

## Antwort

### der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Lothar Bisky, Dr. Petra Sitte, Diana Golze, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE.  
– Drucksache 16/10746 –**

### Kosten und Nutzen von „scheckker – das Jugendmagazin!“

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Seit einigen Jahren ist „scheckker – das Jugendmagazin!“ im Netz verfügbar. Das „Jugendonline-Magazin der Bundesregierung“ wird laut Eigenangabe „von Jugendlichen für Jugendliche“ produziert. Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA) zeichnet sowohl rechtlich im Impressum der Website als auch für die Redaktionsleitung verantwortlich. Des Weiteren sind die „Stiftung Demokratische Jugend“, die „Jugendpresse Deutschland“ und die „Servicestelle Jugendbeteiligung“ mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern beteiligt. „Der Scheckker hat seinen ganz eigenen Stil“, so behauptet jedenfalls die Eigenwerbung auf der Website. Allerdings stellen sich hinsichtlich der Reichweite, der beabsichtigten Wirkung, der Zielrichtung und der Finanzierung des Onlineangebotes etliche Fragen.

1. Wie hoch sind die gesamten finanziellen Aufwendungen für die Entwicklung und den laufenden Betrieb von „scheckker.de“ (Aufschlüsselung nach Jahren seit dem Launch der Website)?
2. Welche Kosten davon trägt das BPA (Aufschlüsselung nach Jahren und Posten seit Bestehen des Angebotes)?

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung trägt die gesamten Kosten für die Entwicklung und den laufenden Betrieb des „Scheckker“. Die jährlichen Kosten sind folgender Übersicht zu entnehmen:

Jahr	Kosten (inkl. ges. MwSt.)
2002	82 821,01 Euro
2003	82 462,80 Euro
2004	63 990,35 Euro
2005	101 726,00 Euro
2006	117 020,40 Euro
2007	163 308,90 Euro
2008	255 633,50 Euro

3. Welche anderen Organisationen, Einrichtungen des Bundes, Unternehmen der Privatwirtschaft und Interessensverbände sind an der Organisation, Vermarktung und Verbreitung strukturell oder finanziell beteiligt (Aufschlüsselung nach Art der Aufgabe und Art und Weise der Unterstützung)?

Keine

4. In welcher Höhe und für welche Leistung erhält das Unternehmen „werk21“ finanzielle Mittel (Aufschlüsselung nach Aufgabe, Leistung und weiterer Posten pro Monat seit Bestehen der Kooperation)?

Aus welchem Haushaltstitel werden diese Mittel entnommen?

Das Unternehmen „werk 21“ erhält Vergütung für die technische Realisierung des Magazins. Die Mittel stammen aus dem Haushaltstitel 542 01.

Einzelheiten aus dem mit den Auftragnehmern geschlossenen Vertrag können nicht genannt werden. Die Bundesregierung verweist in diesem Zusammenhang auf ihre in der Antwort auf die Große Anfrage zur Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung (Bundestagsdrucksache 15/2912) vertretene Rechtsauffassung zum grundrechtlich gesicherten Schutz individualisierbarer Daten vor öffentlicher Verwendung.

5. Inwieweit wurde der Auftrag mit „werk21“ für den Bereich „Technik und Design“ nach den Vorschriften des Vergaberechtes ordnungsgemäß ausgeschrieben ([http://www.bescha.bund.de/nn\\_663232/DE/Rechtsgrundlagen/node.html?\\_nnn=true](http://www.bescha.bund.de/nn_663232/DE/Rechtsgrundlagen/node.html?_nnn=true))?

Die Auftragsvergabe für Erstellung und Betrieb des Magazins erfolgte im Jahr 2004 nach einer europaweiten öffentlichen Ausschreibung an die Bietergemeinschaft „werk 21 GbR/Stiftung Demokratische Jugend“.

6. Seit wann, und wie lange laufen die Verträge mit „werk21“?

Der Vertrag mit der Bietergemeinschaft „werk 21 GbR/Stiftung Demokratische Jugend“ trat am 1. Dezember 2004 in Kraft und endet am 30. November 2008.

