

Barbara Biermann

ZDF – 40 Jahre Wissen mit Spaß

Das Kinderfernsehen des ZDF kann auf eine erfolgreiche 40-jährige Geschichte zurückblicken. Die Programm-Marke *tivi* setzt dabei auf eine klare dramaturgische Linie, die ohne Effekthascherei und Brutalität Unterhaltung und Information schafft.

Als das ZDF am 1. April 1963 startete, setzte es bewusst auf das erwachsene Publikum mit renommierten Ratgebersendungen und erfolgreichen Unterhaltungsformaten. Erst 1965, vor 40 Jahren also, wurde eine Redaktion installiert, die Konzepte für jüngere Zuschauer entwickeln sollte. Und schon im Herbst 1965 ging die erste 13-teilige Jugendreihe *Der blaue Planet* mit Professor Haber (der später mit dem Prix Jeunesse ausgezeichnet wurde) auf Sendung. Ab dem 2. Januar 1966 war mit *Hallo Freunde* die erste eigenproduzierte Kinderserie im Programm, die bald durch *Flipper* und andere eingekaufte Sendungen ergänzt wurde.



»Ob ihr wirklich richtig steht, seht ihr, wenn das Licht angeht« – der Rateklassiker *1, 2 oder 3* feierte die 500. Sendung

Somit feiert nicht nur das IZI sein 40-jähriges Jubiläum. Auch das Kinder- und Jugendprogramm des ZDF blickt in diesem Jahr auf eine 40-jährige Geschichte zurück.

So begann das ZDF-Kinder- und Jugendprogramm, dessen Geschichte geprägt ist vom Spagat zwischen informativem Anspruch und attraktiver Unterhaltung, zwischen Intentionalität und Popularität, zwischen Qualität und Quote, den es auch nach 40 Jahren immer wieder neu auszubalancieren gilt.

Zu unseren bekanntesten Programmen gehören heute Sendereihen wie *Löwenzahn* und *PuR*, *Bibi Blocksberg*, *Pettersson und Findus* sowie die Lindgrenverfilmungen von *Pippi Langstrumpf* bis *Michel aus Lönneberga*. Nicht zu vergessen die Unterhaltungsformate *1, 2 oder 3*, *Tabaluga tivi* und natürlich *logo!* – nach wie vor die einzigen Kindernachrichten in Deutschland. Zum Teil gibt es diese anhaltend beliebten Dauerbrenner des deutschen Kinderfernsehens schon seit Jahrzehnten. Dabei haben die fiktionalen Programme ihren

Klassikerstatus durch all die Jahre und Generationen mit ununterbrochenem Zuschauerzuspruch unter Beweis gestellt. Die Wissens- und Unterhaltungsformate hingegen wurden durch stete Veränderung zu Meilensteinen ihres Genres. Mit konsequentem Blick auf die Zuschauer und de-

ren sich verändernde Sehgewohnheiten und Themenpräferenzen wurden sie immer wieder zeitgemäß erneuert. So sendet *1, 2 oder 3* z. B. seit Anfang 2005 in einer komplett renovierten Form. Studio, Sendungsdesign und Musik wurden überarbeitet, das populäre Spielprinzip blieb jedoch unangetastet. Mit dieser Modernisierung zur 500. Sendung präsentiert sich der ZDF-Unterhaltungsklassiker ganz auf der Höhe der Zeit. Wenn ab November 2005 das Mitspielen für die Zuschauer nicht nur per Videotext, sondern auch MHP-basiert im Regelbetrieb möglich sein wird, ist ein weiterer qualitativer Schritt in die Zukunft getan.

