

**Verein zur Selbstkontrolle audiovisueller
Medienangebote zum Schutz von Minder-
jährigen**

TÄTIGKEITSBERICHT 2024

Inhalt

Vorwort des Vorstands.....	3
1. Das Jahr 2024	4
1.1. Zusammenarbeit mit Mediendiensten	4
1.1.1. Jugendschutzerklärungen und Erhöhung der Akzeptanz	4
1.1.2. Wirksamkeitsprüfung	8
1.1.3. Prüfung der Sender auf Jugendschutzkonformität.....	9
1.1.4. Überarbeitung der audiovisuellen Mediendienste, die den Verein Jugendmedienschutz anerkannt haben	9
2. Beschwerdebilanz 2024.....	9
2.1. Überblick über Beschwerden und Entscheidungen	10
3. Österreichische Blogger:innen und Influencer:innen Veranstaltung	14
3.1. Akademie für Werbethik	16
4. Zweite JMS-Expertinnenratschulung	16
5. Öffentlichkeitsarbeit	17
5.1 Stakeholder.....	17
5.2 Pressearbeit, Vorträge, Interviews	18
5.3 Austausch mit Jugendmedienschutzrechtlichen Organisationen im Ausland.....	19
6. Interne Vereinsorganisation	20
6.1. Förderwesen	20
6.1.1. Zusätzlicher Einreichtermin für die FörderungFehler! Textmarke nicht definiert.	
7. Zusammenfassung der Tätigkeiten des Vereins im vierten Jahr nach Gründung	20
8. Zusammenfassung und Ausblick	22
8.1 Rückblick auf 2024.....	22
8.2 Ausblick auf 2025.....	23

Vorwort des Vorstandes

Jugend und Medien sind ein komplexes und sensibles Zusammenspiel, das klare Regeln und Richtlinien zum Schutz Minderjähriger über alle Altersstufen und über alle Medien erfordert. Diese Rahmenbedingungen dienen als Richtschnur für alle Beteiligten.

Für Fernsehveranstalter und audiovisuelle Abrufdienste gibt es solche Richtlinien. Die große Zahl der abgegebenen Jugendschutzerklärungen beim Verein Jugendmedienschutz und das positive Ergebnis der Wirksamkeitsprüfung unterstreichen das Verantwortungsbewusstsein der Branche und das Funktionieren der Selbstkontrolle.

Influencer:innen kommt beim Thema Jugendmedienschutz aufgrund ihres besonderen Einflusses auf Kinder und Jugendliche eine wichtige Rolle zu. Wir haben diesem Umstand Rechnung getragen und 2024 einen Schwerpunkt auf diese Gruppe gelegt, um Awareness bei Influencer:innen zu schaffen. Eine Veranstaltung und maßgeschneiderte Schulungs-Videos für Influencer:innen wurden umgesetzt und in Kooperation mit anderen Stakeholdern wollen wir ein Schulungsangebot für Influencer:innen auch zum Thema Jugendmedienschutz schaffen.

Der Tätigkeitsbericht 2024 liefert einen kompakten Überblick über die gesetzten Maßnahmen bei Fernsehveranstaltern und Abrufdiensten aber auch über den erfolgreichen Regelbetrieb, das funktionierende Beschwerdeverfahren und die Aktivitäten zur Steigerung der Sichtbarkeit des Vereins Jugendmedienschutz.

Wir können im vierten Jahr der Vereinsaktivität wieder eine sehr positive Bilanz ziehen und nehmen aus den Initiativen und Gesprächen so manchen neuen Impuls für unsere Arbeit im kommenden Jahr mit.

Mag. Helga Tieben
Vorsitzende

Dipl.Kffr. Corinna Drumm
Kassierin

Dr. Klaus Kassai
Schriftführer

1. Das Jahr 2024

2024 war ein sehr vielschichtiges Jahr. Es war unter anderem geprägt von der Setzung eines neuen Schwerpunkts, der Zuwendung zur Berufsgruppe der Influencer:innen.

Nach dem erfolgreichen Übergang in einen Regelbetrieb wurde zudem auch dieses Jahr der Fokus darauf gerichtet, dass die Kontrollfunktion der Einrichtung von der interessierten Öffentlichkeit wahrgenommen und auch in Anspruch genommen wird. Nach einer großen Reihe erfolgreich absolvierter Stakeholdertermine, aber auch einer intensiven Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Werberat, kann der Verein Jugendmedienschutz ein großes Plus auf seinem Bekanntheitskonto verzeichnen.

Der vorliegende Bericht beschreibt die Tätigkeiten des Vereins als Selbstkontrollereinrichtung des Jugendmedienschutzes in Österreich im Jahr 2024 und die in diesem Jahr vom Verein gesetzten Aktivitäten und Maßnahmen im Bereich des Jugendmedienschutzes. Mit diesem Bericht kommt der Verein seiner gesetzlichen Berichtspflicht gemäß § 32a Abs. 2 Z 5 KommAustria-Gesetz (KOG) nach.

1.1. Zusammenarbeit mit Mediendiensten

Der Verein Jugendmedienschutz hat seine Bekanntheit in den letzten Jahren erheblich gesteigert. Immer mehr Sender akzeptieren die Verhaltensrichtlinien, was auch mit einer stärkeren Positionierung der Selbstkontrollereinrichtung einhergeht. Nach wie vor beinhaltet die Zusammenarbeit zwischen Verein und audiovisuellen Diensten aber auch die Prüfung der Sender/Programme auf Jugendschutzkonformität.

1.1.1. Jugendschutzerklärungen und Erhöhung der Akzeptanz

Die gesetzlichen Vorgaben des Jugendmedienschutzes fordern eine (möglichst) hohe Akzeptanz der Verhaltensrichtlinien und der Verfahrensrichtlinie („von den Hauptbeteiligten allgemein anerkannt“; § 32a KOG).

Deshalb ist diese Zusammenarbeit mit den Mediendiensten zentraler Punkt in der Vereinsarbeit.

Doch darüber hinaus bedarf es auch einer formalen Anerkennung, d.h. eines förmlichen Nachweises der Anerkennung der Verhaltensrichtlinien sowie der Verfahrensrichtlinien, in diesem Fall in Form einer Jugendschutzerklärung. Auch 2024 hat sich die Geschäftsstelle des Vereins Jugendmedienschutz daher stark darum bemüht, Jugendschutzerklärungen von den betroffenen Mediendiensten einzuholen und somit die Akzeptanz des Vereins zu steigern.

Im Sommer wurden abermals alle österreichischen Fernsehveranstalter und Abrufdiensteanbieter – soweit dem Verein auf Basis der von der RTR veröffentlichten Auflistung der Mediendienste bekannt – schriftlich und dieses Jahr auch verstärkt telefonisch kontaktiert, über den Inhalt der Richtlinien informiert und ersucht, die Verhaltensrichtlinien und die Verfahrensrichtlinien des Vereins formal

über die vom Verein vorgefertigte Jugendschutzerklärung anzuerkennen. Auch auf die zweite Verpflichtung wurde der Mediendienst hingewiesen, nämlich die Jugendschutzerklärung auf seiner Website zu veröffentlichen bzw. sich auch hier zu den Verhaltensrichtlinien und Verfahrensrichtlinien des Vereins Jugendmedienschutz zu bekennen.

In den Telefonkontakten wurde noch einmal explizit auf die individuelle Pflicht hingewiesen, als österreichischer Mediendienst selbst konkrete Verhaltensrichtlinien zu erstellen und zu beachten (vgl. §§ 39 Abs. 4 AMD-G).

Über die Sommermonate 2024 konnte man sodann die Zahl der Abrufdienste und Fernsehveranstalter, die die Richtlinien des Vereins anerkennen, steigern und verzeichnet mit 31.12.2024 einen aktuellen Stand von 91 Abrufdiensten und 94 Fernsehveranstaltern, die dem Verein die Anerkennung der Verhaltens- und der Verfahrensrichtlinien angezeigt haben. Zum Vergleich, mit 31.12.2023 wurde ein aktueller Stand von 67 Abrufdiensten und 75 Fernsehveranstaltern verzeichnet.

