

03/2018 PRÜFREPORT

- > Frau fragt Mann nach Penislänge 08
- > Fake-Shop, der unsere Produkte anbietet! 09
- > Nackte Geschlechtsteile „Muss sowas sein?“ 10



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

INHALT

EINLEITUNG 03

RECHTLICHES RÜSTZEUG 04

WHO IS WHO 05

SCHWERPUNKTE 2018

HASS IM NETZ 06

WERBUNG BEI YOUTUBE & CO. 07

FRAU FRAGT MANN: „WIE LANG IST EIGENTLICH DEIN PENIS?“ 08

„FAKE-SHOP, DER UNSERE PRODUKTE ANBIETET!“ 09

NACKTE GESCHLECHTSTEILE „MUSS SOWAS SEIN?“ 10

JAHRESSTATISTIK 11

SCHLUSSWORT 12

IMPRESSUM 13

EINLEITUNG

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

Diese Ausgabe des Prüfereports gibt einen Überblick auf Schwerpunktthemen, die die Landesanstalt für Medien NRW in den vergangenen Monaten in besonderer Weise beschäftigt haben: Hassrede im Netz und Werbung in sozialen Netzwerken („Influencer-Marketing“). Darüber hinaus gibt es eine Auswahl an Beschwerden aus den Bereichen Rundfunk und Internet, die 2018 bei der Landesanstalt für Medien NRW eingegangen sind und eine Statistik, wie viele Beschwerden insgesamt die Landesanstalt für Medien NRW 2018 erreicht haben.

Die Landesanstalt für Medien NRW kommt damit ihrer Verpflichtung aus § 88 Abs. 4 LMG NRW nach, im Rahmen ihrer Aufsichtsfunktion Rundfunkprogramme und Telemedienangebote kontinuierlich zu beobachten und hierüber zu berichten.

Im Rahmen der aufsichtsrechtlichen Tätigkeit befasst sich die Landesanstalt für Medien NRW vor allem mit Fragen des **Jugendmedienschutzes**, der **Werbung** und der **Programmgrundsätze**. Im Bereich des Internets sind darüber hinaus auch **Impressumsangelegenheiten** von Interesse. Die Landesanstalt für Medien NRW arbeitet dabei auch mit anderen Institutionen und Ermittlungsbehörden zusammen. Hinweise von Nutzern werden kontinuierlich ausgewertet und Programmanalysen durchgeführt.

Dadurch wird gewährleistet, dass die Landesanstalt für Medien NRW stets einen Einblick in das tatsächliche Programm, seine Stärken und Schwächen, sowie mögliche Verstöße erhält. Die sich daraus ergebenden Erkenntnisse werden in den zuständigen Gremien diskutiert und gegebenenfalls verfolgt.

RECHTLICHES RÜSTZEUG

Die rechtlichen Grundlagen, welche die Landesanstalt für Medien NRW 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 Landesanstalt für Medien NRW 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

Werbekennzeichnung im Influencer-Marketing – Medienanstalten
veröffentlichen aktualisierten Leitfaden

> [Weblink](#)

Wahrnehmung von Hassrede weiter gestiegen

> [Weblink](#)

Illegales Glücksspiel

> [Weblink](#)

DIE MEDIENANSTALTEN

> [Weblink](#)

Unter der Dachmarke „Die Medienanstalten“ arbeiten die 14 Landesmedienanstalten in Deutschland in grundsätzlichen und länderübergreifenden Themen zusammen. In gemeinsamen Kommissionen (GVK, KEK, KJM, ZAK) wird bundesweit einheitlich über Fragen der Zulassung, der Programmaufsicht, der Medienkonzentration und des Jugendmedienschutzes entschieden. Der Vorsitz liegt zurzeit bei der Bremischen Landesmedienanstalt (brema). Das Büro der Vorsitzenden und die Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten befinden sich in Berlin.

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 personenidentisch mit der > [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.

JUGENDSCHUTZ.NET

> [Weblink](#)

jugendschutz.net drängt Anbieter, Online-Angebote so zu gestalten, dass Kinder und Jugendliche nicht gefährdet werden. Die Stelle recherchiert als Kompetenzzentrum für den Jugendschutz im Internet Risiken in jugendaffinen Diensten. Sie nimmt über ihre Hotline Hinweise auf Verstöße gegen den Jugendmedienschutz entgegen und sorgt dafür, dass sie schnell beseitigt werden. Im Fokus der Arbeit stehen riskante Kontakte, Selbstgefährdungen, politischer Extremismus und sexuelle Ausbeutung von Kindern.

