

Antwort der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Götz Frömming, Martin Erwin Renner, Volker Münz, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der AfD
– Drucksache 20/13108 –**

„Fake Train“ – Kosten und Nutzen des Jugendformats im Auftrag der Bundeszentrale für politische Bildung

Vorbemerkung der Fragesteller

Im Auftrag der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) wurde das Jugendformat „Fake Train“ produziert und mit sechs Folgen im Sommer 2024 veröffentlicht. Als Moderator wurde der bekannte YouTuber „Rezo“ engagiert. Inhaltlich sollte sich diese Sendung mit dem Thema „Desinformation in den sozialen Medien“ beschäftigen. Mit jeweils zwei bekannten Gästen aus dem Bereich der sozialen Netzwerke (TikTok, Instagram, Twitch, X und YouTube) wurde in den jeweiligen Folgen auf scheinbar ungezwungene Art und Weise versucht, die jugendliche Zielgruppe bezüglich vermeintlicher Desinformation im Netz zu sensibilisieren und somit ihre Nachrichtenkompetenz zu fördern (vgl. www.bpb.de/lernen/bewegt-bild-und-politische-bildung/549091/das-projekt-fake-train/, letzter Aufruf: 29. November 2024). Die Gesamtkosten dieses Formats beliefen sich laut Bundesregierung auf 560 705,04 Euro (vgl. Antwort der Bundesregierung auf die Schriftliche Frage 25 auf Bundestagsdrucksache 20/12029).

Die Bundesregierung bezeichnet „Desinformation als hybride Bedrohung“, welche durch „falsche oder irreführende Informationen, die durch fremde Staaten, auch mittels nichtstaatlicher Akteure“ verbreitet werde, „mit dem Ziel der Destabilisierung von Staaten durch die Beeinflussung der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung“ (Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 20/13880, S. 3). Darüber hinaus ließen sich vermeintliche „Desinformationskampagnen ‚in der Regel‘ nicht trennscharf voneinander unterscheiden und konkreten Urhebern, Zeiträumen, Zielgruppen usw. zuordnen lassen“ (ebd.). In dem Format „Fake Train“ findet nach Auffassung der Fragesteller jedoch ein fließender Wechsel zwischen Desinformation und Fehlinformation statt, welcher zur Verwirrung des Zuschauers führen kann. In Folge 1 findet beispielsweise eine vermeintlich neutrale Einschätzung vertrauenswürdiger Nachrichtenmagazine des Moderators statt, die erstaunlicherweise Nachrichtenformate des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als vertrauenswürdig kategorisiert und Magazine aus dem sogenannten alternativen Bereich als nicht vertrauenswürdig. Vermeintliche Desinformation von inländischen Akteuren werden von der Bundesregierung jedoch nicht erfasst (vgl. Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage

auf Bundestagsdrucksache 20/12316, S. 3: „Die Bundesregierung hat keine Organisationseinheit, die für die Beobachtung oder Verfolgung von inländischer Desinformation zuständig ist.“).

Hier stellt sich für die Fragesteller die grundsätzliche Frage, welchen Sinn ein Format besitzt, welches sich mit Desinformation auseinandersetzen möchte („Warum wir bei Desinformationen eine Notbremse brauchen“; vgl. www.bpb.de/lernen/bewegt-bild-und-politische-bildung/549091/das-projekt-fake-train/, letzter Zugriff: 29. November 2024), jedoch keine eindeutigen Desinformationen den jugendlichen Zuschauern aufzeigt, welche potenziell „die gesellschaftliche Polarisierung [...] verschärfen und das Vertrauen in den gesellschaftlichen Zusammenhalt sowie demokratische Institutionen und Verfahren [...] untergraben“ (ebd.) könnten.

