

Gerhard Fuchs

Familienfernsehen in der ARD

Die Messlatte der ARD liegt hoch. Sie will ein „Voll“-Programm, in dem jedes Familienmitglied eigene Sendungen findet, das aber auch zahlreiche Angebote macht, die für die ganze Familie interessant sind.

Was ist Familienfernsehen? In Abwandlung des legendären Satzes von Gert K. Müntefering müsste die Antwort lauten: Familienfernsehen ist, wenn Familien fernsehen. Doch, wie misst man eine „Familienquote“? Sollte man das Etikett Familienfernsehen nur vergeben, wenn die gesamte Familie schaut? Reicht es, wenn ein Teil der Familie schaut? Muss ein gewisser Kinder- und/oder Elternanteil erreicht werden?

Programmstrategie der ARD

Angebote, die von der ganzen Familie angenommen werden, müssen die schwierige Aufgabe meistern, über die sehr unterschiedlichen Ansprüche der Zielgruppen hinweg für jeden etwas zu bieten. In der ARD gibt es eine Programmkoordination Familienprogramm: Gibt also deren verantwortetes Programm einen Eindruck des Genres Familienprogramm? Versammelt sind in dieser ARD-Familienkoordination in erster Linie die Kinder-Fachredaktionen der Häuser. Sie beschließen für die ARD neue Formate, finanzieren diese teilweise gemeinschaftlich und planen auch die Sendeflächen der Familienkoordination. Der Samstag- und der Sonntagvormittag sind in erster Linie bestückt mit Formaten wie „Pumuckl“, „Tigerenten Club“, „Schloss Einstein“, „Die Sendung mit der Maus“, „Simsalagrinn“, „Die Augsburger Puppenkiste“ – und „Teletubbies“. Alles ausgewiesene Kinderprogramme, die zwar Familien vor dem Bildschirm zusammenbringen, aber dennoch eher in die Kategorie Kinder- oder allenfalls Jugendprogramm passen. Eltern dürften dieses Programm jedenfalls kaum ohne ihre Kinder anschauen. Umgekehrt sieht es bei den weiteren Programmen der ARD-Familienkoordination am werktäglichen Nachmittag aus: „Fliege“, „WunschBox“ und die Tiersendungen haben vorwiegend ältere Zuschauer.

Die ARD versucht im Gegensatz zu den zielgruppenfixierten, werbefinanzierten Sendern, möglichst alle Altersgruppen anzusprechen. Familienprogramme sind für uns alle Programme, die jedes einzelne Familienmitglied aus eigenem Anreiz heraus anschauen möchte. Umgekehrt könnte man aber auch definieren, dass Familienprogramm sich dadurch auszeichnet, dass alle Familienmitglieder dieses Programm ohne Einschränkung oder Gefahr konsumieren könnten, quasi ein erweitertes FSK-Siegel. Wie beim öffentlich-rechtlichen Kinderprogramm sollte dann gelten: Ein Programm, das Spaß macht und möglichst anregt, aber auf Gewaltdarstellungen und Werbeblöcke verzichtet. Damit wären aber bereits qua Definition etliche Formate ausgeschlossen, die sich im werbefinanzierten



„Guinness – Die Show der Rekorde“,
Folge 4: Der größte Teddybär der Welt
(Bild: ARD)

Fernsehen einer ordentlichen Akzeptanz auch bei der „Familien“-Zielgruppe erfreuen, beispielsweise „Die Stunde der Wahrheit“ oder „Wer wird Millionär?“.

Lässt man einmal den aus öffentlich-rechtlicher Sicht wünschenswerten Verzicht auf Werbung außen vor, so sollte dennoch für alle von Kindern genutzten Programme gelten, dass bestimmte Mindestanforderungen an die Sendungen eingehalten werden, so der Verzicht auf explizite Gewalt- oder Sexszenen. Umgekehrt ist es auch für den Programmplaner ratsam, die Angebote für die ganze Familie so zu gestalten, dass die Eltern sich mit ruhigem Gewissen für das gemeinsame Fernsehen mit den Kindern entscheiden können.

TV-Formate für die Familie

Die gegenwärtigen TV-Hits für die ganze Familie sind jene Formate, die von Erwachsenen und Kindern gleichermaßen gesucht – und viel wichtiger: verstanden werden. Familienprogramm bedeutet nicht, dass Kinder gelangweilt das Erwachsenenprogramm kaum wahrnehmen und eigentlich nur die Atmosphäre des familiären Zusammenseins suchen – wobei das Fernsehen eigentlich nur stört. Verstanden werden bedeutet aber auch, dass von Familien-Formaten im Großen und Ganzen kein Tiefgang erwartet werden darf. „Flimmo“, der TV-Ratgeber für Eltern, wirbt mit dem Hinweis: „Showzeit ist Familienzeit“.¹ Fernsehshows vereinen die Familie vor dem Apparat, und das, obwohl heutzutage viele Kinder einen eigenen Fernseher hätten und die Sehgewohnheiten von Jung und Alt oft weit auseinander gingen. So erzählt der 9-jährige Fabian, dass ihm „Wer wird Millionär?“ so gut gefalle, „weil ich das mit meiner Familie gucke und das uns sehr viel Spaß macht“. Vor allem den Kindern im Grundschulalter sei das gemeinschaftliche Mitfiebers und Mitraten (noch) wichtig.