7. Wie viele Personen arbeiten jeweils

- a) in Vollzeit,
- b) in Teilzeit,
- c) mit Dienst- oder Werkverträgen,
- d) ehrenamtlich für „schekker.de“

(Aufschlüsselung in den genannten Kategorien nach Jahren seit Begründung von „schekker.de“)?

Wie hoch belaufen sich die Personalkosten für diese Personen?

Welchen Kostenanteil davon finanziert das BPA?

Von 2002 bis Ende Oktober 2008 entfielen im Presse- und Informationsamt der Bundesregierung Personalkosten in Höhe von insgesamt ca. 160 000 Euro auf die Betreuung von „Schekker“. Pro Jahr war eine Vollzeitkraft mit jeweils 22 bis 55 Prozent ihrer Arbeitszeit für „Schekker“ eingesetzt. Über den Personalaufwand der beauftragten Dienstleister liegen der Bundesregierung keine Daten vor, da der Vertrag die Erbringung einer Gesamtleistung vorsieht.

8. Unter dem Menüpunkt „redaktion“ auf „schekker.de“ heißt es: „Für jeden veröffentlichten Text zahlen wir ein Artikelhonorar von EUR 25,00.“ Sieht die Bundesregierung die einmalige Honorierung von Artikeln bei „schekker.de“ mit oftmals weit mehr als 5 000 Zeichen im Hinblick auf die Honorarempfehlungen des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV) für Online-Journalismus ([http://www.djv.de/fileadmin/DJV/Journalismus\\_praktisch/Arbeitsfelder/Arbeitsfelder\\_Freie/Honorare/DJWissen\\_2-2008.pdf](http://www.djv.de/fileadmin/DJV/Journalismus_praktisch/Arbeitsfelder/Arbeitsfelder_Freie/Honorare/DJWissen_2-2008.pdf), PDF-Dokument) als ausreichend an?

Die Schekker-Autoren sind keine hauptberuflichen Journalisten. Der Betrag von 25 Euro ist eine Anerkennung für einen erfolgreich verfassten Textbeitrag und Anreiz für junge Menschen, sich politisch zu interessieren und sich im Schreiben weiterzuentwickeln. Mit Seminarangeboten zu „Grundlagen des journalistischen Schreibens“ werden sie darin unterstützt.

9. Werden die Autorinnen und Autoren der Textwerke bei Mehrfachnutzung ihrer Beiträge durch „schekker.de“ zusätzlich bezahlt (Mehrfachnutzung durch Erscheinen auf der Website, Vorhalten in der Datenbank, Newsletter, anderweitige Bewerbung des Angebotes oder durch andere Verbreitungskanäle)?

Wenn nein, warum nicht?

Nein. Siehe Antwort zu Frage 8.

10. Inwieweit bestehen Überlegungen, die Inhalte auf „schekker.de“ unter einer Creative-Commons-Lizenz zu lizenzieren?

Sollten Projekte, die aus der öffentlichen Hand bezahlt und finanziert werden, nicht grundsätzlich unter eine solche Lizenz gestellt werden, damit sie eine möglichst große Verbreitung finden?

Dem Grundgedanken der Creative-Commons-Lizenz trägt die Regelung des § 5 UrhG für die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung bereits Rechnung.

Der Deutsche Bundestag und der Bundesrat haben bei der Verabschiedung des „Zweiten Gesetzes zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft“ Entschlüsse gefasst, in denen das Bundesministerium der Justiz bzw. die Bundesregierung gebeten werden zu prüfen, ob in weiteren urheberrechtlichen Fragen gesetzgeberischer Handlungsbedarf besteht, und ggf. entsprechende Regelungsvorschläge zu unterbreiten (Bundestagsdrucksache 16/5939 und Bundesratsdrucksache 582/07).

In diesem Zusammenhang wird sich die Bundesregierung auch mit der Frage des Umgangs mit Werken beschäftigen, die im Rahmen einer mit öffentlichen Mitteln finanzierten Tätigkeit entstanden sind.

11. Wie viele „Workshops für Jugendliche“ haben seit Beginn des Projektes stattgefunden (Auflistung nach Datum und Teilnehmerzahlen)?

