

Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung mit Antwort der Landesregierung

Anfrage des Abgeordneten Christopher Emden (AfD)

Antwort der Niedersächsischen Staatskanzlei namens der Landesregierung

Fragen zur Bewertung des öffentlich-rechtlichen Content-Netzwerks „funk“

Anfrage des Abgeordneten Christopher Emden (AfD), eingegangen am 19.02.2018 - Drs. 18/377
an die Staatskanzlei übersandt am 23.02.2018

Antwort der Niedersächsischen Staatskanzlei namens der Landesregierung vom 08.03.2018,

gezeichnet

Dr. Jörg Mielke

Chef der Staatskanzlei

Vorbemerkung des Abgeordneten

Mit Weichenstellung durch den Rundfunkänderungsstaatsvertrag 2015 wurde Anfang Oktober 2016 das Angebot der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten um den Kanal „funk“ (ein englisches Wort, das auf Deutsch „Schiss“, „Bammel“ oder „Gestank“ bedeutet) erweitert. Das Portfolio des ausschließlich über Internetdienste abrufbaren Content-Netzwerks richtet sich an die Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene (Altersgruppe 14- bis 29-Jährige). „Funk“ umfasste bereits nach einem Jahr über 60 Unterformate. Berichten zufolge soll das Medienangebot jährlich den Einsatz von 45 Millionen Euro Rundfunkgebühren erforderlich machen.¹

Die Formate von „funk“ umfassen Sendungen wie „Auf Klo“, ein „Toilettengespräch“ junger Frauen, oder „Fickt euch“, das auf der zugehörigen Webseite wie folgt beschrieben wird: „Fickt euch! [Absatz] Darum geht es: Fickt euch! beantwortet alle Fragen zum Thema Sex - offen und tabulos.“²

Im Artikel „ARD und ZDF fördern geschmacklose Inhalte mit Millionen“ der Tageszeitung *WELT* hieß es am 17.04.2017: „Hass, Beleidigungen, Sprüche über Brüste - zum Beispiel über die von Barbara Schöneberger. Nein, hier geht es nicht um Schmuddelvideos aus dem Netz. Sondern um YouTube-Stars, gefördert mit Gebührengeldern von ARD und ZDF.“³

„funk“ umfasst auch Formate, in denen es direkt oder subtextuell um allgemeingesellschaftliche und politische Fragestellungen geht.

Vorbemerkung der Landesregierung

Die Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten der Länder haben im Oktober 2014 beschlossen, ARD und ZDF mit einem gemeinsamen Jugendangebot zu beauftragen, das Rundfunk und

¹ *Süddeutsche Zeitung* (29.09.2016): „ARD und ZDF stellen junges Angebot ‚funk‘ vor.“ Online verfügbar unter <http://www.sueddeutsche.de/medien/oeffentlich-rechtlicher-rundfunk-ard-und-zdf-stellen-junges-angebot-funk-vor-1.3184481>, zuletzt geprüft am 13.02.2017.

² Selbstbeschreibung des Formats „Fickt euch!“. Online verfügbar unter <http://presse.funk.net/format/fickt-euch/>, zuletzt geprüft am 13.02.2018. (Mit Hinweis der Moderatorin im Dezember-Video hätte sich das Format nicht so entwickelt, wie man sich dies vorgestellt habe, weswegen es mit der Moderatorin keine weiteren Videos geben soll.)

³ Laurin Meyer (17.04.2017): „ARD und ZDF fördern geschmacklose Inhalte mit Millionen“. Hg. v. *WELT* online. Online verfügbar unter <https://www.welt.de/wirtschaft/article163753659/ARD-und-ZDF-foerdern-geschmacklose-Inhalte-mit-Millionen.html>, zuletzt geprüft am 13.02.2017.

Telemedien umfasst. Der Auftrag wurde im Rahmen des 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrags vom 01.10.2016 mit einem neu eingefügten § 11 g im Rundfunkstaatsvertrag verankert.

Das Jugendangebot soll inhaltlich die Lebenswirklichkeit und die Interessen junger Menschen als Zielgruppe in den Mittelpunkt stellen und dadurch einen besonderen Beitrag zur Erfüllung des Auftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gemäß § 11 des Rundfunkstaatsvertrags leisten. Durch die ausschließliche Verbreitung über das Internet soll das Jugendangebot der fortgeschrittenen Konvergenz der Medien und den Nutzungsgewohnheiten junger Menschen entsprechen. Für die Verbreitung des Angebots über Drittplattformen haben ARD und ZDF Richtlinien zu erlassen.

Zur Finanzierung des neuen Jugendangebots wurden aus Gründen der Beitragsstabilität zwei Fernsehspartenprogramme von ARD und ZDF eingespart. Dementsprechend entfiel die Beauftragung für die Programme „EinsPlus“ und „ZDFkulturkanal“ mit dem 30.09.2016. ARD und ZDF haben sich im Sinne des § 1 Abs. 2 Satz 2 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrags zudem dazu verpflichtet, die Aufwendungen für das Jugendangebot auf 45 Millionen Euro jährlich zu begrenzen.

