

topjurist.eu
Leipziger Straße 40
10117 Berlin

WERBERAT

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V.

Deutscher Werberat

Am Weidendamm 1A

10117 Berlin

Berlin, den 04.11.2019

Begehrt: Einschreiten gegen die höchst anstößige kinder- und jugendgefährdende Werbung

Der Firma Clickpool und deren Produktmarke „Dildoking“ und Produkten

Werbetreibende müssen auch Jugendschutzvorschriften beachten. Denn natürlich wird Werbung, die sich nicht an eine geschlossene Zielgruppe richtet auch von Minderjährigen wahrgenommen. Deshalb darf beispielsweise nicht öffentlich und für jedermann einsehbar mit anstößigem oder gar pornografischem Material geworben werden. So gibt es auch bezüglich Tabak- und Alkoholwerbung gegenüber Jugendlichen Grenzen, die eingehalten werden müssen. Die Notwendigkeit, Werbung auf Jugendliche und deren Medienkompetenz anzupassen, ist durch § 5 Nr. 11 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) im Wettbewerbsrecht ebenfalls bedeutsam. So können jugendgefährdende Inhalte, die ohne Altersverifikation angeboten werden, auch schon zu einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung führen. Das sieht auch die Bundesministerin für Familie – Manuela Schwesig im Vorwort des Jugendschutzgesetzes und Jugendmedienschutz-Staatsvertrag der Länder. Danach ist es ihrer Ansicht nach wortwörtlich „eine wichtige Aufgabe des Jugendschutzes, Kinder und Jugendliche vor Gefahren für ihr geistiges, seelisches und körperliches Wohl zu bewahren“. Wenn nun aber die Firmierung Clickpool-GmbH, Feldtmannstraße 23-25, 13088 Berlin unter ihrer Marke „Dildoking“ eine derart anstößige kinder- und jugendgefährdende Werbung in der Öffentlichkeit vornimmt, wie diese beispielhaft in den beigefügten Bildern –siehe unten- dargestellt ist, so muss hiergegen im Sinne des Kinder- und Jugendschutzes eingeschritten werden.

Denn diesen aggressiven pornografischen Werbe-Darstellungen sind Kinder und Jugendliche tagtäglich in der Öffentlichkeit ausgesetzt, ohne dass hierbei die Möglichkeit bestünde sich dem wirksam zum Schutz der Kinder entziehen zu können.

Denn Eltern müssten immer damit rechnen, dass sich ein pornografisch werbender Inhalt beispielsweise auf einem Laster, einem Wohnwagen, an einem Stromkasten und auf beweglichen allgemeinen Werbeflächen – (siehe hierzu unten im Anhang die Uhr mit Werbekasten) befindet und spontan von Kindern wahrgenommen werden kann.

Tatbestandliche Pornographie liegt demnach vor, wenn eine Darstellung unter Ausklammerung aller sonstigen menschlichen Bezüge sexuelle Vorgänge in grob aufdringlicher, anreißerischer Weise in den Vordergrund rückt und ihre Gesamttendenz ausschließlich oder überwiegend auf die Erregung eines sexuellen Reizes abzielt (BGH, Urteil v. 21.06.1990 - 1 StR 477/89).

Das ist hier der Fall. Denn die Erregung des beschriebenen Reizes soll zum Kauf dem von „Dildoking“ beworbenen Produkt: Dildo, animieren.

Die Einstufung einer konkreten Darstellung als „pornographisch“ muss darüber hinaus stets unter Berücksichtigung des Gesamtzusammenhangs erfolgen, in welchen das zur Beurteilung anstehende Szenario gefasst ist. Das bloße Vorliegen einzelner Indikatoren kann zwar eine Tendenz begründen, muss aber dem Charakter der Präsentation entsprechend als objektive Überschreitung des sexuellen Anstands anmuten. Außerdem wird reißerisch beschrieben; „Sex macht schön.“

Das ist hier ebenfalls der Fall. Denn dass der sexuelle Anstand nur beispielhaft schon mit dem hier unten angehangenen Werbe-Bildplakat-Beispiel: „Alles für'n Arsch“ mit 3 eindeutig erkennbar abgebildeten erigierten Penissen und zudem der hier hervorgehoben Wohnwagenwerbung: „We will fuck you“, überschritten ist, ist völlig unstrittig.

Aber selbst auch nur das Logo von Dildoking (3 Penisse mit Hodensack) neben dem beworbenen Wort-Slogan: „Dildoking“ ist höchst anstößig und deshalb unzweifelhaft als für Kinder und Jugendliche entwicklungsbeeinträchtigende Erotik einzustufen.