Die Quotenhits für die ganze Familie sind herkömmliche Unterhaltungsformate vom Schlage „Wer wird Millionär?“, „Wetten, dass...?“ oder „Guinness-Show“. Spaß zu haben, ist eine Schlüsselmotivation für die Zuschauer. Auch die Kinder- und Jugendformate sind oft unterhaltend gebaut. Ein Blick auf die Hitlisten der Kinder zeigt, dass Formate führend sind, die im Grunde genommen Erwachsenenprogramme sind. „Wetten, dass...?“ ist die Lieblingsshow bei den Kindern, gefolgt von dem Familienwettbewerb „Stunde der Wahrheit“ und „Wer wird Millionär?“



„Guinness – Die Show der Rekorde“, Folge 4: Übergabe der Trophäe „Fußballmarathon“ (Bild: ARD)

Die Shows mit buntem Ratespiel und spannenden Wettbewerben geben jedem einzelnen Familienmitglied die Möglichkeit mitzumachen: Die Kinder können bei „Pokémon“-Fragen auftrumpfen, die Jugendlichen bei Details aus der aktuellen Musikszene, die Eltern bei der Allgemeinbildung. Ein nicht zu vernachlässigendes „Familien“-Genre ist in diesem Zusammenhang der Sport, der ebenfalls die gesamte Familie zu begeistern vermag. Schon vor diesem Hintergrund ist es als Programmanbieter wichtig, hier mit herausragenden Sportereignissen eine attraktive Adresse zu bilden. Kinofilme als ein anderes Beispiel nutzen – wie bei Disney – einen raschen Wechsel der Ansprachen, um ganze Familien zu

interessieren: Kinderadäquate Handlungen und raffinierte Tricks und Gags eher für Erwachsene durchmischen sich.

Ansprüche der Jugendlichen

In anderen Genres ist ein gemeinsamer Nenner bereits deutlich schwieriger zu erreichen. Viele Jugendliche wünschen sich mehr Musik und auch Comedy im Programm, was jedoch angesichts des recht unterschiedlichen Geschmacks in den Altersgruppen ein schwieriges Unterfangen ist. Ähnlich wie bei der Musik wird auch in anderen Bereichen die Familienzusammenführung vor dem Bildschirm erschwert durch die zunehmend speziell auf eine Altersgruppe zugeschnittenen Formate wie Serien, Daily Soaps und Reality-Shows. Die ARD zeigt gerade im Vorabendprogramm, wie man mit professionellen Konzepten auch auf seriöse Art und Weise eine außergewöhnliche Akzeptanz bei den jüngeren Zuschauern erreichen kann.

Für öffentlich-rechtliche Programmanbieter können auch beim Familienprogramm weder die Quote noch die „Familienmischung“ das ausschlaggebende Kriterium sein. Sonst wären Spielfilme vom Schlage „Der verrückte Professor“ ebenfalls in der Königsklasse dieses Genres. Was also zeichnet „wertvolles“ Familienprogramm aus?

Ansprüche der Kinder

Geht man vom Kinderprogramm aus, so lautet eine der Leitmaximen, gutes Kinderprogramm bedeute, gute Geschichten zu erzählen. Man müsse „Orientierung geben, Handlungsmuster auf jeden Fall, aber auch Perspektiven“.ⁱⁱ Weiter gehe es um die Vermittlung von Handlungsmustern und die Möglichkeit der Identifizierung mit dem Gesehenen. Es müssten Geschichten sein aus dem Erfahrungsbereich, der auch den Kindern bekannt sei: Schule, Freunde, Lehrer, Eltern, Sport.

Die Erfahrungen zeigen, dass gerade kleinere Kinder ihr Kinderprogramm gerne mit ihren Eltern schauen, also quasi ein Familienprogramm daraus machen. Das passiert leider viel zu selten. Mit zunehmendem Alter ändert sich dies. Jugendliche wollen in der Regel eher alleine oder mit Gleichaltrigen ohne die Eltern fernsehen. Und für die Jugendformate mussten deren Macher erfahren, dass als erste Grundregel offenbar gilt: Wo „Jugend“ draufsteht, schaut die Jugend meist noch zögerlicher rein.

Vor dem Hintergrund der Statistik, wonach über 40 Prozent aller 6- bis 17-Jährigen einen eigenen Fernseher haben, stellt sich die Frage nach einem Familienprogramm verstärkt. Auch die öffentlich-rechtlichen Anstalten wollen keine theoretisch konzipierten Sendungen anbieten, die jedes denkbare theoretische Kriterium eines Familienprogramms erfüllen – nur leider den Makel haben, dass sie die Familie vor dem Bildschirm nicht mehr erreichen.

