

Jugendschutzrecht

Liesching

6. Auflage 2022
ISBN 978-3-406-76871-2
C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

veranstaltungen, sondern als sonstige öffentliche Veranstaltung i.S.d. § 7 zu qualifizieren.

2. Werbevorspanne und Beiprogramme (Satz 2)

a) **Geltungsbereich.** Die Vorschrift des Satz 2 erstreckt die Anwesenheitsverbote und -beschränkungen des § 11 Abs. 1 bis 3 auf Werbevorspanne und Beiprogramme, d.h. auch auf mit dem Hauptfilm laufende **Kurzfilme, Werbefilme, Werbevorspannfilme** und sonstige Beiprogrammfilme. Das bedeutet, dass Werbevorspanne und Beiprogramme ebenfalls für die entsprechende Altersstufe, die für den Hauptfilm maßgebend ist, freigegeben und gekennzeichnet sein müssen. Ist dies nicht der Fall, so dürfen sie entweder nicht in Verbindung mit diesem Hauptfilm vorgeführt werden, oder die Bekanntmachung der Freigabe, zu der der Filmtheaterbesitzer nach § 3 Abs. 1 verpflichtet ist, muss sich nach der für den Werbefilm **maßgebenden Alters-einstufung** richten. Werbefilme für andere Kinofilme oder sonstige Medien brauchen indes schon wegen § 3 Abs. 2 S. 3 nicht der Altersfreigabe des beworbenen Mediums folgen. Die in § 10b Abs. 3 S. 2 genannten „werbenden Verweise auf andere Medien“ haben schon mangels des Fehlens „nicht altersgerechter Kaufappelle“ und der weiteren Voraussetzungen des § 10b Abs. 2 keinen praktischen Anwendungsbereich (→ § 10b Rn. 24 ff. und 51 ff.).

b) **Verstöße in der Praxis.** Wird gegen die vorgenannten Verpflichtungen verstoßen, so sind die Voraussetzungen für eine Beanstandung oder Ahndung wegen einer Ordnungswidrigkeit nach § 28 Abs. 1 Nr. 14 gegeben. Erfahrungsgemäß wird in der Praxis gerade gegen Abs. 4 Satz 2 aus **Unkenntnis oder Unbekümmertheit** häufig verstoßen (vgl. auch Nikles, u.a. Rn. 14). Die Jugendämter sind berufen, nötigenfalls bei den Filmtheaterbesitzern auf die Einhaltung auch dieser Vorschrift hinzuwirken und ggf. bei den Polizei- oder Ordnungsbehörden eine Ahndung anzuregen.

c) **Sonstige Filmwerbung.** Nicht zum Regelungsbereich der Norm gehört die Prüfung und Freigabe von Filmwerbeunterlagen wie **Plakaten, Standfotos, Schlagzeilen- oder Reklametexten** der Verleiher. Soweit die FSK in diesem Bereich tätig wird, handelt es sich um echte Selbstkontrolle außerhalb des gesetzlichen Auftrags. Diese Werbeunterlagen unterliegen als Trägermedien (→ § 1 Rn. 32 ff.) uneingeschränkt der Indizierung nach § 18 i.V.m. § 15 (vgl. zum Indizierungsantrag bzgl. des Kinoplakats „Saw IV“: BPjM-Entsch. Nr. 5563 vom 8.5.2008). Für **Rundfunkangebote** und **Telemedien** gelten die besonderen Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages, insb. §§ 5c, 6 JMStV, daneben aber auch § 3 Abs. 2 S. 3, → § 3 Rn. 18 ff.).

3. Nichtgewerbliche Herstellung und Nutzung (Satz 3)

Die Vorschrift des Satz 3 nimmt solche Filme von den Beschränkungen des § 11 Abs. 1 bis 3 aus, die zu nichtgewerblichen Zwecken hergestellt, also nicht im Hinblick auf eine Gewinnerzielung produziert oder eingesetzt

werden. Hierzu zählen etwa **Unterrichts-, Forschungs-, oder andere wissenschaftliche Filme** (so schon E/K/Steindorf, § 6 JÖSchG Anm. 12). Eine Anbieterkennzeichnung als „Infoprogramm“ oder „Lehrprogramm“ nach § 14 Abs. 7 i.V.m. § 11 Abs. 1 ist insoweit also nicht erforderlich. Freilich bleibt eine Indizierung nach § 18 i.V.m. § 15 möglich. Auf die Ausnahme des Satzes 3 wird im Gegensatz zu der früheren Regelung des § 7 Abs. 2 S. 1 JÖSchG bei den Bestimmungen zu den **Bildträgern** (§ 12) nunmehr nicht mehr ausdrücklich verwiesen. Gleichwohl findet sie **entsprechende Anwendung** (→ § 12 Rn. 22; Knupfer, Rn. 7; anders Nikles u.a., § 12 Rn. 15).

