

Bundesagentur für Arbeit

33 Bundesagentur für Arbeit muss Notwendigkeit ihres Hörfunkdienstes nachweisen

33.0

Der Hörfunkdienst der Bundesagentur für Arbeit stellt unentgeltlich Hörfunkbeiträge zur Verfügung, obwohl ein Bedarf für diese Dienstleistung bislang nicht nachgewiesen ist.

33.1

Seit dem Jahr 2006 betreibt die Bundesagentur für Arbeit (Bundesagentur) einen Hörfunkdienst. Dieser erarbeitet sendefertige Hörfunkbeiträge und stellt sie über eine Internetseite unentgeltlich zur Verfügung. Die Beiträge befassen sich mit aktuellen Themen der Bundesagentur. Daneben können die Nutzer auch Originaltöne der Vorstandsmitglieder herunterladen und die monatliche Pressekonferenz der Bundesagentur live verfolgen.

Die Bundesagentur begründete die Einrichtung des Hörfunkdienstes damit, dass ihre Themen im Programm der privaten Radiosender kaum vertreten gewesen seien. Sie gehe davon aus, dass die privaten Radiosender aufgrund von Sparzwängen keine Beiträge mehr mit eigenem Personal produzierten. Belegt hat die Bundesagentur diese Annahmen nicht. Sie legte auch vorab keine Kriterien und messbaren Ziele fest, um den Erfolg des Hörfunkdienstes zu bewerten.

Die Bundesagentur zählt die Zugriffe auf die Internetseite des Hörfunkdienstes und die Abrufe von Beiträgen und Originaltönen. Nach ihren Angaben seien rund 250 Nutzer registriert. 55 % davon seien Beschäftigte der Bundesagentur. Bei den weiteren Nut-

zern handele es sich um freie Journalisten, private und öffentlich-rechtliche Radiosender sowie Zeitungen.

Nach § 13 Absatz 1 Erstes Buch Sozialgesetzbuch ist die Bundesagentur verpflichtet, die Bürgerinnen und Bürger über ihre Rechte und Pflichten hinsichtlich der Arbeitsförderung und Grund-sicherung für Arbeitsuchende aufzuklären. Ihr Hörfunkdienst dient auch dazu, die Wahrnehmung der Bundesagentur in der Öffentlichkeit zu verbessern.

33.2

Nach Auffassung des Bundesrechnungshofes hat die Bundesagen-tur den Bedarf für einen eigenen Hörfunkdienst nicht hinreichend begründet. Mehr als die Hälfte der Nutzer sind Beschäftigte der Bundesagentur; dies bekräftigt die Zweifel daran, ob diese Dienstleistung notwendig ist. Auch hat die Bundesagentur keine Alternativen zu einem eigenen Hörfunkdienst geprüft. Mangels vorab festgelegter Ziele und Kriterien kann sie zudem nicht den Erfolg des Hörfunkdienstes bewerten. Dadurch fehlt ihr die Grund-lage für die Entscheidung, ob dessen weiterer Betrieb sachgerecht ist.

Zudem geht der Hörfunkdienst aus Sicht des Bundesrechnungsho-fes über die gesetzliche Aufklärungspflicht der Bundesagentur hinaus. So fallen beispielsweise Hörfunkbeiträge, die auf eine bessere Außendarstellung abzielen, nicht unter diese Aufklä-rungspflicht.

33.3

Die Bundesagentur hat erwidert, dass ihre Pressestelle eindeutige Indizien für einen Bedarf der Radiosender an dem Hörfunkdienst sehe. So sei zuvor in der Presse häufig unzutreffend berichtet worden. Der Dienst solle falsche Berichterstattung vermeiden. Er

sei ein Service für Radiosender, damit diese ihre Berichte inhaltlich besser und sachlich richtig gestalten könnten. Auch Journalisten von Print-Medien griffen vermehrt auf das Angebot des Hörfunkdienstes zu. Sein Erfolg sei in erster Linie anhand der Abrufzahlen messbar. Weitere Kriterien für den Erfolg zu definieren, sei nicht möglich. Alternativen zum Hörfunkdienst gebe es ihrer Ansicht nach nicht.

Ziel der Pressearbeit der Bundesagentur sei, die Öffentlichkeit über die Dienstleistungen der Bundesagentur und die Situation am Arbeitsmarkt zu informieren. Der Hörfunkdienst sei ein Teil dieser Pressearbeit.

33.4

Der Bundesrechnungshof bleibt bei seiner Auffassung, dass die Bundesagentur bislang den Bedarf für ihren Hörfunkdienst nicht schlüssig belegt und den Erfolg nicht bewertet hat. Z. B. hat sie den Sendeanteil von Themen der Bundesagentur im Radio nie ermittelt. Allein die Anzahl der Abrufe lässt keine Rückschlüsse darauf zu, inwieweit Journalisten, Radiosender und Zeitungen die Beiträge auch redaktionell nutzen. Der Bedarf für den Hörfunkdienst ist damit nicht nachgewiesen.

Die Bundesagentur muss anhand geeigneter Kriterien untersuchen, ob ein Bedarf für ihren Hörfunkdienst besteht. Dabei sollte sie prüfen, ob der Hörfunkdienst erforderlich ist, um die gesetzliche Aufklärungspflicht zu erfüllen. In ihrer Untersuchung sind auch alternative Instrumente der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu prüfen und anhand von Wirtschaftlichkeitsberechnungen abzuwägen. Sie sollte nachträglich Ziele und messbare Kriterien entwickeln, um den Erfolg des Hörfunkdienstes beurteilen zu können.

Die Bundesagentur sollte ihren Hörfunkdienst nur weiter betreiben, wenn sie den Bedarf und die Wirtschaftlichkeit dafür nachweisen kann.