Nachfolgend werden diese namentlich genannt:

Abrufdienste

1. 1848 Medienvielfalt Verlags GmbH
2. A1, wedify GmbH
3. A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH
4. Amt der Kärntner Landesregierung/Abteilung 1/Landespressedienst
5. APMedia GmbH
6. ATV Privat TV GmbH & Co KG
7. Baum- und Rebschule Schreiber KG
8. Bergbahn Aktiengesellschaft Kitzbühel
9. Bezirks TV St. Veit Produktions- und Vertriebs ges.m.b.H.
10. BLM Marketing & Event Gesellschaft der Österreichischen Fußball-Bundesliga GmbH
11. Burgenländisches Kommunalfernsehen KG
12. Canal+ Austria GmbH
13. Christian Krainz /nicht protokollierter Einzelunternehmer
14. Cinema Service Plattform GmbH
15. Die Presse Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG
16. Dr. Rainer Hilbrand Ausseer Regionalfernsehen - ARF
17. Dorf TV GmbH
18. Elisabeth Jammerbund
19. FC Blau-Weiß Linz
20. FC Flyeralarm Admira
21. FC Red Bull Salzburg GmbH
22. Feratel Media Technologies AG
23. FK Austria Wien AG
24. Franz Stolz
25. Gerhard Scott Ennstal TV KG
26. Haintz-Turk OG
27. HOANZL Vertriebsges.m.b.H.
28. HT1 Medien GmbH
29. Huber TV GmbH
30. Innocube GmbH
31. Jelena Maier e.U.
32. kanal 3 Regionalfernseh GmbH
33. Karl Heinz Butter
34. KRONEHIT Radio Betriebs GmbH
35. Krone Multimedia GmbH&Co KG

36. KT1 Privatfernsehen GmbH
37. Lanaprinzip Publishing e.U.
38. Ländle TV GmbH
39. Ligaportal GmbH
40. Linz Land Fernsehen Medien GmbH
41. Mag. Gerhard Liebenberger e.U.
42. Manuel Bechter e.U.
43. Maxodus Media GmbH
44. Medien- Marketing GesmbH
45. Medienverein Echtzeit TV
46. Melodie Express GmbH
47. Michael Ettenauer
48. ÖAMTC Betriebe GmbH
49. Oliver Feicht
50. Otto Koller GmbH
51. ORF Österreichischer Rundfunk
52. Österreichischer Fußball-Bund
53. Österreichischer Skiverband
54. P3-Kabel-News GmbH
55. Paula Wolf Artist GmbH
56. Puls 4 TV GmbH & Co KG
57. R9 Regional TV Austria GmbH
58. Robert Höck Filmproduktion e.U.
59. RTS-Regionalfernsehen GmbH
60. Salzburger Nachrichten
61. Sascha Huber GmbH
62. SCR Altsch Spielbetriebs GmbH
63. Servus TV / RedBull Media House GmbH
64. SK Rapid GmbH
65. SK Sturm Sales & communications GmbH
66. SK Vorwärts Steyr Fußballverband
67. Sky Österreich Verwaltung GmbH
68. Snow Space Salzburg Bergbahnen AG
69. SportPass Medien GmbH
70. Sportradar Media Services GmbH
71. Stadtgemeinde Laa a.d. Thaya
72. Stadt Graz
73. STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H
74. Streamster e.U.
75. Ichkoche Medien GmbH
76. SV Austria Salzburg
77. SV Ried Fußball GmbH
78. Techmagnet GmbH
79. Tirol TV GmbH
80. T-Mobile Austria GmbH
81. Trending Topics Online Nachrichtenportal für Technologie & Innovation GmbH
82. Verein zur Förderung unabhängiger Forschungs- und Kulturprojekte
83. Cultural Frames
84. Vulkan TV GmbH
85. WH Media GmbH
86. Wien Holding GmbH
87. Wierer GesmbH & Co KG
88. WNTV GmbH
89. Wirtschaftskammer Steiermark
90. WT 1 Privatfernsehen GmbH
91. YOUPA Media GmbH

Fernsehveranstalter

1. A. Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH
2. ADVANCED EXPERT TEAM GmbH
3. APMedia GmbH
4. ATV Privat TV GmbH & Co KG
5. Bergbahn Brixen im Thale AG
6. Bergbahnen Filzmoos GmbH
7. Bergbahnen Hohe Salve Hopfgarten-Itter-Kelchsau GesmbH & Co KG
8. Bergbahnen Silvretta Galtür GmbH & Co KG
9. Bergbahnen Westendorf GmbH
10. Berglifte Giselher Langes GmbH & Co KG
11. Bezirks TV St. Veit Produktions- und Vertriebs ges.m.b.H.
12. Bezirks TV Vöcklabruck GmbH
13. BK-DAT Electronics e.U./BK-DAT GmbH
14. Canal+ Austria GmbH
15. Dr. Rainer Hilbrand Ausseer Regionalfernsehen - ARF
16. Dorf TV GmbH
17. Elektrizitätswerk Mürzsteg
18. Elektrizitätswerke Frastanz GmbH
19. Elektro Hörl GesmbH&CoKG
20. FC Red Bull Salzburg GmbH
21. Feratel Media Technologies AG
22. Gerhard Scott Ennstal TV KG
23. Gletscherbergbahnen Kaprun AG
24. HT1 Medien GmbH
25. Huber TV GmbH
26. Hutchison Drei Austria GmbH
27. Ing. Dablander GmbH
28. Innocube GmbH
29. Jupiter Media GmbH
30. Kabel Braunau GmbH
31. Kabelnetz 4222 Medien GmbH
32. Kabel-TV Ternberg BetriebsGmbH
33. kanal 3 Regionalfernseh GmbH
34. KBTv R& Regio TV Kufstein Richard Steinbacher GmbH
35. Kommunalbetriebe Hopfgarten GmbH
36. Kommunalbetriebe Rinn GmbH
37. KRONEHIT Radio BetriebsgmbH
38. Krone Multimedia GmbH&Co KG
39. KT1 Privatfernsehen GmbH
40. Ländle TV GmbH
41. Liftgemeinschaft Obertauern GmbH
42. Linz Land Fernsehen Medien GmbH
43. LUWY TV-IT GmbH & Co KG
44. Marktgemeinde St. Michael i.O.
45. Martin Grabmann/Bad Kreuzner Kabel TV
46. Mediashop GmbH
47. Medien- Marketing GesmbH
48. Melodie Express GmbH
49. Murauer Stadtwerke GmbH
50. Netzdienste Deferegggen registrierte GmbH
51. Nöhmer GmbH
52. Normann Engineering GmbH
53. ORF Österreichischer Rundfunk
54. ORTSWÄRME St. Johann in Tirol GmbH
55. P3-Kabel-News GmbH
56. Planai Grundstückssicherungs GmbH
57. ProSieben Austria GmbH

58. ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH
59. Puls 4 TV GmbH & Co KG
60. R9 Regional TV Austria GmbH
61. Rauriser Hochalmbahnen AG
62. Regional Kabel-TV Mölltal GmbH
63. RTL Austria GmbH
64. Salzburg AG für Energie, Verkehr und Telekommunikation
65. RTS-Regionalfernsehen GmbH
66. SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft mbH
67. Schaffelhofer GmbH
68. Schau Media Wien GmbH
69. Servus TV / RedBull Media House GmbH
70. Sky Österreich Verwaltung GmbH
71. Snow Space Salzburg Bergbahnen AG
72. Sportradar Media Services GmbH
73. Stadtgemeinde Judenburg
74. Stadtgemeinde Kindberg
75. Stadtwerke Imst
76. Stadtwerke Kapfenberg
77. Stadtwerke Kufstein
78. Stadtwerke Mürtzschlag GmbH
79. Streamster e.U.
80. Telenet Systems GmbH
81. Tiroler Zugspitzbahn GmbH
82. Tirol TV GmbH
83. Tobias Heckenpichler e.U.
84. Tourismusverband Kitzbüheler Alpen St. Johann in Tirol
85. Tourismusverband Paznaun - Ischgl
86. Tourismusverband Pitztal
87. Tschanett Gesellschaft m.b.H & Co KG
88. Vulkan TV GmbH
89. WH Media GmbH
90. Wierer GesmbH & Co KG
91. WNTV GmbH
92. WT 1 Privatfernsehen GmbH
93. Zeitvertreib Entertainment GmbH
94. ZugspitzNet GmbH

1.1.2. Wirksamkeitsprüfung

Alljährlich werden die Mediendienste vom Verein Jugendmedienschutz einer Wirksamkeitsprüfung unterzogen, die im regelmäßigen Abstand auch 2024 stattfand.

