



REPORT

Influencing und Verschwörungspropaganda

Andocken an Mediengewohnheiten stellt Risiko für
Kinder und Jugendliche dar

Juli 2022

Ob Reisevideos, Makeup-Tipps oder Let's Plays: Die Inhalte von Social-Media-Influencer:innen sind breit gestreut und fester Bestandteil des Medienkonsums vieler junger Menschen. Aufgrund der besonderen Beziehung zu ihrem Publikum kann es zu problematischer Einflussnahme auf Kinder und Jugendliche kommen. Dies umso mehr, wenn sich Rechtsextreme und Verschwörungsideolog:innen Merkmale des Influencings zu eigen machen und über unverfängliche Themen demokratiefeindliche Statements oder Verschwörungsnarrative verbreiten. Gerade hier sind grundlegende Gegenstrategien gefragt, die es Heranwachsenden ermöglichen, sich gegen Verschwörungserzählungen zu wappnen.

Recherche: Plattformübergreifende Verschwörungsideolog:innen

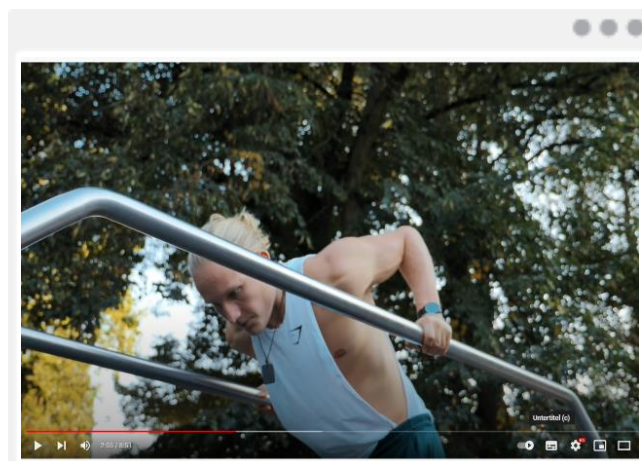
jugendschutz.net führte eine explorative Recherche zu deutschsprachigem Verschwörungsinfluencing auf Social-Media-Diensten durch. Im Fokus der Untersuchung stand die Frage, mit welchen Formaten und inhaltlichen Strategien rechtsextreme oder rechtspopulistische Verschwörungsinfluencer:innen junge User:innen im Netz ansprechen.

Dafür wurden 21 Akteure mit relevanter Reichweite, z.B. mehr als 10.000 Follower:innen auf YouTube oder TikTok, und hoher Szenebekanntheit ausgewählt und davon neun aufgrund ihrer Selbstdarstellung als „Verschwörungsinfluencer:innen“ eingestuft. jugendschutz.net untersuchte daraufhin deren Präsenz als „Medienmarke“ über verschiedene Plattformen hinweg. Dazu wurden die entsprechenden Präsenzen auf großen und jugendaffinen Plattformen sowie auf Diensten, die als Ausweichplattformen fungieren, in den Blick genommen und ausgewertet. Neben dem Content der Angebote wurden auch User:innen-Kommentare gesichtet.

Verschwörungs-Influencing: Alltägliches und Lifestyle als Köder

Bekannte Influencer:innen haben Star-Status und erreichen via Social Media mit einem Mix aus vermeintlich privaten Einblicken, lebensweltnahem Content und zielgruppengerechtem Marketing Millionen von

Menschen. Insbesondere bei Kindern und Jugendlichen erfreuen sich Influencer:innen großer Beliebtheit und ihre Inhalte gehören zum Alltag. Dabei zielen die Creator:innen darauf ab, sich als „Marke“ zu etablieren und das (Kauf)verhalten zu beeinflussen. Was schon bei verschleierte Werbung und indirekten Kaufappellen für junge Menschen problematisch sein kann¹, zeigt sich auch mit Blick auf Akteur:innen, die sich die kommunikativen Mittel der Influencer:innen zu Eigen machen und gleichsam Verschwörungsmymen und antidemokratische Stimmungsmache verbreiten.



