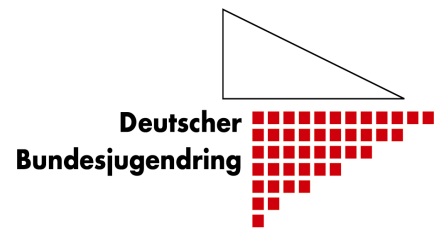


# STELLUNGNAHME



## *Zum offenen Konsultationsverfahren für das Jugendangebot von ARD und ZDF*

Der Deutsche Bundesjugendring vertritt als Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände und Landesjugendringe Interessen vieler Millionen engagierter Kinder und Jugendlicher. Wir geben diese Stellungnahme im offenen Konsultationsverfahren zum Jugendangebot von ARD und ZDF ab.

ARD und ZDF formulieren in ihrem Konzept einen hohen Anspruch für das Jugendangebot. Das ist richtig, denn junge Menschen haben einen hohen Anspruch an Medienangebote. Interessen junger Menschen finden sich im formulierten Ziel, ein identitäts- und demokratiestiftendes, meinungsbildendes Angebot zu machen, das wie seine Zielgruppe Grenzen austestet und dabei ehrlich und authentisch ist. Uns ist wichtig, dass durch ein öffentlich-rechtliches Jugendangebot Raum für Experimente entsteht, der nicht durch wirtschaftlichen Druck oder durch Erwartungen an eine hohe Reichweite eingeschränkt wird. Das Jugendangebot kann und soll neue Gestaltungsformen testen.

*„Das Angebot setzt Innovationsimpulse und schafft kreative Freiräume – hier werden junge Talente entwickelt und gefördert. Das Angebot gibt seinen Protagonisten und Formaten Zeit, sich nachhaltig zu entwickeln. Die Nutzerinnen und Nutzer des Angebots sind gefragt, mitzudiskutieren, Themen anzustoßen und das Angebot aktiv mitzugestalten. Letztlich schafft das Jugendangebot eine Nachfrage für neue Formen und Inhalte, die in dieser Tiefe, Breite und Vielfalt derzeit nicht am Markt existieren.“ (Konzept Jugendangebot ARD/ZDF, Seite 3)*

Dieser Ansatz ist erfreulich. Auch das Vorhaben, freier mit Genres zu spielen, Inhalte nicht in enge Vorgaben zu pressen sowie unkonventionelle Ideen und kreative Herangehensweisen zu fördern, ist der richtige Weg.

Ein gemeinsames Jugendangebot von ARD und ZDF braucht aus unserer Perspektive einen Ansatz, der über das Senden allein hinaus geht: Mitwirken und mitreden zu können sind laut Konzept für das Jugendangebot konstitutiv. Das Angebot muss jungen Menschen nicht nur die Möglichkeit bieten, sich eine eigene Meinung zu bilden, sich zu aktuellen Themen mitzuteilen und gehört zu werden. Aus unserer Sicht fehlt dem Konzept aber noch der Mut und eine Idee, wie Jugend wirksam am Programm und dessen Inhalten beteiligt werden kann. Aus dem Konzept spricht noch viel *für die Jugend* und weniger *mit der Jugend*. Es reicht nicht, zur Teilhabe zu befähigen. Teilhabe muss möglich sein, Mitwirkung mit Wirkung. Ins Pflichtenheft für ein Jugendangebot von ARD und ZDF gehört deswegen, wie die redaktionelle Unabhängigkeit und das Bedürfnis nach Mitsprache sinnvoll und gewinnbringend verbunden werden kann.

Was uns in diesem Kontext weniger überzeugt: „Köpfe“ sollen entscheidend sein. *„Solche Köpfe braucht es auch im Kontext eines Jugendangebots, um langfristig Erfolg zu haben. Insofern sind persönlichkeitsprägende Formate mit authentischen Köpfen geplant, die sich aber in Stil, Gestaltung, Ansprache, Längen etc. von klassischen TV-Sendungen unterscheiden und eigene Genres bedienen“ (Konzept Jugendangebot ARD/ZDF, Seite 5).* Das Bild von Jugend an dieser Stelle ist schräg. Unsere Erfahrung sagt, dass Jugendliche eher an Inhalten als an Köpfen interessiert sind. Es kommt auf gute Erzählweisen an, journalistische und inhaltliche Narrative müssen sich ändern, Redaktionen einen neuen Blick auf Themen wagen. Möglich sind gerade durch den Verbreitungsweg Internet Digitalreportagen oder Infopakete, die vielfältige mediale Formen nutzen, insbesondere auch Gaming-mechanismen und -elemente. In einem ersten Schritt muss sich dies in einem Jugendangebot entwickeln. Parallel müssen Medienschaffende eingebunden werden, die diesen Blick bereits haben. In einem zweiten Schritt müssen ARD und ZDF durch das Jugendangebot Medienschaffende in dieser anderen Herangehensweise qualifizieren.

