

tendenz

Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien



Neue Medien – neue Gefahren?

Jugendschutz und Mobile Media

»Kindersichere Grund-
konfiguration wäre ideal«

KJM-Vorsitzender

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring zur

Regulierung von Mobile Content

Mit Handywissen

gegen Handymissbrauch?

Medienpädagogische Projekte zum
sicheren Umgang mit dem Handy



Jugendschutz und Mobile Media

Neue Medien – neue Gefahren?

Kein Gerät verkörpert das Multimedia-Zeitalter besser als das mobile Telefon. Die meisten Menschen verwenden das Gerät nach wie vor in erster Linie, um damit zu telefonieren, doch gerade Kinder und Jugendliche schöpfen die multimediale Verwendbarkeit gerne aus. Damit sind Chancen, aber auch Risiken verbunden. Über das Allroundtalent Handy und andere mobile Endgeräte können mittlerweile genauso jugendgefährdende Inhalte verbreitet werden wie über Radio, Fernsehen oder Internet.

Die jungen Nutzer sind sich durchaus im Klaren darüber, was man mit den kleinen Wunderwerken alles anstellen kann. 92 Prozent der 12- bis 19-Jährigen besitzen ein mobiles Telefon (vgl. Grafik, S. 7). Bei den 6- bis 13-Jährigen ist die Verbreitung zwar nur halb so groß (47 Prozent), doch mit rasant steigender Tendenz. Viele Eltern lassen sich gern von dem Argument überzeugen, ihre Kinder seien auf diese Weise immer erreichbar. Gleichzeitig werden die »mobilen Endgeräte« immer multi-

funktionaler. Ganz gleich, ob Telefon, MP3-Player, Blackberry oder iPod: Nicht nur Speicherkapazität und Rechenleistung haben enorm zugelegt, auch die Schnittstellen entsprechen mehr und mehr einem Personal Computer für unterwegs. Hörfunk- und Fernsehempfang ist für die Geräte der dritten Generation ebenso selbstverständlich wie der Internetzugang. Gleiches gilt für die kostenlose Kommunikation der Geräte untereinander: Gerade bei Jungen ist der Datenaustausch

über die Infrarotschnittstelle, bei den Telefonen jüngerer Bauart längst durch die Bluetooth-Technik ersetzt, ein beliebter Zeitvertreib (vgl. S. 9–11).

Nachdem die technologische Entwicklung bislang vor allem unter technischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten thematisiert wurde – Stichwörter: DMB (Digital Multimedia Broadcasting) und DVB-H (Digital Video Broadcasting Handheld) – gerät nun auch der Jugendschutz in den Blickpunkt. Dabei gibt es statistisch

betrachtet derzeit scheinbar keinen Grund zur Sorge: Nur eine verschwindend geringe Anzahl der jungen Nutzer macht von den Fernseh- und Internetoptionen auch Gebrauch. Kein Wunder: Beide Funktionen sind ziemlich teuer. Das aber ist möglicherweise nur eine Frage der Zeit. Die Geräte sind schließlich auch immer preiswerter geworden; mit »Flatrates«, wie es sie daheim bereits für die Nutzung von Internet und Festnetz gibt, ist auch in diesem Bereich über kurz oder lang zu rechnen.

Jugendmedienschützer sind sich der potenziellen Gefahren daher durchaus bewusst. Das ist auch gut so, denn das Thema ist mehr als bloß virulent, wie beispielsweise die Schlagzeilen über das Phänomen des »Happy Slapping« gezeigt haben. Hinter der fröhlichen Bezeichnung, die ein harmloses Freizeitvergnügen nahelegt, das Ende 2005 erstmals auch in Deutschland

16 mobilen Telefonen Videofilme mit gewalthaltigen und pornografischen Szenen gefunden wurden. Prompt wurde die Forderung nach einem »Handy-Verbot« an Schulen laut, das in Bayern ab Herbst 2006 in Kraft treten wird. Ebenso prompt wurde diese Forderung als pure Symptomkur kritisiert: weil das Problem durch derartige Maßnahmen bloß in den Freizeitbereich verlagert werde. Offizielle Zahlen über die Verbreitung solcher Filme gibt es nicht. Nach Einschätzungen von Experten dürfte die Dunkelziffer bei 20 Prozent liegen.

Happy-Slapping und Snuff-Videos sorgen für Aufsehen

Neu ist das Phänomen im Übrigen nicht: So genannte Snuff-Videos kursieren, seit es die Videotechnik gibt. Pädagogen und Psychologen sehen in

schlimmsten Bilder, von Enthauptungen über Steinigungen bis hin zu Menschen, die angezündet werden«. Seiner Erfahrung nach wird das Anschauen solcher Filme immer mehr zur »virtuellen Mutprobe«. Mutproben werde es zwar immer geben: »Aber wenn man sich dabei am realen Leid anderer Leute ergötzt, verletzt das die Menschenwürde und ist unzulässig«.

Auch aus Sicht von Pädagogen und Psychologen sind Existenz und Austausch solcher Bilder kein überraschendes Phänomen. Fred Schell vom JFF (Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis) betrachtet die verbotenen und gesellschaftlich geächteten Bilder daher für Jugend-

Das Handy in Kinderhand: Wie damit sicher umgegangen werden kann, darüber informieren verschiedene medienpädagogisch orientierte Projekte.



auftauchte, verbergen sich handfeste Gewalttaten: Jugendliche überfallen Mitmenschen auf offener Straße, schlagen und treten sie. Die spontanen Aktionen werden mit dem mobilen Telefon gefilmt und anschließend von Handy zu Handy ausgetauscht oder ins Internet gestellt.

Doch nicht allein das »Happy Slapping« sorgte für Aufsehen. Anfang dieses Jahres geriet das »Handy« erneut in die Schlagzeilen, nachdem bei einer Razzia in Immenstadt im Allgäu auf

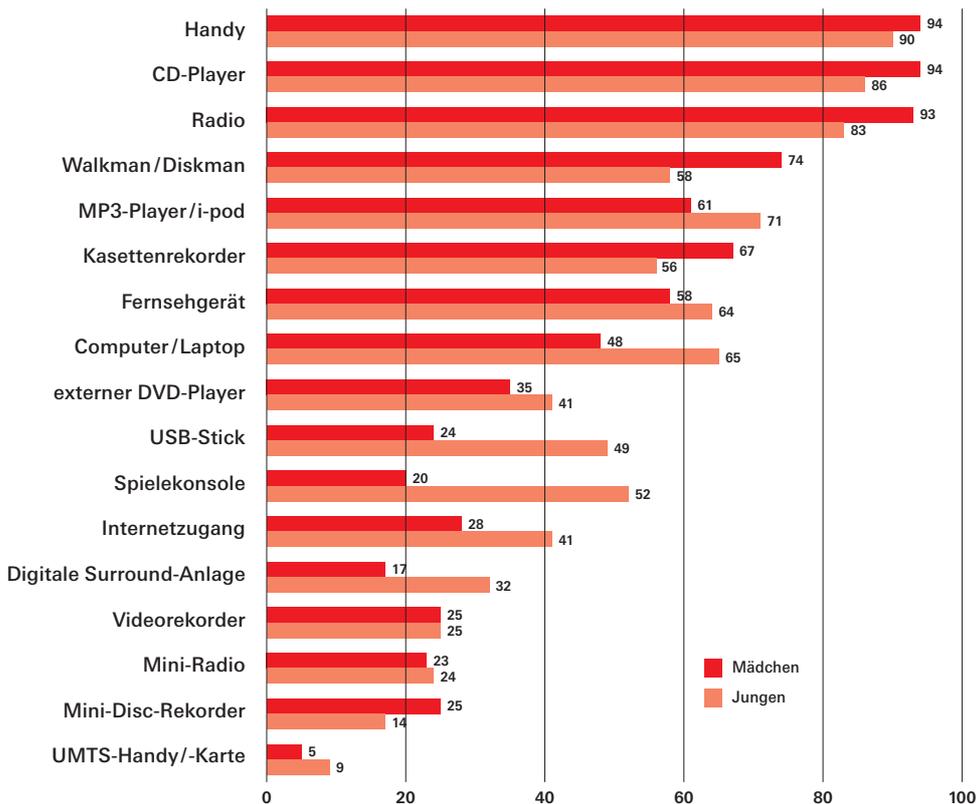
ihnen eine ungleich größere Gefahr als in blutigen Horrorfilmen, weil Snuff-Videos reale bzw. echte Gewaltszenen zeigen. Der instinktive Distanzaufbau, der Menschen mit Medienerfahrung davor bewahrt, sich von drastischen Darstellungen beeinträchtigen zu lassen (»alles nur gespielt«), funktioniert hier nicht. Hinzu kommt: Dank des Internets finden die Machwerke vermehrt Verbreitung.

Laut Friedemann Schindler, Leiter von jugendschutz.net, kursieren »die

liche nicht nur als Reiz, »Grenzen auszutesten«. Problematische Inhalte seien auch ein Mittel, um Status und Prestige gegenüber anderen Jugendlichen aufzubauen: »Je härtere Szenen jemand besitzt, um so mehr zeigt er, was er in der Lage ist auszuhalten, welch harter Kerl, welch Held er ist«. Dies treffe vor allem dann zu, »wenn man in anderen Bereichen, zum Beispiel mit schulischen Leistungen, mit Können und Phantasie nicht so zu glänzen vermag wie andere«.

Gerätebesitz Jugendlicher 2005

Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n = 1.203 Quelle: JIM-Studie 2005



Statussymbol Handy

Tatsächlich geht es für die jungen Nutzer offenbar nicht zuletzt ums Image. An Haupt- und Realschulen hat das »Handy« enorme Bedeutung als Statussymbol (vgl. auch S. 12–13). Gerade in der Phase der Identitätssuche während der Pubertät kann das mobile Telefon zu einer Aufwertung der eigenen Person beitragen, schließlich wird man als vollwertiger Konsument behandelt.

Die Eltern lassen ihre Kinder gewähren. In anregungsarmen Milieus macht man sich allenfalls über die »Kostenfalle« Gedanken: Viele Jugendliche haben sich bereits verschuldet, weil sie bei Anbietern von Klingeltönen Abonnements abgeschlossen haben. In der Mittel- und Oberschicht denkt man vielleicht noch über die möglichen Nebenwirkungen der Strahlenbelastung nach, doch selbst Eltern von Gymnasiasten haben in der Regel

keine Ahnung, womit ihre Kinder via Bluetooth regen Handel treiben.

Problematischer als der reine Konsum von Gewalt ist für Schell beim »Happy Slapping« jedoch das eigene Gewalthandeln und die Präsentation dieser Aktion mit Hilfe des mobilen Telefons. Die Täter seien meist Jugendliche, die in ihren Familien selbst schon früh und anhaltend mit Gewalt konfrontiert worden wären. Auch missbrauchte und vernachlässigte Kinder neigten später mit hoher Wahrscheinlichkeit dazu, selbst Gewalt auszuüben. Heranwachsende mit eigenen Gewalterfahrungen hätten außerdem zu medialen Gewaltdarstellungen eine besondere Affinität: »Mediale Gewalt wirkt hier als Verstärker der vorhandenen Gewalteinrichtungen und verhindert gleichzeitig einen distanzierten und kritischen Umgang mit Gewalthandeln.«

Gerade das Happy-Slapping hat in jüngster Zeit immer wieder Anlass zu

Diskussionen über die Gefahren der Handynutzung aus Sicht des Jugendschutzes gegeben. Die rechtliche Einordnung ist in diesem Fall ziemlich eindeutig: Sofern es um individuellen Datenaustausch geht, ist es Sache des Strafrechts. Wenn das Material im Internet verbreitet bzw. von dort auf das Handy geladen wird, ist die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) als Aufsicht über privaten Rundfunk und Telemedien zuständig. Generell lässt sich die Erfassung der verschiedenen Angebote für mobile Endgeräte juristisch jedoch nicht so einheitlich definieren. Hier gibt es offenbar »mobile Regulierungslücken« (vgl. auch S. 16–18).

Rechtliche Einordnung schwierig

So ist es aus Sicht der Münchner Rechtsanwältin Nadine Mynarik fraglich, ob der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV), der den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien regelt, für alle Anbieter und Formen des »Mobile Entertainment« gelte: Die Bestimmungen könnten nur bei solchen Angeboten Anwendung finden, die auch unter die Kategorien Rundfunk und Telemedien fielen.

Telekommunikationsdienste sind vom JMStV, für dessen Einhaltung die KJM zuständig ist, ausdrücklich ausgenommen. Das Problem dabei: Es gibt keine gültige Rechtsprechung, welche Mobilfunkangebote tatsächlich reine Telekommunikationsdienste darstellen, so dass sie weder als Rundfunk noch als Telemedien erfasst werden können.

