

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Lothar Bisky, Cornelia Hirsch, Dr. Lukrezia Jochimsen, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE.
– Drucksache 16/10191 –**

Rundfunkrechtlich relevante Aktivitäten der Bundeszentrale für politische Bildung

Vorbemerkung der Fragesteller

Laut Presseberichten hat die Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) zusammen mit der TV-Produktionsfirma Grundy Light Entertainment – bisher bekannt für Programme wie „Deutschland sucht den Superstar“ (RTL), „Der Preis ist heiß“ (RTL) und „Das Quiz mit Jörg Pilawa“ (ARD) – ein wöchentliches Polit-Show-Format für Jugendliche entwickelt. Die halbstündige Sendung soll von einem Jugendlichen moderiert werden und aktuelle politische Themen durch Videoblogs und dokumentarische Beiträge aus TV und Internet behandeln. Angesichts des verfassungsrechtlichen Gebots der Staatsferne des Rundfunks in Deutschland ergeben sich daraus einige Fragen hinsichtlich der rundfunkrechtlichen Relevanz der Aktivitäten der Bundeszentrale für politische Bildung.

Vorbemerkung der Bundesregierung

Die Bundeszentrale für politische Bildung beschäftigt sich seit Ende 2005 intensiv mit der Frage, wie politikferne Zielgruppen, vor allem junge bildungsferne Menschen mit politischer Bildung, erreicht werden können, um sie für ihr politisches Umfeld zu interessieren.

Es handelt sich hierbei vor allem um Jugendliche, wie sie sich insbesondere in Haupt-, Real- und Berufsschulen finden, bzw. um junge Menschen, die mit schlechten oder gar keinen Schulabschlüssen arbeitslos sind oder in unsicheren Arbeitsverhältnissen stehen. Ihr Zugang zu politischen Fragestellungen ist sehr stark durch ihre eigene soziale Situation und einer daraus resultierenden Orientierung an ihrer eigenen Alltagswirklichkeit geprägt.

Für die Arbeit des eigens für dieses Thema eingerichteten Fachbereiches ist von besonderer Relevanz, dass der Mediengebrauch dieser Jugendlichen durch eine ausgeprägte Unterhaltungs- und Konsumorientierung charakterisiert ist. Überdies ist für die meisten Jugendlichen dieser Zielgruppe das Fernsehen das

Leitmedium. 74 Prozent aller Hauptschüler besitzen ein eigenes Fernsehgerät (Gymnasiasten 60 Prozent) und nennen auch das Fernsehen am häufigsten als das Medium, auf das sie am wenigsten verzichten können (alle Angaben aus der „JIM-Studie 2007 Jugend, Information, (Multi-) Media“).

1. Welche vertraglichen Vereinbarungen und/oder Absprachen wurden zwischen der BpB und Grundy Light Entertainment getroffen?

Zwischen der BpB und der Firma GRUNDY Light Entertainment wurde im Mai 2007 eine Kooperationsvereinbarung geschlossen. Gegenstand der Kooperationsvereinbarung ist die gemeinsame Konzeption eines unterhaltsamen, im Sinne einer Comedy gestalteten Nachrichtenmagazins für politik- und bildungsferne Jugendliche.

2. Von wem ging die Initiative zur Entwicklung des Sendeformats aus?

Zur Vorbereitung und Begleitung der Arbeit in diesem Bereich hat die BpB 2006 einen Gesprächskreis aus Fernsehsachverständigen initiiert, dem sowohl Sendervertreter als auch Autoren, Darsteller, Produzenten und Redakteure angehören. Auf dem ersten Treffen dieses Gesprächskreises im Oktober 2006 haben die Teilnehmenden die Idee eines niedrighwelligen, comedyorientierten Politiknachrichtenformates diskutiert und als verfolgungswerten Ansatz zur Erreichung der genannten Zielgruppe mit politischen Bildungsinhalten empfohlen. Dieser Vorschlag wurde in der Kooperation zwischen der Firma GRUNDY Light Entertainment und der BpB aufgegriffen.

Dies geschah in Abstimmung mit den Gremien (Wissenschaftlicher Beirat und Kuratorium) der BpB. Das Kuratorium, dem diese Planungen bereits im Mai 2007 (Entwicklung eines adäquaten, niedrighwelligen ggf. unterhaltungsorientierten Nachrichtenformats. Stand: Konzept- und Scripterarbeitung in Kooperation mit TV-Produktionsfirma) und zuletzt am 14. Februar 2008 vorgestellt wurden, hat diesen Planungen einvernehmlich zugestimmt. Auch der Wissenschaftliche Beirat begrüßte zuletzt in seiner Sitzung am 24. Januar 2008 ausdrücklich die „vielen unterschiedlichen Ansätze, mit denen man sich der Zielgruppe annähere. Insbesondere der Weg über moderne und von Jugendlichen häufig genutzte Medien wird gelobt und sollte weiter ausgebaut werden. Hier seien die Möglichkeiten noch nicht ausgeschöpft.“

3. Wer trägt innerhalb der BpB die Verantwortung für das Sendeformat?

Der Fachbereich „Politikferne Zielgruppen“ hat in Zusammenarbeit mit der Firma GRUNDY Light Entertainment das Sendungsformat entwickelt. Für dieses Sendungsformat trägt der Fachbereich zusammen mit GRUNDY Light Entertainment die Verantwortung.

4. In welcher Höhe werden oder wurden Finanzmittel der BpB zur Entwicklung und Produktion des Sendeformats aufgewendet?

Wozu werden oder wurden diese Gelder im Einzelnen verwendet?

