



Kinder- und Jugendmedienschutz

Informationsbroschüre für Pädagog*innen
und Erziehende

Inhalt

Risiken im Netz.	2
Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen	3
Medienwirkung bei Kindern und Jugendlichen	4
Social Media	5
Influencing	6
Games	7
Werbung.	8
Rundfunk	9
Technischer Kinder- und Jugendmedienschutz. . . .	10
Gesetzlicher Kinder- und Jugendmedienschutz	11
Die Kommission für Jugendmedienschutz	12
Service	13
Impressum	14

Ihnen ist bei privaten Rundfunksendern oder im Internet ein für Kinder und Jugendliche problematisches Angebot aufgefallen? Oder Sie haben eine spezielle Frage zum Kinder- und Jugendmedienschutz? **Melden** Sie sich bei uns!

Dies ist ein interaktives PDF. Sie können auf unterstrichene Wörter und Buttons für Weiterleitungen und zusätzlichen Informationen klicken. Die Interaktion funktioniert nur mit Adobe Reader oder im Browser wie Chrome.

Aufsicht und Erziehende Hand in Hand für sicheren Medienkonsum



© Stefan Blume

Dr. Marc Jan Eumann

Vorsitzender der KJM

Liebe Leser*innen,

diverse Studien zeigen es genauso wie unsere Alltagserfahrung: Kinder und Jugendliche nutzen Medien gerne und intensiv. Sei es das Smartphone oder das Tablet, der klassische Fernseher oder die Spielekonsole – Medien sind aus ihrem Alltag nicht wegzudenken. Für Kinder und Jugendliche bedeutet Mediennutzung in erster Linie Spaß und Unterhaltung.

Für Eltern, Erziehende und Pädagog*innen stellt sich dabei auch die Frage nach möglichen Gefahren. Und das nicht ohne Grund. Denn neben tollen, altersgemäßen Angeboten finden sich gerade im Netz, aber auch im Fernsehen, problematische Inhalte. Damit Kinder und Jugendliche mit solchen Inhalten nicht konfrontiert werden, braucht es sowohl eine starke Aufsicht als auch verantwortungsvolle Erziehende, die den Medienkonsum von Heranwachsenden begleiten. Wir – die Kommission für Jugendme-

dienschutz (KJM) – als Medienaufsicht möchten Ihnen mit dieser Broschüre bei der Wahrnehmung Ihrer Verantwortung helfen.

Auf den kommenden Seiten möchten wir Sie daher an dem Sachverstand und der Expertise unserer Expert*innen teilhaben lassen. Die Broschüre ist dabei nach Themenfeldern gegliedert. Wichtig ist uns zum einen eine einfache und praktische Vermittlung. Dazu gehören selbstverständlich Tipps für Ihren Alltag mit Kindern und Jugendlichen. Zum anderen gehört zu unserem Schutzgedanken allerdings auch, dass Heranwachsende nicht unnötig eingeschränkt werden. Denn sie haben ein Recht auf Teilhabe und sollen von den positiven Potenzialen von Medien profitieren.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine spannende Lektüre.

Risiken im Netz: Digitaler Lebensraum mit dunklen Ecken

Das Internet ist für Kinder und Jugendliche mittlerweile ein digitaler Lebensraum. Sie verbringen dort viel Zeit. Sie können dort Spaß und Unterhaltung erleben, Freundschaften pflegen und gut aufbereitete Informationen finden. Sie können allerdings auch auf Ungeeignetes oder Verbotenes stoßen.

Große Bandbreite an schwierigen Themen

Die Bandbreite dessen, was die Online-Welt an schwierigen Themen und Phänomenen für junge Nutzer*innen vorhält, ist groß. Eltern und Erziehende sollten Risiken kennen, damit sie den Nachwuchs an den richtigen Stellen schützen und unterstützen können. Posten von Bildern und Videos macht Spaß und gleichzeitig nehmen Kinder und Jugendliche fremde Menschen mit in ihr Privatleben, liefern sich ihren Blicken und ihrem Urteil aus. Hässliche Kommentare zu ihren Posts verletzen und treffen tief.

Influencer*innen als Identifikationsfiguren

Den Lieblings-Influencer*innen zu folgen, ist unterhaltsam und verbindend. Diese als Identifikationsfiguren zu betrachten, ist eine normale Entwicklung. Die enge Bindung kann die Übernahme fragwürdiger Schönheitsideale fördern. Gaming-Channels führen ihre Fans in die Welt ihrer Spiele ein und nehmen sie über Stunden mit in das Spielgeschehen. Free-to-play-Spiele nutzen In-App-Werbung und -Käufe zur Refinanzierung. So werden auch junge Nutzer*innen schon früh darauf konditioniert, Werbung zu konsumieren und zu akzeptieren.

Erziehende sind nicht hilflos

Über Social Media und Messenger-Dienste gelangen extremistische Inhalte und Challenges leicht und direkt auf die Smartphones. Live-Streams und andere flüchtige Inhalte machen Kinder und Jugendliche zu Zeugen von terroristischen Aktivitäten, verwickeln sie in Verschwörungsmysen oder konfrontieren sie mit Hassbotschaften. Selbst hinter optisch vermeintlich harmlosen Retro-Spielen verbergen sich zuweilen antisemitische und extremistische Narrative, die sich spielerisch in das Denken junger Menschen setzen.

Möglichkeiten, Heranwachsende zu unterstützen

Die Wahrnehmung problematischer Inhalte führt nicht zwangsläufig in die Katastrophe. Kinder und Jugendliche brauchen aber Rüstzeug, um nicht schutzlos getroffen zu werden. Denn die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass sie früher oder später unfreiwillig Bekanntschaft mit solchen oder ähnlichen Phänomenen machen. Eltern und Erziehende haben viele Möglichkeiten, Kinder und Jugendliche zu unterstützen. Sie können sie fit machen für den Medienalltag, indem sie Wissen und Kompetenz vermitteln. Sie können vorhandene Kinder- und Jugendmedienschutz-Maßnahmen einsetzen, um eine altersgerechtere Nutzung zu ermöglichen.

- Hassbotschaften kommen zunehmend im Alltag der jungen Nutzer*innen an. Für pädagogische Fachkräfte gibt es aktuelle Hilfestellungen und Unterrichtsmaterialien bei [klicksafe](#), der EU-Initiative für Online-Kompetenz.
- Streaming-Dienste haben Hochkonjunktur. Damit Kinder und Jugendliche nicht bei ungeeigneten Filmen und Serien landen, können Eltern etwas tun. Bei [medien-kindersicher.de](#) gibt es Informationen zu den Schutzmechanismen von Plattformen, Geräten und Diensten.
- Jugendliche wollen ihre medialen Erlebnisse vielleicht nicht immer mit Erwachsenen teilen. Bei [juuuport.de](#) finden sie ein Beratungsangebot, wo junge Medienscouts beraten.

»Von Paw Patrol zu Pornografie, von Heidi zu Hass und Hetze, die Gefahren sind im Netz oft nur einen Klick entfernt. Die Entwicklung ist sehr schnelllebig. Neben den bekannten, beobachten wir auch neue Phänomene: Wie etwa Challenges, bei denen Kinder und Jugendliche aufgefordert werden, gefährliches Verhalten nachzuahmen. Solche Mutproben üben oft einen großen Reiz auf Minderjährige aus und verbreiten sich über das Netz sehr schnell.«

Britta Schülke
Arbeitsgemeinschaft Kinder- und
Jugendschutz (AJS), Landesstelle
Nordrhein-Westfalen e. V.,
KJM-Mitglied



Tipps für Erziehende & Pädagog*innen:

- Interessieren Sie sich für die Medienthemen von Kindern und Jugendlichen.
- Bleiben Sie im Gespräch, ohne die medialen Interessen zu verurteilen oder abzuwerten.
- Nutzen Sie vorhandene Kinder- und Jugendmedienschutzmechanismen.
- Melden Sie auffällige Inhalte bei der Kommission für Jugendmedienschutz.

Autorin:
Doris Westphal-Selbig, Medienanstalt Rheinland-Pfalz

Mediennutzung: von Büchern zu Instagram

Die Medienwelt von Kindern und Jugendlichen ist durch eine vielfältige Mediennutzung geprägt. Bereits im Vorschulalter gehören neben Büchern, Radio und Fernsehen Streamingangebote wie Netflix und Onlinevideos zum Medienalltag ([miniKIM-Studie 2020](#)). Im Grundschulalter erweitert sich das Spektrum um eigenständige Aktivitäten im Netz, Computerspiele werden relevant und – nicht zuletzt durch Schulaufgaben – wird das Internet als umfassendes Angebot für Informationen, aber auch zur individuellen Unterhaltung erschlossen.

