

Stellungnahme der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di)

zum Entwurf eines § 11 g Rundfunkstaatsvertrag (ARD-ZDF-Jugendangebot) vom 17.06.2015

1. Vorbemerkung

Vor dem Hintergrund eines drohenden Generationenabrisses im öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat sich die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) bereits in der Vergangenheit für die Einrichtung eines öffentlich-rechtlichen Jugendangebots ausgesprochen und die Entscheidung der Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten vom 17. Oktober 2014 ausdrücklich begrüßt. Diese Zielgruppe der 14 bis 29-Jährigen mit einem nicht kommerziellen Angebot zu erreichen, sieht ver.di als einen wichtigen Teil des öffentlich-rechtlichen Auftrags und als Stärkung der demokratischen Teilhabemöglichkeiten junger Menschen.

ver.di hatte dabei betont, dass ein solches Angebot trimedial – bestehend aus Hörfunk, Fernsehen und Telemedien – ausgestaltet sein muss, wenn es die jüngere Zielgruppe effektiv erreichen will. Die Entscheidung für ein reines Onlineangebot stellt deshalb eine unnötige Einschränkung dar, die angesichts des auch bei den Jüngeren immer noch hohen Fernsehkonsums schwer nachvollziehbar ist. Umso mehr ist es nach Ansicht der ver.di nun Aufgabe der Programmacherinnen und Programmacher das Jugendangebot mit attraktiven Inhalten zu füllen. Die Länder müssen hierfür die nötigen staatsvertraglichen Leitplanken setzen, damit die Angebote auf jenen Verbreitungskanäle auffindbar sind, die für die Jüngeren relevant sind.

ver.di begrüßt daher die Möglichkeit, im Rahmen des Konsultationsverfahrens zum vorgelegten Entwurf eines § 11 g Rundfunkstaatsvertrag Stellung zu nehmen.

2. Sendungsbezug

Ein öffentlich-rechtliches Jugendangebot, das allein online verbreitet werden soll, darf per se keinen Sendungsbezug aufweisen, wie er bisher für öffentlich-rechtliche

Telemedien gilt, wenn die Programmverantwortlichen in die Lage versetzt werden sollen, eigenständige Inhalte für die junge Zielgruppe zu entwickeln und anzubieten. Der Verzicht auf einen Sendungsbezug im Entwurf des § 11 g Rundfunkstaatsvertrag ist daher folgerichtig und wird von der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft begrüßt.

ver.di verbindet damit zusätzlich die Hoffnung, den ihrer Ansicht nach ohnehin zu eng gefassten Begriff des „Sendungsbezugs“ in Zukunft durch den weiter gefassten Begriff des „Programmauftragsbezugs“ für alle öffentlich-rechtlichen Telemedien zu ersetzen. Im Zeitalter der zunehmenden Verlagerung von Inhalten ins Internet bedeutet das Festhalten am Sendungsbezug eine anachronistische Einschränkung.

3. Verweildauern

Bisherige öffentlich-rechtliche Telemedien-Angebote dürfen aufgrund der sog. Sieben-Tage-Regelung nicht länger als sieben Tage online verfügbar sein, es sei denn, im Rahmen des Drei-Stufen-Tests werden längere Fristen genehmigt. Dennoch gelten für alle Telemedien-Inhalte maximale Verweildauern, nach deren Ablauf sie „depubliziert“ werden müssen. Für das Jugendangebot ist laut Entwurf von § 11 g Abs. 4 RfStV keine Sieben-Tage-Regelung vorgesehen, die Verweildauer ist so zu bemessen, dass sie die Lebenswirklichkeit und Interessen junger Menschen abbildet und ihre demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse erfüllt. Dies ist aus Sicht der ver.di eine deutliche Verbesserung im Vergleich zu den bestehenden Regelungen und ein Schritt in die richtige Richtung. Denn die geplante Regelung eröffnet den Anstalten den Spielraum, großzügige Verweildauern zu implementieren – im Sinne der Nutzerinnen und Nutzer.