Die BpB hat entsprechend der getroffenen Kooperationsvereinbarung insgesamt 30 000 Euro aufgewendet. Diese wurden für einen Teil der Drehbucherstellung, des Castings und des Andrehens von Handlungssequenzen des Beispielfilms für das Sendungsformat verwendet.

5. Welche konzeptionellen Vorstellungen sollen in dem Sendeformat realisiert werden?

Liegen Konzeptionen, Treatments oder Drehbücher vor?

Wenn ja, wie ist deren Wortlaut?

Es liegt eine Grobkonzeption des Sendungsformats vor, aus der im Folgenden zitiert wird. Als Format wurde die Erzählform der Sketch Comedy gewählt, die es zum einen erlaubt, mehrere Themen zu platzieren und zum anderen im Vergleich mit anderen Comedyformaten (Sitcom u. a.) unter Jugendlichen auch die größte Akzeptanz hat. „Als verbindendes Element der einzelnen Sketche soll eine ‚Presenterin‘ fungieren, die in ihrem (fiktiven) Video-Blog, die Sketche anmoderiert und mit ihrer eigenen Meinung kommentiert. Diese Form der Kommunikation ist Jugendlichen vertraut und bei ihnen beliebt (myspace.com, schülerVZ.net, studiVZ.net). Die Sketche sollen die Lebenswirklichkeit der Jugendlichen mit politischen Themen verbinden, ohne dabei belehrend zu wirken.“

6. Wie viele Sendungen wurden oder werden produziert, und welche thematischen Schwerpunkte sollen dort inhaltlich vermittelt werden (bitte nach Themenschwerpunkten und Inhalten für die einzelnen Sendungen auflisten und erläutern)?

Es wurde nur ein Beispielfilm zur Illustration des Sendungsformats produziert. Interessierte Fernsehsender entscheiden dann in alleiniger Verantwortung, ob sie das Sendungsformat übernehmen wollen und welche Sendungen sie zu welchen Themen produzieren wollen. Die redaktionelle Gestaltungsfreiheit der Rundfunkanstalten wird gewahrt.

7. Welchen Sendern wird oder wurde das Sendeformat angeboten?

Die Firma GRUNDY Light Entertainment bietet das Sendungsformat in eigener Verantwortung an. Der BpB liegen zum Sachstand keine Informationen vor.

8. Soll das Sendeformat auch im Internet ausgestrahlt werden, und bestehen Pläne, Absprachen oder Vereinbarungen zu weiteren Verwertungsmöglichkeiten (Buch, DVD etc.)?

Im Rahmen der Kooperationsvereinbarung steht der BpB das nicht ausschließliche und nicht gewerbliche, räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkte Recht zu, die im Rahmen des Vertrages erstellten Arbeiten auf sämtliche Nutzungsarten zu nutzen. Eine konkrete Nutzung ist derzeit nicht geplant.

9. Wurden in der Vergangenheit von der BpB ähnliche Zuarbeiten oder Koproduktionen für Funk und Fernsehen geleistet?

Sind für die Zukunft weitere geplant?

Wenn ja, welche waren/sind das, und welche Mittel wurden/werden dazu aufgewandt?

Der Fachbereich „Politikferne Zielgruppen“ hat 2007/2008 die Redaktion WDR-Schulfernsehen bei der Entwicklung einer neuen Unterrichtsreihe für Haupt- und Berufsschulen bezüglich der Themen und Zielgruppenorientierung beraten. Die Reihe wird vom WDR in eigener redaktioneller Verantwortung produziert, erste Folgen sind auch bereits erfolgreich im Schulfernsehen des WDR ausgestrahlt worden.

Diese Reihe „Die Unterrichtsstunde als Talkshow“ bietet Jugendlichen die Auseinandersetzung mit lebensnahen Themen in einem für sie bekannten und vertrauten Format und den Lehrkräften ein kompaktes Angebot zur Gestaltung einer Unterrichtseinheit. Die BpB hat auf der Basis dieser Reihe entsprechende Unterrichtspakete bestehend aus einem Lehrerheft und einer DVD (Problem-Film, Info-Module und Ergebnis-Film) erstellt, die von Lehrkräften bestellt oder online abgerufen werden können. Für die Produktion von zunächst zwei dieser Unterrichtspakete hat die BpB in den Jahren 2007 und 2008 Haushaltsmittel in Höhe von 75 000 Euro vorgesehen. In diesem Betrag sind Entwicklungskosten für das Layout enthalten, für weitere Unterrichtspakete würden geringere Kosten anfallen.

10. Wie beurteilt die Bundesregierung die Aktivitäten der BpB vor dem Hintergrund des verfassungsrechtlichen Gebots der Staatsferne des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland?

Staatsfreiheit des Rundfunks bedeutet, dass der Staat weder selbst Rundfunkveranstalter sein noch bestimmenden Einfluss auf das Programm der von ihm unabhängigen Veranstalter gewinnen darf (BVerfGE 83, 238, 330). Die von der Rundfunkfreiheit umfasste Programmautonomie richtet sich zudem gegen jede Indienstnahme des Rundfunks für außerpublizistische Zwecke und bezieht sich auf Inhalt und Form der Rundfunksendungen (BVerfGE 87, 181, 201). Ein unmittelbarer Einfluss auf den Inhalt, die Auswahl und die Gestaltung des Programms und letztlich eine Beeinträchtigung der Staatsfreiheit des Rundfunks liegt hier nicht vor. Den Rundfunkunternehmen, denen die Firma GRUNDY Light Entertainment das von ihr in Kooperation mit der BpB entwickelte Sendungsformat anbietet, steht es frei, dies zu übernehmen. Sie strahlen die produzierten Sendungen in eigener Verantwortung aus.