Kinder erwarten ein Programm, das ihnen Spaß macht

Unterhaltung, Lachen und Spiel sind wesentliche Elemente menschlicher Freiheit. Sie sind daher wichtige Strukturelemente des Fernsehprogramms im Allgemeinen, aber auch und gerade speziell des Programms für Kinder. Zum einen haben – natürlich! – auch Kinder ein Recht auf vernünftige Freizeit. Zum anderen aber sind für Kinder Rackern und Relaxen noch keine sich ausschließenden Gegensätze. Sie spielen nicht, um sich zu entspannen, sondern ihr Spiel ist ernste Lebensaneignung, die nicht mit der Zerstreung Erwachsener verwechselt werden darf. Kinder wollen es wissen! Deshalb gehören zum Spaß die Neugier und deren Befriedigung durch neues Wissen unbedingt dazu.

Es kommt nicht von ungefähr, dass



Die Crew von *Tabaluga tivi*: Butler James, Arktos, Tom Lehel, Häsin Happy, Moderatorin Simone Heppner und Tabaluga



Jeanette Biedermann (Mitte) besucht Moderatorenduo Nela Panghy-Lee und Sebastian Höffner in der *Fun Factory*

die Unterhaltungsformate im ZDF *tivi* auf eine lange und erfolgreiche Geschichte zurückblicken können. Von Anfang an galten hier die Standards attraktiver Wissensvermittlung durch lehrreiche Anregung, witzige Präsentation von Fakten und vergnüglich dargebotene Orientierung. Die moderne Hirnforschung bestätigt uns heute, dass es ohne emotionale Verankerung, effektsichere Verknüpfung und Spaß versprechende Verpackung nicht geht, um Lernerlebnisse mit nachhaltigem Wissen zu verknüpfen. Formate wie *1, 2 oder 3*, *Ifach Super!* oder das neue Kreativformat *Fun Factory* sind dieser Erkenntnis verpflichtet und der Erfolg der Programme bestätigt uns darin. Auch das preisgekrönte bilinguale Wissensmagazin *Marvi Hämmer präsentiert National Geographic World* verknüpft Englisch-Lernen mit Spaß, den Kinder dieses Alters leider schon oft zu verlieren drohen.

Kinder erwarten ein Programm, das sie informiert

Kinder sind wissbegierig – und zwar in alle Richtungen. Sie wollen Neues erfahren und sich vergleichen, sie suchen Erklärungen und Wege zum Verständnis, damit sie sich zurechtfinden in der Welt der Dinge und der Erwachsenen.

Als öffentlich-rechtliches Kinderfernsehen bedient ZDF *tivi* das Bedürfnis von Kindern nach altersgemäßer Information und Bildung. Zu den Klassikern des Infofernsehens gehört neben *Löwenzahn* auch *logo!*, die Nachrichtensendung für Kinder: Wo *Löwenzahn* durch die kindlich-neugierige Herangehensweise von Peter Lustig über den Weg von »trial and error« Zusammenhänge verdeutlicht, gewinnt *logo!* nicht nur Kinder, sondern auch viele Erwachsene durch seine enttheoretisierte Darstellung komplexer politischer Strukturen und Prozesse. Solche Formate müssen sensibel den Kontakt mit den jungen Zuschauern, ihren Bedürfnissen und Ansprüchen halten und sie gleichzeitig für Fragen der Zeit sensibilisieren. Nur wer versteht, kann sich eine Meinung bilden und Position beziehen. Nicht Meinung vorgeben, sondern Meinungsbildung ermöglichen ist die Richtschnur des Programms, um die jungen Zuschauer angemessen in ihrer Bildungsentwicklung zu begleiten.

Kinder erwarten ein Programm, das ihnen Geschichten erzählt

Die älteste und beständigste Form der Unterhaltung ist das Erzählen von Geschichten. Geschichten machen Erlebtes zum Beispiel, eröffnen den

unendlichen Variationsreichtum fantasievollen Erlebens und vermitteln im Erlebnis ein Anliegen. In Geschichten werden Gott und die Welt sinnfällig erklärt, werden abstrakte Daten und komplexe Zusammenhänge anschaulich nahe gebracht und wird das Leben spielerisch bewältigt. Geschichten, wie wir sie in Filmen und Serien präsentieren, dienen der Selbsterfahrung, der Selbstregulation und der Selbsterweiterung. Sie bieten Orientierung anhand fiktiver Personen, wo reale Bezugspersonen fehlen, offerieren Rollenvorbilder und stellen Konflikte in einen Sinnzusammenhang, der den Zuschauer herausfordert, ihm Handlungsoptionen aufzeigt und Perspektiven öffnen kann. Diese Geschichten haben das Ziel, die jungen Zuschauer zu ermutigen, den eigenen Fähigkeiten zu vertrauen, und den Mut zum eigenen Standpunkt zu fördern.

