



**Aktenzeichen: Pet 4-20-17-21650-011985**

Der Deutsche Bundestag hat die Petition am 05.12.2024 abschließend beraten und beschlossen:

1. Die Petition

- a) der Bundesregierung – dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und dem Bundesministerium der Justiz – zu überweisen,
- b) den Fraktionen des Deutschen Bundestages zur Kenntnis zu geben,
- c) den Landesvolksvertretungen zuzuleiten,

soweit sie die Notwendigkeit einer fortlaufenden Überprüfung des für Werbung geltenden Rechtsrahmens in Bezug auf den Kinder- und Jugendschutz hinsichtlich geschlechtsbezogener Inhalte betrifft,

2. das Petitionsverfahren im Übrigen abzuschließen.

**Begründung**

Mit der Petition wird ein Verbot von sexualisierten, stereotypen und unrealistischen Darstellungen Minderjähriger in der Werbung gefordert.

Zur Begründung der Petition wird im Wesentlichen vorgetragen, Minderjährige würden in der Werbung häufig auf sexistische, sexualisierte oder stereotype Art im Hinblick auf das jeweilige Geschlecht dargestellt. Den jeweiligen Geschlechtern würden bestimmte, mit vorgeblich typisch „männlich“ oder „weiblich“ verbundene Eigenschaften und Vorlieben zugeschrieben. Auf diese Weise würden traditionelle, gesellschaftlich wie kulturell überholte Vorstellungen, bestimmte Rollenbilder und Perfektionsideale gänzlich unabhängig von gewandelten gesellschaftlichen Einstellungen fortwährend bestätigt und junge Menschen in diskriminierender Weise auf eine eindeutige Zweigeschlechtlichkeit reduziert. Zudem würden Minderjährige in der Werbung häufig wie Erwachsene dargestellt und folglich sexualisiert.

Aus diesem Grund wird ein Verbot von diskriminierenden oder herabwürdigenden, sexistischen oder sexualisierten, stereotypen und grenzverletzenden Darstellungen von



Minderjährigen gefordert. Gefordert werden zudem verbindliche Standards für Werbung mit Kindern beziehungsweise Jugendlichen sowie für Kinder beziehungsweise Jugendliche. Werbung solle ohne Vorurteile, unrealistische Normen und sexualisierte Kinderdarstellungen auskommen und darüber hinaus im Sinne der minderjährigen Konsumenten und Models vielfältig, ermutigend, partizipierend, stärkend und schützend sein.

Wegen der weiteren Einzelheiten zu dem Vorbringen wird auf die Eingabe Bezug genommen.

Die Eingabe wurde als öffentliche Petition auf der Internetseite des Petitionsausschusses eingestellt. Die Petition wurde durch 139 Mitzeichnungen unterstützt. Außerdem gingen zwölf Diskussionsbeiträge ein.

Der Petitionsausschuss hat der Bundesregierung Gelegenheit gegeben, ihre Haltung zu der Thematik darzulegen. Das Ergebnis der parlamentarischen Prüfung lässt sich unter anderem unter Einbeziehung der seitens der Bundesregierung angeführten Aspekte wie folgt zusammenfassen:

Der Petitionsausschuss stellt zunächst fest und unterstreicht, dass ihm ein wirksamer Schutz von Kindern und Jugendlichen ein herausragend wichtiges Anliegen ist. Dies gilt insbesondere für den Schutz von Minderjährigen vor einer sie sexualisierenden Darstellung.

Soweit mit der Petition ein Verbot von diskriminierenden oder herabwürdigenden, sexistischen oder sexualisierten stereotypen und grenzverletzenden Darstellungen von Minderjährigen gefordert wird, verweist der Petitionsausschuss auf das Jugendschutzgesetz (JuSchG) und (insbesondere) auf den Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag – JMStV) sowie das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).

Diese stellen nach Dafürhalten des Ausschusses bereits sehr umfassend sicher, dass Kinder und Jugendliche vor Angeboten, die die Entwicklung oder Erziehung beeinträchtigen oder gefährden, geschützt werden. Dies schließt insbesondere solche Angebote mit ein, die die Menschenwürde (Artikel 1 Absatz 1 des Grundgesetzes – GG)



oder die einschlägigen durch das Strafgesetzbuch (StGB) geschützten Rechtsgüter verletzen.