Nach Auffassung der Fragesteller ist das Format „Fake Train“ nicht in der Lage, jugendliche Zuschauer in ihrer Nachrichten- und Informationskompetenz zu stärken, da im Sinne von politischer Bildung Methoden zum Erkennen von Des- oder Falschinformation kaum vermittelt wurden. Die Aussagen des Moderators und des Formats entsprechen nach Dafürhalten der Fragesteller auch nicht den Prinzipien des Beutelsbacher Konsens (Kontroversität, Überwältigungsverbot, Befähigung zur Erkennung und Vertretung eigener Interessen) (vgl. Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 20/12512, S. 4). Der Bildungsauftrag von „Fake Train“ ist in den Augen der Fragesteller daher zu hinterfragen.

1. Plant die bpb zukünftig weitere Videos zum Format „Fake Train“?
 - a) Wenn ja, wann, und wie viele Folgen sind zukünftig geplant?
 - b) Wenn nein, wieso wird dieses Format nicht weitergeführt?

Die Fragen 1 bis 1b werden gemeinsam beantwortet.

Ja, eine Folge, deren Veröffentlichung im ersten Quartal 2025 geplant ist.

2. Welche Beispiele von Desinformationen bzw. Desinformationskampagnen wurden in den sechs Teilen der Videoserie „Fake Train“ thematisiert, und auf welche Art und Weise erhielten die Zuschauer im Sinne von politischer Bildung Methoden zum Erkennen von Des- oder Falschinformation vermittelt?

Die verwendeten Beispiele (Desinformationen, Meinungsbeiträge, Informationen sowie Werbung) wurden mit Bezug zur Alltagsrelevanz für die Zielgruppe aus unterschiedlichen Quellen und inhaltlichen Schwerpunkten unter Berücksichtigung des Beutelsbacher Konsenses ausgewählt. Diese wurden im Vergleich zu (faktisch richtigen) Informationen, Meinungsbeiträgen und Werbung dargestellt und als Desinformationen erkennbar gemacht.

Zum Inhalt der Beispiele im Einzelnen wird auf die auf der Internetseite der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) öffentlich zugänglichen Videos verwiesen. In den Folgen 5 und 6 ging es insbesondere um die Vermittlung von Grundkenntnissen über das Mediensystem; die Einstellung zu Meinungsfreiheit, freien Medien und Journalismus in der Demokratie sowie die Fähigkeit, selbst Nachrichten entsprechend der 7-W-Fragen zu produzieren. Daher wurden in diesen beiden Folgen keine Beispiele von Desinformationen aufgeführt.

Bei der Auseinandersetzung mit Desinformation und der Entwicklung entsprechender Angebote verfolgt die bpb verschiedene Ansätze und stellt dementsprechend Angebote der politischen Bildung zur Verfügung: Hierzu zählen Angebote, die auf den Zuwachs von Kompetenzen und Wissen zielen, um Desinformationen als solche als auch dahinterliegende politische oder ökonomi-

sche Intentionen (Informations- und Nachrichtenkompetenz) zu erkennen. Die bpb informiert hier über Debunking- und Factchecking-Methoden, erstellt aber selbst keine Faktenchecks zu Desinformationen.

Die Konzeption des Projektes bzw. der einzelnen Folgen fußt auf einem didaktischen Konzept, das unter Hinzuziehung wissenschaftlicher Expertise entwickelt wurde und sich auf folgende Kompetenzbereiche bezieht:

1. Fähigkeit, sich in unübersichtlichen Informationsumgebungen (angemessen) schnell zurechtzufinden;
2. Vermittlung von Kompetenzen, die erforderlich sind, um die Güte und Vollständigkeit von Nachrichten bewerten zu können;
3. Vermittlung von Grundkenntnissen des Factcheckings, also die Zuverlässigkeit von Quellen erkennen und beurteilen zu können;
4. Bereitschaft zum rationalen (digitalen) Diskurs – wie zum Beispiel die Fähigkeit, Fehler einzugestehen;
5. Vermittlung von Grundkenntnissen über das Mediensystem sowie darüber, wie digitale Öffentlichkeiten funktionieren und welche Mechanismen dahinterstehen;

sowie als weitere, 6. Dimension: Die Einstellung zu Meinungsfreiheit, freien Medien und Journalismus in der Demokratie.