Dem juristischen Laien müssen die Begrifflichkeiten verwirrend vorkommen, denn der gesunde Menschenverstand legt nahe, dass es sich bei sämtlichen geschilderten Spielarten um »Telekommunikation« handelt. Der Gesetzgeber aber definiert anders:

Medien- und Teledienste dienen der Bereitstellung von Informationen, Telekommunikationsdienste dienen ihrem Transport. Diffizil wird die Rechtslage, wenn sich die Komponenten vermischen und Mobilfunk-Netzbetreiber wie T-Mobile, Vodafone oder O2 auch mit eigenen Inhalten auftreten. Ohnehin drängen immer mehr Anbieter in diesen Bereich. Gerade die kommerzielle Fernsehbranche hofft, durch »Mobile TV« die sich abzeichnenden Ausfälle bei den Werbeeinahmen kompensieren zu können (vgl. Kasten unten).

Allerdings fallen solche Angebote ganz eindeutig unter den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag: Sämtliche meinungsrelevanten Inhalte, die ähnlich wie das Fernsehen einem potenziellen Massenpublikum angeboten werden, gelten als Rundfunk; die Verbreitung etwa von Pornografie ist daher verboten. Anders verhält es sich bei jedweder Form von Individualkommunikation, also neben E-Mails und SMS-Botschaften auch Beiträge in »Chatrooms«. Für den individuellen Austausch der Nutzer untereinander ist ein Mobilfunkanbieter nicht verantwortlich, denn er stellt nur die Technik zur Verfügung.

Verhaltenskodex der Mobilfunkanbieter

Was die Gesetzgebung im Rahmen des JMStV ausdrücklich vorsieht, sind Selbstkontroll-Einrichtungen, die allerdings von der KJM anerkannt werden müssen. Mit einem Verhaltenskodex haben die deutschen Mobilfunkanbieter



Mit dem Handy kann nicht nur fotografiert werden: Es hat sich zum Allroundtalent mit multimedialen Funktionen entwickelt. Damit steigen aber auch die Risiken aus Sicht des Jugendschutzes.

ter einen ersten Schritt in diese Richtung getan. Zu Grunde liegt ihm die Erkenntnis, dass gerade junge Nutzer »auch im Bereich mobiler Kommunikation und mobiler Medien vor ungeeigneten Inhalten geschützt werden« müssen. Schließlich haben alle Besitzer eines Multimedia-»Handys« Zugang zum Internet. Dort gibt es diverse Seiten mit Download-Angeboten für mobile Telefone.

Die Offerten umfassen neben Klingeltönen und Bildschirmschonern auch so genannte Handy-Clips oder

Spiele mit eindeutig sexuellem und potenziell jugendgefährdendem Inhalt. Bestellt wird per SMS, die Bezahlung erfolgt per Telefonrechnung. Einzige Hürde für Kinder: Sie müssen die Frage, ob man schon 16 sei, mit »Ja« beantworten. Auch in den nach 23 Uhr von einigen Fernsehsendern ausgestrahlten »Sexy-Clips« werden SMS-Nummern angegeben, über die man Aufnahmen mit erotischem Inhalt abrufen kann.

Die Mobilfunkbetreiber haben das Problem erkannt und im Juni 2005

Mobile TV als Wachstumssegment

Eine Vielzahl von Umfrage- und Versuchsergebnissen prognostiziert der TV-Branche im Mobilfunkbereich Umsätze in Milliardenhöhe. So hat zum Beispiel eine internationale Untersuchung von Siemens ergeben, dass 62 Prozent der 5.300 Befragten mit ihrem mobilen Telefon Musik herunterladen kön-

nen möchten, 59 Prozent wollen TV-Programme empfangen. Laut einer Marktforschung von eMarketer (USA) nutzen derzeit 1,2 Millionen Amerikaner ihr mobiles Telefon als Fernsehgerät; diese Zahl werde innerhalb der nächsten drei Jahre auf 15 Millionen ansteigen. Bei einem Nokia-Test mit geläufigen

Fernsehprogrammen haben 40 Prozent der Teilnehmer bei Kosten von fünf Euro pro Monat ihr Mobiltelefon für den Empfang von TV-Sendern genutzt. Sport, Nachrichten und Soaps sind am häufigsten abgerufen worden. Tpg ●

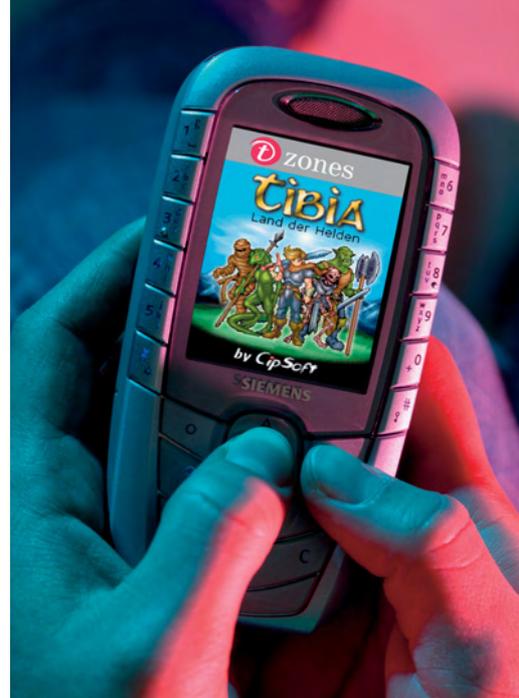
den Verhaltenskodex unterzeichnet. Erklärtes Ziel dieser Selbstverpflichtung: »Kinder und Jugendliche vor entwicklungsbeeinträchtigenden oder –gefährdenden Inhalten zu schützen«, »gemeinsame Jugendschutzstandards festzusetzen« sowie das Bewusstsein von Eltern und Erziehern »für einen verantwortungsvollen Umgang mit mobilen Medien« zu schärfen. Der Kodex selbst besteht allerdings überwiegend aus Selbstverständlichkeiten: »Absolut unzulässige Inhalte« dürfen nicht verbreitet und »pornografische oder sonstige schwer jugendgefährdende Inhalte« nur Erwachsenen in geschlossenen Benutzergruppen« angeboten werden.

Entscheidender sind die freiwilligen Maßnahmen der Mobilfunkanbieter, zum Beispiel die Überwachung (Monitoring) der »Chatrooms«. Eltern haben außerdem die Möglichkeit, die Rufnummern ihrer Kinder für Sonderdienste sperren zu lassen. Mittlerweile gibt es bei den Netzbetreibern auch Jugendschutzbeauftragte. Außerdem

haben die großen Mobilfunkbetreiber Mitte des Jahres einen weiteren wichtigen Schritt vollzogen. Sie sind der Freiwilligen Selbstkontrolle für Multimedia-Diensteanbieter (FSM) beigetreten.

Nun kann man sich einigermaßen darauf verlassen, dass der Verhaltenskodex tatsächlich beachtet wird, weil den Mitgliedern bei Verstößen empfindliche Sanktionen drohen. Sicher haben auch Imagegründe zu dieser Entscheidung beigetragen. Schließlich sieht die Mobilfunkbranche ein Wachstumspotenzial vor allem bei Kindern. Angesichts des in dieser Altersgruppe in der Regel nicht eben üppigen Taschengelds sind die Betreiber dabei auf das Einverständnis der Eltern angewiesen, denn die müssen den Spaß bezahlen.

Mehr als nur eine flankierende Maßnahme sollte außerdem die Medienpädagogik sein. Nicht erst jetzt rächen sich die fatalen Lücken in der Aus- und Fortbildung der Lehrer. Thomas Krüger, Präsident der Bundeszen-



Spiele gehören für Kinder und Jugendliche zu den beliebtesten Unterhaltungsfunktionen auf dem Handy. Der Mobilfunkanbieter muss die Beschränkungen aufgrund der gesetzlich vorgeschriebenen Altersfreigaben einhalten.

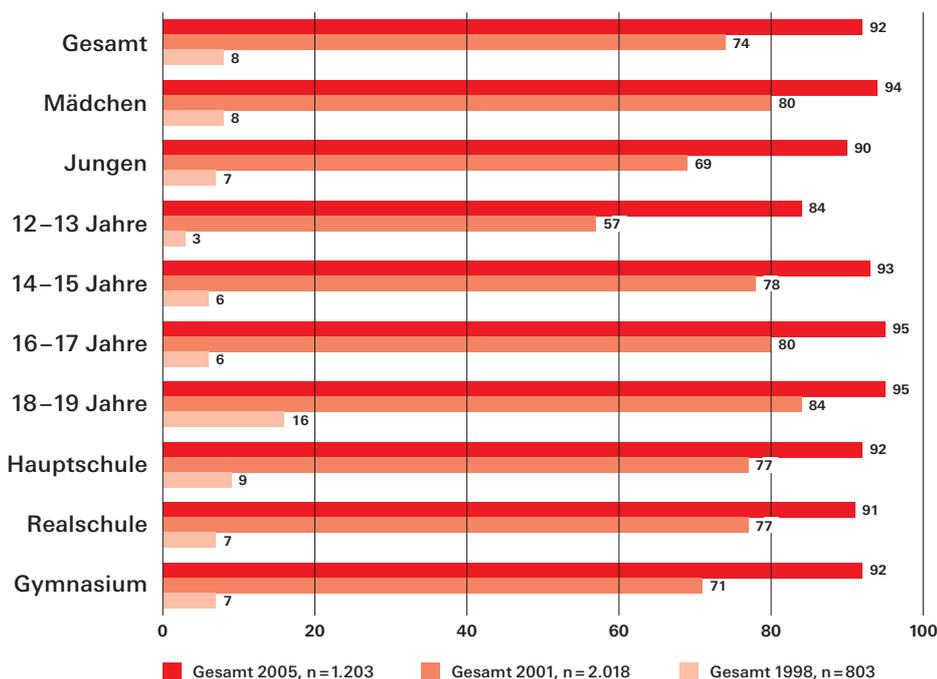
trale für politische Bildung, beklagte in diesem Zusammenhang unlängst gravierende Versäumnisse: Er hält die Anforderungen an Lehrer für die Vermittlung von Medienkompetenz für »Larifari«.

Medienpädagogische Maßnahmen

Schon die herkömmlichen Medien haben das klassische Curriculum an seine Grenzen geführt. Medienkunde im Bereich der mobilen Kommunikation aber findet fast überhaupt nicht statt. Dabei gibt es sogar Ansätze für aktive Medienarbeit (vgl. S. 20–21). Angesichts der hohen Kosten für Klingeltöne und Hintergrundbilder können Schüler zum Beispiel animiert werden, selbst kreativ zu werden und ihren Telefonen auf diese Weise ganz eigene Noten zu verleihen. Die Landesmedienanstalten, die sich schon seit geraumer Zeit in vorbildlicher Weise für die Medienkompetenz engagieren, finden also auch bei der mobilen Kommunikation ein breites Betätigungsfeld. *Tilmann P. Gangloff* ●

Handy-Besitzer 2005, 2001 und 1998

Angaben in Prozent Quelle: JIM 2005, JIM 2001, JIM 1998



Das Handy: mehr als alltäglicher Wegbegleiter von Jugendlichen

Kaum ein Medium hat in den letzten Jahren eine derart steile Karriere gemacht wie das Mobiltelefon. In seinen Anfängen noch als Exot betrachtet, galt es als Spielzeug der »Early Adopters«. Mittlerweile hat es sich als Teil der Mediengrundausstattung wie Radio oder Fernsehen in vielen Teilen der Bevölkerung etabliert. Vor allem aus dem Alltag von Jugendlichen, zunehmend aber bereits von Kindern, ist das Handy nicht mehr wegzudenken: Es hat sich zum zentralen Bestandteil der Jugendkultur entwickelt. Dies belegen die Ergebnisse der JIM-Studie 2005, Jugend, Information, (Multi-) Media, die der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest jährlich herausgibt.

Im Jahr 1998 hatten gerade einmal acht Prozent der 12- bis 19-Jährigen ein eigenes Mobiltelefon, bereits drei Jahre später lag die Ausstattungsrate mit 74 Prozent fast zehnmal so hoch. Aktuell hat nahezu jeder Jugendliche mindestens ein Handy zur Verfügung (92 Prozent). Damit ist es das am weitesten verbreitete Mediengerät unter Jugendlichen – es steht noch vor Geräten der Audionutzung wie CD-Player (90 %), Radio (88 %), Walk-/Discman und MP3-Player (jeweils 66 %) oder Fernseher (61 %) und Computer (57 %). Und auch im Kindesalter spielt das mobile Telefon bereits eine Rolle. Nach Ergebnissen der KIM-Studie 2005 – hier wird das Medienverhalten 6- bis 13-Jähriger in Deutschland kontinuierlich untersucht – steht fast jedem Zweiten in dieser Altersgruppe ein Handy zur Verfügung (6–7 Jahre: 16 %, 8–9 Jahre: 30 %, 10–11 Jahre: 58 %, 12–13 Jahre: 71 %).