ver.di bleibt jedoch der Ansicht, dass das künstlich herbeigeführte „Depublizieren“ von Inhalten generell nicht zeitgemäß ist und dem umfassenden öffentlich-rechtlichen Auftrag widerspricht. Dies gilt umso mehr vor dem Hintergrund, dass sich das Jugendangebot explizit an eine Zielgruppe richtet, die extrem internetaffin ist, für Recherchen nahezu ausschließlich das Netz nutzt und Inhalte aller Art bevorzugt in sozialen Medien teilt. Die umfassende und dauerhafte Auffindbarkeit der Inhalte des öffentlich-rechtlichen Jugendangebots ist deshalb ein zentraler Erfolgsfaktor. Hinzu kommt die berechtigte Erwartung auch der jungen Beitragszahlerinnen und Beitragszahler, einmal bezahlte Inhalte langfristig im Netz vorzufinden. Eine generelle Loslösung vom Verweildauerkonzept würde nach Ansicht von ver.di daher auch die Akzeptanz öffentlich-rechtlicher Angebote in der jüngeren Zielgruppe stärken.

4. Drittplattformen

Wie das Konzept von ARD und ZDF zum gemeinsamen Jugendangebot darlegt, soll das Angebot zwar einen eigenständigen Internetauftritt bekommen, im Kern soll es

jedoch aus einem „Content-Netzwerk“ bestehen, bei dem die Inhalte auf unterschiedlichen relevanten Plattformen verteilt und vernetzt werden. Die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft sieht darin ausdrücklich den richtigen Weg – und die logische Konsequenz aus dem Verzicht auf einen eigenständigen Fernsehkanal. Denn das Nutzerverhalten im Internet ist geprägt von der Nutzung diverser Plattformen, der Empfehlung von Inhalten durch Freundinnen und Freunde und die stärkere Bindung der Userinnen und User an Programmmarken wie „Tatort“ und weniger an Sendehäuser wie ARD und ZDF. Für das Jugendangebot ist es daher unerlässlich, seine Inhalte auf Drittplattformen wie YouTube, Facebook oder Instagram anbieten zu können, wenn es die Zielgruppe erreichen will.

Generell gilt dabei laut Entwurf von § 11 g Abs. 5 Satz 1, dass das Jugendangebot frei von Werbung und Sponsoring sein muss. Eine Ausnahme ist nach Satz 2 jedoch möglich, wenn ARD und ZDF bei der Bereitstellung von Inhalten außerhalb des eigenen Portals (also auf Drittplattformen) die Werbe- und Sponsoringfreiheit lediglich „anstreben“. Da jedoch alle relevanten Drittplattformen kommerziell sind und sich über Werbeeinnahmen finanzieren, steht der Entwurf nach Ansicht von ver.di im Widerspruch zur Realität des künftigen Jugendangebots. Im Sinne der Rechtsklarheit wäre hier eine eindeutige Formulierung wünschenswert gewesen, wonach das Bereitstellen der Inhalte auf Drittplattformen generell zulässig ist.

5. Lizenzangebote

Für bisherige öffentlich-rechtliche Telemedien gilt nach § 11 d Abs. 5 RfStV ein Verbot für angekaufte Spielfilme und Fernsehserien, die keine Auftragsproduktionen sind. Damit ist es für ARD und ZDF bisher nicht möglich, diese Inhalte im Netz bereitzustellen. Der Entwurf von § 11 g Abs. 1 RfStV weicht für das Jugendangebot von dieser Regelung ab, indem er ARD und ZDF neben der eigenen Herstellung von Inhalten sowie Auftragsproduktionen die Sender explizit damit beauftragt, auch Nutzungsrechte an Inhalten zu erwerben. Die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft unterstützt diese Entscheidung, da der Erwerb attraktiver Inhalte Dritter, zum Beispiel im Bereich Fiktion und Unterhaltung, wesentlich für den Erfolg des Jugendangebots in der jungen Zielgruppe ist.

Berlin, 23.Juli 2015

Kontakt:

Stephan Kolbe

Koordinator für Medienpolitik
ver.di-Bundesverwaltung, Ressort 3
Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin
E-Mail: stephan.kolbe@verdi.de