

LANDTAG RHEINLAND-PFALZ

17. Wahlperiode

**Ausschuss für Medien, Digitale Infrastruktur
und Netzpolitik**

21. Sitzung am 14.02.2019
– Öffentliche Sitzung –

Protokoll

Beginn der Sitzung: 10:02 Uhr

Ende der Sitzung: 11:39 Uhr

Tagesordnung:

1. Rechtsgutachten zum Informationsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
Antrag nach § 76 Abs. 2 GOLT
Fraktion der AfD
[– Vorlage 17/3962 –](#)
2. JIM-Studie 2018
Antrag nach § 76 Abs. 2 GOLT
Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
[– Vorlage 17/4140 –](#)
3. Verschiedenes

Ergebnis:

Erledigt
(S. 2 – 6)

Erledigt
(S. 7 – 14)

(S. 15)

Stellv. Vors. Abg. Daniel Schöffner eröffnet die Sitzung und begrüßt die Anwesenden, insbesondere die Vertreter der Landesregierung, der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) sowie eine Gruppe Schülerinnen und Schüler des Alfred-Grosser-Schulzentrums Bad Bergzabern.

Punkt 1 der Tagesordnung:

Rechtsgutachten zum Informationsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Antrag nach § 76 Abs. 2 GOLT

Fraktion der AfD

[– Vorlage 17/3962 –](#)

Abg. Michael Frisch verweist zur Begründung auf die Ausführungen im Berichtsantrag.

Dr. Harald Hammann (Abteilungsleiter in der Staatskanzlei) berichtet, die Grundlagen des verfassungsrechtlichen Angebotsauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks seien klar. Unterhaltung gehöre ebenso wie Information, Bildung, Beratung und Kultur zum Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Idee, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf das zu beschränken, was die privaten Rundfunkveranstalter nicht anbieten wollten oder könnten, sei dem dualen Rundfunksystem fremd.

Die Frage danach, ob die Privaten dieses oder jenes Angebot – regelmäßig gehe es dabei um Sport oder Unterhaltung – ebenso gut erbringen könnten, ziele damit von vornherein in eine falsche Richtung und werde dem Grundversorgungsauftrag nicht gerecht. Grundversorgung sei explizit keine Mindestversorgung.

Dennoch gehe es darum, das Profil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu schärfen. Die Landesregierung vertrete deshalb den Standpunkt, dass es bei der angestrebten Profilschärfung in erster Linie darum gehen müsse, den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in einem von privaten Anbietern unterscheidbaren, genreunabhängigen Gesamtangebot abzubilden. Eine andere, im Länderkreis diskutierte Option ziele mittels Schwerpunktangaben in den Bereichen Information, Bildung, Beratung und Kultur auf eine genrebezogene Unterscheidbarkeit zu den Angeboten der Privaten.

Professor Dr. Hubertus Gersdorf komme in dem von der Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm in Auftrag gegebenen Gutachten zu dem Schluss, dass der Gesetzgeber dazu berechtigt sei, den Angebotsauftrag der Anstalten dahin gehend zu konkretisieren, schwerpunktmäßig in den Bereichen Information, Bildung und Beratung zu senden. Dagegen gebe es aus Sicht der Landesregierung keine rechtlichen Einwände.

Eine Verpflichtung dazu bestehe indes nicht. Die Landesregierung sei davon überzeugt, dass eine genreübergreifende Profilschärfung dem Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks besser gerecht werde. Damit könnten zudem die mit einer Schwerpunktformulierung einhergehenden Abgrenzungsfragen umgangen werden.

Die im Gutachten vertretene These, der Normgeber sei dazu berechtigt, den Anstalten vorzugeben, Angebote aus einem bestimmten Genre – konkret Information, Bildung, Beratung und Kultur – in den Hauptprogrammen und in der Hauptsendezeit zwischen 18 und 23 Uhr vorzusehen, werde, vorsichtig formuliert, als verfassungsrechtlich stark zweifelhaft eingeordnet.

Der zur Wahrung der Programmautonomie notwendige Abstraktionsgrad der Auftragsbeschreibung, den auch das Gutachten von Professor Dr. Gersdorf anerkenne, werde nicht mehr gewahrt, wenn im Ergebnis ein bestimmtes Angebot in einem bestimmten Programm zu einer bestimmten, gesetzlich vorgeschriebenen Sendezeit gesendet werden müsse.

Dies vorausgeschickt, sei zu einem möglichen Interessenskonflikt zwischen Quotenorientierung und Auftrag ausgeführt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Auftrag mit einem Programm, das niemand sehe und niemand höre, nicht erfüllen könne. Deshalb sei es mit dem Auftrag grundsätzlich vereinbar, wenn auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Rezeption seines Programms im Auge behalte.

Die Frage nach der Zuschauerquote spiele im Übrigen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit Blick auf den Markt keine besondere Rolle, da die Finanzierung im Wesentlichen über den Rundfunkbeitrag erfolge. Dieser stelle ca. 87 % der Gesamteinnahmen. Die Werbeeinnahmen für die quotenrelevante Zielgruppe trage demgegenüber nur ca. 3 % zur Gesamtfinanzierung bei. Ein Interessenskonflikt zu dem Auftrag, zu inhaltlicher Vielfalt beizutragen, wie sie allein über den freien Markt nicht gewährleistet werden könne, bestehe demnach aus Sicht der Landesregierung nicht.

Hinsichtlich der im Antrag angesprochenen Krimis lasse sich feststellen, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk aus Sicht der Landesregierung seinen Auftrag erfülle. Das heiße nicht, dass nicht noch Verbesserungsmöglichkeiten bestünden. Die Landesregierung setze sich deshalb für eine Profilschärfung ein, da sich die Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in allen Genres erkennbar von Angeboten privater Rundfunkveranstalter unterscheiden sollten.

Klar sei aber, dass sich die Landesregierung wegen des Grundsatzes der Staatsferne des Rundfunks nicht in die Programmentscheidungen einmischen dürfe. Fragen der Programminhalte und der Programmgestaltung lägen als Kern der Programmautonomie ausschließlich in der Verantwortung der Rundfunkanstalten, das heiße der Intendanten und dortigen Gremien.

Auch beim Sport dürften die Anstalten in ihrer Programmautonomie aus guten Gründen nicht von der Politik beeinflusst werden. Verantwortlich für die Entscheidung, was gesendet werde, seien der Intendant bzw. die Intendantin und die Gremien. Natürlich seien der Entscheidungsfreiheit Grenzen gesetzt. Insbesondere im Hinblick auf die immer wieder vorgetragenen teuren Sportrechte seien die Anstalten rechtlich den Vorgaben von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit unterworfen. Es dürfe daher keinen Erwerb von Übertragungsrechten für Sport um jeden Preis geben.

Die Anstalten hätten in der Vergangenheit bewiesen, dass sie den Bieterwettbewerb, insbesondere mit Bezahlangeboten privater Veranstalter, nicht ungeachtet ihrer Verantwortung für den Umgang mit Geldern der Beitragszahler betrieben. Gleichzeitig dürften die in der Realität stark steigenden Kosten für die Übertragung von Sportereignissen nicht ignoriert werden. Letztlich gehörten auch Sportübertragungen zum Grundversorgungsauftrag. Es liege in der Verantwortung der Anstalten und ihrer Gremien, im Einzelfall zu entscheiden, ob und zu welchem Preis entsprechende Rechte erworben würden.

