

Wir sind die Landesanstalt für Medien NRW.

Wir sind der Meinungsfreiheit verpflichtet. Was das für uns heißt, wie wir dem in unserer Arbeit gerecht werden und was wir damit für die Menschen in NRW, Deutschland und Europa tun, das erklären wir auf den nachfolgenden Seiten.

Die Landesanstalt für Medien NRW ist die staatsferne Aufsichtsbehörde für den privaten Rundfunk und Telemedien in Nordrhein-Westfalen und sie hat einen gesetzlichen Auftrag, den wir mit Stolz erfüllen. Wir sind dafür da, die Meinungsfreiheit in privaten Medien zu wahren und die zentralen Elemente, die uns antreiben, zu schützen. Wir nennen sie die vier „Schutzgüter“: Schutz der Menschenwürde, Schutz der Jugend, Schutz der Vielfalt, Schutz der Nutzerinnen und Nutzer. Alles, was wir machen, ist auf diese Motive zurückzuführen.

Zu unseren Aufgaben gehören unter anderem der Schutz der Menschenwürde und die Sicherung des Jugendschutzes in den Medien. Wir fördern Digitalisierung und neue Technologien. Wir führen wissenschaftliche Untersuchungen durch, die uns dabei unterstützen, unsere Aufgaben zu erfüllen. Und die Gesetzgeber, Bildungsinstitutionen und Marktteilnehmer nutzen können. Wir setzen uns dafür ein, dass unser Medienrecht in NRW, Deutschland und Europa unserer Zeit entspricht. Wir fördern die journalistische Vielfalt und stärken die Vielfalt am Medienstandort NRW. Wir vereinfachen mediale Partizipation, geben Medienorientierung und helfen, wenn es einmal Fragen oder Probleme gibt. Und wir behalten immer das geltende Recht im Blick, wenn Medienangebote geschaffen und genutzt werden.

Die Welt von heute bietet größtmögliche Freiheit – diese Freiheit müssen wir zulassen und wir müssen sie schützen. Wir sind davon überzeugt, dass es den Einsatz jeder Demokratin und jedes Demokraten und eine ganze Menge Mut braucht, um unsere demokratische Grundordnung immer wieder aufs Neue zu verteidigen. Mit unserer Arbeit leisten wir unseren Beitrag. Wir zeigen hier, wie wir das machen.

Unsere 4 Schutzgüter

Die grundlegenden Ziele unserer Arbeit – und wo sie hier zu finden sind.

Schutz der Menschenwürde
Kapitel 1: Hass im Netz und Desinformation
Seite 4

Schutz der Jugend
Kapitel 2: Jugend und Schutz
Seite 12

Schutz der Vielfalt
Kapitel 3: Journalismus- und Vielfaltsstärkung
Seite 20

Schutz der Nutzerinnen und Nutzer
Kapitel 4: Medienorientierung und Hilfe
Seite 26

Mehr erfahren
Weitere Informationen über unsere Arbeit auf medienanstalt-nrw.de

LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW

Der Meinungsfreiheit
verpflichtet.



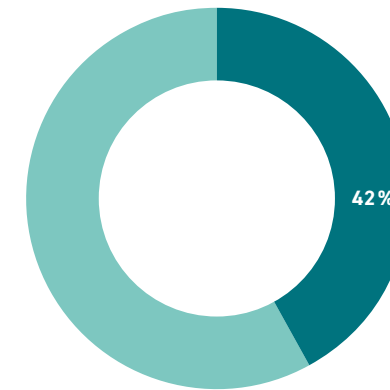
LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

1 HASS IM NETZ UND DESINFORMATION

Hass im Netz und Desinformation sind präsent im Netz, wie unsere Studien zeigen. Neu sind hingegen die Methoden, wie wir Hasskommentaren präventiv begegnen und Straftaten verfolgen können – dank künstlicher Intelligenz [\(Seite 6\)](#). Gleichzeitig arbeiten wir daran, dass die zielgerichtete Verbreitung von falschen oder irreführenden Informationen in sozialen Medien – Stichwort: Desinformation – besser messbar und empirisch nachweisbar wird [\(Seite 10\)](#).

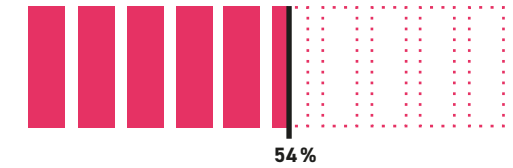
Hass im Netz und Desinformation: ZAHLEN UND FAKTEN

GEGEN HASSREDE



Der Kampf gegen Hetze im Netz macht einen Großteil unserer Arbeit aus: **42 Prozent** unserer Anzeigen lassen sich auf **Verstöße im Bereich der Hassrede** zurückführen.

SOZIALE MEDIEN



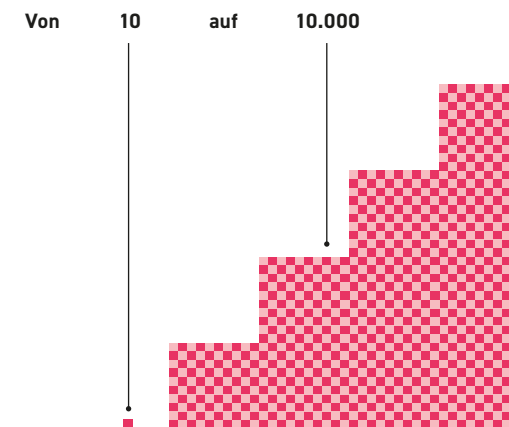
So viele der 14- bis 24-Jährigen nennen Social Media als **bevorzugte Informationsquelle** in Wahlkampfzeiten.

STRAFVERFOLGUNG

> 800

Allein im Jahr 2022 haben wir über **800 Verfahren** wegen Verstößen auf Websites, Social-Media-Posts und anderen Online-Angeboten angestoßen.

KI-TOOL



10.000 Seiten kann unsere Aufsicht an einem Tag auf Rechtsverstöße scannen. Vor **Entwicklung des KI-Tools** waren es rund 10 Seiten pro Tag.

DESINFORMATION

69%

69 Prozent der Userinnen und User nehmen regelmäßig **politisch motivierte Desinformation** im Netz wahr.

Viel mehr als nur Löschen

Wie kann der Kampf gegen **Rechtsverstöße im Netz** effektiver, schneller und zielgerichteter werden? Indem wir sorgfältig arbeiten – und neue Methoden etablieren. Deswegen haben wir ein **KI-Tool** entwickeln lassen, das Hasskriminalität so zuverlässig wie nie aufdeckt.



Hass im Netz kann vielfältig sein. Angriffe auf die Menschenwürde gibt es in vielen Ausprägungen. „Wird man ja noch sagen dürfen“ oder „Ist ja nur ein Bild“ hört man in diesem Zusammenhang oft. Es gibt jedoch klare Grenzen, was die Menschenwürde verletzt: Gewaltdarstellungen oder Terrorpropaganda – auf Websites, auf Plattformen oder in sozialen Medien. Das Internet ist kein rechtsfreier Raum – und hier aktiv zu sein, ist ein zentraler gesetzlicher Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW. Wir kontrollieren, verfolgen, bringen Verstöße zur Strafanzeige, arbeiten eng mit der Staatsanwaltschaft und Polizei zusammen.

Nur: Wie reagiert man zeitgemäß in einem digitalen Umfeld, das täglich wächst und viele scheinbar als rechtsfrei sehen? Wir arbeiten an modernen Methoden und Tools, um Verstöße schneller zu entdecken und zum Beispiel Meldungen an die Behörden zu vereinfachen. Die Zusammenarbeit zwischen uns als Medienaufsicht, der Staatsanwaltschaft, der Polizei und den Medienhäusern ist ein Vorbild für vergleichbare Initiativen in anderen Bundesländern. So lassen sich Rechtsverstöße im Netz effizient verfolgen, statt einfach nur löschen.

Wir haben uns im Frühjahr 2020 nach einer Machbarkeitsanalyse darauf verständigt, ein Werkzeug basierend auf künstlicher Intelligenz zu entwickeln. Es sollte automatisch nach potenziellen Rechtsverstößen im Netz suchen und unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vorarbeiten. Innerhalb eines halben Jahres konnten wir einen Prototyp mit den wichtigsten Verstößkategorien präsentieren und dann Kanal für Kanal ausrollen. Von Twitter und YouTube bis

Der Weg zum KI-gestützten Monitoring

Oktober 2019
Machbarkeitsprüfung für teilautomatisierte Prozesse in der Aufsicht



Februar 2020
Entscheidung für die Entwicklung eines KI-Tools



August 2020
Start der Entwicklung – mit Elementen wie Keyframe-Extraction in Videos und Texterkennung in Audios und Bildern



Dezember 2020
Erster Einsatz des Prototyps KIVI



April 2021
Nutzung von KIVI auf mehreren Plattformen, Websites und Kanälen



November 2021
Beginn Roll-out des Tools zur Nutzung auch von Medienanstalten in anderen Bundesländern

