

**Ergänzende Kriterien der USK
für den Bereich des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags
(JMStV)**

Berlin, November 2016



Inhalt

1. Geltung und Anwendungsbereich.....	3
2. Absolut unzulässige Angebote nach § 4 Abs. 1 JMStV	4
3. Relativ unzulässige Angebote nach § 4 Abs. 2 JMStV	4
4. Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote	5
4.1. Angebote mit entwicklungsbeeinträchtigender Wirkung nur auf Kinder.....	5
4.2. Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote für Jugendliche.....	5
4.3. Berechtigtes Interesse (§ 5 Abs. 6 JMStV)	5
5. Verbreitungsbeschränkungen im Sinne des § 5 Abs. 3 JMStV	6
5.1. Technische Mittel (§ 5 Abs. 3 Nr. 1 JMStV).....	6
5.2. Zeitgrenzen (§ 5 Abs. 3 Nr. 2 JMStV).....	6
6. Jugendschutzprogramme (§ 11 JMStV)	7
7. Kennzeichnungspflicht (§ 12 JMStV)	7
8. Jugendschutzrelevanz bei besonderen Inhalten.....	7
8.1. Werbung.....	7
8.1.1. Werbeverbot für indizierte Angebote	8
8.1.2. Werbeverbot bei Beeinträchtigung.....	8
8.1.3. Werbebeschränkungen.....	8
8.2. Externe Links.....	9
8.3. Nutzergenerierte Inhalte/Kommunikation.....	9
8.4. Ökonomischer Rahmen	10



1. Geltung und Anwendungsbereich

Die USK bietet Prüfverfahren zur Alterskennzeichnung sowohl von Computer- und Videospiele auf Datenträgern und im Internet als auch von Apps und sonstigen Inhalten in Rundfunk und Telemedien an. Zu Computer- und Videospiele im Internet gehören alle Spiele, die online, d. h. ohne Erwerb eines körperlich-gegenständlichen Datenträgers, gegen Gebühr oder kostenlos heruntergeladen oder genutzt werden können (nachfolgend: Online-Games). Das Prüfungsverfahren für Inhalte in Telemedien und Rundfunk erfolgt in Übereinstimmung mit den Regelungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages (JMStV) und ohne staatliche Beteiligung.

Die „Leitkriterien für die jugendschutzrechtliche Bewertung von Computerspielen der USK“ bilden die übergreifende Grundlage für die inhaltliche Einschätzung. Sie gelten sowohl für die Arbeit der USK im Rahmen des Jugendschutzgesetzes als auch des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags. Im Bereich des JMStV werden diese durch die vorliegenden Kriterien der USK für den Bereich des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) ergänzt. Sie stellen dabei insbesondere auf das Angebot von Computerspielinhalten in Rundfunk und Telemedien ab.

Die ergänzenden Kriterien der USK.online sind anzuwenden bei Rundfunkangeboten sowie bei telemedialen Angeboten, wie Online-Games, Online-Spieletrailern, Webauftritten, nutzergenerierten Inhalten, externen Links, Apps und Online-Werbung und regeln das jugendschutzrechtskonforme Verhalten auf Grundlage des JMStV. Zu letzteren fallen beispielsweise Spiele, die in einem Internetbrowser nach dem Besuch der Spiele-Homepage sofort aufrufbar sind, ebenso wie Spiele, die einen vorherigen Dateidownload aus dem Internet und eine Installation des Spieles auf der Festplatte des Rechners voraussetzen. Erfasst werden unter anderem Spiele mit 2D- wie 3D-Grafik, Flash-Games, Single- wie Multiplayer-Games, Client-basierte Spiele, Spiele in Peer-to-Peer-Netzwerken, PC-, Konsolen-, Mobile- und Handy-Games.

Online-Games können von den Anbietern kostenlos, gegen Gebühr oder durch Verkauf von virtuellen Spielgegenständen (nachfolgend: Item-Selling) vertrieben werden. Des Weiteren tragen die ergänzenden Kriterien der USK.online für den



Bereich JMStV auch der Verbindung von Spielinhalten mit Elementen der Nutzerkommunikation wie Chats und Foren, aber auch in Online-Werbung und externen Links Rechnung. Bewertungseinheit eines telemedialen Angebots sind daher die Einzelelemente wie auch die Gesamtwirkung des Angebots. Die Bewertungseinheit soll im Einzelfall festgelegt und aus Klarstellungs- und Abgrenzungsgründen in der Prüfbegründung ausgeführt und begründet werden.