Basis für die Prüfung waren nach wie vor folgende Punkte:

- 1.) Liegt der Geschäftsstelle des Vereins Jugendmedienschutz eine unterzeichnete Jugendschutzerklärung vor, jeweils für den Bereich Fernsehveranstalter bzw. Abrufdienst (mit Datum versehen, Stempel, Anschrift...) und
- 2.) ist die Erklärung auf der Website veröffentlicht und/oder wurden die Verhaltensrichtlinien durch einen Link auf die Jugendschutzrichtlinien des Vereins auf der Webseite des Mediendienstes veröffentlicht, wie etwa:

„Die Verhaltensrichtlinien und die Verfahrensordnung des Vereins sind in ihrer jeweils aktuellen Form abrufbar unter www.jugendmedienschutz.at“, oder gibt es eine Verlinkung zum Katalog der [Verhaltensrichtlinien](#).

Der Stand der Prüfung mit Jahresende 2024 ergab eine Quote von nahezu 100 Prozent, sprich von den 94 Fernsehveranstaltern und den 91 Abrufdiensten bestanden mit nur ganz wenigen Ausnahmen alle diese Wirksamkeitsprüfung. Und bei diesen an einer Hand abzuzählenden Mediendiensten, die die Prüfung nicht vollständig bestanden, gibt es nur geringfügige Mängel, z.B. ist die Erklärung etwa nicht online zu finden oder die Unterschrift fehlt. Dem Verein Jugendmedienschutz liegt jedoch von allen diesen Mediendiensten eine Jugendschutzerklärung vor.

1.1.3. Prüfung der Sender auf Jugendschutzkonformität

Nach wie vor erfolgt die Prüfung der Sender und Programme auf Jugendschutzkonformität in der Geschäftsstelle ganzjährig. Dabei findet eine stichprobenhafte Prüfung bei audiovisuellen Mediendiensten durch das Ansehen von Filmen und Programmen statt. Geprüft wird, ob

- a) die Kennzeichnungspflicht (Ankündigung durch akustische Zeichen oder/und Kenntlichmachung durch optische Mittel während der gesamten Sendung und
- b) die Hinweispflichten (Altershinweis und Gefährdungshinweis) gegeben sind.

Es finden durchschnittlich ein bis zwei Prüfungen pro Monat statt, wie auch in den Jahren zuvor. In diesem Jahr hat man den Fokus weiter auf viele kleinere Mediendienste gelegt. Sobald in diesem Zusammenhang Ungereimtheiten auftreten, etwa in Hinblick auf gegebenenfalls fehlerhafte Kennzeichnungs- bzw. Hinweispflichten, wird der Mediendienst umgehend darauf hingewiesen. Die Zusammenarbeit mit den Mediendiensten wird dadurch intensiviert und kann als äußerst positiv beurteilt werden.

1.1.4. Überarbeitung der Liste der audiovisuellen Mediendienste, die den Verein Jugendmedienschutz anerkannt haben

Im Sommer 2024 hat die Geschäftsstelle des Vereins außerdem mit einer Gesamtüberarbeitung der Liste jener österreichischen, audiovisuellen Mediendienste begonnen, die den Verein durch eine unterschriebene Jugendschutzerklärung bereits anerkannt haben. Dabei wurde insbesondere kontrolliert, ob der Mediendienst noch existent ist, die Jugendschutzerklärung noch aktuell bzw. vollständig und ob diese öffentlich gemacht wurde.

2. Beschwerdebilanz 2024

In ihrem jährlichen Tätigkeitsbericht hat die Selbstkontrolleinrichtung die Öffentlichkeit u.a. über die im vergangenen Jahr getroffenen Maßnahmen und Entscheidungen, einschließlich der wegen Verstößen gegen die Verhaltensrichtlinien verhängten Sanktionen zu informieren (§ 32a Abs. 2 Z 5 KOG).

2.1. Überblick über Beschwerden und Entscheidungen

Im Kalenderjahr 2024 wurden vier förmliche Beschwerden wegen eines Verstoßes gegen die Verhaltensrichtlinien bei der Selbstkontrolleinrichtung eingebracht.

Die Bearbeitung der letzten Beschwerde im Kalenderjahr 2023, welche in der Geschäftsstelle am 30.12.2023 einging, fiel in das Kalenderjahr 2024 (einen entsprechenden Vermerk gab es bereits im Tätigkeitsbericht 2023) und war somit die erste bearbeitete Beschwerde in 2024

Folgende Beschwerdegründe lagen bei dieser Beschwerde vor:¹

Diese Sendung wurde vom xxx mit 12+ gekennzeichnet. Sie ist aber laut FSK.de erst ab 16 Jahren freigegeben.

Die Sendung enthält eine Folderszene sexualisierter Gewalt, bei der eine Darstellerin einer anderen einen Kaktus in den Mund steckt in offensichtlicher Suggestion an oralen Sex. Die Verletzung des Mundes wird zuvor gezeigt. Aus meiner Sicht gefährdet der Inhalt die Entwicklung von Jugendlichen/Kindern und ist für 12+ daher nicht freizugeben. Damit wird aus meiner Sicht xxx des xxx Gesetzes verletzt.

Folgende Entscheidung wurde vom Verein Jugendmedienschutz getroffen:

Es liegt ein Verstoß gegen die Kennzeichnungspflicht vor, der [TV-Anbieter] hat daher gegen die Verhaltensrichtlinien verstoßen.

Mit folgender rechtlicher Begründung wurde die Entscheidung versehen:

Während des Hauptabendprogramms zwischen 20 und 22 Uhr dürfen gemäß den Empfehlungen zu den Sendezeitgrenzen der „Gemeinsamen Verhaltensrichtlinien zum Schutz von Minderjährigen in audiovisuellen Angeboten aus Österreich“ Sendungen mit einer Alterseinstufung ab 12 Jahren oder darunter oder, soweit das Wohl jüngerer Minderjähriger dem nicht entgegensteht, im Einzelfall ab 16 Jahren (jedoch nicht ab 18 Jahren) ausgestrahlt werden, wobei für die Altersstufe „ab 14“ bzw. „14+“ eine Kennzeichnung nicht verpflichtend ist, aber auf freiwilliger Basis erfolgen kann.

Gegen eine Alterseinstufung der Sendung ab 12 Jahre spricht hier, dass es sich um eine Darstellung von sexualisierter Gewalt handelt, die für Jugendliche unter

¹ Aus Datenschutzgründen werden die Angaben anonymisiert.

16 Jahren verstörend, beängstigend und emotionalen Stress evozierend wirkt. Die von Sophie Rois gespielte Protagonistin nützt ihre Macht missbräuchlich, um bei der von Lisa Lena Tritschler gespielten Protagonisten sexuelle, sadistische Gewalt anzuwenden, indem sie sie zwingt „Oral-Sex“ an einem Kaktus durchzuführen.

