

Gerlinde Schumacher

Fernsehsendungen mit Wissenswertem für Kinder

Ein Überblick über Angebot und Nutzung von Wissenssendungen für Kinder

Kinder suchen im Fernsehen nach Informationen über Freundschaft, Musik, Schule, Tiere und vieles mehr. Denn Wissen zu erwerben ist eine der wichtigsten Motivationen von Kindern fernzusehen.

Kinder haben ein grundlegendes Bedürfnis, neues Wissen zu erwerben und zu lernen, wie die Welt funktioniert. Dieses Bedürfnis tragen sie auch an das Fernsehen heran. Wissenserweiterung ist nach Spannung und Spaß das dritt-wichtigste Motiv für Kinder fernzusehen, wie die aktuelle Studie »Kinder und Medien« von ARD, ZDF und dem KI.KA jetzt nachweist.¹ So erwarten 80 % der 6- bis 13-Jährigen, vom Fernsehen auch mal Dinge erklärt zu bekommen, die sie noch nicht wissen. Außerdem möchten 66 % der Kinder durch das Fernsehen erfahren, was sonst so in der Welt passiert. Letzteres nimmt mit dem Alter der Kinder zu und hängt mit der stärkeren Orientierung der Jüngeren auf ihren Nahbereich und der allmählichen Öffnung für die Außenwelt mit dem Älterwerden zusammen.

Für welche Themen interessieren sich Kinder?

Über diese Frage gibt die Studie »KIM 2003« Aufschluss, die als repräsentative Befragung von 6- bis 13-jährigen Kindern durchgeführt wur-

de.² Das Thema »Freunde/Freundschaft« hat für die 6- bis 13-Jährigen mit Abstand die größte Bedeutung: 97 % sind daran »sehr interessiert« oder »interessiert«. Mehr als 60 % bringen ihr Interesse für Musik, Schule, Tiere, Sport, Kino/Filme, Musikstars/Bands, Computerspiele und Mode zum Ausdruck. Am wenigsten interessieren sie sich für Themen wie Autos, Technik und Internet. Mädchen haben ein stärkeres Interesse an Themen wie Mode/Kleidung, Tiere, Musik und Musikstars sowie Bücher und das Lesen, während Jungen Themen wie Sport, Auto, Computerspiele, Computerzubehör, Technik und das Internet favorisieren.

Einen vertiefenden Einblick in die Themeninteressen der Kinder und die sie beschäftigenden grundlegenden Fragen bietet eine qualitative Untersuchung des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis zu Kindern und Wissenssendungen (Theunert u. Eggert 2001).³ Themen zur sozialen Umwelt stehen bei den Interessen der 52 befragten 7- bis 12-jährigen Kinder eindeutig im Vordergrund (48 %), es folgen Natur (30 %) und technische Verfahren (23 %). Für die Grundschul Kinder sind die Themen Krieg und Freundschaft wichtig, während sich 11- bis 12-Jährige vor allem mit Fragen zur Zukunft, zur Geschichte oder zur Dritten Welt beschäftigen. Mädchen und Grundschul Kinder haben ein größeres Interesse am Themenbereich Natur als Jungen und 11- bis 12-Jäh-

rige. Für Tiere interessieren sich fast ausschließlich die jüngeren Mädchen. Experimente stehen bei den technischen Verfahren bei allen Kindern an erster Stelle des Interesses. Technik und Computer begeistern dagegen vor allem die Jungen im Grundschulalter.

Kinder haben das Bedürfnis, die Welt zu verstehen und die eigene Position in der Welt und der Gesellschaft zu finden. Ihre zentralen Fragen lauten daher: »Was habe ich damit zu tun? Wie leben andere Menschen? Wieso handeln Menschen so?« Darüber hinaus wollen sie aber auch wissen, wie es zu bestimmten Ereignissen kommt, wie Dinge funktionieren oder wie sie selbst etwas anwenden können. Weitere grundlegende Fragen beziehen sich auf definitorisches Wissen und das Leben von Tieren.

Wo finden Kinder diese Themen?