Fitness und Verschwörungsideologien: Ein Verschwörungsinfluencer beim Sport im Park, der als Bestandteil eines „Anti-NWO“ Lebens propagiert wird. (Quelle: YouTube)

Verschwörungsinfluencer:innen thematisieren neben Verschwörungserzählungen eben auch Alltägliches wie Freizeitaktivitäten und sportliche Betätigungen.

¹ Vgl. hierzu [Nadja Enke u.a.: Studie zu Werbepraktiken und direkten Kaufappellen an Kinder in sozialen Medien. Ein Forschungsprojekt im Auftrag der KJM.](#)

Zudem veröffentlichen sie gerne humoristische Inhalte. Dadurch demonstrieren sie nicht nur eine gewisse Nahbarkeit und zielen auf ein Verbundenheitsgefühl bei ihrem Publikum. Sie bedienen sich so für ihre Propaganda vielmehr an dem bekannten Themen-Mix von Influencer:innen und garnieren diesen mit Verschwörungserzählungen, was ihnen zugleich ihre Drastik nimmt: Die Kombination aus Lifestyle-Content und ideologisch geprägten, zum Teil demokratiefeindlichen Inhalten lässt letztere unverfänglicher wirken, zielt auf eine Normalisierung von extremistischem Gedankengut und bietet vermehrt Anknüpfungspunkte, um mit den Akteur:innen und den von ihnen verbreiteten Verschwörungserzählungen in Berührung zu kommen.

Crossmediales Andocken an jungliches Medienverhalten

Eine Vielzahl der Verschwörungsinfluencer:innen nutzen bei der Vermittlung ihrer Inhalte gleich mehrere Formate auf verschiedenen Plattformen. Diese reichen von knappen Textstatements über Livestreams und Short-Clips bis hin zu Audio- und Video-Podcasts von 60 Minuten Dauer und mehr. Gleichwohl gibt es zumeist je Akteur:in bestimmte Hauptdienste und -formate, über die Botschaften präsentiert und cross-medial über andere Plattformpräsenzen gestreut und beworben werden. Kombiniert mit der Nutzung trendiger audiovisueller Elemente werden verschwörungsideologische Inhalte so auch über die eigene Community hinaus gezielt online verbreitet.

Hoher Output an Textinhalten: Twitter, Telegram, Gettr

Kurze schriftliche Beiträge lassen sich auf textbasierten Diensten wie Twitter sowie den Ausweichplattformen Gettr² und Telegram finden. Meist werden diese Beiträge von Sharepics begleitet, die als visuelle Zusätzungen Aufmerksamkeit erregen sollen. Diese Beiträge werden genutzt, um kurzfristig aktuelle Ereignisse zu kommentieren.

² Gettr ist ein seit 2021 bestehender US-amerikanischer Social-Media-Dienst im Stile von Twitter, der offensiv damit wirbt, die vermeintlich bedrohte Meinungsfreiheit im Netz zu verteidigen.

Da solche Postings schnell und ohne viel Aufwand produziert und veröffentlicht werden können, ermöglichen sie einen ständigen hohen Output an Inhalten.



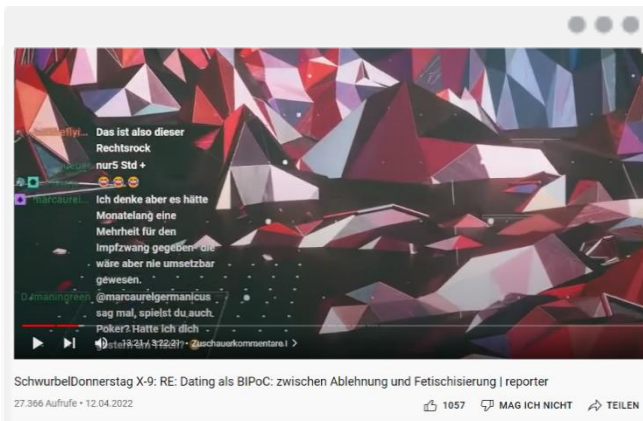
Neuaufkommende Krisen und Konflikte werden mithilfe kryptischer Andeutungen sogleich in verschwörungsideologische Narrative eingewoben. (Quelle: Gettr)

