

Erasmia Nanopoulou

Internet-Angebote deutscher Fernsehsender*

Mit Internet-Angeboten versuchen Fernsehanstalten, Kinder und Jugendliche an das Programm zu binden.

Die Online-Aktivitäten der Fernsehsender sind so verschieden wie die Sender selbst, d.h. unterschiedlich in Inhalt, Aufbau und Darstellung. Den Ausgangspunkt der folgenden Übersicht bildet eine empirische Recherche im Internet im Zeitraum Mai bis September 1997. Es handelt sich nicht um eine Darstellung sämtlicher Online-Angebote. Zielsetzung ist vielmehr, eine

Kostprobe zu geben von dem, was Ende 1997 in den Internet-Seiten der deutschen Rundfunkanstalten für Kinder und Jugendliche von Interesse war. Vergleicht man die einzelnen Internet-Angebote, die die Rundfunkanstalten auch für Kinder bereitstellen, anhand ihrer Inhalte, sind folgende Komponenten zu unterscheiden:

- Informationen zum Kinderfernsehprogramm: Übersicht über das Programm, Vorschau und Rückschau; Informationen zu einzelnen Sendungen in bezug auf das Konzept oder die Handlung, Darsteller und Mode-

ratoren, Sendezeit und Sendedatum; Präsentation neuer Programme und Konzepte

- Informationen speziell zu den Sendungen des Schulfernsehens und begleitende Materialien für die Lehrer zu verschiedenen Themen
- Bildung: Informationen zu verschiedenen Themen
- Spiele – Unterhaltung – Aktive Teilnahme der Kinder
- Audio- und Videodateien – multimediale Gestaltung von Inhalten
- Bilder aus dem in Echtzeit laufenden Fernsehprogramm

Öffentlich-rechtliche Anbieter Web-Adresse des Anbieters (Homepage) Web-Adressen für Kinder	Inhalte allgemein
Südwestfunk (SWF) http://www.swf.de http://www.kindernetz.de http://www.bildung.swf.de/swf/sf_sf_indx.htm http://www.bildung.swf.de/swf/tv/_t_indx.htm	Kindernetz: eine virtuelle Gemeinde für Kinder. Schulfernsehen: Informationen zum Programm. Informationen zur Sendung »Tape That«
Westdeutscher Rundfunk (WDR) http://www.wdr.de http://www.wdr.de/homepage/fernsehen.html http://www.wdr.de/tv/schulfernsehen/index.html http://www.wdr.de/tv/schulfernsehen/aktion.html http://www.maxisch.de http://www.wdr.de/tv/kinderweltspiegel http://www.wdr.de/tv/chamaeleon/index.html	Übersicht über alle Internet-Angebote zum Fernsehprogramm Übersicht des Online Schulfernsehens: Schulfächer (u.a. Englisch, Französisch, Geographie, Geschichte...), Aktion »Medienkompetenz«, Informationen zum Programm und Stichwortsuche im Schulfernsehprogramm, Begleitmaterial, Diskussionsforum, Infos zum Mitschnittrecht. Informationen zum Internet-Projekt »Stichwort Medienkompetenz« (= Gemeinschaftsprojekt der ARD-Anstalten, der Kultusministerien der Länder, der Deutschen Telekom und der Bundesinitiative »Schulen ans Netz«) Informationen zur Sendung »Kinderweltspiegel«, Vorschau, Rückschau, Infos zu den Preisen und den Machern Informationen zur Sendung »Chamäleon« (Kinder-Infomagazin über Tiere und Pflanzen)
Bayerischer Rundfunk (BR) http://www.br-online.de http://www.br-online.de/jugend http://www.br-online.de/news/rundschau/info/kinder.html http://www.br-online.de/br-intern/shop	Informationen zu den Jugendsendungen und Magazinen »Klasse«, »Klick«, »Live aus dem Schlachthof«, Informationen zum IZI (Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen) Darstellung der Nachrichtensendung speziell für Kinder »Rundschau für Kinder« Virtuelles Geschäft mit allen BR-Artikeln - auch für Kinder (z.B. aus den Sendungen »Pumuckl« oder »Sesamstraße« oder »Die Sendung mit der Maus«)
Süddeutscher Rundfunk (SDR) http://www.sdr.de http://www.sdr.de/tv/das_erste/tigerentenclub.htm	Eine Internet-Seite mit Informationen zum »Tigerentenclub« und zur entsprechenden Sendung. Angabe von Kontaktadressen.
Mitteldeutscher Rundfunk (MDR) http://www.mdr.de http://www.mdr.de/kinderkanal	Vorschau auf die Sendungen des Kinderkanals und das Kinderkanal-Spiel
Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) http://www.zdf.de http://www.zdfmsn.de/tivi.asp	Informationen zu den Sendungen »logo« (Tägliche Nachrichtensendung für junge Leute), »Dr. Mag love« (Jugendmagazin), »Siebenstein – der Koffer und Rabe Rudi« (Animationen), »PUR« (Jugendmagazin) und »1. 2 oder 3« (Spiel für Kinder). Vorschau auf die Unterhaltungsshow »Tabaluga« (Start: 4. Oktober 1997).