Während der Vertragslaufzeit fanden elf Seminare mit je ca. 10 bis 15 Teilnehmerinnen und Teilnehmern statt.

12. Welche Inhalte wurden auf diesen Workshops jeweils vermittelt (Auflistung nach Datum des Workshops, Name und beruflicher Qualifikation der Referenten/der Referentinnen und den jeweiligen Inhalten der Workshops)?

Die Seminare wurden von der beim Auftragnehmer angesiedelten Redaktion organisiert. Alle Seminare vermittelten die gängigen Grundlagen journalis-

tischen Schreibens mit dem Schwerpunkt auf der Artikelgattung Reportage/Feature. Als Referentinnen und Referenten waren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Redaktion tätig.

13. Nach welchen Kriterien und in welcher Weise werden dazu jeweils die teilnehmenden Jugendlichen ausgewählt und eingeladen?

Die Teilnahme an den Workshops wurde über „schekker.de“ und den Auftragnehmer sowie dessen Partner (Jugendpresse Deutschland und Servicestelle Jugendbeteiligung) ausgeschrieben. Die Einladungen erfolgten in der Reihenfolge der Bewerbung. Bewerberinnen und Bewerber konnten nur an jeweils einem Workshop teilnehmen, um möglichst vielen jungen Autorinnen und Autoren eine Chance zu geben.

14. Welches Gremium entscheidet über die Auswahl der Teilnehmerinnen/Teilnehmer, die zu behandelnden Themen, die Referentinnen oder Referenten und über Ort und Dauer der Veranstaltungen?

Der Auftragnehmer und seine in der Antwort zu Frage 13 aufgeführten Partner.

15. Inwieweit findet eine Evaluierung und Qualitätskontrolle der Workshops statt?

Wer führt diese durch (Name der Personen und Name der Organisation, Struktur oder Behörde der diese jeweils angehören)?

Eine Evaluation gehört nicht zum Leistungsumfang des Auftragnehmers.

16. Bewertet die Bundesregierung die Workshops als Erfolg?

Wenn ja, warum?

Die Bundesregierung bewertet diese Workshops als Erfolg. Jungen Autorinnen und Autoren wurden journalistische Kenntnisse vermittelt, die in ihre Arbeit für den „Schekker“ einfließen. Der Erfolg kommt auch dadurch zum Ausdruck, dass bei den meisten Workshops „Schekker“-Sonderausgaben erarbeitet wurden, in denen die Autorinnen und Autoren über aktuelle jugendrelevante Ereignisse berichteten.

17. Welche Kosten (gesamt und aufgeschlüsselt nach Posten) sind für diese Workshops seit Beginn des Projektes entstanden?

Wer trägt diese Kosten?

Die Durchführung der Workshops ist Teil des Gesamtauftrags der Schekker-Vertragspartner. Über die für die Schekker-Ausgaben vertraglich vereinbarte Pauschalvergütung hinaus sind dementsprechend keine weiteren Kosten entstanden.

18. Fallen für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei der Teilnahme an einem solchen Workshop Kosten an?

Wenn ja, in welcher Höhe?

Für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer fallen vereinbarungsgemäß keine Kosten an.

19. Wie viele Seitenaufrufe (page impressions) verzeichnet die Website „schekker.de“ (Auflistung pro Monat seit dem Launch des Projektes)?

Seit dem Start des Projektes im September 2002 bis Juni 2004 verzeichnete die Website durchschnittlich 50 000 Seitenaufrufe pro Monat.

Nach der Neuausschreibung im Jahr 2004 erfolgte der Relaunch der Seite im Februar 2005. Die monatlichen Seitenaufrufe ab März 2005 sind der folgenden Aufstellung zu entnehmen.