Welche Fernsehsender befriedigen das Bedürfnis der Kinder nach neuem Wissen aus Sicht der Kinder und der Eltern am besten? Wie die Studie »Kinder und Medien 2003« zeigt, haben der KI.KA sowie ARD und ZDF sowohl bei den Kindern als auch bei den Eltern einen deutlichen Imagevorsprung in Bezug auf die Wissensvermittlung vor den kommerziellen Fernsehsendern. So stimmen 53 % der 6- bis 13-jährigen Kinder der Aussage zu: »Beim KI.KA kann

ich auch was lernen und bekomme gute Tipps«. Auf einem ähnlich hohen Niveau bescheinigen sie auch ARD (48 %) und ZDF (44 %), zum Lernen beizutragen, während nicht einmal jedes dritte Kind glaubt, dass dies auf RTL (30 %) oder Super RTL (28 %) zutrifft.

Bei den Eltern ist der Imagevorsprung der öffentlich-rechtlichen Kinderprogramme, was die Wissenserweiterung anbetrifft, stark ausgeprägt. So schreiben 62 % der Eltern 6- bis 13-jähriger Schulkinder und 72 % der Eltern 2- bis 5-jähriger Vorschulkinder dem KI.KA zu, dass Kinder dort etwas lernen können. Außerdem vertreten zwei Drittel bzw. drei Viertel der Eltern die Auffassung, dass die beim KI.KA ausgestrahlten Sendungen »gut und für Kinder verständlich erklären«. Dies trifft ihrer Meinung nach auch in hohem Maße auf die Kinderprogramme von ARD und ZDF zu. Im Gegensatz dazu weisen sie den Kinderprogrammen der kommerziellen Anbieter in diesen Bereichen sehr geringe Kompetenzen zu. Entspricht das positive Image der öffentlich-rechtlichen Sender hinsichtlich der Wissensvermittlung für Kinder auch dem tatsächlichen Angebot? In der Tat sind Sendungen mit Wissenswertem für Kinder fast ausschließlich eine Domäne der öffentlich-rechtlichen Sender, allen voran des KI.KA, aber auch von ZDF und ARD sowie der Dritten Programme der ARD.⁴ Besonders der KI.KA zeichnet sich durch ein umfangreiches und vielfältiges Angebot an Wissensformaten für Kinder aus. Er



Ratte Marvi präsentiert seine *National Geographic World*

strahlte in den ersten vier Monaten des Jahres 2004 über 20 verschiedene Titel von Reihen und Magazinen aus. Viele dieser Formate sind von verschiedenen ARD-Rundfunkanstalten und vom ZDF entwickelt und z. T. auch in deren Programmen, im Ersten und im ZDF ausgestrahlt worden. Sie umfassen ein breites Spektrum an Themen, unterscheiden sich stark in der Machart und sprechen unterschiedliche Zielgruppen an.

Da sind zunächst die allseits bekannten Klassiker, *Die Sendung mit der Maus* für Fernsehanfänger, zeitgleich im KI.KA und in der ARD ausgestrahlt, sowie *Löwenzahn* mit Peter Lustig mit Themen zu Natur, Technik und Umwelt, zusätzlich im ZDF am Samstag- und Sonntagvormittag gesendet, zu nennen. Daneben gibt es Formate, die seit vielen Jahren laufen und immer weiter entwickelt wurden, wie z.B. das monothematische Informationsmagazin *PuR* und *Anja & Anton* – beides ZDF-Formate. *PuR* bietet ein breit gefächertes Angebot zu Themen der sozialen Umwelt, wie z.B. Gewalt an der Schule, Pubertät, Armut in Deutschland, aber auch zum Klima. Bei *Anja & Anton* werden durch Geschichten Informationen über Natur und Umwelt vermittelt.

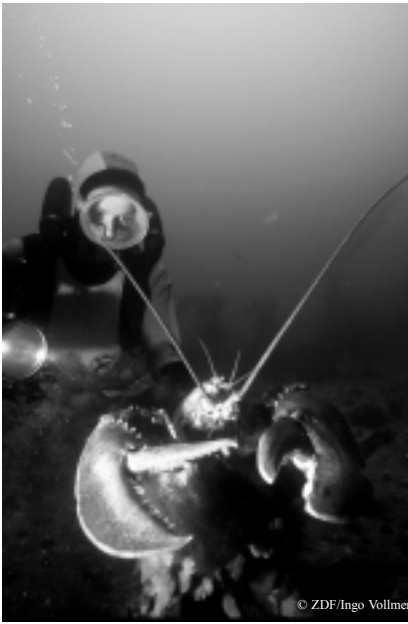
Hinzu kommen neue, erst in den letzten Jahren hervorgebrachte Magazine wie *Wissen macht Ah!* (vom WDR), humorvoll moderiert von Shary Reeves und Ralph Caspers, das auf der Tradition der *Sendung mit der Maus* fußt und deren Prinzip weiterentwickelte, sowie das Reportageformat *Willi wills wissen* (vom BR), in dem der neugierige Reporter Willi sich aufmacht, um Berufe wie Stuntman, Orte wie einen Flughafen und Abläufe wie z.B. den Weg einer Postkarte zu erkunden.