Entgegen der Ausführung des Mediendienstanbieters findet die Gewaltdarstellung nicht weitgehend durch Andeutung statt, sondern wird durchaus explizit und klar erkennbar (auch wenn sie teilweise aus der Totalen gefilmt wird) gezeigt. Ein wenig entkräftigt wird die Szene dadurch, dass es sich um eine Rückblende handelt und die Zuseher die von Lisa Lena Tritschler gespielte Protagonistin zuvor relativ ruhig und gefasst (zusammen mit ihrem Sohn) im Spital sehen. In Summe ist der dargestellte Akt der Gewalt, zumal es sich um sexualisierte, zum Sadismus neigende Gewalt handelt, für Minderjährige unter 16 Jahren schwer oder nicht ohne emotionalen Stress einzuordnen und daher nicht geeignet.

Es liegt daher ein Verstoß gegen die Kennzeichnungspflicht vor. Der Mediendienstanbieter hätte die Sendung im Hauptabendprogramm mit „Ab 16 Jahren“, plus entsprechenden Deskriptoren kennzeichnen müssen.

Die **erste Beschwerde** in diesem Kalenderjahr ist am 21.03.2024 in der Geschäftsstelle eingegangen.

Folgende Beschwerdegründe lagen vor:

Unter dem Titel Viva La Vulva - Versteckt, verteufelt und verspottet sendet ATV unter dem Vorwand einer wissenschaftlichen Sendung zu einer Zeit, zu der noch ausreichend Jugendliche vor dem Fernseher sitzen pornografische Inhalte. Es spricht nichts gegen das Thema an und für sich. Die dazu gezeigten Sequenzen inklusive Einführung "medizinischer" Geräte mit den dazugehörigen Kommentaren sind eine Sauerei.

Folgende Entscheidung wurde vom Verein Jugendmedienschutz getroffen:

Es liegt kein Verstoß gegen die Verhaltensrichtlinien vor, allerdings wird empfohlen, eine weitere Ausstrahlung erst nach 20 Uhr zu senden.

Mit folgender rechtlicher Begründung wurde die Entscheidung versehen:

Der wissenschaftliche Aspekt der Sendung ist klar und deutlich zu erkennen. Es werden zwar explizite Aufnahmen der Schönheitsoperationen und damit der Vulva gezeigt, doch dies alles im Rahmen eines medizinischen Eingriffs. Durch die Alterskennzeichnung „12+“ und dem Gefahrenhinweis „Sexualität“ kommt der Sender seiner Aufgabe nach, darauf hinzuweisen, dass die Sendung für ein jüngeres Publikum nicht geeignet ist. Minderjährige ab 12 Jahren nehmen Inhalte in der Regel im Gesamtzusammenhang wahr und können einzelne Szenen in den Kontext des Gesamtinhalts einordnen und allenfalls für sich relativieren. Sie sind aufgrund ihrer Medienerfahrung in der Lage, kognitive Distanz zu entwickeln.

Die **zweite** Beschwerde in diesem Kalenderjahr ist am 04.04.2024 eingegangen.

Folgende Beschwerdegründe lagen vor:

Ich wende mich heute an Sie, um eine Beschwerde über eine äußerst bedenkliche Werbekampagne zu äußern, die meiner Ansicht nach eine negative Auswirkung auf die Jugend hat.

Der [TV-Anbieter] wirbt derzeit für eine Reality-TV-Serie mit einem Teaser, in dem eine Dame mit folgender Aussage ihren Gebrauch einer Abnehmen-Spritze kommentiert: "Ich hab lieber etwas Durchfall und dafür meine Traumfigur."

Diese Werbung vermittelt eine gefährliche Botschaft, die nicht nur einen ungesunden Umgang mit dem eigenen Körper propagiert, sondern auch Schönheitsideale auf eine alarmierende Weise verzerrt.

Gemäß Punkt 2.1.1. der Gemeinsamen Verhaltensrichtlinien zum Schutz von Minderjährigen in audiovisuellen Angeboten aus Österreich ist festgelegt, dass Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen könnten, so bereitgestellt werden müssen, dass sie üblicherweise nicht von Minderjährigen wahrgenommen werden können. Die Anbieter haben somit mit zumutbarem Aufwand dafür zu sorgen, dass diese Inhalte möglichst („üblicherweise“) nicht von Minderjährigen konsumiert werden können. Der genannte Slogan verstößt eindeutig gegen diese Grundregeln aus mehreren Gründen.

Förderung von gesundheitsschädlichem Verhalten: Der Slogan legt nahe, dass es akzeptabel oder sogar erstrebenswert ist, gesundheitliche Probleme wie Durchfall zu akzeptieren, solange man dabei eine bestimmte Körperform erreicht. Dies fördert ein äußerst bedenkliches Verständnis von Gesundheit und Selbstwertgefühl.

Verzerrte Schönheitsideale: Der Slogan suggeriert, dass eine "Traumfigur" wichtiger ist als die eigene Gesundheit und Wohlbefinden. Dies verstärkt negative Schönheitsstandards und kann bei jungen Menschen zu einem gestörten Körperbild führen, indem sie glauben, dass extreme Maßnahmen wie die Akzeptanz von gesundheitlichen Problemen akzeptabel sind, um einem unrealistischen Schönheitsideal zu entsprechen.

Folgende Entscheidung wurde vom Verein Jugendmedienschutz getroffen:

Es ist auf dem gewählten Sendeplatz keine Kennzeichnung erforderlich und es kann kein Verstoß gegen die Verhaltensrichtlinien festgestellt werden.

Mit folgender rechtlicher Begründung wurde die Entscheidung versehen:

Der Expert:innenrat sieht im Programmhinweis [Name des Programmhinweises] keine Förderung oder positive Propagierung von sog. Abnehm-Spritzen unter Billigung damit eventuell einhergehendem gesundheitsschädlichem Verhalten. Es ist lediglich eine kurze und realistische Darstellung der Spritze und ein O-Ton der gezeigten Person, die jeweils für sich wie im Zusammenhang keinerlei positiven Anknüpfungspunkt für Minderjährige setzen und damit keine

Entwicklungsbeeinträchtigung zur Folge haben. Ein Identifikationspotential mit der Protagonistin ist nicht ersichtlich.

Auch darüber hinaus suggeriert der Programmhinweis nicht, dass das Anstreben eines bestimmten Körperbildes („Traumfigur“) wichtiger sei als die eigene Gesundheit und Wohlbefinden. In diesem Zusammenhang ist auch nicht zu beanstanden, wenn ein bestimmtes Körperbild dargestellt wird, das in der Bevölkerung überwiegend als positiv angesehen wird. Würde man dem allein schon eine Suggestivwirkung zusprechen, könnte faktisch kaum ein Körperbild medial dargestellt werden, ohne dass sich der Mediendiensteanbieter irgendeinem Vorwurf ausgesetzt sähe.

Die **dritte Beschwerde** in diesem Kalenderjahr ist am 30.04.2024 in der Geschäftsstelle eingegangen.

Folgende Beschwerdegründe lagen vor:

Am Donnerstag, [Datum], sah man in der Sendung [Name der TV-Sendung] bei [TV-Anbieter] einen Trailer, der [Name des Programmhinweises] genannt wird, einen verstörenden Teil.

Bei dem 2 Minuten Spot wird im Hinblick auf die modernen Sexpraktiken, wie Puppen mit KI darauf hingewiesen, dass man diesem „Kind“ beibringt zu leben und zu interagieren. Davor noch eine Anspielung auf prominente Gesichter mit 18-jährigen Körpern, da der Fantasie keine Grenzen gesetzt sind.

Eine derartige Perversion um 19:00 Uhr auszustrahlen und den Sexpartner als Kind zu nennen, dem man beibringt zu interagieren, ist nicht akzeptabel.

Das verharmlost und verleitet zu unmoralischen Tätigkeiten.

Folgende Entscheidung wurde vom Verein Jugendmedienschutz getroffen:

Es ist auf dem gewählten Sendeplatz keine Kennzeichnung erforderlich und es kann kein Verstoß gegen die Verhaltensrichtlinien festgestellt werden.