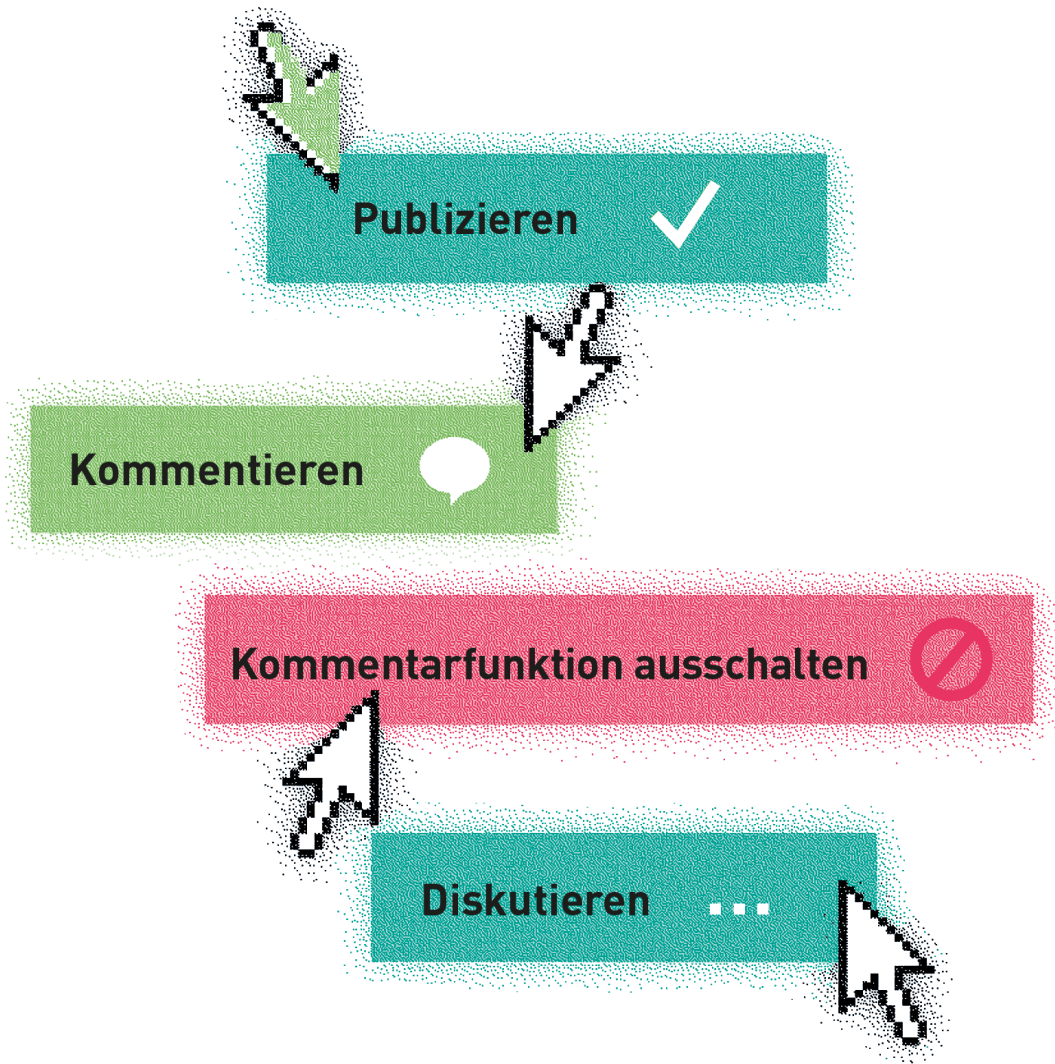


Januar 2023
Doppelt so viele Strafanzeigen bei absolut unzulässigen Inhalten in der gleichen Zeit – dank KIVI

zu russischen Plattformen wie VK und Telegram kann das Tool täglich 10.000 Seiten automatisch durchsuchen. Dabei kann es auch trainierte Verstößkategorien erkennen – zum Beispiel auf welchen internationalen Kanälen die Nutzerinnen und Nutzer auf Deutsch angesprochen werden. So kann das Tool mutmaßliche Verstöße erkennen, die für Mediennutzerinnen und -nutzer in unserem Zuständigkeitsbereich relevant sind – und deswegen kommen schon jetzt Anfragen aus anderen europäischen Ländern, die das Tool ebenfalls nutzen wollen.

Das Ergebnis ist nicht nur eine flächendeckend bessere Erkennbarkeit von Verstößen und schlicht drastisch mehr Ergebnisse, sondern auch ein deutlich erhöhter Schutz für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Bevor sie einen Inhalt öffnen, wissen sie schon, zu welcher Kategorie er wahrscheinlich gehört. Sie können außerdem festlegen, welche möglicherweise verstörenden Inhalte zunächst unscharf dargestellt werden sollen – was gerade bei Gewaltdarstellungen wie Tötungsvideos die psychische Belastung mindern kann.

Schon nach wenigen Wochen Einsatz war absehbar, dass die entdeckten Verstöße dank des KI-Tools in die Höhe schnellen. Und: Die Strafanzeigen konnten zu früheren Vergleichsmonaten verdoppelt werden. Die Trefferquote des KI-Tools liegt im Bereich Pornografie derzeit bei 49 Prozent – Tendenz steigend, weil es dank des Feedbacks der Kolleginnen und Kollegen täglich die automatisierte Suchpraxis verbessert. Und durch Werkzeuge wie das KI-Tool werden auch wir Medienanstalten im Kampf gegen Rechtsverstöße im Netz immer besser.



Interaktives Empowerment

Digitaler Journalismus hört nicht mit dem Drücken des Publish-Buttons auf. Wie wir Redaktionen dabei unterstützen, Respekt zurück in die **Online-Diskussionen** zu bringen.

Über 30 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer lesen regelmäßig Kommentare auf den Websites oder Social-Media-Seiten von Medien. Das Problem: Viele Medienhäuser sind mit eskalierenden Diskussionen unter ihren Texten so überfordert, dass sie die Kommentarfunktion abschalten.

Im Rahmen des Forschungsprojekts *Hallo liebe Community!* haben wir zusammen mit der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf einen Moderationsleitfaden entwickelt, der interaktives Empowerment fördert – mit Schulungen in den Redaktionen und in der journalistischen Ausbildung.

Wie geht Empowerment-Moderation?

Wir wollen gegen Hasskommentare vorgehen – und einen interaktiven Moderationsstil fördern, der mehr Raum gibt für konstruktiven Austausch und sachliche Debatten. Nach Erkenntnissen aus der Sozialpsychologie haben die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf das KASI-Prinzip entwickelt. Im Zentrum stehen dabei drei konkrete Moderationsstile.

DER KOGNITIVE STIL

„Wo kann man Ihrer Meinung nach ansetzen?“

Der kognitive Stil vermittelt Wissen – und fördert kritisches Nachdenken. Die Moderierenden liefern Zusatzinformationen schon in Eröffnungskommentaren mit Links zu weiterführenden Beiträgen. Sie geben Antworten, stellen aber auch selbst Fragen an die Community oder Beitragende („Wo kann man Ihrer Meinung nach ansetzen?“, „Was würden Sie anderen Betroffenen raten?“). Sie können Standpunkte der Diskussion zusammenfassen und fehlende Argumente ergänzen („Kritiker sagen, dass ...“). Auch Hinweise auf Diskussionsregeln gehören zum kognitiven Stil.

DER AFFEKTIVE STIL

„Das war bestimmt nicht einfach für Sie.“

Der affektive Stil bietet Unterstützung, erkennt Gefühle an und steigert das Selbstwertgefühl („Das können wir gut verstehen.“, „Das war bestimmt nicht einfach für Sie.“). Noch mehr als bei anderen Stilen sollten Moderationskommentare möglichst positiv formuliert sein („Bleibt bitte respektvoll!“). Bei diesem Stil können auch Humor, GIFs oder Emoticons eingesetzt werden. So können auch Menschen zu einem Kommentar aktiviert werden, die sich sonst nicht trauen würden.

DER SOZIAL-INTEGRATIVE STIL

„Das geht hier offenbar vielen so.“

Der sozial-integrative Stil fördert den respektvollen Austausch und will das Wir-Gefühl der Community stärken. Moderierende können zum Beispiel andere Nutzerinnen und Nutzer, die sich ähnlich äußern, gezielt markieren und so ins Gespräch bringen („Das geht hier offenbar vielen so.“). Sie können, statt anonym zu bleiben, auch unter den eigenen Vornamen auftreten, um zu zeigen, dass sie auf Augenhöhe kommunizieren („Heute ist Anna aus Düsseldorf für euch da.“).

Hier geht es zum gesamten Leitfaden.

Das bringt bestärkende Moderation den Redaktionen und Institutionen in NRW

„Das Widerlegen von Falschaussagen oder eine Bekämpfung von Diskriminierungen und Beleidigungen im Nachgang der Veröffentlichung sind nicht die Kür, sondern die Pflicht der Journalistinnen und Journalisten. Wir sehen uns als Journalistenschule in der Verantwortung, das Thema Community-Moderation in der Ausbildung zu behandeln, um unsere Schülerinnen und Schüler zu sensibilisieren und ihnen Instrumente vorzustellen, die ihnen helfen, Texte und Posts überlegt und vorausschauend zu schreiben.“

Jutta Lindemann, RTL Journalistenschule

„Manchmal ist man als Community-Managerin frustriert, weil man nur die Trolle sieht, die gar nicht an einer Diskussion interessiert sind. Durch den Leitfaden haben wir daran gearbeitet, nicht mehr nur regulativ auf die Personen einzugehen, die beleidigend waren. Sondern mehr auf die konstruktiven Kommentare, bei denen wir unterstützen, nachfragen oder ermutigen konnten. Die guten Kommentare und Diskussionen gibt es eben doch. Gerade in Corona-Zeiten hat uns vor allem der affektive, empathische Stil sehr geholfen.“

Franziska Jünger, Hart aber fair (ARD)

Falsch und irreführend – oder freie Meinung?

Wo verläuft die **Grenze** zwischen gefährlicher Falschinformation und freier Meinungsäußerung? Die Arbeit im **Bereich Desinformation** ist eine besondere Herausforderung.

Ein Lichtblick: Die Menschen werden im Netz zwar mit immer mehr Falschnachrichten überhäuft – gleichzeitig steigt das Bewusstsein für das Problem. Das zeigt unsere aktuelle forsa-Umfrage zum Informationsverhalten bei Wahlen. Die Nutzerinnen und Nutzer trauen sich zu, Desinformation besser zu erkennen. Aber die Angst vor Irreführung unserer Gesellschaft bleibt. 91 Prozent der Befragten befürchten, dass sich andere durch politische Desinformation beeinflussen lassen.

Da mehr als die Hälfte der 14- bis 24-Jährigen heute angeben, dass Social-Media-Kanäle ihre wichtigsten Quellen bei Wahlen seien, werden uns mögliche Desinformations-Kampagnen und andere Beeinflussungsversuche auch in Zukunft beschäftigen. Wie darauf reagieren? Das ist eine der sensibelsten Fragen unserer Arbeit, denn Desinformation ist ein Graubereich. Was ist bewusste Irreführung, wann ist etwas Vorsatz – womöglich gesteuert von Institutionen oder Staaten, endlos skalierbar über Tausende Fake-Accounts? Und was ist eine freie Meinungsäußerung, die vielleicht für andere ärgerlich sein mag,

aber die wir entsprechend unserem gesetzlichen Auftrag schützen wollen? Die Unterscheidung ist in der Praxis selten so klar, wie es in der Theorie klingt.

