

18. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Ronald Gläser (AfD)**

vom 10. Januar 2019 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 11. Januar 2019)

zum Thema:

Finanzierung von Youtubern durch Funk

und **Antwort** vom 25. Januar 2019 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 29. Jan. 2019)

Der Regierende Bürgermeister von Berlin
- Senatskanzlei -

Herrn Abgeordneten Ronald Gläser (AfD)

über

den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei – GSen –

A n t w o r t
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18 / 17464
vom 10. Januar 2019

über

Finanzierung von Youtubern durch Funk

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

1. Inwieweit werden Youtuber aus den Mitteln des öffentlich-rechtlichen Rundfunks finanziert? Wie viel Geld fließt über das gemeinsame Angebot von ARD und ZDF namens „Funk“ (funk.net) an Produzenten von Youtubevideos? Mit Bitte um detaillierte Auflistung **aller** Begünstigten sortiert nach Höhe der Bezuschussung.

Zu 1.:

Der rbb sowie der SWR teilen hierzu mit: „Die Formate von funk sind für die Online-Ausspielung optimierte Videoinhalte, die auf der Website von funk (funk.net), aber auch auf Drittplattformen wie YouTube ausgespielt werden. Die Köpfe von funk, deren Formate auf YouTube ausgespielt werden, sind also keine YouTuber, sondern Protagonisten von funk. Diese Formate werden lediglich zusätzlich auf Drittplattformen – gemäß dem Auftrag nach § 11g RStV – ausgespielt.

funk verfügt jährlich über ein Budget von knapp 45 Mio. Euro. Momentan werden davon rund 80 regelmäßig publizierte Formate finanziert. ARD und ZDF geben grundsätzlich – schon aus Gründen des Wettbewerbs – keine Auskunft über einzelne Vertragsdetails und Budgets der beauftragten Produktionen, für die im Übrigen auch die Zustimmung der jeweiligen Auftragnehmer eingeholt werden müsste.“

2. Wie viel Geld wird monatlich für diese Youtuber und ihre Plattformen auf anderen sozialen Medien, beispielsweise Facebook oder Instagram, aufgewendet? Mit Bitte um detaillierte Auflistung der Zuwendungen insbesondere für folgende Youtuber und Influencer in den sozialen Medien:

- „Auf einen Kaffee mit Moritz Neumeier“
- „Rayk Anders“
- „Phil Laude“
- „Y-Kollektiv“
- „Datteltäter“
- „Deutschland3000“
- „Headlinzes“
- „Jäger & Sammler“
- „Auf Klo“
- „Fickt euch“
- iam.serafina
- „junggesellen“
- „janasdiary“
- „Suzie Grime“

Zu 2.:

Der rbb sowie der SWR teilen hierzu mit: „Eine konkrete Zuordnung von Vergütungen zu einzelnen Personen ist aus den o. g. Gründen nicht möglich (Siehe Antwort 1.) Es soll noch darauf hingewiesen werden, dass einige der aufgeführten YouTube-Kanäle entweder nicht mehr Teil des funk-Portfolios sind oder es sich um private Kanäle von Köpfen von funk-Formaten handelt.“

3. Wie hoch waren die Produktionskosten und wie lang die Produktionsdauer des ebenfalls über Funk finanzierten Videos: „Lösch Dich! So organisiert ist der Hate im Netz, Doku über Hater und Trolle!“

Zu 3.:

Der rbb sowie der SWR teilen hierzu mit: „Bei Informationen zu einzelnen Budgets handelt es sich um Vertragsdetails, die aus den o. g. Gründen nicht veröffentlicht werden können (siehe Antwort 1).“

4. Haben Funk-Formate Geld für die Finanzierung von Facebook-Werbung (beispielsweise zur Generierung von Klicks und „Likes“) erhalten, um ihre Reichweite künstlich zu erhöhen?

Zu 4.:

Der rbb sowie der SWR teilen hierzu mit: „Wie alle anderen Medienunternehmen verfügt auch funk über einen Marketing-Etat. Hierbei handelt es sich jedoch um einen Bruchteil des Gesamtbudgets der unter anderem auch für eine bessere Sichtbarkeit und damit Auffindbarkeit unserer Inhalte aufgewendet wird. Für funk Formate wurden jedoch keine Klicks oder Likes gekauft, um Reichweiten künstlich zu erhöhen.“

5. Nach welchen Kriterien werden Youtuber und Influencer von Funk für die finanzielle Unterstützung ausgewählt?

Zu 5.:

Der rbb sowie der SWR teilen hierzu mit: „Funk gewährt keine „finanzielle Unterstützung“, sondern prüft regelmäßig Programmideen, die – auf Basis von Produktionsverträgen – umgesetzt werden sollen und dann natürlich auch zu finanzieren sind. Grundsätzlich kann sich jeder mit einer Formatidee bei funk bewerben. Jedes eingereichte Format durchläuft einen mehrschrittigen Prüfungs- und Entwicklungsprozess. Innerhalb dieses Prozesses wird auch das Gesamtportfolio von funk berücksichtigt, da das Ziel ist, 14-29-Jährige sowohl mit informierenden, als auch mit orientierenden und unterhaltenden Inhalten zu erreichen. Letztlich sind allein redaktionell-journalistische Kriterien für die Entscheidung relevant, ob eine Formatidee umgesetzt wird.“ Die wesentlichen Punkte des Prozesses sind im Internet unter www.funk.net/formatidee veröffentlicht.

Berlin, den 25. Januar 2019

Der Regierende Bürgermeister
In Vertretung

C h r i s t i a n G a e b l e r
Chef der Senatskanzlei