Zum Teil senden Verschwörungsinfluencer:innen pro Tag mehrere Dutzend dieser Beiträge und sorgen dafür, dass ihre Follower:innen fortlaufenden neuen Content von ihnen erhalten. Das erhöht die Bindung und verankert die Akteur:innen als Teil des digitalen Alltags. Auch werden die Textbeiträge als crossmediale Werbung für eigene Inhalte auf anderen Plattformen genutzt, etwa für Livestream-Formate wie Just Chatting und hochgeladene Videos.

Jugendaffine Formate: Just Chatting und Short-Clips

Just Chatting umschreibt allgemein ein Format, bei dem Creator:innen in einem Livestream auf Fragen und Anregungen ihrer Follower:innen aus dem Chat reagieren. Sie stammen aus der Online-Gaming-Welt und sind dort bereits etablierte Kommunikationsformen von Videospiel-Streamer:innen und ihrer Community, insbesondere über die Plattform Twitch. Zweck des Just-Chatting-Formats ist eine Bindung der Community an die jeweiligen Creator:innen, die digitale Gruppenbildung und Stärkung von Gemeinschaftsgefühlen.

Zugleich dienen Just-Chatting-Sessions häufig auch der Geldeinnahme, denn in vielen von ihnen kann das Publikum Geld spenden, wozu die Verschwörungsinfluencer:innen wiederholt aufrufen. Die Sitzungen finden live auf Plattformen wie Twitch, Gettr oder DLive statt. Häufig gibt es im Nachgang Re-Uploads auf Plattformen wie YouTube.



Just-Chatting-Formate dienen nicht nur der Community-Bindung. Diese tauscht sich auch untereinander aus und vernetzt sich via Chat. (Quelle: YouTube)

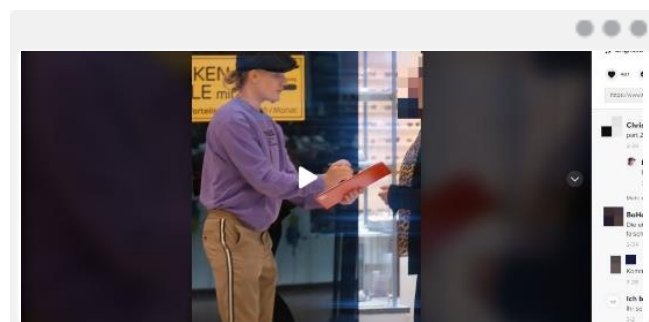
Short-Clips sind kurze Videoschnipsel, die entweder eigens produziert werden oder Zusammenschnitte anderer Videos sind. Letztere dienen häufig als Werbung für die deutlich längeren Gesamtvideos. Ursprünglich war die Plattform TikTok Wegbereiter des Short-Clip-Formats. Mittlerweile gibt es entsprechende Funktionen auch auf anderen Plattformen wie Instagram, Facebook oder YouTube. Nicht selten wird sich in Short-Clips bestimmter Meme-Trends bedient; sie bauen also auf populärkulturellem Vorwissen der Zuschauer:innen auf. Über diese Meme-Trends, durch genutzte Musik, die gerade vom Algorithmus der jeweiligen Plattform gefördert wird, sowie die kurze Dauer und einfache Teilbarkeit, schaffen es Short-Clips, ein Publikum zu erreichen, das außerhalb der eigenen ideologischen Blase liegt.