Bei dieser hohen Ausstattungsrate Jugendlicher ist für die Zukunft nur mit einem geringen Wachstum zu rechnen – Wachstumsmotor können hingegen die sich kontinuierlich verändernden technischen Applikationen der Mobiltelefone sein. Dabei sind die Mobiltelefone Jugendlicher bereits heute in technischer Hinsicht gut ausgestattet: Die Hälfte der Handys der Jugendlichen hat eine Infrarotschnittstelle, ein Drittel kann über Bluetooth

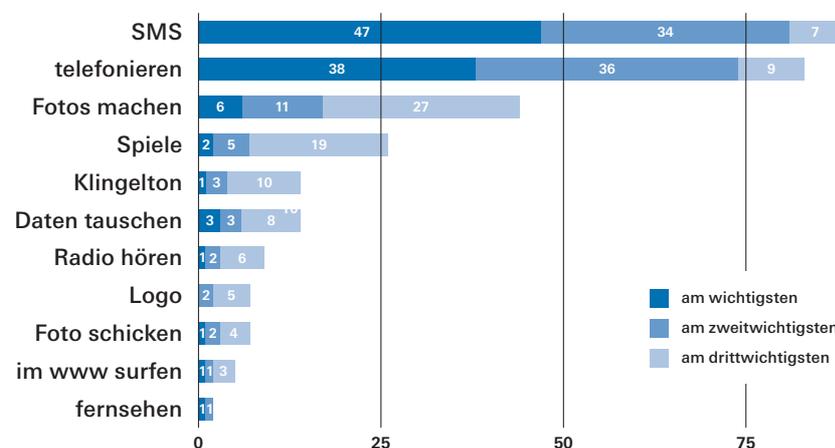
mit anderen Geräten kommunizieren. Auch die Möglichkeit, Radio zu hören (27 Prozent), und ein integrierter MP3-Player (21 Prozent) machen das Handy zunehmend zu einem Multimedialegerät. Daneben ist bei 57 Prozent der Handybesitzer eine Digitalkamera im Mobiltelefon integriert. Während diese Funktion gut angenommen wird, ist das Surfen im Netz für Jugendliche weniger wichtig, obwohl bereits 69 Prozent im Besitz eines WAP-Handys sind und damit diese Möglichkeit hätten. Mobiltelefone männlicher Jugendlicher sind in der Regel technisch besser ausgestattet als die von Mädchen und jungen Frauen.

»SMS«-Versand und -Empfang oben auf der Hitliste

Die wichtigste Funktion eines Handys für Jugendliche ist das Versenden und Empfangen von Kurzmitteilungen (SMS). Pro Tag verlassen durchschnittlich 3,9 Meldungen die Mobiltelefone Jugendlicher, der »Posteingang« liegt bei 4,8 SMS täglich (vgl. Grafik unten). Die »Kernfunktion«, das Telefonieren, wird von den Jugendlichen erst als zweitwichtigste Applikation genannt. Mit großem Abstand folgen Zusatzfunktionen wie Fotografieren oder Spielen. Für jüngere Handybesitzer

Wichtigkeit verschiedener Handy-Funktionen für Jugendliche

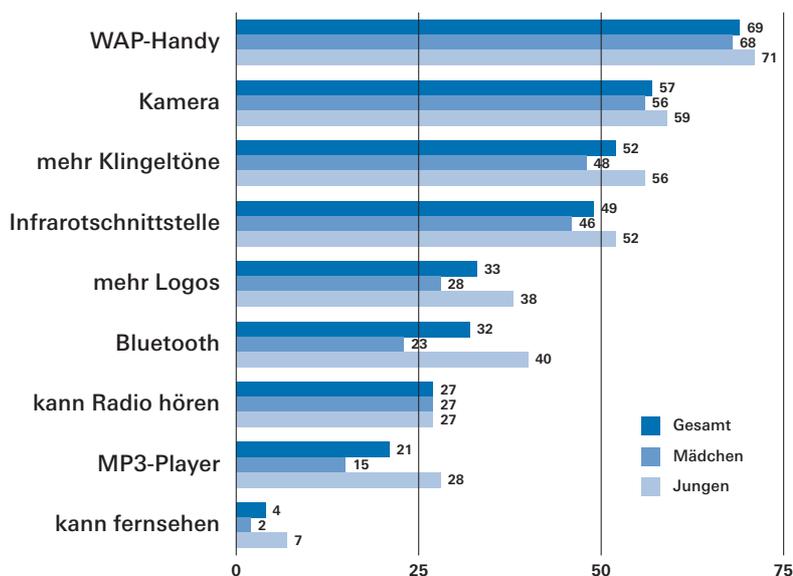
Basis: Handy-Besitzer, n = 1.105



Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM-Studie 2005, Angaben in Prozent

Ausstattung des eigenen Handy bei Jugendlichen 2005

Basis: Handy-Besitzer, n = 1.105



Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM-Studie 2005, Angaben in Prozent

sind spaßorientierte Anwendungen wie Fotografieren und Spielen bedeutsamer, erst bei den ab 18-Jährigen wird telefonieren dann wichtiger als »simsen«.

Insgesamt zeigt sich, dass sich trotz technischer Voraussetzungen bisher noch wenige Funktionen bei den Jugendlichen etabliert haben. Neben dem finanziellen Aspekt dürften hierbei aber auch noch nicht vorhandene oder für Jugendliche wenig attraktive Inhalte eine Rolle spielen. So bleibt abzuwarten, wie sich das zur Fußball-Weltmeisterschaft gestartete Handy-TV mittelfristig entwickeln wird.

Im Vergleich zum Jahr 2004 hat das Fotografieren mit dem Handy an Bedeutung hinzugewonnen, Klingeltöne und spezielle Logos für das Handy-Display haben nach Angaben der Jugendlichen an Wichtigkeit verloren.

Ein immer wiederkehrender Aspekt der Handynutzung vor allem minderjähriger Jugendlicher ist das Geld – Stichwort »Schuldenfalle Handy«. Welche Summen Jugendliche für das Handy tatsächlich ausgeben, und welche weiteren finanziellen Aspekte hier relevant sind, zeigen die Ergebnisse der JIM-Studie. Die meisten Jugendlichen telefonieren mit einer Pre-Paid-Karte (63 %), wobei erwartungsgemäß

der Besitz eines Handy-Vertrags mit zunehmendem Alter ansteigt. Unter den 12- bis 13-Jährigen bevorzugen 80 Prozent noch die leichter kontrollierbare Abrechnung über eine Pre-Paid-Karte, wogegen über die Hälfte der volljährigen Jugendlichen (54 %) einen Handy-Vertrag nutzt. Unter bildungsspezifischen Gesichtspunkten zeigt sich, dass der Anteil der Pre-Paid-Nutzer bei Hauptschülern mit 72 Prozent deutlich höher ist als bei Gymnasiasten (57 %) und Realschülern (65%).

21 Euro im Monat für die Handynutzung

Durchschnittlich geben Jugendliche im Monat 21 Euro für die Handynutzung aus, gegenüber dem Vorjahr ist dieser Betrag um 40 Cent angestiegen. Nach Angaben der Jugendlichen müssen sie im Durchschnitt zwei Drittel der Kosten selbst aufbringen, auch dieser Prozentsatz entspricht dem des Vorjahres. Allerdings gibt es hierbei große Unterschiede zwischen den Altersgruppen: Während sich die Ausgaben für das Handy bei den 12- bis 13-Jährigen auf insgesamt etwa 12 Euro im Monat belaufen, steigt dieser Betrag auf etwa 30 Euro bei den ab 18-Jährigen an. Anlog dazu erhöht sich auch die Eigenbeteiligung von 44 Pro-

zent bei den Jüngsten auf 84 Prozent bei den Ältesten.

Betrachtet man diese Zahlen in Relation zum verfügbaren Einkommen der Jugendlichen – hier sind neben dem Taschengeld auch weitere Einnahmen aus Nebenjobs und mögliche Zuwendungen von Verwandten o.ä. enthalten – geben die Jüngeren proportional einen größeren Anteil ihres Geldes für das Handy aus. Während die 12- bis 15-Jährigen etwas mehr als ein Viertel ihres Geldes ins Handy investieren, beträgt der Anteil der Handycosten der älteren Jugendlichen (16- bis 19 Jahre) durchschnittlich etwas mehr als zehn Prozent ihres verfügbaren Geldes. Allerdings müssen 18 Prozent der Handybesitzer selbst nichts für die Handynutzung bezahlen, was vor allem für die Jüngsten (12 bis 13 Jahre) gilt: Hier werden bei einem Drittel alle Kosten übernommen.

Unter dem Thema »Schuldenfalle Handy« werden neben den Kosten der Kommunikation auch Zusatzkosten wie das Herunterladen von Logos oder Klingeltönen oder die Anwahl teurer Rückruf- und Mehrwertdienste-Rufnummern diskutiert. Inwieweit Jugendliche damit schon schlechte Erfahrungen gemacht haben, wurde auch 2005 in der JIM-Studie bei den Jugendlichen erfragt. Wie im Vorjahr gaben 12 Prozent der Handy-Besitzer an, bereits einmal am Handy »abgezockt« worden zu sein, überwiegend geschieht dies durch lange Wartezeiten beim Herunterladen von Inhalten. Zwei Prozent gaben an, ungewollt ein Abo bestellt zu haben.

Über die Hälfte der Jugendlichen (52 Prozent) hat auf dem Handy weitere Klingeltöne und ein Drittel weitere Logos installiert – diese werden in der Regel gegen ein Nutzungsentgelt von vielen Anbietern offeriert. Um die Bedeutung der teilweise umstrittenen Fernsehwerbung für diese Angebote bei Jugendlichen zu erfassen, wurde in der JIM-Studie 2005 die Nutzung dieses Vertriebsweges abgefragt.

Monatliche Handyrechnung Jugendlicher 2005

ggf. inklusive Grundgebühr, in Euro

Basis: Handy-Besitzer, n = 1.105



17 Prozent der Jugendlichen geben an, schon einmal aufgrund von Fernsehwerbung Klingeltöne oder Logos heruntergeladen zu haben. Die Angaben von Jungen und Mädchen unterscheiden sich hier nicht. Es zeigt sich aber, dass vor allem jüngere Handy-Nutzer (12–13 Jahre: 21%, 14–15 Jahre: 27%, 16–17 Jahre: 17%, 18–19 Jahre: 6%) auf diese Angebote anspringen. Deutlich werden bildungsspezifische Unterschiede. Während bei den Hauptschülern 31 Prozent durch Fernsehwerbung schon einmal zum Kauf von Logos und Klingeltönen animiert wurde, liegt der Anteil bei Realschülern (21%) und vor allem bei Gymnasiasten (7%) deutlich darunter.

Über mehr oder weniger regelmäßige Probleme, die Kosten für das Mobiltelefon zu bezahlen, berichten insgesamt sieben Prozent der Handybesitzer. Dieser Anteil liegt niedriger als erwartet, denkt man z.B. an die diversen Meldungen der Verbraucherzentralen oder Schuldnerberatungsstellen. Hochgerechnet entspricht dies aber etwa einer halben Million 12- bis 19-Jähriger. Nicht auszuschließen ist auch, dass sich einige Jugendliche

im Rahmen der Befragung aufgrund sozialer Erwünschtheit beim Thema Schulden eher zurückhaltend äußern, um sich nicht bloßzustellen. Deutlich wird auch hier wieder ein Bildungsgefälle. So berichten 13 Prozent der Hauptschüler und Hauptschülerinnen, aber nur fünf Prozent der Gymnasiasten von Problemen, die eigenen Handy-Kosten begleichen zu können.

Als Alltagsmedium hat das Handy auch Einzug in soziale Bereiche genommen – sei es als Gegenstand von Kommunikation oder weil es verschiedene Funktionalitäten auch im Bereich der Stimmungsregulierung (Mood-Management) übernimmt. Fragt man Jugendliche, welche Medien bzw. 'Medieninhalte als Gesprächsthema mit Freunden dienen, so liegt das »Handy« (34% reden mind. mehrmals pro Woche mit Freunden darüber) nach dem Fernsehen (51%) auf dem zweiten Rang – vor Zeitschriften und Zeitungen, Internet (jeweils 30%), Computerspielen (29%), oder Computer allgemein (28%). Mit zunehmendem Alter der Jugendlichen verliert der Informationsaustausch rund um das Thema Handy aber an Bedeutung.