Für uns als Landesmedienanstalt ist es zentral, das Thema Desinformation auf ein solides Fundament zu stellen. Heißt: Forschung und Umfragen in Auftrag zu geben, die eine etwaige Bedrohungslage greifbar machen. Wie politische Microtargeting-Kampagnen, also personalisierte Werbung in sozialen Netzwerken, in Deutschland und Europa gezielt eingesetzt werden, haben wir schon in einer Studie zur Europawahl 2019 gezeigt. Und auch die letzte Bundestagswahl haben wir wissenschaftlich analysieren lassen. Mit verschiedenen empirischen Ansätzen untersuchen wir, ob und inwiefern Desinformation demokratiegefährdend sein kann und es regulatorischer Eingriffe bedarf.

Das Recht auf freie Meinungsäußerung ist das Herzstück unserer demokratischen Medienordnung. Wir wollen Diskurse gewährleisten, auch fragwürdige Meinungen ermöglichen. Aber wenn etwa von Algorithmen Meinungsbilder manipuliert werden, wenn sich in sozialen Medien Bots statt Menschen äußern, wird das Bild der demokratischen Auseinandersetzung verfälscht. Davor wollen wir unsere demokratische Grundordnung schützen. Wo der Austausch von Argumenten gefährdet ist und das Vertrauen in unsere Demokratie untergraben wird, greifen wir ein. Politik und Gesetzgeber sind hier gefragt, einen adäquaten gesetzlichen Rahmen zu schaffen. Unsere Studien und Ergebnisse sollen dabei helfen.



ÜBERBLICK: Womit wir uns außerdem beschäftigen

Weitere Projekte und aktuelle Forschung der Landesanstalt für Medien NRW

STUDIE

Quelle: Internet? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen

Wir haben die Studie der Stiftung Neue Verantwortung unterstützt. Sie zeigt: Oftmals fehlen den Deutschen konkrete Kenntnisse, um im Internet und in den sozialen Medien Unterschiede zwischen Desinformation, Information, Werbung und Meinung zu erkennen.

NEWS-TEST

Wie geht der richtige Umgang mit Nachrichten im Internet?

Der Test aus der Studie *Quelle: Internet?* prüft spielerisch die eigene Nachrichtenkompetenz. Am Ende erfährt man sein Ergebnis auch im Vergleich zum deutschen Durchschnitt.

[Hier geht es zum Test.](#)

FORSA-BEFragung

Wahrnehmung von Hassrede im Netz

Seit 2016 erhebt forsa für uns jedes Jahr die Wahrnehmung von Hassrede im Netz. 2022 zeigte sich erneut: 75 Prozent der Menschen nehmen Hassrede wahr, die Zahlen bleiben seit Jahren konstant hoch. Die Zahl derer, die Hasskommentare melden, steigt.

INITIATIVE

Verfolgen statt nur Löschen – die Initiative zur Rechtsdurchsetzung im Netz

Wenn Medienhäuser Themen nicht mehr setzen, weil sie die Kommentare nicht beherrschen können, ist unsere Meinungsfreiheit bedroht. Momentan löschen viele Medienhäuser möglicherweise strafbare Kommentare von ihren Seiten. Rechtliche Schritte werden aber nur selten ergriffen. Unserer Initiative *Verfolgen statt nur Löschen* ist es gelungen, das mit Musteranzeigen und Rechtsschulungen für Redaktionen zu ändern. Das Besondere: die Zusammenarbeit von Medienaufsicht, Staatsanwaltschaft, Polizei und Medienhäusern – ein Erfolgsmodell, heute etabliert in allen anderen Bundesländern.

MONITORING

Desinformation – die Grenzen der Selbstverpflichtung von Google, Facebook und Twitter

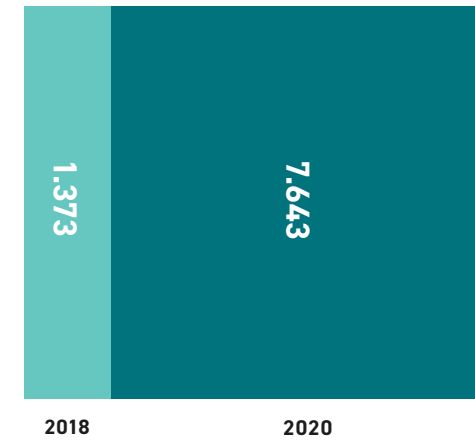
Plattformen wie Google, Facebook, Twitter und Co. ergreifen auch eigene Maßnahmen gegen falsche und bewusst irreführende Informationen im Netz. Dennoch gibt es großen Verbesserungsbedarf und es braucht einheitliche Regeln für die Plattformen. Das zeigte unser Monitoring in Zusammenarbeit mit anderen Medienanstalten im Auftrag der EU.

2 JUGEND UND SCHUTZ

Gerade junge Menschen haben das Recht, sich im Digitalen sicher bewegen zu können. Wie kann das gelingen, wenn Pornografie-Portale sich weigern, effektive Altersbarrieren einzuführen (Seite 14)? Wenn Influencer die populärsten Medienangebote für Jugendliche stellen – aber Werbung oft als solche nicht klar kennzeichnen (Seite 15)? Oder wenn Cybergrooming zunehmend zur Gefahr für Kinder und Jugendliche wird (Seite 16)? Wir sorgen dafür, dass Recht eingehalten wird. Und setzen durch, was unsere Gesetze zum Schutz der Jugend einfordern.

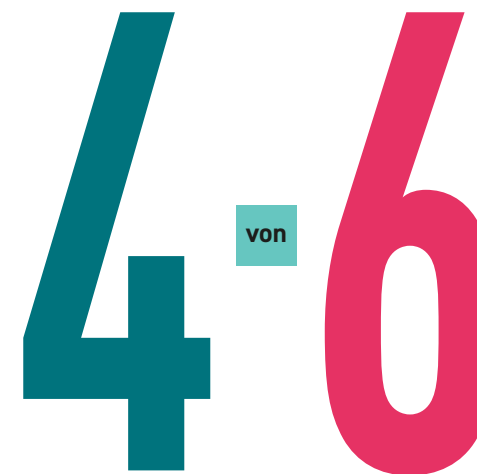
Jugend und Schutz: ZAHLEN UND FAKTEN

KINDERPORNOGRAFIE



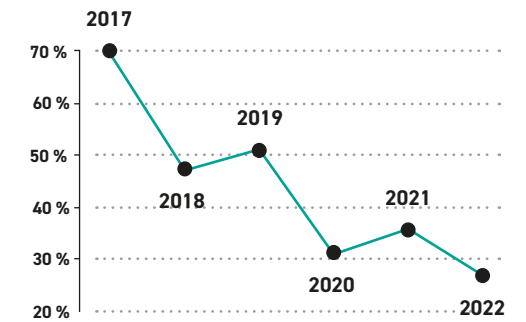
So hat sich die Anzahl der Kinder und Jugendlichen, die **kinderpornografische Inhalte** erwarben, besaßen, weiterverbreiteten oder herstellten, entwickelt. Viele Fälle werden aber nie zur Anzeige gebracht.

MANGELNDE ALTERSBARRIEREN



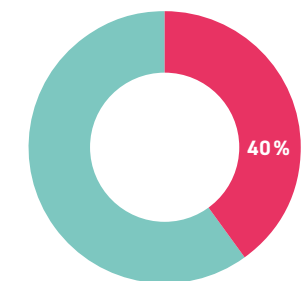
Gegen vier der sechs Porno-Portale, die 2020 weltweit am häufigsten abgerufen wurden, gehen wir vor – weil sie durch **fehlende Altersbarrieren** deutsches Recht missachten.

INFLUENCER MIT FEHLENDER WERBEKENNZEICHNUNG



Werbung wird von Influencern seit unserem Eingreifen deutlich **besser gekennzeichnet**. In den Profilen von 504 NRW-Influencern finden sich nur noch in etwa einem Viertel Verstöße.

TREFFERQUOTE DES KI-TOOLS

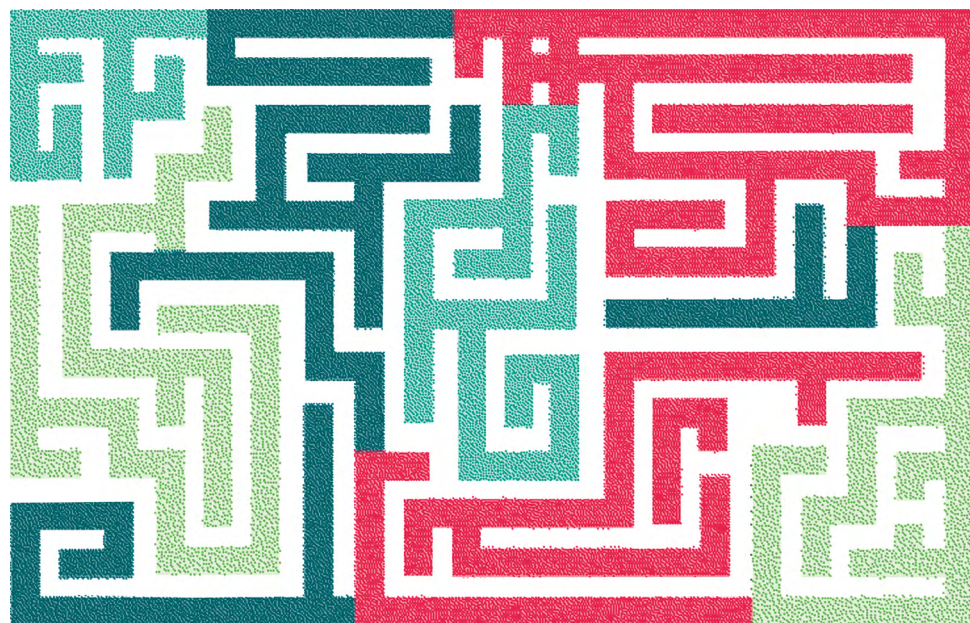


Über **40 Prozent** aller Verstöße, die unsere Aufsicht mit KIVI bearbeitet, befinden sich im **Bereich der Pornografie**.

INTERNATIONALER ERFOLG

Erstmals gelingt es einer deutschen Medienanstalt, Jugendschutz **bei einem App-Anbieter im Ausland** durchzusetzen: Eine Spiele-App aus Israel erkennt die deutschen Anforderungen an – und ändert ihre App entsprechend.





Nicht jugendfrei

Wo immer **Kinder und Jugendliche** im Internet gefährdet werden, gehen wir dagegen vor. Auch und gerade auf den **reichweitenstärksten Portalen**. Drei Beispiele, wie wir Jugendschutz effektiv vorantreiben.