<b>Seitenaufrufe schekker.de</b>	
<b>2005</b>	
März	48 586
April	46 126
Mai	58 019
Juni	64 943
Juli	62 917
August	74 043
September	67 444
Oktober	86 401
November	87 658
Dezember	113 999
<b>2006</b>	
Januar	113 805
Februar	124 713
März	157 356
April	99 103
Mai	139 359
Juni	135 249
Juli	124 093
August	128 768
September	113 282
Oktober	109 889
November	124 555
Dezember	151 793
<b>2007</b>	
Januar	362 325
Februar	155 041
März	204 413
April	190 761
Mai	282 371
Juni	305 097
Juli	316 032
August	261 385
September	222 109
Oktober	217 658
November	229 084
Dezember	263 581

Seitenaufrufe <b>schekker.de</b>	
2008	
Januar	306 629
Februar	279 614
März	320 265
April	358 936
Mai	506 130
Juni	535 271
Juli	462 339
August	492 842
September	462 766

20. Inwieweit wird das Online-Angebot „schekker.de“ für das Ranking in Suchmaschinen optimiert?

Wenn ja, mit welchen Personen, Organisationen oder Unternehmen arbeitet die Bundesregierung dabei zusammen? (Welche Kosten entstehen dabei? Wer trägt diese?)

Wenn nein, warum nicht?

Das Angebot wird regelmäßig im Rahmen der technischen Betreuung den Anforderungen von Suchmaschinen angepasst. Die Anpassung erfolgt durch den Auftragnehmer. Über die vertraglich vereinbarte Vergütung hinausgehende Kosten entstehen nicht.

21. Wie viele Personen erhalten den Newsletter „SchekkerLetter“?

Im Newsletter-Verteiler sind 4 422 E-Mail-Adressen eingetragen.

22. Sieht die Bundesregierung den Registrierungsvorgang für den „SchekkerLetter“ mit den deutschen Bestimmungen zum Datenschutz in Übereinstimmung?

Wenn ja, warum?

Wenn nein, warum nicht?

Ja

23. Im Rahmen der Anmeldung für den „SchekkerLetter“ heißt es unter „Nutzungsbedingungen“: „Ich verpflichte mich zur wahrheitsgemäßen Angabe der E-Mail-Adresse. Ich versichere, dass ich der Eigentümer dieser E-Mail-Adresse bin und mit dem Empfang der Nachrichten aus dieser Mailingliste einverstanden bin. Ich übernehme die Verantwortung, wenn dies nicht der Fall ist. Zur Sicherheit werden Datum, Uhrzeit und IP-Adresse in der Log-Datei gespeichert.“ Was ist unter der Übernahme der Verantwortung zu verstehen?

Welche rechtlichen Bestimmungen liegen diesem Passus zu Grunde?

In wie vielen Fällen wurden mithilfe der gespeicherten Daten rechtliche Maßnahmen ergriffen?

Wie sahen diese aus?

Wann werden die gespeicherten Daten wieder gelöscht?

Das Registrierungsverfahren dient dazu, eine ordnungsgemäße Zustellung sicherzustellen. Dritte sollen vor unbestellten und unerwünschten Belieferun-

gen geschützt werden. Nutzerinnen und Nutzer werden darauf hingewiesen, dass das Risiko einer Fehlleitung im Falle einer unkorrekten Adressenangabe bei ihnen liegt. Rechtliche Maßnahmen wurden nicht ergriffen. Die Daten werden nach den gesetzlichen Bestimmungen behandelt und gelöscht.

24. Werden die durch die Anmeldung für den „SchekkerLetter“ gewonnenen E-Mail-Adressen in irgendeiner Form, die nichts mit der reinen Verwaltung der Adressen für den Newsletter zu tun hat, gespeichert oder für anderweitige Ankündigungen oder politische Werbung verwendet?

Nein

25. Wie stark wird das „Artikel-Forum“ auf „schekker.de“ frequentiert?  
Wie viele Nutzer beteiligen sich an den Online-Diskussionen (Auflistung nach den jeweiligen Diskussionsthemen und Artikeln)?

Seit Einführung der Foren im März 2008 gab es pro Ausgabe zwei bis elf Diskussionsbeiträge.

26. Wie oft wird der RSS-Feed „Zukunfts-Nachrichten“ abgefragt?

Monatlich erfolgen im Durchschnitt 13 000 Abfragen des RSS-Feeds „Zukunfts-Nachrichten“.