Fernsehen vertreibt Langeweile – das Handy bringt gute Laune

In der subjektiven Wahrnehmung der Jugendlichen haben die verschiedenen Medien je nach Stimmungslage Stärken und Schwächen. So hilft das Fernsehen am Besten gegen Langeweile oder bietet die meiste Spannung. Die Tonträger – also CDs, MP3s oder vielleicht auch noch Kassetten – dienen am besten dazu, dem Alltag zu entfliehen. Den meisten Spaß erwarten sich die Jugendlichen vom Umgang mit dem Internet. Bei Einsamkeit würden 21 Prozent am ehesten das Handy nutzen, und für etwa jeden zehnten Jugendlichen hilft es bei Traurigkeit oder bei der Suche nach spannenden Erlebnissen. Etwa gleich groß ist jedoch der Anteil derer, die das Handy bei besonders guter Laune und dem Bedürfnis nach Spaß am ehesten nutzen würden.

Mit ein Grund für die Erfolgsgeschichte des Handy dürfte sein, dass es die Bedürfnisse junger Menschen auf optimale Weise unterstützt. Betrachtet man die Themeninteressen von Heranwachsenden, so steht das Thema »Freunde/Freundschaft« seit Jahren an aller erster Stelle. Zur kontinuierlichen Kontaktpflege eignet sich das Mobiltelefon wie kein zweites Medium. Es unterstützt einen der wichtigsten Interessenbereiche der Jugendlichen optimal und relativ kostengünstig. Vor allem die in der Geschichte der mobilen Kommunikation lang unterschätzte SMS-Funktion hat sicher dazu beigetragen, dass das Mobiltelefon auch bei Jugendlichen ein Verkaufserfolg wurde und inzwischen nahezu alle Altersgruppen erreicht hat.

Sabine Feierabend/Thomas Rathgeb ●

JIM-Studie 2005 Jugend, Information, (Multi-) Media

Herausgeber

Medienpädagogischer
Forschungsverbund Südwest
(Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg, Landes-
zentrale für Medien und
Kommunikation Rheinland-Pfalz)

Grundgesamtheit

Jugendliche zwischen 12 und
19 Jahre in Telefonhaushalten
der BRD

Stichprobe

Repräsentative Stichprobe von
1.203 Zielpersonen

Erhebungszeitraum und -methode

Telefonische Befragung (CATI)
von Juni bis Juli 2005
(jährliche Erhebung seit 1998)

Ausführlicher Studienbericht
steht als pdf unter

www.mpfs.de zur Verfügung.



*** KANNS KAUM ERWARTEN BIS DU E

Von der Sicherheitsfunktion bis zur Identitätsfunktion: Wozu Kinder und Jugendliche ihr Handy brauchen

Für Kinder und Jugendliche in Deutschland ist es ab dem Alter von zehn Jahren inzwischen völlig normal, ein eigenes Handy zu besitzen. Gerade die jungen »Handyaner« nutzen die Mobilfunktechnik intensiv und mit großer Begeisterung. Mädchen sind dabei zum Teil aktiver als Jungen. Warum das Handy im Leben Heranwachsender eine so wichtige Rolle spielt, ist in den letzten Jahren durch eine Reihe psychologischer, soziologischer und kommunikationswissenschaftlicher Studien beleuchtet worden. Die empirischen Befunde lassen sich zu neun Hauptfunktionen des Mobiltelefons bündeln, die mit neuen Chancen, aber auch mit Risiken verbunden sind.

Sicherheitsfunktion Das Handy ist zunächst ein wichtiger Sicherheitsfaktor. Viele Eltern statten ihre Kinder mit Handys aus, damit diese unterwegs bei Bedarf Hilfe rufen können. Dies betrifft Grundschul Kinder auf dem Schulweg ebenso wie die Teenager, die abends in Diskotheken unterwegs sind: Eltern und Kinder beruhigt die Erreichbarkeit. Umgekehrt nutzen Eltern das Handy, um sich bei ihren Kindern zu erkundigen, ob es ihnen gut geht und alles in Ordnung ist. Probleme können entstehen, wenn die Rückversicherung den Charakter übermäßiger Kontrolle einnimmt, oder wenn die erwartete Erreichbarkeit per Handy z.B. aus technischen Gründen plötzlich einmal nicht gegeben ist.

Organisationsfunktion Das Handy dient Kindern und Jugendlichen zur Organisation ihres Alltags vom Vereinbaren von Abholdiensten mit den Eltern (»Vati vergiss mich nich abzuholen.

Stehe neben der Gaststätte so gegen halb 2«) bis zu Kontakten mit den Peers (»ej alter, schule is zum kotzen. was steht heut abend an?«). Koordinationsanforderungen steigen beispielsweise mit der Anzahl der Freizeitaktivitäten der Kinder, die an unterschiedlichen Orten stattfinden, und die mit den Terminkalendern berufstätiger Eltern abgestimmt werden müssen. Anstelle fester Termine und Treffpunkte für die Nachmittags-, Abend- oder Wochenendgestaltung verlegen sich Jugendliche zunehmend auf zeitnahe Rückkopplungen: Noch auf dem Weg zum Treffpunkt kann der Plan geändert werden, etwa wenn man im Vorfeld erfährt, dass die eigentlich anvisierte Party langweilig ist und anderswo ein interessanteres Event zu erwarten ist.

Beziehungsfunktion Das Handy ist für Jugendliche die Schaltzentrale ihres sozialen Netzwerkes: Sie erreichen ihre Kumpels, besten Freunde sowie den festen Freund oder die feste Freundin praktisch überall und jederzeit per Handy. Die Qualität der mobilen Kommunikation ist dabei aus psychologischer Sicht nicht an der Menge der übermittelten neuen Sachinformationen zu messen. Vielmehr geht es wesentlich um emphatische Kommunikation: um das Ausdrücken und Teilen von Gefühlen, das Bekräftigen von Zusammengehörigkeit und Nähe, die wechselseitige Anteilnahme am profanen Alltag der anderen, wenn man gerade nicht in physischer Nähe ist (»Hi engel, was machst du? Du fehlst mir sosehr! Ich hoff dem Bauch geht's besser. Schmusekuss!«; »Party war klasse!!! haben bis um 5 gefeiert musste um 8 aber schon wieder auf-

stehen und aufräumen *müdesei*«). Darüber hinaus wird in Face-to-Face-Situationen das Handy zum Gegenstand gemeinsamer Gespräche und Aktivitäten (z.B. wechselseitiges Begutachten der Handys, gemeinsames Fotografieren). Es gibt keinerlei Hinweise darauf, dass die Mobilkommunikation die Face-to-Face-Kommunikation verdrängt. Vielmehr ergänzt und verändert sie diese.

Gerade weil man sich mit einer SMS kurz fassen darf, ohne kurz angebunden zu wirken und weil Tippfehler toleriert werden, greifen auch Kinder und Jugendliche mit bildungsfernem Hintergrund (die kaum Briefe schreiben würden) auf die SMS als schriftliches Kommunikations- und Beziehungsmedium zurück. Als Medium der romantischen Kommunikation verdrängt die SMS nicht den Liebesbrief – der ohnehin nur sehr selten verfasst wird – sondern vervielfältigt die schriftlichen Liebesbeteuerungen: Nicht zufällig lautet die meistgenutzte Abkürzung in deutschsprachigen SMS-Botschaften HDL (hab dich lieb) mit entsprechenden Varianten (HDGGDL: hab dich ganz ganz doll lieb).

Den oft beschworenen Sprachverfall haben linguistische Studien widerlegt: SMS, die zwischen Freunden ausgetauscht werden, haben oft einen betont spielerischen und sprachkreativen Charakter: Dialektales oder Kindersprache werden eingesetzt, um emotionale Nähe zu vermitteln. Die Möglichkeit, via Handy das eigene soziale Netzwerk praktisch immer parat zu haben, könnte allerdings manchmal die Bereitschaft reduzieren, sich auf fremde Menschen einzulassen. Bei Beziehungskonflikten kann das Handy



NDLICH KOMMST !!! HDGGGGGGDL :-) * * * *

auch negativ eingesetzt werden, etwa für »Schlussmach-SMS« oder Stalking per Handy.

Identitätsfunktion Die Personalisierbarkeit über auswechselbare und dekorierbare Handyschalen, über Logos und Klingeltöne usw. macht das Mobiltelefon gerade für Jugendliche auch zum Medium der Identitätsdarstellung: Musikkonsumenten können sich gegenseitig am Klingelton erkennen und Geschlechterrollen spiegeln sich in der Nutzung des Handys als modisches Accessoire oder technisches Artefakt. Das Handy als persönliches Medium erlaubt Kindern und Jugendlichen eine diskrete Kontaktpflege jenseits der Kontrolle der Eltern. Dieser Zugewinn an Autonomie mag beispielsweise für weibliche Jugendliche aus konservativen Elternhäusern emanzipatorisch wirken. Zur Identitätsfindung in der Jugendphase gehört neben der Ablösung vom Elternhaus auch das Austesten von Grenzen. Das Handy kann dabei für deviantes und auch kriminelles Verhalten genutzt werden – von der Beleidigung von Klassenkameraden via SMS über Drogenhandel per Handytelefonat, Verteilen von pornografischen Fotos oder Videos bis zum Handy-Diebstahl oder -Raub.

Unterhaltungsfunktion In Wartezeiten oder bei langweilig empfundenen Aktivitäten greifen Kinder und Jugendliche gern zum Handy, um sich die Zeit zu vertreiben. So dient ein Teil der SMS-Kommunikation mit Freunden neben der Beziehungspflege schlicht dem Zeitvertreib und der Ablenkung, z.B. während des Schulunterrichts, oder in öffentlichen Verkehrsmitteln. Zudem sind Handy-Spiele zur Unterhaltung sehr gefragt, wobei es sich überwiegend um Offline-Spiele unterschiedlicher Spielgattungen (z.B.

Sportspiele, Quizspiele, Actionspiele etc.) handelt. Mehrpersonen-Online-Spiele sind allerdings im Kommen. Der konstruktive Zeitvertreib mit lustigen, spannenden, interessanten mobilen Medieninhalten kann aber auch problematisch werden: Zum einen, wenn auf nicht altersgerechte Inhalte zugegriffen wird, zum anderen erfordert dieser Zeitvertreib ein ständiges Multi-Tasking, das die Konzentration auf andere wichtige Aktivitäten reduziert.

Informationsfunktion Prinzipiell lassen sich über das Handy, insbesondere über leistungsfähige Smartphones, auch diverse Informationsangebote beziehen und Lernprogramme nutzen: Nachrichtendienste per SMS oder MMS (Multimedia Messaging) stehen ebenso zur Verfügung wie mobile Informationsportale, Handy-Zugriff auf Internet-Suchmaschinen, Lexika und Fachbücher als E-Books und Mathematik- oder Sprach-Lernsoftware für das Handy. Die Nutzung dieser und weiterer Dienste durch Kinder und Jugendliche ist bislang gering ausgeprägt und wenig untersucht, wird aber in Zukunft an Bedeutung gewinnen – insbesondere, wenn Bildungseinrichtungen die Informations- und Lernpotenziale des Handys in Mobile-Learning-Konzepte aktiv einbeziehen. So kann durch Mobilfunktechnologie beispielsweise das reale Umfeld zu einem Lernfeld aufgewertet werden (z.B. indem an historischen Gebäuden im Stadtzentrum oder an Exponaten in Museen Funksender angebracht werden, die Hintergrundinformationen, Quiz-Fragen usw. auf die Handys der Passanten übermitteln).

Transaktionsfunktion Im Zuge der kostenpflichtigen Nutzung von Klingeltönen, Logos, SMS-Premium-Diensten etc. nehmen Handy-Kids die Rolle des

Mobile Consumer ein. Damit ist für viele Kinder eine nicht unbeträchtliche Faszination und Aufwertung der eigenen Person verbunden. Andererseits muss der hohe Kommerzialisierungsgrad der Mobilkommunikation – im Unterschied zu der vergleichsweise kostengünstigeren Onlinekommunikation verstanden und die Kundenrolle reflektiert werden.

Empowermentfunktion Kinder und Jugendliche können bei Fragen und Problemen diverse Beratungsstellen wie Pro Familia oder die Internet-Seelsorge mittlerweile auch per SMS erreichen. Ebenso werden handybasierte Interventionsprogramme für gesundheitlich belastete Jugendliche (z.B. Essstörungen) entwickelt und erprobt. Gehörlose Jugendliche berichteten, dass sie per SMS nun erstmals hörende Verwandte und Freunde selbstständig aus der Ferne kontaktieren können. Dies sind nur wenige Beispiele für die Potenziale der Mobilkommunikation zur gezielten Unterstützung marginalisierter und benachteiligter Kinder und Jugendlicher.