Zur Konkretisierung des Auftrags halte die Landesregierung eine genreübergreifende Profilschärfung gegenüber einer Schwerpunktsetzung für vorzugswürdig. Auch Unterhaltung und die damit einem breiten Publikum vermittelbaren Themen seien zur Erfüllung des Grundversorgungsauftrags wichtig.

Die Einschätzung des Gutachtens, eine Schwerpunktsetzung bei der Auftragsdefinition sei verfassungsrechtlich zulässig, sei für die Landesregierung nicht neu. Die hierzu im Länderkreis geführte Diskussion sei auf Basis dieser Einschätzung erfolgt. Die Positionen des Gutachtens, konkrete gesetzliche Vorgaben zum Programmplatz und zur Sendezeit als zulässig zu erachten, stuft die Landesregierung hingegen als zumindest verfassungsrechtlich stark zweifelhaft ein. Dahin gehende Überlegungen würden deshalb nicht weiterverfolgt.

Abg. Heijo Höfer fragt, ob neben den angeführten verfassungsrechtlichen Bedenken einer gesetzlichen Regelung von Sendeformaten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ein gesetzlich vorgeschriebenes Bildungsprogramm zur besten Sendezeit den privaten Sendern nicht zusätzliche Zuschauer in die Arme treiben würde. Da Zuschauer die freie Wahl hätten, würden sie bei Desinteresse schlicht umschalten. Es werde um Einschätzung gebeten, ob ein derartiger Eingriff nicht zugleich kontraproduktiv für die Attraktivität des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wäre.

Dr. Harald Hammann stimmt dem zu. Es müsse eine notwendige Balance gefunden werden, das Publikum zu binden und zugleich ein interessantes und profilgerechtes Programm anzubieten. Dazu gehöre auch Unterhaltung.

Abg. Martin Louis Schmidt konstatiert, angesichts der wiederholt betonten genreübergreifenden Grundversorgung müsse sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk den Vorwurf gefallen lassen, nichts anderes zu sein als ein staatlich finanzierter Privatsender. Würden der Bildungsauftrag, Dokumentationen und Inhalte mit höherem Anspruch dergestalt zurückgenommen, stehe die Frage der Unterscheidbarkeit von

Privatsendern im Raum. Zu fragen sei, was die Landesregierung unter genreübergreifender Profilschärfung verstehe.

Der Präsident des Landesmusikrats Rheinland-Pfalz, Peter Stieber, habe in der Ausgabe 03/2018 des Magazins *Novoletto* des Landesmusikrats eine bessere Abbildung der Laienmusik im Programm des SWR gefordert. Angesichts der Tatsache, dass mehr als 3 Millionen Menschen in Chören, Vereinen und Ensembles aktiv seien, seien beispielsweise ein Redaktionsbereich und Sendeplätze für Laienmusik wie beim Bayerischen Rundfunk nötig. Es liege in der Verantwortung der Rundfunkanstalten, diesen Anspruch zu erfüllen und mit den Geldern der Bürger Sendeplätze vorzuhalten, die von den Privaten nicht angeboten würden.

Dr. Harald Hammann erwidert, nach Einschätzung der Landesregierung sei es der richtige Weg, an das nötige Abstraktionsmodell zu appellieren, damit das öffentlich-rechtliche Profil in allen Genres zu Tage treten könne. Das lasse sich nicht unmittelbar aufsichtsrechtlich durchsetzen und sei Aufgabe der Intendanten und Gremien. Erfolge diese Profilschärfung, sei der öffentlich-rechtliche Rundfunk von den Programmen privater Veranstalter unterscheidbar. Als Beispiel werde empfohlen, die Formate und Schwerpunkte der Nachrichten- und Informationssendungen der Privatsender mit denen öffentlich-rechtlicher Sendungen zu vergleichen. Ähnliches sei in anderen Bereichen möglich.

Die Abbildung von Musik und Redaktionen liege in der Autonomie und Organisationshoheit der Rundfunkanstalten. Das Thema sei in jeder Rundfunkanstalt besetzt, wenn auch in unterschiedlichen Organisationseinheiten. Darauf könne der Staat keinen Einfluss nehmen.

Abg. Dr. Bernhard Braun stellt fest, in der Debatte kämen immer wieder persönliche Wünsche auf. Er selbst wolle im Gegensatz zu anderen keine Rosamunde-Pilcher-Filme sehen und diese mit seinen Beiträgen finanzieren. In einer Demokratie mit einem freien Rundfunk dürften Staat und Politik darauf jedoch keinen Einfluss nehmen.

Das aber werde mit den wiederholten Anträgen der AfD-Fraktion bezweckt. Einerseits fordere die AfD-Fraktion Staatsferne des Rundfunks, die auch so weit wie möglich umgesetzt werde. Andererseits würden immer wieder Wünsche nach speziellen Themen geäußert, die unbedingt abgebildet werden müssten. Es müsse sich aber für eine Position entschieden werden.

Auch ihm gefalle das Programm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht immer. Im Sinne Voltaires sei für eine Meinung – und damit für Demokratie und Freiheit – auch dann einzutreten, wenn es nicht die eigene Meinung sei.

Es sei richtig, im öffentlich-rechtlichen Fernsehen mehr und aktuellere Dokumentationen zu zeigen. Sendungen über den Zweiten Weltkrieg gebe es beispielsweise im Privatfernsehen zur Genüge, während aktuellere Themen hauptsächlich im öffentlich-rechtlichen Fernsehen liefen. Alles andere sei den Gremien der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, den jeweiligen Redaktionen und Intendanten vorbehalten, auch wenn es dem einzelnen Zuschauer vielleicht nicht gefalle. Es sei essenziell wichtig, dass es das duale System und damit den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gebe.

Es sei zu vermuten, dass die Werbeeinnahmen bei Dokumentationen niedrig seien. Von Interesse sei daher, ob Studien existierten, wie Privatsender Dokumentationen finanzierten oder mit welchen Formaten die privaten Rundfunkanstalten die meisten Werbeeinnahmen erzielten. Im Gegensatz zum Öffentlich-Rechtlichen, der über den Rundfunkbeitrag finanziert werde, müssten sich die Privaten über Werbeeinnahmen finanzieren.

Den Aussagen von Herrn Hammann sei zu entnehmen gewesen, dass Werbeeinnahmen bei den Öffentlich-Rechtlichen nur 3 % der Finanzierung ausmachten. Dazu sei ebenfalls von Interesse, in welchen Bereichen die höchsten Einnahmen erzielt werden könnten.

Dr. Harald Hammann antwortet, für die Privatsender stünden die Daten der Gesellschaft für Konsumforschung zur Verfügung, die sendungsspezifisch sehr genau erhoben würden. Aus den Einschaltquoten ließen sich der Marktanteil und die Zuschauerreichweite für die Refinanzierung sehr genau ablesen. Einsicht in die genauen Daten hätten jedoch nur die jeweiligen Unternehmen. Ob die Daten veröffentlicht würden, sei nicht bekannt.

21. Sitzung des Ausschusses für Medien, Digitale Infrastruktur und Netzpolitik am 14.02.2019
– Öffentliche Sitzung –

Die genannten 3 % bezifferten den Anteil der Werbeeinnahmen in der für die Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen an der Gesamtfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Dieser Anteil sei insgesamt sehr gering.

