

Jugendliche an Medienangeboten beteiligen

Die öffentlich-rechtlichen Sender planen einen Jugendkanal. Aus diesem Anlass formulieren wir als Konferenz der Jugendvertreter_innen in den Rundfunkräten und Landesmedienanstalten eine Position zur Partizipation Jugendlicher an Medienangeboten. Als Jugendvertreter_innen werden wir durch die Landesjugendringe entsandt und sind über den Deutschen Bundesjugendring vernetzt. Mit diesem Papier richten wir uns an die Verantwortlichen in den öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. Als Konferenz fordern wir mehr Mut, Jugendliche mitwirken und mitbestimmen zu lassen.

EINLEITUNG

Junge Menschen wollen ihr Lebensumfeld gestalten. Sie wollen selbst bestimmen. Und sie wollen gefragt werden und mitentscheiden, wenn es um sie geht. Diesen Standpunkt vertreten wir Jugendverbände und Jugendringe im Deutschen Bundesjugendring. Als Selbstorganisation junger Menschen formulieren wir mit dieser Position Erwartungen an Beteiligung junger Menschen bei den Angeboten und Entscheidungsprozessen in Medien des privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Radio, Fernsehen und das Internet spielen in der Lebenswelt junger Menschen eine große Rolle. Sie bieten Information und Unterhaltung, sie schaffen einen Rahmen für Kommunikation. Im großen Teil des Angebotes – insbesondere bei Radio und Fernsehen – gibt es noch keine Möglichkeit der Mitwirkung oder Mitbestimmung. Angebote beschränken sich vielmehr auf Gewinnspiele, Blitzumfragen oder andere niederschwellige Beteiligung. Unsere Erwartungen gehen weiter und werden in dieser Position beschrieben.

Grundlage für die Diskussion sind die Stufen von Partizipation, die von Professor Dr. Waldemar Stange¹ entwickelt wurden. Kurz gefasst: Es gibt als niedrigste Stufe eine Alibi-Partizipation, bei der Menschen beispielsweise bei einer Umfrage mitmachen können, das Ergebnis oder Meinungen aber keinerlei Rolle für die Entscheidung spielen. Teilhabe als nächste Stufe bedeutet bereits – auch im wörtlichen Sinne – dabei zu sein, Teil einer Gruppe zu sein, über Einzelaktionen an etwas teilzuhaben und informiert zu sein. Beide genannten Ebenen spiegeln ein sehr niedriges Partizipationsniveau. Mitwirkung dagegen räumt bereits das Recht ein, angehört zu werden, Initiative ergreifen zu dürfen oder per Delegation von Stimmen mitgestalten zu können. Der Schritt zur Mitbestimmung als nächster Stufe ist nicht weit. Mitbestimmung setzt aber Voraus, auf Entscheidungen stark Einfluss nehmen, sogar relevant und mit Wirkung mitentscheiden zu können. Die höchste Ebene der Partizipation ist die Selbstbestimmung. Sie braucht kein Gegenüber und ist eng mit der Selbstorganisation verbunden. Selbstbestimmung ist im Kontext der Medien bisher vor allem im Bereich der offenen Kanäle oder Bürger_innenmedien zu finden.

DIE SITUATION | Was beobachten wir

Es gibt Ansätze, junge Radiohörer_innen und Fernsehzuschauer_innen stärker zu beteiligen, sie aus der Rolle des Publikums zu Akteur_innen zu machen. Für Bürger_innenmedien und Offene Kanäle ist ein hohes Maß an Partizipation auf dem Niveau der Mitwirkung und Selbstbestimmung längst selbstverständlich, private und öffentlich-rechtliche Sender beginnen mit Experimenten. Das Beispiel der „rundshow“ im Bayerischen Rundfunk zeigt, wie mindestens Mitwirken insbesondere junger Menschen auf einer wirkungsvollen weil Entscheidungen treffenden Ebene möglich wird: Die Redaktionskonferenz wurde live gestreamt, junge Menschen kommentierten, diskutierten mit und beeinflussten Entscheidungen direkt. Sie konnten das Programm und die Themen mitbestimmen, die Redaktion teilte ihre Gestaltungsmacht. Als Nachfolge der „rundshow“ startet der Bayerischer Rundfunk mit PULS ein trimediales Programm, bei dem ein hohes Partizipationsniveau gehalten wird und ausgebaut werden soll.