Sozialisationsfunktion Der Gebrauch des Mobiltelefons in sozialen Settings wie Elternhaus, Schule oder Freundesgruppe unterliegt sozialen Normen und Regeln, an deren Aushandlung Kinder und Jugendliche beteiligt sind. Sie lernen, wann und wo die Nutzung des Mobiltelefons angemessen ist oder nicht, wie schnell man auf SMS-Botschaften antworten soll, wie mit den Handykosten umzugehen ist usw. Das Handy im sozialen Umfeld hat somit auch eine Sozialisationsfunktion. Nicht zuletzt erwerben Kinder und Jugendliche im praktischen Umgang mit dem Mobiltelefon Medienkompetenz, wobei diese jedoch in Abhängigkeit von der Art der Handynutzung variiert.

Nicola Döring ●

Total vernetzt und ausgeliefert?

Mit der Entwicklung der mobilen Endgeräte zu Multimedia-Allroundtalenten ist nicht nur technischer Fortschritt verbunden. Es entstehen auch Risiken, insbesondere wenn Kinder und Jugendliche problematische Inhalte nutzen oder sogar selbst zu Medienproduzenten werden. Telekommunikationsberater Martin Pinkerneil hat für »tendenz« die technischen und zivilisatorischen Herausforderungen der mobilen Medienzukunft beschrieben.

Vor einigen Wochen konnte man in der Fachpresse lesen, dass Zukunftsforscher von sieben Billionen aktiven Endgeräten für sieben Milliarden Nutzer im Jahr 2017 ausgehen. Das wären dann 1000 Endgeräte pro Person. Damit sind aber nicht nur Handys, MP3-Player, Spielkonsolen, Notebooks und Bürocomputer gemeint. Unsere gesamte Umgebung beginnt sehr breit mit Kommunikations-, Informations- und Medientechnik zu konvergieren – natürlich vernetzt.

Man kann dem Fraunhofer-Wissenschaftler Professor Dr. Holger Boche in diesem Zusammenhang nur beipflichten: »Damit stehen wir nicht nur vor technischen, sondern vor allem vor großen zivilisatorischen Herausforderungen«.

Bis zum Jahr 2017 ist es noch eine lange Zeit, aber die technischen und zivilisatorischen Herausforderungen im Zusammenhang mit der Nutzung mobiler Endgeräte durch Jugendliche und Kinder stellen sich schon heute. Strafrechtlich relevante Videos auf den Handys von Schülern haben eine Welle der Empörung ausgelöst. Für Videos, die in der Regel aus dem Internet stammen und deren Quellen bekannt sind, haben wir eine Antwort. Aufsichtsinstanzen wie der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) in Kooperation mit jugendschutz.net gelingt es, wenn sie dabei

unterstützt werden, zunehmend diese Internetseiten unerreichbar werden zu lassen.

Doch wie sieht es mit den selbst produzierten Inhalten aus, die getauscht und verbreitet werden, und wie mit der mobilen Kommunikation über Chat, Instant Messenger und Voice over IP? Moderne Handys, mobile Spielkonsolen, WLAN-Notebooks, Breitbandanschlüsse – Jugendliche erweisen sich als der Teil der Gesellschaft, der am besten mit Technik ausgerüstet ist und diese auch nutzt und bedienen kann – das alles auch unterwegs, ohne Aufsicht durch Eltern und Lehrer.

»Always on« will gelernt sein

Hier tauchen einige Problemfelder auf: Fragen nach Persönlichkeitsrechten, Urheberrechten, Datenschutz, Anonymität und Pseudonymität sind von Bedeutung. Welcher Erwachsene weiß, was die Reform des Urheberrechts für die digitale Welt bedeutet und wer darf eigentlich was über wen im Internet veröffentlichen? Wie war das noch mit den Rechten am eigenen Bild und der Vertraulichkeit des gesprochenen Wortes? Wie sichert man sein WLAN wirklich ab, und warum ist es ratsam, seine Bluetooth-Verbindung zu deaktivieren oder auf unsichtbar zu stellen?

Verschlüsselung von E-Mails oder vertraulichen Dokumenten, ein sicheres Passwort, die Datensicherung für den Fall eines Totalverlustes, Konfiguration der Firewall, Einrichtung des Spam- oder Internetfilters, all dies wird uns mittlerweile im privaten Bereich abverlangt.

Wer Medien produziert und veröffentlicht, erlangt auch immer ein Stück weit Macht. Aber der Umgang damit will gelernt werden. Kinder und Jugendliche beginnen gerade in erheblichem Umfang, zu Medienproduzenten zu werden. Auch Kommunikation will geschult sein, insbesondere die elektronische Form.

Gerüstet für diese Always-On Gesellschaft sind wir alle nicht. Die Probleme treten bei jungen Menschen am deutlichsten zutage, denn hier wird ausprobiert, was das Zeug hält. Und die Geräte geben viel her. Kosten für Datenverbindungen sinken oder lassen sich mittels Techniken wie Bluetooth oder WLAN ganz umgehen. Die Informationsgesellschaft ist scheinbar doch nicht so einfach und ohne Probleme zu haben. Technikfolgenabschätzung ist notwendig.

Nutzungsrisiken durch moderne Technik

Spätestens seit März 2003 werden die Risiken der Nutzung mobiler Endgeräte durch Kinder und Jugendliche inter-

national diskutiert (<http://www.childnet-int.org/downloads/tokyo-conference.pdf>). Im Juni 2005 gab es mit dem »Safer Internet Forum: Child Safety and Mobile Phones« dazu auch eine Fachtagung in Luxemburg auf europäischer Ebene (<http://europa.eu.int>).

Richard Swetenham, der Programmkoordinator des Safer Internet Action Plan, stellte schon im März 2003 während der Tagung »Children, Mobile Phones and the Internet: the Mobile Internet and Children« sinngemäß fest: »Zum jetzigen Zeitpunkt sehen wir noch keinen Handlungsbedarf.

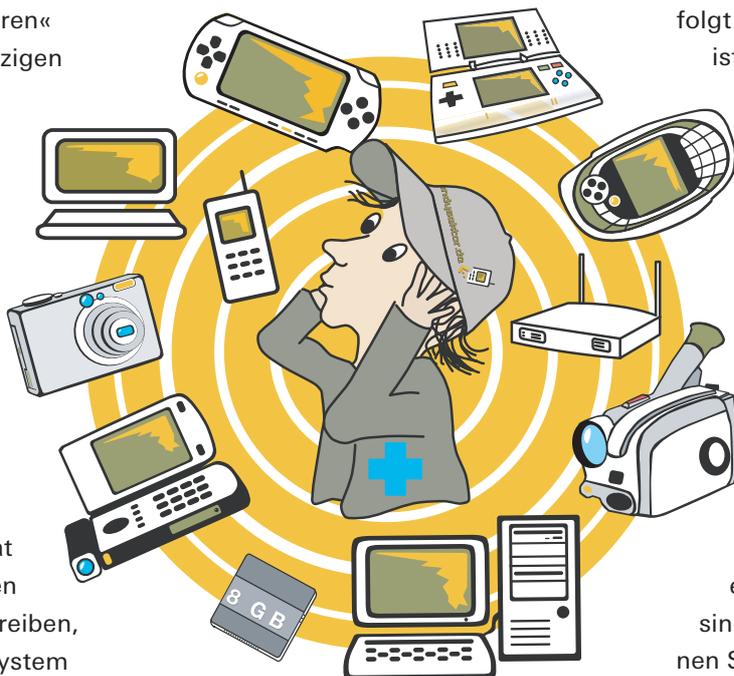
Es ist notwendig, die Problematik zu erkennen. Es ist wichtig, sicherzustellen, dass die betroffenen Mitgliedstaaten der EU darüber nachdenken. Vergleichen Sie die Herangehensweise an die Regulierung! Die Europäische Kommission hat nicht die Kompetenz, ihren Mitgliedstaaten vorzuschreiben, wie sie ihr Regulierungssystem gestalten sollen, aber das Problem darf nicht übergangen werden. Wir müssen eine Plattform schaffen, um den weiteren Weg zu diskutieren und Erfahrungen auszutauschen.«

Die zögerliche Verbreitung mobiler Datendienste und Anwendungen in Deutschland gibt Swetenham Recht. Das Jahr 2003 wäre für eine breite Aktion zu früh gewesen. Nun aber sind die beteiligten Kreise aufgrund der auch bei uns eingeführten Technologien, der Verbreitung der Endgeräte, der niedrigen Kosten für die Datenübertragung und der zunehmenden Jugendschutzproblematik zum Handeln aufgerufen.

Doch ohne Moderation wird hier wenig passieren. Die Marktsituation im Bereich mobiler Endgeräte und Datendienste ist durch höchsten Konkurrenzdruck und Internationalität

bestimmt. In Deutschland haben wir schon jetzt mobile Daten-Flatrates für 9,99 Euro im Monat und die hier übliche Subvention der Endgeräte besichert uns neue Computerhandys in Kinderhand.

Mobile internetfähige Spielkonsolen wie der Nintendo DS und die Playstation Portable werden die Verbreitung



von mobilen Endgeräten unter Kindern und Jugendlichen nochmals steigern. Lokalisierungsdienste, Chat, Dating/ Matching, Instant Messaging und soziale Netzwerke sind dabei Differenzierungsmerkmale im Wettbewerb und bergen gleichzeitig Gefahrenpotenzial für jugendliche Nutzer und Kinder.

Fachkompetenz und gegenseitiges Verständnis aufbauen

Wie können Schule, Eltern, Medien, Industrie, Regulierung, Medienpädagogik und die Politik den Schritt in diese oft verklärte Informationsgesellschaft zivilisiert gestalten? Die Verbreitungszahlen von DSL- und UMTS-Anschlüssen können nicht das einzige Kriterium für den Fortschritt einer Gesellschaft sein.

Im Juni 2006 hat sich in Mainz ein Runder Tisch auf Initiative der Ministerin Doris Ahnen zum Thema »Jugendschutz und Prävention in Internet und Mobilfunk« etabliert. Mobilfunknetzbetreiber, die KJM, klicksafe.de, die Bundesinitiativen »Jugend ans Netz« und »Schulen ans Netz«, die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM), Medienpädagogen, jugendschutz.net, BITKOM und Weitere sind der Einladung gefolgt. Sehr schnell und unaufgeregt ist dieses erste Treffen in einen konkreten Arbeitsmodus übergegangen. Zwei Arbeitsgruppen werden Lösungsvorschläge zu technischen Möglichkeiten der Filterung und Konfiguration sowie für die inhaltliche Aufklärung der Zielgruppen Eltern, Pädagogen, Kinder und Jugendliche erarbeiten.

Nun geht es darum, Verständnis zwischen Jugendschutz und Industrie aufzubauen. Die Mobilfunknetzbetreiber sind im September 2005 aus eigenen Stücken vorangegangen und haben sich mit der Veröffentlichung eines Verhaltenskodexes ansprechbar gemacht. In den Unternehmen wurden Jugendschutzbeauftragte benannt. Die Endgerätehersteller sollten diese Fachkompetenz ebenfalls aufbauen und den Dialog mit den Jugendschützern führen.

Technisch lässt sich einiges mit vergleichsweise geringem Aufwand erreichen. Die Firma Apple reagierte z. B. Anfang dieses Jahres, weil Kunden mit Klage drohten. Der Schalldruckpegel eines iPod-Modells war zu hoch und Folgeschäden für das Hörvermögen der Konsumenten zu befürchten. Ein Software-Update steht jetzt bereit. Die maximale Lautstärke kann nun begrenzt und mit einem Passwort gesichert werden. Die zivilisatorische Arbeitslast wiegt da schwerer. *Martin Pinkerneil* ●

»Mobile Regulierungslöcher« nicht nur in Deutschland

»Mobile Media« oder »Mobile Content« ist aus juristischer Sicht vor allem ein Trendwort ohne eigene rechtliche Bedeutung. Der Begriff beschreibt Medienangebote auf den »neuen« Empfangsplattformen Mobiltelefon, Smartphone oder Personal Digital Assistant (PDA). Welche rechtlichen Rahmenbedingungen für die Mobile Media-Inhalte aus Jugendschutzsicht gelten, spielt – mit Blick auf die Regulierung – eine wichtige Rolle. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch ein Vergleich mit den Regelungen in anderen Ländern.

Auf der Ebene der Übertragungsplattformen sind seit Anfang 2006 teils neue Techniken wie DMB oder DVB-H eingeführt worden, teils setzen die Anbieter und Netzbetreiber auch auf bekannte schnelle Übertragungsstandards wie UMTS und neuere GPRS-Unterstandards wie den UMTS-Turbo HSDPA. Vor dem Hintergrund der großen Verbreitung multimedialfähiger Endgeräte haben sich eine Vielzahl von Angeboten ausgebildet, die auf diesen Übertragungsplattformen aufsetzen. Sie reichen vom parallelen oder leicht zeitversetzten Ausstrahlen herkömmlicher Fernsehprogramme über speziell auf mobile Empfangsgeräte zugeschnittene »Handyfernseh-Programme« bis hin zu unzähligen Streaming-Services und Downloads von Filmen, Videoclips, Fotos, Musikstücken, Artikeln und Spielen. Hinzu kommen von Endgerätebesitzern selbst produzierte Inhalte, die durch individuellen Austausch über Email, MMS und Übertragungsformen wie WLAN, Infrarot und Bluetooth auf die Geräte Dritter gelangen.