Die Privatmedien schlossen individuelle Verträge mit den Unternehmen, in die die Landesregierung keinen Einblick habe. Über die Einschaltquoten könnten jedoch Rückschlüsse getroffen werden. Je höher die Quoten, desto mehr Werbung könne platziert werden.

Abg. Dr. Adolf Weiland bestätigt die Bedeutung und Notwendigkeit der geführten Diskussion. Es sei ein wiederkehrendes Thema, dass Zuschauer phasenweise den Eindruck hätten, das öffentlich-rechtliche kaum vom privaten Rundfunkangebot unterscheiden zu können.

Dieser Missstand müsse immer wieder kritisiert werden. Es sei aber entscheidend, mit welchen Mitteln versucht werde, ihn zu beseitigen. Eine gesetzliche Vorgabe der Politik wäre – bildlich gesprochen – wohl eine Medizin, die dem Patienten mehr schaden als nützen würde. Damit werde Wasser auf die Mühlen von Kritikern gegossen, die den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ohnehin als „Staatsrundfunk“ diffamierten. An der Staatsferne dürfe kein Zweifel aufkommen.

Notwendig sei eine noch stärker geführte öffentliche Debatte als derzeit sowie eine kritische Debatte in den Gremien der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die dort nicht immer mit der benötigten Zielstrebigkeit geführt werde. Darauf könne aber hingewirkt werden; denn sich mit dem Status quo zufriedenzugeben, sei keine Lösung des Problems.

Beim Stichwort „Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk“ bestehe die bemerkenswerte Situation, dass Paul Kirchhof in seinem viel beachteten Gutachten über die „Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“ den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ausdrücklich empfohlen habe, auf Werbung zu verzichten. Damit könne ein deutliches Unterscheidungsmerkmal gegenüber den privaten, werbefinanzierten Rundfunkangeboten herausgearbeitet werden.

Diese Diskussion, den Ausstieg der Öffentlich-Rechtlichen aus der Werbung in einer bestimmten Zeit zu erreichen, sei sträflich vernachlässigt worden. Das müsse in der öffentlichen Diskussion über die Schärfung eines öffentlich-rechtlichen Profils aufgegriffen werden.

Auf den Hinweis von **Dr. Harald Hammann**, der Verzicht auf Werbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen hätte vermutlich eine Beitragserhöhung von bis zu 1,15 Euro zur Folge, erwidert **Abg. Dr. Adolf Weiland**, neben dieser einfachsten Möglichkeit könnten die Beträge auch durch Einsparungen ausgeglichen werden.

Dr. Harald Hammann sagt auf Bitte des **Abg. Martin Louis Schmidt** zu, dem Ausschuss den Sprechvermerk zur Verfügung zu stellen.

Abg. Martin Louis Schmidt stimmt den Ausführungen des Abgeordneten Dr. Weiland im Wesentlichen zu. Zu korrigieren sei eine Aussage des Abgeordneten Dr. Braun, die auch vom Abgeordneten Dr. Weiland aufgegriffen worden sei: Über die Staatsferne und Überparteilichkeit müsse nicht diskutiert werden, diese sei zwingend erforderlich. Sie sei aber getrennt von dem Auftrag zu betrachten, Inhalte schwerpunktmäßig in den Bereichen Information, Bildung und Beratung anzubieten.

Innerhalb dieser Formate müsse eine Staatsferne gegeben sein. Das bedeute aber nicht, dass die Politik bestimmte Missstände nicht anmahnen dürfe. Die Öffentlich-Rechtlichen seien in erster Linie selbst gefordert, etwas nach ihren Möglichkeiten zu ändern, da sie auf die Akzeptanz der Bürger und Gebührendzahler angewiesen seien.

Die Politik habe aber eine Mitverantwortung, die in dem Rechtsgutachten auf juristischer Ebene festgehalten worden sei. Auf der inhaltlichen Seite sei eigenes Engagement der Öffentlich-Rechtlichen wünschenswert. Mit bestimmten, dem Auftrag entsprechenden Angeboten könne sich auch die Akzeptanz erhöhen.

Abg. Heijo Höfer gibt zu bedenken, in mehreren Wortmeldungen sei ein sehr negatives Bild der Qualität des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gezeichnet worden. Es dränge sich der Verdacht auf, der öffentlich-rechtliche Rundfunk sei dem einen oder anderen zu unbequem. Gerade im Sinne des Beitrags des Abgeordneten Dr. Braun sei der öffentlich-rechtliche Rundfunk aber als relativ unabhängiges Medium zu begrüßen, das sich in Eigenverantwortung und unabhängig durchaus kritisch mit den politisch Verantwortlichen auseinandersetze. Es liege auf der Hand, dass für eine solche Auseinandersetzung eine finanzielle Unabhängigkeit gegeben sein müsse.

Eine Profilschärfung sei sinnvoll und werde diskutiert. Dabei müsse es aber Prämisse bleiben, dass sich der Staat aus der Programmgestaltung heraushalte. Die Politik sei nicht die Aufsichtsbehörde des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Das sei schon insofern problematisch, als dass in einem solchen Fall 16 Bundesländer ihre jeweils unterschiedlichen Aufsichtsansichten äußern würden.

Stellv. Vors. Abg. Daniel Schöffner fasst zusammen, eine Profilschärfung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk werde begrüßt und solle nicht auf einzelne Punkte begrenzt sein. Vielmehr müsse der öffentlich-rechtliche Qualitätsjournalismus genreübergreifend geschärft werden. Die Qualität sei ein hohes Gut und letztlich mitverantwortlich für das hohe Vertrauen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Dieses sei so hoch wie in kein anderes Medium. Die Landesregierung werde daher darum gebeten, gemeinsam mit den anderen Bundesländern konstruktiv an einer Weiterentwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu arbeiten.

Der Antrag ist erledigt.

Punkt 2 der Tagesordnung:

JIM-Studie 2018

Antrag nach § 76 Abs. 2 GOLT
Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
– [Vorlage 17/4140](#) –

Abg. Dr. Bernhard Braun begrüßt die neuen Zahlen zum Mediennutzungsverhalten junger Menschen. Während es in der Vergangenheit wenig Veränderungen gegeben habe, sei erst in den letzten Jahren ein deutlicher Wandel erkennbar geworden. Um diesbezüglich die für die Werbewirtschaft interessante Generation der 12- bis 19-Jährigen im Auge zu behalten, sei es wichtig, die Studie immer wieder im Ausschuss zu thematisieren.

Dr. Marc Jan Eumann (Direktor der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz) betont, das Vertrauen in die Nachrichtenangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sei bei der angesprochenen Zielgruppe der 12- bis 19-Jährigen sehr hoch. An der Spitze lägen die Tagesschau und die Tagesthemen, an die sich regionale Tageszeitungen und die öffentlich-rechtlichen Radiosender anschließen. Dies sei für die Zielgruppe signifikant auffällig und sehr positiv für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

Bei dieser Gelegenheit wolle er Frau Dr. Verena Wottrich als neue Pressesprecherin der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) vorstellen, die von einem EU-finanzierten Projekt vor einigen Monaten zur LMK gewechselt sei. Insgesamt sei die LMK bestrebt, die Öffentlichkeitsarbeit anders aufzustellen.