Ein neues Genre kreierte der KI.KA mit dem Doku-Magazin *Fortsetzung folgt*. Zusammengesetzt aus einem Live-Magazin am Samstag und einer 30-minütigen Dokumentation am Sonntag widmet sich der KI.KA hier einem bisher vernachlässigten Genre für Kinder. Auch *Stark! Kinder erzählen ihre Geschichte* ist eine vom ZDF stammende Dokumentationsreihe, in der in 15-minütigen Porträts Kinder gezeigt werden, die eine besondere Herausforderung in ihrem Leben meistern.

Für viele verschiedene Interessen hatte der KI.KA das entsprechende Angebot, so für Medieninteressierte die *Trick Boxx*, für Sportinteressierte das Sportmagazin *Limit* (vom ZDF), für



OLI's Wilde Welt: Edgar Marcus Thomas und Löwe OLI



Abenteuer unter Wasser: Anita beobachtet „ihren“ Hummer.

Tierliebhaber das Tiermagazin *OLI's Wilde Welt* (vom SWR) sowie die Tierfilmserie *Hubert und die wilden Tiere* (vom ZDF) und für Kinder, die gerne lesen, das Büchermagazin *quergelesen* (RBB). An die älteren Kinder und Jugendlichen richtet sich das Aufklärungsmagazin *Dr. Mag love* (vom ZDF) mit Themen wie Liebe, Freundschaft und Pubertät. Die an Natur und Tieren Interessierten kommen außerdem bei *Marvi Hämmer* präsentiert *National Geographic World* und *Abenteuer unter Wasser* (beide vom ZDF) mit den Tauchexpeditionen von Volker Arzt auf ihre Kosten, und sie können bei *Marvi Hämmer* zusätzlich ein bisschen Englisch lernen.

Ergänzt wird dieses Angebot des KI.KA durch die Kindernachrichtensendung *logo!*, die mit zwei Ausgaben pro Tag – werktäglich vom ZDF produziert und im KI.KA ausgestrahlt – ein wichtiges Regelangebot des KI.KA im Informationsbereich darstellt. *logo!*, montags bis freitags um 16.50 Uhr und montags bis donnerstags um 19.50 Uhr gesendet, sind tagesaktuelle Nachrichten für Kinder, die zugleich Hintergrundwissen liefern, aktuelle Ereignisse einordnen oder die Vorgeschichte erklären.

Nicht zu den Wissenssendungen zählen Magazine für Vorschulkinder wie die *Sesamstraße* (vom NDR) und *Pumuckl TV* (vom BR), die Vorschulkindern dennoch altersgemäß Wissenswertes vermitteln. Wer Spaß an Quiz hat, wird bei den Rateshows *1, 2 oder 3* und *Ifach Super!* (beide vom ZDF) fündig und kann nebenbei sein Wissen erweitern.

Neben *Löwenzahn* wurden in den ersten vier Monaten 2004 viele der vom ZDF stammenden und im KI.KA gesendeten Formate mit Wissenswertem auch im Rahmen des ZDF-Kinderprogramms am Samstag- und Sonntagvormittag ausgestrahlt, so *PuR*, *Limit*, *1, 2 oder 3*, *Ifach Super!*, *Abenteuer unter Wasser* und die Einzelsendung *logo! extra* mit dem Titel *Mission Europa*, die den Kindern das Thema EU-Erweiterung näher bringen möchte. Außerdem zeigte das ZDF die Zeichentrickserie *Albert auf Entdeckungsreise*, in der Albert den Kindern die Evolution erklärt, und das Magazin *Die Hoobs* für Vorschulkinder. Zusätzlich wurde *Die Welt in der Wanne* angeboten, eine weitere neue Sendereihe mit Volker Arzt, in der er u. a. mit Experimenten im Badezimmer technische, physikalische, biologische und medizinische Vorgänge verdeutlicht. Seit Anfang April 2004 gibt es im ZDF wieder die Kindernachrichtensendung *logo!* am Samstagvormittag. Neben den tagesaktuellen Nachrichten setzt *logo! – Nachrichten rund um die Welt* in jeder Sendung einen Schwerpunkt, der das Thema der Woche behandelt.