HASS IM NETZ: VERFOLGEN STATT NUR LÖSCHEN

Die Werte unserer Gesellschaft gelten innerhalb des Internets genauso wie außerhalb. Daher können auch im Netz keine rechtsfreien Räume zugelassen werden. Hassrede im Internet ist jedoch mittlerweile ein gesamtgesellschaftliches Problem, das von der Rechtsdurchsetzung häufig unberührt bleibt und die Meinungsvielfalt bedroht. In einer forsa-Umfrage im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW gaben im Jahr 2018 78 Prozent der Befragten an, schon einmal mit Hassrede in Sozialen Netzwerken, Internetforen oder Blogs konfrontiert worden zu sein, bei den 14 bis 24-Jährigen waren es sogar 96 Prozent.

Um diesem Problem zu begegnen, hat die Landesanstalt für Medien NRW gemeinsam mit der Landesregierung 2017 die Arbeitsgruppe „Verfolgen statt nur Löschen“ gegründet. Diese bis jetzt einzigartige Initiative vernetzt die relevanten Akteure und fördert so Maßnahmen zur Bekämpfung von Hassrede im Internet.

Die Herausforderung im Umgang mit Hassrede im Internet besteht für die Medienhäuser darin, dass sie sich aufgrund der erhöhten Anzahl von Hasskommentaren und des Haftungsrisikos für Kommentare auf ihren Internetseiten gezwungen sehen, unzulässige Kommentare ihrer Nutzer zu löschen. Alternativ bleibt den Redaktionen nur die Option, die Kommentarfunktion abzuschalten oder vorsorglich ganze Themenblöcke zu vermeiden. Dieses Vorgehen ist jedoch wiederum eine Zensur der Meinungsfreiheit und gefährdet die Vielfalt. Rechtliche Schritte gegen die Verfasser der Hasskommentare werden wegen des aufwendigen Prozedere jedoch nur selten ergriffen. Dass die Verfasser von Hasskommentaren so zur Einsicht gelangen, dass es einen Unterschied zwischen legitimer Meinungsäußerung und strafbarer Hassrede gibt, ist folglich unwahrscheinlich. Die fehlende Sanktionierung einer strafbaren Äußerung führt

vielmehr dazu, dass sich ein eventuell bestehender Eindruck des Verfassers von „System- und Lügenpresse“ sogar weiter verstärkt.

Hier greift der Ansatz von „Verfolgen statt nur Löschen“: Indem angezeigte Inhalte sorgfältig juristisch geprüft und Meinungsäußerungen von strafbaren Aussagen abgegrenzt werden, gewinnen Unternehmen an Rechtssicherheit und die Meinungsvielfalt im Internet wird geschützt. Mittelfristig soll so durch konsequente Sanktionierung von Rechtsverstößen eine vorbeugende Wirkung erzielt werden.

Geprüft werden neben Angeboten aus dem rechtsextremistischen Bereich auch Angebote aus dem linksextremen und islamistischen Milieu. Bei den meisten Verstößen handelt es sich um Online-Kommentare, die im Verdacht stehen, den Tatbestand der Volksverhetzung zu erfüllen. Aber auch unzulässige Gewaltdarstellungen, Holocaust-Leugnungen, Darstellungen von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen (u.a. Hitlergruß, Hakenkreuz), gegen die Menschenwürde verstößende Inhalte und das Zugänglichmachen indizierter Angebote werden recherchiert und geprüft.

Seit dem Start der einjährigen operativen Phase im Februar 2018 sind bis heute durch die Landesanstalt für Medien NRW über 170 Fälle zur Anzeige gebracht worden, insgesamt hat die Initiative über 260 Fälle zusammengetragen. Im Zuge des bundesweiten Aktionstags zur Bekämpfung von Hasspostings im Internet am 14. Juni 2018 wurden im Rahmen der Initiative auch Hausdurchsuchungen bei Tatverdächtigen in NRW durchgeführt.

WERBUNG BEI YOUTUBE & CO.

Die Trennung und Kennzeichnung von Werbung dient der Unabhängigkeit und Integrität medialer Angebote, der Glaubwürdigkeit der Anbieter und dem Schutz der Nutzer vor Irreführung. Sie ist im Telemediengesetz und im Rundfunkstaatsvertrag geregelt.