1. GEWALTDARSTELLUNG UND PORNOGRAFIE

Sinnlose Gewalt gegen Menschen und Tiere ist grausam und darf nicht zur Unterhaltung gezeigt werden. Und doch ist das Internet voll von Bildern und Videos realer Folterungen und Hinrichtungen. Zumeist ohne historische oder pädagogische Einordnung. Solche Inhalte können nicht nur Kinder ängstigen und verstören. Eine Zurschaustellung von Gewalt ist mit unserer Vorstellung eines gemeinschaftlichen Miteinanders schlicht unvereinbar. Wir setzen uns daher konsequent dafür ein, dass diese Inhalte aus dem Netz entfernt werden. Pornografie dagegen ist eine Frage des Geschmacks. Solange die Menschenwürde gewahrt wird. Und der Jugendschutz.

Die Rechtslage ist eindeutig: Explizite Pornografie ist nicht jugendfrei und darf nur eingeschränkt verbreitet werden. Trotzdem finden Jugendliche sie digital überall. Vor allem Porno-Portale weigern sich oft, ihre Inhalte nur Erwachsenen zugänglich zu machen: Mehr als einen wegklickbaren Button – „Ich bin 18 Jahre alt oder älter“ – bieten sie meist nicht. Mit einigen der größten internationalen Portale streiten wir jetzt vor Gericht. Wir erwarten Urteile mit Signalwirkung. Denn für effektiven Jugendschutz spielt es keine Rolle, in welchem Land Anbieter sitzen. Entscheidend ist, dass Kinder nicht frei auf Pornos und andere jugendgefährdende Inhalte zugreifen können.

2. INFLUENCER MARKETING UND WERBUNG

Unerlaubte oder nicht erkennbare Werbung in den sozialen Netzwerken mag gegen Gewalt und Pornos als kleineres Problem erscheinen. Aber: Je jünger Kinder und Jugendliche sind, desto weniger hinterfragen sie, was sie auf dem Smartphone sehen. Und dank YouTube, TikTok und Instagram lassen sich Botschaften sehr unmittelbar verbreiten. Umso wichtiger ist deswegen die Kennzeichnung werblicher Inhalte. Es geht um Transparenz. Um konkrete Hinweise, wenn ein vorgestelltes Produkt aus einer „bezahlten Werbepartnerschaft“ stammt. Um Aufklärung, damit zum Beispiel Podcaster richtig auf Sponsoring hinweisen. Und doch: Influencer-Werbung ist ein gutes Beispiel, wie effektiv gezielte Aufklärungsarbeit sein kann. In Nordrhein-Westfalen ist die Zahl der Social-Media-Profile mit Werbeverstößen innerhalb von nur vier Jahren um rund 30 Prozent gesunken. Dank beharrlicher Aufklärungsarbeit hat die Branche inzwischen ein Gespür für die Problematik entwickelt.



HINTERGRUND

Auf diese Weise hat sich die Werbekennzeichnung im Austausch mit Influencern verbessert

Die Rechtslage für Werbung in den sozialen Medien hat sich auch auf Betreiben der Landesmedienanstalten konkretisiert. Vereinfacht gelten für Videos und Podcasts heute die gleichen Regeln wie für den Rundfunk. Sponsoren dürfen zum Beispiel nur kurz am Anfang oder am Ende des Beitrags genannt werden. In Text- und Bildposts müssen Begriffe wie „Werbung“ oder „Bezahlte Werbepartnerschaft“ sichtbar voranstehen. Bei Verstößen weisen wir auf Fehler und mögliche rechtliche Sanktionen hin und geben Tipps, wie sich diese vermeiden lassen. Viele Influencer nehmen das dankbar an, wenden sich mit konkreten Fragen an uns. Daneben bieten wir Workshops zu häufigen Fragen an – und haben gemeinsam mit den anderen Landesmedienanstalten einen [Leitfaden zur korrekten Werbekennzeichnung bei Online-Medien](#) erstellt.

WIRKUNGSLOS?

EFFEKTIVE MASSNAHMEN

So kann Jugendschutz im Netz mit einfachen Mitteln gewährleistet werden.

Zeitsperren



Mediatheken bieten häufig bestimmte **Inhalte zu bestimmten Zeiten** an. FSK-16-Filme lassen sich dann erst ab 22 Uhr streamen.

Altersverifikation



Wer online **Personal- ausweise** kontrolliert, schafft geschlossene Nutzergruppen, in denen nicht-jugendfreie Inhalte kursieren dürfen.

Kombination



Verschiedene Ansätze lassen sich auch kombinieren: Zum Beispiel können Plattformen Inhalte bis 22 Uhr sperren, sie aber auch gegen die Eingabe einer **PIN** freigeben.

3. CYBERGROOMING UND SEXTING

So klar die deutsche Gesetzlage beim Jugendschutz ist – auch in diesem Arbeitsbereich tauchen immer wieder Grauzonen auf. Beispiel Cybergrooming. Klassischerweise nähern sich dabei Erwachsene Kindern und Heranwachsenden über Online-Chats, machen sie emotional von sich abhängig, erpressen Nacktbilder von ihnen oder überreden sie zu Treffen. Ein massives Problem. Allerdings gibt es inzwischen vermehrt Fälle, in denen Minderjährige selbst zu Straftätern werden: Der Besitz und das Verschicken kinderpornografischer

Inhalte ist auch dann eine Straftat, wenn das von den Kindern selbst begangen wird. Die Bandbreite reicht von verliebten Pärchen, die intime Fotos austauschen, bis zum Mobbing im Klassenchat. Wir sensibilisieren daher auch unsere *Medien-scouts NRW* für das Thema. Für Schulklassen und ihre Lehrkräfte haben wir 2021 einen Aufklärungsfilm produziert und Workshopmaterial entwickelt (mehr dazu in Kapitel 4: Medienorientierung und Hilfe) – mit Tipps, wie sich Fälle von Cybergrooming auch schon in einem frühen Stadium zuverlässig erkennen lassen und Kinder sich schützen können.



ÜBERBLICK: Womit wir uns außerdem beschäftigen

Weitere Projekte und aktuelle Forschung der Landesanstalt für Medien NRW

SCHWERPUNKTKONTROLLEN VON INFLUENCER MARKETING

Wer mediale Inhalte bereitstellt, muss dafür sorgen, dass redaktionelle Inhalte von werblichen Inhalten unterscheidbar sind. Mit unangekündigten Schwerpunktkontrollen gehen wir daher regelmäßig gegen nicht gekennzeichnete oder unerlaubte Werbung in den sozialen Netzwerken vor – sei es auf Instagram, TikTok oder Facebook. Wir analysieren dazu aktiv die Profile bekannter Influencer mit Sitz in Nordrhein-Westfalen.

STUDIE ZU CYBERGROOMING

Das Dunkelfeld bei Cybergrooming ist groß, etliche Fälle geraten nie zur Anzeige. Wir wollen unter anderem wissen: Auf welchen Plattformen finden die Anbahnungen von sexuellen Kontakten besonders häufig statt? Welche Strategien von Täterinnen und Tätern sind besonders verbreitet? Für die repräsentative Umfrage werden 2.000 Kinder und Jugendliche in Deutschland zwischen acht und 18

Jahren befragt. Die Befragten werden nach Alter, Geschlecht und besuchtem Schultyp ausgewählt. So bekommen wir eine Vorstellung davon, wie viele Fälle von Cybergrooming es tatsächlich gibt – und empirische Erkenntnisse über stark betroffene Teilgruppen und von welchen Hilfsangeboten und Maßnahmen sie profitieren können.

MELDUNG VON RECHTSVERSTÖßEN

Wir nehmen Hinweise zu potenziellen Rechtsverstößen entgegen, egal ob diese Internet, Radio oder Fernsehen betreffen. Wichtig für uns: eine genaue Beschreibung des Beobachteten. Je konkreter das Beispiel, desto besser können wir das Ganze untersuchen – und im Ernstfall ein Verfahren gegen die Verursachenenden einleiten. Das Melden potenzieller Rechtsverstöße ist bei uns anonym möglich:

[Hier geht es zum Beschwerdeformular.](#)

Alternativ nehmen wir Hinweise, Meldungen und Beschwerden auch über E-Mail entgegen: beschwerde@medienanstalt-nrw.de Persönliche Daten werden stets vertraulich behandelt.

Warum wir unabhängig sind

Aufsicht, Gesetze, Finanzierung: Die wichtigsten Grundlagen unserer Arbeit im Überblick

Direktor und Medienkommission

Der Direktor der Landesanstalt für Medien NRW leitet das Haus und führt die Geschäfte. Unser aktueller Direktor, Dr. Tobias Schmid, ist auch Europa-beauftragter der Direktorenkonferenz der Medienanstalten (DLM). Wichtige Entscheidungen werden nicht allein vom Direktor getroffen.

Die Medienkommission NRW ist unser Aufsichtsgremium. Sie besteht aus bis zu 41 Mitgliedern und wird auf fünf Jahre ernannt. Ihre Mitglieder werden von einem breiten Spektrum gesellschaftlicher Gruppen und Institutionen entsandt. Sie vertritt die Interessen der Allgemeinheit. Außerdem legt die Medienkommission die Grundlagen unserer Arbeit fest: Sie wählt die Direktorin oder den Direktor, beschließt den Haushalt und die geschäftspolitischen Grundsätze, erteilt Rundfunklizenzen und legt die Arbeitsschwerpunkte der Landesanstalt für Medien NRW fest.

Gesetze und Staatsverträge

Unsere Arbeit besteht aus klaren gesetzlichen Aufgaben. Grundlagen der Arbeit der Landesanstalt für Medien NRW sind das Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW), der Medienstaatsvertrag (MStV) und der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) sowie auf europäischer Ebene die AVMD-Richtlinie.

Aus welchen Gesetzen und Verträgen wir unsere Aufgaben ableiten

- Landesmediengesetz NRW (LMG NRW)
- Medienstaatsvertrag (MStV)
- Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)
- EU-Richtlinie audiovisuelle Mediendienste (AVMD)

Unabhängigkeit und Finanzierung

Finanziert wird die Arbeit der Landesanstalt für Medien NRW aus einem Teil des Rundfunkbeitrags. So sind wir staatsfern, nicht abhängig vom Finanzhaushalt des Landes und können frei und unabhängig über unsere Mittel verfügen.

