

Susanne Schosser

Fernsehen als Ausgangspunkt zum aktiven Lernen

Fernsehen kann nicht nur erklären, sondern auch zum Mit- und Nachmachen anregen. Super-RTL-Sendungen wie *Blue's Clues* oder *Art Attack* zeigen, wie dies mit Zuschauererfolg gelingen kann.

Super RTL hat sich in den vergangenen Jahren als Lieblingssender der Kinder etabliert. Seit Februar 1998 sind wir mit großem Abstand zur Konkurrenz Marktführer bei den 3- bis 13-Jährigen in Deutschland. Der Grund für diesen deutlichen Vorsprung ist meiner Meinung nach unsere konsequente Ausrichtung auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kinder.

Doch zunächst muss man die Wünsche und Bedürfnisse der Kinder kennen, bevor man sie erfüllen kann. So manches Programmangebot ist aus der Sicht der Erwachsenen ausgezeichnet. Es vermittelt Wissen und ist darüber hinaus auch noch lustig. Wer den letzten Satz gelesen hat, ohne stutzig zu werden, ist bereits in die Falle getappt! Es gibt eine Vielzahl von Formaten, die genau nach diesem Schema konzipiert sind: Sie vermitteln Wissen und sie sind darüber hinaus (im Idealfall) auch noch lustig. Doch Kinder akzeptieren solche Programme nicht. Kinder merken sehr schnell, wenn der erhobene Zeigefinger im Hintergrund zu sehen ist und reagieren: Sie schalten ab. Unser Anspruch ist es, Kinder zu unterhalten. Wissensvermittlung bei Super RTL darf nicht, Wissensvermittlung bei Super RTL muss Spaß machen.

Dabei gilt es, die (alters- und geschlechts-)spezifischen Unterschiede der Kinder zu berücksichtigen. Denn das Kinderpublikum ist äußerst heterogen. Was 12-Jährige interessiert, muss für 3- bis 5-Jährige nicht unbedingt geeignet sein.

Ich möchte im Folgenden drei Formate vorstellen, die unterschiedliche Gruppen von Kindern auf ganz unterschiedliche Weise ansprechen: *Disneys Art Attack*, *WOW Die Entdeckerzone* und *Blue's Clues – Blau und schlau*.

Disneys Art Attack

Jeder kann ein großer Künstler sein. Unter diesem Motto brennt *Art Attack* ein wahres Feuerwerk guter Ideen ab. Die Ideen sollen die Kinder dazu anregen, ihrer eigenen Kreativität freien Lauf zu lassen. *Disneys Art Attack* läuft seit 1998 bei Super RTL und ist eine der erfolgreichsten Sendungen, die Kinder zu kreativen Aktivitäten anregen. Ein Kindermarktanteil von bis zu 55 % und eine Reichweite von bis zu 530.000 Kindern sind auch für unsere Verhältnisse erstaunlich. Die große Zahl erwachsener Zuschauer belegt, dass gut gemachtes Kinderfernsehen auch massenattraktiv sein kann.

Doch warum zieht *Disneys Art Attack* über eine Million Zuschauer mit Basteltipps und Anregungen zu künstlerischer Aktivität in seinen Bann? Meiner Meinung nach liegt es daran, dass *Disneys Art Attack* genau das Gegenteil dessen ist, was man sich

unter einer biederen, klassischen »Bastelendung« vorstellt: *Art Attack* lebt vom »Stauneffekt«. Das beginnt schon mit dem Titel, der auf geniale Weise Kunst und »Action« in Verbindung setzt. Daher haben wir beschlossen, ihn nicht ins Deutsche zu übersetzen, um den Wortsinn zu erhalten.

Es geht weiter mit der tollen Studiodekoration, die aus riesigen bunten Stiften, Farben, Paletten, Werkzeugen und Pinseln besteht. Das löst beim Zuschauer Interesse und Begeisterung aus und trägt einer wichtigen didaktischen Forderung Rechnung: Die Lernumgebung muss anregen. In jeder Folge wird aus Kleidung, Geldscheinen, Büchern und anderen alltäglichen Gegenständen ein überdimensionales Fantasiebild gestaltet. Während das Bild entsteht, ist der



Disneys Art Attack

Zuschauer zum Mitraten eingeladen: Was wird das Bild wohl darstellen? Bemerkenswert finde ich, dass nicht die uns hinlänglich bekannten Maikäfer aus Käseschachteln oder Giraffen aus Kastanien gebastelt werden. Auf genial einfache Weise entsteht aus Gegenständen des Alltags – aus Waschpulver, Laub oder alten Zeitungen – ein Kunstwerk, von dem keiner der Zuschauer am Anfang glauben würde, dass er es selbst zustande bringen könnte.