Allerdings bewegen sich Kinder hier oftmals auf Angeboten, die nicht explizit für ihre Altersgruppe gedacht sind und auch viele ungeeignete Inhalte bieten. Daher sollten Kinder möglichst kindgerechte Angebote nutzen und bei anderen Angeboten nicht alleingelassen werden. Obwohl es eine Reihe von technischen Möglichkeiten gibt, die Eltern dabei unterstützen, verwenden laut [KIM-Studie 2020](#) etwa drei Viertel der Eltern auf keinem der von den Kindern genutzten Geräte technische Jugendschutzlösungen.

Kommunikation über Messenger

Mit dem Wechsel in eine weiterführende Schule wird dann auch für die meisten Kinder der Wunsch nach einem Smartphone erfüllt und die Kommunikation im Freundes- und Familienkreis über Messenger wie WhatsApp kommt hinzu. Die unkomplizierte und vielseitige Kommunikation via Messenger unterstützt die in dieser Altersstufe stattfindende Erweiterung des eigenen Aktionsradius und Freundeskreises.

Auch wenn Messenger wie WhatsApp keine Angebote für Kinder sind und nach den AGBs eine Nutzung unter 16 Jahren eigentlich ausgeschlossen ist, wird dies angesichts der großen Verbreitung in der Familie und im Umfeld mehrheitlich ignoriert. Umso mehr gilt es, auf eine altersgerechte Nutzung zu achten. Wenn Kinder in diesen Netzwerken agieren, besteht die Gefahr von Kontakttrisiken, die insbesondere durch klare Verhaltensregeln und auch eine altersgerechte Konfiguration der Dienste minimiert werden können.

Social Media im Jugendalter

Mit dem Eintritt in das Jugendalter bilden sich neue Interessen aus. Musik spielt hierbei eine wichtige Rolle, die durch Streamingdienste, aber auch Radio, gut bedient wird. Vor allem bieten Angebote wie YouTube ein unglaubliches Universum an Themen, Informationen und Meinungen. Auch das persönliche Netzwerk entwickelt sich weiter und soziale Netzwerke wie Instagram oder TikTok spielen eine zentrale Funktion in der alltäglichen Kommunikation und in der Selbstdarstellung. Laut [JIM-Studie 2021](#) nutzen 58 Prozent der Internetnutzer*innen regelmäßig Instagram, je knapp die Hälfte TikTok (46 %) und Snapchat (42 %).

Allerdings werden Jugendliche auch dort – oftmals ungewollt – mit problematischen Inhalten konfrontiert: im Laufe eines Monats stößt über die Hälfte der Jugendlichen im Internet auf Hassbotschaften, extreme politische Ansichten

und Verschwörungstheorien und zwei Fünftel nehmen Fake News wahr. Auch hier bedarf es Kompetenzen, diese Inhalte zu erkennen und insgesamt mit den vielfältigen Möglichkeiten verantwortungsvoll umzugehen.

Tipps für Erziehende & Pädagog*innen:

- Erschließen Sie gemeinsam mit Ihrem Kind Schritt für Schritt die Welt der Medien.
- Fragen Sie ihr Kind nach Wünschen und Bedürfnissen, zeigen Sie hierzu altersgerechte Angebote.
- Setzen Sie aber auch Grenzen bei ungeeigneten Inhalten und begründen Sie dies. Bleiben Sie vor allem im Gespräch.

»Kinder kennen keine Welt ohne Smartphone und wachsen völlig selbstverständlich mit der mobilen Nutzung des Internets auf. Die Zeit, die Kinder und Jugendliche täglich mit mobiler Mediennutzung verbringen, steigt. Neben der Mediennutzung nehmen auch problematische Inhalte im Netz wie Hass, Pornografie und Gewalt rasant zu. Wir kämpfen dafür, dass Kinder sich gleichzeitig kompetent und sicher im digitalen Raum bewegen können.«

Cornelia Holsten

Direktorin der Bremischen Landesmedienanstalt, KJM-Mitglied

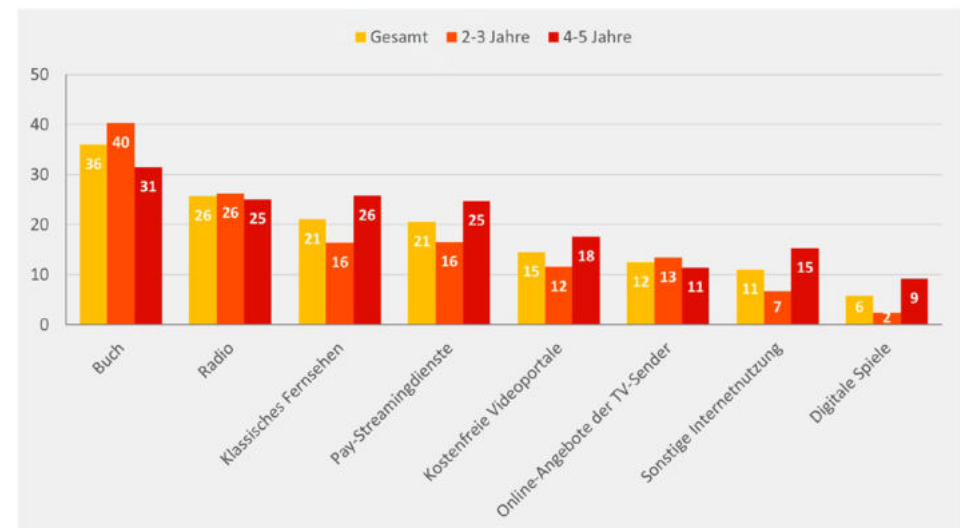


© Annette Karoll Fotos

Autor:

Thomas Rathgeb, Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg

Geschätzte tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien durch Kinder 2020
- Angaben der Haupterzieher*innen -



Quelle: miniKIM 2020, Angaben in Minuten, Basis: alle Haupterzieher*innen, n=600

Medienwirkung: nicht eindeutig, aber sicher existent

Medien wirken. Durch Medien erschließen wir uns die Welt. Durch Medien existiert eine erfolgreiche Werbewirtschaft. All dies bestätigt die Wirkungskraft von Medien. Nur: Welche Medien wirken wie, bei wem und wann?

Medienwirkungen sind selten eindeutig

Beim Begriff „Medienwirkung“ denken viele Menschen, dass ein bestimmtes Medienangebot eine bestimmte Veränderung bei der nutzenden Person verursacht. Demnach würde mich ein Werbespot zum Kauf eines Waschmittels verleiten. Nachweisen kann man einen eindeutigen Wirkungszusammenhang in der Regel aber nicht. Im Alltag nutzen die Menschen

ständig unterschiedliche Medienangebote und kommunizieren mit anderen Menschen. Die Erforschung von Medienwirkungen ist daher kompliziert. Die Forschungsergebnisse sind oft unübersichtlich und umstritten.

Eltern, Erzieher*innen und Lehrkräfte möchten Medienwirkungen auf Kinder und Jugendliche einschätzen. In einem Punkt ist sich die Wissenschaft einig: Medien können bei Kindern und Jugendlichen besonders wirksam sein. Denn Kinder und Jugendliche entwickeln ihr Denken, Fühlen und soziales Verhalten erst schrittweise.



»Kinder eignen sich die Nutzung von Medien oft geradezu spielerisch an, jedoch nicht automatisch, da sie eine Medienkompetenz verfügen müssen. Diese Fähigkeit umso wichtiger, je mehr Medien verbraucht wird. Neben der Medienkompetenz ein wesentlicher Faktor für einen umfassenden Jugendschutz. Wenn beides ineinandergreift, ist das die beste Voraussetzung für ein Aufwachsen.«

Jochen Fasco
Direktor der Thüringer Landesmedienanstalt und
1. stv. KJM-Vorsitzender

Infobox zu KJM-Kriterien

- Die KJM-Kriterien helfen der KJM dabei, problematische Rundfunk- und Internetangebote zu bewerten. Sie dienen somit als Werkzeug, Inhalte im Hinblick auf ihre mögliche Wirkung auf Kinder und Jugendliche zu analysieren und zu klassifizieren. Zudem machen sie die Beurteilungsmaßstäbe der KJM nachvollziehbar und transparent. Sie spiegeln die gegenwärtigen Problemlagen und Diskussionen über Medieninhalte wider. Dabei werden Ergebnisse der Medienwirkungsforschung sowie medienrechtliche Positionen berücksichtigt.