Ähnlich ist die Situation bei der ARD, insofern als nicht nur *Die Sendung*



Dr. Mag love: Moderatorin Béatrice Jean-Philippe (links) und Beraterin Banu Gökceoglu



Jule Gölsdorf moderiert logo!

mit der Maus, sondern auch *Wissen macht Ah!*, *Willi wills wissen*, *Sesamstraße* und *Pumuckl TV* sowohl im KI.KA als auch im Ersten am Wochenende ausgestrahlt wurden. Hinzu kommen Sendungen, die von der ARD, nicht aber vom KI.KA angeboten wurden, so die Tier-Dokumentationsreihe *Felix und die wilden Tiere*, das neue Tiermagazin *Tier hoch vier* und die Zeichentrickserien *Es war einmal ... das Leben* sowie *Es war einmal ... die Entdeckung der Welt*. Seit April 2004 zeigt die ARD außerdem am Samstagvormittag das neue Magazin *neuneinhalb*, das jeweils ein »Thema der Woche«, das in den Nachrichtensendungen *Tageschau* und *Tagesthemen* wichtig war, für Kinder verständlich erklärt.

Mit Ausnahme von Super RTL bieten die kommerziellen Fernsehsender keine Wissensformate speziell für Kinder an. Super RTL hat in den letzten drei Jahren sein Angebot an Sendungen dieses Genres etwas erweitert, es ist aber im Vergleich zu dem des KI.KA heute immer noch sehr spärlich. Es bestand in den ersten vier Monaten 2004 aus dem Mitmachmagazin *Art Attack*, dem Vorschulkindermagazin *Blue's Clues – Blau und schlau* und *WOW Die Entdeckungszone*, dem im April gestarteten Versuche-Magazin, das Kindern vermitteln will, dass Wissenschaft richtig Spaß machen kann. Außerdem ist die Rateshow *Q-Boot* zu nennen, bei der Kinder neben dem Spaßhaben auch etwas lernen können.

Formate mit Wissenswertem für Kinder werden überwiegend am Wochenende ausgestrahlt. Bei ARD und ZDF



Die Hoobs: Iver, Tula und Groove

ergibt sich dies zwangsläufig dadurch, dass sich ihr Kinderprogrammangebot mit Ausnahme von Feiertagen auf den Samstag- und Sonntagvormittag beschränkt. Aber auch beim KI.KA und bei Super RTL ist diese Angebotskonzentration festzustellen. So hatte Super RTL *WOW Die Entdeckerzone*, *Q-Boot – das Quiz* und die Hälfte seiner *Art-Attack*-Sendungen am Wochenende im Programm. Einzig *Blue's Clues – Blau und schlau* wurde durchgängig montags bis sonntags um 8.30 Uhr gesendet. Beim KI.KA wurden zwei explizite Wissensformate unter der Woche ausgestrahlt: *Wissen macht Ah!* montags bis donnerstags um 19.25 Uhr und die Wiederholung der *Sendung mit der Maus* am Montag um 12.30 Uhr. Ergänzt wurde dieses Angebot des KI.KA durch die nachmittags und abends gesendeten Kindernachrichten *logo!*. Für Vorschulkinder wurde werktags die *Sesamstraße* um 8.00 Uhr angeboten, die gegen 12.30 Uhr wiederholt wurde, und für ältere Kinder gab es an aufeinander folgenden Werktagenachmittagen vier Folgen der Rateshow der Superlative *Ifach Super!*. Alle übrigen Titel, wie z. B. *PuR*, *Willi wills wissen*, *Anja & Anton*, *Löwenzahn*, *OLI's Wilde Welt*, *Marvi Hämmer präsentiert National Geographic World*, *Limit*, *Fortset-*

zung folgt oder die *Trick Boxx* waren auf den Samstag und Sonntag konzentriert. An Werktagenachmittagen ist das Angebot an Wissenssendungen für Kinder weitgehend beschränkt auf

das WDR-Fernsehen und das Bayerische Fernsehen, die Formate wie *Wissen macht Ah!*, *Willi wills wissen* oder *Felix und die wilden Tiere* ausstrahlen.