Dr. Verena Wottrich (Pressesprecherin der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz) stellt anhand einer PowerPoint-Präsentation die Ergebnisse der „JIM-Studie 2018 Jugend, Information, Medien“ vor. Diese werde vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (MPFS) – einer Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der LMK – in Auftrag gegeben und jährlich in Zusammenarbeit mit dem SWR durchgeführt.

Grundsätzlich werde jedes Jahr eine Grundgesamtheit von Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren untersucht. Dabei handle es sich mit 1.200 Befragten um eine repräsentative Stichprobe. Zur Erhebung werde seit Jahren die telefonische Befragung (CATI, Computer Assisted Telephone Interview) genutzt. Die Erhebung habe von Ende Mai 2018 bis Anfang August 2018 stattgefunden. Um eine Beeinflussung der Daten durch die während der Fußball-WM gravierend andere Mediennutzung zu vermeiden, sei die Untersuchung in dieser Zeit unterbrochen worden. Durchgeführt werde die Erhebung seit Jahren vom Institut GfK Media and Communication Research Raunheim.

Das vergangene Jahr markiere das 20-jährige Jubiläum der JIM-Studie. Über den langen Erfassungszeitraum ließen sich mittlerweile Unterschiede im Längsschnitt feststellen. Gewisse Fragen würden immer wieder gestellt und ermöglichten langfristige Vergleiche. Neu hinzugekommene Fragen würden im Folgenden näher erläutert.

Bei der Geräteausstattung der Jugendlichen sei in den vergangenen acht Jahren an manchen Stellen eine spürbare Dynamik deutlich geworden. Erfragt worden sei die Verfügbarkeit von Computern, Laptops, Fernsehern, festen Spielekonsolen, Smartphones und Tablets. Die Verfügbarkeit von Smartphones sei in den vergangenen Jahren enorm gestiegen. 97 % der Befragten besäßen mittlerweile ein Smartphone.

Eine geringere Dynamik gebe es etwa bei Spielkonsolen, deren Verfügbarkeit sich kaum verändert habe. Der Besitz von PC und Laptop sei leicht rückläufig. Das sei vermutlich durch den Anstieg der Smartphones zu erklären, da vieles, wofür früher ein PC oder Laptop nötig gewesen sei, heute per Smartphone erledigt werden könne.

Die Studie erfasse eine breite Altersgruppe von 12 bis 19 Jahren. Daher seien größere Unterschiede bei manchen Geräten zu beobachten. Beispielsweise spielten Laptops vor allem bei den älteren Befragten eine Rolle. Gleichbleibend über alle Alterskategorien sei hingegen der Anteil der Besitzer eines Smartphones.

**21. Sitzung des Ausschusses für Medien, Digitale Infrastruktur und Netzpolitik am 14.02.2019
– Öffentliche Sitzung –**

Im Langzeitverlauf von 2005 bis 2018 werde ein Anstieg der Internetnutzung deutlich. Während noch im Jahr 2005 nur rund 60 % der Befragten regelmäßig das Internet nutzten, seien es 2018 praktisch 100 %. Die Fernsehnutzung sei zwar rückläufig, dennoch sähen noch immer rund drei Viertel der Befragten regelmäßig fern. Die Relevanz des Radios habe sich im beobachteten Zeitraum nicht verändert. Auch die Lektüre von Büchern sei konstant geblieben, wobei die Studie nur gedruckte Bücher erfasse, die in der Freizeit gelesen würden. E-Books hätten keine Relevanz, während für die Schule gelesene Bücher nicht erfasst würden.

Bei den Print-Tageszeitungen habe sich der Nutzeranteil unter den 12 bis 19-Jährigen seit 2005 erkennbar fast halbiert. Das könne mit der erhöhten Internetnutzung zusammenhängen. Die seit dem Jahr 2008 erhobene Nutzung von Onlinetageszeitungen sei zwar relativ stabil, fange den Einbruch der Print-Zeitungen aber nicht unbedingt auf.

Die Befragten seien gebeten worden, die Dauer ihrer täglichen Onlinezeit selbst einzuschätzen. Der Sprung im Jahr 2013 gehe auf eine Veränderung der Fragestellung zurück, durch die erstmals auch Messenger und soziale Netzwerke als Beispiele aufgeführt worden seien. Im vergangenen Jahr habe die durchschnittliche, selbst eingeschätzte tägliche Onlinezeit bei 214 Minuten gelegen.

Die am häufigsten zur Internetnutzung eingesetzten Geräte seien Smartphone, Tablet, Computer, Spielekonsole, Laptop und Fernseher. Unabhängig von der Differenzierung nach Jungen und Mädchen werde deutlich, dass die Internetnutzung hauptsächlich mobil stattfinde. Das am häufigsten genutzte Gerät sei bei beiden Geschlechtern das Smartphone. Auffällig sei lediglich, dass bei Jungen noch gut ein Fünftel am häufigsten mit dem Computer das Internet nutze. Es sei davon auszugehen, dass es sich dabei um Gamer handle, die für ihre Spiele mehr Rechenleistung benötigten. Smart-TV spielten im Alltag der Jugendlichen hingegen noch keine große Rolle.

Hinsichtlich der inhaltlichen Verteilung der Internetnutzung sollten die Jugendlichen schätzen, wie viel ihrer Internetnutzung auf die Bereiche Kommunikation, Spiele, Informationssuche und Unterhaltung falle. Das werde ebenfalls im Langzeitverlauf dargestellt. Zu erkennen sei, dass der Anteil der Kommunikation etwas abnehme, während gleichzeitig der Anteil der Unterhaltung zunehme. Dies lasse sich mit der gestiegenen Nutzung von Spielen oder YouTube erklären.

Im Bereich der Kommunikation würden der Anteil der Kommunikationsdienste und die Häufigkeit ihrer Nutzung erfasst. Im Vergleich zum Vorjahr habe WhatsApp nach wie vor die größte Relevanz. Deutlich werde zudem, dass Instagram und Snapchat ihre bereits im Vorjahr sehr starken Positionen weiter hätten ausbauen können. Facebook stehe an vierter Stelle und befinde sich weiterhin auf dem absteigenden Ast. Dieser Trend habe sich bereits im vergangenen Jahr abgezeichnet. – Das Nicken der anwesenden Schüler könne als Bestätigung interpretiert werden.

Bei den Aktivitäten im Internet und dem Anteil der regelmäßigen Nutzer nach Alter zeige sich, dass WhatsApp für alle Altersgruppen enorm relevant sei. Instagram habe die stärksten Anteile bei den 14- bis 17-Jährigen, Snapchat werde für die ab 14-Jährigen immer relevanter, Facebook hingegen für die älteren Gruppen.

Jugendlichen seien nach den für sie wichtigsten Apps gefragt worden. Dabei zeigten sich deutliche Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen. Das betreffe nicht WhatsApp, aber zum Beispiel Instagram und Snapchat, die vor allem für Mädchen relevant seien. Für Jungen sei YouTube interessanter.

Etwa die Hälfte der Befragten schaue noch regelmäßig lineares Fernsehen über einen stationären Fernseher. Der Anteil der Nutzung von Mediatheken sei bei den Jüngsten am größten. Jeder Vierte der jüngsten Gruppe nutze Fernsehinhalte über Mediatheken. Bei den 14- bis 15-Jährigen nutze jeder Vierte regelmäßig YouTube und schaue dort originär für das Fernsehen produzierte Inhalte.