55 %
von
1,9 %

Die Landesanstalt für Medien NRW erhält **55 Prozent von 1,9 Prozent** (also rund ein Prozent) des Rundfunkbeitragsaufkommens.

Zusammenarbeit in Deutschland und Europa

Medien sind Ländersache. In Europa haben sich die nationalen Medienregulierer zur ERGA (European Regulators Group for Audiovisual Media Services) zusammengeschlossen. Die Aufgabe der ERGA ist es, die Europäische Kommission als Beratungsgremium in Fragen der Medienregulierung zu unterstützen.

Medien sind auch in Deutschland Ländersache. Die 14 Landesmedienanstalten in Deutschland agieren unabhängig. Bei zentralen Aufgaben – und um eine einheitliche Umsetzung der Rechtspraxis zu garantieren – arbeiten sie in vielen Bereichen eng zusammen, zum Beispiel in der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM), in der Direktorenkonferenz der Medienanstalten (DLM) und der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK).

Standort

Die Büros der Landesanstalt für Medien NRW sind im Medienhafen Düsseldorf. Es arbeiten rund

110
Beschäftigte

bei der Landesanstalt für Medien NRW – der Frauenanteil liegt bei rund

70 %

Im Durchschnitt sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 41,3 Jahre alt.

Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
40221 Düsseldorf

3 JOURNALISMUS- UND VIELFALTS-STÄRKUNG

Demokratie braucht Vielfalt. Gerade in den Medien. Geschäftsmodelle ändern sich, Nutzungsverhalten ebenso, der wirtschaftliche Druck nimmt zu. Wir setzen uns mit dem Journalismus Lab dafür ein, dass hochwertiger Journalismus in allen zeitgemäßen Formen angeboten wird, und arbeiten für mehr Vielfalt und Innovation in den Medien. Wir unterstützen Gründerinnen und Gründer, Journalistinnen und Journalisten sowie große und kleine Medienmarken bei der Entwicklung und Umsetzung neuer Ideen (Seite 22). Und wir bringen unterschiedliche Branchen zu Innovations-themen im Medienbereich zusammen (Seite 24).

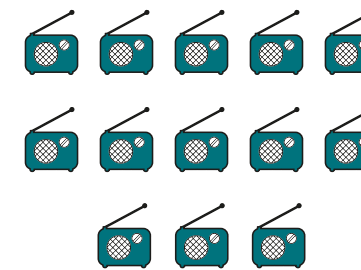
Journalismus- und Vielfaltsstärkung: ZAHLEN UND FAKTEN

NETZWERKE

Auf unseren digitalen und analogen Events bringt das Journalismus Lab jährlich mehr als **1.000 Personen** zusammen.

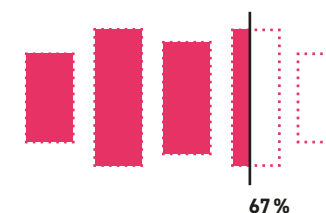
1.000

CAMPUSRADIOS



13 Campusradios in NRW ermöglichen wir das Senden auf UKW und digital. Die besten Beiträge zeichnen wir jährlich mit dem Campusradio-Preis aus.

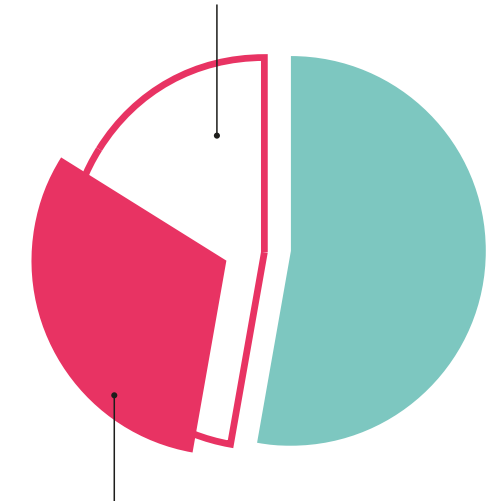
MOBILE AUDIONUTZUNG



67 Prozent der Deutschen hören **Audioinhalte unterwegs** – in der Bahn, zu Fuß, beim Sport oder im Auto. **Innovation im Audibereich** ist deswegen ein wichtiger Pfeiler unserer Arbeit.

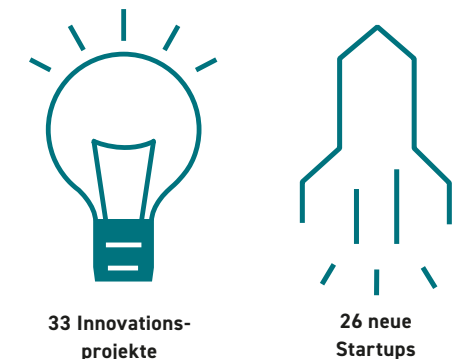
BEZAHLBEREITSCHAFT

47 Prozent der deutschen Online-Nutzerinnen und -Nutzer griffen 2019 **mehrmals wöchentlich bis ständig auf journalistische Inhalte** zu.



Von diesen **bezahlten** rund **65 Prozent nicht für digitalen Journalismus**. Wir unterstützen Medien dabei, Zahlungsbereitschaft durch unter anderem Innovation zu steigern.

INNOVATION



Insgesamt **33 Innovationsprojekte** und **26 Startups** hat das Journalismus Lab seit 2015 finanziell und fachlich unterstützt.



Stärkende Wirkung

Geschützte Räume schaffen, zukunftsfähige Medien entwickeln: Das **Journalismus Lab** der Landesanstalt für Medien NRW bietet eine Startrampe für **Innovationsprojekte**, ohne wirtschaftliche Eigeninteressen zu verfolgen.

Von innovativem Lokaljournalismus bis Tech-Storytelling – so effektiv und vielfältig kann Standortstärkung sein. Hier sind drei Erfahrungsberichte von insgesamt mehr als 50 Startups und Innovationsprojekten, die wir mit den Programmen des Journalismus Lab in den vergangenen Jahren unterstützt haben.

NEUER LOKALJOURNALISMUS

VIERNULL – Media Innovation Fellowship Batch #5 (2021)

„Wir wollten etwas zur Medienvielfalt in Düsseldorf beitragen, wo eine enorme Konzentration der journalistischen Szene stattgefunden hat – und haben deswegen ein Angebot mit täglichem Newsletter, den wichtigsten Nachrichten und einem großen Hintergrundthema geschaffen. Unser Team konnte durch das Fellowship mit Menschen sprechen, die die richtigen Fragen stellen. Wir sind Unternehmer-Neulinge und lernen so, was noch zu tun ist und wie wir unser Projekt, das wir instinktiv angegangen sind, jetzt weiter professionalisieren.“ *Hans Onkelbach, Mitgründer von VierNull*

OFFENE JOURNALISMUSPLATTFORM

VOYAGER – Programm Audio Innovation (2022)

„Private und öffentlich-rechtliche Medienhäuser stehen in immer härterem Wettbewerb mit den großen multinationalen Plattformen. Also sollten wir Kräfte bündeln und zusammenarbeiten. Mit ‚Voyager‘ haben wir eine Reise mit Verlegern und privaten Radiosendern begonnen, die ohne die LFM NRW nicht möglich gewesen wäre. Das Projekt fußt auf einer Idee aus unserem Haus, die Förderung haben aber die privaten Partner erhalten. Gemeinsam und mit unseren komplementären Kompetenzen aus den Bereichen Redaktion, Technologie und Vermarktung konnten wir den Prototypen für die neue App realisieren.“ *Tobias Lammert, WDR mediagroup GmbH, Initiator des Voyager-Projektes*

DATENBASIERTE WETTBEWERBSANALYSE

AZERNIS – Media Innovation Fellowship Batch #6 (2022)

„Während des Fellowships haben wir unseren ersten Prototypen zu einer vollumfänglichen Software ausgebaut. Damit können News-Redaktionen ihre Konkurrenz im Bereich des Online News-Publishing in Echtzeit beobachten. Zusammen mit den Coaches des Journalismus Lab konnten wir viele Meilensteine erreichen. Inzwischen haben wir erste Kunden überzeugt und sind mit vielen weiteren Redaktionen in Gesprächen, national wie international. Teilweise laufen auch dort erste Demos. Das ist ein riesiger Schritt für uns.“ *Stefan Paulus, Mitgründer von azernis*

HINTERGRUND

Welche Programme gibt es?

MEDIA INNOVATION MASTERCLASS

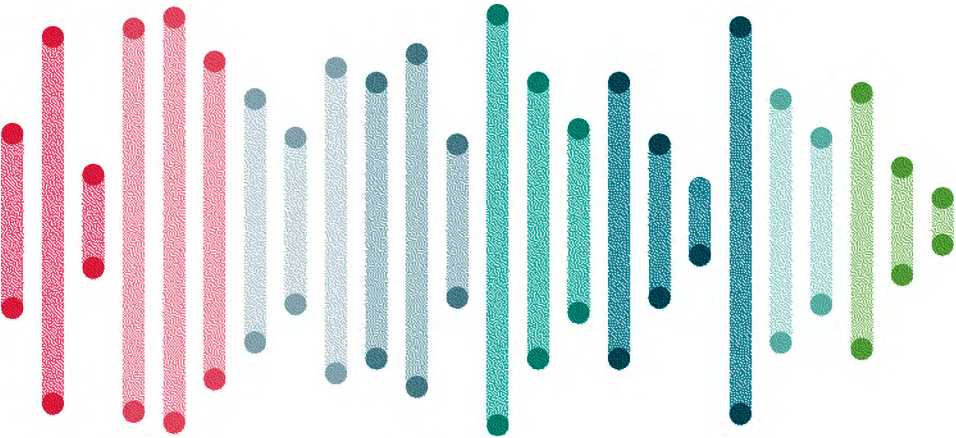
Die viermonatige Weiterbildung unterstützt Journalistinnen und Journalisten, Medienschaffende sowie Gründerinnen und Gründer dabei, berufsbegleitend ihre individuellen Projekte passgenau aufzusetzen. Mit professioneller Hilfe lernen sie, die Projekte zu strukturieren und zu vermarkten. Dazu erhalten die Teilnehmenden in Workshops, Coachings und Talks mit Expertinnen und Experten Input zu Themen der digitalen Transformation.

MEDIA INNOVATION

Mit dem Förderprogramm unterstützt das Journalismus Lab kleine und große Medienunternehmen sowie fortgeschrittene Startups mit innovativen Geschäftsideen im gesamten Mediensektor in Nordrhein-Westfalen bei der Realisierung oder Weiterentwicklung von Projekten, die nachhaltige Effekte auf redaktionelle Strukturen und Geschäftsmodelle haben.