Fünf Punkte, die jeder wissen sollte

Die wichtigsten Informationen zu Medienwirkungen bei Kindern und Jugendlichen lassen sich in fünf Punkten zusammenfassen.

- Die drei zentralen Wirkungsfelder sind Gewalt, Sexualität und Sozialverhalten. In der Praxis überlagern sie sich oft. Weitere Einzelheiten finden sich in den [KJM-Kriterien](#) (ab S. 7).
- Realitätsnähe: Je realer eine Mediendarstellung ist, umso eher kann sie Kinder ängstigen oder Jugendliche desorientieren. Für Eltern ist der Realitätsgrad ein wichtiger Anhaltspunkt, um die Medienwirkung einzuschätzen.
- Das Alter entscheidet, wie Kinder und Jugendliche ein Medienangebot verstehen und verarbeiten können. Die schrittweise Entwicklung von Kindern ist der Grund für die medienbezogenen Alterseinstufungen ab 6, 12, 16 und 18 Jahren. Die Alterskennzeichen und Sendezeitgrenzen bieten Eltern wichtiges Orientierungswissen, um negative Medienwirkungen zu vermeiden.
- Zusammenhänge klären: Was wird in welchem inhaltlichen Kontext dargestellt? In welchem sozialen Kontext erfolgt die Nutzung? Erfolgt die Mediennutzung allein, interaktiv, mit Eltern, in Schule oder Kita, und wie lange dauert sie? Werden diese Fragen geklärt, können Erwachsene Medienwirkungen im Einzelfall immer besser einschätzen.
- Die größten Risiken ergeben sich durch eine Kombination der genannten Aspekte: Je jünger sich Kinder unbeaufsichtigt online bewegen und je unbeschränkter und inhaltlich problematischer die genutzten Inhalte sind, umso eher sind negative Medienwirkungen zu erwarten.

Autor:
Dr. Thomas Voß, Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein

Social Media: Riskante Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen

Social-Media-Dienste gehören zum Alltag junger Menschen. Sie bieten Kindern und Jugendlichen vielfältige Nutzungsmöglichkeiten, sich über die neuesten Trends zu informieren, ihren Stars zu folgen, sich darzustellen und Teil der Social-Media-Community zu sein.

Über Social Media kommen Kinder und Jugendliche jedoch auch mit jugendgefährdenden Inhalten in Berührung. Besonders in den beliebten video- und bildbasierten Social-Media-Angeboten TikTok, YouTube und Instagram werden schon heranwachsende Nutzer*innen mit selbstgefährdenden Inhalten konfrontiert wie z. B. Anleitungen zu selbstverletzendem Verhalten bis Suizid, gefährlichen Challenges oder Verherrlichung von Alkohol- oder Drogenkonsum.

Interaktion als Risiko

Zudem sind Kinder und Jugendliche in Social-Media-Netzwerken belastenden Interaktionsrisiken wie Cybermobbing und sexuellen Übergriffen (Cybergrooming) ausgesetzt. So erfreulich die Bestätigung in der Social-Media-Community durch Likes und Kommentare sein kann, so verletzend sind wiederum die negativen Kommentare oder Verunglimpfungen. In manchen Fällen werden Videos auch außerhalb des originären Dienstes verbreitet und die Protagonisten bloßgestellt. Unter #peinlich finden sich beispielsweise auf YouTube Zusammenschnitte peinlicher TikTok-Videos und ver-

letzende Kommentare durch YouTuber*innen und deren Community.

Schutzmechanismen greifen nur bei korrektem Alter

Im Bericht „Selbstgefährdung im Netz 2020“ zieht jugendschutz.net das Fazit, die Vorsorgemaßnahmen der meisten Social-Media-Anbieter seien noch unzureichend. Zudem reagieren Anbieter unzuverlässig auf Usermeldungen von gefährdenden Inhalten. Im letzten Jahr haben die Anbieter großer Plattformen ihre Schutzkonzepte angepasst, um Kinder und Jugendliche besser zu schützen.

So wurden z. B. bei TikTok einige Funktionen altersbeschränkt und der „Begleitete Modus“ eingeführt. Er ermöglicht Erziehungsverantwortlichen die Verwaltung wichtiger Sicherheitseinstellungen. Instagram änderte 2021 die Privatsphäre-Einstellungen. Alle unter 18-Jährigen, die sich neu bei Instagram anmelden, haben standardmäßig ein auf „privat“ voreingestelltes Profil. So sollen die Interaktionsrisiken minimiert werden. Viele dieser Schutzmechanismen greifen allerdings nur, wenn bei der Registrierung das korrekte Geburtsdatum angegeben wird. Dies wird, nach wie vor, nicht von den Anbietern überprüft.

Autor*innen:
Birgit Kimmel; Deborah Woldemichael, Medienanstalt Rheinland-Pfalz



- Die EU-Initiative **klicksafe** hat zum Ziel, die Online-Kompetenz der Menschen zu fördern und sie mit vielfältigen Angeboten beim kompetenten und kritischen Umgang mit dem Internet zu unterstützen. Infos, Tipps & Materialien zu sozialen Medien sind unter klicksafe.de zu finden
- Das Angebot **handysektor** bietet Jugendlichen Infos, Tipps und Anregungen für eine selbstbestimmte und sichere Nutzung von Insta, TikTok und weiteren Plattformen. In verständlichen Übersichten werden auch die Inhalte der jeweiligen AGBs erklärt.

Tipps für Erziehende & Pädagog*innen:

- Informieren Sie sich über das Mindestalter und die Nutzungsrichtlinien des jeweiligen Social-Media-Dienstes.
- Sorgen Sie für einen sicheren Umgang, indem Sie das Nutzungskonto gemeinsam einrichten, Meldemöglichkeiten zeigen und Nutzungsregeln festlegen.
- Klären Sie vorsorglich über die Risiken auf und begleiten Sie aktiv die Online-Erfahrungen Ihres Kindes.

»Ab einem gewissen Alter ist Social Media aus dem Alltag von Kindern und Jugendlichen nicht mehr wegzudenken. Schließlich haben die Angebote auch große Vorteile: Sie ermöglichen ihnen einen Austausch untereinander und Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Dadurch, dass Social Media von User-Generated Content lebt, gibt es jedoch auch weniger Kontrolle als bei klassischen redaktionellen Medien. Es ist also wichtig, besonders genau hinzuschauen.«

Bert Lingnau
Direktor der Medienanstalt
Mecklenburg-Vorpommern,
KJM-Mitglied



Influencing: Identifikationsfiguren mit problematischen Inhalten

„Alle Schleckermäulchen unter euch müssen das unbedingt mal ausprobieren!“, heißt es in einem Beitrag einer bekannten Influencerin. Ob Produkte, Posen oder Trends – Influencer*innen geben vor, was derzeit „in“ ist. Bei vielen ihrer gezeigten Aktivitäten halten sie oft auch – mal offensichtlich, mal scheinbar beiläufig – Produkte in die Kamera und werben hierfür.

Auch (Mini-)Influencer*innen müssen Jugendschutz beachten

Influencer*innen müssen wie alle Medienanbieter*innen auch die Belange des Jugendschutzes beachten. Das heißt, ihre Inhalte dürfen Kinder und Jugendliche nicht schädigen oder ängstigen und sie müssen den Bestimmungen zum Jugendschutz in der Werbung genügen.

Kinder und Jugendliche folgen ihren Idolen auf YouTube, Instagram, TikTok und anderen Plattformen und werden dabei nicht nur mit Werbung konfrontiert. Auch Inhalte, die sie in ihrer Entwicklung beeinträchtigen können, werden thematisiert, bspw. problematische Schönheitsideale oder gefährliche Mutproben.

Das gilt auch für Influencer*innen, die selber noch Kinder sind (sog. Mini-Influencer*innen) und über die aktuell viel diskutiert wird. Wenn Kinder regelmäßig vor der Kamera stehen und Familien damit ihr Einkommen aufbessern, stellt sich zudem die Frage: Wo hört der Spaß auf und wo fängt Kinderarbeit an? Die KJM hat ihre Expertise dazu in die Broschüre [Handlungsempfehlungen Kinder-Influencing](#) eingebracht.

- Welche Werbeformen setzen Influencer*innen ein? Inwiefern adressieren sie damit Minderjährige? Und wie gehen Kinder mit solcher Werbung auf Social Media um? Mit diesen Fragen hat sich die KJM in einer Studie zu Werbepraktiken und direkten Kaufappellen an Kinder in sozialen Medien sowie einem dazugehörigen Video auseinandergesetzt.