Seit der Reform des Jugendmedienschutzes im Jahr 2002 sind die beiden wichtigsten gesetzlichen Grundlagen dafür das Jugendschutzgesetz (JuSchG) auf Bundesebene sowie der von allen Ländern geschlossene Jugendmedienschutzstaatsver-

trag (JMStV). Während das Jugendschutzgesetz auf alle »Trägermedien« Anwendung finden soll, gelten die Vorschriften des JMStV für Inhalte von Rundfunkprogrammen und Telemedien. Die Zuordnung bestimmter neuartiger Angebote zu den Regelungsmaterien ist trotz des verbesserten Regelungsrahmens immer noch schwierig.

Audiovisuelle Angebote in Verteilnetzen

Erfolgt eine Ausstrahlung von Programmen, die als Rundfunk eingestuft sind, wie etwa bei DMB und DVB-H, handelt es sich auch bei der Übertragung auf mobile Geräte um Rundfunk mit allen jugendschutzrechtlichen Konsequenzen wie dem absoluten Verbot der Ausstrahlung pornografischer Inhalte und Sendezeitbeschränkungen für jugendschutzrelevante Inhalte.

Bei der alternativ möglichen Vorsperzung reichen Grundverschlüsselungen oder Pay-TV-Zugangskontrollen grundsätzlich nicht aus. Bei anderen Angebotsformen mit bewegten Bildern stellt sich die Frage der Einstufung als Rundfunk, die unabhängig von mobiler oder stationärer Nutzung schwierig sein kann (vgl. nur die umstrittene Einordnung des Blue Movie-Angebotes durch die Landesmedienanstalten als Mediendienst).

Audiovisuelle Angebote in Abrufnetzen

Werden Inhalte im Gegensatz dazu jedoch asynchron und auf Einzelabruf des Endkunden genutzt, wie dies etwa bei UMTS-, GPRS- und WAP-Diensten mit abrufbaren Filmdateien der Fall ist, so wird in der Regel kein Rundfunk vorliegen. Diese Abrufdienste sind vielmehr als Telemedien einzustufen – mit entsprechend geringeren jugendschutzrechtlichen Anforderungen als beim Rundfunk: So können im Gegensatz zum Rundfunk bei Telemedien durchaus pornografische Inhalte verbreitet werden, so lange der Anbieter den Abruf nur in geschlossenen Benutzergruppen erlaubt. Es existieren bereits von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) anerkannte Schutzsysteme für derartige Angebote. Die Abgrenzung zum Rundfunk wird wegen der unterschiedlichen Anforderungen für ähnliche Angebote sicher wieder unter Druck geraten.

Hybride Dienste

Schwieriger fällt dagegen die Einordnung so genannter hybrider Dienste wie etwa bei UMTS-Abos und Near-Video-on-Demand-Diensten, bei denen kurze Videoclips sowie Bilder und Texte zeitnah auf das Handy des Kunden gestreamt werden. Da diese Inhal-

te zwar auf Abruf bereitgestellt werden (Argument für Telemedium), dann aber zeitnah an eine Vielzahl von Kunden gleichzeitig gehen (Argument für Rundfunk), können in diesem Bereich Rechtsunsicherheiten im Hinblick auf die Möglichkeit oder gar die Pflicht technischer Vorsperrungen und geschlossener Benutzergruppen auftreten. Hier könnten Anbieter im Zweifel einen rundfunkrechtlichen Unbedenklichkeitsantrag gemäß § 20 Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag (RStV) bei der zuständigen Landesmedienanstalt stellen.

Spiele

Spiele sind besonders attraktive Angebote, die aber rechtlich schwer zuzuordnen sind, da es ganz unterschiedliche Formen gibt. Im Bereich Mobile Games kann ein entsprechendes Spiel bereits auf dem Endgerät vorgespeichert sein, in seiner Gänze von einem Anbieter auf den Festspeicher des Gerätes übermittelt und von dort aus mit oder ohne Online-Verbindung aufgerufen werden oder aber komplett online auf dem Server eines Dritten ablaufen, so dass lediglich die Grafikausgabe auf dem Display des Endgerätes stattfindet. Damit können Spiele je nach technischer Ausgestaltung des Spielaufbaus und des -ablaufs im Gegensatz zu den bisher genannten Beispielen sowohl Telemedium (bei Online-Spielen sowie bei lokalen Spielen mit Online-Verbindung) als auch ein stationäres »Trägermedium« (bei vorinstallierten Spielen) darstellen. Schwierig einzuordnen sind Spieledownloads: Das Angebot zum Download ist wohl als Teledienst zu verstehen und unterliegt insofern wie Spiele mit Online-Verbindungen dem JMStV.

Als Trägermedium würden etwa für ein vorinstalliertes Spiel hingegen die Anforderungen des Jugenschutzgesetzes gelten, inklusive der Vorabverpflichtung einer Altersklassifizierung durch die oberste Landesjugendbehörde oder eine Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle (hier: USK). Die

Anbieter müssten zudem, gegebenenfalls unter Mithilfe der Mobilfunkbetreiber, sicherstellen, dass jugendliche Kunden nur Zugang zu altersentsprechenden Spielen hätten.

Aufgrund der beschriebenen Diskussion um die jugendschutzrechtliche Einordnung verschiedener Spieltypen (Online-Spiele, Spiele-Downloads, Spiele mit Online-Funktionalität etc.) ist eine abschließende pauschale Aussage in diesem Bereich nicht möglich. Deutlich wird aber, dass die Begriffsabgrenzung zwischen Trägermedien und Telemedien auch im reformierten Jugendschutzsystem alles andere als optimal ist.

Verantwortlichkeit für die Inhalte

Grundlage für jugendschutzrechtliche, strafrechtliche und haftungsrechtliche Sanktionen im Anwendungsbereich des JMStV ist der Begriff des »Anbieters« gemäß § 3 Abs. 2 Nr. 3 JMStV. Anbieter sind danach Rundfunkveranstalter oder Anbieter von Telemedien, also die für den Content verantwortlichen Unternehmen. Aufgrund einer abgestuften Verantwortlichkeit von Diensteanbietern im Bereich der Telemedien (§§ 6 ff. Mediendienste-Staatsvertrag; § 8 ff. Teledienste-Gesetz) sind die Anbieter für eigene Informationen voll verantwortlich, während reine Durchleitungsdienstleister oder Diensteanbieter, die Inhalte nur zur reinen Durchleitung zwischenspeichern, bei der Haftung privilegiert werden. Anbieter fremder Inhalte haften lediglich dann, wenn sie fragliche Inhalte nach Kenntnis der Unzulässigkeit nicht unverzüglich löschen.

Unklar ist dagegen noch, wie sich der so genannte Plattformanbieter im Bereich DMB und DVB-H oder andere Dienstleister in dieses Haftungssystem einordnen lassen, insbesondere in dem Fall, dass der Plattformanbieter fremde Programminhalte quasi nur »durchleitet«. Eine ähnliche Fragestellung ergibt sich auch für den Mobilfunkbetreiber,



Mit der Erweiterung der mobilen Übertragungswege wird auch die Vielfalt der Inhalte größer. Wie diese Inhalte unter jugendschutzrechtlichen Aspekten zu behandeln sind, ist nicht immer eindeutig.

wenn Mobile Games durch Dritte angeboten werden. Daneben besteht aufgrund unterschiedlicher Gerichtsentscheidungen erhöhte Rechtsunsicherheit in der Frage der Haftung von Anbietern für Äußerungen von Nutzern in virtuellen Chaträumen und Diskussionsforen.

Neben den medienrechtlichen Anforderungen sind die Normen des Strafrechts zu beachten. Die deutschen Mobilfunkbetreiber haben sich darüber hinaus, unabhängig von den rechtlichen Verpflichtungen, 2005 einen Verhaltenskodex gegeben, der allerdings über die Ermahnung ihrer Vertragspartner zur Rechtstreue wenig hinausweist.

Individueller Datenaustausch: Kein Fall für die Aufsicht

Die Möglichkeiten zur Produktion eigener Filme und Fotos sowie die tatsächliche Nutzung derartiger Inhalte mit jugendschutzrelevanten Inhalten (Happy Slapping, Snuff-Filme etc.) durch den

individuellen Datenaustausch sind zunächst kein Fall für eine staatlich installierte Kontrolle. Eine Aufsicht über individuelle Übermittlungen verstieße gegen das grundrechtlich geschützte Fernmeldegeheimnis (Art. 10 GG).

Zudem wäre zu klären, inwieweit Inhalte von Einzelpersonen, die diese individuell und im kleinen Kreise über die Multimediaschnittstellen ihres Handhelds anbieten, vom Teledienstgesetz (TDG) und damit vom JMStV erfasst sind. Die Regelungen in diesen Gesetzen sollen zwar auch für nicht-gewerbsmäßige und »private Gelegenheitsanbieter« gelten. Inwiefern der Begriff des »Dienstes« allerdings eine gewisse strukturelle Organisation oder aber einen hypothetischen Nutzerkreis zur individuellen Inhalteübermittlung voraussetzt, ist bisher nicht Gegenstand juristischer Diskussion geworden.

Trotz der Zuordnungsprobleme kann man sich für den Jugendschutz aber zunutze machen, dass die Marktakteure zum Teil in das Jugendmedien-schutzkonzept eingebunden werden können. So sind Konzepte denkbar, in denen Volljährige mit einer Extra-PIN erst bestimmte Übertragungsmöglichkeiten der Endgeräte freischalten müssen, wie etwa den Onlinezugang über WLAN, GSM und UMTS oder individuelle Übertragungsmöglichkeiten via Infrarot, Bluetooth und MMS.

»Regulierungslöcher« in den meisten europäischen Ländern

Blickt man über den nationalen Tellerand hinaus auf die europäischen Nachbarn und deren Umgang mit mobil empfangbaren Inhalten, so zeigt sich bis auf wenige Ausnahmen das gleiche Bild: Es gibt kaum spezifische Vorschriften für Mobile Content wie in Frankreich, nur teilweise sind die allgemeinen Jugendschutzregelungen oder Kundenschutzvorschriften auf

mobil empfangbare Inhalte überhaupt anwendbar wie in Estland, Portugal, Finnland und Rumänien. Mobile Media-Inhalte, die kein Rundfunk und keine so genannten Premium-Dienste sind, werden in den meisten europäischen Ländern schlicht nicht vom jeweiligen Regulierungssystem erfasst.

Aus diesen »mobilen Regulierungslöchern« ragen in wenigen Ländern aber Selbstregulierungsaktivitäten der Mobilfunkbetreiber heraus: So haben sich Betreiber etwa in Spanien in einem »Code of Conduct« dazu verpflichtet, mobile Inhalte mit Jugendschutzratings zu versehen und minderjährigen Kunden den Zugang zu diesen Inhalten zu sperren. Länder wie Malta oder die Niederlande planen dagegen Opt-In-Lösungen, in denen Kunden bestimmte Anschlüsse für jugendschutzrechtlich problematische Inhalte auf Anfrage sperren lassen können.

Italiens Mobilfunkbetreiber haben sich verpflichtet, den Eltern die Instrumente und das Wissen an die Hand zu geben, um ihre Kinder vor dem Kontakt mit jugendschutzrelevanten Inhalten zu schützen. Auch in Finnland gibt es starke Bestrebungen der Mobilfunk- und Internetwirtschaft, Jugendschutzverstöße durch Aufklärung und Selbstverpflichtungen zu unterbinden.

Im Vergleich am weitesten fortgeschritten ist der Jugendschutz für mobile Inhalte in Großbritannien: Bereits im Januar 2004 wurde hier nach Diskussion zwischen staatlichen Jugendschutzbehörden und Mobilfunkbetreibern ein »Content Code« für Mobile Media verabschiedet, auf dessen Grundlage eine unabhängige Institution für die Bewertung und Klassifizierung von Inhalten zuständig ist, der Independent Mobile Classification Body (IMCB).