V. Tabak- und Alkoholwerbung (Abs. 5 u. 6)

1. Vorführbeschränkung für Alkoholwerbung

- 28 Die zeitliche Vorführbeschränkung für Alkoholwerbung nach Abs. 5 hat erst spät im Gesetzgebungsverfahren in das JuSchG Eingang gefunden, nachdem die weitergehende Regelung des Regierungsentwurfs (vgl. § 14 Abs. 1 S. 2 RE, BT-Drs. 14/9013, S. 6: Altersfreigabe nicht unter 16 Jahren) nach „Abwägung aller Interessen“ (BT-Drs. 14/9410, S. 30) nicht umgesetzt worden ist (vgl. auch Liesching, JMS-Report 4/2002, S. 4, 7). Die Abmilderung des ursprünglichen Regierungsentwurfs führt zu erheblichen Wertungswidersprüchen zu Abs. 3 (zu Recht krit. daher Nikles u.a., § 11 JuSchG Rn. 17). Werbung für alkoholische Getränke im Rundfunk und in Telemedien ist grundsätzlich auch zur Tageszeit möglich (ausführlich Liesching, MMR 2012, 211 ff.). Entscheidend für die Zeitgrenze von 18.00 Uhr ist nicht etwa das **Abspielen des Hauptfilms** oder die Programmankündigung, sondern allein der Zeitpunkt, in dem der Werbefilm bzw. das Werbeprogramm vorgeführt wird. Zu den gesetzlichen Werbebeschränkungen in anderen Medienbereichen vgl. insb. → § 10 Rn. 15 f.). Soweit die öffentliche Vorführung von Rundfunk- und Telemedieninhalten erfolgt, ist § 6 Abs. 5 JMStV zu beachten (→ JMStV § 6 Rn. 43 ff.).

2. Werbung für Tabakerzeugnisse

- 29 Gemäß Art. 3 des Zweiten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnissegesetzes vom 23.10.2020 (BGBl. I, S. 2229) wurde für Tabakerzeugnisse die vormals nach Abs. 5 geltende zeitliche Beschränkung (Rn. 15) durch eine restriktivere Beschränkung in Abs. 6 ersetzt, nach der einschlägige Werbung nur noch im Zusammenhang mit Filmveranstaltungen möglich ist, bei denen gemäß § 11 Abs. 1 Kinder und Jugendliche nicht anwesend sein dürfen (vgl. BT-Drs. 19/19495, S. 18). Die Rechtsbegriffe der Tabakerzeugnisse, elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehälter weichen im Wortlaut von den in § 10 Abs. 1 (→ § 10 Rn. 4 f.) genannten Tabakwaren und anderen nikotinhaltenigen Erzeugnissen und deren Behältnissen ab. Praktisch bedeutsame Schutzlücken in Abs. 6 bestehen für die Bewerbung nikotinhaltiger Erzeugnisse, die keinen Tabak enthalten, zB für „pflanzliche Raucherzeugnisse“ i.S.d. § 2 Nr. 1 TabakerzeugnisG. Auch Werbung für andere Produkte eines

Zigarettenherstellers wird von der Vorschrift nicht erfasst, sofern bei den Werbeinhalten keinerlei Bezug zu dem Konsum von Tabakerzeugnissen erkennbar ist (a.A. wohl Nikles/Roll u.a., § 11 JuSchG Rn. 17; vgl. hierzu auch EuGH NJW 2000, 3701, 3703).