Nahezu jede:r Verschwörungsinfluencer:in betreibt neben dem Hauptangebot auch Kanäle für Short-Clips. Diese dienen an erster Stelle der Reichweitenvergrößerung und als Werbung für die Hauptkanäle; erst an zweiter Stelle steht die eigentliche Inhaltvermittlung.

Trend-Plattform TikTok: Anknüpfen an das Nutzungsverhalten junger User:innen

Auf TikTok selbst finden sich wenige eigenständige Kanäle von Verschwörungsinfluencer:innen, jedoch deren Inhalte. So filmen etwa TikTok-User:innen deren Podcasts oder Videos mit dem Smartphone ab und laden sie mit entsprechend minderer Qualität auf der Plattform hoch.

Eine Ausnahme sind die Verschwörungsinfluencer:innen „Ketzer der Neuzeit“. Sie betreiben einen eigenen TikTok-Kanal mit über 10.000 Follower:innen, auf dem sie regelmäßig neuen Content einstellen. Sie zeichnet im Besonderen aus, dass sie einen starken Fokus auf die formale Gestaltung des Inhalts legen und Trends der Influencer:innenszene folgen. So finden sich auf ihrem TikTok-Kanal hauptsächlich Prank Videos und „Straßenumfragen“. Bei ersterem handelt es sich um Videos, in denen sie Personen im öffentlichen Raum unter falschem Vorwand ansprechen, erschrecken oder irritieren und dies mit versteckter Kamera filmen. Bei „Straßenumfragen“ werden Passant:innen mit verschwörungsideologischen Aussagen und Fragen konfrontiert. Dabei treten die Videomacher:innen als Straßenreporter auf.



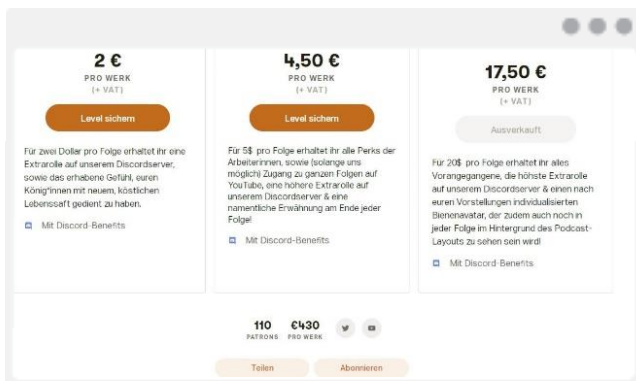
Passant:innen werden über Straßenumfragen in den Content von Verschwörungsinfluencer:innen eingebunden. (Quelle: TikTok; Original unverpixelt)

In ihrem Lifestyle-Content zeigen sich die beiden Akteure des Kanals in ihrem Alltag, mit dem sich Kinder und Jugendliche identifizieren können: Treffen mit Freund:innen, gemeinsamer Sport oder das Besuchen kultureller Veranstaltungen. Die verschwörungsideologischen Inhalte werden dabei gezielt nur sehr sporadisch und codiert eingespeist.

Podcasts: Beliebtes Medienformat fördert die Anbindung der Community

Podcasts sind überwiegend das Haupt-Output-Format der untersuchten Influencer:innen.³ Meist als abonmierbares Audioformat angeboten, referieren die Verschwörungsinfluencer:in darin zu gesetzten Themen, unterhalten sich mit Gästen oder interviewen sie.

Im Durchschnitt haben die von jugendschutz.net gesichteten Podcasts eine Länge zwischen einer und zwei Stunden. Angeboten werden Podcasts per Stream, Download oder Video on Demand. Klassische Plattformen hierfür sind YouTube, Spotify und Apple Podcasts. Um Löschungen zu umgehen, weichen Akteur:innen auch auf szenerelevante Dienste wie *odysse.com*, *frei3.de* oder *gegenstimme.tv* aus. Um dennoch von der Reichweite der Mainstream-Dienste zu profitieren, finden sich auf diesen Verlinkungen und Teaser-Videos, die zu den Angeboten auf den Ausweichplattformen führen.