Mit folgender rechtlicher Begründung wurde die Entscheidung versehen:

Der gesamte Inhalt des Programmhinweises ist nicht potenziell entwicklungsbeeinträchtigend für Kinder und Jugendliche. Weder die gezeigten Bilder noch deren Kommentierung bieten einen Anhaltspunkt für eine anderweitige Qualifizierung. Auch der Hinweis auf Sexspielzeug in Form von menschenähnlichen Puppen und deren Weiterentwicklung sowie Bilder solcher Puppen sind - gerade auch aufgrund ihrer Oberflächlichkeit und Kürze in diesem Programmhinweis - nicht geeignet, die Entwicklung von Minderjährigen zu beeinträchtigen. Weiters meint die Verwendung des Wortes „diesem Kind“ im O-Ton semantisch keine Sexualisierung Minderjähriger, sondern ist im Sinne von „KI-Programm im Entwicklungsstadium“ lediglich ein Sprachbild. Dies ist klar erkennbar und auch für sprachlich weniger versierte oder nebenbei konsumierende Zuseher kaum anders interpretierbar.

Die **vierte** Beschwerde wurde am 23.07.2024 eingebracht.

Folgende Beschwerdegründe lagen vor:

Am [Datum] um ca. [Uhrzeit] befand sich auf der Titelseite von [Website des Mediendienstes] ein Nacktfoto einer Theateraufführung, verlinkter Artikel: [URL]. Die Startseite von [Website des Mediendienstes] ist ohne Zugangsbeschränkungen für Jugendliche zugänglich. Deswegen möchte ich eine Beschwerde wegen pornographischer Inhalte einreichen.

Daraufhin erfolgte eine Zurückweisung mit folgendem Inhalt:

Zurückweisung der Beschwerde

Die Beschwerde ist doppelt unzulässig.

Einerseits ist sie verfristet, der Grund der Beschwerde liegt länger als 4 Wochen zurück (Beschwerdefrist gem. Art 2 Abs. 7 Verfahrensordnung). Andererseits ist der Beschwerdegegenstand ein Foto. Nach Art 2 Abs. 2 VO ist die Zuständigkeit des Vereins Jugendmedienschutz auf „Sendungen“ in audiovisuellen Mediendiensten beschränkt; Fotos können daher nicht in Beschwerde gezogen werden.

Die Beschwerde wurde daher in beiden Punkten gemäß Art 6 Abs. 3 iVm Art 7 der geltenden Verfahrensordnung (offensichtlicher Mangel) zurückgewiesen.

Der Beschwerdeführer/die Beschwerdeführerin wurde über zuständige Behörden informiert.

Die Zusammenfassung der Beschwerden wurde auf der Website des Vereins Jugendmedienschutz veröffentlicht: <https://www.jugendmedienschutz.at/entscheidungen/>.

3. Österreichische Blogger:innen und Influencer:innen Veranstaltung

Bereits 2023 wurden intensive Vorarbeiten für Veranstaltung für österreichische Blogger:innen und Influencer:innen zum Thema Selbstregulierung in der Werbung und beim Jugendschutz geleistet, die am 29. Februar 2024 im 25hours Hotel in Wien stattfand. Besonders die Überzeugungsarbeit, österreichische Influencer:innen als Speaker:innen oder als Panelteilnehmerinnen für das Event zu gewinnen, erforderte genügend Vorlaufzeit.

Unter dem Titel „Influencer:innen – zwischen schneller Reichweite und verantwortungsbewusstem Handeln“ konnte der Verein Jugendmedienschutz gemeinsam mit dem Österreichischen Werberat mehr als 100 Interessent:innen aus den Bereichen Agenturen, auftraggebende Wirtschaft und Medien sowie zahlreiche

Influencer:innen und Vertreter:innen von Medienbehörde, Ministerium und Sozialpartnern usw. bei der Fachveranstaltung begrüßen.

Besonderes Licht wurde dabei auf den Jugendschutz geworfen. Social Media, Videoplattformen und Co. gehören zu den digitalen Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen und dabei stoßen sie auch auf Online-Risiken.

In dieser Diskussionsveranstaltung rund um Influencer:innen und deren ethische Verantwortung in den Bereichen der Werbung und des Jugendschutzes wurde sodann auch die Studie präsentiert, die 2023 von JMS und dem Österreichischen Werberat in Auftrag gegeben wurde. Die Fachhochschule St. Pölten Forschungs-GmbH unter dem Leiter Prof. Lischka widmet sich darin insbesondere Fragen nach dem Bewusstsein und der Kenntnis ethischer Konzepte, die die Themen Verantwortung (in Hinblick auf Diskriminierung, Gewaltdarstellungen, aber auch Vorgaben zur Bewerbung von gesundheitsschädlichen Produkten), Transparenz, Vorbildwirkung (v.a. hinsichtlich der Bedeutung, die diese Kommunikations- und Marketingform für Kinder und Jugendliche hat) u.ä. umfassten. Dabei standen neben den Influencer:innen selbst auch die im Themengebiet tätigen Agenturen (bspw. Digital Marketing Agenturen) und das Feld der Auftraggeber:innen (bspw. bestimmte Markenartikel) im Fokus. Dr. Gabriele Falböck, Dozentin an der FH St. Pölten, fasste die Ergebnisse als erste Keynote in der Veranstaltung zusammen und lieferte dabei wichtige Impulse auch für die anschließende Podiumsdiskussion.

Das erste Panel fokussierte sich auf die Werbung und die richtige Kennzeichnung und im zweiten Panel ging es schließlich um das Thema Jugendmedienschutz. In ihrem Impuls-Statement erläuterte Lidia de Reese von der F.S.M. Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V., die von JMS für den Vortag gewonnen werden konnte, zunächst die potenziellen Risiken, auf die Kinder und Jugendliche in der Online-Welt stoßen können und wie diese mit Maßnahmen der Medienbildung und -erziehung befähigt werden können, sich kompetent und kritisch in ihren Online-Welten zu bewegen.

Im Panel selbst, an dem mehrere bekannte österreichische Influencer:innen teilnahmen, wurde die besondere Verantwortung thematisiert, die Influencer:innen mit Blick auf ihr minderjähriges Publikum und dessen Schutzbedürfnisse zukommt. Worauf die Influencer:innen achten müssen und welche Hilfestellungen sie sich von Behörden erwarten, waren zentrale Punkte des Jugendmedienschutz-Panels.

Auch der Verein Jugendmedienschutz, der für die Organisation des Jugendmedienschutz-Panels verantwortlich zeichnete, war in der Person der Geschäftsstellenleiterin Alice Krieger-Schromm als Mitdiskutant beteiligt. Krieger-Schromm informierte über die Zuständigkeit des Jugendmedienschutzvereins, dessen Verhaltensregeln sowie das Beschwerdesystem und beantwortete Fragen aus dem Publikum.

Sowohl die Studie als auch die Ergebnisse aus der Diskussionsveranstaltung zeigten unterm Strich rechtliche Wissenslücken bei Influencer:innen. Das Bewusstsein für grundsätzliche Verpflichtungen ist vorhanden, Detailwissen über rechtliche Vorgaben existiert jedoch nicht. Und gerade aufgrund des großen Einflusses, den Influencer:innen auf Kinder und Jugendliche mitunter haben, ist es umso wichtiger, dass die Ziele und Anforderungen des Jugendschutzes auch in die Gestaltung ihres Contents einfließen. Voraussetzung dafür ist das Wissen über Jugendschutzvorgaben.

Der Verein Jugendmedienschutz konnte daher sowohl mit der in Auftrag gegebenen Studie als auch der Veranstaltung selbst einen aktiven Beitrag für mehr Bewusstsein für das Thema Jugendmedienschutz bei Influencer:innen leisten. Jedoch steht außer Frage, dass man sich als Selbstkontrolleinrichtung auch weiter mit dem Thema Influentum beschäftigen und diesen Berufsstand auf seinem Weg zu mehr Transparenz und Verantwortungsbewusstsein unterstützen wird.