Zunehmend finanzieren sich auch Influencer in Sozialen Medien wie YouTube, Facebook, Instagram und Co. durch Werbung. Und da auch das Internet kein rechtsfreier Raum ist, müssen sie medienrechtlich zum Beispiel bei Kooperationen mit Firmen zwingend darauf hinweisen, dass es sich um Werbung handelt. Auch wettbewerbsrechtlich stellen fehlende Werbekennzeichnungen ein Problem dar. So wurde im vergangenen Jahr durch Abmahnvereine eine Reihe von Verfahren gegen Influencer initiiert und durch Gerichtsentscheidungen wettbewerbsrechtlich entschieden.

Besonders viel Aufmerksamkeit zog der Fall von Bloggerin Vreni Frost auf sich. Sie stellte sich bei der diesjährigen Veranstaltung der Medienanstalten „#watchdog18 – Recht(s)-sicher durch die Welt des Influencer-Marketings“ der Debatte um den medien- bzw. den wettbewerbsrechtlichen Werbegriff ebenso wie Monika Rhein, Vorsitzende Richterin am Landgericht München I. Aus medienrechtlicher Sicht präsentierten die Medienanstalten in diesem Rahmen auch den neuen Leitfaden zum Thema „Werbekennzeichnung bei Social-Media-Angeboten“. In Form einer Kennzeichnungsmatrix und zusätzlicher Erläuterungen bietet der Leitfaden Orientierung bei der Kennzeichnung werblicher Inhalte in Social-Media-Angeboten. > [Weblink](#)

Dr. Tobias Schmid, Direktor der Landesanstalt für Medien NRW, betonte im Rahmen der Veranstaltung, dass der Leitfaden zum Thema Werbung und Influencer durchaus Wirkung zeigt: „Im Verhältnis zu den untersuchten Fällen ist die Zahl der erkennbaren Verstöße bei der Werbekennzeichnung erkennbar rückläufig. Das ist ein gutes Zeichen und zeigt, dass es uns gelingt, der professionellen Szene die Relevanz korrekter Werbekennzeichnungen zu vermitteln.“

Im Jahr 2018 wurden mehr als 270 Angebote auf diversen Social-Media-Kanälen, wie beispielsweise YouTube, Instagram, Facebook, Twitter und Snapchat von der Landesanstalt für Medien NRW überprüft und ausgewertet. In 140 Fällen wurde ein Hinweisschreiben an die entsprechenden Influencer versendet. Während sich in einigen Fällen herausstellte, dass kein werblicher Hintergrund vorliegt, wurde in über 100 Fällen die Kennzeichnung entsprechend nachgebessert.

FRAU FRAGT MANN WIE LANG SEIN PENIS IST

Veranstalter/Sendung:

**VOX/ Werbespot
zur Serie Milk Honey**

Beschwerdeanlass:

Sexuelle Äußerung

„Ich schaltete um acht Uhr morgens mit meinem jungen Sohn den Fernsehsender VOX ein und es wurde um die neue Serie „Milk & Honey“ geworben. Eine Frau fragte den Mann „wie lang sein Penis sei“. Ich möchte mich bitte um die Aufklärungsarbeit meiner Kinder selbst kümmern! Darüber hinaus werden öffentlich Sexszenen in der Werbung gezeigt und das mitten am Tag! Sollen unsere Kinder so aufwachsen, als wenn das normal sei?“

Bei dem beanstandeten Werbespot handelt es sich um einen Trailer für die auf VOX ausgestrahlte Serie „Milk & Honey“. Der für den Trailer verwendete Ausschnitt aus der Serie zeigt eine Frau, die einen Mann fragt, wie groß sein Penis sei. Der Mann ist sprachlos, woraufhin die Frau versucht die Größe mit Handgesten zu erraten.

Die Landesanstalt für Medien NRW hat überprüft, ob möglicherweise eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung auf Kinder und Jugendliche vorliegt. Grundlage der Prüfung ist dabei § 5 des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV). Danach dürfen Darstellungen, die die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit beeinträchtigen, nur verbreitet werden, wenn Kinder und Jugendliche der betroffenen Altersstufe diese üblicherweise nicht wahrnehmen können. Im Bereich des Rundfunks geschieht dies in der Regel über die Wahl bestimmter Sendezeiten.

Eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung geht unter anderem von bestimmten erotischen und sexuellen Inhalten aus. Entwicklungsbeeinträchtigende Sexualdarstellungen unterliegen verschiedenen Beurteilungskriterien. Darunter fallen Sexualdarstellungen, die nicht dem Entwicklungsstand von Kindern und Jugendlichen entsprechen, stereotype Geschlechterrollen mit diskriminierenden Verhaltensmustern, Verknüpfungen von Sexualität und Gewalt sowie Verharmlosung oder Idealisierung von Prostitution oder entsprechendem Verhalten.

In der Serie „Milk & Honey“ schließen sich vier Freunde in Brandenburg aus unterschiedlichen Motiven zusammen und gründen einen Escort-Service. Das Thema „Sex gegen Geld“ ist jedoch in der Serie nicht vordergründig und Prostitution wird nicht verharmlost. Vielmehr werden sowohl mit Humor als auch mit Ernst Themen wie Landflucht, Altersarmut, Freundschaft und Familie aufgegriffen.

Geschlechtsverkehr findet stets einvernehmlich statt und die Szenen werden in zurückhaltender Art gezeigt. Trotz der Thematisierung des käuflichen Charakters von Callboys wird kein verzerrtes Bild von Sexualität vermittelt, da die Serie nicht die käufliche Handlung, sondern zwischenmenschliche Beziehungen in den Vordergrund stellt.

Im konkreten Trailer konnte die Landesanstalt für Medien NRW keine entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalte feststellen. Die Darstellung wird von Kindern nicht im selben Maße sexuell aufgenommen, wie von Erwachsenen und führt daher auch zu keiner nachhaltigen Desorientierung. Die angesprochene Szene zeigt vielmehr den humorvollen Ton der Serie.

Darüber hinaus hat die Landesanstalt für Medien NRW weitere Trailer der Serie „Milk & Honey“ überprüft und konnte auch bei diesen keine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung feststellen. Zwar wird in einem weiteren Spot beispielsweise ein Ausschnitt gezeigt, in dem ein Mann und eine Frau Geschlechtsverkehr haben, dabei sind jedoch nur Auf- und Abwärtsbewegungen und nicht der direkte Akt zu sehen. Auch Geschlechtsteile sind nicht zu erkennen. Die Darstellung ist vielmehr zurückhaltend und für Kinder zu abstrakt und wird daher nicht mit einer sexuellen Handlung verbunden. Es werden keine negativen Assoziationen geweckt oder einer der Partner abgewertet. Sämtliche derzeit geprüften Trailer verstoßen daher nicht gegen die Bestimmungen des JMStV.

„FAKE-SHOP, DER UNSERE PRODUKTE ANBIETET!“

Angebot:

Angeblicher Internet-Shop ohne Impressum

Beschwerdeanlass:

kein Impressum

„Auf dem Webshop werden unsere Produkte, mit unserem eingetragenen Markenzeichen verkauft, ohne, dass diese von uns bezogen werden. Es scheint sich um einen Fake-Shop zu handeln, der unsere Amazon-Anzeige übernommen hat. Die Seite hat kein Impressum.“

Anbieter einer Website, die nachhaltig betrieben wird, müssen i. d. R. gem. § 55 Abs. 1, 2 RStV und § 5 TMG auf ihrem Angebot ein Impressum bereitstellen. Für Anbieter, die in NRW ihren Sitz haben, überprüft die Landesanstalt für Medien NRW, ob ein Impressum vorhanden ist und ob dieses vollständig ist.

Für darüber hinausgehende Probleme mit Website-Betreibern (Betrug, Löschung von Daten etc.) besteht jedoch keine Zuständigkeit.

In diesem Fall fehlte auf dem genannten Angebot ein Impressum. Ein fehlendes Impressum ist in den meisten Fällen keine Absicht, sondern beruht auf bloßer Unwissenheit der Seitenbetreiber. Häufig genügt daher ein einfacher Hinweis und es kann eine Anpassung der Website erreicht werden.

Die Recherche des Domaininhabers bei der DENIC eG (Registrierung von de-Domains) ergab hier eine in NRW registrierte Domaininhaberin, die daraufhin ein Hinweisschreiben erhielt und auf die Impressumspflicht aufmerksam gemacht wurde. Die Angeschriebene meldete sich umgehend. Jedoch konnte sie glaubhaft machen, dass sie mit dem Betrieb der Website nichts zu tun hatte und sich nie bei der DENIC habe registrieren lassen. Offenbar hatte jemand ihre Daten zu diesem Zweck missbraucht!

Die Landesanstalt für Medien NRW informierte die DENIC über diesen Sachverhalt und riet der vermeintlichen Domaininhaberin, sich schnellstmöglich an die DENIC zu wenden, um die Löschung ihrer Daten zu erreichen.