Verschwörungsinfluencer:innen finanzieren ihre Propagandatätigkeit unter anderem über Bezahlabonnements. (Quelle: Patreon)

Die lange Zeitdauer eines Podcasts und die daran angepassten Hör- und Sehgewohnheiten der Nutzer:innen ermöglichen es, ein Thema in größerer Breite und Tiefe zu behandeln, als dies etwa bei Short-Clips der Fall ist. Themen sind klassische Verschwörungserzählungen oder Einlassungen zu aktuellen politischen

Sachlagen oder Ereignissen aus verschwörungsnarrativer Perspektive. Da die Podcasts nicht live sind und keine Interaktion mit dem Publikum stattfindet, haben die Podcaster:innen nicht mit Widerspruch oder Diskussionen zu rechnen, die ihre Weltsicht infrage stellt. Charakteristisch für Podcasts ist allerdings das Entstehen einer parasozialen Situation, in der dem Publikum durch bestimmte Formen der direkten Ansprache ein kommunikatives Miteinander auf Augenhöhe suggeriert wird.

Prominente Beispiele sind der – mittlerweile eingestellte – Podcast „Die Vulgäre Analyse“ sowie „Die Honigwabe“, der wöchentlich auf Gettr gestreamt wird. Regelmäßig werden hier aktuelle gesellschaftliche Themen aufgegriffen und propagandistisch umgedeutet. Wie schon in „Die Vulgäre Analyse“ wird eine u.a. frauen-, homo- und queerfeindliche Haltung vertreten, die an eine sexistische und menschenverachtende Internet-Troll-Kultur anschließt.

Talking-Head-Videos: Monologe voller Verschwörungserzählungen

Vermeintlich lassen sich auch Monologaufnahmen bzw. Ansprachevideos von Influencer:innen auf Video-Plattformen finden. Diese variieren stark in ihrer Länge und können von einigen Minuten bis hin zu mehreren Stunden dauern. Diese sogenannten „Talking-Head-Videos“ werden meist als Vorträge gestaltet, wobei eingeschnittenes Material auflockern oder das Gesagte illustrieren und unterstreichen soll. Die Verschwörungsinfluencer:innen lehnen sich mit einem solchen populären Format ästhetisch an den Content bekannter Internetpersönlichkeiten wie bspw. Rezo an, der mit Talking-Head-Videos mehrere Millionen User:innen erreicht.

Wie in Podcasts geht es auch in den Talking-Head-Videos der Verschwörungsinfluencer:innen um aktuelle politische oder gesellschaftliche Ereignisse, die verschwörungsideologisch gedeutet und eingeordnet werden. Dabei sind nicht selten Verweise auf eigene

³ Rechtsextreme und Verschwörungsideolog:innen machen sich mit Podcasts ein Format zu eigen, dass bei jungen Menschen große Beliebtheit genießt. Mehr dazu im Artikel [Podcasts: Rechtsextreme Adaption eines beliebten Medienformats](#).

Publikationen zu finden, die vertiefende Antworten auf aufgeworfene Fragen versprechen. Auch werden weitere Produkte wie Shirts oder Tassen beworben, deren Verkauf die Arbeit der Influencer:innen mitfinanziert.