VI. Rechtsfolgen

Wer als Veranstalter oder Gewerbetreibender (vgl. zu den Begriffen → § 3 30 Rn. 2 ff.) vorsätzlich oder fahrlässig entgegen Abs. 1 oder 3, jeweils auch in Verbindung mit Abs. 4 Satz 2, einem Kind oder einer jugendlichen Person die Anwesenheit bei einer öffentlichen Filmveranstaltung, einem Werbevorspann oder einem Beiprogramm gestattet bzw. entgegen Abs. 5 einen Werbefilm oder ein Werbeprogramm vorführt, handelt gemäß § 28 Abs. 1 Nr. 14 bzw. 14a **ordnungswidrig** und macht sich bei schweren Gefährdungen Minderjähriger (z.B. durch exzessiven Alkoholkonsum), Handeln aus Gewinnsucht oder bei beharrlicher Wiederholung sogar **strafbar**. Fahrlässige Verstöße kommen insb. bei Nichteinhaltung der Anforderungen an Einlasskontrollen (→ Rn. 16) in Betracht.

§ 12 Bildträger mit Filmen oder Spielen

(1) Zur Weitergabe geeignete, für die Wiedergabe auf oder das Spiel an Bildschirmgeräten mit Filmen oder Spielen programmierte Datenträger (Bildträger) dürfen einem Kind oder einer jugendlichen Person in der Öffentlichkeit nur zugänglich gemacht werden, wenn die Programme von der obersten Landesbehörde oder einer Organisation der freiwilligen Selbstkontrolle im Rahmen des Verfahrens nach § 14 Abs. 6 für ihre Altersstufe freigegeben und gekennzeichnet worden sind oder wenn es sich um Informations-, Instruktions- und Lehrprogramme handelt, die vom Anbieter mit „Infoprogramm“ oder „Lehrprogramm“ gekennzeichnet sind.

(2) ¹Auf die Kennzeichnungen nach Absatz 1 ist auf dem Bildträger und der Hülle mit einem deutlich sichtbaren Zeichen hinzuweisen. ²Das Zeichen ist auf der Frontseite der Hülle links unten auf einer Fläche von mindestens 1 200 Quadratmillimetern und dem Bildträger auf einer Fläche von mindestens 250 Quadratmillimetern anzubringen. ³Die oberste Landesbehörde kann

1. Näheres über Inhalt, Größe, Form, Farbe und Anbringung der Zeichen anordnen und
2. Ausnahmen für die Anbringung auf dem Bildträger oder der Hülle genehmigen.

⁴Anbieter von Telemedien, die Filme und Spielprogramme verbreiten, müssen auf eine vorhandene Kennzeichnung in ihrem Angebot deutlich hinweisen.

(3) Bildträger, die nicht oder mit „Keine Jugendfreigabe“ nach § 14 Abs. 2 von der obersten Landesbehörde oder einer Organisation der

freiwilligen Selbstkontrolle im Rahmen des Verfahrens nach § 14 Abs. 6 oder nach § 14 Abs. 7 vom Anbieter gekennzeichnet sind, dürfen

1. einem Kind oder einer jugendlichen Person nicht angeboten, überlassen oder sonst zugänglich gemacht werden,
2. nicht im Einzelhandel außerhalb von Geschäftsräumen, in Kiosken oder anderen Verkaufsstellen, die Kunden nicht zu betreten pflügen, oder im Versandhandel angeboten oder überlassen werden.

(4) **Automaten zur Abgabe bespielter Bildträger dürfen**

1. auf Kindern oder Jugendlichen zugänglichen öffentlichen Verkehrsflächen,
2. außerhalb von gewerblich oder in sonstiger Weise beruflich oder geschäftlich genutzten Räumen oder
3. in deren unbeaufsichtigten Zugängen, Vorräumen oder Fluren nur aufgestellt werden, wenn ausschließlich nach § 14 Abs. 2 Nr. 1 bis 4 gekennzeichnete Bildträger angeboten werden und durch technische Vorkehrungen gesichert ist, dass sie von Kindern und Jugendlichen, für deren Altersgruppe ihre Programme nicht nach § 14 Abs. 2 Nr. 1 bis 4 freigegeben sind, nicht bedient werden können.