Dabei stellte sich heraus, dass ihre Daten auch für die Eintragung weiterer Websites missbraucht worden waren.

In Zusammenarbeit mit der Landesanstalt für Medien NRW konnte jedoch die Löschung dieser Eintragung und auch die Löschung der Domain erreicht werden.

Im Internet tauchen in den letzten Monaten vermehrt vermeintliche Shops für bekannte Markenprodukte auf, die mit sehr niedrigen Preisen werben. Bestellungen und Zahlungen werden entgegengenommen, aber keine Ware ausgehändigt. Häufig haben diese Seiten auch kein Impressum. Die Seitenbetreiber verschleiern bewusst ihre Identität und lassen die Domains unter falschen Namen eintragen. Können wir nachweisen, dass ein solcher Fall vorliegt und der Domaininhaber einer De-Domain bewusst falsche Angaben gemacht hat oder nicht existiert, so kann die Löschung einer solchen Seite erreicht werden. Wichtig ist bei Fällen von vermeintlichem Datenmissbrauch die Zusammenarbeit mit dem betroffenen Bürger.

NACKTE GESCHLECHTSTEILE „MUSS SOWAS UM 9:13 UHR MORGENS SEIN?“

Werbepot:
TV-Serie „Adam sucht Eva“

Beschwerdeanlass:
Nacktheit

„Es wird auf VOX die Werbung für die Nackt-Show „Adam sucht Eva“ gezeigt und dort sieht man nackte Geschlechtsteile, die nicht unkenntlich gemacht wurden. Muss sowas um 9:13 Uhr morgens sein?“

In der Sendung „Adam sucht Eva“ treffen die Kandidaten komplett nackt auf einem Segelschiff in der Südsee aufeinander. Die Show wird im Abendprogramm von RTL ausgestrahlt, wurde jedoch auch auf VOX beworben. Die Landesanstalt für Medien NRW sichtete den beanstandeten Trailer, welcher einzelne Ausschnitte aus der Show zeigt. Zunächst ist eine Kandidatin zu sehen, wie sie nackt aus dem Wasser auf ein Boot steigt, wobei auch ihre Geschlechtsteile zu erkennen sind. Im weiteren Verlauf des Trailers werden jeweils kurze Sequenzen gezeigt, in welchen weitere Darsteller nackt zu sehen sind.

Die Landesanstalt für Medien NRW ist grundsätzlich nur für die in NRW zugelassenen Rundfunkveranstalter zuständig. Die Show „Adam sucht Eva“ wird im Programm von RTL ausgestrahlt, das eine Zulassung der Niedersächsischen Landesmedienanstalt hat. Da der Trailer zur Show jedoch im Programm von VOX ausgestrahlt wurde, konnte die Landesanstalt für Medien NRW überprüfen, ob möglicherweise eine Entwicklungsbeeinträchtigung durch den Trailer vorliegt. Entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte sind laut Jugendmedienschutz-Staatsvertrags beispielsweise solche, welche vom jüngeren Publikum emotional nicht bewältigt werden können. Neben Gewaltdarstellungen können auch erotische und sexuelle Inhalte eine entwicklungsbeeinträchtigende Wirkung auf Kinder und Jugendliche haben. Sexualdarstellungen sind dann entwicklungsbeeinträchtigend, wenn sie nicht dem Entwicklungsstand

von Kindern und Jugendlichen entsprechen, stereotype Geschlechterrollen mit diskriminierenden Verhaltensmustern aufweisen, Sexualität mit Gewalt verknüpfen und Prostitution verharmlosen oder idealisieren.

Wichtig sind bei der Beurteilung im Einzelfall Kontext, Intention und Gestaltung der Darstellung und die Frage, ob die Kindern und Jugendlichen ermöglichen, ein gesundes Verhältnis zu Sexualität und Geschlechtlichkeit zu entwickeln. Geschlechtsteile sind in dem Trailer von „Adam sucht Eva“ jeweils nur sehr kurz und aus großer Entfernung zu sehen. Zudem bewegen sich alle Protagonisten trotz ihrer Nacktheit in absolut unverfänglichen Situationen ohne jegliche sexuellen Handlungen. Es handelt sich daher nicht um erotische oder sexuelle Darstellungen. Die Darstellung von Nacktheit steht der Entwicklung von Kindern nicht ent-

gegen. Vielmehr handelt es sich um den natürlichen Körperzustand mit denen diese bereits vertraut sind. Ein Verstoß gegen den Jugendmedienschutzstaatsvertrag lag mit Ausstrahlung dieses Trailers daher nicht vor.