Wie Wissensformate genutzt werden

Zu den erfolgreichsten Wissensformaten der öffentlich-rechtlichen Sender ARD, ZDF und KI.KA gehören die Klassiker *Löwenzahn* mit durchschnittlich 0,22 Mio. 3- bis 13-jährigen Zuschauern bei 23,3 % Marktanteil (MA) sonntags beim ZDF – und 0,15 Mio. in der Wiederholung am Sonntagnachmittag beim KI.KA (18,3 % MA) – sowie *Die Sendung mit der Maus* mit 0,26 Mio. Kindern bei 22,4 % MA im Ersten.⁵ Hier kommen 0,29 Mio. Kinder hinzu, die das Format beim KI.KA auf

Tabelle 1: KI.KA-Sendungen mit Wissenswertem für Kinder 1.1.–30.4.2004

Titel	Anzahl Sendungen	Kinder 3–13 Jahre	
		Mio.	Marktanteil in %
werktags			
<i>Familie Superschlau</i> Mo-Fr, 07.25 Uhr	7	0,10	30,2
<i>Familie Superschlau</i> Mo-Fr, 10.25 Uhr	30	0,04	21,0
<i>Sesamstraße</i> Mo-Sa, 08.00 Uhr	103	0,09	22,2
<i>Sesamstraße</i> Di-Fr, 12.25/12.35 Uhr	67	0,07	14,8
<i>Die Sendung mit der Maus</i> Mo, 12.30 Uhr	16	0,08	17,0
<i>Ifach Super!</i> Di-Fr, 15.10 Uhr	4	0,04	7,0
<i>Wissen macht Ah!</i> Mo-Do, 19.25 Uhr	67	0,26	15,1
<i>logo!</i> Mo-Fr, 16.50 Uhr	84	0,09	12,3
<i>logo!</i> Mo-Do, 19.50 Uhr	67	0,16	9,2
Samstag			
<i>Hubert und die wilden Tiere</i> , 06.30 Uhr	15	0,04	22,0
<i>Pumuckl TV</i> , 07.00 Uhr	17	0,08	18,9
<i>Abenteuer unter Wasser</i> , 10.00 Uhr	4	0,12	15,0
<i>Fortsetzung folgt – Das Doku-Mag</i> , 10.00 Uhr	12	0,12	14,3
<i>Trick Boxx</i> , 10.50 Uhr	17	0,06	8,9
<i>Limit</i> , 12.30 Uhr	8	0,07	9,8
<i>OLI's Wilde Welt</i> , 14.00 Uhr	17	0,13	18,3
<i>1, 2 oder 3</i> , 16.55 Uhr	17	0,13	16,9
Sonntag			
<i>Willi wills wissen</i> , 08.00 Uhr	17	0,13	19,7
<i>Kleine Geschichten von wilden Tieren</i> , 08.25 Uhr	16	0,12	15,4
<i>Anja & Anton</i> , 09.35 Uhr	17	0,17	17,7
<i>logo! extra Mission Europa</i> Wdh So, 2.5.04, 10.00 Uhr	1	0,10	12,2
<i>PuR</i> , 10.00 Uhr	17	0,15	16,8
<i>Stark! Kinder erzählen ihre Geschichte</i> , 11.15 Uhr	5	0,09	10,0
<i>Die Sendung mit der Maus</i> , 11.30 Uhr	17	0,29	26,0
<i>Trick Boxx</i> , 13.10 Uhr	4	0,13	14,8
<i>Fortsetzung folgt – Die Dokumentation</i> , 13.30 Uhr	16	0,12	13,9
<i>Löwenzahn</i> , 15.00 Uhr	17	0,15	18,3
<i>Marvi Hämmer präsentiert National Geographic World</i> , 19.00 Uhr	8	0,24	15,8
<i>Dr. Mag love</i> , 20.05 Uhr	5	0,05	3,5
<i>quergelesen – Das Magazin für Bücher</i> , 4.4. 20.05 Uhr	1	0,07	4,5