(5) ¹Bildträger, die Auszüge von Filmen und Spielprogrammen enthalten, dürfen abweichend von den Absätzen 1 und 3 im Verbund mit periodischen Druckschriften nur vertrieben werden, wenn sie mit einem Hinweis des Anbieters versehen sind, der deutlich macht, dass eine Organisation der freiwilligen Selbstkontrolle festgestellt hat, dass diese Auszüge keine Jugendbeeinträchtigungen enthalten. ²Der Hinweis ist sowohl auf der periodischen Druckschrift als auch auf dem Bildträger vor dem Vertrieb mit einem deutlich sichtbaren Zeichen anzubringen. ³Absatz 2 Satz 1 bis 3 gilt entsprechend. ⁴Die Berechtigung nach Satz 1 kann die oberste Landesbehörde für einzelne Anbieter ausschließen.

Schrifttum: *Altenhain/Liesching*, Zur Einbeziehung etwaiger Suchtrisiken von Computerspielen in die Bewertungen des gesetzlichen Jugendmedienschutzes, BpJM-aktuell 1/2011, 3; *Baumann/Hofmann*, Hybride Computer- und Videospiele aus jugendschutzrechtlicher Sicht, ZUM 2010, 863; *Braml*, Onlinespiele: Novellierungsbedarf im Jugendmedienschutz?, ZUM 2009, 925; *Dreyer*, Entscheidungen unter Unge- wissheit im Jugendmedienschutz, 2018; *Erdemir*, Filmzensur und Filmverbot, 2000; *v. Gottberg*, Jugendschutz in den Medien, 1995; *Engels/Stulz-Herrnstadt*, Einschränkungen für die Presse nach dem neuen Jugendschutzgesetz, AfP 2003, 97, 101; *Gutknecht*, Testkäufe von Minderjährigen zur Feststellung von Verstößen gegen § 12 JuSchG in Ladengeschäften, JMS-Report 4/2007, 2; *ders.*, Verpflichtung zur Anbringung von Alterskennzeichen auf Bildträgern, JMS-Report 3/2010, 2; *v. Hartlieb*, Gesetz zur Neu- regelung des Jugendschutzes in der Öffentlichkeit, NJW 1985, 830; *Hilgert/Sümmer- mann*, Der Entwurf für ein neues Jugendschutzgesetz, MMR 2020, 301; *Hilse*, Die Altersfreigabe von Computer- und Automatenspielen durch USK und ASK, JMS- Report 3/2004, 2; *Hentsch/von Petersdorff*, Gesetzlicher Jugendschutz in der Games- Branche, MMR-Beil. 8/2020, 3; *Hönge*, Aufgaben der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK), JMS-Report 4/2004, 9; *Höynck*, Stumpfe Gewalt? Möglichkeiten