Bei der Frage zum Konsum von Serien, Sendungen und Filmen online gehe es nicht um kurze YouTube-Clips, sondern um längere Bewegtbildinhalte. YouTube sei zwar am relevantesten für die Nutzung von Bewegtbild online, Netflix habe aber im Vergleich zum Vorjahr seinen Nutzungsanteil bei den 12- bis 19-Jährigen fast verdoppeln können. Der signifikante Ausschlag sei deutlich erkennbar.

Die mehrmals täglich bis mehrmals wöchentlich auf YouTube konsumierten Inhalte unterschieden sich zum Teil deutlich zwischen den Geschlechtern. Beispielsweise bevorzugten Jungs Let's-Play-Videos, in denen jemand ein Computerspiel spiele und andere dabei zuschauten. Während Musikvideos bei beiden Geschlechtern gleichermaßen beliebt seien, sähen Mädchen ganz gerne Mode- und Beauty-Videos. In der Mediennutzung spiegelten sich insofern Geschlechter-Stereotypen.

Nach versehentlichen In-Game-Käufen sei im Jahr 2018 zum ersten Mal gefragt worden. Das sei eine jugendschutzrechtlich besonders relevante Frage. 8 % der Nutzer von Games hätten schon einmal im Spiel aus Versehen einen Kauf getätigt oder ein Abo abgeschlossen. Das passiere häufiger bei Jüngeren und bei Spielern mit etwas niedrigerem formalem Bildungshintergrund.

Ebenfalls zum ersten Mal sei eine Frage zu Hate Speech gestellt worden. Diese oder der Begriff Hassbotschaften seien bewusst nicht näher definiert worden, um die subjektive Einschätzung der Jugendlichen einzufangen und deren Definition des Begriffs Hassbotschaften zu verstehen. Im Ergebnis werde deutlich, dass gut einem Fünftel der Befragten schon einmal häufig Hassbotschaften im Netz begegnet seien, knapp jedem Fünften gelegentlich. In etwa jeder Vierte habe selten Kontakt zu Hassbotschaften, und gut ein Drittel sei noch nie mit Hass im Netz in Kontakt gekommen. Die Kontakthäufigkeit sei bei Älteren etwas höher, was sich aus deren längerer Internetnutzungshistorie ergebe. Damit steige natürlich die Anzahl des Gesehenen.

Beruhigend seien die Erkenntnisse aus dem Längsschnitt mit Blick auf die Freizeitaktivitäten. Es werde deutlich, dass sich für den größten Anteil der Jugendlichen viele Dinge in den vergangenen 20 Jahren nicht verändert hätten. Für viele bleibe das Treffen von Freunden das Wichtigste, und Sport spiele weiterhin eine sehr große Rolle bei der Freizeitbeschäftigung.

Die persönlichen Treffen hätten sich ein bisschen verlagert. So hätten sich Jugendliche im Jahr 2018 etwas weniger mit Freunden getroffen, während bei den Familienunternehmungen ein kleiner Anstieg zu verzeichnen sei. Es sei möglich, dass sich Jugendliche zum Beispiel durch die Einführung von Ganztagschulen ohnehin länger sähen als früher und sich dadurch weniger privat trafen. Daher rühre möglicherweise die Verlagerung in den familiären Bereich.

Insgesamt sei in der JIM-Studie 2018 noch erheblich mehr abgefragt worden, was in der Kürze der Zeit aber nicht vollständig dargelegt werden könne. Interessierten sei die Website des MPFS nahegelegt, von der sich die Studie herunterladen lasse.

Abg. Ellen Demuth spricht die Auswahl der Kommunikationstools durch die Jugendlichen an. Aus der Studie werde deutlich, dass WhatsApp am beliebtesten gewesen sei, gefolgt von Instagram und Snapchat. Letzteres sei gerade bei der Altersgruppe ab 14 Jahren beliebt. Von Interesse sei, wie sich diese besondere Beliebtheit erkläre, da Jugendliche unter 14 Jahren ebenfalls Zugriff auf Snapchat hätten.

Des Weiteren gälten die Kommunikationstools als sehr unsicher bezüglich des Datenschutzes und der Datenweitergabe. Zu fragen sei nach Erkenntnissen über die Auswahl der Kommunikationstools unter Jugendlichen und welcher Einfluss ausgeübt werden könne, um sie dazu zu bringen, sicherere Dienste wie Signal zu verwenden.

Dr. Verena Wottrich antwortet, zu den Hintergründen der Beliebtheit von Snapchat sei in der Studie nicht gezielt gefragt worden. Es könne daher nur spekuliert werden. Womöglich sei Snapchat aufgrund der Konzentration auf audiovisuelle Inhalte und der höheren Dynamik, da die Inhalte nur kurz zu sehen seien und danach wieder gelöscht würden, für die jüngere Generation interessanter. Insbesondere jüngere Nutzer könnten sich davon angesprochen fühlen, dass Snapchat interaktiver, weniger statisch und insgesamt schneller sei.

Insgesamt gebe es viele Kommunikations-Apps. Die LMK versuche über die Initiative „klicksafe“ über sichere Alternativen aufzuklären. Es sei bekannt, dass WhatsApp gerade unter datenschutzrechtlichen Aspekten enorm fragwürdig sei, unter anderem, weil es auf das gesamte Adressbuch zugreife. Erfahrungsgemäß sei es aber gerade bei jüngeren Nutzern schwierig, das Monopol von WhatsApp aufzubrechen. Überraschenderweise reagierten auch Eltern oft mit zum Teil großem Widerstand auf Informationen über Bedenken zu WhatsApp.

Bislang gebe es keine Universallösung, um dieses Problem zu lösen. Die LMK versuche, über Information und Aufklärung Medienkompetenz zu fördern und Argumente für Alternativen anzubieten. Es werde aus der Studie aber deutlich, dass sich viele Nutzer nicht von WhatsApp abbringen lassen wollten und sich so dessen Dominanz verstärke.

Abg. Ellen Demuth moniert, dass sie sich diese Antwort hätte selbst geben können. Auch in der Klasse ihrer Tochter sei WhatsApp fest etabliert. Von einem Expertengremium wie der LMK seien Impulse zu erwarten, wie gerade Kindern Alternativen vermittelt werden könnten. Sei ein Medium erst einmal etabliert, sei es in der Regel zu spät, eine Umstellung der gesamten Gruppe zu erreichen.

Deshalb sei nach dem Erstarken von Snapchat gefragt worden. Interessant sei, welche Impulse dahinter stünden und welche anderen Impulse gesetzt werden könnten, um Jugendlichen von Anfang an sichere Alternativen wie Signal oder Threema zu vermitteln.

Die Abgeordneten hätten als Reaktion auf den jüngsten Datendiebstahl Mediens Schulungen zum sicheren Umgang mit Daten erhalten. Es sei schwierig, eine ganze Gruppe auf ein sicheres System wechseln zu lassen, insbesondere weil andere Gruppen, mit denen kommuniziert werde, das sichere System nicht nutzten.

Bei der Frage, wie gerade die Jüngsten zu sicheren Alternativen angeleitet werden könnten, sei es zu wenig, nur auf die Eltern als Impulsgeber zu verweisen. Die Impulse könnten auch von anderer Seite erfolgen. Von der LMK als Expertin seien Antworten zu erwarten.

Stellv. Vors. Abg. Daniel Schöffner weist darauf hin, dass sich jeder von Experten Impulse erhoffe, zugleich aber das eigene Nutzungsverhalten überdenken müsse.