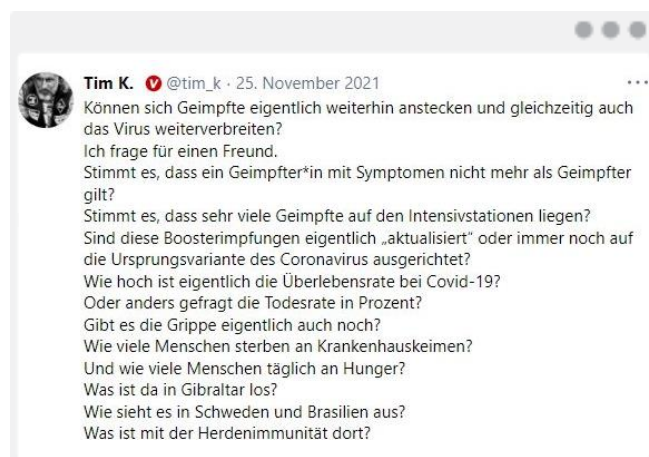
Auf der Ausweichplattform „WirTube“ spricht der Verschwörungsideologe Schrang von angeblich mächtigen Strippenziehern, welche die Regierung steuern würden. (Quelle: WirTube)

Der Verschwörungsinfluencer Heiko Schrang beispielsweise verfügt auf YouTube über 170.000 Abonnent:innen und produziert neben verschwörungsideologischen Beiträgen auch mehr oder weniger unverfängliche Inhalte, die Meditation und Esoterik thematisieren. Seine YouTube-Auftritte dienen vorrangig als Teaser, mit denen er für seine Beiträge auf Ausweichplattformen sowie für eigene Bücher, eBooks und Hörbücher wirbt. In diesen Publikationen erklärt er historische und politische Geschehnisse mithilfe verschwörungsideologischer Narrative wie der so genannten „Neuen Weltordnung“. Die Publikationen können auf der eigenen Verlags-Webseite bzw. in seinem Online-Shop erworben werden, auf die entsprechend verlinkt wird.

Subtil und suggestiv: Die Kommunikationsstrategie der Verschwörungsinfluencer:innen

In ihrer Kommunikation gehen Verschwörungsinfluencer:innen online meist sehr subtil vor. Besonders

auf den großen Diensten sind Äußerungen, die ausdrücklich einzelne Menschengruppen als Verantwortliche für Missstände bzw. als Verschwörer:innen benennen, eher selten. Die konkrete Verschwörungserzählung findet sich meist nur angedeutet. Das Einblenden szenebekannter Symbole, Musik oder auch nur ein quasi wissender Blick reichen aus, um den Bedeutungszusammenhang zu transportieren. Neben Anspielungen, die für „Eingeweihte“ klar erkennbar sind und ein eigenes verschwörungsideologisches Wissen voraussetzen, findet sich häufig das Mittel der suggestiven Frageverkettung: Vage gehaltene pseudo-kritische, tatsächlich aber tendenziöse Fragen werden aneinandergereiht. Die Antworten sind, nicht zuletzt im Kontext der übrigen Inhalte, implizit mitgegeben.



Verkettung teils tendenziöser Fragen – den Nutzer:innen wird die Beantwortung (scheinbar) selbst überlassen. (Quelle: Gettr)

Jugendliche, die selbst nicht zur verschwörungsideologischen Community gehören oder deren Sichtweisen für plausibel halten, können sich durch solche scheinbar kritisch-provokanten Stilmittel angesprochen fühlen. Dies etwa, wenn das eigene, alters- und entwicklungstypische Infragestellen von Autoritäten und geltenden Sichtweisen einen Ausdruck findet. Dabei zeigt auch ein Blick in die Kommentarspalten, dass Andeutungen, Anspielungen und rhetorische Fragen von der Community verstanden und oft selbst direkt beantwortet werden. Antisemitische Anschuldigungen, z.B. dass „die Juden“ an verschiedenen

Krisen schuld seien oder gar von ihnen profitieren, finden sich dort ebenso wie Behauptungen, die Bundesrepublik Deutschland gäbe es als demokratischen Staat gar nicht oder sei lediglich eine „GmbH“.