Problematische Aspekte der Influencer-Kommunikation

Influencer*innen sind für viele Kinder und Jugendliche Vorbilder, an denen sie sich orientieren und denen sie nacheifern. Problematisch im Sinne des Jugendmedienschutzes kann es werden, wenn sie z. B.:

- sich mit gefährlichen Online-Challenges an Kinder und Jugendliche richten, die diese in ihrer Gesundheit beeinträchtigen können und sie zum Nachahmen animieren,
- Inhalte verbreiten, die Gewalt oder Pornografie enthalten,
- fragwürdige Rollenbilder und Schönheitsideale propagieren,
- ihre Vertrauensstellung ausnutzen und Kinder und Jugendliche zum Kauf bestimmter Produkte auffordern.

Als Identifikationsfiguren vieler Kinder und Jugendlichen haben Influencer*innen dafür Sorge zu tragen, dass ihre jungen Follower*innen entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte üblicherweise nicht wahrnehmen. Genügen Influencer*innen ihren Sorgfaltspflichten nicht, fordert die KJM sie zur deren Einhaltung auf.

Tipps für Erziehende & Pädagog*innen:

- Lassen Sie sich die Lieblingsinfluencer*innen zeigen! Sprechen Sie über Faszination und Risiken. Thematisieren Sie auch die Vermarktungsstrategien, denn i. d. R. werden Influencer*innen für Produktdarstellungen bezahlt.
- Behalten Sie im Auge, welche ggf. kritischen Inhalte, Verhaltensweisen und Botschaften die Lieblingsinfluencer*innen verbreiten. Nur so kann man zeitnah gegensteuern. Für jüngere Kinder können Sie Playlists mit altersangemessenen Inhalten erstellen.
- Sofern Sie auf Influencer-Kanälen problematische Inhalte entdecken, nutzen Sie die Meldemöglichkeiten der Social-Media-Plattformen und die Beschwerdemöglichkeit der KJM!

»Influencer*innen sind für viele Kinder und Jugendliche Vorbilder und Informationsquelle. Neben unverfänglichen Inhalten gibt es leider auch solche, die Hass und Hetze teilen oder Desinformation verbreiten. Das kann Missvertrauen sähen und das Vertrauen in den Staat und seine Organe untergraben. Da Influencer*innen bei ihren jugendlichen Follower*innen oft viel Vertrauen genießen, kann das ein hohes Beeinträchtigungspotential haben.«

Maja Wegener
Bundesarbeitsgemeinschaft
Kinder- und Jugendschutz e. V.,
KJM-Mitglied



Autorin:
Susanne von Holten, Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Games: Neue Herausforderungen für den Kinder- und Jugendmedienschutz

Aus der Mediennutzung junger Menschen sind Games nicht wegzudenken. Eltern und pädagogische Fachkräfte sind oft verunsichert, da sie beliebte Games oder umstrittene Genres nicht kennen. Die Nutzungsrisiken für einen verantwortungsvollen Umgang haben sich verändert. Neben inhaltlichen Dimensionen wie Gewalt, Sexualität und Extremismus stellen sich neue Herausforderungen beispielsweise durch Spielmechanismen, die häufige Nutzung fördern sollen, oder durch undurchsichtige Kostenstrukturen (Stichwort In-App-Käufe oder Lootboxen).

»Games sind aus der Medienrealität von Kindern und Jugendlichen nicht weg zu denken. Aber nicht alle Angebote sind kindgerecht: Besonders Augenmerk legen wir auf unzulässige Werbung, die mit glücksspielähnlichen Elementen arbeitet und die Unerfahrenheit von Minderjährigen ausnutzt. Zudem besteht die Gefahr, dass Spiele dazu anregen, immer weiter zu spielen. Dabei spielt auch die „Immersion“, das Eintauchen in die virtuelle Welt, eine Rolle.«

Petra Müller

Programmbereichsleiterin Geistes- und Sozialwissenschaften, Berufliche Bildung am Institut für Film und Bild, 2. stellvertretende KJM-Vorsitzende



© Andreas Focke

Exzessive Nutzung, Kostenrisiken und Kommunikationsfeatures

Lange Nutzungszeiten werden immer stärker durch Merkmale im Spiel selbst gefördert. Manche virtuellen Welten stehen nie still, Spiele-Apps sind über das Smartphone permanent verfügbar, neue Chancen im Spiel können über den In-Game-Shop erkaufte werden und es gibt unübersichtliche Belohnungssysteme. Insbesondere Kinder und Jugendliche durchschauen solche Strukturen nur schwer.

Kosten im Gaming-Bereich bergen häufig das Risiko, dass sie für junge Menschen wegen deren Unerfahrenheit intransparent sind. In-Game-Shops enthalten oft direkte Kaufaufrufe und bieten unmittelbare Kaufmöglichkeiten. So wird ein Kaufdruck erzeugt, dem sich insbesondere Kinder nur schwer entziehen können.

Teamspeak und Co. sind Community-Funktionen, mit denen aktuelle Spiele häufig ausgestattet sind. Spielende werden darüber mit Phänomenen wie Cybermobbing, Cybergrooming oder dem sensiblen Thema Selbstdatenschutz konfrontiert.



- Sie wollen mehr über die aktuellen Geschäfts- und Erlösmodelle bei digitalen Spielen wissen? Prof. Jochen Koubek hat sich in einer [Studie](#) für die Bayerische Landeszentrale für neue Medien mit der Monetarisierung von Games auseinandergesetzt.
- DAK und das Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf haben zudem die [krankhafte Nutzung von Computerspielen und Social-Media](#) bei 12- bis 17-Jährigen erforscht.

Alterskennzeichen und Zusatzinformationen

Computerspiele, die im stationären Handel angeboten werden, erhalten Alterskennzeichen der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK): freigegeben ohne Altersbeschränkung, ab 6, 12, 16 oder 18 Jahren. Meist findet sich neben dem USK-Alterskennzeichen das PEGI-Zeichen, eine europaweite Empfehlung, die auf Selbstbewertung durch Hersteller setzt.

Ergänzend zu den bekannten Altersfreigaben der USK werden auf mehreren Online-Plattformen über die Initiative IARC Altershinweise für Online-Games und Apps vergeben. Die werden in Deutschland ebenfalls von der USK überprüft und enthalten zusätzliche Informationen für Nutzer*innen. Auch andere Wege der Alterseinstufung sowie technische Zugangsbeschränkungen können online angewendet werden. Die KJM ist für die Aufsicht über Onlinespiele zuständig.

Tipps für Erziehende & Pädagog*innen:

- Sammeln Sie Spielerfahrungen. Lassen Sie sich von Kindern und Jugendlichen Spiele zeigen und spielen Sie mit. So lernen Sie Spielinhalte besser kennen.
- Stellen Sie Fragen zu Games, die Kinder spielen. Bieten Sie Gespräche über Spielvorlieben oder die Faszination von Games an.
- Weisen Sie auf Alterskennzeichen bzw. -hinweise hin. Diese informieren darüber, welche Spiele für bestimmte Altersgruppen in der Regel geeignet erscheinen. Sie sind aber nicht als pädagogische Empfehlung zu verstehen.

Autorin:

Sonja Schwendner, Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Infos und Hilfestellung finden Sie bei:

[Studie zur Monetarisierung von Games](#)

[Studie zur Mediensucht](#)

[Schwerpunktanalyse Online-Games](#)

Werbung: Kinder als besondere Zielgruppe schützen

Hier der Werbespot für fruchtig-bunte Kaubonbons, dort das „Unboxing“-Video für die neue Superknete oder die In-App-Werbung für ein neues Spiel. Kinder sind perfekte Empfänger*innen für Werbung aller Art: Sie sind neugierig, lernwillig und leicht beeinflussbar. Das weiß auch die Werbeindustrie und entwickelt passgenaue Werbestrategien für junge Zielgruppen.

Kinder müssen lernen, was Werbung ist und will

Je jünger Kinder sind, desto schwerer fällt es ihnen, Werbung und Konsumwünsche zu erkennen. Vierjährige verstehen meist noch nicht, was Werbung ist. Dementsprechend zweifeln sie auch nicht an den Werbeversprechen.

Erst mit Eintritt in die Grundschule können Kinder Werbung anhand verschiedener Merkmale erkennen. Das heißt, ab einem Alter von ungefähr sieben Jahren wird ihnen klar, dass Werbung etwas verkaufen will. Und mit etwa elf bis zwölf Jahren sind sie in der Lage, Werbeabsichten auf sich selbst zu beziehen, sie als Kaufempfehlung zu verstehen und zu hinterfragen.