Abg. Heijo Höfer fragt, was die Abgeordnete Demuth ihrer Tochter zu WhatsApp gesagt habe.

Dr. Verena Wottrich bestätigt, das Problem lasse sich nicht im ersten Anlauf lösen und brauche verschiedene Lösungsansätze. Diese existierten bereits – etwa als Aktionstage der Anbieter – seien bislang aber wenig erfolgreich.

Gleichzeitig könne niemandem ein Nutzungsverhalten vorgeschrieben werden. Die Nutzer könnten angeleitet und über problematische Inhalte informiert werden; letztlich liege die Entscheidung aber bei den Nutzern selbst. Die Menschen könnten nicht dazu verpflichtet werden, WhatsApp zu löschen und auf Signal umzusteigen.

MPFS und LMK informierten über eindeutige Probleme und Alternativen. Information und Transparenz seien erste Schritte, weitere Anregungen seien aber willkommen.

Dr. Marc Jan Eumann ergänzt, die Botschaft gehe jeden Einzelnen an. Notwendig seien Vorbilder in der Politik, bei Erziehungsberechtigten, Lehrerinnen und Lehrern, aber auch in der jeweiligen Peergroup. Jeder Einzelne müsse versuchen, seine Komfortzone zu verlassen. Die großen Anbieter würden immer bequemer, je mehr Daten sie ansammelten und je besser dadurch die Algorithmen funktionierten. Das sei schon bei alternativen Suchmaschinen deutlich spürbar.

Die LMK halte einen Leitfaden „Sicher unterwegs in WhatsApp“ bereit, der auf 72 Seiten Fragen zur Ende-zu-Ende-Verschlüsselung, zum Verbergen persönlicher Daten oder der Organisation von Gruppen beantworte. Ähnlich umfassende Anleitungen seien über die Website der „klicksafe“-Initiative zu Facebook, Facebook Messenger, YouTube, YouNow, Snapchat, Instagram und ask.fm erhältlich. Der Leitfaden zur immer beliebteren App TikTok werde derzeit überarbeitet.

Gerade letztere verdeutliche, wie sich das Feld immer wieder verändere. Der medialen Berichterstattung sei zu entnehmen gewesen, wie beliebt TikTok derzeit bei Jugendlichen sei. Es sei zu vermuten, dass sich das Feld in spätestens zwei Jahren wieder verändert haben könnte. Die Informationen werde er der Abgeordneten Demuth via E-Mail direkt zuleiten.

Abg. Steven Wink erwähnt, eine Schulklasse habe ihm gegenüber als Grund für die Bevorzugung von Instagram und Snapchat geäußert, auf Facebook seien heutzutage die Alten. Auch das sei also ein Grund, zu anderen Netzwerken zu wechseln.

Angesichts der aktuellen Zahlen zum Thema „Fake News“ sei der Trend des Vertrauens in die Nachrichtenangebote von Interesse und wie es sein könne, dass zwar weniger Zeitungen und Bücher gelesen würden, das Vertrauen aber dennoch hoch sei. Ergänzend werde um Aufklärung gebeten, ob es zu Stichworten wie „Privatsphärenverletzungen“ und „E-Mobbing“ wirksame Initiativen gebe oder hierfür Anregungen aus der Zielgruppe zu weiteren Programmen aufgegriffen würden.

Dr. Verena Wottrich räumt ein, zur Entwicklung des Vertrauens in die Nachrichtendienste keine Zahlen vorlegen zu können, da die Frage 2018 erstmals gestellt worden sei. Es könne aber die Einschätzung von Herrn Dr. Eumann bestätigt werden, dass Tagesschau und Tagesthemen sehr weit vorne lägen, dahinter regionale Print-Tageszeitungen und öffentlich-rechtliche Radiosender.

Die Lektüre von Büchern habe sich in den letzten Jahren nicht verändert. Dafür sei bei den Tageszeitungen in der Tat fast eine Halbierung zu beobachten. Während im Jahr 2005 noch 44 % der Befragten Tageszeitungen gelesen hätten, seien es im Jahr 2018 nur noch 21 % gewesen. Dies sei möglicherweise aber auch auf den Trend vom Papier zu Onlineangeboten zurückzuführen.

Dr. Marc Jan Eumann erläutert, ob einem Medium vertraut und es genutzt werde, seien zwei unterschiedliche Fragen. Festzustellen sei, dass diese Schere vor allem bei den Regionalzeitungen auseinandergehe. Diese gälten als sehr glaubwürdig, fänden aber immer weniger Leser. Offen sei, wie sich diese Diskrepanz weiterentwickle, da sie bereits an sinkenden Printauflagen deutlich werde.

Von Interesse sei ebenso das Verhältnis zu elektronischen Medien. Derzeit sei zu beobachten, dass Jugendliche Nachrichten aus dem Netz unabhängig von der Quelle als insgesamt gleichwertig erachteten. Das habe große Auswirkungen auf die Meinungsbildung und die Demokratie, da sich etwa die Frage stelle, ob es sich um seriöse Informationen handle oder die Nachrichten durch Quellen abgesichert seien.

Abg. Marlies Kohnle-Gros weist auf den Hintergrund der Fragestellung hin. Die Irritation des Abgeordneten Wink sei verständlich, da die hohe Zahl der zeitunglesenden Jugendlichen kaum der alltäglichen Erfahrung entspreche.

Bei der konkreten Frage seien verschiedene Angebote vorgestellt worden, deren Glaubwürdigkeit von den Jugendlichen habe bewertet werden sollen. Sie hätten zugleich angeben sollen, wenn ein Angebot unbekannt sei oder nicht genutzt werde. Die Glaubwürdigkeit sei also nur von denjenigen Jugendlichen bewertet worden, die ein Medium tatsächlich nutzten. Aus den gezeigten Zahlen sei das nicht hervorgegangen und daher verständlicherweise verwunderlich.

Dr. Verena Wottrich antwortet auf die zweite Frage des Abgeordneten Wink, Kinder und Jugendliche würden derzeit in der JIM-Studie nicht nach konkreten thematischen Anregungen gefragt. Die direkte Arbeit mit den Jugendlichen entspreche aber dem Arbeitsalltag der LMK. Neben der Zusammenarbeit mit Pädagogen würden sogenannte Kinder- und Jugendpanels in die Erarbeitung neuer Materialien einbezogen.

Diese würden gezielt nach ihrem Bedarf und Interesse befragt. Ein Beispiel sei die „Cybermobbing Erste Hilfe App“, die von Jugendlichen selbst entwickelt und programmiert worden sei. Sie biete Betroffenen Hilfestellung und Ratschläge. Den Jugendlichen sei im Rahmen eines EU-Projekts lediglich der Anstoß gegeben worden, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen.

Die Zusammenarbeit mit den Jugendlichen sei überaus wichtig, da sie in vielen Fällen die eigentlichen Experten seien und oft besser Bescheid wüssten. Es sei daher sinnvoll, sie von vornherein zu befragen und einzubeziehen.

Abg. Martin Louis Schmidt stellt fest, mit den Fragen zur Nutzung von Nachrichten beim Kernpunkt des Themas angekommen zu sein. Werde die Frage nach der Glaubwürdigkeit von Medien so formuliert, dass unbekannte oder ungenutzte Medien nicht bewertet werden sollten, müsse im Umkehrschluss auch erhoben werden, wie hoch der Anteil der Nichtnutzer sei.