Als Basis für Partizipation nutzen Sender in erster Linie soziale Netzwerke und Videoplattformen. Apps zu den Angeboten verpacken bisher die Funktionen der Netzwerke und Plattformen in neuem Design, bieten aber kaum Mehrwert als Partizipationswerkzeug. Mit dem „Second Screen“, der parallelen Nutzung von

¹ Vgl. Dr. Waldemar Stange: Was ist Partizipation? Definitionen – Systematisierungen Baustein A 1.1, [23.09.2013: www.kinderpolitik.de/beteiligungsbausteine/pdf/a/Baustein_A_1_1.pdf]

POSITIONSPAPIER

der Jugendvertreter_innen in den Rundfunkräten und Landesmedienanstalten
als Medienkonferenz des Deutschen Bundesjugendrings
Seite 2 | 4



Internet, Fernsehen und Radioprogramm, werden zunehmend Angebote unterbreitet, die zusätzliche Informationen liefern oder Unterhaltung über Spiele bieten. Das Potenzial des „Second Screen“, höhere Wirkungsstufen der Partizipation auch mit Hilfe der Technik zu erreichen, ist erkennbar.

Etwas weiter als der „Second Screen“ geht beispielsweise das ZDF mit seiner Sendung ZDFlogIn. Zuschauer_innen können über soziale Medien oder per eMail ihre Fragen und Kommentare, ihre Ansichten und Positionen in der Sendung an die Gäste richten und sich damit direkt in die Diskussion einmischen. Sie gestalten die Sendung mit, das ist Teil des Konzeptes.

Soziale Medien gehören auch fest zum Konzept des Formates „Berlin Tag und Nacht“. Im Fernsehen dauert eine Folge eine Stunde. Aber über soziale Medien wie Facebook oder eine eigens programmierte App geht das Geschehen weiter. In Videos, Fotos und Kommentaren bleiben die Serienfiguren im Leben der Zuschauer_innen, sie können Tag und Nacht an der Story teilhaben. Die Charaktere tauchen tatsächlich bei Events in Berlin – dem Drehort der Serie – auf. Die Nachrichten vermischen sich mit jenen, die reale Freunde und Bekannte posten. Es wirkt, als gehörten die Serienfiguren zum echten Freundeskreis. Das Publikum wird so Teil der Serie. Inhaltlich ist das Format im Stile der Scripted Reality sehr umstritten, der Erfolg in der Zielgruppe jedoch groß.

Unabhängig davon, was Sender ihrem Publikum bieten: Ein wachsender Teil junger Menschen nutzt soziale Netzwerke und setzt sich selbstbestimmt mit dem Programm auseinander. Ein prominentes Beispiel ist der Tatort in der ARD. Vor allem über Twitter diskutieren und kommentieren die Zuschauer_innen unter dem Hashtag #tatort das Geschehen. Inzwischen ist für einen Teil des Publikums der Tatort selbst nur noch die Projektionsfläche für ein eigenes „Programm“ im Internet parallel zur Ausstrahlung im Fernsehen. Bei anderen Serien im Fernsehen wiederholt sich diese Entwicklung. Der Südwestrundfunk (SWR) nutzte diese Entwicklung im Jahr 2012 und drehte einen Tatort, in dem bewusst das Publikum mit Hilfe des „Second Screen“ animiert wurde, eigenständig in einem virtuellen Raum zu ermitteln. Einfluss auf die Ausstrahlung hatte das Publikum nicht.

Unterm Strich stehen diese und andere Beispiele bislang einer extrem hohen Dichte an geschlossenen Formaten entgegen. Fernsehen und Radio sind weiter überwiegend lineare Medien, in denen Beteiligung gar nicht oder nur auf einem sehr niedrigen Niveau angeboten wird. Das Selbstverständnis der Programmschaffenden ist stark davon geprägt, mit Blick auf Quoten etwas für das Publikum zu produzieren und nicht mit dem Publikum das Programm, die Formate und die Inhalte weiterzuentwickeln.

DIE PERSPEKTIVE | Was geschehen muss

Mehr Partizipation auf der Ebene der Mitwirkung ist eine Chance, junge Menschen für Themen, Formate und das Programm zu gewinnen. Der technische Trend zu Geräten, die alle Medienformen miteinander verbinden können, wird das Verschmelzen von Radio, Fernsehen und Internet beschleunigen und diese Chance vergrößern. Allerdings müssen Verantwortliche in den Sendern ihr Denken ändern, sich auf einen Perspektivwechsel einlassen und ihnen Bekanntes neu oder anders denken.