und Grenzen der Anwendung von § 131 StGB auf gewalthaltige Computerspiele am Beispiel „Der Pate – Die Don Edition“, ZIS 2008, 206; *Höyneck/Möfle/Kleimann/Pfeiffer/Rehbein*, Jugendmedienschutz bei gewalthaltigen Computerspielen: Eine Analyse der USK-Alterseinstufungen, 2007; *Höyneck/Pfeiffer*, Verbot von Killerspielen – Thesen und Vorschläge zur Verbesserung des Jugendmedienschutzes, ZRP 2007, 91; *Liesching*, Das neue Jugendschutzgesetz – Ein Überblick, JMS-Report 4/2002, S. 4; *ders.*, Neue Entwicklungen und Problemstellungen des strafrechtlichen Jugendmedienschutzes, AfP 2004, 496; *ders.*, Warum ist die USK-„KJ“-Entscheidung zum Computerspiel GTA IV „unverständlich“?, JMS-Report 4/2008, 2; *ders.*, Verfassungskonformer Jugendschutz nach der Medienkonvergenz, MMR 2018, 141; *ders.*, Nutzungsrisiken nach dem neuen Jugendschutzgesetz – Implikationen im Bereich Werbung für Medien, 563; *Liesching/Zschammer*, Das reformierte Jugendschutzgesetz (JuSchG) – Wesentliche Neuerungen und zentrale Fragestellungen für die künftige Anwendungspraxis, JMS-Report, 3/2021, 2; *Lober/Jäkel-Gottmann*, Überblick über die Spruchpraxis zur Alterskennzeichnung, MMR-Beilage 8/2020, 8; *Mayer*, Der Versandhandel mit Computer- und Konsolenspielen ohne Jugendfreigabe aus wettbewerbsrechtlicher Sicht, NJW 2010, 2767; *Marinitsch*, Die Geheimhaltung des Prüfergebnisses der USK, MMR 2018, 517; *Meves*, Computerspiele und die Gewalt in der Gesellschaft, JMS-Report 4/2002, 2; *Porz*, Der Jugendmedienschutz bei Gewalt darstellenden Computerspielen – Medien-gewaltwirkungsforschung, Jugendschutzgesetz, Gewaltdarstellungsverbot & Moralphanik, 2013; *Poththast*, Regulierung und Computerspiele, KJM-Schriftenreihe II, 2010, 89; *Rehbein/Kleimann/Möfle*, Zur Einstufung des Videospiele GTA IV durch die USK mit „Keine Jugendfreigabe“, JMS-Report 3/2008, 2; *Rehbein/Möfle/Zenses/Jukschat*, Zum Suchtpotential von Computerspielen, JMS-Report 6/2010, 8; *Schumann*, Jugendschutzgesetz und Jugendmedienschutzstaatsvertrag – alte und neue Fragen des Jugendmedienschutzrechts, tv-diskurs 25/2003, S. 97; *Schwiadessen*, Unterhaltungsfilme für Volljährige im Kontext des Jugendschutzgesetzes – Ein Überblick, ZUM 2015, 226; *Stümmernann/Hilgert*, Jugendschutz in der virtuellen Realität, CR 2016, 104; *Quandt*, Computer- und Konsolenspiele: Ein Forschungsüberblick zur Nutzung und Wirkung von Bildschirmspielen, KJM-Schriftenreihe II, 2010, 113; *Wegner/Odeley*, Neuregelung der Kennzeichnungspflichten für Filme und Computerspiele, K&R 2010, 467; *Weides*, Der Jugendmedienschutz im Filmbereich, NJW 1987, 224; *Wölfling/Müller*, Computer-spiel- und Internetsucht – klinische Betrachtungen und psychologische Effekte, KJM-Schriftenreihe II, 2010, 158.

Übersicht

	Rn.
I. Allgemeines	1
1. Regelungsinhalt und Bedeutung	1
2. Normhistorie	3
3. Verfassungskonformität	4
4. Entwicklungsbeeinträchtigung durch Computerspiele	5
a) Negative Wirkung insb. bei Gewalt-Spielen	5
b) Gefahren der Spielsucht	6
II. Zugänglichmachen von Film- oder Spiel-Bildträgern	
(Abs. 1)	7
1. Begriff des Bildträgers	7
2. Filme oder Spiele an Bildschirmgeräten	8
a) Geltungsbereich	8
b) Abgrenzung	9
3. Zugänglichmachen in der Öffentlichkeit	10
a) Begriff des Zugänglichmachens	10

	R.n.
b) Versand auf Bestellung	12
c) Öffentlichkeit	13
d) Altersfreigabe durch FSK bzw. USK	15
aa) Allgemeines	15
bb) USK-Prüfentscheidungen vor Inkrafttreten des JuSchG	17
cc) USK-Prüfverfahren	18
III. Altersfreigaben und -kennzeichen (Abs. 2)	19
1. Pflicht zu deutlich sichtbarem Hinweis (Satz 1)	19
a) Normadressaten	19
b) Allgemeine Transparenzanforderungen	20
2. Anforderungen an die Zeichenbeschaffenheit (Satz 2)	21
a) Position und Größe (Satz 2)	21
b) Anordnungsermächtigung (Satz 3 Nr. 1)	23
aa) OJb-Anordnungen	23
bb) Umsetzung der Kennzeichengestaltung	24
c) Ausnahmen vom Kennzeichenerfordernis (Satz 3 Nr. 2)	25
d) Hinweispflicht bei Vertrieb über Telemedien (Satz 4) ..	26
aa) Geltungsbereich	26
bb) Anforderungen an die Hinweispflicht	27
IV. Bildträger ohne Jugendfreigabe (Abs. 3)	28
1. Geltungsbereich	28
a) Allgemeines	28
b) Bildträger mit (EU-)ausländischer Altersfreigabe	29
aa) Fehlende FSK/USK-Kennzeichnung	29
bb) Kein Verstoß gegen Europarecht	30
2. Vertriebsbeschränkungen	31
a) Anbieten, Überlassen, Zugänglichmachen (Nr. 1)	31
aa) Anbieten	31
bb) Überlassen	32
b) Absolute Vertriebsverbote (Nr. 2)	33
aa) Einzelhandelsvertrieb nur in bestimmten Verkauf- stellen	33
bb) Versandhandel	36
V. Automatenvertrieb von Bildträgern (Abs. 4)	38
1. Normhistorie	38
a) Gesetzgebungsverfahren	38
b) Kritik	39
2. Praktische Bedeutung	40
3. Voraussetzungen	41
a) Erfasste Räumlichkeiten	41
aa) Minderjährigen zugängliche Verkehrsflächen (Nr. 1)	41
bb) Beruflich oder geschäftlich genutzte Räume (Nr. 2)	42
cc) Unbeaufsichtigte Zugänge, Vorräume oder Flure (Nr. 3)	43
b) Technische Vorkehrungen	44
4. „Ab-18“-Automatenvideotheken	45
a) Unanwendbarkeit des Abs. 4	45
b) Hohe Anforderungen an Zugangsalterskontrolle	46