3.1. Akademie für Werbeethik

Als Initiatoren der ersten österreichischen Blogger:innen und Influencer:innen Veranstaltung gewannen sowohl der Verein Jugendmedienschutz als auch der Österreichische Werberat wichtige Erkenntnisse für die Weiterentwicklung von Initiativen im Rahmen der Selbstregulierung.

Infolgedessen gründete der Werberat im Herbst 2024 den Verein „Akademie für Werbeethik“ („#ethicalAD“). Der Verein wird ab dem nächsten Jahr umfassende Schulungen und Zertifizierungen anbieten, um Werbetreibende, Unternehmen und Influencer:innen in verantwortungsvoller, transparenter und vertrauenswürdiger Kommunikation zu stärken. Die erste Schulung richtet sich an Influencer:innen und vermittelt zentrale Themen wie korrekte Werbekennzeichnung, den Schutz vulnerabler Zielgruppen und nachhaltige Kommunikationspraktiken. Der Verein Jugendmedienschutz ist ordentliches Mitglied des Vereins „Akademie für Werbeethik“ und im Vorstand vertreten. Er war in die Erstellung der Schulungsunterlagen den Jugendschutzteil betreffend sehr stark eingebunden und lieferte für zwei Module drei Erklärvideos, die Influencer:innen beim Lernen unterstützen und den Inhalt begreiflicher machen sollen.

4. Zweite JMS-Expert:innenratschulung

Nachdem der Expert:innenrat und dessen fachliche Kenntnis das Herzstück des Beschwerdesystems des Vereins Jugendmedienschutz darstellen, war es naheliegend, erneut eine Fortbildungsveranstaltung für die Mitglieder des Expert:innenrats zu organisieren. Bereits 2022 wurde von der Geschäftsstelle des Vereins gemeinsam mit den Fachleuten der deutschen Selbstregulierungsorganisation FSF (Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen) ein Workshop (Zertifizierungskurs) organisiert. Nachdem dieser von sehr großem Erfolg gekrönt war und die Stimmen im Expert:innenrat nach einer Fortführung laut wurden, gab es im November 2024 einen zweiten Teil der Schulung, welcher sich über 1,5 Tage erstreckte. Der Erfahrungsaustausch mit internationalen Kolleg:innen stand erneut im Fokus. Während der Schulung wurden wieder wertvolle Einblicke in die Praxis der FSF gewährt, konkrete Fallkonstellationen oder Problemstellungen im Detail erörtert und „best practice“ Beispiele diskutiert. Zudem vertieften sich die Teilnehmer:innen in zahlreiche jugendmedienschutzrechtliche Studien und gemeinsam wurde dem Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen auf den Grund gegangen. Die internationale Zusammenarbeit und der Erfahrungsaustausch mit versierten und hochqualifizierten Kolleg:innen soll auch in Zukunft fortgeführt werden. Zum Abschluss erhielten alle Teilnehmer ein Zertifikat der FSF.

5. Öffentlichkeitsarbeit

Ein wichtiger Teil der Arbeit im Jahr 2024 bestand weiterhin darin, sicherzustellen, dass die Kontrollfunktion der Einrichtung von der interessierten Öffentlichkeit wahrgenommen und auch in Anspruch genommen wird.

Erklärtes Ziel des Vereins ist es, die Bekanntheit über die Jahre immer weiter zu steigern. Sich deshalb um eine fortwährende und intensivere Vernetzung mit privaten und öffentlichen Stakeholdern zu bemühen, ist dabei unerlässlich.

5.1 Stakeholder

Durchgehend über das Jahr 2024 konzentrierte sich die Vereinsarbeit deshalb auch wieder auf die Vernetzung mit relevanten Stakeholdern. Im Zentrum dabei stand, Kontaktpersonen ausfindig zu machen, Gespräche zu wichtigen jugendschutzrechtlichen Themen zu führen und persönliche Kennenlerntermine zu absolvieren. Dabei sollte vor allem auf die Herausarbeitung von Überschneidungspunkten als auch das Schaffen von Kooperationen abgezielt werden.

Als Ergebnis für 2024 kann dabei die Erlangung einer stärkeren Bekanntheit des Vereins Jugendmedienschutz, eine größere Berichterstattung über den Verein, als auch die Empfehlung zu weiteren Stakeholdern bzw. die Terminebnung zu diesen, verbucht werden.

Nachfolgend werden die verschiedenen Stakeholder Termine zusammengefasst angeführt und Resultate aus den Terminen präsentiert. In all diesen Gesprächen stand und steht auch in Zukunft der gegenseitige Austausch im Vordergrund sowie das Ausloten von möglichen Kooperationsmöglichkeiten, die sich oft auch erst zu einem späteren Zeitpunkt ergeben.

Der erste Stakeholder Termin im Jahr 2024 war jener mit „fit4internet“. Der Verein fit4internet wurde 2018 von der Wirtschaft (wie A1, Post usw.) gegründet. Er möchte die digitalen Kompetenzen der Bevölkerung steigern, so auch die der Kinder und Jugendlichen in Österreich, und entwickelt unter anderem Evaluierungsformen zu modernen Technologien.

fit4internet führt zudem Studien zur digitalen Fitness durch. Ihre Zielgruppe sind der Arbeitsmarkt und Arbeitnehmer:innen im Alter ab 15 Jahren. Sich mit dieser Organisation zu vernetzen war daher sehr naheliegend.

Im Mai fand ein Termin mit dem „Netzwerk Kinderrechte Österreich“ statt. Es folgte ein gegenseitiges Update über die aktuellen Schwerpunkte der Arbeit.

Ab Frühsommer 2024 begann sich der Verein Jugendmedienschutz auf die österreichischen Regierungsparteien zu konzentrieren.

Im Juni 2024 fand ein Termin mit der ÖVP statt.

Im selben Monat trat JMS das Austauschgespräche zum Jugendmedienschutz mit der FPÖ sowie mit der SPÖ an. Im Zentrum all dieser Gespräche stand, neben dem Austausch der Arbeit, auch die Influencer:innen Problematik. Dies in Bezug auf zum Teil fehlende Richtlinien aber auch auf für Jugendliche problematische Inhalte auf sozialen Medien. Die ÖVP möchte u.a. die in die EU entsandten Vertreter weiter sensibilisieren, um dieses Thema auf EU-Ebene voranzutreiben,

denn man brauche diesbezüglich Lösungen, die die EU in ihrer Gesamtheit betreffen.

Im September traf sich JMS mit dem Familienministerium/Abteilung Familienrechtspolitik, Sektion Kinder und Jugend.

Es wurde von Seiten des Ministeriums das Angebot gemacht auf der Website www.gewaltinfo.at über den Verein Jugendmedienschutz 2025 zu berichten.

Im Oktober gab es einen Termin mit den Grünen in Wien. der Sprecherin für Gesundheit und Pflege

Im November fand ein Kennenlernertermin mit UNESCO statt. UNESCO hat eine Richtlinie zur Regulierung digitaler internationaler Plattformen entworfen, die sich auf den globalen Raum bezieht. Dabei gab es auch eine enge Zusammenarbeit mit der Europäischen Kommission. UNESCO hat den Schwerpunkt der Arbeit in all ihren Programmen auf „Priority Youth“ gesetzt, dabei darauf abzielend, dass auch immer wieder Jugendliche als ehrenamtlich tätige Mitarbeiter tätig werden dürfen (zB im Rahmen des UNESCO Youth Forum, zb. Climate Justice). Weiters hat diese Organisation auch einen Schwerpunkt im Bildungsbereich. Der Verein Jugendmedienschutz wird den Kontakt weiter pflegen, zukünftige Kooperationen sind nicht auszuschließen.

Im Jahr 2025 möchte sich der Verein in Bezug auf die Stakeholder Arbeit intensiver auf Landesorganisationen konzentrieren und mit ihnen in Kontakt treten.