Die Verschwörungsinfluencer:innen überlassen es so den Follower:innen, ihre Botschaften unverblümt auszusprechen, während sie selbst versuchen, sich ggf. als „missverstanden“ zu geben und sich so unangreifbar zu machen. Expliziter werden sie selbst hingegen auf kaum moderierten Ausweichplattformen. Hier äußern sie sich eindeutig verschwörungsideologisch und verbreiten offen Desinformationen sowie pluralitäts- und demokratiefeindliche Meinungen, da das Risiko der Content- oder gar Profillöschung gering ist.

Grauzone: Keine einfache Antwort auf Anspielungen und Andeutungen

Verschwörungsideologische Inhalte liegen häufig unterhalb der Verstoßgrenze des Jugendmedienschutzes. Selbst wenn viele Konspirationsphantasien überaus absurd sind und sogar Menschen(gruppen) diffamieren: Im Einzelfall ist nicht immer klar oder einfach zu unterscheiden, wo legitime Überlegungen zu politischen Ursachen und Zusammenhängen aufhören und bedenkliche oder gar schädliche Spekulationen beginnen. Eine Abgrenzung wird zusätzlich noch dadurch erschwert, dass Verschwörungsinfluencer:innen die Kommunikation mit Andeutungen und Anspielungen perfektioniert haben: Wenngleich diese von der Community und „Eingeweihten“ verstanden werden, eröffnen solche Inhalte weitere Interpretationsspielräume.

Im Rahmen der Recherche konnte jugendschutz.net selbst keine absolut unzulässigen Inhalte – z.B. Fälle von Volksverhetzung oder Holocaustleugnung – registrieren, weder bei den Influencer-Inhalten noch im Kommentarbereich. Lediglich eine geringe Fallzahl von Entwicklungsbeeinträchtigungen wurden erfasst, wobei nach Hinweis der Anbieter entsprechende

Inhalte löschte. Ob in den Kommentarbereichen Nutzer:innen sich an der Kommunikationsstrategie der Influencer:innen orientierten und bewusst unterhalb der Verstoßgrenze extremistisch-verschwörungsideologische Überzeugungen kundgaben oder aber Diensteanbieter oder gar die Kanalbetreiber:innen selbst jugendgefährdende und strafrechtlich relevante Beiträge löschten, ließ sich im Rahmen der Recherche nicht feststellen. Immer wieder aber beobachtet jugendschutz.net, dass gerade bei aufgeheizten, polarisierenden Themen Follower:innen-Kommentare eskalieren und dabei auch die Grenze des rechtlich Zulässigen übertreten wird, so bspw. in Kommentarspalten zu Livestreams.⁴ Dazu gehören auch verschwörungsideologische Deutungen und Positionen.



Was die Kanalbetreiber:innen nur andeuten, wird in den Kommentaren explizit diskutiert: Das antisemitische Narrativ der jüdischen Weltverschwörung. (Quelle: YouTube)

Zudem lässt sich festhalten, dass verschwörungsideologische Akteur:innen vor allem auf populären Mainstreamplattformen vorsichtig auftreten, um das Löschen von Inhalten oder gar die Sperrung ihres Accounts vermeiden. Letzteres würde den Verlust der großen Followerschaft bedeuten. Weiterhin ist festzuhalten, dass Dienste ihre Nutzungsrichtlinien anpassen und so auch gegen verschwörungsideologische Inhalte vorgehen.

⁴ Mehr zu flüchtigen Inhalten und eskalierende Kommentarspalten im [Report: Flüchtige Hasspropaganda](#).

So erweiterte beispielsweise YouTube 2020 seine Guidelines gegen Hass und Belästigung auf Inhalte, die Personen und Personengruppen zur Zielscheibe von Verschwörungstheorien machen und gegen sie zu Gewalt aufrufen. Wie Instagram verbietet YouTube zudem Falschinformationen zu Covid-19.⁵

In Fällen, in denen konkrete Verstöße zu finden sind, gilt es, die Verantwortlichen in die Pflicht zu nehmen. Insgesamt sind in der überwiegenden Anzahl der Fälle jedoch keine deutschen Verantwortlichen bekannt. Umso mehr liegt es in der Pflicht der Diensteanbieter, schnell und zuverlässig auf entsprechende Meldungen zu reagieren oder eigenständig aktiv zu werden, etwa in der Content-Moderation oder in der (weiteren) Verschärfung und Präzisierung von Nutzungsrichtlinien.