Das von den Mobilfunkbetreibern finanzierte Gremium überprüft die Selbstklassifizierungen durch Anbie-

ter, die mobile Inhalte für Erwachsene bereitstellen. Die Mobilfunkbetreiber sperren oder gewähren ihren Kunden je nach Einstellung Zugang zu Inhalten, die als »über 18« klassifiziert sind. Da gerade Internet-Inhalte von dieser Form der Klassifizierung nicht erfasst sind, haben sich die Mobilfunkbetreiber im Content Code verpflichtet, auf Kundenwunsch automatische Filtersoftware für den Internetzugang über ihre Netze einzusetzen, die den Zugang zu jugendschutzrelevanten Inhalten unterbinden soll.

Ausblick

Im europäischen Recht zeichnet es sich ab, dass für die mobile Übertragung die künftige Richtlinie für Audiovisuelle Mediendienste gelten wird. Sie ersetzt die EU-Fernsehrichtlinie und sieht sowohl für lineare Dienste als auch für nicht-lineare Dienste Jugendschutzvorgaben vor. Mit linearen Diensten sind Fernsehen, Webcasting und Near Video-on-Demand gemeint. Nicht lineare Dienste umfassen alle Abrufdienste, deren Inhalte jederzeit individuell vom Nutzer ausgewählt werden können.

Für nicht-lineare Dienste würde dann die Verpflichtung aus Art. 3 d) an die Mitgliedstaaten gelten. Danach sollen diese Staaten angemessene Maßnahmen ergreifen, um zu gewährleisten, dass ihrer Rechthoheit unterliegende Mediendienste nicht in einer Art und Weise verbreitet werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen könnte. Darüber hinaus plant die EU-Kommission die Vorlage eines Memorandum of Understanding zum Schutz von Kindern und Jugendlichen, das von Europas Mobilfunkbetreibern unterzeichnet werden soll. *Dr. Wolfgang Schulz / Stephan Dreyer* ●



»Kindersichere Grundkonfiguration wäre ideal«

? **tendenz:** Der TV-Konsum der jungen Zuschauer ist rückläufig, dagegen steigt das Handy in der Gunst von Kindern und Jugendlichen. Damit steigen offenbar auch die Risiken mit Blick auf den Jugendschutz. Welche Zuständigkeiten und Handlungsmöglichkeiten hat die KJM bezüglich der mobilen Inhalte?

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring: Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) übt nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag die Aufsicht über den privaten Rundfunk und Telemedien aus. Wenn auf mobilen Geräten als Rundfunk eingestufte Programme ausgestrahlt werden, z.B. über die Standards DMB oder DVB-H, gelten dafür dieselben Handlungsmöglichkeiten wie für die Aufsicht über den Rundfunk. Um es einfach auszudrücken: Letztendlich ist es egal, ob »Verliebt in Berlin« oder eine Episode daraus via TV oder Handy empfangen wird.

Die Zuständigkeit der KJM ist im Mobilfunkbereich vor allem auch dort gegeben, wo es um den Abruf problematischer Internetinhalte geht. Für diese Internetinhalte im Handyformat gelten die Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages. Das heißt konkret: Pornografie z.B. darf auch auf Handys nur für Erwachsene zugänglich sein. Der Anbieter muss deshalb mit technischen Schutzlösungen sicherstellen, dass Pornographie nur in geschlossenen Benutzergruppen gezeigt wird. So gibt es Konzepte zur Altersverifikation, die von der KJM daraufhin überprüft werden, ob sie die entsprechenden Bedingungen für eine geschlossene Benutzergruppe erfüllen.

? **Das Handy ist für Kinder und Jugendliche zum Alltagsmedium geworden. Wie können die Anforderungen des Jugendschutzes umgesetzt werden, wenn es für den mobilen Internetzugang bald Flatrate-Angebote der Mobilfunkbetreiber gibt?**

Das lässt sich nicht so einfach prognostizieren. Ein ständiger, kostengünstiger Internetzugang erleichtert es natürlich, rund um die Uhr und überall online zu sein. Das bedeutet: Sie haben Zugriff auf alle Internetdienste und damit auch auf problematische Inhalte. Als Aufsicht über Telemedien werden die KJM und die daran angebundene Ländereinrichtung jugendschutz.net also noch mehr zu tun bekommen. Grundsätzlich gilt die Regel: Wenn es sich um downgeladete Internet-Inhalte handelt, ist der Internet-Anbieter dafür verantwortlich, stellt ein Mobilfunk-Betreiber ein Portal mit Mobile Content selbst zusammen, muss er dafür auch im Sinne des Jugendschutzes die Verantwortung übernehmen.

? **Gewaltvideos auf Handys liefern täglich neuen Zündstoff und führen beispielsweise zum Handyverbot auf Schulhöfen. Was können die Jugendschützer gegen diese Inhalte tun?**

Was Jugendliche untereinander mit ihren Handys machen, z.B. auf den Schulhöfen so genannte »Snuff Videos« aus dem Internet oder selbst gedrehte Filme tauschen, entzieht sich der Medienaufsicht. Nur, wenn wie beim »Happy Slapping« die selbst gedrehten und bewusst inszenierten Gewaltszenen ins Internet gestellt und anschließend auf das Handy geladen werden, fällt dies wieder in den Aufsichtsbe- reich der KJM.

Das bedeutet: Wenn es um den individuellen Datenaustausch von Handy zu Handy geht, kann die KJM gar nichts tun. Hier sind einerseits Polizei und Strafermittler gefragt, wenn es um die Verfolgung strafrechtlicher Vorgänge geht. Andererseits sind mit Blick auf präventive Maßnahmen Lehrer, Eltern und andere Erziehungsverant- wortliche gefragt.

? **Die Mobilfunkunternehmen haben angesichts der öffentlichen Debatte über Gefahren der Handy-**

nutzung mit einem eigenen Verhaltenskodex reagiert. Reicht das aus Sicht der KJM aus und welche Forderungen an einen effizienten Zugangsschutz haben Sie?

Natürlich reicht es nicht aus, nur einen Verhaltenskodex zu verabschieden und als begleitende Maßnahme Hotlines für Eltern anzubieten. Denn elterliche Kontrolle ist mit Blick auf die mobilen Endgeräte nur eingeschränkt möglich. Das haben die großen Mobilfunkanbieter erkannt und sich Anfang Juli der von der KJM anerkannten Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Dienste anbieter (FSM) angeschlossen. Ein Schritt, den ich nur ausdrücklich begrüßen kann. Als effizienten Zugangsschutz hält die KJM vor allem eine kindersichere Grundkonfiguration der Handys für ideal. Das würde bedeuten, technische Schutzmaßnahmen vorzuschalten und die Kommunikations- und Austauschmöglichkeiten zu beschränken. Man sollte nicht vergessen, dass über Chats und den Empfang von MMS auch sexuelle Übergriffe angebahnt werden können, wie es erst jüngst wieder in der Presse diskutiert wurde. Als technische Schutzmaßnahmen könnte man sich bei entwicklungsbeeinträchtigenden Angeboten eine Art »Vorsperre« wie im Pay-TV vorstellen. Und der Zugang zu jugendgefährdenden Angeboten sollte, wie in den Eckwerten der KJM für geschlossene Benutzergruppen festgelegt, erst nach persönlicher Identifizierung des Nutzers möglich sein. Darüber müssen wir einen intensiven Diskussionsprozess mit den Mobilfunkbetreibern führen, genauso wie wir es erfolgreich mit der Internetbranche praktizieren. *Die Fragen stellte Wolfgang Posewang* ●

Mit Handywissen gegen Handymissbrauch?

Jugendgefährdende Inhalte auf Handys von Kindern und Jugendlichen haben nach der Debatte über Klingelton-Kostenfallen eine weitere Diskussion in diesem Bereich ausgelöst. Zunehmend werden präventive Maßnahmen angeboten, damit junge Handynutzer ihr Kommunikationsterminal Nummer eins sicher und kompetent handhaben können. »tendenz« stellt ausgewählte medienpädagogische Projekte vor.

Unter Kids und Teenagern zählt das Handy als wichtiges Statussymbol. Entsprechend werden die ständigen technischen Begleiter mit Anhängern, Aufklebern, Klingeltönen und Logos aufgepeppt. Zur Imagepflege gehört auf dem Schulhof oder in der Freizeit auch der Austausch »angesagter« Inhalte. Gefährlich wird es, wenn junge Handynutzer problematische Inhalte aus dem Netz laden oder gar selbst welche produzieren.

Ein Handy-Video-Wettbewerb des JFF – Instituts für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in Kooperation mit der Mädchen-Community Lizzy-Net, der Bundesinitiative »Jugend ans Netz« sowie dem Jugendportal Netzcheckers.de soll gegensteuern. Der Handy-Clip-Wettbewerb soll helfen, »das Mobiltelefon zu nutzen, um kreative Inhalte zu produzieren«, erklärt Jürgen Ertelt, Projektkoordinator der Webredaktion von Netzcheckers.de.

Es hilft wenig, Technik zu verbieten«, sagt Ertelt, wichtig ist es, alternative Inhalte zu produzieren und zu verbreiten.« Auf Netzcheckers.de gibt es daher auch eine eigene Comedy-Show, deren Folgen sich auf das Handy downloaden lassen. Der Austausch von problematischen Inhalten liege auch daran, dass es keine kostenfreien Alternativen gebe, berichtet er. Das Jugendportal ermöglicht zudem, Audio- und Video-Podcasts zu veröffentlichen und bietet Anleitungen an, wie man Bluetooth richtig nutzt, Handvideos schneidet und Podcasts aufsetzt. Mit einem Klingelton-Generator und dem Handylogo-Designer können

junge User online eigene Klingeltöne und Logos entwerfen. Netzcheckers.de wurde von der Bundesinitiative Jugend ans Netz realisiert. Seit Juli 2006 wird das Angebot direkt vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert.

Schutz vor unbefugtem Zugriff

Über 90 Prozent der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland besitzen laut JIM-Studie ein Mobiltelefon. Jugendschützer und medienpädagogische Einrichtungen bieten daher nicht nur verstärkt Aufklärung für die betroffene junge Zielgruppe, sondern auch für Pädagogen, Multiplikatoren und die Eltern. Verschiedene Initiativen haben Informationen in bestehende Angebote integriert oder neue entwickelt, um auf Risiken bei der Handynutzung aufmerksam zu machen und medienpädagogische Kompetenzen zu vermitteln.

Initiativen wie Handysektor.de oder Handywissen.info sprechen mit ihrem Informationsangebot verschiedene Interessengruppen an. Handysektor.de ist ein Online-Informationsangebot der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) sowie des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Süd-West, das auf die Sicherheit in mobilen Netzen spezialisiert ist. Es geht um die sichere Kommunikation mit Funk-Übertragungstechnologien wie WLAN oder Bluetooth sowie mit Mobiltelefonen, Notebooks und Spielkonsolen, die Online-Zugang haben. Die Gefahr ist, dass drahtlose Schnitt-

stellen Unbefugten Zugriff auf im Handy gespeicherte Daten gewähren können. Auch unter falschem Namen getroffene Verabredungen mit jungen Usern stellen eine Gefährdung dar. Die Internetseite bietet außerdem Informationen zu verdeckten Kosten der Handynutzung, den Rechten des Kunden und gesundheitlichen Risiken. LfM-Direktor Dr. Norbert Schneider hofft, dass Jugendliche durch Handysektor.de in die Lage versetzt werden, die Gefahren selbst zu erkennen: Erst dann ist auch ein wirksamer Schutz möglich.«

Handysektor.de ist zudem im Netzwerk von Klicksafe.de vertreten, einer Informationskampagne für Sicherheit im Internet. Mit ihrem Netzwerk will das von der Europäischen Union geförderte Projekt dafür sorgen, dass bestehende Ressourcen gemeinsam genutzt werden können. Klicksafe entwickelt derzeit mit den Weblotsen, einer Initiative von Schulen ans Netz«, Multiplikatorenschulungen im Bereich Jugendmedienschutz, die sich auch mit Handy-Payment oder Kostenfallen durch Klingeltöne beschäftigen.