2. Absolut unzulässige Angebote nach § 4 Abs. 1 JMStV

Insbesondere strafrechtlich relevante Inhalte, die einen der unter § 4 Abs. 1 JMStV aufgeführten Tatbestände erfüllen, und von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien in Liste B und D indizierte sowie beschlagnahmte Medien dürfen nicht verbreitet werden.

3. Relativ unzulässige Angebote nach § 4 Abs. 2 JMStV

Relativ unzulässige Telemedienangebote im Sinne des § 4 Abs. 2 JMStV dürfen nur dann zugänglich gemacht werden, wenn der auf erwachsene Nutzer beschränkte Zugang sichergestellt ist, d. h. wenn sie weder Kindern noch Jugendlichen angeboten oder zugänglich gemacht werden. Der Anbieter muss daher dafür Sorge tragen, dass jugendgefährdende Inhalte nach § 4 Abs. 2 JMStV in geschlossenen, alterskontrollierten Benutzergruppen ausschließlich Erwachsenen zugänglich gemacht werden (§ 4 Abs. 2 Satz 2 JMStV). Dies ist in zwei Schritten sicherzustellen: Erstens durch eine Volljährigkeitsprüfung, die über persönlichen Kontakt erfolgen muss (Face-to-Face-Kontrolle), und zweitens durch Authentifizierung beim einzelnen Nutzungsvorgang. Eine bloße Altersabfrage auf der Eingangsseite des Telemediums (Perso-Check) oder die Kontrolle einer eingegebenen Kreditkartennummer stellen aufgrund des Umgehungs- und Missbrauchsrisikos keine ausreichenden Schutzsysteme im Sinne des § 4 Abs. 2 Satz 2 JMStV dar. Die KJM hat Konzepte für geschlossene Benutzergruppen geprüft und vorbehaltlich der Umsetzung in der Praxis positiv bewertet.

4. Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote

Befindet sich das Angebot zwar unterhalb der Schwelle des § 4 JMStV, erscheint eine Entwicklungsbeeinträchtigung durch das Angebot jedoch möglich, so hat der Anbieter dafür Sorge zu tragen, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe diese Angebote üblicherweise nicht wahrnehmen (§ 5 Abs. 1 JMStV).

4.1. Angebote mit entwicklungsbeeinträchtigender Wirkung nur auf Kinder

Für entwicklungsbeeinträchtigende Telemedienangebote (Kinder bis 14 Jahre) sind keine Schutzmaßnahmen erforderlich, wenn sie getrennt von Angeboten verbreitet werden, die sich insbesondere an Kinder richten. Ist eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung der Angebote nur auf Kinder zu befürchten, erfüllt der Anbieter von Telemedienangeboten seine Verpflichtung, wenn das Angebot getrennt von für Kinder bestimmten Angeboten verbreitet wird oder abrufbar ist (§ 5 Abs. 5 JMStV).

4.2. Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote für Jugendliche

Ist eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung der Angebote auf Jugendliche anzunehmen, darf der Anbieter seine Angebote nur mittels Einsatz von Zeitgrenzen oder mittels anderer (anerkannter) technischer Verbreitungsbeschränkungen verbreitet werden (vgl. § 5 Abs. 3 JMStV).

4.3 Berechtigtes Interesse (§ 5 Abs. 6 JMStV)

Die Verpflichtung des Anbieters nach § 5 Abs. 1 JMStV besteht ausnahmsweise dann nicht, wenn es sich bei seinem Angebot um Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen und vergleichbare Inhalte handelt und ein berechtigtes Interesse der Öffentlichkeit an dieser Form der Darstellung oder Berichterstattung gegeben ist. Ein berechtigtes Interesse gerade an dieser Form der Darstellung liegt vor, wenn ein hohes Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit wegen der Bedeutung der Nachricht besteht und dieses nicht von Bild- oder Tonmaterial erfüllt werden kann, das jugendschutzrechtlich unbedenklich ist.

5. Verbreitungsbeschränkungen im Sinne des § 5 Abs. 3 JMStV

Der Anbieter kann seiner Verpflichtung nach § 5 Abs. 1 JMStV dadurch entsprechen, dass er entweder durch technische oder sonstige Mittel die Wahrnehmung des Angebots durch Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe unmöglich macht oder wesentlich erschwert oder die Zeit, in der die Angebote verbreitet werden, so wählt, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufe üblicherweise die Angebote nicht wahrnehmen (§ 5 Abs. 3 JMStV).