	Rn.
c) Anforderungen bei schwer jugendgefährdenden Bildträgern	47
VI. Verbund mit periodischen Druckschriften (Abs. 5)	48
1. Ausnahme vom Freigabevorbehalt (Satz 1)	48
a) Geltungsbereich	48
b) Begriff des „Auszugs“	49
c) Feststellung einer Selbstkontrollereinrichtung	50
2. Hinweispflicht (Sätze 2 und 3)	51
3. Anbieterschluss (Satz 4)	52
VII. Rechtsfolgen	53
1. Verstöße gegen Vertriebsbeschränkungen	53
2. Verstöße der Anbieter gegen Hinweispflichten	54

I. Allgemeines

1. Regelungsinhalt und Bedeutung

Entsprechend dem Anwesenheitsverbot bei öffentlichen Filmveranstaltungen nach § 11 Abs. 1 unterwirft Abs. 1 Bildträger mit Filmen oder Spielen dem **Verbot des Zugänglichmachens** in der Öffentlichkeit an Kinder und Jugendliche, freilich ebenfalls unter dem Erlaubnisvorbehalt der Freigabe für bestimmte Altersstufen durch die oberste Landesbehörde bzw. eine Organisation der freiwilligen Selbstkontrolle bzw. aufgrund der Durchwirkungen nach § 14 Abs. 6a JuSchG und § 5 Abs. 2 S. 3 bis 5 JMStV. Weitergehende bzw. **besondere Beschränkungen** gelten für Bildträger ohne Jugendfreigabe (Abs. 3), für den Automatenvertrieb (Abs. 4) sowie den Vertrieb im Verbund mit periodischen Druckschriften (Abs. 5).

Die unterschiedlichen jugendschutzrechtlichen Zugangsverbote wie insbesondere auch § 12 JuSchG stehen in einem Spannungsfeld zu dem grundsätzlich auch im Kinder- und Jugendhilferecht anerkannten Ziel der Medienkompetenzvermittlung. Demgegenüber sind nach unterinstanzlicher Rechtsprechung sogar familiengerichtliche Auflagen nach § 1666 BGB mit Regelungsgehalten entsprechend § 12 Abs. 1 JuSchG gegenüber Eltern möglich (AG Bad Hersfeld, Beschl. v. 27.10.2017 – 63 F 290/17, NZFam 2018, 414). Darüber hinaus haben sich durch die in den letzten 15 Jahren eingetretenen erheblichen Veränderungen der Mediennutzungspraxis (Medienkonvergenz, Einsatz von Smartphones, soziale Medien) nicht unerhebliche Diskrepanzen zu dem im Wesentlichen auf dem Stand von 2003 verharrenden gesetzlichen Jugendschutz ergeben, die auch verfassungsrechtliche Fragen mit Blick auf Art. 3 GG bei der Auslegung aufwerfen (→ Rn. 4; Knapfer, Rn. 3; Liesching, MMR 2018, 141 ff.).