Nach Feststellung des Ausschusses verbietet im Speziellen der JMStV die Darstellung von Kindern und Jugendlichen in unnatürlicher geschlechtsbetonter Körperhaltung sowie grundsätzlich alle Medien, die kinderpornographische Inhalte zum Gegenstand haben (§ 4 Absatz 1 Nummern 9, 10 JMStV). Ergänzend ist auch die Verbreitung jugendgefährdender Inhalte verboten.

Auch das UWG erkennt die besondere Schutzbedürftigkeit in verschiedenen Formen an. Dies findet seinen Ausdruck beispielsweise im Schutz vor unlauteren geschäftlichen Handlungen (§ 3 UWG in Verbindung mit dem Anhang zu § 3 Absatz 3 Nummer 28) und vor aggressiven geschäftlichen Handlungen (§ 4 Absatz 3 UWG).

Auf Ebene der Europäischen Union wurde zudem die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste geschaffen. Diese hat zum Ziel, dass Kinder möglichst wenig schädliche Werbung erfahren – auch durch Angebote im Internet auf Plattformen wie YouTube. Sie verbietet unter anderem, dass Werbung „eine Diskriminierung aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Staatsangehörigkeit, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung beinhalten oder fördern“ darf. In Deutschland ist diese Anforderung im Medienstaatsvertrag (MStV) der Länder umgesetzt worden (§ 8 MStV).

Ergänzend macht der Petitionsausschuss darauf aufmerksam, dass für Fälle, in denen die gesetzliche Zulässigkeit von Werbung nicht mit der gesellschaftlichen Akzeptanz in Einklang steht, auch auf Schutzmechanismen außerhalb der staatlichen Rechtssetzung zurückgegriffen werden kann. Hierfür hat der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft den Deutschen Werberat zur Selbstkontrolle der Werbewirtschaft ins Leben gerufen. Jeder hat die Möglichkeit, sich mit einer Beschwerde über Werbemaßnahmen von Unternehmen an den Werberat zu wenden ([www.werberat.de](http://www.werberat.de)). Soweit die Petition auf die Schaffung von verbindlichen Standards für Werbungen für und mit Kindern und Jugendlichen abzielt, ist darauf hinzuweisen, dass bereits in der Vergangenheit auch die jeweiligen Gesetzgeber den Bedarf für verbindliche Standards für Werbung mit und für Kinder erkannt haben. Kinder und Jugendliche werden auch diesbezüglich vor allem durch den JMStV geschützt. Nach § 6 Absatz 2 JMStV darf



Werbung Kinder und Jugendliche weder körperlich noch seelisch beeinträchtigen. Zur Aufsicht über diese Bestimmungen haben die Länder die Kommission für Jugendmedienschutz als zentrale Aufsichtsstelle eingerichtet. Daneben stehen auch hier das JuSchG und das UWG.

Soweit mit der Eingabe gefordert wird, dass Werbung im Sinne der minderjährigen Konsumenten und Models vielfältig, empowernd, partizipierend, stärkend und schützend sein solle, stellt der Petitionsausschuss zunächst fest und betont, dass Medien in unserer Gesellschaft besondere Funktionen erfüllen. Sie dienen der freien Meinungsbildung und prägen Einstellungen und Verhaltensweisen der Menschen. Dabei wirken sie nicht zuletzt auch auf ihre jüngsten Zuschauer – im positiven wie negativen Sinne. Es gilt jedoch zu beachten, dass staatliche Stellen auf den Inhalt von Medienangeboten vor deren Veröffentlichung wegen des verfassungsrechtlichen Zensurverbots gemäß Artikel 5 Absatz 1 Satz 3 GG grundsätzlich keinen Einfluss nehmen können. Ihre Schranken finden solche Inhalte allerdings in Vorschriften von „allgemeinen Gesetzen“ im Sinne des Artikels 5 Absatz 2 GG, wie die oben bereits genannten. Bei allgemeinen Gesetzen gemäß Artikel 5 Absatz 2 GG handelt es sich nach ständiger Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG) um solche, die sich nicht gegen die Meinungsfreiheit als solche richten, sondern dem Schutz eines schlechthin, ohne Rücksicht auf eine bestimmte Meinung zu schützenden Rechtsgutes dienen und somit Vorrang gegenüber der verfassungsrechtlich geschützten Meinungsfreiheit haben (BVerfGE 7, 198, 208 ff.).