Private Anbieter	Inhalte allgemein
PRO SIEBEN http://www.pro7.de http://www.pro7.de/tricksieben http://www.pro7.de/club	Video- oder Audiodateien zu Trickserien. Gewinnspiel »Maske« und Informationen zur entsprechenden Serie. Präsentation der Trickserien in PRO SIEBEN von der Komikfigur »T-wiee«. Präsentation der sogenannten ersten PRO SIEBEN-Morgenshow für Kinder (ab 20.09). Angebote für die Mitglieder des PRO 7-Clubs: u. a. virtuelles Geschäft (z. B. »Family Shop« mit Artikeln wie »Nintendo« oder »Duffy Duck«-Puppe; »Club Wear«-Shop mit »PRO 7 Techno Cap«; Videos; CDs ...)
RTL2 http://www.rtl2.de http://www.rtl2.de/back/kids http://www.rtl2.de/inter/action http://www.rtl2.de/shop/etc	Angebot für »Kids«: Darstellung der »Vampy Show«. Kontaktmöglichkeiten mit Vampy/der Redaktion. Informationen zum Cartoon Programm. Sonderaktionen (siehe Verkehrstips oder Aktion »Drugs Suck« zum Thema Drogen). Virtuelles Geschäft (siehe z. B. »Vampy«-Vermarktungs-Artikel oder CDs)
RTL http://www.rtl.de	Informationen zu beliebten Jugendserien, wie »Beverly Hills« und »Melrose Place« oder »Gute Zeiten-Schlechte Zeiten«: Zusammenfassung der Episoden, das Leben der Darsteller und Autogrammadressen. Spiele, wie z. B. das »Green Peace«-Umweltquiz. »RTL-Shop«: Virtuelles Geschäft mit CDs, Büchern und anderen Produkten, wie z. B. das »Gute Zeiten-Schlechte Zeiten-Parfum-Set«. »RTL-Chat-Room«, wo sich die Gäste online und in Echtzeit unterhalten können. »RTL-live«: Bilder aus dem parallel laufenden Fernsehprogramm.
KABEL1 http://www.kabel1.de http://www.kabel1.de/fun/hugo/index.html http://www.kabel1.de/fun/bino/index.html	Die »Hugo«-Internet-Seiten: Programminformationen zur Sendung »Hugo«: das Konzept (die Betonung liegt auf der Interaktivität) und die Geschichte des Spiels, »Blick hinter die Kulissen«, Darstellung der Hauptfiguren und Moderatoren (»Hugo und die Hexana«). Werbung (Verweis auf die Internet-Adresse »http://www.sundirect.de«). Katzen-Online-Magazin gesponsert von fünf großen Herstellern von Katzennahrung (Whiskas, Kitekat, Sheba, Brekkies, Catsan): Allgemeine Informationen über Katzen, Sprechstunde mit einem Tierarzt per E-Mail, eigene Homepages, Katzensgeschichten, Spiele, Termine für Veranstaltungen. Programminformationen zur Sendung »BimBamBino«: Darstellung des Konzepts und Vorstellung der Moderatoren. Verweis auf das Katzen-Online-Magazin.
SATI http://www.sat1.de	Programminformationen zu beliebten Serien, wie z. B. »Baywatch« u. a.: Informationen zu den »Stars«, die schönsten Szenen der Serie. Einblick »hinter die Kamera«. Darstellung der neuen »Dating-Show »Bzzz...« im Fernsehen und der entsprechenden »Dating-Show« im Internet; hier können sich die Teilnehmer/innen online verabreden.