27. Führt die Bundesregierung Statistiken über die Besprechung, Verlinkung und Verbreitung der Artikel bei den unter jedem „Schekker-Artikel“ befindlichen 15 Social-Bookmark-Diensten?  
Wenn ja, wie erfolgreich ist diese Werbemethode im konkreten Fall (Auflistung nach Artikeln und Nutzung)?  
Wenn nein, warum nicht?

Nein

28. Speichert die Bundesregierung die Daten der Besucherinnen und Besucher der Website „schekker.de“?  
Wenn ja, welche Daten?  
Zu welchem Zweck?  
Wann erfolgt eine Löschung?

Die Speicherung und Löschung von Nutzerdaten erfolgt gemäß den gesetzlichen Bestimmungen.

29. Sieht die Bundesregierung das Impressum von „schekker.de“ (<http://www.schekker.de/impressum.html>) nach den Vorschriften des Telemediengesetzes (TMG) als rechtssicher an?  
Wenn ja, warum?  
Wenn nein, warum nicht?

Das Impressum erfüllt die wesentlichen gesetzlichen Anforderungen. Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung hat jedoch die Anfrage zum Anlass genommen, das Impressum des Jugendonlinemagazins „Schekker“ zu überarbeiten und noch benutzerfreundlicher zu gestalten. Insbesondere die schnelle elektronische Kontaktaufnahme wurde weiter erleichtert.

30. Unter der Rubrik „aktuelle Nachrichten“ sollen Neuigkeiten aus Politik und Gesellschaft aus dem Blickwinkel von Jugendlichen veröffentlicht werden. Tatsächlich werden dort lediglich Auszüge und Informationen aus Pressemitteilungen der Bundesregierung und ihren Ministerien veröffentlicht. Diese Berichte könnten als PR-Maßnahmen der Bundesregierung verstanden werden, zumal kritische Positionen (beispielsweise Sicherheitsbedenken bei der Einführung des neuen elektronischen Personalausweises: <http://www.schekker.de/magazin/nachrichten/144335.html>) völlig fehlen. Als Quellen „zum Weiterlesen“ wird in diesem Beispiel auf die Webangebote „bundesregierung.de“ und zum Bundesministerium des Innern verwiesen. Sieht die Bundesregierung diese Praxis der Veröffentlichung solcher Informationen in Übereinstimmung mit den Zielen der „Schekker-Workshops“ für die Jugendlichen („Vermittlung journalistischer Grundlagen“)?

Was versteht die Bundesregierung unter „journalistischen Grundlagen“?

Sieht die Bundesregierung in dieser Praxis nicht einen Verstoß gegen die journalistische Sorgfaltspflicht (definiert im Pressekodex des Deutschen Presserates, <http://www.presserat.de/Pressekodex.pressekodex.0.html>)?

Mit Schekker kommt das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung seinem Auftrag nach, Bürgerinnen und Bürger über die Politik der Bundesregierung zu informieren.

31. Bewertet die Bundesregierung das Angebot „schekker.de“ als erfolgreich?  
Wenn ja, woran wird dies gemessen?  
Wenn nein, warum nicht?

Ja. Die stetig steigenden Zugriffszahlen belegen dies.

32. Welche Rolle spielt das Angebot von „schekker.de“ im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung?  
Stellt das Angebot einen jugendgerechten Verbreitungsweg dar?

Schekker richtet sich an junge Menschen. Der Verbreitungsweg ist zielgruppengerecht.

33. Wie stellt die Bundesregierung die Qualität des Gesamtangebotes von „schekker.de“ sicher?

Die Qualität von „schekker.de“ wird durch die ständige Abstimmung des Auftragnehmers mit dem Auftraggeber und regelmäßigen Austausch über mögliche Weiterentwicklungen gewährleistet.

34. Findet eine Evaluierung des Angebotes statt?  
Wenn ja, wie oft?  
Durch wen wird diese durchgeführt?  
Wenn nein, warum nicht?

Eine Evaluierung des Online-Angebotes der Bundesregierung erfolgte Ende 2003 im Rahmen einer Nutzerbefragung durch die im Presse- und Informationsamt der Bundesregierung zuständige Arbeitseinheit. Die Ergebnisse fanden Ende 2004 ihren Niederschlag im Relaunch von „schekker.de“.