3. Hat die Abnahme der „Fake-Train“-Videos durch die bpb vor oder nach dem Begutachtungsprozess der internen Qualitätsprüfung der bpb infolge der Löschung der Videoreihe „Politik raus aus den Stadien“ (vgl. die Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 20/12512 und die Kleine Anfrage auf Bundestagsdrucksache 20/12818) stattgefunden?
 - a) Wenn davor, plant die bpb aufgrund der unzureichenden Qualitätsprüfung in der Vergangenheit, auch die Videoreihe „Fake Train“ nachzuprüfen (bitte begründen)?
 - b) Wenn danach, inwiefern entspricht die „Fake Train“-Serie den Ansprüchen des Dreiklangs des Beutelsbacher Konsenses: Kontroversität, Überwältigungsverbot, Befähigung zur Erkennung und Vertretung eigener Interessen?

Die Fragen 3 bis 3b werden gemeinsam beantwortet.

Nein, eine nachträgliche Prüfung der Videoreihe „Fake Train“ ist nicht vorgesehen. Die bpb überprüft jedoch kontinuierlich die internen, organisatorischen Verfahren zur Qualitätssicherung im Bereich Bewegtbild und insbesondere bei Social-Media-Formaten.

4. Hat eine öffentliche Ausschreibung für die Funktion als Moderator stattgefunden, und wo wurde die Ausschreibung öffentlich gemacht (bitte mit Belegen wie Links o. Ä. dokumentieren)?

Die beauftragte Produktionsfirma hat das Projekt mit Einbindung von Rezo als Moderator im Rahmen eines öffentlichen Wettbewerbs (vgl. www.bpb.de/die-bpb/presse/pressemitteilungen/520170/ideenwettbewerb-im-bereich-tv-streaming/) erfolgreich bei der bpb eingereicht (siehe Antwort zu Frage 26). Eine separate Ausschreibung der Moderationsrolle hat nicht stattgefunden.

5. Warum und unter welchen Gesichtspunkten wurde der YouTuber „Rezo“ als Moderator des Formats ausgewählt (vgl. Vorbemerkung der Fragesteller)?

Dem Moderator Rezo gelingt es durch die Nutzung jugendlicher Sprachcodes und mit großer Reichweite auf digitalen Plattformen zielgruppengerecht junge Menschen anzusprechen. Als Content-Creator und Host von Videoformaten verfügt Rezo über die erforderlichen Kompetenzen und die Erfahrung für die hier erforderliche Moderationsleistung.

6. Welche Qualifikationen hat „Rezo“ als Moderator nach Auffassung der Bundesregierung erworben, um Formate für die politische Bildung zu moderieren, die ein Verständnis und Feingefühl für den Beutelsbacher Konsens voraussetzen?

Auf die Berücksichtigung der didaktischen Kriterien des Beutelsbacher Konsenses wurden alle an der Produktion Beteiligten verpflichtet. Dessen Berücksichtigung wurde in dem Format „Fake Train“ durch die redaktionelle Begleitung und Qualitätsprüfung durch die bpb sichergestellt.

7. Auf welche Summe beläuft sich das Honorar des YouTubers „Rezo“ als Moderator des Formats „Fake Train“?
17. Welches Honorar erhielten Naomi Jon und Parshad Esmaili als die Gäste der Folge 1 (bitte auflisten)?
18. Welches Honorar erhielten der Sänger „Twenty4tim“ und Anna Gazanis als die Gäste der Folge 2 (bitte auflisten)?
19. Welches Honorar erhielten Nico Stank und die Darstellerin „Joyyy“ als die Gäste der Folge 3 (bitte auflisten)?
20. Welches Honorar erhielten Georgia Cavallo und Calvin Kleinen als die Gäste der Folge 4 (bitte auflisten)?
21. Welches Honorar erhielten der Streamer „Rewinside“ und der Rapper „Xatar“ als die Gäste der Folge 5 (bitte auflisten)?
24. Welches Honorar erhielten Jokah Tululu und der Rapper „Milano“ als die Gäste der Folge 6 (bitte auflisten)?

