

Stellungnahme

2015-07-21

Das Jugendangebot von ARD und ZDF

Der Bayerische Jugendring nimmt zum Konzept, vorgelegt bei der Rundfunkkommission der Länder, Stand Mai 2015, wie folgt Stellung:

Junge Menschen haben ein Recht darauf, im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein Angebot vorzufinden, das sie in Umsetzung dessen Informations-, Bildungs- und Unterhaltungsauftrags anspricht und erreicht. Die Realisierung eines „Jugendangebotes“ ist deshalb überfällig, denn es gehört zum Grundversorgungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Überwindung des sog. Generationenabrisses bei den erreichten Zuschauerinnen und Zuschauern ist dringend erforderlich, um einem öffentlich-rechtlichen beitragsfinanzierten Rundfunk auch in Zukunft die gesellschaftliche Legitimationsgrundlage zu erhalten. Dieser Herausforderung müssen sich alle Programme stellen, sie wird deshalb nicht ausschließlich durch ein Spartenangebot wie dem Jugendangebot zu bewerkstelligen sein. Ein solches einzuführen ist aber zum jetzigen Zeitpunkt ein wichtiges Signal, das in die richtige Richtung zeigt.

Hierzu ist ein multimediales Konzept wie vorgesehen unerlässlich. Die Bereitstellung als „Content-Netzwerk“ knüpft an die Mediennutzung junger Menschen an. Allerdings setzt dies ein flächendeckendes leistungsfähiges Internet voraus. Anderenfalls werden junge Menschen außerhalb der großstädtischen Ballungsräume von diesem Angebot abgehängt sein. Außerdem ist in der Praxis der Jugendmedienarbeit immer wieder zu beobachten, dass Jugendliche ihre Flatrates bereits Mitte des Monats ausgeschöpft haben. Die finanziellen Möglichkeiten junger Menschen relativieren folglich die tatsächlichen Nutzungsmöglichkeiten mobiler Endgeräten. Das heißt, der Grundversorgungsauftrags für die junge Zielgruppe, die noch nicht über ein eigenes Einkommen oder aber wenig finanzielle Mittel verfügen, darf nicht ausschließlich über ein Jugendangebot im Internet realisiert werden.

Die im Konzept vorgenommene Zielgruppendefinition ist sehr undifferenziert. Sie umfasst die Altersspanne der 14- bis 29-Jährigen. Diese Altersspanne ist aber alles andere als eine einheitliche Gruppe, sie umfasst vielmehr komplett unterschiedliche Lebensphasen und damit Lebensthemen und Bedürfnisse, die sich in den Medienangebot wieder finden müssen: Am Beginn steht die Ablösung von der Kindheit mit dem Bedürfnis sich von Eltern / Erwachsenen abzugrenzen. Art, Inhalt und Umfang der Mediennutzung sind in dieser Lebensphase ein zentrales Vehikel, gefolgt von Schulabschluss, Berufsorientierung, -ausbildung und/oder Studium, Wechsel des Wohnortes, des sozialen Umfeldes usw. Am Ende steht der Übergang in das Erwachsenenleben mit Stationen wie Berufseintritt und Familiengründung. Es liegt auf der Hand, dass diese sehr unterschiedlichen Lebensphasen sich nicht unter einem Begriff Jugend bzw. Jugendangebot subsumieren lassen. Soll dieses von ihren Adressaten genutzt

werden, ist ein sehr differenziertes Programmprofil erforderlich, das Bezüge zu diesen sehr unterschiedlichen Lebensphasen, -themen und Interessen differenziert aufgreift.

Bei der Titelauswahl ist zu überprüfen, dass dieser Jugendliche, die als „Erwachsen“ angesprochen werden möchten, tatsächlich ansprechen würde. sie können von einem eigens für sie konzipierten Programm abgeschreckt werden. Denn der eigenständige Medienumgang ist heute eines der wichtigsten jugendkulturellen Ausdrucksformen, um sowohl Teilhabe an der Erwachsenenwelt zu praktizieren als auch Abgrenzung und Andersartigkeit auszudrücken. Es sollte deshalb um ein „junges Angebot“ gehen, nicht um ein „Jugendangebot“. Die große Herausforderung der Programmgestaltung ist es deshalb, ein Image zu entwickeln, das junge Menschen anspricht. Information und Unterhaltung mit Profil sind gefragt, aber ohne den Eindruck zu vermitteln, es ginge um „Belehrendes“. Letztlich ist ein Jugendangebot das Programm, was Jugendliche auswählen, und nicht dasjenige, das sich so betitelt.

Es ist deshalb besonders zu begrüßen, dass das Programmangebot sich auf alle redaktionell denkbaren Formate erstrecken soll. Die technischen Möglichkeiten, die in der digitalen Verbreitung liegen, bieten hier besondere Möglichkeiten. Besonders berücksichtigt werden sollte, dass die Adressatengruppen der 14- bis 29-Jährigen überwiegend international, multikulturell und mehrsprachig ist. Die Übertragung von fiktionalen Formaten in Originalsprache mit Untertiteln sollte auf jeden Fall vorgesehen werden, sie würde dieses Spartenangebot von den deutschsprachigen Angeboten ohne Sprachwahloptionen positiv unterscheiden und der Lebensrealität der jungen Menschen sehr nahe sein.

Von besonderer Bedeutung für Jugendliche heute und deshalb für Erwachsene von morgen ist mediale Teilhabe, d.h. das Mitmachen und Mitreden – Können. Dieses Ziel wird im Konzept zwar genannt, die tatsächliche Umsetzung ist allerdings wenig erkennbar. Gesprochen wird lediglich von der „Möglichkeit, sich eine eigene Meinung zu bilden, sich über aktuelle Themen mitzuteilen und gehört zu werden.“ (2.2.1) Gerade die digitale Darbietung und Nutzungsform würde ein wesentlich anderes Spektrum an aktiver Beteiligung und Interaktion mit den Adressaten ermöglichen. Tatsächliche Beteiligung geht allerdings über die in „social-media“ praktizierten Formen hinaus. Für ein junges Angebot im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sollten deshalb Jugendredaktionen und die entsprechenden Sendeplätze konstitutiv sein.

Die Aufsichtsgremien der öffentlich-rechtlichen Sender sind ein Element der gesellschaftlichen Beteiligung und Verantwortung am öffentlich-rechtlichen Rundfunk. In diesen sollen die gesellschaftlich relevanten Gruppen an der Programmgestaltung mitwirken können. Im Hinblick auf das geplante Jugendangebot und die Überwindung des Generationenabrisses sollten diese Aufsichtsgremien durch ein Gremium, speziell für das Jugendangebot, erweitert werden. Ein „Jugendprogrammbeirat“, der sich nur aus Mitgliedern im Altersspektrum der Zielgruppe des Jugendangebots zusammensetzt, könnte den Programmverantwortlichen ein möglichst authentisches Diskussions- und Beratungsforum bieten sowie den Rundfunkräten Entscheidungshilfen liefern, bei der Gestaltung eines jungen Angebots. Die Einrichtung eines solchen Beratungsgremiums würde dem Bemühen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks die Zuschauergruppe zu verjüngen, eine besondere Aufmerksamkeit verleihen.