2. Normhistorie

Gegenüber der alten Bestimmung des § 7 JÖSchG erfuhr die Vorschrift eine praktisch außerordentlich bedeutsame Erweiterung des Anwendungsbereichs. Neben Filmen werden **seit April 2003** auch **Computerspiele** erfasst, da diese eine vergleichbare beeinträchtigende Wirkung auf die Entwicklung

oder Erziehung von Kindern und Jugendlichen haben können (vgl. BT-Drs. 14/9013, S. 21; für eine Einbeziehung der Computerspiele schon nach der alten Regelung: Gernert/Stoffers, S. 117). Die Spezifizierung der Kennzeichenanforderungen nach Abs. 2 S. 2 wurde eingefügt sowie Abs. 5 Satz 3 wurde geändert durch **1. JuSchGÄndG** v. 24.6.2008 (BGBl. I S. 1075) mit Wirkung zum 1.7.2008. Die Vorschriften der Abs. 1, Abs. 2 Satz 4, Abs. 5 Satz 1 erfuhren geringfügige redaktionelle Änderungen durch das **2. JuSchGÄndG** v. 9.4.2021 (BGBl. I S. 742).

3. Verfassungskonformität

- 4 Das Verbot mit Erlaubnisvorbehalt des Abs. 1 erscheint angesichts der veränderten Medienentwicklung und vor dem Hintergrund einer weiterhin nach Mediensparten differenzierenden gesetzlichen Regulierung nicht mehr verfassungskonform. Denn im Zeitalter der Medienkonvergenz werden Filmmedien in erster Linie online und im Rundfunk genutzt. Dort gelten keine Altersfreigabepflichten, sondern findet eine Jugendschutz-Eigenbewertung statt. Hingegen müssen Bildträgervertreiber immer noch vorab einen kostenpflichtigen Altersfreigabe-Verwaltungsakt beantragen, selbst wenn der Film ersichtlich keine Jugendschutzrelevanz hat. Dies ist mit der Filmfreiheit (Art. 5 I 2 GG) und dem **Gleichbehandlungsgebot** (Art. 3 I GG) nicht mehr zu vereinbaren (Knupfer, Rn. 3; Liesching, MMR 2018, 141 ff.). Die durch das 2. JuSchGÄndG eingeführte, allein auf Film- und Spielplattformen gerichtete Alterskennzeichnungspflicht nach § 14a, welche sogar als absolutes Verbreitungsverbot mit Erlaubnisvorbehalt ausgestaltet ist, hat die heterogene und disperse Regulierung weiter vertieft und sieht sich in gleichem Maße dem Anwurf einer sachlich nicht gerechtfertigten Ungleichbehandlung ausgesetzt.

4. Entwicklungsbeeinträchtigung durch Computerspiele

- 5 a) **Negative Wirkung insb. bei Gewalt-Spielen.** Für Computerspiele gilt im Wesentlichen dieselbe Einschätzungsprärogative des Gesetzgebers wie bei Filmen (→ § 11 Rn. 3 f.), dass namentlich deren Inhalte insb. bei **Gewaltdarstellungen** geeignet sein können, Kinder und Jugendliche zu beeinträchtigen. Ungeachtet eher politischer, oft lediglich thesenartiger Kritik an Computerspielen und deren Suchtgefahren (vgl. Höynck/Möble/Kleimann/Pfeiffer/Rehbein, 2007; Höynck/Pfeiffer, ZRP 2007, 91; Rehbein/Möble/Zenses/Jukschat, JMS-Report 6/2010, 8 ff.), gelangt auch die seriöse Wirkungsforschung zu dem Befund, dass die (übermäßige) Nutzung von Computerspielen **negative Wirkungen** entfalten kann und – im Vergleich zur passiven Rezeption von Filmen – weitere Risiken und Suchtgefahren aufgrund der aktiven Teilnahme bergen (ausführl. Porz, 2013, S. 19 ff.; Schäfer, 2008, S. 88 ff.; Quandt, KJM-Schriftenreihe II, 2010, 113 ff.). Allerdings zeigen sich auch in diesem Bereich – wie generell bei der jugendschutzrechtlichen Bewertung von Medien – aufgrund ständiger Steigerung der technischen Möglichkeiten und des Realitätsgrads von Spielinhalten, aber auch im Lichte der gesellschaftlichen Etablierung und wachsender Medienkompetenz