Autorin:
Susanne von Holten, Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Was Werbung mit Blick auf Kinder und Jugendliche nicht darf, ist klar definiert

Für Angebote, die sich insbesondere an Kinder und Jugendliche richten, bestehen in Deutschland u. a. im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) besondere gesetzliche Regelungen zur Werbung, die im privaten Rundfunk und im Internet von der KJM und den Landesmedienanstalten überwacht werden. Zweck dieser Gesetze ist, Kinder und Jugendliche vor seelischen oder körperlichen Schäden zu bewahren und nicht ihre Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit auszunutzen.

Wer also bspw. Alkohol, Erotik oder Glücksspiel in oder im Umfeld von Kinderangeboten bewirbt, verstößt gegen die Vorgaben des JMStV und muss mit einem Aufsichtsverfahren der KJM rechnen. Gleiches gilt auch für Anbieter von Spiele-Apps, die Kinder mit Timern oder befristeten Spezialangeboten (wie „nur noch heute“) unter Druck setzen und zum Kauf bestimmter „Items“ bewegen wollen.

Die KJM befasst sich regelmäßig mit Werbeerstößen. Im Zentrum stehen dabei sowohl Werbespots im Fernsehen, als auch Videos von Influencer*innen oder Werbeeinblendungen in Spiele-Apps. Wer einen Verstoß gegen die Werbebestimmungen des JMStV vermutet, kann sich mit einer Beschwerde direkt [an die KJM wenden](#).



Kinder stehen Werbebotschaften umso kritischer gegenüber, je mehr sie darüber wissen, was Werbung will und mit welchen Tricks sie arbeitet. Eltern und Schulen können eine Menge tun, um Kinder zu „Werbeexpert*innen“ zu machen. Die Medienanstalten haben unterschiedliche Projekte, die sie dabei unterstützen können:

- [Lernmodul des Internet-ABC \(Werbung, Gewinnspiele und Einkaufen\)](#)
- [Broschüre „Kinder und Werbung – Tipps für die Medienerziehung“](#)
- [Broschüre „Werbung und Kommerz im \(mobilen\) Internet – Ein Ratgeber für Eltern und andere Interessierte“](#)

Tipps 1. ...

- Schauen Sie Werbung zusammen an! Gemeinsames Fernsehen oder Surfen bietet Gelegenheit, Werbung zu thematisieren und über verschiedene Werbeformen aufzuklären.
- Machen Sie Werbung zum Thema! Fragen Sie, woran man Werbung erkennen kann. Erklären Sie die Absichten von Werbung und helfen Sie den Unterschied zwischen Werbung und Programm zu erkennen.
- Drehen Sie gemeinsam einen Werbespot! Wenn Minderjährige in einem eigenen Spot erklären sollen, warum Schokolade gut ist, merken sie, dass eine Menge verschwiegen und viel versprochen werden muss.

»Erwachsene erkennen Werbung und wissen, welches Ziel sie verfolgt, Kinder – gerade jüngere – tun sich damit oft sehr schwer. Werbung ist allgegenwärtig. Vor allem online entstehen ständig neue, immer raffiniertere Werbeformate. Darunter finden sich auch viele problematische Formen. Wir beobachten diese Entwicklungen genau und prüfen auf der Basis des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags, ob Verstöße gegen den Jugendmedienschutz vorliegen.«

Martin Heine
Direktor der Medienanstalt Sachsen-Anhalt, KJM-Mitglied



Infos und Hilfestellung finden Sie bei:

[Lernmodul des Internet-ABC](#)

[Tipps für Medienerziehung](#)

[Ratgeber „Werbung und Kommerz“](#)

Rundfunk: problematische Inhalte auch in Radio und TV

Das Portal www.programmbeschwerde.de der Medienanstalten ist die digitale Anlaufstelle, um Verstöße bei Jugendschutz, Werbung, Gewinnspielen oder unangebrachte Inhalte im privaten Rundfunk sowie in Online-Angeboten zu melden. So erhalten die Medienanstalten einen sehr guten Überblick, was die Bürger*innen in Deutschland bewegt.

Hier wird deutlich: In Deutschland gibt es eine gestiegene Sensibilität für Qualität und das Bedürfnis nach Information – und das v. a. im Rundfunk, also im Radio und im TV. In den letzten Jahren lag ein Schwerpunkt der Zuschriften im Bereich des Jugendschutzes, hier wurden besonders Erotik-Werbung und für Kinder belastende Trailer im Tagesprogramm kritisiert. Doch nicht alles, was beanstandet wird, ist nach genauerer Prüfung durch die Medienanstalten ein Verstoß.

»Ein zukunftsfähiger Jugendmedienschutz muss alle Verbreitungsformen medialer Inhalte gleichermaßen in den Blick nehmen, damit Kinder und Jugendliche in allen Lebensbereichen und Kontexten sicher an Medienwelten partizipieren können. Dabei spielt Fernsehen für sie tatsächlich nach wie vor eine beachtliche Rolle, weshalb die KJM aufmerksam neue Fernsehformate beobachtet und Bürgerbeschwerden sorgfältig nachgeht.«

Sabine Seifert

Ständige Vertreterin der Obersten Landesjugendbehörden bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK), KJM-Mitglied



Was ist verboten?

Die für den Rundfunk geltenden Jugendschutzbestimmungen sind im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag der Länder (JMStV) verankert und für alle Anbieter von Radio und TV bindend. Die Medienanstalten sind für die privaten Rundfunkanbieter zuständig. Jugendschutzverstöße im Radio und TV sind in der Regel weniger drastisch als im Internet. Doch auch im Radio und TV gibt es für Heranwachsende problematische Inhalte: Hier geht es um die sogenannten entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalte, die einen negativen Einfluss auf die gesunde Entwicklung von Kindern und Jugendlichen haben können.

Mehr Informationen:

FLIMMO ist ein Elternratgeber für TV, Streaming, YouTube und Kino. FLIMMO unterstützt Erziehende, bei der Fülle an Angeboten den Überblick zu behalten und altersgerecht auszuwählen. Die Ampel von FLIMMO zeigt auf einen Blick, ob ein Film, eine Serie oder ein YouTube-Kanal für Kinder geeignet ist oder nicht – und wenn ja, ab welchem Alter. Pädagogische Einschätzungen machen deutlich, was Kindern an einem Film oder einer Serie gefällt, was problematisch sein kann und worauf Eltern besonders achten sollten.

Beurteilungskriterien für Entwicklungsbeeinträchtigung:

Gewaltdarstellungen, z. B.

- explizite und drastische Gewaltdarstellungen
- hohe Realitätsnähe
- negative Grundstimmung & hohes Spannungspotenzial der Sendung

Sexualdarstellungen, z. B.

- Sexualdarstellungen, die nicht dem Entwicklungsstand von Kindern und Jugendlichen entsprechen
- stereotype Geschlechterrollen mit diskriminierenden Verhaltensmustern
- Verknüpfung von Sexualität und Gewalt

Im Rundfunk dürfen solche Sendungen nur zu Zeiten ausgestrahlt werden, zu denen Kinder und Jugendliche gewöhnlich nicht fernsehen. Je nachdem für welche Altersgruppe eine beeinträchtigende Wirkung bestehen kann, muss der Veranstalter eine geeignete Sendezeit wählen:

Sendezeitbeschränkungen:

Tagesprogramm 06:00–20:00 Uhr
Inhalte für alle Altersgruppen

Hauptabendprogramm 20:00–22:00 Uhr
Inhalte für Zuschauer/-hörer*innen ab 12 Jahren

Spätabendprogramm 22:00–23:00 Uhr
Inhalte für Zuschauer/-hörer*innen ab 16 Jahren

Nachtprogramm 23:00–06:00 Uhr
Inhalte für Zuschauer/-hörer*innen ab 18 Jahren

Absolut unzulässige Inhalte

Des Weiteren sind im JMStV weitere Inhalte als absolut unzulässig definiert, die im Rundfunk überhaupt nicht verbreitet werden dürfen. Absolut unzulässig gemäß § 4 JMStV sind zum Beispiel Angebote mit folgenden Inhalten:

- Aufstachelung zum Rassenhass.
- Pornographische Darstellungen, die Gewalttätigkeiten, den sexuellen Missbrauch von Minderjährigen oder sexuelle Handlungen von Menschen mit Tieren zum Gegenstand haben.
- Verletzung der Menschenwürde, insbesondere durch die Darstellung von Menschen, die sterben oder schweren Leiden ausgesetzt sind.