NRW MEDIA TRAINEESHIP

Das 18-monatige NRW Media Traineeship vermittelt in einem exklusiven On-the-Job-Training Arbeitserfahrung im journalistischen, betriebswirtschaftlichen und technologischen Bereich – in drei unterschiedlichen Medienunternehmen im Bundesland sowie in der Medienanstalt NRW. Begleitet werden die Trainees durch ein individuelles Coaching-Programm.



Da ist Bewegung drin: Wie wir mit Studien wie On Track branchen-
übergreifend neues Wissen zum Thema Audio und Mobilität schaffen.

Audioinhalte begleiten Mediennutzerinnen und -nutzer den ganzen Tag. Aufstehen, Radio an. Raus aus der Tür, Kopfhörer auf. Rein ins Auto, Podcast an. Nur: Was ist Klischee, was ist gefühlte Wahrheit – und was ist empirisch wirklich belegbar und sollte Auswirkungen auf neue Programme und Angebote haben? Fakt ist: Audio ist in Bewegung. Erstens in digitaler Transformation, die gerade für lokale Privatradios eine Herausforderung ist, bei der wir unterstützend helfen. Zweitens ein ungeheurer Wachstumsmarkt, weil Audioinhalte auf vielen neuen Plattformen das zentrale journalistische Produkt sind. Und drittens, weil die Mediennutzung immer mobiler wird. Gerade im Individualverkehr. Als einen zentralen Arbeitsschwerpunkt haben wir deswegen den *Branchendialog Audio im Auto* gestartet: Vertreterinnen und Vertreter der Radio-, Telekommunikations- und Automobilbranche haben wir auf Initiative des Journalismus Lab zusammengebracht, um gemeinsame Herausforderungen und Ziele zu definieren. Darunter VAUNET – Verband Privater Medien, RTL Radio, MedienNetzwerk Bayern, radio NRW und Ford. Gemeinsam starteten wir den Forschungsschwerpunkt *On Track – Studien zu Audio und Mobilität*, um den Branchen konkrete Einblicke und Empfehlungen geben zu können. Zentrale Ergebnisse liefern eine repräsentative Nutzerbefragung aus dem Jahr 2021 und eine anschließende Tagebuchstudie aus dem Jahr 2022, die wir im Rahmen von *On Track* durchgeführt haben.

Einblicke in die Ergebnisse von On Track

80 % 57 % 52 % 28 %

- Eine große Mehrheit der Audio-nutzerinnen und Audionutzer hören unterwegs Radio.
- Es gibt ein großes Informationsbedürfnis: Für 57 Prozent der Befragten sind unterwegs Nachrichten aus dem In- und Ausland ein wichtiger Bestandteil des Radioprogramms.
- Vor Ort funktioniert: Lokale und regionale Nachrichten hört die Hälfte der befragten Menschen.
- Hörbücher werden von 23 Prozent der mobilen Nutzerinnen und Nutzer konsumiert. Podcasts liegen bereits heute bei 28 Prozent.

Hier geht es zu allen Ergebnissen der Studie.

ÜBERBLICK: Womit wir uns außerdem beschäftigen

Weitere Projekte und aktuelle Forschung der Landesanstalt für Medien NRW

STRUKTUR LOKALFUNK NRW

Für eine zukunfts-fähige Audiolandschaft in NRW ist struk-turelle und wirtschaft-liche Stärkung wichtig. Gemeinsam mit den Sys-tembeteiligten des Lokalfunks analysieren wir aktuelle Heraus-forderungen, loten Entwicklungspotenziale aus und erarbeiten Lösungsansätze, um die lokale journalistische Vielfalt zu stabilisieren.

AUDIOPREIS

Die Vielfalt an hoch-wertigen Audioproduk-tionen in NRW wächst stetig. Der Audiopreis, Nachfolger des NRW-Hörfunkpreises, steht seit 2020 einer größeren Zielgruppe offen: Auch freie Produktionen, Podcasts oder Social-Media-Angebote können eingereicht werden. Auszeichnungen und Preise gibt es in zehn Kategorien.

AUDIO SUMMIT NRW

Der Audiomarkt ist so vielfältig wie nie. Das sorgt für neue Herausforderungen. Wir laden Vertrete-rinnen und Vertreter der Audiobranche jährlich zur Panel-diskussion zu einem aktuellen Thema ein. Mit Impulsvor-trägen von Exper-tinnen und Experten und Fragemöglichkeiten aus dem Publikum.

BESTIMMUNG VON

PUBLIC-VALUE-ANGEBOTEN

Die Medienanstalten hatten den Auftrag, Bewegtbild-, Audio- und Telemedienangebote zu bestimmen, die sich um die Meinungsvielfalt besonders verdient machen. Über 320 Anträge sind eingegangen und geprüft worden. In der Zukunft müssen Public-Value-Angebote auf Smart-TVs und anderen Benutzeroberflächen für die Nutzerinnen und Nutzer leichter auf-findbar sein.

COOPETITION IS KING

Ein vielfältigeres, günstigeres Medien-angebot für Nutzerinnen und Nutzer und gleichzeitig höhere Umsätze für die Jour-nalismusbranche – solche Vorteile könnten anbieterübergreifende, abonnementbasierte Online-Plattformen bieten, wie die Studie „Coopetition is King“ zeigt.

Auch im Audio Summit NRW und in Branchen-dialogen wurden die Potenziale kooperativer Plattformen für den digitalen Journalismus diskutiert.

Hier geht es zur gesamten Studie.

4 MEDIEN- ORIENTIERUNG UND HILFE

Die Digitalisierung zieht in immer mehr Bereiche des Lebens ein – mit neuen Angeboten, Herausforderungen und Fragen. Wir wollen Antworten geben und Medienorientierung ermöglichen. In der Prävention, damit Menschen aller Generationen in der Lage sind, sich aktiv gegen Cybermobbing oder Cybergrooming zu wehren (Seite 28). In der Medienkompetenz, damit niemand in der Informationsflut im Netz untergeht – und in der Partizipation, weil immer mehr Mediennutzerinnen und -nutzer auch zu aktiven Sendern werden (Seite 30).

ZEBRA



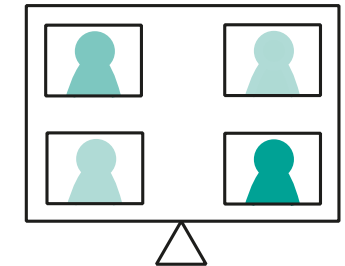
Seit dem Start unserer Online-Plattform **www.fragzebra.de** für Fragen zu Medien und dem digitalen Alltag haben wir mehr als 910 Antworten gesammelt und online bereitgestellt. Außerdem haben wir mehr als 2.900 Fragen individuell und kompetent beantwortet.

MEDIENERZIEHUNG



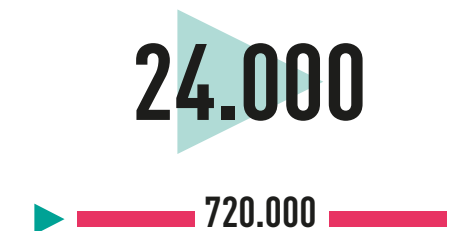
So viele Menschen haben wir bisher mit unseren **Veranstaltungen** für Eltern erreicht – online und vor Ort in Kitas, Schulen, Familienbildungsstätten und Vereinen.

BÜRGERBETEILIGUNG



121 Online-Seminare haben wir seit März 2020 im Rahmen unserer Programme mit der **Medienbox NRW** durchgeführt – und so Bürgermedien geholfen, an der öffentlichen Meinungsbildung mitzuwirken.