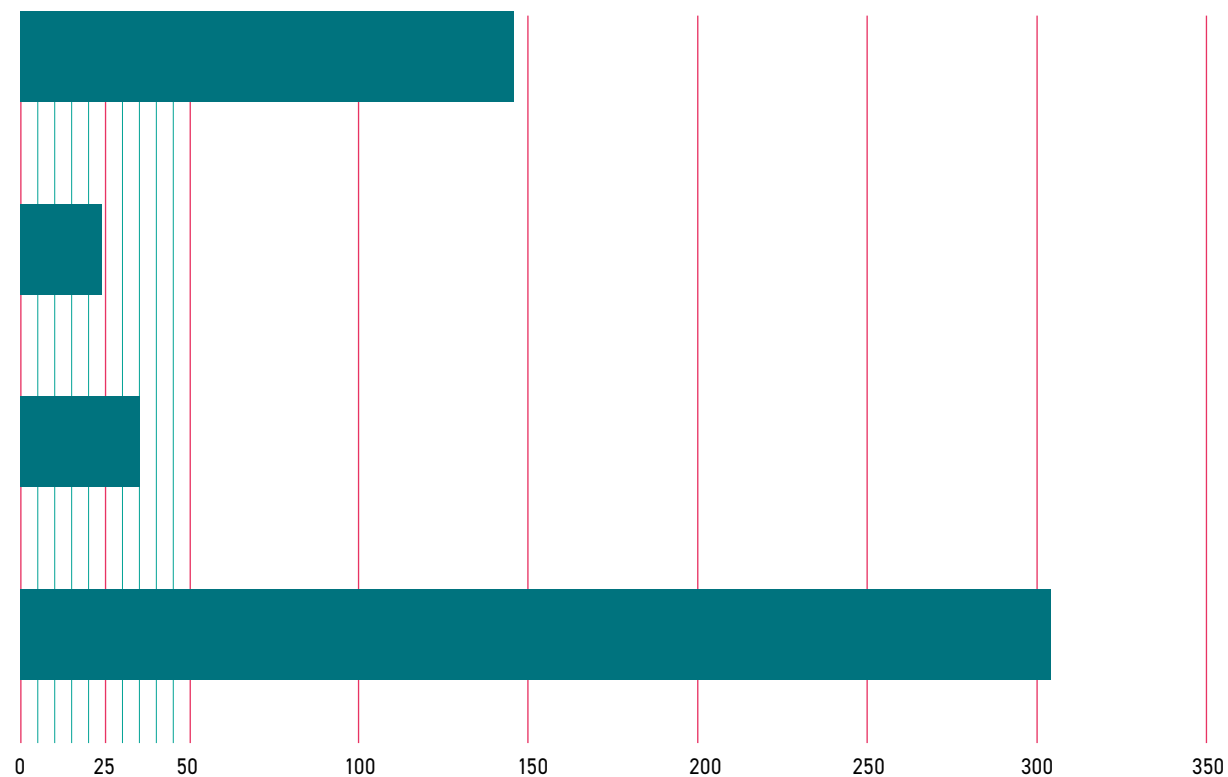
JAHRESSTATISTIK BESCHWERDEN IM JAHR 2018

FERNSEHEN
145

RADIO
24

INTERNET
Jugendschutz
35

TELEMEDIEN
Anbieterkennzeichnung
und sonstiges
304



SCHLUSSWORT

**INSGESAMT BLEIBT ZU BETONEN:
NACHFRAGEN UND HINWEISE LOHNEN SICH!
DIE LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
BLEIBT DRAN UND INFORMIERT –
AUCH IN DER NÄCHSTEN AUSGABE DES PRÜFREPORTS.**

IMPRESSUM

Herausgeber

Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Tel.: 0211. 77 00 7-0
Fax: 0211. 72 71 70
www.medienanstalt-nrw.de
info@medienanstalt-nrw.de

Kommunikation

Sabrina Nennstiel (Leitung)

Regulierung

Doris Brocker (Leitung)
Julia Mischke, Alisa Noethen

Gestaltung

Fritjof Wild, servievorschlag.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 Landesanstalt für Medien NRW und der Webseite www.medienanstalt-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@medienanstalt-nrw.de.

Stand
Dezember 2018