Die Fragen 7, 17 bis 21 und 24 werden gemeinsam beantwortet.

Es wird auf die Antwort der Bundesregierung auf die Schriftliche Frage 48 des Abgeordneten Matthias Hauer auf Bundestagsdrucksache 20/12178 verwiesen.

8. Welche Kosten verursachte die Bereitstellung des Zugabteils als Drehort des Formats?

Die Ateliermiete betrug 12 000 Euro netto.

9. Über welche expliziten Desinformationskampagnen wurde in den jeweiligen Folgen aufgeklärt (bitte auflisten)?

Es wird auf die Antwort auf den ersten Teil zu Frage 2 verwiesen.

10. Über welche Desinformationen wurde im Kontext zur Wahl des Europäischen Parlaments in der Spezialfolge explizit aufgeklärt (vgl. www.bpb.de/lernen/bewegtbild-und-politische-bildung/549091/das-projekt-fake-train/, letzter Aufruf: 29. November 2024)?

Über folgende Beispiele von Desinformationen wurden in dieser Folge explizit aufgeklärt:

- Menschen, die zwei Staatsangehörigkeiten besitzen, könnten angeblich bei der Wahl des Europäischen Parlaments zweimal wählen;
- beim Ausfüllen des Wahl-Stimmzettels dürfe das Kreuz angeblich nicht über den Rand gezogen werden, andernfalls wäre die Stimme ungültig.

11. Wieso wird in den jeweiligen Folgen (beispielsweise Folge 1, Minute 9:45) die sogenannte Gendersprache genutzt in Anbetracht der Tatsache, dass in der neuesten Shell-Jugendstudie, welche vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend vorgestellt wurde (vgl. www.bmfsfj.de/bmfsfj/aktuelles/alle-meldungen/19-shell-jugendstudie-veroeffentlicht--246246, letzter Aufruf: 29. November 2024), die Mehrheit der Jugendlichen sich deutlich gegen die Gendersprache ausspricht (vgl. Shell-Jugendstudie S. 21 f., verfügbar über: www.shell.de/ueber-uns/initiativen/shell-jugendstudie-2024.html#vanity-aHR0cHM6Ly93d3cuc2h1bGwuZGUvdWVlZXItYW5zL2luaXRpYXRpdmVuL3NoZWxsLWp1Z2VuZHN0dWRpZS5odG1s, letzter Aufruf: 29. November 2024)?

Sowohl dem Moderator Rezo als auch den eingeladenen Gästen wurde aus Gründen der redaktionellen Freiheit die Entscheidung selbst überlassen, ob sie geschlechtergerechte Sprache verwenden. Der Moderator und die Gäste haben die sprachliche Darstellung der Geschlechter sowohl unter Verwendung des generischen Maskulinums als auch unter Verwendung des sogenannten Glottisschlages umgesetzt.

12. Inwiefern trägt die Aussage „das ist rechtsradikaler Shit [sic]“ (vgl. Folge 1, Minute 18:38) des Moderators „Rezo“ bezüglich des „Compact“-Magazins zur politischen Bildung von Jugendlichen bei?

In allen Videos wird grundsätzlich eine jugendnahe Sprache genutzt, die den Sprachgebrauch der Zielgruppe aufgreift. Auf der Bildebene wird bei dem genannten Beispiel eine Texttafel eingeblendet, die diese Aussage kontextualisiert: „Nach Ansicht des Verfassungsschutzes und wissenschaftlicher Experten veröffentlicht das Compact-Magazin rechtsextremistische, antisemitische und verschwörungsideologische Inhalte.“ Eine Einordnung des Magazins in diesem Kontext trägt zur politischen Bildung bei, indem sie Jugendliche und junge Erwachsene für demokratiegefährdende Tendenzen in Publikationen und Medienangeboten sensibilisiert.

13. Auf welche inhaltlichen Themen beschränkten sich die jeweiligen Folgen des Formats „Fake Train“ (bitte thematischen Schwerpunkt pro Folge benennen)?