- Interaktivität-Aktion der Kinder: Eigene aktive Teilnahme durch eigene Homepages
- Interaktion-Dialog der Kinder mit den Redakteuren, den Machern, elektronischen Plattformen wie Diskussions- und Chatforen
- Interaktion-Dialog der Kinder unter sich, wie z. B. in Diskussions- oder Chatforen
- Zuschauerclubs oder virtuelle Gemeinden, mit denen sich die Kinder als aktive Mitglieder identifizieren können; virtuelle soziale Räume und Lebenswelten
- Aktionen der Fernsehsender in Kooperation mit anderen Medien oder staatlichen Institutionen, meistens mit gemeinnützigem Zweck
- »Links«: Verweise auf weitere interessante Angebote im Cyberspace oder auf Angebote anderer Rundfunkanstalten und Medien
- Werbung für Events, Konzerte, Multimedia-Events
- Werbung und »Merchandising«: getrennte Werbung und direkter On-

line-Verkauf von Waren in virtuellen Geschäften; Werbung zwischen den Texten unabhängig vom inhaltlichen Angebot; Werbung in bezug auf das Angebot (z. B. das Emblem des Katzenfutters »Whiskas« im Katzen-Online-Magazin); Online-Verkauf von Karten für die Teilnahme im Studio oder für Events/Konzerte, Product Placement und Vermarktung. Die Zusammensetzung dieser Inhalte ergibt das Profil des Internet-Angebotes einer Fernsehanstalt, das wiederum stark vom Profil des Fernsehsenders abhängig ist. Kennzeichnend für die jeweiligen Angebote ist somit, daß sie ihr Profil über ein bis zwei besondere Präsentationen gewinnen, wie z. B. die virtuelle Gemeinde für Kinder des SWF. Charakteristisch ist, daß das Internet-Angebot auf dieser ersten Ebene über informative Elemente für die Promotion des Fernsehprogramms sorgt. Über diese Informationen hinaus fallen in manchen Angeboten auch andere inhaltliche Komponenten auf,

z. B. interaktive Elemente, Video- und Audiodateien, die die Bindung der Kinder an das Programm festigen sollen. Auf einer zweiten Ebene bietet das Internet-Angebot einiger Veranstalter Inhalte, die nicht in Zusammenhang mit den Fernsehsendungen stehen. Hier geht es um ein zusätzliches Angebot zu dem, was die Kinder schon vom Fernsehen kennen. Die Exklusivität und Originalität solcher Inhalte soll die Kinder in das neue Medium, nämlich das Internet, einbinden. Dabei handelt es sich je nach Senderprofil um Unterhaltungs- oder Bildungsformate oder beides.

* Diese Übersicht ist Teil der Abschlußarbeit der Autorin: *Die Beziehung zwischen Internet und Kinderfernsehen – Das Internetangebot deutscher Fernsehsender*. Gesamthochschule Kassel, 1997

DIE AUTORIN

Erasmia Nanopoulou, Dipl.-Psych. und »Master in European Media Studies« arbeitet zur Zeit für das »Haus der Kulturen der Welt« in Berlin.