Autorin:

Ina Goedert, Landesmedienanstalt Saarland

Technischer Kinder- und Jugendmedienschutz: Schutz per Knopfdruck

Die Nutzung des Internets ist aus dem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Das ist natürlich auch bei Kindern und Jugendlichen so. Neben den vielen Vorteilen, die das Netz mit sich bringt, gibt es dort aber auch Inhalte, die für Kinder und Jugendliche schädlich oder ungeeignet sind.

Um Kinder und Jugendliche vor der gezielten, aber auch ungewollten Konfrontation mit solchen Inhalten zu schützen, sieht der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) den Einsatz verschiedener technischer Schutzmöglichkeiten vor. Je nachdem um welche Inhalte es sich handelt, bieten diese Möglichkeiten ein unterschiedliches Schutzniveau.

*»Technische Schutzlösungen sind unverzichtbar, um Jugendlichen und vor allem Kindern einen sicheren Umgang mit Medien zu ermöglichen. Sie haben ein hohes Schutzniveau, vor allem dann, wenn sie für ein bestimmtes Angebot entwickelt worden sind. Immer mehr Anbieter*innen stellen Erziehenden und Pädagog*innen entsprechende Möglichkeiten zur Verfügung. Das ist eine gute Entwicklung. Wichtig ist, dass diese auch entsprechend genutzt werden.«*

Dr. Marc Jan Eumann
Direktor der Medienanstalt
Rheinland-Pfalz und
KJM-Vorsitzender

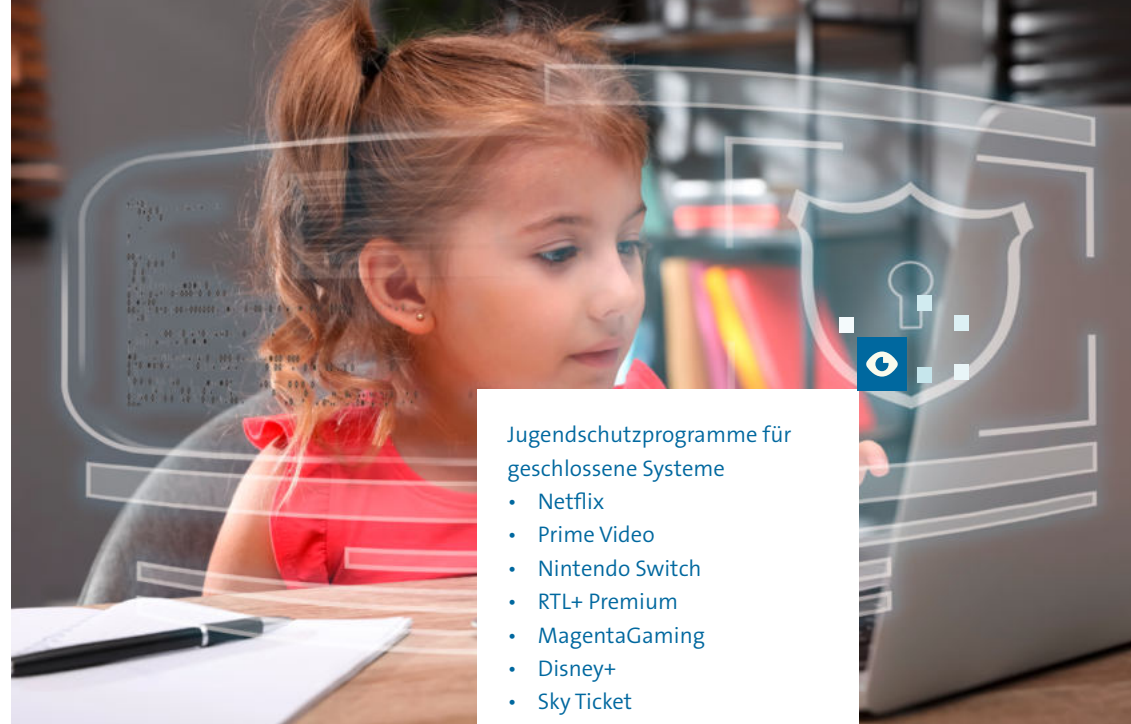


Altersverifikationssysteme

Pornografische, bestimmte indizierte sowie offensichtlich schwer jugendgefährdende Inhalte dürfen in Telemedien nur dann verbreitet werden, wenn sichergestellt wird, dass diese im Rahmen einer geschlossenen Benutzergruppe nur Erwachsenen zugänglich gemacht werden. Geschlossene Benutzergruppen werden in der Regel durch Altersverifikationssysteme (AVS) ermöglicht.

Die Altersverifikation ist durch zwei miteinander verbundene Schritte sicherzustellen:

Zum einen durch eine Identifizierung (Volljährigkeitsprüfung), die grundsätzlich über persönlichen oder vorgelagerten Kontakt erfolgen muss. Zudem durch die Authentifizierung beim einzelnen Nutzungsvorgang. Die Authentifizierung dient der Sicherstellung, dass nur die jeweils identifizierte und altersgeprüfte Person Zugang zu geschlossenen Benutzergruppen erhält.



Jugendschutzprogramme für geschlossene Systeme

- Netflix
- Prime Video
- Nintendo Switch
- RTL+ Premium
- MagentaGaming
- Disney+
- Sky Ticket

Technische Mittel & Jugendschutzprogramme

Anbieter von entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten müssen dafür sorgen, dass Kinder und Jugendliche der betroffenen Altersstufe diese Inhalte üblicherweise nicht wahrnehmen. Sie können dazu technische Mittel vorschalten, mit denen eine Altersplausibilitätsprüfung vorgenommen werden kann. Ein prominentes Beispiel ist der sogenannte Perso-Check, über den der Nutzer sein Alter mit der Nummer des Personalausweises plausibel darlegen kann.

Anbieter haben auch die Möglichkeit, ihre Angebote mit einer Alterskennzeichnung zu versehen, die von geeigneten Jugendschutzprogrammen ausgelesen werden kann. Jugendschutzprogramme sind Softwareprogramme, die diese Alterskennzeichnungen auslesen und Angebote erkennen, die die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen beeinträchtigen können. Das einzig als geeignet beurteilte Jugendschutzprogramm ist das Programm „JusProg“. Erziehungsverantwortliche haben dieses Programm aktiv auf den Endgeräten von Kindern und Jugendlichen zu installieren und entsprechende Einstellungen vorzunehmen.

Mehr Informationen:

Mehr zum technischen Kinder- und Jugendmedienschutz finden Sie unter:

- [KJM: Altersverifikationssysteme](#)
- [KJM: Jugendschutzprogramme](#) und
- www.medien-kindersicher.de.

Autor:
Henning Mellage, Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen

Gesetzlicher Kinder- und Jugendmedienschutz: im Grundgesetz verankert

Kinder und Jugendliche wachsen heutzutage mit ständigem Zugang zu Medien und damit einer großen Vielfalt an Inhalten auf. Da fällt es Erziehenden schwer den Überblick zu behalten, welche Angebote geeignet für welche Altersgruppe sind. Um zu gewährleisten, dass Kinder und Jugendliche nicht flutartig mit problematischen Inhalten konfrontiert werden, wurden Gesetze zu ihrem Schutz geschaffen.

Der Kinder- und Jugendmedienschutz hat in Deutschland einen sehr hohen Stellenwert. Der Schutz von Kindern und Jugendlichen ist im Grundgesetz (s. Art. 5 Absatz 2 GG) verankert und damit ein wichtiges Gemeinschaftsanliegen. Die zwei wichtigsten Grundpfeiler des gesetzlichen Kinder- und Jugendmedienschutzes sind der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) der Länder und das Jugendschutzgesetz (JuSchG) des Bundes.

Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

Der JMStV regelt den Jugendschutz für Inhalte, die über das Internet verbreitet werden (sog. Telemedien) und den Rundfunk (Radio und Fernsehen). Werden im Internet einfache pornografische, bestimmte indizierte oder offensichtlich schwer jugendgefährdende Inhalte verbreitet, müssen Anbieter mittels einer Altersverifikation sicherstellen, dass Kinder und Jugendliche auf diese nicht zugreifen können. Auch sonst haben sowohl Rundfunk- als auch Internet-Anbieter dafür zu sorgen, dass Inhalte, die für gewisse Altersstufen nicht geeignet sind, von dieser Altersgruppe üblicherweise nicht wahrgenommen werden können.

Zudem sieht der JMStV verschiedene technische Möglichkeiten zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor. Die Aufsicht darüber, dass sich private Anbieter an die geltenden Regeln des JMStV halten, hat die KJM als Entscheidungsorgan der Landesmedienanstalten.