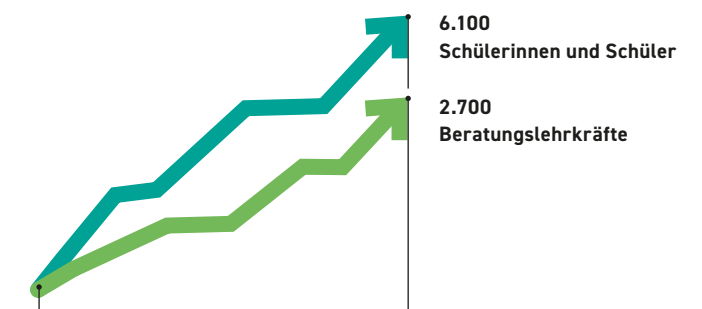
BÜRGERMEDIEN

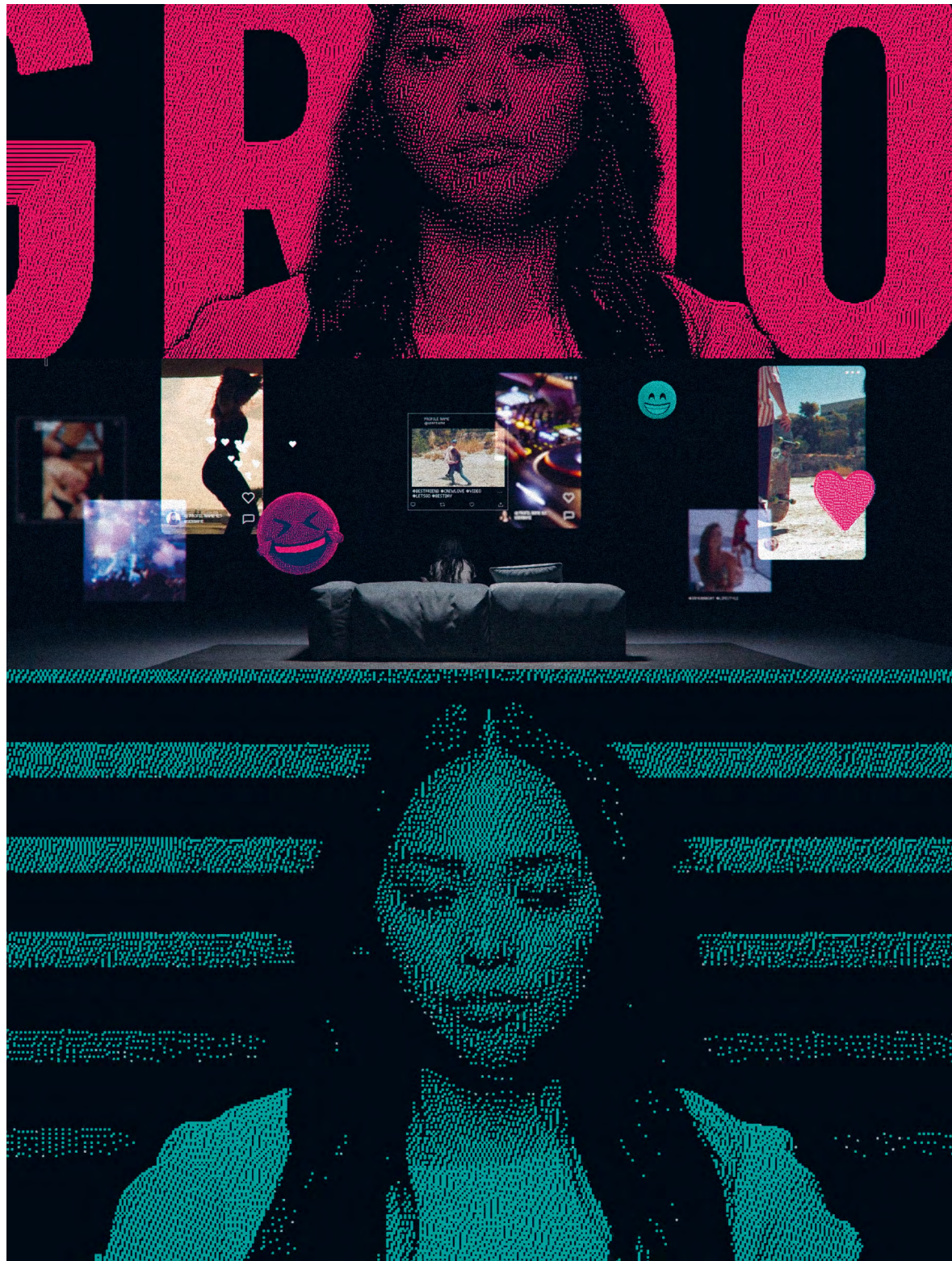


Mehr als 24.000 Sendungen sind in der **Mediathek von NRWision** zu finden – mit einer Gesamtabspieldauer von 720.000 Minuten.

MEDIENSCOUTS

In allen **53 Kreisen und kreisfreien Städten** Nordrhein-Westfalens haben wir Schülerinnen und Schüler zu **Medienscouts** qualifiziert und Beratungslehrkräfte ausgebildet – an rund 1.100 Schulen.





Hilfe zur Selbsthilfe

Aufklärung ist die beste Prävention: Mit unseren Programmen **Medienscouts** und **ZEBRA** helfen wir, dass alle selbstbestimmt am Netzleben teilnehmen – und wie gerade junge Nutzerinnen und Nutzer Gefahren vermeiden können.

PRÄVENTION

Angebote auf Augenhöhe

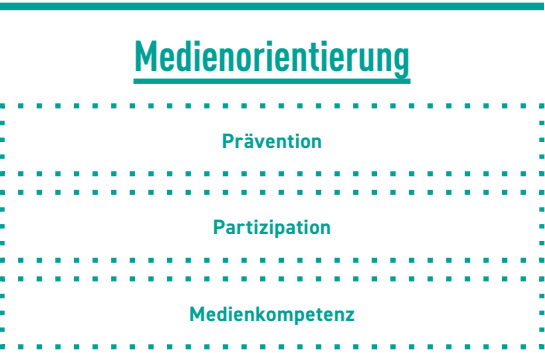
Manchmal wirken Probleme furchteinflößend groß. Dann braucht es Hilfe, einen direkten Draht. Vor allem für Kinder und Jugendliche sind Ansprechpartner wichtig, die weder Lehrerin noch Erziehungsberechtigter heißen und auf Augenhöhe agieren; die ihre Nöte nicht nur verstehen, sondern nachvollziehen können. Ein Job für unsere *Medienscouts NRW*. Seit 2011 bilden wir im größten Scout-Programm im deutschsprachigen Raum Schülerinnen und Schüler ab der achten Jahrgangsstufe zu ehrenamtlichen Scouts aus. Sie helfen bei Fragen und Schwierigkeiten rund um Smartphone-Nutzung, soziale Netzwerke oder Datenschutz – aber auch bei Cybermobbing und Cybergrooming. Vor allem letzteres wird immer mehr zum Problem, die Zahl der gemeldeten Fälle steigt drastisch. Daher laden wir unsere Medienscouts und ihre Beratungslehrkräfte zu Online-Workshops zum Thema ein. Sie erfahren, wie sie ihre Mitschülerinnen und Mitschüler über Cybergrooming aufklären, damit diese sich vor Übergvriffen schützen können. Ein wirkungsvolles Konzept. Wer weiß, wo Gefahren lauern, kann sie umgehen – und so aktiv und sicher das digitale Leben gestalten. Gemeinsam mit dem Ministerium für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen können wir schon heute vielen Schulen ein Angebot machen – Ziel ist es, alle Schulen in NRW zu Scout-Schulen zu machen.

Die Digitalisierung entwickelt sich beständig weiter. Es tauchen täglich neue Fragen auf. Diese beantworten wir seit Januar 2021 online. Und zwar alle, die man uns stellt. **ZEBRA** ist die zentrale Anlaufstelle im Internet für Fragen aller Art zum digitalen Alltag. Wie sich Gaming-Sucht vermeiden lässt und was gegen Online-Stalking hilft, was eigentlich genau Cookies sind oder welche Websites als Desinformations-Schleudern berüchtigt sind: Wir antworten immer. Vertraulich, persönlich und innerhalb von 24 Stunden. Die Fragen können alle Bürgerinnen und Bürger unter www.fragzebra.de anonym einreichen. Besonders häufig gestellte Fragen veröffentlichen wir anschließend zusammen mit den Antworten – natürlich anonymisiert – auf der **ZEBRA**-Website, um auch all jenen weiterzuhelfen, die vielleicht die Kontaktaufnahme mit uns scheuen. Hunderte Fragen und Hunderte Tipps haben wir auf diese Weise bereits an einem Ort im Netz versammelt. Und es werden immer mehr. Um eine möglichst breite Themenpalette abdecken und beantworten zu können, arbeiten wir für **ZEBRA** eng mit unseren Partnerinnen und Partnern zusammen, darunter zum Beispiel die Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen. Für **ZEBRA** gilt: Jede Frage hat ihre Relevanz.

HINTERGRUND

Warum wir von Medienorientierung sprechen

Mit zunehmender Digitalisierung werden die Menschen vor ständig neue Herausforderungen gestellt. Spätestens die sozialen Netzwerke machen sie von reinen Empfängern auch zu Absendern von medialen Inhalten. Wir haben daher den Begriff der Orientierung bewusst gewählt – und meinen damit Kompetenz, Prävention und Partizipation. Medienorientierung beschreibt die Fähigkeit, sich im immer dichteren Netz aus News-Seiten, Blogs, sozialen Medien und Portalen zurechtzufinden, teilnehmen zu können und falsche Wege präventiv verstehen zu lernen. Medienorientierung ist die Basis, um sich in der neuen Medienumgebung zurechtzufinden. Denn alle Menschen in NRW sollen digitale Medien fair, sicher und selbstbestimmt nutzen können. Die Grundlage dafür ist, Chancen und Risiken digitaler Medien zu erkennen und die Rechte Dritter zu wahren.



MEDIENKOMPETENZ

Sicherer Klick

Wie vermeide ich es, beim Zocken mit dem Smartphone in Abofallen zu tappen? Welche Apps haben es nur auf meine Daten abgesehen? Und woran erkenne ich beim Chatten Social Bots, Trolle oder übergriffiges Verhalten? Die Initiative *klicksafe* klärt auf, fördert schon seit 2004 die Online-Kompetenz der Nutzerinnen und Nutzer und verhilft ihnen so zu einem kompetenten wie auch kritischen Umgang mit dem Netz. Dazu gibt es unter [klicksafe.de](https://www.klicksafe.de) Themendossiers, Flyer und Videos,

PARTIZIPATION

Und jetzt alle!

Demokratie braucht Teilhabe. Sie lebt vom Austausch, von Argumenten und Ansichten, vom Zuhören und Mitreden. Um die Meinungsbildung aktiv zu fördern, unterstützen wir daher Bürgermedien – ob sie nun auf lokalen Frequenzen senden, im Netz bloggen oder Podcasts produzieren. Aber wie geht das eigentlich, die eigene Meinung medial aufbereiten, inhaltlich wie technisch? Genau hier setzt die *Medienbox NRW* an: ein kostenloser Werkzeugkasten mit 36 Selbstlernmodulen für alle, die aktiv und medial ihr Recht auf Meinungsfreiheit wahrnehmen wollen. Wir haben das interaktive E-Learning-Angebot im März 2020 gestartet. In mehreren Modulen lernen die Nutzerinnen und Nutzer grundlegende Techniken der Medienproduktion, damit sie eigene Film- und Audiobeiträge publizieren können. Neben vielen weiteren Partnerinnen und Partnern unterstützen die *Medienbox* besonders *NRWision* – die zentrale Plattform für Bürgermedien in Nordrhein-Westfalen – und der Landesverband der Volkshochschulen: damit möglichst alle Menschen hierzulande am öffentlichen Diskurs teilnehmen können.

[Hier geht es zur Medienbox NRW.](#)

die privat, aber zum Beispiel auch in der Schule genutzt werden können. Wir führen das von der Europäischen Kommission geförderte Projekt gemeinsam mit der Medienanstalt Rheinland-Pfalz für Deutschland durch. Zusammen mit anderen Medienanstalten bieten wir zudem das *Internet-ABC* an: Eine Online-Lernplattform, die Kinder bei ihren ersten Schritten im Netz begleitet – und Eltern und Lehrkräfte aufklärt, wie sie am besten unterstützen können.

ÜBERBLICK: Womit wir uns außerdem beschäftigen

Weitere Projekte und aktuelle Forschung der Landesanstalt für Medien NRW

ELTERN UND MEDIEN

Diese Initiative bietet Hilfe und Einblicke in die digitale Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen. Auf analogen und digitalen Elternabenden geben wir Zehntausenden Interessierten seit vielen Jahren Hinweise zur Medienerziehung und stellen ausführliches Praxismaterial bereit:

[Hier geht es zum Angebot.](#)

FÖRDERUNG VON BÜRGERMEDIEN

Um die freie Meinungsbildung auf allen Ebenen zu stärken, unterstützen wir lokale Impuls- und Modellprojekte zur Partizipation. Gefördert werden unter anderem Bürgermedien, die zur lokalen Identität beitragen, Integration und Inklusion vorantreiben oder gegen Desinformation vorgehen.