Kinder ohne Fantasie gibt es nicht – sie muss nur gefördert werden. *Disneys Art Attack* hilft Kindern, ungeahnte kreative Energien freizusetzen und die »Ich-kann-das-nicht«-Blockade zu überwinden. Die Sendung hat die richtige Mischung aus rasanter Unterhaltung und Humor. Die Nachmachteile sind verständlich und für die Kinder gut nachvollziehbar, das zum Verständnis Notwendige wird wiederholt, ohne langweilig zu werden. *Art Attack* ist spannend und interessant – sowohl für die Kinder, die nur zuschauen, als auch für die, die gleich mitmachen. Und wenn wir den privaten Feldversuchen und den zahlreichen Zuschauerreaktionen glauben dürfen, sind die kreativ Tätigen deutlich in der Mehrheit.

WOW Die Entdeckerzone

Die Koproduktion *WOW Die Entdeckerzone* ist das einzige Versuchs-Magazin im deutschen Fernsehen, bei dem Kinder die wissenschaftlichen Entdeckungen selbst machen. Seit April 2004 bei Super RTL im Programm, erreicht die Sendung Kinder-Marktanteile von bis zu 37% – ein beeindruckendes Zuschauerinteresse für eine Informationssendung. Leitidee des *WOW*-Konzepts ist die an der Alltagswelt der Kinder orientierte, schrittweise Heranführung an die Wissensthemen. Bei *WOW* sind Kinder die Hauptakteure. In unterhaltsamen Einspielfilmen entdecken sie, welche physikalischen, chemi-



WOW Die Entdeckerzone

schen oder biologischen Phänomene sich hinter alltäglichen Erlebnissen verbergen. Sie werden neugierig und fangen an zu experimentieren:

- Warum verändert sich der Motorenklang eines vorbeifahrenden Autos? Kinder ahmen das Phänomen nach, schleudern eine piepsende Stoppuhr an einer Kordel umher und *WOW* erklärt den Dopplereffekt.
- Ein Junge wirft ein rohes Ei zu Boden. Wie kann man verhindern, dass rohe Eier so leicht zerbrechen? Die Kinder legen selbst ein Ei in Essig ein. Die zerbrechliche Eierschale wird elastisch.
- Ein Mädchen füllt Zucker in ein randvolles Glas mit Wasser. Warum läuft das Glas nicht über? Die Kinder lernen, dass sich der Zucker in den molekularen Lücken im Wasser »verkriecht«.

Dabei bleiben die Kinder in ihrem alltäglichen Umfeld und experimentieren mit gewöhnlichen Haushaltsgegenständen. Manchmal sind sie von ihren kleinen Geschwistern genervt und müssen eigentlich noch Hausaufgaben erledigen. Um auch Experimente in der Hitze und im Schnee machen zu können, zeigt *WOW* Kinder, die in Südafrika und in Alaska zu Hause sind.

Weil die wissenschaftlichen Informationen den Zuschauern nicht vorge-setzt, sondern aus der Kinderwelt heraus entwickelt werden, kann die Sendung auch komplizierte Zusammenhänge erklären. Denn weil die Kinder nachvollziehen können, wozu sie das Wissen gebrauchen können, und Lust haben, Hintergründe zu erfahren, bleiben sie gedanklich am

Ball – das Konzept von *WOW* schürt und befriedigt die natürliche Neugier der Kinder. Um die Zuschauer über eine halbe Stunde lang für die Themen zu begeistern, zeigt *WOW* in jeder Ausgabe eine breite Themenvielfalt. Dadurch ist für alle etwas dabei: für Jungen und Mädchen, für die Kleinen und die Älteren. In jeder Sendung werden rund zehn Experimente präsentiert.

Die Sendung bietet Zeit zum Rekapitulieren und Einprägen. Die einzelnen Beiträge, in denen die Kinder agieren, werden von Nina Moghadam und Marcus Werner moderiert. Die Moderationen erfüllen verschiedene Funktionen:

- Komplizierte Inhalte werden wiederholt: »Also, was brauchen wir für dieses Experiment? Einen Eimer, eine kleine Plastikschale, eine Plastikfolie, Kieselsteine und Wasser.« Einige Experimente werden im Studio noch einmal vorgeführt.
- Einzelne Themen werden von den Moderatoren vertieft: »Jetzt wissen wir, wie wir mit unserer Zunge schmecken. Aber ohne unsere Nase macht Schmecken keinen Spaß. Passt mal auf ...«
- Die wissenschaftlichen Hintergründe werden von Erwachsenen (aus dem Off oder im Studio) kompetent erläutert. Die agierenden Kinder bleiben davon frei und müssen ihren gleichaltrigen Zuschauern nicht als neunmalklugen Überflieger entgegentreten.
- Die Moderatoren bieten den Zuschauern eine Identifikationsfigur, sprechen die Kinder direkt und mit Humor an. Sie stellen sich Fragen, die sich den Zuschauern aufdrängen, und motivieren dazu, die Experimente zu Hause auszuprobieren.

WOW Die Entdeckerzone bietet den Kindern die Möglichkeit, so zu lernen, wie es ihnen am leichtesten fällt: Die Sendung wirft Fragen auf, die neugierig machen, und beantwortet sie kompetent. Da die Kinder selbst die Experimente durchführen, sehen



Blue's Clues – Blau und schlau

die Zuschauer, dass die Phänomene gut nachahmbar sind. Denn die Agierenden sind dem jungen Publikum intellektuell nicht überlegen.