Bleiben vor allem Radio- und Fernsehkanäle bei ihrem linearen Ansatz, verlieren sie ihr junges Publikum. Schöpfen sie ihre technischen und ihre kreativen Möglichkeiten aus, gewinnen sie es. Experimente wie die genannten Beispiele bedeuten Kompetenzerwerb bei allen Beteiligten. Verschiedene Abteilungen in einem Sender müssen gemeinsam an den Herausforderungen arbeiten, beispielsweise Streams und Videos aus dem Internet sendefähig ins Programm bringen. Die Bilanz der Verantwortlichen im Bayerischen Rundfunk zur „rundshow“ liest sich so: Die rundshow ist ein Gemeinschaftsprojekt von Mitarbeiter_innen aus den verschiedenen Bereichen des Bayerischen Rundfunks. Unabhängig von bestehenden Strukturen wurde redaktionell, technisch und organisatorisch eng vernetzt zusammengearbeitet. Dabei wurden auch neue Formen der Kooperation zwischen Autor_innen, Grafiker_innen, Webmaster_innen, Studiotechniker_innen sowie IT-Spezialist_innen, wie sie in Zeiten des digitalen Umbruchs in der Medienwelt erforderlich sind, etabliert. Die neu gewonnenen Kompetenzen und Erfahrungen stehen später allen Bereichen eines Senders zur Verfügung.

Die Redaktionen tragen eine besondere Verantwortung. Sie müssen – trotz journalistischer Unabhängigkeit – bereit sein, junge Menschen mitmachen und mitwirken zu lassen. Sie können außerdem die Öffentlichkeit für Beteiligung junger Menschen sensibilisieren, ihnen in und über Inhalte eine Stimme geben. Dazu sollten sie bereits in ihrer Themenwahl an die Lebenswelt junger Menschen anknüpfen, die Vielfalt

POSITIONSPAPIER

der Jugendvertreter_innen in den Rundfunkräten und Landesmedienanstalten
als Medienkonferenz des Deutschen Bundesjugendrings
Seite 3 | 4



der Jugend abbilden. Bisher zeichnen sie insbesondere von jungen Menschen – außerhalb spezieller Jugendformate – ein meist kritikwürdiges Bild.

Private wie öffentlich-rechtliche Sender haben bisher exklusive Verbreitungswege über Sendeplätze und -lizenzen, verbunden mit einem entsprechenden Auftrag. Aber auch junge Menschen machen ihr Programm inzwischen selbst, nutzen das Internet als Verbreitungsweg für Videos oder Audiofiles. Die Sender könnten diese Kompetenzen erstens nutzen und zweitens mit ihrem Know-how weiterentwickeln. Kurz: Sie können wie offene Kanäle und Bürger_innenmedien medienpädagogische Angebote unterbreiten oder Talente fördern.

Medienbildung ist im Kontext der Partizipation ein wichtiger Faktor. Die Kompetenz im Umgang mit verschiedenen Medienformen, die Auseinandersetzung mit Inhalten und Informationen ist eine Grundlage für Teilhabe und damit Basis für Mitwirkung, Mitbestimmung und Selbstbestimmung. Private wie öffentlich-rechtliche Sender vernachlässigen medienpädagogische Angebote, sie müssen nachsteuern und medienpädagogische Angebote entwickeln.

JUGENDKANAL | Was er leisten muss

Eine Chance, ein Mehr an Partizipation und Medienpädagogik umzusetzen, hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit seinem geplanten Jugendkanal. Stärker als andere Formate und Angebote muss er als ein Kanal für Jugendliche und mit Jugendlichen gestaltet werden. Junge Menschen müssen bei der Entwicklung des Jugendkanals beteiligt sein, sie müssen mitbestimmen können. Die Jugendringe in den Ländern und der Deutsche Bundesjugendring stehen mit ihrem Know-how bei der Partizipation als Partner zur Verfügung. Sie unterstützen bei der Organisation eines wirkungsvollen Partizipationsprozesses, bringen als Vertretungen junger Menschen gebündelt deren Interessen ein und stellen ihre etablierten Beteiligungsstrukturen als Selbstorganisationen bereit, um junge Menschen wirkungsvoll zu beteiligen. Die neue Qualität eines Jugendkanals muss sein, dass Jugendliche beteiligt werden.