1. Zur Gegenfinanzierung von „funk“ (zu Deutsch „Schiß“, „Bammel“ oder „Gestank“) wurden die Sender EinsPlus und ZDFkultur eingestellt. Sieht die Landesregierung nach den ersten 16 Monaten „funk“ den Bildungs- und Kulturauftrag mehr abgebildet als durch die eingestellten Formate EinsPlus und ZDFkultur?

Der Name „funk“ wurde für das Content-Netzwerk gewählt, weil es sich dabei um ein deutsches Wort handelt, das in erster Linie mit „drahtloser Übertragungstechnik“ sowie „Rundfunk“ assoziiert wird. Somit passt der Name gut zu den öffentlich-rechtlichen Wurzeln von „funk“, verbunden mit der Assoziation eines wechselseitigen Austausches mit dem Publikum von „funk“, da „Funken“ auch immer ein Senden und Empfangen ist.

„funk“ wurde mit dem ausdrücklichen Auftrag gestartet, 14- bis 29-Jährige mit öffentlich-rechtlichen Inhalten zu erreichen, um dem drohenden Generationenabriss entgegenzuwirken und die Zielgruppenlücke zwischen „KiKA“ und „ZDFneo“ zu schließen. Diese Zielgruppe nimmt aufgrund ihrer veränderten Mediennutzungsgewohnheiten lineare Angebote, wie die Fernsehsender „EinsPlus“ und „ZDFkultur“ es waren, nur noch in eingeschränktem Maße wahr. Ziel von „funk“ ist es, die Lebenswirklichkeit der jungen Zielgruppe abzubilden und seine Inhalte so zu verbreiten, wie es ihrem Mediennutzungsverhalten entspricht. Damit sollen mehr Menschen dieser Zielgruppe mit öffentlich-rechtlichen Inhalten erreicht werden, als es bislang möglich war. Die Verbreitung der „funk“-Inhalte findet somit im Internet statt, wie es für „funk“ im 19. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (§ 11 g Jugendangebot) formuliert ist. Da die damaligen und heutigen Ausspielwege sowie die damit zusammenhängende Erreichbarkeit der Zielgruppe so unterschiedlich sind, kann der in der Frage angeordnete Vergleich nur bedingt gezogen werden. Aus Sicht der Landesregierung ist „funk“ gut dafür aufgestellt, seinen öffentlich-rechtlichen Bildungs-, Kultur- und Unterhaltungsauftrag mit seinem Gesamtangebot zu gewährleisten.

2. Laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2017 kannten im ersten Halbjahr 2017 20 % der 14- bis 29-Jährigen die Marke „funk“ namentlich. Wird dieser Wert von der Landesregierung als ein erfolgreiches Ansprechen der Zielgruppe bewertet, das den finanziellen Verfügungsrahmen von „funk“ rechtfertigt?

Zur Bekanntheit von „funk“ gibt es inzwischen neuere Zahlen: Eine im Oktober 2017 von der SWR Medienforschung durchgeführte Bekanntheitsstudie zu „funk“ zeigt, dass nach einem Jahr „funk“ das Angebot 25 % der 14- bis 29-Jährigen bekannt ist. Durch Doppelnennungen und Überschneidungen bereinigt, ergibt sich somit insgesamt ein Markenbekanntheitswert von 45 % bei den 14- bis 29-Jährigen. Dies ist nach nur einem Jahr ein respektabler Wert, der aber sicherlich noch Steigerungspotenzial hat.

- 3. Im Konzeptentwurf zum Sender/Content-Netzwerk hieß es eingangs (2015), dieses diene auch dazu, den Jugendlichen ein „identitäts- und demokratiestiftendes, meinungsbildendes Angebot zu machen“.⁴ Durch welche Formate des Content-Netzwerks „funk“ sieht dies die Landesregierung in welcher Weise gewährleistet?**

Die inhaltliche Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks von staatlichem Einfluss ist in Deutschland ein hohes Gut. Deshalb ist es nicht Sache der Landesregierung, öffentlich-rechtliche Inhalte oder Formate zu bewerten oder zu beurteilen. Diese Aufgabe obliegt den Kontrollgremien der öffentlich-rechtlichen Anstalten, die sich regelmäßig mit „funk“ und den „funk“-Formaten befassen.

- 4. Zur staatspolitischen Perspektive bei der Bewertung von Medienqualität gehört eine Bezugnahme auf die Ausgewogenheit des Programms gegenüber den Anspruchsgruppen. Wie bewertet die Landesregierung die Ausgewogenheit der identitäts- und demokratiestiftenden sowie zur Meinungsbildung beitragenden Inhalte von „funk“, und wie begründet sie diese Bewertung?**

Siehe Antwort zu Frage 3.

⁴ ARD.de (Hg.): „ARD verständigt sich auf Konzept für Junges Angebot“. Online verfügbar unter http://www.ard.de/home/die-ard/presse-kontakt/pressearchiv/ARD_verstaendigt_sich_auf_Konzept_fuer_Junges_Angebot/1798068/index.html.