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, Pc#TV Aktuell. Fernsehpanel (D), Kabel- und Satellitenhaushalte

Tabelle 2: ZDF-Sendungen mit Wissenswertem für Kinder 1.1.–30.4.2004

Titel	Anzahl Sendungen	Kinder 3–13 Jahre	
		Mio.	Marktanteil in %
Samstag			
<i>Die Hoobs</i> , 07.15 Uhr	34	0,02	7,0
<i>Albert auf Entdeckungstour</i> , 07.50 Uhr	12	0,08	11,4
<i>1, 2 oder 3</i> , 08.30 Uhr	14	0,13	12,4
<i>logo! – Nachrichten rund um die Welt</i> , 08.55 Uhr	4	0,10	10,2
<i>Löwenzahn</i> , 11.10 Uhr	11	0,11	15,7
<i>PuR</i> , 11.30 Uhr	11	0,10	13,8
<i>logo! extra Mission Europa</i> , 1.5.04 11.35 Uhr	1	0,12	14,6
<i>Limit</i> , 12.00 Uhr	8	0,07	9,7
Sonntag			
<i>Die Welt in der Wanne</i> , 08.30 Uhr	11	0,10	10,5
<i>Abenteuer unter Wasser</i> , 8.30 Uhr	3	0,06	8,7
<i>Ifach Super!</i> , 08.30 Uhr	13	0,11	12,2
<i>Löwenzahn</i> , 11.10 Uhr	8	0,22	23,2

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, Pc#TV Aktuell. Fernsehpanel (D), alle Fernsehhaushalte

demselben Sendeplatz sehen (26,0 % MA). Aber die anderen Wissenssendungen fanden durchaus auch den Zuspruch der Kinder. So erreichten *PuR* beim ZDF und *Wissen macht Ah!* bei der ARD trotz des enormen Wettbewerbsdrucks am Samstagvormittag eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 0,10 bzw. 0,13 Mio. Kindern. Generell konnten sich viele der von den ARD-Landesrundfunkanstalten und dem ZDF stammenden Wissensformate inzwischen im KI.KA besser gegen die Konkurrenz behaupten und

hatten dort ein größeres Kinderpublikum als bei der Ausstrahlung im Ersten und im ZDF. Das gilt neben der *Sendung mit der Maus* z. B. für *PuR*, *Willi wills wissen*, *Wissen macht Ah!* und *Anja & Anton*. Hier kommt zum Ausdruck, dass der KI.KA heute stark im Bewusstsein der Kinder verankert ist und sie sich auf der Suche nach einer sie interessierenden Sendung vorrangig an den KI.KA wenden, der ihnen ganztägig und verlässlich Programme anbietet, während die ARD- und ZDF-Kinderprogramme auf die Vormittage am Wochenende beschränkt sind und öfters wegen Sportübertragungen oder der Berichterstattung über aktuelle Ereignisse ausfallen.

Beim KI.KA haben nach der *Sendung mit der Maus* die am Abend ab 19 Uhr platzierten Formate *Wissen macht Ah!* (0,26 Mio.) und *Marvi Hämmer präsentiert ...* (0,24 Mio.) die meisten 3- bis 13-jährigen Zuschauer (s. Tabelle 1). Es folgen in der Rangskala der KI.KA-Formate mit der höchsten Kinder-Sehbeteiligung *Anja & Anton* (0,17 Mio.), *PuR* – beide am Sonntagvormittag platziert – und *Löwenzahn* am Sonntagnachmittag (je 0,15 Mio.). *Willi wills wissen* erreichte am Sonntag um 8 Uhr mit 0,13 Mio. Kindern zwar ein etwas kleineres Publikum, konnte sich aber mit einem höheren Marktanteil von 19,7 % besser gegen die Konkurrenz durchsetzen.

Die im KI.KA nachmittags ausgestrahlten Kindernachrichten *logo!* sahen 90.000 Kinder bei einem Marktanteil von 12,3 %. Die Abendausgabe hatte mit 160.000 Kindern deutlich mehr 3- bis 13-jährige Zuschauer bei einem niedrigeren Marktanteil von 9,2 %.