Junge Menschen gegen Verschwörungserzählungen und Desinformation wappnen

Angesichts des breiten und unübersichtlichen Feldes, in der sich demokratiefeindliche Verschwörungsideolog:innen bewegen, sind mit Blick auf Kinder und Jugendliche vor allem Gegenstrategien gefragt, die grundlegender ansetzen. So müssen Heranwachsende in der Entwicklung ihrer Medienkompetenz und Informationskritikfähigkeit gefördert und unterstützt werden, um gegen Desinformationen und Verschwörungserzählungen gewappnet zu sein.

Es gilt, sie dazu zu befähigen, eigenständig einschätzen zu können, inwiefern Behauptungen und vermeintliche Belege für geheime Pläne und finstere Mächtschaften vertrauenswürdig sind.

Auch muss das Bewusstsein geweckt und geschärft werden, welche Schäden bestimmte verschwörungsideologische Äußerungen und Deutungsmuster anrichten können: vom Akzeptanzschwund gegenüber demokratischen Prozessen und Einrichtungen bis hin zur Hass gegen Menschen und Menschengruppen.

Im Internet finden sich hierfür geeignete kostenlose Angebote. Der interaktive Online-Lernraum [Wiebkes wirre Welt](#) z.B. erklärt Kindern und Jugendlichen, wie Verschwörungserzählungen funktionieren. Mit Falschinformationen setzen sich Organisationen wie [Correctiv](#) oder [Mimikama](#) auseinander. Hilfe für Personen, die bereits von Verschwörungserzählungen beeinflusst werden, bietet der Verein [Sekten-Info-NRW e.V.](#)

⁵ Weitere Informationen zu Anpassungen der Nutzungsrichtlinien der Dienste im Zuge der Corona-Pandemie sind im [Bericht 2020/2021: Rechtsextremismus im Netz](#) nachzulesen.

Weiterführende Informationen



Meldemöglichkeiten



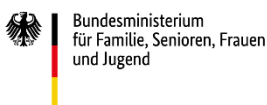
Über jugendschutz.net

jugendschutz.net fungiert als das gemeinsame Kompetenzzentrum von Bund und Ländern für den Schutz von Kindern und Jugendlichen im Internet. Die Stelle recherchiert Gefahren und Risiken in jugendaffinen Diensten. Sie wirkt darauf hin, dass Verstöße gegen Jugendschutzbestimmungen beseitigt und Angebote so gestaltet werden, dass Kinder und Jugendliche sie unbeschwert nutzen können.

Die Jugendministerien der Länder haben jugendschutz.net 1997 gegründet. Die Stelle ist seit 2003 an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) angebunden. jugendschutz.net wird finanziert von den Obersten Landesjugendbehörden, den Landesmedienanstalten und gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

jugendschutz.net nimmt über seine Online-Beschwerdestelle Hinweise auf Verstöße gegen den Jugendmedienschutz entgegen. Verstöße im Netz können gemeldet werden unter:
<https://www.jugendschutz.net/verstoss-melden>

Gefördert vom



im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie *leben!*



Die Veröffentlichungen stellen keine Meinungsäußerung des BMFSFJ oder des BAFZA dar. Für inhaltliche Aussagen tragen die Autorinnen und Autoren die Verantwortung.

Kontakt

jugendschutz.net
Bahnhofstraße 8a, 55116 Mainz

Inhaltlich verantwortlich

Stefan Glaser
Bahnhofstraße 8a, 55116 Mainz