5.1. Technische Mittel (§ 5 Abs. 3 Nr. 1 JMStV)

Technische und sonstige Mittel im Sinne des § 5 Abs. 3 JMStV sind für Telemedien in erster Linie anerkannte Jugendschutzprogramme gemäß § 11 JMStV. Anbieter können der Vorschrift aber auch auf andere Weise entsprechen, wenn dadurch eine mindestens gleichwertige Erschwerung der Wahrnehmung von möglicherweise entwicklungsbeeinträchtigenden Angeboten durch Kinder und Jugendliche erreicht wird.

Die KJM hat technische Mittel geprüft und beispielsweise Konzepte – vorbehaltlich der Umsetzung in der Praxis – für ausreichend befunden, die das Alter eines Users anhand seiner Personalausweisnummer (Perso-Check) verifizieren.

Für Rundfunkangebote kommt eine technische Verschlüsselung oder Versperrung im Sinne des § 9 Abs. 2 JMStV in Betracht sowie weitere Möglichkeiten, die durch entsprechende Satzung der Landesmedienanstalten näher spezifiziert werden.

5.2. Zeitgrenzen (§ 5 Abs. 3 Nr. 2 JMStV)

Ist eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung auf Kinder oder Jugendliche anzunehmen, erfüllt der Anbieter seine Verpflichtung, wenn das Angebot nur zwischen 23 Uhr und 6 Uhr verbreitet oder zugänglich gemacht wird.

Gleiches gilt, wenn eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung auf Kinder oder Jugendliche unter 16 Jahren zu befürchten ist, wenn das Angebot nur zwischen 22 Uhr und 6 Uhr verbreitet oder zugänglich gemacht wird. Eine Zeitgrenze funktioniert

im Bereich der Telemedien durch Vorschalten technischer Vorkehrungen und wirkt daher als eine faktische Zugangsbarriere.

6. Jugendschutzprogramme (§ 11 JMStV)

Die Anbieter können nach § 11 JMStV ihre Inhalte auch für ein von der KJM anerkanntes Jugendschutzprogramm programmieren oder ein solches Programm vor das Angebot schalten.

7. Kennzeichnungspflicht (§ 12 JMStV)

Anbieter von Telemedien müssen in ihrem Angebot auf eine vorhandene Kennzeichnung nach § 12 JuSchG des im Wesentlichen inhaltsgleichen Angebots deutlich hinweisen. Werden also Computerspielinhalte, die bereits über eine USK-Altersfreigabe verfügen, online im Versandhandel verkauft, online abspielbar gehalten oder stehen solche Inhalte zum Download zur Verfügung, ist der Anbieter verpflichtet, auf das vorhandene Alterskennzeichen deutlich hinzuweisen, entweder in Textform oder durch eine gut sichtbare Abbildung des Kennzeichens auf der Webseite.

8. Jugendschutzrelevanz bei besonderen Inhalten

Nicht nur die vom Anbieter zur Verfügung gestellten Inhalte unterliegen der jugendschutzrechtlichen Würdigung, sondern auch anbieterfremde und besondere Inhalte, wie z. B. Werbung, externe Links und nutzergenerierte Inhalte. Sie unterliegen speziellen gesetzlichen Beschränkungen, gerade mit Blick auf Haftungsfragen, weshalb sie eine differenzierte Betrachtung erfordern.

8.1. Werbung

§ 6 JMStV regelt bestimmte Verbote und Gebote zur Ausgestaltung von Werbung in Rundfunk und Telemedien. Es werden insbesondere Werbebeschränkungen für indizierte Angebote, spezielle Regelungen zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor Werbung, der Werbung für alkoholische Getränke, normiert. Zudem enthält § 6

JMStV Regelungen für das Teleshopping und das Sponsoring. Die in § 6 JMStV genannten Regeln für den Jugendschutz müssen daher auch in der Werbung innerhalb eines Spiels eingehalten werden. Wenn es sich bei Online-Spielen um Werbe-Universen mit direkten Kaufmöglichkeiten handelt, muss dies ebenso berücksichtigt werden.

8.1.1. Werbeverbot für indizierte Angebote

Werbung für indizierte Angebote ist nach § 6 Abs. 1 Satz 1 JMStV nur unter den Bedingungen zulässig, die auch für die Verbreitung des Angebotes selbst gelten. Werbung für indizierte Spiele mit relativem Verbreitungsverbot, d. h. für Angebote, die wegen Jugendgefährdung in die Listenteile A und C aufgenommen wurden, darf also nur Erwachsenen über geschlossene Benutzergruppen angeboten werden. Hinweise auf Indizierungsverfahren im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung oder zu reinen Informationszwecken sind nur im Rahmen einer sachlichen und nüchternen Berichterstattung zulässig. Für Spiele mit absolutem Verbreitungsverbot darf nicht geworben werden.