Das Jugendangebot wird bewusst im Internet platziert. Es muss damit jederzeit, an jedem Ort und über jedes Endgerät zu erreichen sein. Denn Jugendliche nutzen digitale Angebote, zeit- und ortsunabhängig mit sehr un-

terschiedlichen Geräten und Bandbreiten. Dies zu gewährleisten wird Aufgabe von Politik (Rahmenbedingungen) und Telekommunikationsanbietern (Technik und Zugänge) sein.

Unabhängig davon schränken geltende Staatsverträge die Aktivitäten der öffentlich-rechtlichen Sender im Internet stark ein. Bislang müssen ARD und ZDF unter anderem darlegen, dass ein Angebot im Internet den gesellschaftlichen Bedürfnissen entspricht, den publizistischen Wettbewerb stärkt und finanziell in einem angemessenen Rahmen bleibt. Daran geknüpft ist unter anderem die Verweildauer von Inhalten im Internet. Im Entwurf zum Rundfunkstaatsvertrag für das ARD-ZDF-Jugendangebot, Paragraph 11g, Absatz 4 vom 17. Juni 2015 heißt es:

*„Die Verweildauer der Inhalte des Jugendangebots ist von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und dem ZDF so zu bemessen, dass sie die Lebenswirklichkeit und die Interessen junger Menschen abbilden und die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der jeweils zur Zielgruppe gehörenden Generationen erfüllen. Dies ist von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten und dem ZDF regelmäßig zu prüfen.“*

ARD und ZDF alleine können das Problem jedoch nicht lösen. Die derzeit geltenden Regeln für die Verweildauer von Inhalten benachteiligen Jugendliche deutlich in ihrem Medienverhalten und verhindern ein sinnvolles Jugendangebot. Im Sinne junger Menschen ist eine 24 Stunden erreichbare Mediathek ohne Zeitbeschränkung notwendig. Dazu müssen noch urheberrechtlich sinnvolle Rahmenbedingungen geschaffen werden. Die Angst und Sorge kommerzieller Anbieter vor Wettbewerbsverzerrung an dieser Stelle interessiert junge Menschen im Übrigen nicht. Wir sind sicher, dass ein Jugendangebot mit einer ‚24/7-Mediathek‘ animierend auf ein Medienangebot für junge Menschen wirkt. Bei jungen Menschen verfangen Idee und Ansprache, stärker noch der Grad der Mitwirkung und die Relevanz. Das Jugendangebot von ARD und ZDF hat das Potenzial, die Verwertungslogik zu durchkreuzen; das ist gut und Ansporn für alle, die ein Angebot für junge Menschen machen wollen.

Im Konzept beschreiben ARD und ZDF, dass sie dort sein wollen, wo junge Menschen sind. Junge Menschen warten in der Tat nicht auf das öffentlich-rechtliche Jugendangebot, sie werden nicht gezielt nach neuen Angeboten von ARD und ZDF suchen. Es ist daher nur richtig, dass ARD und ZDF auf junge Menschen zugehen und ihre Inhalte auf jenen Plattformen platzieren wollen, die Jugendlichen nutzen.

*„Das Jugendangebot ist deshalb ein Content-Netzwerk. Das bedeutet zunächst: Nicht eine klassische Startseite wie bei tagesschau.de oder heute.de steht im Vordergrund, sondern die Verteilung und zugleich Vernetzung unterschiedlicher Inhalte auf relevanten Drittplattformen wie – Stand heute – Youtube, Facebook & Co.“ (Konzept Jugendangebot ARD/ZDF, Seite 10)*

Folgerichtig sollen speziell für Plattformen produzierte Inhalte erstellt werden. Gut ist der Ansatz, die unterschiedlichen Formate des Jugendangebots wiederkennbar zu gestalten und untereinander zu verbinden. Letztlich muss ein Jugendangebot von ARD und ZDF die Stärken nutzen, die der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat. Die Dezentralität und Regionalität der Sender gewährleistet, dass die für den Sozialraum der Jugendlichen wichtigen regionalen Themen ihren Platz haben. Die Vielfalt der Redaktionen von ARD und ZDF, die an Entwicklung und Produktion von Inhalten beteiligen werden können, sichern eine thematische Bandbreite und ein Portfolio an Genres: Von der Fiktion über Information bis zur Unterhaltung.

Zum Abschluss noch eine Bemerkung: Mit der vorgesehenen Konzentration auf Gemeinsamkeiten der heterogenen Generation könnten die öffentlich-rechtlichen Sender eher scheitern. Wir ermutigen zu speziellen Formaten für spezielle Alters- und Interessengruppen. Gerade durch den Verbreitungsraum Internet und die Vielfalt der Mitwirkenden ist das machbar. Auch wenn ARD und ZDF schon einen weiten Weg gegangen sind: Der Abschied vom linearen Denken fällt den Verantwortlichen offenbar noch etwas schwer.

Berlin, 17. Juli 2015