



DStGB

Deutscher Städte-
und Gemeindebund

Dr. Gerd Landsberg

Geschäftsführendes Präsidialmitglied

Marienstraße 6
12207 Berlin

Staatskanzlei Sachsen-Anhalt
Hegelstraße 42
Referat Medienrecht und Medienpolitik
39104 Magdeburg

Telefon: 030-77307-223
Telefax: 030-77307-222

Internet: www.dstgb.de
E-Mail: dstgb@dstgb.de

stellungnahme.jugendangebot@stk.sachsen-anhalt.de

Datum
27. Juli 2015

Stellungnahme in Rahmen des offenen Konsultationsverfahrens zum "Jugendangebot von ARD und ZDF"

Sehr geehrte Damen und Herren,

für die Möglichkeit, zur Ausgestaltung des geplanten Jungen Angebots Stellung zu nehmen, bedanken wir uns. Wir halten die Einführung eines Jugendkanals für ein wichtiges Signal in unserer Gesellschaft, die auch mit Blick auf den Demografischen Wandel auf gut gebildete und engagierte Jugendliche angewiesen ist. Junge Menschen sind mit einer Vielzahl an Herausforderungen konfrontiert. Die Anforderungen an Wissen und Kompetenzen von Jugendlichen steigt stetig. Gleichzeitig sollen sie sich vom Elternhaus ablösen, eine Persönlichkeit entwickeln und ihren Platz in der Gesellschaft finden. Unsere Welt wandelt sich immer schneller. Hierauf reagieren Jugendliche zunehmend mit Unsicherheit und wachsender Politikverdrossenheit. Das geplante Junge Angebot sehen wir als Chance, die Jugendlichen nicht nur zu erreichen, sondern Ihnen ein neutrales Informationsangebot und einen Orientierungsrahmen zu bieten. Das Junge Angebot muss daher inhaltlich den Ansprüchen der Zielgruppe gerecht werden, um die Jungen Menschen auch tatsächlich zu erreichen. Dies wäre auch ein wichtiger Beitrag, um der zunehmenden Politikverdrossenheit – gerade bei jungen Menschen – entgegenzuwirken.

Im Einzelnen nehmen wir zum Entwurf des § 11 g Rundfunkstaatsvertrag (neu) einschließlich des Entwurfs einer Anlage zu § 11 g Absatz 6 Satz 1 („Negativliste“) wie folgt Stellung:

Interaktive und spielerische Elemente zur Wissensvermittlung nicht ausschließen

Damit der Jugendkanal auch angenommen wird, muss er die Lebenswirklichkeit und die Interessen der Zielgruppe treffen. Die derzeit heranwachsende junge Zielgruppe ist bereits im sogenannten „digitalen Informationszeitalter“ groß geworden. Das bedeutet, dass sie mit der unkomplizierten Verfügbarkeit von Informationen vertraut und interessiert an

meinungsbildenden Inhalten ist. Die Anwendung spieltypischer Elemente im spielfremden Kontext, z.B. im Informationsbereich („Gamification“) ist dabei ein Trend, der großen Zuspruch bei den jungen Menschen findet. Über spielerische Angebote beim Jungen Angebot, welche Wissen und Fertigkeiten vermitteln, könnten beispielsweise junge Menschen auf eine zwanglose Weise an für ihre Berufswelt relevante Themen herangeführt werden. Vor diesem Hintergrund sind in das Junge Angebot interaktive Elemente (explizit auch Spieleangebote und interaktive Softwareangebote) zur Vermittlung von Informationen und Wissen mit aufzunehmen.

Kommunikationsplattformen und „Kontaktbörsen“ anbieten

Wir begrüßen es ausdrücklich, dass nach dem Entwurf der Beauftragungsnorm redaktionell begleitete Foren und Chats möglich sind. Der Austausch untereinander über soziale Netzwerke, auf Plattformen mittels Kommentarfunktionen, in Foren, Chats oder Blogs gehört längst zum Alltag junger Menschen. Um den Erwartungen der Zielgruppe zu entsprechen, sollte daher die Möglichkeit eröffnet werden, sich über Gruppen zusammenzuschließen und Meinungen zu teilen und zu diskutieren. Auch ein Austausch mit dem Jungen Angebot sollte etabliert werden. Ein solcher Austausch kann eine echte inhaltliche und sachliche Auseinandersetzung u.a. mit politischen Themen befördern. Eine redaktionelle Betreuung solcher Meinungsplattformen ist dabei zu gewährleisten.

Dies ist auch eine große Chance zur Stärkung des ehrenamtlichen Engagements bei den jungen Menschen. Während das Interesse an ehrenamtlichem Engagement in den Vereinen zunehmend rückläufig ist, nimmt der Wunsch, sich projektbezogen einzubringen, zu. Um Aktionen, die Bezug zu den Inhalten des Jungen Angebotes haben (z.B. Flüchtlingshilfe oder Fluthilfeprojekte) gemeinsam umzusetzen, sollten entsprechende „Kontaktbörsen“ zulässig sein.

