



Katholischer Deutscher
FRAUENBUND

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

- per Mail -

29.07.2015

KDFB e.V.
Kaesenstraße 18
50677 Köln

Tel. 0221/860 92-0
Fax 0221/860 92-79
[bundesverband@
frauenbund.de](mailto:bundesverband@frauenbund.de)
www.frauenbund.de

Stellungnahme der Medienpolitischen Kommission des KDFB zum „Jungen Angebot“ von ARD und ZDF

Mit dem neuen öffentlich-rechtlichen Angebot für junge Menschen zwischen 14 und 29 Jahren wird eine wichtige Lücke im öffentlich-rechtlichen System geschlossen. Endlich soll es für die dem Kika entwachsene Zielgruppe ein Angebot geben, das den öffentlich-rechtlichen Auftrag (Bildung, Information, Unterhaltung und allgemeines Wissen über das politische, wirtschaftliche und soziale System der Bundesrepublik Deutschland sowie über globale Zusammenhänge) altersgemäß und werbefrei anbieten will.

Das Angebot nimmt die Lebenswirklichkeit, die Interessen der Zielgruppe und ihre Kommunikationsenerwartungen auf. Es gewährt den hohen Datenschutz- und Jugendschutzstandard des öffentlich-rechtlichen Rundfunks; eine kommerzielle Verwertung von Nutzerdaten ist ausgeschlossen.

Gesamtgesellschaftlich betrachtet bedeutet dies, dass dieser Zielgruppe erstmals ein nicht-kommerzielles Angebot zur Verfügung steht und damit ein wichtiges Medium zur Meinungsbildung, zur Demokratieförderung und zur Identitätsbildung junger Menschen geschaffen wird. Mit seinen Inhalten ermöglicht das Angebot eine Kommunikation über Milieus und Schichten hinweg und trägt so zum gesellschaftlichen Zusammenhalt bei.

Idealerweise findet die Verbreitung des Angebots im Netz statt, was insbesondere den Vorteil mit sich bringt, die äußerst heterogene Zielgruppe differenziert und entsprechend ihrer Vielfalt bedienen zu können. Damit dies gelingt, braucht es nach unserer Meinung folgende Voraussetzungen, die in der Beauftragung berücksichtigt werden sollten.

1. Zulassung von Spielen ohne Einschränkung

Spiele gelten seit vielen Jahren als anerkannte Methode der motivierenden Wissensvermittlung und Bildung in nahezu allen Fachdidaktiken. Gleichzeitig sind Spiele ein von der jungen Zielgruppe anerkanntes und für sie attraktives Angebot. Ein junges Angebot muss sich diese Kenntnis zunutze machen. Spiele sind also umfassend zu genehmigen und sollten auch selbständig als Angebotsform möglich sein.

2. Veranstaltungskalender, Kontaktbörsen, Foren, Chats und Netzwerke zur Förderung von Relevanz

Das Angebot richtet sich u.a. auch an junge Menschen, die eine Ausbildung suchen oder in Ausbildung sind. Um in diesem Zusammenhang eine adäquate Netz-kommunikation herzustellen, bedarf es auch der Kontakte und Interaktionsmöglichkeiten zwischen den Protagonisten, d.h. Betrieben und Einrichtungen, die Azubis suchen und umgekehrt. Eine reine Information über mögliche Ausbil-

Bankverbindung:

Pax-Bank Köln
IBAN:
DE05 3706 0193 0010
5510 13
BIC:
GENODED1PAX

Vereinsregister 7538
(Amtsgericht Köln)

Steuer-Nr.
214/5859/0192

dungsberufe ohne Verweise auf entsprechende „Anbieter“ entspräche nicht dem Medium. Eine medienimmanente Konsistenz bedarf also auch der Zulassung von Netzwerken und Veranstaltungshinweisen, die von jungen Menschen in diesem Kontext erwartet wird.

3. Öffnung des jungen Angebots für Ratgeber und Beratungselemente

Der Wert des öffentlich-rechtlichen Angebots für junge Menschen ergibt sich u.a. aus seiner nicht-kommerziellen Aufstellung heraus. Genau diese Tatsache macht den Veranstalter zu einem glaubwürdigen Partner in allen Beratungs- und Ratgeberthemen. Diese Kommunikationsmöglichkeit sollte deshalb Bestandteil des Angebots sein und nicht ausgeschlossen werden.

4. Großzügige Kalkulationen für begleiteten Foren

Öffentlich-rechtlich bedeutet, dass Foren nicht sich selbst überlassen, sondern begleitet werden. Der Personalaufwand hierfür ist nicht zu unterschätzen und sollte deshalb äußerst großzügig bemessen werden.

5. Gendersensibler Umgang mit Themen

In einem Angebot, in dem Werte eine Rolle spielen, muss ein gendersensibler Umgang mit Themen gewährleistet sein. Aus Sicht der Medienpolitischen Kommission des Katholischen Deutschen Frauenbundes (KDFB) sollte diese Dimension gerade auch in einem Angebot für junge Menschen zum Tragen kommen und jungen Menschen ermöglichen, Rollenklischees zu hinterfragen und sich mit Vielfalt auseinanderzusetzen.

6. Frauenquote für Regisseurinnen und Produzentinnen

Das Junge Angebot bietet eine Chance für die deutsche Produzentenlandschaft, eigene Formate zu entwickeln und einzuführen. Es wird entsprechend den Vorgaben von § 6 Rundfunkstaatsvertrag einen wesentlichen Anteil an Eigenproduktionen sowie Kaufproduktionen und Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen aus dem deutschsprachigen und europäischen Raum enthalten. Die Veranstalter sollten sich dazu verpflichten, wie vor kurzem die Degeto, eine Frauenquote für Regisseurinnen und Produzentinnen von Filmen umzusetzen.

7. Flexible Verweildauern

Die im Telemediengesetz festgeschriebene Bestimmung, öffentlich-rechtliche Inhalte im Netz nach einer bestimmten Zeit wieder zu löschen (Verweildauerkonzept), entspricht nicht den Nutzungsgewohnheiten der jungen Zielgruppe, die es gewohnt ist, Inhalte zeitunabhängig abzurufen. Für das Junge Angebot sollten deshalb flexible Verweildauern ermöglicht werden. Es ist – nicht nur – für junge Menschen, schwer nachvollziehbar, warum aus Rundfunkgebühren bzw. dem Rundfunkbeitrag finanzierte Inhalte der Allgemeinheit nicht auf Dauer zur Verfügung stehen sollen.



Petra Zellhuber-Vogel
Vorsitzende
der Medienpolitischen Kommission



Dr. Gabriele Zinkl
KDFB-Vizepräsidentin