8.1.2. Werbeverbot bei Beeinträchtigung

Nach § 6 Abs. 2 JMStV darf Werbung Kinder und Jugendliche weder körperlich noch seelisch beeinträchtigen. Dieses allgemeine Verbot bezieht sich auf Werbung, die Kinder und Jugendliche durch ihren Inhalt oder ihre Form schädigt (z. B. Schockwerbung), nicht aber auf die Schädigung, die durch den beworbenen Inhalt hervorgerufen werden kann. Darüber hinaus werden in § 6 Abs. 2 Nr. 1 bis Nr. 4 JMStV Beispiele für beeinträchtigende Werbung genannt.

8.1.3. Werbebeschränkungen

Gemäß § 6 Abs. 3 JMStV muss Werbung in Rundfunk und Telemedien unabhängig vom Zweck getrennt von Angeboten für Kinder und Jugendliche erfolgen, wenn eine Entwicklungsbeeinträchtigung zu befürchten ist. Eine solche Trennung ist gewahrt, wenn die Werbeinhalte nicht unmittelbar den Inhalten, die sich an die Kinder- oder Jugendlichen richten, vorgeschaltet sind, nicht während dieser laufen und nicht im



Anschluss platziert werden. Werbung für alkoholische Getränke darf sich nicht an Kinder und Jugendliche richten, sie besonders ansprechen oder beim Alkoholgenuss darstellen, § 6 Abs. 5 JMStV.

8.2. Externe Links

Externe Links sind dann von Relevanz, wenn der Anbieter diese zugänglich und/oder sich zu eigen macht. In die Beurteilung sind daher verlinkte Angebote auf der ersten Verlinkungsebene, d. h. wenn lediglich ein Klick notwendig ist, einzubeziehen. Weitere Linkebenen sind dann einzubeziehen, wenn bereits auf der ersten Linkebene erkennbar ist, dass für Kinder oder Jugendliche problematische Inhalte zugänglich gemacht werden bzw. Durchleitungsseiten zwischengeschaltet werden, um einer möglichen Verantwortlichkeit zu entgehen (z. B. eindimensionale Klickpfade).

8.3. Nutzergenerierte Inhalte/Kommunikation

Nach § 7 Abs. 1 TMG sind Diensteanbieter für eigene Informationen, die sie zur Nutzung bereithalten, nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich. Jedoch gibt es eine Haftungserleichterung (nach § 10 TMG), wonach Diensteanbieter für fremde Informationen, die sie für ihre Nutzer speichern, nicht verantwortlich sind, sofern sie keine Kenntnis von der rechtswidrigen Handlung oder der Information haben und ihnen im Falle von Schadensersatzansprüchen auch keine Tatsachen oder Umstände bekannt sind, aus denen die rechtswidrige Handlung oder die Information offensichtlich wird. Die Haftungserleichterung greift auch, wenn die Diensteanbieter unverzüglich tätig geworden sind, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren, sobald sie diese Kenntnis erlangt haben.

Nutzergeneriert sind Inhalte, die nicht vom Anbieter eines Online-Inhalts, sondern dessen Nutzern erstellt werden und sich durch „kreative Eigenleistung, publizierte Inhalte und Kreationen außerhalb professioneller Routinen“¹ auszeichnen. Sie haben unterschiedliche Erscheinungsformen, z. B. als Blogs, Videoportale, Webforen, Podcasting und direkte und/oder indirekte Kommunikationsdienste (Chat, Instant

¹ Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)



Messenger). Chat ist die elektronische Kommunikation im Internet (Chaträumen) zwischen mindestens zwei Personen in Echtzeit. Eine Vorabkontrolle einzelner Chatbeiträge ist nicht erforderlich. Technische Vorkehrungen seitens des Anbieters, die die Kenntniserlangung bei non-konformen Inhalten befördern, sind zu begrüßen.

8.4. Ökonomischer Rahmen

Wenn das Angebot bzw. Spiel mit der Aussicht auf Geldgewinne oder auf spielwerte Vorteile lockt, so kann dies als Spielanreiz dienen. Wenn über besondere Leistungen solche realen Geldgewinne möglich sind, so kann dies auf ein Beeinträchtigungspotenzial hindeuten.