Jugendschutzgesetz

Das JuSchG regelt den Jugendschutz hinsichtlich sog. Trägermedien, also Medien, die auf einem gegenständlichen Träger zu finden sind (bspw. DVDs oder Bücher). Spiele und Filme müssen eine Alterskennzeichnung aufweisen um sicherzustellen, dass Kinder und Jugendliche keine Inhalte konsumieren, die für ihre Altersstufe nicht geeignet sind. Medien, die als jugendgefährdend eingestuft werden, können zudem indiziert werden. Je nach Schweregrad sind diese Medien dann nur noch für Erwachsene erhältlich oder sie dürfen überhaupt nicht mehr verbreitet werden.

Neu hinzugekommen sind im Mai 2021 zudem Vorsorgemaßnahmen, die Anbieter von Online-Diensten einzusetzen haben, sofern sie mit ihrem Angebot einen finanziellen Gewinn erreichen wollen. Durch diese Vorsorgemaßnahmen, wie die Bereitstellung eines Beschwerdesystems, sollen Heranwachsende vor Interaktionsrisiken geschützt werden. Für die Überprüfung der Vorsorgemaßnahmen sowie der Indizierung ist die Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (BzKJ) zuständig.

Wenn Sie erfahren möchten, wie die Landesmedienanstalten das Gefährdungspotential eines Angebots feststellen, schauen Sie auf der [Kriterien-Seite der KJM](#) vorbei.

Wer macht was?

Medien und Zuständigkeiten

Rundfunk

Für Radio und Fernsehen gelten die Bestimmungen des JMStV. Über den Privatrundfunk wacht die [KJM](#). Ihre Beschlüsse werden von der zuständigen [Landesmedienanstalt](#) umgesetzt.

Mitglieder von Selbstkontrolleinrichtungen können Sendungen im Vorfeld der Ausstrahlung prüfen lassen.

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten [ARD](#) und [ZDF](#) sind selbst für die Wahrung der Jugendschutzbelange zuständig.

Internet

Die [KJM](#) ist die zentrale Internetaufsicht und entscheidet bei Verstößen über Sanktionen. Vollzogen werden diese von der zuständigen [Landesmedienanstalt](#).

Die Bund- und Ländereinrichtung [jugendschutz.net](#) unterstützt die KJM bei der Wahrung des Jugendmedienschutzes im Internet. Mitglieder von Selbstkontrolleinrichtungen ([FSF](#), [FSM](#), [FSK](#), [USK](#)) können ihre Angebote im Vorfeld auf deren Gefährdungspotenzial prüfen lassen.

»Die Medienlandschaft hat sich seit Gründung der KJM im Jahr 2003 komplett verändert. Medien sind aus dem Alltag von Kindern und Jugendlichen nicht mehr wegzudenken. Damit wächst der Handlungsbedarf, Kinder und Jugendliche vor Gefährdungen zu schützen. Wir bündeln unsere gesammelte Expertise und Erfahrung, um trotz dieser Herausforderungen für ein hohes Schutzniveau zu sorgen.«

Prof. Dr. Tanja Witting,
Ostfalia Hochschule für angewandte
Wissenschaften, Fakultät Soziale
Arbeit, KJM-Mitglied



Computerspiele

Für die Kontrolle von Telemedien, worunter auch Online- bzw. Browser Spiele fallen, ist die [KJM](#) zuständig.

Werden Computerspiele auf Datenträgern Heranwachsenden zugänglich gemacht, benötigen sie eine Alterseinstufung der Obersten Landesjugendbehörden durch die [Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle \(USK\)](#).

Printmedien und Tonträger

Alterskennzeichnungen gibt es weder für Musik- und andere Tonaufnahmen noch für Printmedien. Das Selbstkontrollorgan der Printmedien, der [Presserat](#), prüft anhand des Pressekodexes und wirkt auf die Beseitigung von Missständen hin. Über Beschwerden bezüglich Werbung entscheidet der [Deutsche Werberat](#) als Selbstkontrollorgan der Werbewirtschaft.

Filme

Filme, die öffentlich vorgeführt werden oder öffentlich zugänglich sind, müssen eine altersgemäße Freigabe der obersten Landesjugendbehörden durch die [Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft \(FSK\)](#) erhalten.

Indizierungen & Vorsorgemaßnahmen

Die [Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz \(BzKJ\)](#) indiziert Träger- und Telemedien, wenn sie jugendgefährdend sind. Damit dürfen sie nur Erwachsenen oder gar nicht mehr zugänglich gemacht werden. Die BzKJ ist zudem zuständig für die Überprüfung von Vorsorgemaßnahmen, die Anbieter zu treffen haben.

Autorin:
Sophie-Charlotte Schubert, Gemeinsame Geschäftsstelle
der Medienanstalten

Die Kommission für Jugendmedienschutz: Auftrag, Aufgaben und Ziele

Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) gibt es seit 2003. Sie ist die zentrale Aufsichtsstelle für den Kinder- und Jugendschutz im privaten Rundfunk und Internet. Ihr Ziel ist es, dass Kinder und Jugendliche ohne Bedenken und negative Erfahrungen Medien nutzen können. Die KJM ist das Entscheidungsorgan der 14 Landesmedienanstalten in Deutschland für den Kinder- und Jugendmedienschutz. Ihre Aufgaben sind im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) verankert. Die Medienanstalten stoßen wiederum durch ihre Recherche-Tätigkeit Verfahren an und führen diese Verfahren im Auftrag der KJM.

Wer ist in der KJM?

Die KJM ist ein Gremium bestehend aus zwölf Expert*innen, die aus den Landesmedienanstalten (sechs Mitglieder), den obersten Jugendbehörden der Länder (vier Mitglieder) und des Bundes (zwei Mitglieder) entsandt werden. Eine Amtsperiode der KJM dauert fünf Jahre. Die Mitglieder der KJM sind bei der Erfüllung ihrer Aufgaben nicht an Weisungen gebunden.

Was macht die KJM?

Die KJM ist zuständig für die Beurteilung von Rundfunk- und Telemedien-Angeboten sowie die Bestätigung von Altersbewertungen. Im Hinblick auf den technischen Kinder- und Jugendmedienschutz legt sie Kriterien für die Eignungsprüfung von Jugendschutzprogrammen fest. Zudem prüft und genehmigt sie Verschlüsselungs- und Vorspernungstechnik. Außerdem stellt die KJM Indizierungsanträge für Angebote im Internet und nimmt zu Indi-

zierungsanträgen der Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (BzKJ) Stellung. Sie schützt Kinder und Jugendliche also sowohl durch die Aufsicht über Einzelfälle als auch präventive Maßnahmen.

Regulierte Selbstregulierung

Der JMStV folgt dem Prinzip der regulierten Selbstregulierung. Das heißt, dass es neben der Aufsicht auch Selbstkontrolleinrichtungen gibt, in denen Anbieter*innen Mitglied werden können. Das hat das Ziel, die Eigenverantwortung der Anbieter*innen zu stärken und die Vorabkontrolle zu verbessern. Die KJM erkennt diese als Selbstkontrolleinrichtungen im Sinne des JMStV an, wenn sie die vorgeschriebenen Voraussetzungen erfüllen. Bisher hat sie die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Dienste-

*»Kinder brauchen unseren Schutz. Dieser Aussage dürfte wohl niemand widersprechen – und dennoch ist es gerade im digitalen Raum nicht immer leicht, dieser Verantwortung gerecht zu werden. Neben den Expert*innen der KJM dürfen auch die Selbstkontrolleinrichtungen der Wirtschaft in ihren Bemühungen nicht nachlassen, Kinderrechte effektiv durchzusetzen. Es gilt immer wieder neue Wege zu gehen, die bestehenden Systeme kontinuierlich zu verbessern. JMStV und JuSchG sind ein gutes gemeinsames Fundament auf dem wir den schützenden Raum gestalten können, den unsere Kinder verdienen.«*