Zu den erfolgreichsten Wissensformaten des ZDF gehören – neben dem meistgesehenen Programm *Löwenzahn – PuR* und *Die Welt in der Wanne* mit je 0,10 Mio. Kindern als Zuschauer bei Marktanteilen von 13,8 und 10,5 % (s. Tabelle 2). Die Quiz-Sendungen *1, 2 oder 3* sowie *Ifach Super!* erzielten ebenfalls hohe Sehbeteiligungen von 0,13 bzw. 0,11 Mio. Kindern. Die ARD hatte außer mit der *Sendung mit der Maus* besonders mit *Wissen macht Ah!* (0,13 Mio., 15,2 % MA) und *Pumuckl TV* (0,10 Mio., 13,5 % MA) bei Kindern Erfolg (s. Tabelle 3).

Der Marktführer Super RTL im deutschen Kinderfernsehmarkt war mit seinen Formaten mit Wissenswertem für Kinder sehr erfolgreich (s. Tabelle 4). Das größte Kinderpublikum erreichte *Art Attack* samstags und sonntags um 17.30 Uhr mit durchschnittlich 0,35 Mio. 3- bis 13-jähriger Kinder bei einem Marktanteil von 35,9 %. Sehr gute Einschaltergebnisse erzielte auch *Blue's Clues – Blau und schlau* mit 0,16 Mio. Kindern am Vormittag. Das im betrachteten Zeitraum erst viermal ausgestrahlte Versuche-Magazin *WOW Die Entdeckersonne* kam am Samstagnachmittag auf eine Sehbeteiligung von 0,18 Mio. Kindern und sonntags in der Wiederholung sahen es trotz der zeitgleichen Ausstrahlung der *Sendung mit der Maus* im KI.KA und im Ersten immerhin 0,23 Mio. Kinder.

Fazit

Kinder haben einen großen Wissensdurst und sind an einer enormen Bandbreite von Themen interessiert. Das Bedürfnis nach neuem Wissen



Andreas Korn im *Ifach Super!* Studio mit dem blauen und dem roten Team.

und Verstehen, wie die Welt funktioniert, tragen sie auch an das Fernsehen heran. Die Wissenserweiterung ist neben Spannung und Spaß eines der wichtigsten Motive für Kinder fernzusehen. Ihr Wissensdurst wird aus ihrer Sicht wie aus Sicht der Eltern in erster Linie durch den KI.KA, aber auch durch ARD und ZDF gestillt. In Bezug auf die Wissensvermittlung haben die öffentlich-rechtlichen Sender einen klaren Imagevorsprung vor den kommerziellen. Dem entspricht ein vielfältiges, umfangreiches Angebot an Wissenssendungen für Kinder insbesondere beim KI.KA, aber auch bei ARD und ZDF. Neben Klassikern wie *Löwenzahn* und *Die Sendung mit der Maus*, die nach wie vor zu den erfolgreichsten Angeboten der öffentlich-rechtlichen Sender gehören, wurde in den letzten Jahren viel investiert, um neue Formate zu entwickeln, wie z. B. *OLI's Wilde Welt*, *Fortsetzung folgt*, *Wissen macht Ah!*, *Willi wills wissen*, *Die Welt in der Wanne*, *Limit*, oder um Bewährtes zu optimieren. Als einziger kommerzieller Sender strahlt Super RTL in jüngster Zeit Wissensformate für Kinder aus, wobei das Angebot im Vergleich zu dem des KI.KA spärlich ist. Auffällig ist, dass sich das Angebot an Wissenssendungen für Kinder sehr stark auf das Wochenende konzentriert. Das gilt zwangsläufig für ARD und ZDF, deren Kinderprogramme fast aus-