Die meisten Kinder sitzen inzwischen sowieso in der Prime-Time vor dem Schirm, in einer vergleichsweise knappen Zeit also, in der auch die Erwachsenen ihren TV-Vorlieben nachgehen wollen. Selbst bei bestem Willen dürften im Hauptabendprogramm, sowohl in den kommerziellen wie in den öffentlich-rechtlichen Systemen mit ihrem Grundversorgungsauftrag, nur vereinzelt Familienformate – wie sie auch immer aussehen könnten – zu platzieren sein. In der Realität ist viel entscheidender, wie verträglich das Erwachsenenprogramm für Kinder ist und inwieweit die Programmplanung berücksichtigt, dass gerade am Beginn des Abends noch eine beachtliche Anzahl Kinder zuschaut. Hier kommt es auf die Verantwortung der Programm-Macher an. Dies beginnt bei der Platzierung actionhaltiger Trailer und reicht bis hin zur Frage der Darstellung grausamer Kriegsszenen in den Nachrichten.

Familienfernsehen ist daher nicht nur eine Frage der angebotenen Genres, sondern auch der Einstellung der gesamten Familie zum Fernsehen. Für die Eltern der Mediengeneration ist es gerade angesichts der boomenden Multimedia-Angebote und der steigenden Mediennutzung eine wichtige Aufgabe, ihrem Nachwuchs bei der Erkundung und Nutzung des komplexen Angebots zu helfen und ihn zu begleiten. Familienprogramm ist daher nicht nur, was aus dem Bildschirm strahlt, sondern was

vor dem Bildschirm stattfindet – und aufgrund eines geeigneten Programmangebots überhaupt erst stattfinden kann: das gemeinsame Fernseherlebnis vor dem Bildschirm.

Familienfernsehen - Familienalltag

Das Fernsehen spielt eine erstaunliche Rolle im Familienalltag: „Diskussionen“, was wohl auch „Streit“ einschließt, gibt es nach Auskunft von Kindern und Jugendlichen am häufigsten über das Fernsehen, gefolgt vom Ausgehen, Telefonieren und Videoanschauen.ⁱⁱⁱ Dieses Zusammentreffen der einzelnen Familienmitglieder ist eine der inzwischen oftmals raren Situationen, in denen die Familie gemeinsam etwas erlebt. Als Programm-Macher sollten wir mit geeigneten Stoffen und Programmen dazu anregen, dass sich daraus spannende Gespräche und Begegnungen ergeben.

Der Erfolg des Kinderkanals hat dazu geführt, dass Kinder dort ein eigenes Programm finden, bei dem sich die Eltern sicher sein können, dass dieses Programm für Kinder geeignet ist. Ein solches Spartenprogramm unterstützt die Bedürfnisse der jungen Zuschauer, führt aber tendenziell zu einer Verspartung des Zuschauerverhaltens: Eltern können heute beruhigt ihre Sprösslinge alleine vor den Bildschirm setzen – auch wenn dies nicht dem Ideal familienorientierten Fernsehens entspricht. Ähnliches ist für die Jugendlichen mit dem Aufkommen der Musikkanäle wie MTV oder Viva passiert: Solche Spartenprogramme richten sich strikt an die avisierte Zielgruppe und wirken umgekehrt noch stärker ausgrenzend für die anderen (Alters-)Gruppen.

Die Kindheit wird immer kürzer, die Kinder reifen durch den schneller gewordenen Rhythmus des Lebens schneller. Dafür weitet sich die Jugendphase aus – in der ein besonderer Drang besteht, sich gegen die Erwachsenen in einer gewissen Weise auch durch einen andersartigen Medienkonsum abzugrenzen. Ein Label „Familienprogramm“ für ein ganzes Programm würde daher eher abschrecken. Es ist ja gerade eine Errungenschaft des Fernsehens, dass heute eine Vielzahl von Formaten angeboten wird, die speziell auf die Neigungen und Interessen bestimmter Zielgruppen eingehen. Sowohl in der ARD wie in den Dritten Programmen machen wir daher ein Programm für die ganze Familie, ein „Voll“-Programm, in dem jedes Familienmitglied eigene Sendungen findet, in dem es aber zahlreiche Angebote gibt, die für die ganze Familie interessant sind.

ANMERKUNGEN

ⁱ Flimmo. München: Programmberatung für Eltern (Hrsg.). Nr. 1 Februar - Mai 2001, S. 4.

ⁱⁱ Idealisten oder Realisten? Die deutschen Kinder- und JugendfernsehmacherInnen und ihre Subjektiven Medientheorien. (*Edition TELEVISION*) München: KoPäd 1999, 192 S.

ⁱⁱⁱ Neue und alte Medien im Alltag von Kindern und Jugendlichen. Deutsche Teilergebnisse einer europäischen Studie. Hamburg: Hans-Bredow-Institut 1999, 142 S.

DER AUTOR

Gerhard Fuchs, Dr. rer.pol., ist Fernsehdirektor beim Bayerischen Rundfunk und Professor an der Hochschule für Fernsehen und Film, München.