5.2 Pressearbeit, Vorträge, Interviews

Die erste APA-OTS Aussendung im Jahr erfolgte am 29.02.2024, um die ersten Ergebnisse der in Kooperation mit dem Österreichischen Werberat in Auftrag gegebenen Studie zu präsentieren.² Der Titel war: „Studie des Österreichischen Werberats und des Jugendmedienschutzvereins: Influencer:innen in Österreich zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung“. In der Aussendung thematisiert wurden sowohl die Ergebnisse der Studie, als auch die Verantwortung von Influencer:innen und ihren Auftraggeber:innen gegenüber der Gesellschaft in Österreich. Die APA-OTS Aussendung wurde gemeinsam mit dem Österreichischen Werberat ausgesendet.

Am 29.02.2024 besetzte Geschäftsstellenleiterin Krieger-Schromm das Jugendschutzpanel, das im Rahmen der Österreichischen Influencer:innen und Blogger:innen Veranstaltung stattfand. Sie lieferte dort u.a. Input zur Organisation der Selbstkontrollereinrichtung, den mit der Branche entwickelten Verhaltensrichtlinien sowie Information zu einer im Verein eingegangenen Beschwerde, die eine österreichische Influencerin betraf.

Am 05.03.2024 erfolgte sodann die zweite APA-OTS Aussendung, in der über die Österreichische Influencer:innen- und Blogger:innen Veranstaltung, die im

² https://www.jugendmedienschutz.at/wp-content/uploads/2025/01/2024-02-29_Medieninformation_JMS_OeWR_Influencerstudie.pdf

Februar stattfand, berichtet wurde.³ Der Titel war „Veranstaltung des Österreichischen Werberats und Jugendmedienschutzvereins: ‚Influencer:innen – zwischen schneller Reichweite und verantwortungsbewusstem Handeln‘ “. Das große Interesse am Thema Influencer:innen und deren Umgang mit ethischen und Jugendschutz-Richtlinien in Bezug auf Werbung und Jugendschutz im Sinne der Selbstregulierung wurde dabei besonders betont.

Die nächste APA-OTS Aussendung des Vereins Jugendmedienschutz im Jahr 2024 erfolgte am 19.03.2024 zum Thema „Jugendmedienschutzverein präsentiert Tätigkeitsbericht 2023“.⁴

Darin wurden neben dem Tätigkeitsbericht auch die Schwerpunkte der Arbeit im vergangenen Jahr präsentiert. Das Bestreben, dass Rolle und Aufgabe der Einrichtung von der interessierten Öffentlichkeit wahrgenommen werden, die weitere intensive Vernetzung mit privaten und öffentlichen Stakeholdern, sowie die effektive Medienarbeit, hob der Verein besonders hervor. Durch Interviews in Qualitätsmedien, Vorträge und die Teilnahme an einem Panel im Rahmen der Österreichischen Medientage wurde die Arbeit 2023 noch unterstrichen. Wichtig war außerdem der deutliche Anstieg von Beschwerden im Jahr 2024, konkret eine Verdreifachung im Vergleich zur Zahl von 2022.

Am 07.11.2024 informierte IAA Austrian Chapter, die Networking Plattform für Kommunikations- und Mediaagenturen, online unter dem Titel „Kick-Off-Event des IAA Creator Hub - ein Erfolg auf ganzer Linie“ unter anderem auch über die neuen Schulungsmodule und Zertifizierungsmaßnahmen, die künftig von der neu gegründeten Akademie für Werbeethik, initiiert durch den WKO Fachverband Werbung, den Jugendmedienschutzverein und den Österreichischen Werberat – angeboten und über den IAA Creator Hub Austria zugänglich sein werden. Auch hier findet der Verein Jugendmedienschutz Erwähnung und erzielt dadurch größere Bekanntheit.⁵

Am 26.11.2024 berichtete Krieger-Schromm im Rahmen der Jubiläums-Mitgliederversammlung des Österreichischen Werberats über den Beitrag des Vereins Jugendmedienschutz, der in Form von Schulungsvideos für die neue Akademie für Werbeethik geleistet wurde.

Nach wie vor ist der Verein Jugendmedienschutz auf LinkedIn vertreten. So möchte man auch über dieses Onlinetool die Aufmerksamkeit auf JMS richten und möglichst viele Menschen erreichen.

5.3 Austausch mit jugendmedienschutzrechtlichen Organisationen im Ausland

Im Juli suchte der Verein Jugendmedienschutz den Austausch mit dem Institut für Europäisches Medienrecht (EMR). EMR hat im März 2023 ein

³ https://www.jugendmedienschutz.at/wp-content/uploads/2024/03/2024-03-05_Medieninformation_JMS_OeWR_Influencerevent.pdf

⁴ https://www.jugendmedienschutz.at/wp-content/uploads/2024/03/2023-03-20_Medieninformation_JMS_Taetigkeitsbericht_2023.pdf

⁵ <https://www.iaa-austria.at/news/kick-off-event-des-iaa-creator-hub---ein-erfolg-auf-ganzer-linie>

Jugendmedienschutz-Gutachten für die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) in Deutschland veröffentlicht. Darum war es naheliegend hier in Kontakt zu treten.

Zwischenzeitlich gibt es ein zweites Gutachten des EMR für die KJM zum Thema Künstliche Intelligenz und Kinder- und Jugendmedienschutz, in dem u.a. auch die Bedeutung von Selbstkontrolleinrichtungen in diesem Kontext betont wird.

JMS wird diesen Kontakt pflegen und bei Bedarf zu allfälligen weiteren Gutachten zur Bedeutung von jugendschutzrechtlichen Selbstkontrolleinrichtungen beitragen.

Eine Vernetzung mit ähnlich ausgerichteten jugendschutzrechtlichen Einrichtungen wird im neuen Jahr auch anlassbezogen auf das Ausland ausgedehnt.

6. Interne Vereinsorganisation

Auch aufgrund der mittlerweile vielfachen Erprobung des Beschwerdemanagements im Verein kann man von einer funktionierenden Selbstkontrolleinrichtung sprechen. Der Verein Jugendmedienschutz ist in einem vollen Regelbetrieb angekommen. Dennoch ist JMS sowohl im ständigen internen Austausch, als auch in Gesprächen mit österreichischen audiovisuellen Mediendiensten, Beschwerdeführer:innen, Stakeholdern usw., um sich ständig weiterzuentwickeln und ggf. notwendige Adaptionen am System vorzunehmen. Der Verein Jugendmedienschutz nimmt Feedback ernst und will sich zu einer fixen Größe im Bereich des Österreichischen Jugendmedienschutz entwickeln.

6.1. Förderwesen

Alljährlich wird der durchgehenden Dokumentation der Vereinstätigkeiten große Beachtung geschenkt, um die Förderrichtlinien gewissenhaft einzuhalten. Für die Abwicklung des Förderantrages im März 2024 wurden alle Anforderungen erfüllt und eine positive Förderzusage erteilt.