Verweildauern flexibilisieren

Zahlreiche gesellschaftliche Themen, mit denen sich die Zielgruppe beschäftigt, sind nicht kurzlebige tagesaktuelle Themen, sondern befassen sich mit Werten und zukunftsgerichteten Fragen. Dabei ist das Themenspektrum sehr umfassend und erfasst Fragen zur Berufswahl genauso wie zu nachhaltigen Lebensformen oder aber Ursachen und Auswirkungen der Flüchtlingsströmungen. Zu der Vielzahl der Themen kommt hinzu, dass diese in der Regel langlebig sind und sich nicht schnell überholen. Sinnvoll wäre es daher, im Rahmen des Jungen Angebotes von der Gesellschaft finanzierte Inhalte nicht an die strengen Verweildauern für öffentlich-rechtliche Inhalte im Online-Bereich zu binden und diese langfristig zur Verfügung zu stellen, sofern gesetzliche oder vertragliche Bestimmungen mit Dritten dies nicht untersagen. Der im Entwurf der Beauftragungsnorm dargelegte Vorschlag, eine eigenständige und regelmäßige Überprüfung von Verweildauern durch ARD und ZDF, stellt unseres Erachtens einen sinnvollen Ansatz dar, den wir unterstützen.

Vernetzung mit ARD und ZDF

Wir regen an, das Junge Angebot eng mit den anderen Angeboten von ARD und ZDF zu vernetzen. So können Synergien genutzt und der Zielgruppe ein umfassendes Bild der gesellschaftlichen Zusammenhänge angeboten werden.

Zielgruppenbezogene Jobbörsen mit einbinden

Das im Entwurf der Beauftragungsnorm vorgesehene Verbot kommerzieller Business-Networks sollte gestrichen werden. Über punktuelle und projektbezogene Aktionen, die den Kontakt zwischen jungen Menschen, der Wirtschaft oder anderen gesellschaftlichen Bereichen fördern, erhält die Zielgruppe ein weiteres, attraktives Angebot. Gerade in Zei-

ten des Fachkräftemangels sollte es dem Jungen Angebot möglich sein, den Kontakt zwischen Betrieben oder Verwaltungen und potentiellen Auszubildenden herzustellen.

Veranstaltungskalender

Junge Menschen nutzen die virtuelle, digitale Welt, schätzen jedoch ebenso den direkten Austausch unter Gleichgesinnten wie auch den Besuch von Konzerten oder attraktiven Veranstaltungen und Messen. Mit einem nicht-kommerziellen Veranstaltungskalender, dessen Inhalte über eine Auswahl, die auf redaktionellen Gründen beruht, kann den Bedürfnissen der Zielgruppe entsprochen werden.

Über die Terminauswahl (Ausbildungsmessen, Jobbörsen, öffentlich geförderte Freiwilligennetzwerktreffen) kann dem öffentlich-rechtlichen Auftrag entsprochen und gleichzeitig ein Mehrwert für Jugendliche und junge Heranwachsende erzielt werden.

Auch könnte so die Aufmerksamkeit auf Ereignisse (Sportereignisse etc.) gelenkt werden, die in der Berichterstattung bislang eine eher untergeordnete bis gar keine Berücksichtigung gefunden haben.

Beratungselemente

Von jungen Menschen erwartet man eine erfolgreiche Bewältigung der Schule und den Einstieg in die Ausbildung bzw. in die Berufswelt. Sie sollen eine eigene Identität bzw. Persönlichkeit ausbilden und sich vom Elternhaus ablösen. Sie sollen sich in die Bürgergesellschaft einpassen und mediale/digitale Kompetenzen erwerben sowie ein moralisches Bewusstsein ausbilden. Beratung gehört mit zum Kernauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Über Ratgeber-Inhalte, die im Gesamtangebot integriert werden könnten, aber auch Beratungselemente wie Experten-Chats kann ein echter Mehrwert für die Zielgruppe geschaffen werden.

Flexibilität ermöglichen

Die Entwicklungen der letzten Jahre gerade im Online-Sektor wie beispielsweise die Etablierung von Video-Blogs machen deutlich, dass das Junge Angebot die notwendige Flexibilität erhalten muss, um auf Trends, aber auch neue technische Entwicklungen reagieren, sowie auch auf die Wünsche der Zielgruppe eingehen zu können. Die Beauftragungsnorm sollte daher Freiräume offen halten, die es auch in Zukunft ermöglichen, flexibel auf sich ändernde Rahmenbedingungen einzugehen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Gerd Landsberg