Tabelle 3: ARD-Sendungen mit Wissenswertem für Kinder 1.1.–30.4.2004

Titel	Anzahl Sendungen	Kinder 3–13 Jahre	
		Mio.	Marktanteil in %
Samstag			
<i>Es war einmal ... das Leben</i> , 06.10 Uhr	3	0,01	25,2
<i>Es war einmal ... die Entdeckung unserer Welt</i> , 06.10 Uhr	11	0,01	21,7
<i>Wissen macht Ah!</i> , 08.00 Uhr	16	0,13	15,2
<i>Willi wills wissen</i> , 10.30 Uhr	10	0,07	8,5
<i>Felix und die wilden Tiere</i> , 10.30 Uhr (10.1.–28.2.)	4	0,05	6,5
<i>Felix und die wilden Tiere</i> , 14.00 Uhr (13.3.–24.4.)	7	0,03	4,8
<i>Kleine Geschichten von wilden Tieren</i> , 10.50 Uhr	7	0,05	7,3
<i>neuneinhalb</i> , 10.50 Uhr	3	0,03	5,0
<i>neuneinhalb</i> , 13.50 Uhr	2	0,03	5,5
Sonntag			
<i>Sesamstraße</i> , 06.30/07.00/07.30 Uhr	16	0,04	12,3
<i>Pumuckl TV</i> , 08.00 Uhr	12	0,10	13,5
<i>Tier hoch vier</i> , 11.05 Uhr	5	0,06	6,2
<i>Die Sendung mit der Maus</i> So/1×Fr, 08.30/09.30/11.30 Uhr (inkl. Spezial Fr, 9.4., 09.30 Uhr)	18	0,23	21,3
davon: <i>Die Sendung mit der Maus</i> , 11.30 Uhr	11	0,26	22,4

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, Pc#TV Aktuell. Fernsehpanel (D), alle Fernsehhaushalte

schließlich auf den Samstag- und Sonntagvormittag beschränkt sind, und bis auf wenige Ausnahmen auch für den KI.KA und Super RTL. ■

ANMERKUNGEN

- 1 *Kinder und Medien 2003. Durchgeführt im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission und des Kinderkanals von ARD und ZDF. Präsentation am 31.3.2004. Im Internet unter www.zdf.de unter der Rubrik »über das ZDF/Veröffentlichungen, Pressemitteilungen/Medienforschung« abrufbar.*
- 2 *Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM-Studie 2003. Kinder und Medien. Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Baden-Baden, 2003.*

- 3 *Theunert, Helga; Eggert, Susanne: Was wollen Kinder wissen? Angebot und Nachfrage auf dem Markt der Informationsprogramme. In: Schächter, Markus (Hrsg.): Reiche Kindheit aus zweiter Hand? Medienkinder zwischen Fernsehen und Internet. Medienpädagogische Tagung des ZDF 2000. München: KoPaed 2001, S. 47-62.*
- 4 *Der Überblick über das Angebot an Wissenssendungen und Kinderprogrammen mit Wissenswertem für Kinder erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit, sondern umfasst die wichtigsten Angebote von ARD, ZDF, KI.KA und Super RTL im Zeitraum vom 1.1. bis 30.4.2004..*
- 5 *Für den Zeitraum Januar bis April 2004 basieren die Daten der AGF/GfK-Fernsehforschung auf kontinuierlichen Angaben von 1.601 3- bis 13-Jährigen in bundesdeutschen Fernsehhaushalten, die 8,12 Mio. Kinder dieser Altersgruppe repräsentieren. Eine Ausnahme stellen die Daten für KI.KA-Sendungen dar, die sich auf Kinder in Kabel- und Satellitenhaushalten – das sind 97 % der Kinder in Fernsehhaushalten – beziehen, da der KI.KA auch nur in diesen Haushalten zu empfangen ist.*

Tabelle 4: Super RTL-Sendungen mit Wissenswertem für Kinder 1.1.–30.4.2004

Titel	Anzahl Sendungen	Kinder 3–13 Jahre	
		Mio.	Marktanteil in %
<i>Blue's Clues – Blau macht schlau</i> Mo-So, 08.30 Uhr	113	0,16	37,9
<i>Art Attack</i> Mo/Di, 14.45 Uhr	34	0,21	25,9
Samstag			
<i>WOW Die Entdeckerzone</i> , 16.45 Uhr	4	0,18	33,3
<i>Art Attack</i> , 17.30 Uhr	17	0,31	33,8
Sonntag			
<i>WOW Die Entdeckerzone</i> , 11.30 Uhr	4	0,23	21,6
<i>Art Attack</i> , 17.30 Uhr	17	0,38	37,7
<i>Q-Boot – Das Quiz</i> , 19.45 Uhr	4	0,27	18,2

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, Pc#TV Aktuell. Fernsehpanel (D), alle Fernsehhaushalte

DIE AUTORIN

Gerlinde Schumacher ist Mitarbeiterin der Abteilung Medienforschung beim Zweiten Deutschen Fernsehen in Mainz.