MEDIENNUTZUNGSVERTRAG

Streit über Medienkonsum gehört oft zum Familienalltag. Unser *Mediennutzungsvertrag* kann dabei helfen, wie Eltern und Kinder sich auf gemeinsame und verbindliche Regeln einigen. Und diese nachlesbar festhalten.

[Hier geht es zur Vorlage.](#)

RESET – TEST ZUR SMARTPHONE-NUTZUNG

Wir bieten unterschiedliche Tools an, die dabei helfen sollen, das eigene Medienverhalten besser einzuschätzen. Zum Beispiel den Selbsttest *ReSeT*, bei dem die Smartphone-Nutzung im Fokus steht.

[Hier geht es zum Test.](#)

Bereit für die Zukunft

NRW, Deutschland, Europa, Welt. Wir leben in einer vernetzten Zeit, die Herausforderungen mit sich bringt. Wir gehen sie an.

Manchmal genügt eine Zahl, um die Dringlichkeit einer Entwicklung zu verdeutlichen. Die 98 ist so eine Zahl. Denn 98 Prozent der 14- bis 24-Jährigen in Deutschland – so eine repräsentative forsa-Umfrage in unserem Auftrag – wurden bereits mit Hassrede im Netz konfrontiert. Eine alarmierende Zahl. Für uns ist sie inakzeptabel.

Wir sind als Institution und als Gesellschaft gefordert, vielleicht mehr denn je. Die Lage scheint dabei bisweilen undurchsichtig. Es gibt im Netz so viele Angebote mit so unterschiedlicher Reichweite. Landesgrenzen spielen kaum noch eine Rolle, Verantwortlichkeiten sind unklar. Und doch handeln wir. Weil wir überzeugt sind, dass wir alle uns, um frei zu sein und unsere Demokratie zu schützen, an Regeln halten müssen. Diesen Regeln Geltung zu verschaffen, ist unsere Aufgabe.

Viele Rechtsverstöße, die uns in NRW treffen, haben globale Strukturen.

Das Spektrum unserer Arbeit wird größer, an unserem Auftrag ändert das nichts. Im Gegenteil. Wir stehen als Medienaufsicht für den Schutz der Jugend, der Nutzerinnen und Nutzer, der Vielfalt und der Menschenwürde ein. Das machen wir schon seit Jahren so und das werden wir auch zukünftig tun. Unsere mediale Realität verändert sich, unsere Werte aber bleiben gleich. Es sind die gleichen Schutzgüter, die gleiche demokratische Grundordnung, die wir kraftvoll verteidigen. Wir wenden die Haltung, Werte und Rechtsgrundsätze konsequent an, egal ob analog oder digital. Wir bleiben nicht theoretisch oder gar reaktiv, sondern sind aktiv, mit angemessenen und zeitgemäßen Mitteln. Und selbstbewusst. Mit Wirkung.

Das mag nicht immer einfach sein. Viele Rechtsverstöße, die uns in NRW treffen, haben globale Strukturen – und die Verantwortlichen sind selten direkt greifbar. Sie sitzen irgendwo, oft gut versteckt hinter kryptischen Firmennamen und Briefkästen. Deutsche und europäische Gesetzgebung, Menschenwürde, Nutzer- und

Jugendschutz, Meinungsvielfalt? Das scheint für manche Akteure und Anbieter oft zweitrangig oder gleich völlig irrelevant. Deswegen galt das Netz so lange als ein scheinbar rechtsfreier Raum.

Das ändern wir. Schon heute wirken wir als Landesanstalt für Medien NRW über Grenzen hinweg, Landesgrenzen und auch Staatsgrenzen. Nie war die Zusammenarbeit der europäischen Medienregulierer enger. Und auch innerhalb von Deutschland bauen wir unsere Netzwerke weiter aus. Mit unseren Schwesteranstalten, unseren Partnerinnen und Partnern in der Justiz, der Strafverfolgung, den Medienhäusern und anderen Aufsichtsinstitutionen kooperieren wir erfolgreich – ob es um Hass im Netz, deutsche Jugendschutzbestimmungen auf Porno-Portalen oder Influencer-Werbung, journalistische Sorgfaltspflicht oder Lizenzvergaben geht. Wir leben den europäischen Grundsatz „Einheit durch Vielfalt“.

Zusammenarbeit ist der Schlüssel. Das ist auch unser Ansatz bei unseren Angeboten zur Medienorientierung. Wir sind direkt verfügbar, wir helfen individuell und wir arbeiten in einem Expertennetzwerk zusammen. Das Netz bietet Chancen und es bietet Risiken und diese gleichermaßen anzuerkennen, das ist unsere Aufgabe. Wir fördern faire und selbstbestimmte Mediennutzung und sind ansprechbar, wenn es dabei Fragen oder gar Ängste gibt.

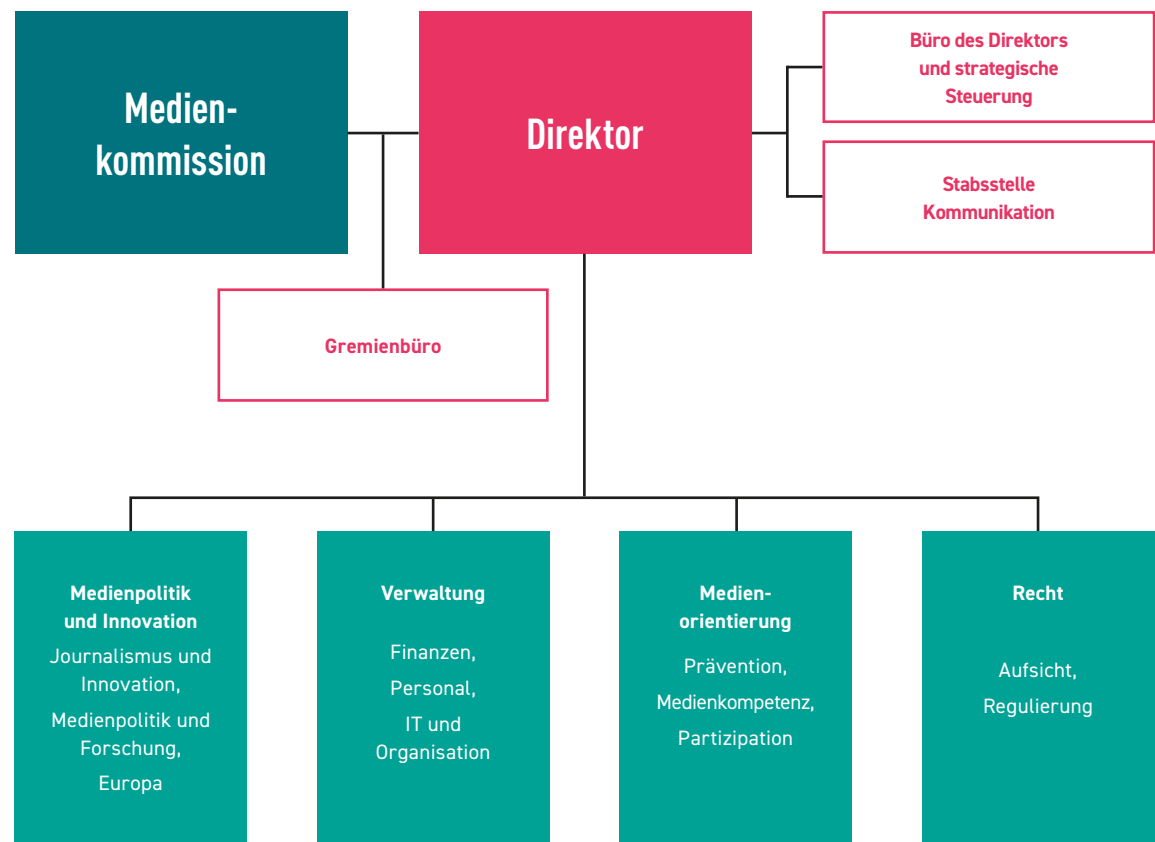
Heute besitzen mehr als 96 Prozent der Deutschen zwischen 14 und 69 Jahren ein Smartphone – und damit eine mobile Aufnahme-, Mediennutzungs- und Sendereinheit. Die Menschen können in einem Maße an der Meinungsbildung mitwirken, wie es vor einigen Jahren unvorstellbar erschien. Eine echte Chance auf mediale Partizipation in unserer neuen digitalen Lebensrealität. Es ist an uns, sie im Sinne unserer demokratischen Grundordnung zu gestalten. Wir warten auf niemanden, wir sind in der Pflicht, zu handeln.

Und wir handeln, gemeinsam und der Meinungsfreiheit verpflichtet.

Wir sind bereit.

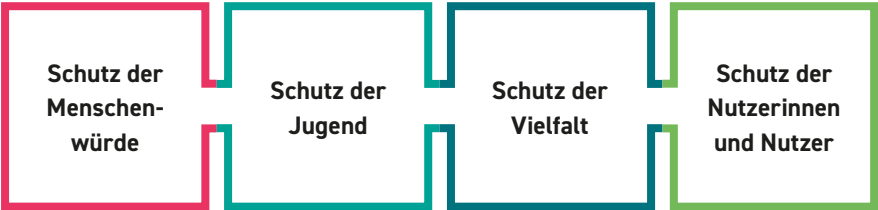
Wie wir organisiert sind

Im Auftrag der Gesellschaft, im Sinne der Meinungsfreiheit, im Dienst der Schutzgüter:
So ist die Arbeit der Medienanstalt ausgerichtet.



IM DIENST DER SCHUTZGÜTER

Unsere vier Schutzgüter bilden die Grundlage. Bei jeder Entscheidung, die wir treffen.



IMPRESSUM

Herausgeberin:
Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
D-40221 Düsseldorf
T [+49 211 77007-0](tel:+49211770070)
F [+49 211 727170](tel:+49211727170)

info@medienanstalt-nrw.de
www.medienanstalt-nrw.de

Verantwortlich:
Sabrina Nennstiel
(Leiterin Kommunikation)

Konzept und Umsetzung:
Nansen & Piccard PartGes

2. Auflage:
Januar 2023