Blue's Clues – Blau und schlau

Mit unserem Vorschulblock *TOGGOLINO* werden wir speziell den Bedürfnissen der jüngsten Fernsehzuschauer gerecht – mit fantasievollen Sendungen, die Kinder behutsam an das Medium Fernsehen heranzuführen.

2003 haben wir mit *Blue's Clues – Blau und schlau* ein völlig neues Vorschulformat in Deutschland eingeführt: innovativ, interaktiv und konsequent, was das pädagogisch sinnvolle Prinzip der Wiederholung angeht. Die Serie läuft mittlerweile in über 60 Ländern und wird allein in den USA von über vier Millionen kleinen Zuschauern pro Woche gesehen. In Deutschland erreichen wir mit *Blue's Clues* im Durchschnitt fast 50% Marktanteil bei den 3- bis 13-jährigen Zuschauern.

Kleine Kinder lieben Wiederholungen. Auf diese Erkenntnis setzt *Blue's Clues*, eine Serie, die bereits zahlreiche wichtige Preise gewann – unter anderen den *Prix Jeunesse Award* und zweimal den *Television Critics' Award for Outstanding Children's Show*.

mit seinem kleinen Hund Blue spielt Steve das Spiel »Blau und schlau«: Blue hinterlässt auf jeweils drei Gegenständen einen blauen Pfotenabdruck. Steve muss – mithilfe seiner Freunde, zu denen auch die Kinder vor den Fernsehgeräten zählen – diese Hinweise finden, sie in sein Notizbuch zeichnen und herausfinden, was ihm Blue mit ihren ungewöhnlichen Botschaften sagen möchte. Die Vorzüge dieses interaktiven Ansatzes liegen auf der Hand: Wenn die Kinder zu Hause Steve dieselbe Lösung zurufen wie ihre unsichtbaren Altersgenossen, können sie stolz sein und sich bestätigt fühlen. Vor allen Dingen können sie dank der Wiederholungen Tag für Tag dazulernen. Denn jede Episode von *Blue's Clues* wird an den sechs folgenden Tagen wiederholt. Entwickelt wurde *Blue's Clues* von erfahrenen Pädagogen. Zehn Monate arbeiten sie an jeder Folge und sind erst zufrieden, wenn Blues neuestes Abenteuer den Anforderungen von Pädagogen und Eltern genügt und den Test vor Vorschulkindern besteht. Sie haben eine Serie geschaffen, bei der Kinder sich wohl und aufgenommen fühlen – und in der sie jede Menge lernen. Studien brachten Erstaunliches ans Tageslicht: Bei verschiedenen Tests schnitten *Blue's Clues*-Fans nach nur einem Monat regelmäßigen Zuschauens und Mitratens deutlich besser ab als Kinder, die die Serie nicht sahen.

Gastgeber der innovativen Vorschulsendung ist Steve. Um ihn herum wurde eine Welt kreiert, die Kinder an ihr eigenes Zuhause erinnert und ihnen gleichzeitig genug Überraschungen bietet, um aufregend zu bleiben und ihre Fantasie anzuregen. Gemeinsam

Was lernen die Kinder bei *Blue's Clues*? Wenn sie versuchen herauszufinden, was Blue mit ihren Pfotenabdrücken sagen will, schulen sie ihre Fähigkeit, logisch zu denken, rasch zu kombinieren und Probleme zu lösen. Was ergeben ein Vogel und ein Haus? Richtig, ein Vogelhaus. Wie heißt der Raum, in dem sich normalerweise die Löffel befinden? Genau, Küche. Und dahin muss Steve dann auch direkt gehen, um Blues nächsten Hinweis zu finden.

Daneben lernen die Kinder zahlreiche andere Dinge, die fürs Leben wichtig sind. Tickety Tack und Freunde sorgen in einer Folge beispielsweise dafür, dass die Kleinen in gut 20 Minuten ziemlich viel über die Zeit erfahren. In einer anderen Episode lernt das wissbegierige Publikum, welche Gewürze in ein Essen kommen. Dank *Blue's Clues* wird spielend leicht gelernt – zum Beispiel zählen, malen oder Gegenstände zuordnen. Darüber hinaus fördert *Blue's Clues* die soziale Kompetenz der Zuschauer und vermittelt Werte wie Freundschaft, Teamarbeit und Hilfsbereitschaft. Blue ist traurig – was können wir machen, um sie wieder aufzumuntern? Steve spielt »Blau und schlau« – nur durch Teamarbeit können wir sämtliche Rätsel gemeinsam lösen!

Disneys Art Attack, *WOW Die Entdeckerzone* und *Blue's Clues – Blau und schlau* – drei Sendungen, die mit ganz unterschiedlichen Konzepten Kinder verschiedener Altersklassen begeistern und zum Mitmachen auffordern. Der Erfolg zeigt, dass auch das Fernsehen ein Ausgangspunkt zum aktiven Lernen sein kann – und trotzdem Spaß macht. ■

DIE AUTORIN

Susanne Schosser ist Programmdirektorin bei Super RTL, Köln.