

Jörg Lösel

blaa-teen – das Jugendmagazin auf BR-alpha

Mit der Sendung *blaa-teen* richtet sich BR-alpha direkt an Jugendliche. Durch das Feedback von Jugendlichen und die Einbeziehung ihrer Kreativität gelingt es zunehmend, ihren Geschmack zu treffen und Inhalte jugendrelevant anzubieten.

Das Vorhaben stand schon lange vor dem Sendestart fest: BR-alpha wollte in seiner Programmphilosophie eine Lücke schließen. Zwischen dem Kinderprogramm mit *Anschlie und Karl-Heinz* und der Erwachsenenwelt der bildungswilligen Rezipienten sollte ein Jugendmagazin entstehen. Jugendliche Zuschauer sollten sich und ihre Themen in dem Kanal und in dieser Sendung wiederfinden. Natürlich auch verbunden mit der Hoffnung, BR-alpha jugendrelevanter zu machen und die Jugendlichen für den Sender zu interessieren und an ihn zu binden. Dabei waren die Voraussetzungen nicht wirklich gut. In der ARD gab es bis zum Sendestart von *blaa-teen* so gut wie kein Jugendmagazin mehr, und das offenbar aus gutem Grund. Ein Format z. B. wie *Quer*, das als Wochenmagazin für »junge und jung gebliebene Zuschauer« im Bayerischen Fernsehen verstanden wird, gilt nicht wirklich als jugendorientiert. Das belegt auch die Altersstruktur der Zuseherschaft.

Ziel von BR-alpha war es, ein jugendliches Publikum von 14 bis 20 Jahren als Mainstream-Publikum zu bedienen, um den jungen Menschen ein Themenforum für ihre Gedankenwelt

zu bieten. So stieß die Redaktion auf das nächste gewaltige Problem: Wie kann man Rezipienten in einem Alter von 14 bis 20 Jahren unter einen Hut bringen, also Programm so gestalten, dass es letztlich für die gesamte Zielgruppe von Interesse ist? Abgesehen von den ersten Lebensjahren eines Menschen passiert wohl nie mehr so viel in der menschlichen Entwicklung wie in diesen Jahren. Die Redaktion versuchte, sich in die Themenwelt und die Interessen von jungen Leuten einzuarbeiten.

Die Partner von *blaa-teen*

Mit dem Internationalen Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) hatten wir einen sehr kompetenten Partner gefunden, der sich seit Jahren mit diesen Problemen befasste, das Projekt wissenschaftlich begleitete und wesentlich die Richtung mitgestaltete.

Als weiterer wichtiger Partner konnte der einschaltquotenstarke Hörfunksender »Bayern3« gewonnen werden, der über die Kompetenz in Sachen »Musik« verfügte und aus dessen Mannschaft die *blaa-teen*-Crew auch den Moderator und die Off-Sprecher für die Magazinbeiträge rekrutierte. So konnte auch »Bayern3« das Jugendmagazin auf BR-alpha bewerben und umgekehrt gab es auf dem Fernsehsender die Möglichkeit, Bereiche und Aktionen des Hörfunksenders zu illustrieren. Als weiterer Partner konnte der Bayerische Jugendring gewonnen werden. Später kam die Bundeszentrale für politische Bildung

über das Projekt »Journalismus mit Jugendlichen für Jugendliche« (siehe auch Durner und Schatz/Götz in diesem Heft) hinzu.

Die erste Sendung

Am 18.12.2001 lief dann die erste Ausgabe von *blaa-teen* auf BR-alpha. Die Moderationen waren mit zwei Kamerateams in der Schwabinger Disko »Skyline« aufgezeichnet worden, Themen der Magazinbeiträge waren u. a. »Slope Style« (eine recht halbsbrecherische Art des Skifahrens), »Wie gehen junge Bundeswehresoldaten mit dem Krieg in Afghanistan um?«, die »Bayern3 X-Mas-Tour« und ein Stück über die unterschiedliche Musik von »Echt« und den »No Angels«.

Feedback der Jugendlichen

Lob und Kritik zu den Sendungen gab es direkt von den jungen Zusehern: Im Rahmen eines IZI-Projekts über Jugendfernsehen diskutierten 14- bis 20-Jährige *blaa-teen*-Sendungen. Das



SchülerInnen drehen für *blaa-teen*



blaa-teen-Moderator Jens singt mit Jeannette Biedermann

IZI lud Gruppen von Jugendlichen aus verschiedenen Schularten ein, wertete die Ergebnisse wissenschaftlich aus und brachte Videozusammenschnitte der Jugendlichen in die nächste Redaktionssitzung. Die Ergebnisse wurden begierig aufgenommen, denn natürlich wurden eine ganze Menge Fehler gemacht, die man bei einem Jugendformat nicht machen darf: In den Beiträgen zur Startsendung wurde zu sehr *über* Jugendliche gesprochen, also gewissermaßen von oben herab und nicht auf gleicher Ebene.

