merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Swenja Wütscher : nachgefragt Walter Schmich, Programmbereichsleiter Bayern 3 und Jugend beim Bayerischen Rundfunk

Beitrag aus Heft »2013/04: Exzessive Mediennutzung«

Die rasante technische Entwicklung und die damit einhergehenden Veränderungen in der Mediennutzung sind eine Herausforderung für alle Medien, auch für die öffentlich-rechtlichen Sender. Gerade in der Phase des Umbruchs den Erwartungen jüngerer und junger Menschen gerecht zu werden scheint dabei besonders schwer. Swenja Wütscher hat für merz mit Walter Schmich, dem Programmbereichsleiter Bayern 3 und Jugend des Bayerischen Rundfunks darüber gesprochen. Das Ergebnis: Der Bayerische Rundfunk ist mit seinen neuesten Entwicklungen am Puls der Zeit.

merz: Schon vor etwa eineinhalb Jahren hat der Rundfunkrat des Bayerischen Rundfunks gefordert, rechtliche Voraussetzungen für ein öffentlich-rechtliches Fernsehprogramm zu schaffen, das junge Menschen adäquater anspricht. Was genau beinhaltet denn ein solch adäquates Angebot?

Schmich: Aus meiner Sicht, dass wir junge Menschen auf allen Ausspiel-Wegen erreichen. Sie suchen in der Regel nicht gezielt nach für sie tauglichen Formaten, sondern brauchen ihr Angebot immer und überall. Ein adäquates junges Angebot wäre also – für das Medium Fernsehen beispielsweise – ein Kanal, bei dem sie rund um die Uhr Angebote für sich finden. Hinzu kommt aber, dass aus meiner Sicht ein eindimensionaler junger TV-Kanal heutzutage nicht ausreicht. Das Stichwort Trimedialität ist bei Jugendlichen einfach viel wichtiger als in älteren Zielgruppen.

merz: Mit einem Jugendkanal soll also verstärkt an der Lebenswelt und den Nutzungsgewohnheiten Jugendlicher angeknüpft werden. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass das derzeitige Angebot auf diese Gegebenheiten weniger Wert legt.

Schmich: Die Möglichkeiten waren in der Vergangenheit einfach nicht so da oder man hat sie nicht ausgeschöpft. Als Bayerischer Rundfunk hat man aber mit dem Bayerischen Fernsehen nun mal nur den einen großen Fernsehkanal – und BR-alpha, der aber in Richtung Bildung und Wissen ausgerichtet ist. Wir im BR haben aber schon immer viele Programme für Jugendliche angeboten. Man darf nicht vergessen, dass wir derzeit allein mit BAYERN 3 im Radio schon 630.000 unter 30-Jährige erreichen. Vielleicht waren unsere anderen Angebote aufgrund nicht immer optimaler Verbreitungswege in der Vergangenheit für die Zielgruppe zu schwer auffindbar – das versuchen wir mit PULS derzeit zu verbessern – Stichwort neue Radio-App.

merz: Mit PULS, dem trimedialen Jugendprogramm hat der BR mit seinem Bemühen um junge Mediennutzerinnen und -nutzer bereits Ernst gemacht: der Radio-, TV- und Online-Sender ist gestartet. Wie genau schafft es PULS denn, in Anmutung und Inhalt nun stärker auf jüngere und junge Menschen zugeschnitten zu sein?