In den Folgen wurden in den Spielen unterschiedliche Kompetenzfelder aufgegriffen (siehe untenstehend sowie Antwort zu Frage 9). Die verwendeten Beispiele wurden mit Bezug zur Alltagsrelevanz der Zielgruppe aus unterschiedlichen Quellen und inhaltlichen Schwerpunkten unter Berücksichtigung des Beutelsbacher Konsenses ausgewählt.

Folge 1: Kompetenzfeld 1 und 3; inhaltlicher Schwerpunkt: Informationsflut, Verbreitung von Desinformationen;

Folge 2: Kompetenzfeld 1, 2 und 3; inhaltlicher Schwerpunkt: Abgrenzung zwischen Werbung, Meinung, Information, Desinformation;

Folge 3: Kompetenzfeld 3, 4 und 6; inhaltlicher Schwerpunkt: Wahlen und Europäische Union;

Folge 4: Kompetenzfeld 1, 3 und 5; inhaltlicher Schwerpunkt: Nutzung von Social-Media-Plattformen sowie Messenger-Diensten;

Folge 5: Kompetenzfeld 2, 4 und 5; inhaltlicher Schwerpunkt: Güte von Nachrichten, das deutsche Mediensystem;

Folge 6: Kompetenzfeld 3, 5 und 6; inhaltlicher Schwerpunkt: internationale Medienkonzerne, Nutzungsbedingungen von Social-Media-Plattformen.

14. Auf welche Höhe belaufen sich die Kosten jeder einzelnen Folge des Formats „Fake Train“ (bitte auflisten)?

Es wird auf die Antwort der Bundesregierung auf die Schriftliche Frage 25 des Abgeordneten Matthias Hauer auf Bundestagsdrucksache 20/11887 verwiesen.

15. Welche Kosten verursachte die Bereitstellung aller Folgen auf Amazon Freevee?

Für die Bereitstellung der Folgen fielen keine Kosten an.

16. Nach welchen Gesichtspunkten wurden die Gäste der insgesamt sechs Folgen ausgewählt, und wie viele Personen des öffentlichen Lebens wurden diesbezüglich angefragt?

Das Format „Fake Train“ bildet durch die Einbindung von Gästen, die eine große Reichweite auf Plattformen wie TikTok, Instagram, Twitch und YouTube haben, die mediale Lebensrealität Jugendlicher und junger Erwachsener ab. Das Format erreicht so auch Menschen, die nicht aus eigener Initiative politische Bildungsangebote nutzen und kann auch diese in Bezug auf die eigene Informations- und Nachrichtenkompetenz sensibilisieren und Fähigkeiten vermitteln.

Die Anfragen wurden durch die beauftragte Produktionsfirma vorgenommen.

22. Inwiefern trägt der wegen „schweren Raubs, gefährlicher Körperverletzung, Freiheitsberaubung und Amtsanmaßung“ im Zuge eines Goldraubs zu acht Jahren Haft verurteilte Rapper „Xatar“ (vgl. www.bild.de/news/inland/xatar/gangster-rapper-xatar-zu-acht-jahren-verurteilt-21712634.bild.html, letzter Zugriff: 29. November 2024) zur politischen Bildung von Jugendlichen bezüglich Desinformation in den sozialen Netzwerken bei (vgl. Frage 21)?
23. Nach welchen Gesichtspunkten wurde der Rapper „Xatar“ für die Folge 5 als Gast ausgewählt?

Die Fragen 22 und 23 werden gemeinsam beantwortet.

Die bpb möchte mit Projekten wie Fake Train jene Zielgruppen erreichen, die einen besonderen Fokus auf Authentizität des Sprechers bzw. Absenders legen.