Für den Unterricht in der Schule gibt es darüber hinaus die Handy-Lernsoftware »Polly und Fred« des Instituts für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht (FWU). Für ihren Einsatz in Schulen hat der Mobilfunkanbieter O2 für Bayern, Nordrhein-Westfalen, Bremen und Sachsen-Anhalt die erforderlichen Landeslizenzen gesponsert. Auch die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) bietet im Rahmen ihrer Unterrichtsmaterialien zur Kinderweb-

Website / Hotline	Anbieter
Handysektor.de	Online-Informationsangebot der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) und des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Süd-West (mpfs)
Handywissen.info	Online-Informationsangebot der Landesstelle Kinder- und Jugendschutz Sachsen-Anhalt e. V. (LSKJ)
Internauten.de	Ein Projekt für Kinder im Rahmen der Initiative »Deutschland – Sicher im Netz« gemeinsam mit dem Deutschen Kinderhilfswerk, der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia (FSM) und dem Microsoft-Informationsportal msn
Klicksafe.de	Informationskampagne für Sicherheit im Internet der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK), der LfM sowie von Ecmc, einem Unternehmen für Kompetenzentwicklung und Neue Medien. Klicksafe wird durch die Europäische Union gefördert.
LizzyNet.de	Mädchen-Community von »Schulen ans Netz« e. V.
Netzcheckers.de	Träger des Jugendinformationsportals im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend ist IJAB, der Internationale Jugendaustausch- und Besucherdienst der Bundesrepublik Deutschland e.V.
Ohrenblick.de	Internetseite des Handy-Clip-Wettbewerbs, der vom JfJ in Kooperation mit LizzyNet, der Bundesinitiative »Jugend ans Netz« sowie Netzcheckers.de ausgerichtet wird.
Pollyundfred.de	Handy-Kurs für Kinder des Instituts für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht (FWU) und der Multimedia-Agentur Outermedia. Partner sind u. a. die Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen), LfM und BLM sowie das Deutsche Kinderhilfswerk und O2.
Eltern-Hotline	Anbieter der kostenfreien Hotline ist T-Mobile unter 0800 33 88 77 6 täglich von 8.00 bis 20.00 Uhr

site Internauten.de eine eigene Lehrereinheit zur verantwortungsvollen Handynutzung an.

Die Mobilfunkunternehmen selbst bemühen sich um technische Aufklärung. T-Mobile hat eine kostenfreie Eltern-Hotline eingerichtet, um Eltern mit erforderlichen Kenntnissen zu versorgen. Simone Hüls, Jugendschutzbeauftragte von T-Mobile: »Dafür haben sich 100 Callcenter-Mitarbeiter, die selbst Eltern sind, freiwillig bereit erklärt, anderen Eltern ihren Wissensvorsprung in Sachen Technik zur Verfügung zu stellen.« Insbesondere erkundigten sich Eltern danach, wo auf den Endgeräten ihrer Kinder Videodateien abgespeichert sein könnten, was Bluetooth sei und wie es sich deaktivieren ließe.

Mit dem Thema Handy setzt sich die Landesstelle Kinder- und Jugendschutz Sachsen-Anhalt (LSKJ) bereits seit einigen Jahren auseinander. Die LSKJ ist ein Zusammenschluss verschiedener Verbände und Institutio-



Das Handy-Spielmobil ist eine Maßnahme der Landesstelle Kinder- und Jugendschutz Sachsen-Anhalt. Die SMS-Mitspielaktion lief während des Europatags Sachsen-Anhalt in Magdeburg.

nen, die in der Kinder- und Jugendhilfe tätig sind. »Die Nachfrage nach Informationen zum Thema Handy ist bei Erwachsenen im pädagogischen Kontext relativ groß«, berichtet LSKJ-Geschäftsführer Arnfried Böker. Insbesondere Fachkräfte aus der Jugendarbeit sowie Schulen fragten bei der Landesstelle nach, welche jugendgefährdenden Handy-Inhalte der Polizei gemeldet werden müssten und mit welchen längerfristigen Konzepten dem begegnet werden könne. Um

Prävention interessant und unterhaltend zu gestalten, setzt die LSKJ auf Spielpädagogik wie ihr Handy-Spielmobil, das auf Stadt- und Kinderfesten unterwegs ist. Mit ihren Workshops, Fachvorträgen, Informationsangeboten und Spielaktionen richtet sie sich an sämtliche Interessengruppen, darunter auch an Ämter, Behörden und die Mobilfunkwirtschaft. Gemeinsam mit Mobilcom wird beispielsweise ein kostenfreier Eltern-Flyer veröffentlicht, der in diesem Sommer in den Mobilcom-Filialen ausliegen soll. Die Angebote unter dem Motto »Können Han-

dys fliegen?« werden laut Böker sogar bundesweit stark nachgefragt. Allerdings reichten die finanziellen Mittel nicht, um den gesamten Bedarf abzudecken. Anfragen müssten bereits ins nächste Jahr verlegt werden.

Im April 2006 startete die LSKJ ihr Internetangebot Handywissen.info, das viele Hintergrundinformationen zu Risiken, jugendschutzrechtlichen Fragen sowie zum aktuellen Forschungsstand bietet und vielfältige Tipps für Eltern bereithält. Über die Website können auch mögliche Verstöße gegen den Kinder- und Jugendschutz gemeldet werden. Desweiteren bietet die Website laut Böker viele Ideen, wie Jugendschutz im Mobilfunkbereich umgesetzt werden könne. Wesentlich sei jedoch, dass Eltern mit ihren Kindern über den Umgang mit dem Handy sprächen und sie nicht damit alleine ließen. *Sandra Eschenbach* ●



»Meinungsmacht ist nichts konkret Definierbares«

Nach dem Verbot der Übernahme der ProSiebenSat.1 AG durch die Axel Springer AG sind die Entscheidungen des Bundeskartellamtes und der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) heftig kritisiert worden. Der Fall Springer, so die Forderung einiger Kritiker, sollte zum Anlass genommen werden, um die derzeitigen Vorgaben im Rundfunkstaatsvertrag zur Konzentrationskontrolle zu überdenken. Außerdem müsste über neue Modelle nachgedacht werden, wie die Aktivitäten crossmedial aufgestellter Unternehmen auf unterschiedlichen Medienmärkten gewichtet und miteinander verrechnet werden können. Doch das ist nicht so ganz einfach, wie ein BLM-Forum am 17. Mai 2006 zeigte. Denn Meinungsmacht lässt sich schwer konkret definieren.

Bereits vor dem Forum hatte die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) bei tns Infratest ein Gutachten zur Rechenmethode der KEK in Auftrag gegeben. Es kommt zu dem Schluss, dass der von der KEK ermittelte Marktanteilswert von 42 Prozent nicht nachvollziehbar und haltbar ist (42 % Axel Springer AG und ProSieben Sat.1 Media AG mit verwandten Märkten nach Abzug des Bonus von fünf Prozent für Fensterprogramme und Sendezeiten unabhängiger Dritter).

Nach dem Rundfunkstaatsvertrag (§26, Abs. 2) wird »vorherrschende Meinungsmacht« ab einem Zuschaueranteil von 30 Prozent vermutet. Gleiches gelte, so der RStV, bei Erreichen eines Zuschaueranteils von 25 Prozent, »sofern das Unternehmen auf einem medienrelevanten verwandten Markt eine marktbeherrschende Stellung hat oder eine Gesamtbeurteilung seiner Aktivitäten im Fernsehen und auf medienrelevanten verwandten Märkten ergibt, dass der dadurch erzielte Meinungseinfluss dem eines

Unternehmens mit einem Zuschaueranteil von 30 von Hundert im Fernsehen entspricht.«

Warum die Prüfergebnisse der KEK nicht nachvollziehbar sind, begründet das Forschungsinstitut tns infratest folgendermaßen:

■ Die KEK orientiert sich bei ihrer Prüfung auf vorherrschende Meinungsmacht im Gegensatz zum Zuschauermarktanteils-Modell im Fernsehen an anderen Bezugsgrößen. Die Einführung von Gewichtungsfaktoren ist nach Ansicht von Infratest willkürlich und entspricht nicht fundierten wissenschaftlichen Methoden der Marktforschung.

■ Gemäß der Rechenmethode der KEK wird der Springer-Anteil an der verkauften Auflage der Tageszeitungen sowie der Programm- und Publikumszeitschriften als Bezugsgröße für die Zurechnung gewählt. Das Kaufen einer Zeitung sagt jedoch wenig über die tatsächliche Intensität der Nutzung aus, insbesondere bezogen auf die

im Marktanteilsmodell implizierte Sehdauer. Die verkaufte Auflage ist deshalb keine korrekte Messgröße.

■ Die von der KEK gewählten Gewichtungsfaktoren »Zwei Drittel für Zeitungen«, »ein Siebtel für Programmzeitschriften«, »ein Zehntel für Publikumszeitschriften«, »50 Prozent für Online und Hörfunk« verdeutlichen eine gewisse Willkür, mit der die KEK die meinungsrelevanten Märkte als Äquivalent zum Fernsehmarkt geprüft hat.

■ Problematisch ist insbesondere das Zerlegen des Zeitschriftenmarktes in Publikumszeitschriften und Programmzeitschriften.

■ Die Addition gewichteter Marktanteile führt zu Verzerrungen des Messergebnisses.

■ Der KEK ist es bei der Analyse der verwandten Medienmärkte offenbar nicht gelungen, eine Vergleichswährung zu finden, die äquivalent zum Zuschauermarktanteil im Fernsehen ist.

Der Kern der Kritik an der Ermittlung des Marktanteils durch die KEK bezieht sich vor allem darauf, dass vergleichbare Maßeinheiten vorliegen müssten, so Wolfgang Werres von Infratest beim BLM-Forum, um die Meinungsmacht »berechnen« zu können.

Der Kommunikationswissenschaftler Prof. Dr. Hans Mathias Kepplinger stellte die Messung von Reichweiten als Grundlage für die Prüfung von Meinungsmacht generell in Frage: Anhand von Reichweiten bzw. Marktanteilen ließen sich weder Aussagen über die Wirkung einzelner Medien machen, noch ihr Wirkungspotenzial bestimmen.

Messbare Reichweiten als Grundlage

Auf der Suche nach geeigneten Methoden zur Bestimmung von Meinungsmacht plädierte Michael Darkow für »konsumentenorientierte« statt für »medienorientierte« Forschungsansätze. Mit dem Zuschaueranteilsmodell habe der Gesetzgeber bewusst den Rezipienten und nicht die Werbe- oder Verkaufsmacht (z.B. Auflagenhöhe im Printmarkt) in den Mittelpunkt gestellt. Eine Lösung konnte allerdings auch Darkow nicht anbieten: Die angewandte Medienforschung könne kein zweifelsfreies, eindeutiges, belastbares cross-mediales Modell anbieten, – »heute nicht und morgen wohl auch nicht«.

Messbare Reichweiten als Grundlage hält Michael Hofsäss von der ag.ma für eine mögliche Lösung. Als Maßeinheiten sieht er auf dem Printmarkt die Lesemenge (LpS; Redaktion und Anzeigen), im Hörfunk die Hörer pro durchschnittliche Viertelstunde und auf dem Fernsehmarkt die Sehbeteiligung pro durchschnittlicher halber Stunde bzw. Stunde. Das Fazit der Medienforscher: Es wären neue Mess-



methoden oder Instrumente notwendig, um angesichts der crossmedialen Entwicklung die Unternehmensaktivitäten auf unterschiedlichen Medienmärkten gewichten und verrechnen zu können.

BLM-Präsident Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring hatte schon in der Begrüßung darauf hingewiesen, dass die Regelungen zur Vielfaltsicherung nicht mehr unbedingt zeitgemäß wären: »Es lässt sich unschwer vorhersagen, dass die Veränderungen im Medienbereich zu ganz neuen Fragen der Vielfaltsicherung führen, die weit komplexer sind als die geplante Fusion von Springer mit ProSiebenSat.1.«

Probleme nicht durch neue Rechenmodelle zu lösen

Wie die neuen Regelungen aussehen könnten, darauf hatte auch das Podium keine eindeutige Antwort. Dr. Wolfgang Schulz, Direktor des Hans-Bredow-Instituts, betonte noch einmal, dass die derzeitige Regelung eben ein Rundfunkmarkt-Modell und kein Gesamtmarktmodell sei und resümierte: »Meinungsmacht ist nichts konkret Definierbares.«

Wie die KEK zu ihrem Ergebnis gekommen ist, erläuterte beim BLM-Forum KEK-Mitglied Prof. Dr. Peter Mailänder. Die Vorträge der Referenten stehen im Internet unter www.blm.de zur Verfügung.

Eine Woche nach dem BLM-Forum verteidigte KEK-Vorsitzender Prof. Dr. Dieter Dörr bei einer Fachveranstaltung in Köln die Entscheidung des Gremiums: »Die KEK hat ... keineswegs einfache Additionen vorgenommen oder mathematische Formeln verwendet. Sie hat vielmehr Antwort auf die Frage gegeben, wie der Einfluss der Axel Springer AG etwa im Bereich der Presse im Vergleich zu den Einflüssen zu gewichten ist, über die ein Unternehmen mit einem bestimmten Zuschaueranteil im Fernsehen verfügt.« Dass eine vergleichende Bewertung vorgenommen werden müsse, so Dörr weiter, sei durch das Leitbild des §26 Abs. 2 Satz 2 RStV vorgegeben.

Das Medien-Monopoly wird Unternehmen und Medienpolitik angesichts der Veränderungen im Medienmarkt noch einige Zeit beschäftigen, denn die Regulierungsvorgaben für den Fernsehmarkt stammen aus einer Zeit, in der die Digitalisierung noch eher am Anfang stand. bp ●