Bei der Entwicklung des Jugendkanals sollten die Sender des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch die positiven Erfahrungen aus ihren Radioprogrammen nutzen. Die jungen Wellen haben in der Ansprache junger Menschen wertvolle Erkenntnisse gesammelt. Außerdem gelingt es ihnen, in einem Dialog mit ihren Zuhörer_innen zu stehen. Sie nutzen zudem offensiv das Internet als parallelen Kanal.

AUFSICHTSGREMIEN | Wie Jugend vertreten wird

Der Einfluss gerade junger Menschen auf die Sender ist dadurch eingeschränkt, dass sie keine starke Position in Aufsichtsgremien einnehmen können. Sie sind über ihre Selbstorganisation in Jugendverbänden und Jugendringen zwar in Aufsichtsgremien der Landesmedienanstalten und Sender vertreten. Aber sie sind es nicht im repräsentativ notwendigen Maße. Bundesweit haben lediglich rund 30 Vertreter_innen junger Menschen in Aufsichtsgremien eine Stimme, die von selbstbestimmten und selbstorganisierten Jugendstrukturen wie den Landesjugendringen delegiert werden.

Im ZDF-Fernsehrat sind junge Menschen als gesellschaftliche Gruppe seit vielen Jahren gar nicht repräsentiert. Sie können nicht wie andere gesellschaftliche Gruppen ihre Vertreter_innen entsenden – im Gegensatz zu allen Anstalten der ARD und der Landesmedienanstalten. Damit werden im ZDF Fernsehrat einer relevanten und großen Gruppe ihre Mitwirkungsrechte verwehrt.

POSITIONSPAPIER

der Jugendvertreter_innen in den Rundfunkräten und Landesmedienanstalten
als Medienkonferenz des Deutschen Bundesjugendrings
Seite 4 | 4



FORDERUNGEN UND ERWARTUNGEN

Die Vertreter_innen der Jugendverbände in den Rundfunkräten und Landesmedienanstalten fordern:

- Beteiligung junger Menschen muss mindestens auf der Ebene der Mitwirkung umgesetzt werden, anzustreben sind Mitbestimmung und Selbstbestimmung – mindestens in einem Teil des Senderangebotes.
- Junge Menschen müssen stärker als bisher und über einmalige Modellversuche hinaus in thematische und inhaltliche Prozesse eingebunden werden.
- Vor allem öffentlich-rechtliche Sender müssen offene Formate anbieten, die Mitbestimmung und Selbstbestimmung möglich machen.
- Ein Jugendkanal muss multimedial und als Plattform angelegt werden, auf der Formate und Inhalte ausprobiert werden. Ein Programm für junge Leute muss auch weiter mit regionalem Bezug produziert und im Vollprogramm gesendet werden. Der Jugendkanal darf nicht zum Nischenprogramm für junge Menschen werden oder nur ein zweiter Auspielweg für bestehende Angebote.
- Alle Sender müssen in ihren Angeboten den Content junger Menschen mindestens als Impuls und Anregung nutzen, ihn besser noch einbinden und senden.
- Junge Menschen müssen auch Medien als einen Teil ihrer Lebenswelt mitgestalten können, Medienformate mit- und weiterentwickeln.
- Private wie öffentlich-rechtliche Sender müssen medienpädagogische Angebote fördern. Die Politik muss dafür Sorge tragen, dass dies zum Auftrag der Sender wird.
- Medien müssen in ihrem Angebot junge Menschen über das sprechen lassen, was ihr Leben ausmacht, sie dürfen nicht mit einer Quotenschablone auf sie schauen.
- Private und öffentlich-rechtliche Sender müssen Kooperationen mit offenen Kanälen und Bürger_innenmedien schließen, müssen diese Kanäle ernst nehmen, die junge Menschen bereits kreativ gestalten und nutzen.
- Sender müssen Formate jungen Menschen überlassen und die Verantwortung dafür an junge Menschen geben.
- Der Empfang aller Programme muss flächendeckend gewährleistet sein, ohne dass gerade für junge Menschen Investitionen in neue Technik notwendig ist.

beschlossen von den Jugendvertreter_innen in den Rundfunkräten und Landesmedienanstalten
als Medienkonferenz des Deutschen Bundesjugendrings
am 17. Oktober 2013 in München