährig! Das ist doch nicht zulässig, oder?!“

In gegenständlichem Werbespot kocht „Hannah“ eine Bolognese. Dafür gibt sie dem Essen Wein hinzu und setzt die Flasche anschließend selbst an, um daraus zu trinken.

Die Protagonistin ist Teil einer Werbekampagne, in der scheinbar normale Menschen ihre Lieblingsrezepte nachkochen. Als Teil der Kampagne findet sich auch ein „persönliches Profil“ der Protagonistin auf kochbar.de, auf dem sie „Hintergründe zu ihrem Leben preisgibt“ > [Weblink](#). Aus diesem geht hervor, dass die Protagonistin Hannah 1994 geboren wurde und damit volljährig ist.

Ausschlaggebend ist die Wirkung des Dargestellten.

Nach Auffassung der LfM wirkt die Protagonistin im Spot auch nicht minderjährig, sondern eher wie eine junge Studentin, die bspw. in der WG-Küche kocht und dabei von ihrer Mitbewohnerin mehrfach gefragt wird, wo der Wein geblieben sei.

Damit lag nach Einschätzung der LfM im gegenständlichen Fall kein Verstoß gegen jugendmedienschutzrechtliche Bestimmungen vor.

HEROIN PER MAUSKLICK

Angebot: Online-Shop für Drogen
Beschwerdeanlass: freier Verkauf illegaler Drogen

„Auf der genannten Seite werden diverse illegale Drogen frei zum Verkauf angeboten!“

Die LfM unterzog das Angebot einer Sichtung. Das Angebot richtet sich eindeutig an ein deutsches Publikum. Deutsche Anbieterdaten konnten leider nicht identifiziert werden. Der vermeintliche Sitz des Anbieters ist in China.

Aufgrund weiterer Ermittlungsmöglichkeiten seitens der Staatsanwaltschaften zeigte die LfM den Sachverhalt bei der Staatsanwaltschaft Düsseldorf an.

Die Ermittlungen dauern noch an.

SEX IM INTERNETRADIO

Angebot:	Internet-radio	„In den Chats zu den einzelnen Radiokanälen werden immer wieder sexuelle Anspielungen gebracht. Können Sie das bitte überprüfen?“	Die Beschwerde bezog sich auf eine Internetseite, über die verschiedene thematisch sortierte Internetradiostreams zur Verfügung gestellt werden. Zu den Radiostreams werden optional auch Chats sowie Foren angeboten.	Bei der Sichtung stieß die LfM jedoch auf pornografische Verlinkungen innerhalb eines Forums. Zudem fanden sich im Angebot Texte, die als entwicklungsbeeinträchtigend eingestuft wurden.	Die LfM wies den Anbieter auf diese Missstände hin. Gemäß Antwortschreiben des Anbieters wurde das Angebot umgehend überarbeitet und rechtskonform gestaltet.
Beschwerdeanlass:	sexuelle Inhalte im Chat		Die LfM prüfte das Gesamtangebot. Zu mehreren Sichtungszeitpunkten konnten keine sexuellen Inhalte in den angebotenen Chats identifiziert werden.	Das Impressum war ebenfalls nicht vollständig.	Eine Überprüfung der LfM konnte dies bestätigen.

SCHLUSSWORT

**INSGESAMT BLEIBT ZU BETONEN:
NACHFRAGEN UND HINWEISEN LOHNEN SICH!
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

Stabstelle Presse & Öffentlichkeitsarbeit

Verantwortlich: Dr. Peter Widlok

Abteilung Regulierung

Verantwortlich: Doris Brouker
Redaktion: Barbara Banczyk

Gestaltung

Fritjof Wild, 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 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.

Stand
April 2017