Überhaupt – so nach und nach wurde immer deutlicher: Junge Leute sind wahrscheinlich das kritischste Publikum überhaupt. Und man kann von Ihnen gerade auch als Fernsehredakteur eine ganze Menge lernen. Es sind aber nicht nur die gestalterischen Momente, die uns vor besondere Herausforderungen stellen. Auch inhaltliche Fragen wie der Umgang mit Themen wie »Rauchen«, »Alkohol« oder »Drogen« stellen die Redaktion vor eine Herausforderung. Auf der Skala der jugendlichen Themenwünsche stehen sie ganz weit oben, aber wie soll die Redaktion damit umgehen? Zuraten kann man natürlich nicht und beim Abraten wedelt man sofort mit dem pädagogischen Zeigefinger, das wäre also kontraproduktiv. Wir haben den Versuch gemacht, diese Themen im Grund neutral zu präsentieren, indem wir in den Beiträgen neben konkreten Personen, die als Raucher, Alkoholiker oder Drogenkonsumenten ihr Schicksal beschreiben, einfach nur

veranschaulicht haben, was da im Körper passiert, ad hoc und auf Dauer. Die *blaa-teen*-Crew war sehr gespannt, ob die Jugendlichen diese Beiträge akzeptieren und interessant finden würden und man hat sich dann sehr gefreut, dass sie positiv beschieden wurden. Ich denke, das ist ein guter Ansatz, auch im pädagogischen Sinne, und zeigt, was gerade ein Bildungskanal im Hinblick auf Jugendliche als ureigenste Aufgabe leisten kann.

Das Format wird deutlicher

Nach und nach wird der »Mainstream«, den wir für die Fernsehsendung wollten, erkennbar. Die Jugendlichen haben der Redaktion – quer durch alle Bildungsschichten – maßgeblich dabei geholfen:

- ein ziemlich normales Studio,
- keine irritierenden und zu heftig bewegten Hintergründe,
- ein Moderator, der auf derselben Welle schwimmt wie die Jugendlichen, aber doch noch einen gewissen Wissensvorsprung hat,
- ein Moderator und eine Sendung, die von daher auch informativ sind,
- Informationen, die Jugendliche noch nicht kennen,
- Einbeziehung des Alltags von Jugendlichen.

Jugendliche wollen sich in ihrer Emotionalität wiederfinden, sie orientieren sich an einem Lebensstil, hinter dem eine Lebensphilosophie steht, sie wollen aber nicht belehrt werden. Der Alltag von Jugendlichen soll so dargestellt werden, dass man den Menschen als Gesamtperson darstellt. Jugendliche sind »Egotaktiker«, die ihr Umfeld sondieren und auf ihren persönlichen Erfolg schauen. Jugendliche konzentrieren sich auf »Cliques, Vorbilder, Stars« (Shell-Studie 2001). Jugendliche lehnen den politischen Apparat ab, sind aber in ihrem Grundverständnis zutiefst demokratisch. Der Katalog mit Forderungen an die

Redaktion einer Jugendsendung scheint unendlich. Kann und muss man sich auf all das einlassen?

Ich glaube, es ist eine Pflicht, den Versuch zu wagen. Der öffentlich-rechtliche Auftrag richtet sich an alle gesellschaftlich relevanten Gruppen, und da gehören die Jugendlichen einfach mal dazu.

Jedenfalls hat *blaa-teen* nach und nach funktioniert – nicht zuletzt dank einer Programmvariante, die medien- und schulpolitisch Aufmerksamkeit verdient und die uns als Nebeneffekt zusätzliche Sicherheit gab. *blaa-teen* ist an die Schulen gegangen und hat Jugendlichen die Möglichkeit geboten, selber Magazinbeiträge unter professioneller Anleitung zu selbst gewählten Themen zu produzieren. Diesen Jugendlichen wurden auch verschiedene *blaa-teen*-Sendungen vorgeführt und deren Akzeptanz wurde überprüft – meistens sehr positiv.

Ausblick

Heute gibt es *blaa-teen* fast drei Jahre und natürlich ist BR-alpha nicht damit zufrieden, dass einmal im Monat ein Jugendmagazin gesendet wird. Aber was tun in Zeiten, in denen das Geld knapp ist? Zurzeit hat BR-alpha den Plan, aus dem monatlichen *blaa-teen* mit Wiederholungen von bestimmten Beiträgen ein 14-tägiges Format zu machen. Um eine feste wöchentliche Jugendschiene auf BR-alpha zu bekommen – und das ist das eigentliche Ziel –, soll mittels Programmaustausch in der ARD das inzwischen beim SWR entwickelte Jugendformat *DASDING.tv* im wöchentlichen Wechsel mit *blaa-teen* gesendet werden. ■

DER AUTOR

Jörg Lösel, Dr. phil., ist Redakteur in der Abteilung Bildungsfernsehen BR-alpha beim Bayerischen Rundfunk, München.