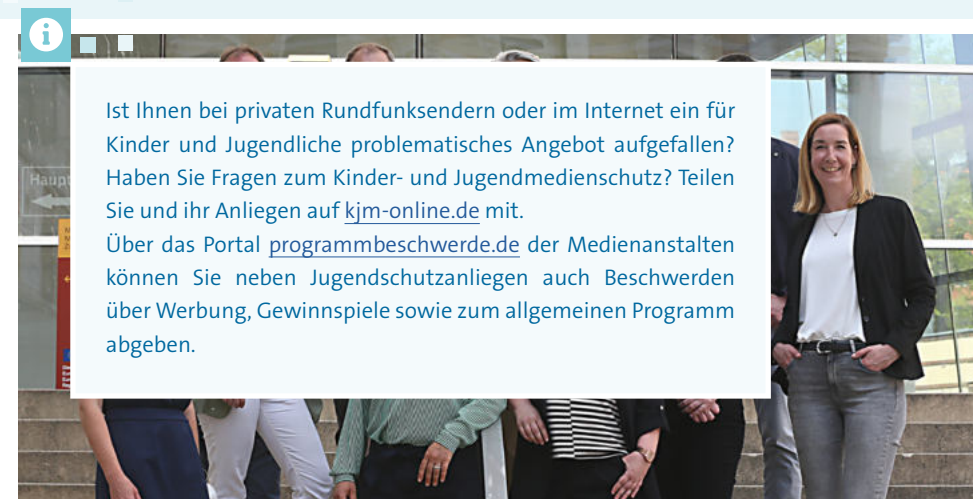
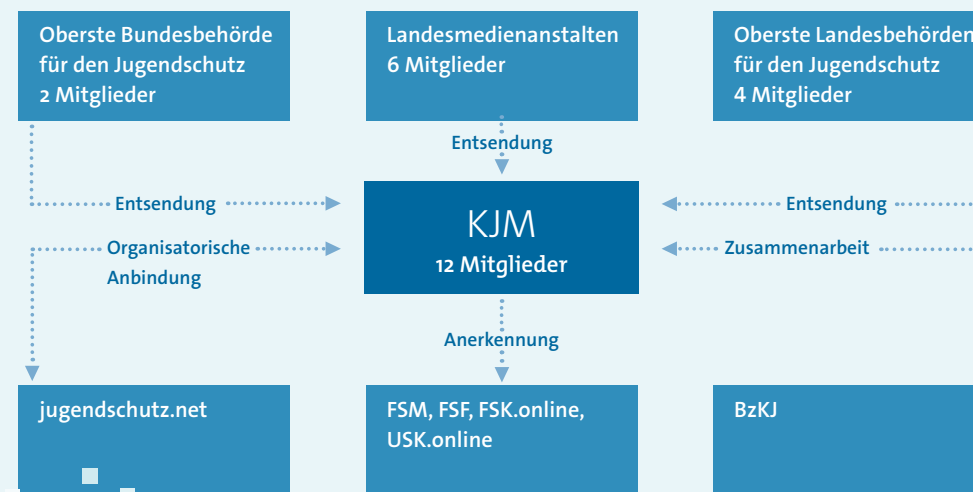
Eva-Maria Sommer
Direktorin Medienanstalt Hamburg/
Schleswig-Holstein, KJM-Mitglied



anbieter (FSM), die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) online und die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) online anerkannt. Den anerkannten Selbstkontrollein-

richtungen wird ein gesetzlich festgeschriebener Entscheidungsrahmen zugewilligt, den die KJM nur begrenzt überprüfen darf.

Kommission für Jugendmedienschutz



Kommission für Jugendmedienschutz: (v.l.n.r.): Eva-Maria Sommer, Sebastian Gutknecht, Britta Schülke, Martin Heine, Petra Müller, Maja Wegener, Jochen Fasco, Prof. Dr. Tanja Witting, Dr. Marc Jan Eumann, Sabine Seifert, Bert Lignau, Cornelia Holsten.

Infos und Hilfestellung finden Sie bei: kjm-online.de

programmbeschwerde.de

Service: die wichtigsten Adressen im Kinder- und Jugendmedienschutz

Diese Internetseiten und Projekte verschiedener Institutionen und Organisationen bieten Wissen, Fortbildungsangebote, Hilfe und Tipps:

Institutionen

Die **Landesmedienanstalten** bieten Ihnen Kontakte zu Referent*innen, z. B. für Elternabende, und eine Fülle an (Unterrichts-)Materialien zum Kinder- und Jugendmedienschutz und zur Mediennutzung. Fragen Sie bei der Landesmedienanstalt Ihres Bundeslandes. Den Kontakt finden Sie auf der Webseite der Medienanstalten.

– www.die-medienanstalten.de

Die **Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz** (BzKJ) ist eine selbstständige Bundesoberbehörde im Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ). Sie ist unter anderem für Indizierungen sowie die Prüfung von Vorsorgemaßnahmen durch Anbieter*innen zuständig. Zudem fördert sie eine gemeinsame Verantwortungsübernahme von Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft.

– www.bzkgj.de

jugendschutz.net ist das gemeinsame Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet. Die Stelle recherchiert Gefahren und Risiken in jugendaffinen Diensten. Zudem bietet jugendschutz.net Hilfe für Erziehende und Pädagog*innen zum Jugendschutz im Internet.

– www.jugendschutz.net

Auch die anerkannten Selbstkontrollenrichtungen FSF, FSK, FSM und USK bieten zahlreiche Informationen und Materialien für Familien, Erziehende und Pädagog*innen an.

– www.fsf.de

– www.fsk.de

– www.fsm.de

– www.usk.de

*»Nicht zuletzt das große Interesse aus dem Ausland zeigt uns, dass das Schutzniveau in Deutschland Vorbildcharakter hat. Das gelingt nur durch das gute Zusammenspiel aller Akteur*innen. Die KJM und die Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz setzen sich Hand in Hand mit Selbstkontrollenrichtungen, Verbänden und Unternehmen für einen effektiven Kinder- und Jugendmedienschutz ein – in Deutschland, aber auch über Grenzen hinweg.«*

Sebastian Gutknecht

Direktor der Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (BzKJ), KJM-Mitglied



Projekte und Forschung

FLIMMO ist ein Elternratgeber für TV, Streaming, YouTube und Kino.

– www.flimmo.de

Der geschützte Surfraum von **fragFinn** bietet Kindern von sechs bis zwölf Jahren Zugang zu interessanten und unbedenklichen Internetangeboten.

– www.fragfinn.de

Tipps, Informationen und kreative Ideen rund um Smartphones, Tablets und Apps finden sich beim Angebot **Handysektor**.

– www.handysektor.de

Das **Internet-ABC** ist ein spielerisches und sicheres Angebot für den Einstieg von Kindern ins Internet.

– www.internet-abc.de

Das **JFF – Institut für Medienpädagogik** untersucht aktuelle Medienphänomene und bietet Projekte zur Medienaneignung an.

– www.jff.de

Bei **JUUUUPPORT** helfen junge Leute anderen jungen Leuten bei Problemen im Web, zudem gibt es auch hier Infomaterialien.

– www.juuuport.de

Die EU-Initiative **klicksafe** bietet umfangreiche Materialien, Seminare und Infos u. a. für Lehrer*innen.

– www.klicksafe.de

Media Smart ist eine internationale Bildungsinitiative, die sich für die Förderung von Werbe- und Medienkompetenz stark macht.

– www.mediasmart.de

Die Webseite **Medien-kindersicher.de** informiert Erziehende über technische Schutzlösungen für die Geräte, Dienste und Apps ihrer Kinder.

– www.medien-kindersicher.de

Der Verbund **Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)** stellt Datenmaterial zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen zur Verfügung.

– www.mpfs.de

Die Initiative **„SCHAU HIN! Was Dein Kind mit Medien macht.“** hilft Familien bei der Medien-erziehung und informiert über aktuelle Entwicklungen der Medienwelt.

– www.schau-hin.info

Auf der Seite **ZEBRA** kann man kostenlos und anonym Antworten auf individuelle Fragen im Zusammenhang mit digitalen Medien erhalten.

– www.fragzebra.de

Impressum

Herausgeberin

Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)

die medienanstalten – ALM GbR

Gemeinsame Geschäftsstelle

Friedrichstraße 60

10117 Berlin

Tel: +49 30 206 46 90 0

Fax: +49 30 206 46 90 99

E-Mail: kjm@die-medienanstalten.de

www.kjm-online.de

Verantwortlich

Dr. Marc Jan Eumann

Vorsitzender der Kommission für Jugendmedienschutz

Redaktion

Hanna Irabi, Mirko Vossen

Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten

Copyright © 2021 by

die medienanstalten – ALM GbR

Bildnachweise

Innenseiten: alle stock.adobe.com ©Chaay_tee,

©Angelov, ©Olga Yastremska, New Africa, Africa Studio

©fizkes, ©REDPIXEL, ©www.fotosparrow.ru,

©motortion, ©fizkes, ©LIGHTFIELD STUDIOS

Stand

Juni 2022

Alle Rechte vorbehalten

Design und Satz

Rosendahl Borngräber GmbH

Website: www.rosendahl-berlin.de