Selbstverständlich freue sich Herr Dr. Eumann über das hohe Vertrauen gegenüber den Angeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Werde die Zahlenbasis aber immer kleiner, sei fragwürdig, welche statistische Relevanz die Aussage noch habe. Zu fragen sei also nach Zahlen zur Entwicklung der Nachrichtennutzung. Anhand seiner eigenen Kinder sei zu beobachten, dass die jüngere Generation die klassischen Medien immer weniger nutze. Dies müsse – sofern noch nicht geschehen – entsprechend erfasst und unbedingt abgebildet werden.

Dr. Verena Wottrich antwortet, der Befragung liege eine Grundgesamtheit von rund 1.200 Befragten zugrunde. Für die Aussage, 84 % vertrauten der Tagesschau, seien es 1.097 Befragte; es fehlten also etwas mehr als 100. Bei den regionalen Tageszeitungen hätten 1.015 der 1.200 Befragten geantwortet, die Zeitungen zu nutzen bzw. zu kennen. Davon wiederum hätten 77 % Vertrauen in das Medium.

Die Anmerkung des **Abg. Martin Louis Schmidt**, damit seien noch keine Aussagen zur Nutzungshäufigkeit verbunden, die im Detail sehr spannend wären, bestätigt **Dr. Verena Wottrich**. Die genannten Zahlen bezögen sich nur auf das geäußerte Vertrauen. Details zur Nutzungshäufigkeit wären in der Tat sehr interessant.

Abg. Dr. Bernhard Braun fasst zusammen, die Studie könne hauptsächlich das Nutzungsverhalten über die Geräte analysieren. YouTube könne sowohl AfD-Fernsehen als auch ein Rock'n'Roll-Clip sein; darüber sei noch keine Auskunft über den Inhalt möglich.

Jugendliche, die Zeitung lesen, lebten vermutlich in einem Elternhaus, in dem eine Zeitung abonniert sei. Insofern sei die JIM-Studie auch keine Vertrauensbeweisstudie; denn wer eine Zeitung abonniere, habe ohnehin einen gewissen Glauben an das Medium. Von Interesse für den Ausschuss und die Politik sei vielmehr die Frage, worüber und wie sich Jugendliche informierten. Zwar seien dann nicht die Inhalte, aber zumindest die Wege bekannt.

Ebenso interessant sei, dass die im Internet verbrachte Zeit in den vergangenen Jahren nicht gestiegen und mit rund 200 Minuten – verglichen mit der eigenen täglichen Nutzungszeit – doch eher gering sei. Es sei zu fragen, wie sich diese Zeit auf die jeweiligen Geräte aufteile. Anzunehmen sei, dass auch hier das Smartphone wegen seiner Allgegenwärtigkeit ganz vorne liege. Es stelle sich eher die Frage, wie viel Zeit noch vor dem Fernseher verbracht werde, nicht wie viele Jugendliche noch fernsähen.

Abschließend sei danach gefragt, wie das Fragemuster der JIM-Studie verändert werde. Von Interesse sei, ob geplant sei, die Fragen weiterzuentwickeln und wer dies übernehme.

Dr. Verena Wottrich erläutert, gemeinsam mit Sabine Feierabend vom SWR und Theresa Reutter von der LFK habe sie selbst den Fragebogen der aktuellen Ausgabe überarbeitet. Grundsätzliche Überlegungen, die Fragen oder auch die Befragungsmethode CATI zu verändern, kämen immer wieder auf, nicht zuletzt, weil immer weniger Menschen einen festen Telefonanschluss hätten.

Es sei aber entschieden worden, gewisse Fragen gleich zu lassen. Die JIM-Studie erlaube gerade deshalb valide Aussagen über Veränderungen in einem Zeitraum von mittlerweile 20 Jahren. Würden die Fragen geändert, gefährde das die Aussagen über den Längsschnitt. Punktuell würden Fragen aber ergänzt oder angepasst.

Dies sei ein in Wissenschaft und Forschung häufiger Entscheidungsprozess. Im Falle der JIM-Studie sei die Entscheidung zugunsten der langjährigen Abbildbarkeit gefallen. Diese lasse sich nur mit gleichbleibenden Fragen gewährleisten.

Dr. Marc Jan Eumann weist darauf hin, die angesprochenen Fragen in die Diskussionen mit den Partnern von LFK und SWR mitzunehmen. Auf diese Partnerschaft sei noch einmal ausdrücklich hingewiesen.

Ein besonderer Wert der JIM-Studie sei es, Entwicklungen über Zeiträume von fünf bis zehn Jahren beobachten und vorhersagen zu können. Beispielsweise sei in den 20 Jahren seit Bestehen der Studie im Jahr 2018 das Radio beim Musikkonsum erstmals von Streamingdiensten abgelöst worden. Musik spiele in der befragten Alterskohorte von 12 bis 19 Jahren weiterhin eine große Rolle, werde aber zunehmend über Streamingangebote konsumiert. Daraus lasse sich ableiten, dass diese Gruppe auch in Zukunft nicht mehr automatisch zum Radio zurückkehren werde.

Ein weiterer, aus finanziellen Gründen für die Altersgruppe derzeit aber noch nicht besonders relevanter Akteur seien Sprachempfehlungssysteme. Es lasse sich aber bereits absehen, welche Bedeutung diese zukünftig für den Zugang zu allen Inhalten bekommen könnten. Das sei ein Thema, das vor dem Hintergrund der zukünftigen Vielfaltssicherung auch von Politik und Medienanstalten diskutiert werden müsse. Es sei davon auszugehen, dass die Gerätepenetration in wenigen Jahren so signifikant steigen werde, dass über diese Geräte der Zugang ins Netz organisiert, sortiert und entschieden werde.

Abg. Astrid Schmitt fragt, ob der Faktor Kostenpflichtigkeit von Nachrichtenangeboten untersucht worden sei. Dass immer weniger Haushalte Tageszeitungen abonniert hätten, sei auch auf die immer weiter gestiegenen Preise und den zumindest subjektiv immer größer werdenden Teil an Anzeigen zurückzuführen.

Der Anteil der Onlineangebote habe sich hingegen nicht verändert. Auch das hänge vermutlich damit zusammen, dass diese kostenpflichtig seien. Jugendliche und andere Nutzer würden generell kostenfreie Angebote bevorzugen. Diese Problematik finde sich auch in der Diskussion, wie guter, unabhängiger Journalismus in Zukunft finanziert werden könne.

Dr. Marc Jan Eumann erklärt, die Studie gehe von der Nutzungsperspektive der Kinder und Jugendlichen aus und frage nicht danach, welche Medien im Haushalt verfügbar seien. Klar sei aber, dass Jugendliche wohl nur dann eine Zeitung läsen, wenn diese zuhause vorhanden sei.

Es sei abgefragt worden, wer die Telefonrechnung der Jugendlichen bezahle. Für die Jugendlichen entscheidend sei, ob sie die Rechnung aus ihrem eigenen Budget zu zahlen hätten oder dies die Eltern übernähmen. 46 % der 18- bis 19-Jährigen zahlten demnach ihre Rechnung selbst. Die Eltern zahlten bei 78 % der 12- bis 13-Jährigen, 75 % der 14- bis 15-Jährigen, 62 % der 16- bis 17-Jährigen und 42 % der 18- bis 19-Jährigen die Rechnung.