Die Arbeit mit authentischen Personen hilft dabei, gesellschaftliche Vielfalt zu repräsentieren, Identifikationspersonen der Zielgruppe inhaltlich miteinzubinden und die eigene Glaubwürdigkeit, Authentizität und Reichweite zu stärken. Giwar Hajabi alias Xatar ist für Deutschrap-affine Jugendliche und junge Erwachsene in schwierigen Lebenslagen eine Identifikationsfigur, da er es nach der Entlassung aus der Haftstrafe, die bereits Ende 2014 erfolgte, geschafft hat, sich als Musiker, Produzent und Unternehmer wieder in die deutsche Gesellschaft zu integrieren.

Daher war er im Rahmen des Fake-Train-Formats geeignet, Zielgruppen anzusprechen und für das Thema Desinformation im Netz zu sensibilisieren, die nicht aus eigener Initiative politische Bildungsangebote nutzen, und kann so auch diesen Zielgruppen wichtige Fähigkeiten und Inhalte vermitteln.

25. Wurden die jeweiligen Videos oder die Videoreihe des Formats „Fake Train“ beworben?
- a) Wenn ja, wie wurden die jeweiligen Videos auf TikTok und Instagram beworben, und welche zusätzlichen Kosten sind dadurch entstanden?
 - b) Wenn ja, wurden YouTuber beziehungsweise Influencer in weiteren sozialen Medien (YouTube, Facebook, Instagram, „X“ [ehemals Twitter] etc.) zur Bewerbung bestimmter Videos oder der Videoreihe engagiert (bitte nach Video, Name des Kanals oder der Person, Zeitraum der Werbung und Kosten auflisten)?

Die Fragen 25 bis 25b werden gemeinsam beantwortet.

Es fand keine durch die bpb beauftragte Bewerbung in den genannten Netzwerken statt.

Der Moderator Rezo hat in Erfüllung einer vertraglichen Verpflichtung gegenüber der Streaming-Plattform Amazon, auf der das Format veröffentlicht wurde, dieses auf Instagram und YouTube beworben. Einzelne Gäste haben auf ihren Kanälen auf ihre Mitwirkung an dem Format Fake Train aufmerksam gemacht.

26. Hat eine öffentliche Ausschreibung für die Produktion der Videoreihe stattgefunden, und wo wurde die Ausschreibung öffentlich gemacht (bitte mit Belegen wie Links o. Ä. dokumentieren), und wie viele Anbieter haben sich zu dieser Ausschreibung gemeldet, und warum wurde i&u TV als Produzent des Formats ausgewählt?

Es hat eine öffentliche Ausschreibung stattgefunden, die über folgende Websites und Branchenportale beworben wurde: bpb.de, dwdl.de, horizont.net, meedia.de, kress.de (vgl. www.bpb.de/die-bpb/presse/pressemitteilungen/520170/ideenwettbewerb-im-bereich-tv-streaming/).

Es haben sich 46 Anbieter auf die Ausschreibung gemeldet. In einem mehrstufigen Verfahren wurden i&u TV Produktion GmbH sowie ein weiterer Bieter, der für die bpb ein anderes Bewegtbildformat umgesetzt hat, ausgewählt und diesen der Zuschlag erteilt. Die Auswahl erfolgte auf Grundlage einer Bewertungsmatrix mit acht Kriterien.

Ausschlaggebend für die Auswahl von i&u TV waren die positive Bewertung der inhaltlichen Ausgestaltung der geplanten Produktion mit einer hohen inhaltlichen Passgenauigkeit, fachlichen Richtigkeit und größtmöglicher Wirksamkeit im Sinne der politischen Bildung in Verbindung mit der geforderten Ziel-

gruppenansprache sowie eine als zielführend im Sinne des Projektziels anzusehende Veröffentlichungsplattform bzw. -strategie.

27. Welche Zielgruppe haben diese Videos zum Gegenstand gehabt, und inwiefern sollte damit der Auftrag der Bundeszentrale (gemäß § 2 des Erlasses über die Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) vom 24. Januar 2001) erfüllt werden?

