

Inhalt

Vorwort	13
<i>Ingrid Stapf</i>	
Mediensebstkontrolle – Eine Einführung	17
1. Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft	
<i>Christiane von Wahlert und Heiko Wiese</i>	
Die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft GmbH (FSK) [1949]	37
Grundsätze	46
Prüfungen für Filme, Videokassetten und andere Bildträger	64
<i>Stephan Buchloh</i>	
„Intimitäten“ und „gefährdungsgeneigte“ Jugendliche. Über die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft	65
2. Der Deutsche Presserat	
<i>Ilka Desgranges und Ella Wassink</i>	
Der Deutsche Presserat [1956]	79
Pressekodex/ Publizistische Grundsätze	89
Beschwerdeordnung	101
Satzung für den Trägerverein des Deutschen Presserats e. V.	107
<i>Achim Baum</i>	
Lernprozess und Interessenskonflikt. Die freiwillige Selbstkontrolle der Presse dient der ganzen Gesellschaft	112

Horst Pöttker

Der Deutsche Presserat und seine Kritiker.

Plädoyer für eine transparente Selbstkontrolle des Journalismus 125

3. Der Rundfunkrat des WDR

Reinhard Grätz

Der Rundfunkrat des WDR [1955] 133

Satzung 143

Medienkompetenz ist der beste Jugendmedienschutz 148

„Interkultureller Austausch“ 151

Medienethik 155

Daniel Hahn

Der Rundfunkrat – ein verzichtbares Kontrollinstrument? 159

4. Der Fernsehrat des ZDF

Stephen Wirth

Der Fernsehrat des ZDF [1962] 175

Geschäftsordnung 186

Satzung 195

Jugendschutzrichtlinien 198

Richtlinien für Werbung und Sponsoring 202

Werner Jakobartl

Ein starker Rat. Arbeitsweise und Wirksamkeit des ZDF-Fernsehrates 219

5. Der Deutsche Werberat

Volker Nickel

Der Deutsche Werberat [1972]	229
Arbeitsgrundsätze	240
Verfahrensordnung	242
Das Beschwerdeverfahren zur Online-Werbung	246
Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen	248
Werbung mit und vor Kindern in Hörfunk und Fernsehen	249
Unfallriskanten Bildmotive und Reifenwerbung	250
Verkehrsräusche in der Hörfunkwerbung und Werbung mit Politikern	251
Kommunikation für alkoholhaltige Getränke	252

Christian Schicha

Wirtschaftswerbung zwischen Information, Provokation und Manipulation. Konsequenzen für die Selbstkontrolle des Deutschen Werberates	255
--	-----

6. Der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation

Jürgen Doetz

Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e. V. (VPRT) [1984]	271
Satzung	275
Position zu Werbevorschriften	282

Wolfgang Wunden

Die „Verhaltensgrundsätze“ des VPRT zu den Nachmittags-Talkshows	284
---	-----

7. Der Deutsche Rat für Public Relations*Horst Avenarius*

Der Deutsche Rat für Public Relations e.V. [1987]	295
---	-----

Statuten	304
----------------	-----

Beschwerdeordnung	306
-------------------------	-----

Die Sieben Selbstverpflichtungen eines DPRG-Mitglieds	308
---	-----

Richtlinie zum Umgang mit Journalisten	309
--	-----

Richtlinie zur Handhabung von Garantien	311
---	-----

Richtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum	312
--	-----

Richtlinie zur ordnungsmäßigen Ad-hoc-Publizität	315
--	-----

Richtlinie über Product Placement und Schleichwerbung	317
---	-----

Achim Baum

Kommunikation unter Erfolgswang. Über die Legitimationsprobleme der Public Relations	319
---	-----

8. Die Landesanstalt für Medien NRW*Peter Widlok*

Die Landesanstalt für Medien NRW (LFM NRW) [1987]	329
---	-----

Jugendschutzrichtlinien	339
-------------------------------	-----

Werbung und Sponsoring im Fernsehen	348
---	-----

Werbung und Sponsoring im Hörfunk	358
---	-----

Dagmar Schütte

Komplexität? Abschaffen!

Ein Blick auf den Blick auf die Landesmedienanstalten	365
---	-----

9. Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen

Joachim von Gottberg

Die Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen e.V. (FSF) [1993]	375
--	-----

Satzung	386
---------------	-----

Prüfordnung	394
-------------------	-----

Richtlinien zur Anwendung der Prüfordnung	407
---	-----

Kriterien für Sendungen über Schönheitsoperationen	416
--	-----

Roland Rosenstock

Jugendschutz und Menschenwürde. Von der öffentlichen

Funktion der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF)	419
---	-----

10. Die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle

K.-Peter Gersternberger

Die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) [1994]	429
--	-----

Grundsätze	435
------------------	-----

Prüfordnung	443
-------------------	-----

Marlis Prinzing

Kontrolleure des Unkontrollierbaren.....	451
--	-----

11. Die DT-Control*Wolfgang Auer*DT-Control – Interessengemeinschaft Selbstkontrolle
elektronischer Datenträger im Pressevertrieb [1995] 457*Bernd Klammer*

Verwirrende Vielfalt. Die Arbeit von DT-Control 460

12. Die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia Diensteanbieter*Sabine Frank und Isabell Rausch*Die Freiwillige Selbstkontrolle
Multimedia Diensteanbieter e.V. (FSM) [1997] 469

Satzung 478

Verhaltenskodex 487

Verhaltenssubkodex für Suchmaschinenanbieter 493

*Christoph Neuberger*Mehr Transparenz steigert die Effizienz. Die Arbeit
der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia Diensteanbieter 495**13. Weitere Selbstkontrollinstanzen 509****14. Anhang**

Literaturauswahl Medienethik und Medienrecht 511

Literaturauswahl Medienselbstkontrolle 533

Sachregister 536

Personenregister 542

Die Autoren	544
Der Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle e.V. (FPS).....	551
Adressen und Kontakte	561