

## **Schwerpunktanalyse der Medienanstalten „#High – Jugendbeeinträchtigung durch Alkohol- und Cannabisdarstellungen auf Instagram, TikTok und YouTube“**

---

### **Das Wichtigste in Kürze**

#### **Anlass und Hintergrund:**

Darstellungen von Alkohol und Drogen in den Medien haben grundsätzlich eine hohe Jugendschutzrelevanz. Ein Problempotenzial besteht bei positiven, aber auch einseitigen, unkritischen und unreflektierten Darstellungen risikobehafteter und selbstschädigender Verhaltensweisen beim Alkohol- und Drogenkonsum. Solche Darstellungen können für die psychische und physische Entwicklung von Kindern und Jugendlichen problematisch sein.

Besonders relevant sind jugendaffine, also bei Jugendlichen beliebte und viel genutzte Medieninhalte. Zu den wichtigsten von Jugendlichen genutzten Medien mit hoher Reichweite gehören laut JIM-Studie 2022 Social Media-Angebote wie Instagram und TikTok sowie die Video-Plattform YouTube.<sup>1</sup> Viele bei Jugendlichen bekannte Influencer\*innen präsentieren sich, ihr Lebensumfeld und ihre Lebensgewohnheiten dort oft mehrmals pro Woche oder sogar täglich. Sie dienen als Multiplikator\*innen und werden von Kindern und Jugendlichen häufig als Vorbilder betrachtet. Hierzu gehören auch Angebote mit Erfahrungsberichten über Alkohol- und Drogenkonsum von Influencer\*innen oder anderen Stars. Kinder und Jugendliche können ohne große Hindernisse gezielt oder zufällig auf Beiträge und Videos stoßen, die Alkohol- und Drogenkonsum thematisieren oder darstellen.

#### **Ziel und Prüfgegenstand:**

Ziel der Schwerpunktuntersuchung 2022 war deshalb, Erkenntnisse über jugendschutzrelevante Alkohol- und Drogendarstellungen in Sozialen Medien zu erhalten. Die Analyse fokussierte sich auf aktuelle und reichweitenstarke Angebote auf Instagram, TikTok und YouTube und bezog sich im Wesentlichen auf Alkohol und Cannabis.

#### **Prüfgrundlage:**

Auf Basis des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) war Maßstab der Überprüfung zum einen die Eignung der Angebote, die Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen (§ 5 Abs.1 JMStV) oder zu gefährden (§ 4 Abs. 2 Nr. 3 JMStV). Zum anderen wurden Aspekte des Jugendschutzes in der Werbung und im Teleshopping (§ 6 JMStV) einbezogen.

---

<sup>1</sup> Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2022). JIM-Studie 2022 - Jugend, Information, Medien ([PDF](#)).

### **Wesentliche Ergebnisse:**

#### **Vielzahl an Verstoß-Verdachtsfällen festgestellt**

Bei insgesamt 162 vertiefend geprüften Angeboten wurde bei mehr als der Hälfte (95 Fälle) ein Anfangsverdacht auf einen Verstoß gegen die Bestimmungen des JMStV festgestellt. Der Großteil der vermuteten Verstöße bewegte sich im Bereich der Entwicklungsbeeinträchtigung für unter 18-Jährige (64 Fälle) bzw. für unter 16-Jährige (21 Fälle); in einem Fall für unter 12-Jährige. In neun Fällen lag ein Anfangsverdacht auf eine offensichtlich schwere Jugendgefährdung vor.

Darüber hinaus fand sich in einigen Angeboten ein Anfangsverdacht auf Verstöße gegen die Bestimmungen zum Jugendschutz in der Werbung, z. B. in Form von Werbung für alkoholische Getränke, die sich an Kinder oder Jugendliche richtet, durch die Art der Darstellung Kinder und Jugendliche besonders anspricht oder sie beim Alkoholenuss darstellt.

#### **Verharmlosung oder Verherrlichung von Alkohol- und Drogenkonsum:**

Die Risiken der Folgen von Alkohol-/Drogenkonsum wurden bei fast der Hälfte der Angebote verharmlost, verherrlicht, als einseitig positiv oder wichtiger als die Gesundheit präsentiert. Selbstgefährdende Verhaltensweisen wurden bei einem Viertel der Angebote in den Kommentaren als erstrebenswerte Selbsterfahrung, als selbstverständliches Mittel zur Steigerung des persönlichen Wohlbefindens oder zur Erlangung außergewöhnlicher Rauschzustände, als Stimulans, Entspannungsmittel oder lebensbereichernde Erfahrung angepriesen. In fast gleicher Anzahl wurde der Konsum von Alkohol/Drogen in den Kommentaren als erstrebenswertes Verhaltensideal, als alternativlose bzw. selbstverständliche Lösung von persönlichen Problemen oder als Mittel zur Steigerung des Selbstwertgefühls präsentiert. Kritische Einordnungen waren die Ausnahme.

#### **Hoher Realitätsgrad und große Alltagsnähe:**

Unter den geprüften Angeboten befand sich eine große Anzahl mit einem hohen Realitätsgrad und großer Alltagsnähe.

#### **Hohes Identifikationspotenzial:**

Oftmals wurde ein hohes Identifikationspotenzial für Kinder und Jugendliche festgestellt. Dieses zeigte sich in einer jugendaffinen Art der Gestaltung, z.B. in Sprache, Bildern oder Symbolen. Häufig wurden Bezüge zur jugendlichen Lebenswelt hergestellt. Ein hoher Anteil der untersuchten Angebote war zudem auf die Wahrnehmungsfähigkeiten und Rezeptionsgewohnheiten jüngerer Nutzer\*innen zugeschnitten.

#### **Fehlende Angaben zu Jugendschutzbeauftragten:**

In kaum einem der geprüften Angebote fanden sich die erforderlichen Informationen zu Jugendschutzbeauftragten.