Der Ausschuss weist zudem darauf hin und begrüßt, dass das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend mit Kooperationspartnern im Rahmen der Initiative „Gutes Aufwachsen mit Medien“ Projekte fördert, die den kritischen und reflektierten Umgang mit der Darstellung von verschiedenen Körperbildern oder Körpertrends in den digitalen Medien und der Werbung fördern.

So unterstützt der Elternratgeber „Schau hin! Was Dein Kind mit Medien macht“ Eltern und Erziehende mit verschiedenen Informationsangeboten zum Umgang mit medialen Schönheitsidealen.

Lediglich ergänzend merkt der Ausschuss an, dass der Deutsche Bundestag am 12. April 2024 das Gesetz über die Selbstbestimmung in Bezug auf den Geschlechtseintrag und



zur Änderung weiterer Vorschriften (Selbstbestimmungsgesetz – SBGG) verabschiedet hat (BGBl. I 2024, Nr. 206). Das Gesetz zielt unter anderem darauf ab, das Recht jeder Person auf Achtung und respektvolle Behandlung in Bezug auf die Geschlechtsidentität zu verwirklichen (§ 1 Absatz 1 Ziffer 2 SBGG). Es enthält jedoch keine den Kinder- und Jugendschutz betreffende Regelungen in Bezug auf geschlechtsbezogene Inhalte in der Werbung.

Der Petitionsausschuss ist der Auffassung, dass eine kritisch-reflektierte Auseinandersetzung mit geschlechtsbezogenen Stereotypen und Schönheitsidealen vor allem eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe ist, die nur auf der Grundlage einer durchaus auch kontrovers geführten Diskussion geführt werden kann, in der divergierende gesellschaftliche Einstellungen, wissenschaftliche Positionen und auch religiös fundierte Haltungen im Rahmen der verfassungsrechtlich garantierten Meinungs-, Wissenschafts- und Religionsfreiheit zum Tragen kommen und verhandelt werden. Staatlichen Stellen kommt hierbei in erster Linie die Aufgabe zu, einen solchen Diskurs zu ermöglichen und – wie etwa mit den vorgenannten Projekten – zu einem in Eigenverantwortung geführten kritischen Umgang mit Werbeeinhalten anzuhalten, in denen Kinder und Jugendliche dargestellt werden. Der Ausschuss hält es allerdings für erforderlich, die weitere Entwicklung in der Werbung unter dem Gesichtspunkt eines wirksamen Kinder- und Jugendschutzes fortlaufend im Hinblick auf einen weiteren Regulierungsbedarf zu überprüfen.

Nach alldem ist der Petitionsausschuss vor dem Hintergrund des Dargelegten der Ansicht, dass die im Blick auf Werbung zum Schutz von Minderjährigen derzeit geltenden Schutzstandards durchaus sachgerecht und angemessen ausgestaltet sind und als solche die mit der Petition dargelegten Bedenken grundsätzlich zu berücksichtigen vermögen. Ungeachtet dessen teilt der Ausschuss die der Eingabe zugrunde liegende Auffassung insoweit, als gerade geschlechtsbezogene Einstellungen, Rollenmuster und Zuschreibungen einem fortlaufenden gesellschaftlichen Wandel unterliegen, den es auch unter dem Aspekt des Kinder- und Jugendmedienschutzes zu berücksichtigen gilt. Dies gilt jedenfalls insoweit, als hierbei seinerseits kollidierende, jedoch höherrangige Rechtsgüter gewahrt werden, zu denen ebenfalls wichtige Aspekte des Kinder- und Jugendschutzes oder die gemäß Artikel 6 GG gewährten Elternrechte zählen. Den



aufgrund der Kompetenzverteilung des Grundgesetzes für die Medienaufsicht zuständigen Ländern kommt hierbei eine besondere Verantwortung zu.

Deshalb hält der Petitionsausschuss die Eingabe insoweit für geeignet, auf die grundsätzliche Problematik aufmerksam zu machen.

Daher empfiehlt der Petitionsausschuss im Ergebnis, die Petition der Bundesregierung – dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und dem Bundesministerium der Justiz – zu überweisen, sie den Fraktionen des Deutschen Bundestages zur Kenntnis zu geben und sie den Landesvolksvertretungen zuzuleiten, soweit sie die Notwendigkeit einer ortlaufenden Überprüfung des für Werbung geltenden Rechtsrahmens in Bezug auf den Kinder- und Jugendschutz hinsichtlich geschlechtsbezogener Inhalte betrifft, und das Petitionsverfahren im Übrigen abzuschließen.