Die Aufgabe der bpb ist es, Verständnis für politische Sachverhalte zu fördern, das demokratische Bewusstsein zu festigen und die Bereitschaft zur politischen Mitarbeit zu stärken. Diese Aufgabe erfüllt die bpb grundsätzlich für die gesamte Bevölkerung. Zur Sicherstellung der Ansprache spezifischer Zielgruppen verfolgt die bpb unterschiedliche Ansprache-Strategien und entwickelt zielgruppenspezifische Angebote, u. a. Bewegtbildformate.

Bei der zielgruppenspezifischen Ansprache durch Bewegtbildformate spielen Veröffentlichungsplattformen sowie Kanäle und Akteure mit einer großen Reichweite in der Zielgruppe eine wichtige Rolle. Über sie werden durch gezielte Peer-Ansätze aufsuchende Bildungsangebote auch für marginalisierte Zielgruppen wie zum Beispiel Jugendliche und junge Erwachsene in schwierigen Lebenslagen bereitgestellt.

Primäre Zielgruppe des Formats Fake Train sind junge Erwachsene (Schülerinnen und Schüler sowie Berufsaktive) im Alter zwischen 17 und 35 Jahren, die politische Informationen spaß- und erlebnisorientiert über Unterhaltungsformate beziehen und klassische Angebote der politischen Bildung nur begrenzt wahrnehmen (bildungsbenachteiligte Milieus).

28. Fand nach Ablauf des Formats „Fake Train“ eine interne Evaluation in der bpb zum Erfolg oder Misserfolg statt?
- Wenn ja, wie lautet das Ergebnis?
 - Wenn nein, warum wurden die Auswirkungen des Formats nicht evaluiert?

Die Fragen 28 bis 28b werden gemeinsam beantwortet.

Ja, es fand eine interne Evaluation statt. Das Format wurde als erfolgreich bewertet, da es aufgrund seiner Mischung aus Unterhaltung und Bildung bzw. Information sowie der jugendgerechten, modernen Gestaltung für die Zielgruppe attraktiv war, was zusätzlich durch die Auswahl für diese Zielgruppe bekannter und teils beliebter Protagonisten unterstützt wurde.

29. Hat die bpb, die die oben genannte Videoreihe verantwortet und veröffentlicht hatte, eine Qualitätsprüfung vor Abnahme durchgeführt, und wenn ja, wie lautete das Ergebnis?

Die durchgeführte Qualitätsprüfung kam zu dem Ergebnis, dass das Format entsprechend der Zielsetzung, eine junge Zielgruppe mit dem Themenfeld außerhalb des formalen Bildungskontextes anzusprechen, geeignet ist und den damit verbundenen Qualitätsanforderungen entspricht.

30. Auf welchen Wert belaufen sich die Aufrufzahlen für jede einzelne Sendung (bitte auflisten)?

In der bpb-Mediathek wurden die sechs Folgen wie folgt abgerufen (Stand: 23. Dezember 2024): Folge 1: 6 565 Mal, Folge 2: 1 891 Mal, Folge 3: 1 084 Mal, Folge 4: 1 174 Mal, Folge 5: 717 Mal, Folge 6: 651 Mal. Die Aufrufzahlen einzelner Sendungen bei Amazon Freevee sind nicht bekannt.

31. Wie wurden die Zuschauer im „Fake Train“ ausgewählt?

Die „Zuschauer“ im „Fake Train“ sind Komparsen. Sie wurden von der beauftragten Produktionsfirma ausgewählt.

32. Wurden die freien Zuschauerplätze beworben?

- a) Wenn ja, wie wurde auf TikTok und Instagram beworben, und welche zusätzlichen Kosten sind dadurch entstanden?
- b) Wenn ja, wurden YouTuber beziehungsweise Influencer in weiteren sozialen Medien (YouTube, Facebook, Instagram, „X“ [ehemals Twitter] etc.) zur Bewerbung der Zuschauerplätze engagiert (bitte nach Video, Name des Kanals oder der Person, Zeitraum der Werbung und Kosten auflisten)?

Die Fragen 32 bis 32b werden gemeinsam beantwortet.

Nein, es wurden keine freien Zuschauerplätze beworben.