Wäre es nicht an dem, könnte man solche Werbung beispielhaft auch im Fernsehprogramm (KIKA) oder Radio Teddy platzieren, da diese Sender verbreitende Sendungen als mögliche Zielgruppe natürlich auch die, die Kinder beaufsichtigenden Eltern, mithin Erwachsene, konsumieren. Das wäre jedoch definitiv aus Jugendschutzgründen mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit verboten.

Gibt es weiterhin Empfehlungen der FSK für Videofilme, Videospiele usw., so müssen Kinder nicht nur im Internet, beim Fernsehen, beim Computer-Spiele spielen geschützt werden, sondern auch in der

Öffentlichkeit und insbesondere hier, weil man die Öffentlichkeit eben nicht wie elektrische Geräte mit einem Knopfdruck ausschalten und somit kindergefährdende Inhalte bestenfalls verhindern kann.

Im Prinzip mutiert hiermit die allgemeine Öffentlichkeit bezüglich des Jugendschutzes zum quasi-rechtsfreien Raum, da hier Kinder Dinge sehen dürfen bzw. zugänglich gemacht werden, welche unter Umständen sogar jugendgefährdend sein können.

Zumindest sind sie geeignet, die Entwicklung von Minderjährigen zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten zu beeinträchtigen.

Entscheidend für die Einstufung ist, ob die konkreten erotischen Darstellungen ein Wirkungsrisiko vermuten lassen, also eine bleibende, nicht nur vorübergehende geistige Regung hervorrufen.

Das ist bei der Werbung von „Dildoking“ aus der Sicht eines verständigen und vernünftigen Dritten wohl zweifellos der Fall.

Und werden erotische Darstellungen als entwicklungsbeeinträchtigend eingeschätzt, müssen sie sodann ob ihrer Gefährdungseignung einer bestimmten Altersklasse (relevant sind die Stufen von 16 oder 18 Jahren) zugeordnet werden. Differenzierungskriterien sind die Intensität des sexuellen Bezuges, die Detailgenauigkeit der erotischen Ausprägungen sowie die Dauer und Frequentierung einzelner relevanter Szenarien. **Eine Freigabe für die Altersstufe von 16 Jahren** wird regelmäßig nicht zu beanstanden sein, wenn beispielsweise Genitalien, nackte Personen ohne Erektionszeichen, aufreizende Körperhaltungen oder der Geschlechtsakt ohne Erkennbarkeit der Genitalien dargestellt werden.

Die gesetzliche Lage in Deutschland ist eindeutig und wird durch den Paragraphen 184 StGB und seine Zusätze geregelt. Wenn auch, dann ist nur selbst schon **Einfache Pornografie nur für Menschen über 18 Jahre freigegeben**. Bezogen auf Menschen unter 18 Jahren gilt nach §184 StGB: Wer pornografische Schriften¹ „(...) einer Person unter achtzehn Jahren **anbietet, überlässt oder zugänglich macht**, (...) wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft“ (Auszug).

Das bedeutet, dass es generell und grundsätzlich verboten ist, Menschen unter 18 Jahren den Zugang zu Pornografie zu ermöglichen. Für Pädagoginnen gilt dieser Paragraph ebenfalls und damit das eindeutige Verbot, Pornografie auch nur zu Bildungszwecken Kindern und Jugendlichen zugänglich zu machen.

§ 8 JuSchG - Jugendgefährdende Orte

Hält sich ein Kind oder eine jugendliche Person an einem Ort auf, an dem ihm oder ihr eine unmittelbare Gefahr für das körperliche, geistige oder seelische Wohl droht, so hat die zuständige Behörde oder Stelle die zur Abwendung der Gefahr erforderlichen Maßnahmen zu treffen. Mit einer Übergabe an den Erziehungsberechtigten wäre hier dem Sinn und Zweck nicht genüge-getan, da dann Kinder prinzipiell, also alle unter 14-Jährigen -bzw.- siehe oben, unter-18-Jährigen sämtliche Orte wo diese Werbung einwirkt Verbotszonen wären.

Die Werbung durch „Dildoking“ verstößt eklatant gegen Art. 6 I i.V.m. Art. 6 II i.V.m. Art. 6 IV GG.

Mithin, kommt nur ein vernünftigerweise dem Kinder- und Jugendschutz dienendes und vor allem zweckmäßiges Werbeverbot für Inhalte derer sich „Dildoking“ bedient, in Betracht.

Dipl. jur. Sirko Archut LL.M (Dipl.) LL.M (Univ.)

SEX MACHT SCHÖN



DILDOKING

WWW.DILDOKING.DE



Auch zum Beispiel-Werbe-Ort, u.a.: Berlin, Strausberger Platz, Leipziger Straße, Karl-Marx-Allee







Auch zum Beispiel-Werbe-Ort: Berlin, Leipziger Straße vor Hotel: „Motel One“