A

7. Zusammenfassung der Tätigkeiten des Vereins im vierten Jahr nach Gründung

Abschließend wird zur besseren Veranschaulichung eine chronologische Zusammenfassung der Tätigkeiten des Vereins Jugendmedienschutz im Jahr 2024, auf Quartale aufgeteilt, gezeigt:

Ende 2023:	- Vorbereitung zur Förderabwicklung 2024
1. Quartal 2024	- Bearbeitung und Entscheidung der im Dezember 2023 eingegangenen Beschwerde - Verfassung und Fertigstellung des Tätigkeitsberichts 2023 und des Wirksamkeitsberichts 2023 - Eingang der ersten Beschwerde des Jahres 2024, Bearbeitung, Entscheidung

	<ul style="list-style-type: none"> - Stakeholder-Termin Fit4Internet - APA-OTS Meldung „Studie des Österreichischen Werberats und des Jugendmedienschutzvereins: ‚Influencer:innen in Österreich zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung‘ “ mit dem ÖWR - Austragung Österreichische Blogger:innen und Influencer:innen Veranstaltung - Besetzung des Jugendschutzpanels bei der Österreichischen Influencer:innen Veranstaltung durch Geschäftsstellenleiterin Krieger-Schromm - APA-OTS Meldung „Veranstaltung des Österreichischen Werberats und Jugendmedienschutzvereins: ‚Influencer:innen – zwischen schneller Reichweite und verantwortungsbewusstem Handeln‘ “ mit dem ÖWR - APA-OTS Meldung „Jugendmedienschutzverein präsentiert Tätigkeitsbericht 2023“ - Vorbereitung und Einreichung des Förderantrags 2023
<p>2. Quartal 2024:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Eingang der zweiten Beschwerde des Jahres 2024, Bearbeitung, Entscheidung - Eingang der dritten Beschwerde des Jahres 2024, Bearbeitung, Entscheidung - Planung und Durchführung der ersten Vorstandssitzung des Jahres des Vereins - Stakeholder-Termin Netzwerk Kinderrechte - Stakeholder-Termin ÖVP - Stakeholder-Termin FPÖ - Stakeholder-Termin SPÖ
<p>3. Quartal 2024:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Planung und Durchführung der zweiten Vorstandssitzung des Jahres des Vereins - Eingang der vierten Beschwerde des Jahres 2024, Bearbeitung, Entscheidung - Stakeholder-Termin Familienministerium/Abteilung Familienrechtspolitik, Sektion Kinder und Jugend - Vorbereitung und Einreichung des ersten Förderantrags 2024 - Austauschgespräch mit des EMR - Branchenweite Information über den Inhalt der Verhaltensrichtlinien sowie Einholung von weiteren (formalen) Zustimmungserklärungen zu den Verhaltens- und Verfahrensrichtlinien des Vereins, - Intensive Akquise neuer Jugendschutzerklärungen - Grundüberarbeitung und Überprüfung der dem Verein vorliegenden Daten der Mediendienste, die eine Jugendschutzerklärung abgegeben haben

	<ul style="list-style-type: none"> - Kontrolle der JMS-Mediendienste auf die rechtlichen Verpflichtungen
4. Quartal 2024:	<ul style="list-style-type: none"> - Intensive Akquise neuer Jugendschutzzerklärungen - Stakeholder-Termin mit Grünen in Wien - Stakeholder-Termin UNESCO - JMS-Beitrag bei der Erstellung der Schulungsunterlagen für die Akademie für Werbeethik - JMS wird Vorstandsmitglied in der Akademie für Werbeethik - Onlinebericht von IAA Austrian Chapter „Kick-Off-Event des IAA Creator Hub - ein Erfolg auf ganzer Linie“ unter Erwähnung JMS - Planung und Durchführung der dritten Vorstandssitzung des Jahres - Planung und Durchführung der ersten Generalversammlung des Jahres - Organisation und Ausrichtung der 2. JMS-Expert:innenratsschulung - Vorbereitung der zu erstellenden Berichte für das Jahr 2023 (Tätigkeitsbericht, Wirksamkeitsbericht) durch die Geschäftsstelle sowie Briefing des unabhängigen Prüfers für die extern zu erstellenden Berichte (Zielerreichungsbericht, Rechnungsabschluss, Wirtschaftsprüfbericht) - Vorbereitung des Förderantrags 2024
Durch alle 4 Quartale 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Wirksamkeitsprüfung - Anlaufstelle für jugendmedienschutzrechtliche Anfragen - Senderüberprüfung - Stakeholder-Recherche und in Kontakt treten - Ständige Akquise weiterer Jugendschutzzerklärungen - Gesamtjährige Dokumentation der Tätigkeiten des Vereins Jugendmedienschutzes - Social Media Auftritt - Intensive Akquise neuer Jugendschutzzerklärungen (3. und 4. Quartal)

8. Zusammenfassung und Ausblick

8.1 Rückblick auf 2024

2024 war u.a. geprägt von der Setzung eines weiteren Schwerpunktes in der Arbeit des Vereins Jugendmedienschutz, nämlich der Zuwendung zur Berufsgruppe der österreichischen Influencer:innen. Mit der Planung und Organisation der ersten Blogger:innen und Influencer:innen Fachveranstaltung setzte der Verein ein

besonderes Statement und zog einmal mehr die Aufmerksamkeit auf den Jugendmedienschutz und in weiterer Linie auf sich selbst. Die nachfolgende mediale Berichterstattung sowie das persönliche Feedback waren äußerst positiv. Zum anderen stand das Jahr 2024 auch sehr unter dem Fokus der Akquise neuer Jugendschutzerklärungen. Die damit einhergehende intensive Zusammenarbeit mit der österreichischen audiovisuellen Medienlandschaft ließ gute Erfolge verbuchen und somit die Zahl der Erklärungen erheblich steigen.

Auch die praktische Anwendung und Überprüfung der Einhaltung der Verhaltensrichtlinien durch die Anbieter stand in diesem Jahr wieder im Vordergrund.

Die eingegangenen Beschwerden zeigen, dass die Beschwerdemöglichkeit wahrgenommen und auch genutzt wird. Die eher geringe Anzahl der Beschwerden über Verstöße gegen den Jugendschutz zeigt aber auch, dass die österreichischen audiovisuellen Mediendienste, die den Verein Jugendmedienschutz anerkennen, die Richtlinien in hohem Maße einhalten. Und genau das ist auch das Ziel. Der Idee der Selbstkontrolle folgend geht es vor allem auch um Prävention. Weiterer Schwerpunkt der Vereinsarbeit in diesem Jahr war es, sicherzustellen, dass die Kontrollfunktion der Einrichtung durch die interessierte Öffentlichkeit wahrgenommen wird.

Die fortgehend intensive Vernetzung mit privaten und öffentlichen Stakeholdern, die sich auch das nächste Jahr über fortsetzen wird, zahlt wieder auf das Sichtbarkeitskonto des Vereins ein. Und dadurch ergeben sich wiederum Möglichkeiten der Kooperation und der Vereinspräsentationen.

Auch Medienarbeit fand in diesem Jahr wieder statt und kann Erfolge verbuchen. Die Teilnahme an einem Panel, die Vorstellung des Vereins bei einer großen Mitgliederversammlung des Österreichischen Werberats, aber auch einige Onlineberichte über JMS machen den Verein sichtbar und werfen das Licht auf die wichtige Arbeit des Vereins.

Die interne Vereinsorganisation ist indessen gut erprobt, das Beschwerdemanagement funktioniert einwandfrei. Nichtsdestotrotz befindet sich der Verein durchgehend im internen Austausch als auch mit der Welt außerhalb von JMS, nimmt Feedback ernst und justiert am Regelwerk gegebenenfalls nach.

8.2 Ausblick auf 2025

2025 wird der Schwerpunkt der Tätigkeit des Vereins besonders auf der stärkeren Sichtbarmachung der Einrichtung in der interessierten Öffentlichkeit liegen. Dieses Ziel soll insbesondere durch eine weitere und intensivere Vernetzung mit privaten und öffentlichen Stakeholdern umgesetzt werden, als auch durch mögliche Teilnahmen an Konferenzen bzw. Veranstaltungen, auf denen sich der Verein Jugendmedienschutz präsentieren kann.

Weiterer wichtiger Teil der Arbeit wird es sein, die Akzeptanz und Kenntnis der Verhaltens- und Verfahrensrichtlinien in der Branche weiter zu vertiefen, und die Umsetzung der Verhaltensrichtlinien durch die Unternehmen in der Praxis zu beobachten. Auch 2025 wird daher ein Schwerpunkt auf die Akquise weiterer Jugendschutzerklärungen gelegt.

Das Beschwerdemanagement, welches mittlerweile sehr gut erprobt ist, wird kontinuierlich evaluiert und es wird wieder mit neuen Beschwerden gerechnet.

Der Jugendmedienschutz gewinnt immer mehr Aufmerksamkeit in Österreich und auch 2025 steuert der Verein Jugendmedienschutz seinen wichtigen und essenziellen Beitrag selbstverständlich wieder bei.