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Schmich: Gerade mit Inhalten und der etwas anderen Musik sowie dem vorher erwähnten trimedialen Angebot. PULS besteht ja aus mehreren Teilen: zum einen dem 24-Stunden-Radioprogramm. Auch da haben wir der Erwartungshaltung Jugendlicher ans Radio Rechnung getragen, denn sehr viele Jugendliche nutzen heute entgegen anders lautender Gerüchte das Medium Hörfunk. Wir setzen auf alle möglichen Verbreitungswege, vom Digitalradio DAB+ über die App bis hin zur reinen Online-Nutzung. Aber auch Jugendliche erwarten von ‚ihrem Radio' vor allem eine persönliche Ansprache, daher senden wir nun ein 24 Stunden moderiertes Radioprogramm, vorher waren es nur vier Stunden. Lange Musikstrecken bringen relativ wenig, denn nur Musik kann man sich mittlerweile über mp3 Player oder Musikdienste besser nach seinem eigenem Geschmack zusammenstellen, als das ein Radiosender erledigen kann. Bei PULS sitzen jetzt Moderatorinnen und Moderatoren, die definitiv die Sprache der Zielgruppe sprechen. Hinzu kommen natürlich Bewegtbilder, die wir online und über unser wöchentliches PULS-TV-Magazin zeigen. Ganz wichtig ist uns auch der Kontakt mit unserem Publikum, dabei spielen natürlich die gängigen Social Media Kanäle eine große Rolle. Das heißt, wir sind auf allen Ausspielwegen präsent und sind – vor allem durch unsere eigene App – schlichtweg besser erreichbar als früher. Inhaltlich unterscheiden wir uns auch deutlich von anderen Jugendangeboten in Bayern. Wir legen nicht nur auf die Musik, sondern auch auf öffentlich-rechtlich Inhalte sehr viel Wert.

merz: Leistet das junge Programm von PULS jetzt Vorarbeit für einen integrierten TV-Jugendkanal von ARD und ZDF?

Schmich: Das können wir nicht, da wir im Moment kein 24-Stunden-Fernsehprogramm bestücken könnten, da fehlen uns einfach die Mittel. Wir könnten derzeit nur einzelne Beiträge oder Formate eines ARD-ZDF-Jugendkanals liefern. Wenn es aber um die Entwicklung geht, da sind wir in jedem Falle beteiligt und arbeiten gerade dran. Für uns ist da unser Jugendleiter Thomas Müller mit im Boot.

merz: Momentan sind Pro7 und RTL mit ganz oben auf der Favoritenliste der Jugendlichen. Und das, obwohl ARD und ZDF mit EinsPlus, ZDFneo et cetera schon – zumindest teilweise – Jugendkanäle besitzen: EinsPlus möchte mit der Abendsparte 14- bis 30-Jährige ansprechen, ZDFneo grundsätzlich 25- bis 49-Jährige, das Durchschnittsalter des Publikums liegt allerdings über 50 Jahren. Ist ein neuer integrierter Jugendkanal tatsächlich die Lösung?

Schmich: EinsPlus ist derzeit noch ganz anders definiert, der Vergleich hinkt also. Pro7 erreicht die junge Zielgruppe vor allem mit amerikanischen Serien – das kann und wird nicht das Ziel eines öffentlich-rechtlichen Jugendkanals sein. Aber ich bin mir sicher, dass wir mit einem gut aufgestellten 24-Stunden-Programm gute Möglichkeiten haben werden, eine jüngere Klientel zu erreichen. Ich glaube auch, dass wir da derzeit den richtigen Weg eingeschlagen haben.

merz: Wäre eine Online-Vernetzung von ARD und ZDF vielleicht sogar eine bessere Vernetzungsalternative um

junge Menschen zu erreichen? Schmich Das ist für mich kein ‚Entweder – Oder', ich denke, dass wir ein neu aufgestelltes, sehr junges TV-Angebot auf alle Fälle auch in der Online-Welt abbilden müssten. Eine Vernetzungsmöglichkeit sehe ich auch in der Bündelung vieler junger Inhalte der ARD und, wie bereits erwähnt, darf man nicht die Wichtigkeit der verschiedenen Social Media Kanäle außer Acht lassen. merz Was wünschen Sie sich für die jungen Radio-, TV- und Online-Nutzerinnen und Nutzer?

Schmich: Wenn ich mir tatsächlich was wünschen könnte, dann dass wir möglichst schnell mit unserem neuen Angebot vorankommen und dass wir ideale Verbreitungswege erhalten.