Über alle Alterskohorten gebe es zudem Eltern, die mit ihren Kindern ein Beteiligungsmodell verabredet hätten. Die Jugendlichen zahlten dann einen Teil der Telefonrechnung selbst. Der Anteil liege bei den 12- bis 13-Jährigen bei 13 %, bei den 14- bis 15-Jährigen bei 11 %, bei den 16- bis 17-Jährigen bei 14 % und bei den 18- bis 19-Jährigen bei 12 %. Da das Smartphone für die Jugendlichen der Hauptzugang zu Information, Kommunikation und Unterhaltung sei, sei es von Interesse, wer für die Nutzung des Smartphones aufkomme.

Abg. Josef Dötsch fragt, ob an die Politik Handlungsempfehlungen zum Thema „In-Game-Käufe“ herangetragen würden. Von Interesse sei, welche Schutzmöglichkeiten es gebe, ob die erwähnten unbeabsichtigten Käufe rechtsverbindlich abgeschlossen worden seien und eventuell eine deutlichere Kennzeichnung diskutiert werden solle.

Dr. Marc Jan Eumann erläutert, aus Sicht der LMK als Kommission für Kinder- und Jugendmedienschutz (KJM) ergäben sich zwei Komplexe. Zum einen stelle sich die Frage, ob es sich überhaupt um ein gravierendes Problem handle, und zum anderen, ob sich daraus Handlungsbedarf ergebe.

Ein von der KJM an einer Stuttgarter Hochschule in Auftrag gegebenes Gutachten habe ergeben, dass die allermeisten Kinder und Jugendlichen sehr kompetent mit dem Thema „In-Game-Advertising“ umgingen. Es bestehe daher aus Sicht der LMK kein politischer oder regulatorischer Handlungsbedarf. Die Entwicklung werde aber weiter beobachtet und Auffälligkeiten direkt mit den Herstellern besprochen. Werde ein unbeabsichtigter Kauf getätigt, könnten die Konsequenzen von den Eltern für einen lehrreichen Diskurs über die Auswirkungen auf das eigene Budget genutzt werden.

Abg. Martin Louis Schmidt widerspricht der Einschätzung des Abgeordneten Dr. Braun, die tägliche Onlinezeit von 214 Minuten sei wenig. Von Interesse sei, welcher Anteil dieser Zeit beispielsweise für

**21. Sitzung des Ausschusses für Medien, Digitale Infrastruktur und Netzpolitik am 14.02.2019
– Öffentliche Sitzung –**

Hausaufgaben aufgewandt werde oder ob durch die zunehmende Digitalisierung der Schule schon dort Zeit online verbracht werde.

Dr. Marc Jan Eumann erklärt, diese Anregung im nächsten Panel aufgreifen zu wollen. Im Moment würden die groben Kategorien Kommunikation, Information und Unterhaltung erfasst. Eine genauere Differenzierung, insbesondere hinsichtlich der Bildungsaktivitäten, sei aber durchaus von Interesse. Hinzuweisen sei aber darauf, dass die tägliche Onlinezeit noch unter der täglich für das lineare Fernsehen aufgewandten Zeit liege, für die ab 14-Jährige im Durchschnitt täglich 226 Minuten aufwendeten.

Abg. Dr. Bernhard Braun wirft ein, beides könne gleichzeitig stattfinden.

Dr. Marc Jan Eumann sagt auf Bitte des **Stellv. Vors. Abg. Daniel Schöffner** zu, dem Ausschuss die Präsentation zur JIM-Studie 2018 zur Verfügung zu stellen.

Der Antrag ist erledigt.

Punkt 3 der Tagesordnung:

Verschiedenes

Der Ausschuss beschließt – vorbehaltlich der erforderlichen Genehmigung –, die im Terminplan für Mittwoch, 26. Juni 2019, 14:30 Uhr, vorgesehene Sitzung am Dienstag, 18. Juni 2019, 14:00 Uhr, durchzuführen.

Dr. Marc Jan Eumann (Direktor der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz) dankt im Namen der Kolleginnen und Kollegen der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) für die zeitgemäße Novellierung des Landesmediengesetzes, welche die Arbeit der Kolleginnen und Kollegen sehr erleichtert und der LMK einen wichtigen Aufgabenzuwachs beschert habe. Es werde angeboten, nach den ersten zwölf Monaten ausführlich zu berichten. Im Januar seien bereits 17 Fälle aus der neuen Zuständigkeit eingegangen.

Zu berichten sei über neue Rekorde der von der LMK und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen koordinierten Initiative „klicksafe“. Der Vertrag mit der EU sei bis Ende 2020 verlängert worden. Im vergangenen Jahr habe die Website 3,4 Millionen Besucher und 220.000 Downloads registriert. Es seien 1,5 Millionen Mal Materialien verschickt worden. Damit sei „klicksafe“ eines der erfolgreichsten Medienkompetenzprojekte. Auf der Bildungsmesse didacta sei ein gemeinsamer Termin mit Bildungsministerin Dr. Stefanie Hubig geplant. In diesem Rahmen solle auch der „klicksafe“-Stand besucht und als besonderes Beispiel für erfolgreiche Medienkompetenzarbeit in Schulen gewürdigt werden.

Die Mitglieder des Ausschusses seien – auch im Namen des Vorsitzenden der LMK-Versammlung, Albrecht Bähr – zu einem gemeinsamen Gespräch eingeladen. Der Termin werde noch abgestimmt.

Ferner seien die Abgeordneten eingeladen, den Gemeinschaftsstand des Landes Rheinland-Pfalz und der LMK auf der Spielemesse gamescom in Köln vom 20. bis 24. August 2019 zu besuchen. In der vergangenen Woche sei mit Staatssekretärin Daniela Schmitt der geplante Beitrag der LMK zu dem Stand besprochen worden. Auf der Messe werde eine neue Broschüre zum Themenfeld „Games und Kinder und Jugendliche“ vorgestellt.

Stellv. Vors. Abg. Daniel Schäffner dankt für die Einladungen, verweist aber auf die gleichzeitig zur gamescom stattfindenden Plenarsitzungen im August.

Hinzuweisen sei zudem auf den Planungsentwurf der Informationsfahrt des Ausschusses in die Schweiz vom 2. bis 4. April 2019, der den Obleuten der Fraktionen in Kürze zugestellt werde.

Mit einem Dank an die Anwesenden für ihre Mitarbeit schließt er die Sitzung.

gez. Illing
Protokollführer

Anlage

In der Anwesenheitsliste eingetragene Abgeordnete:

Haller, Martin	SPD
Höfer, Heijo	SPD
Schäffner, Daniel	SPD
Schmitt, Astrid	SPD
Simon, Anke	SPD
Demuth, Ellen	CDU
Dötsch, Josef	CDU
Kohnle-Gros, Marlies	CDU
Weiland, Dr. Adolf	CDU
Schmidt, Martin Louis	AfD
Wink, Steven	FDP
Braun, Dr. Bernhard	BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Für die Landesregierung:

Hammann, Dr. Harald	Abteilungsleiter in der Staatskanzlei
---------------------	---------------------------------------

Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz:

Eumann, Dr. Marc Jan	Direktor
----------------------	----------

Landtagsverwaltung:

Cramer, Thorsten	Amtsrat
Illing, Tobias	Mitarbeiter der Landtagsverwaltung (Protokollführer)