Das erzählende Kinderprogramm von ZDF *tivi* versucht, mit den unterschiedlichsten Techniken, Genres und Formaten die verschiedensten Interessen heutiger Kinder zu treffen, um mit für sie attraktiven und erzählenswerten Anliegen in Kommunikation mit den Zuschauern zu bleiben. Unser narratives Angebot entführt die Kinder in fantasievolle Welten, lässt sie lachen und bangen, weinen und sich freuen. Der Umgang und Zugang zu Gefühlen ist dabei erwünscht und kalkuliert. Allerdings kommen span-

nende Geschichten bei uns ohne Brutalität aus. Sie folgen einem klaren dramatischen Aufbau, der ohne Effekte um ihrer selbst willen temporeiche und emotionale Unterhaltung schafft.

Gewalt als Teil unserer Wirklichkeit wird nicht ausgeblendet oder beschönigt, jedoch sparsam und behutsam eingesetzt, sofern sie dramaturgisch notwendig ist. Als Mittel zur Problemlösung oder zur bloßen Spannungserhöhung finden Gewaltdarstellungen bei uns keinen Platz. Darauf können sich Kinder und Eltern verlassen.

Auch in der fiktionalen Unterhaltung steckt die Möglichkeit, sich ein Stück Realität anzueignen. Positionen, Haltungen, Wertungen werden angeboten und tragen somit zur Identitätsfindung bei. Darüber hinaus wird die kindliche Fantasie mit Elementen bereichert, die das Bewusstsein der Kinder kognitiv, affektiv und ästhetisch erweitern helfen. Dabei ist das gesteckte Ziel, den ambitionierten Fingerzeig nicht zum didaktischen Zeigefinger verkommen zu lassen – oder schlimmer noch zum anmaßenden Belehfernsehen.

Nur wer die Augenhöhe von Kindern kennt, kann sie auch auf Augenhöhe ansprechen.

Das gilt für Trickproduktionen wie den Klassiker *Heidi*, Preteen-Angebote wie *Dunya und Desie* oder Familienprogramme wie die beliebten Geschichten von *Pettersson und Findus* sowie die aktuelle Kinokoproduktion *Die Wilden Hühner* nach den erfolgreichen Büchern von Cornelia Funke.

Kinder erwarten ein Programm, das sie angeht

Um Inhalte und Formen so zu präsentieren, dass unsere Programme Kinder ernst nehmen, dass sie ihnen Wissen, Spaß und Spannung mit angemessenen Mitteln altersadäquat in Sprache, Tempo und Ästhetik vermit-

eln, dafür müssen wir in ständigem Kontakt mit unseren Zuschauern bleiben. Genau dies gehört jedoch zu den größten und schwersten Aufgaben für uns Programm-Macher. Um den jungen Zuschauern und ihren heutigen Bedürfnissen gerecht zu werden, ist neben dem permanenten direkten Kontakt zu den Kindern eine weitere wichtige Quelle für das Verständnis unserer Zielgruppe die programmbegleitende Wissenschaft.

Nicht nur die ZDF-Medienforschung, sondern gerade auch das IZI ist hier für uns ein unverzichtbarer und verlässlicher, dabei allerdings auch nicht immer bequemer Partner im Bemühen um zeitgemäßes, qualitätsorientiertes Kinder- und Jugendprogramm. Die Untersuchungen, Publikationen und Tagungen des IZI sind uns Bestätigung, Herausforderung und Provokation – eines sind sie uns jedoch nie: gleichgültig.

Das IZI ist eine Institution, die von uns ernst genommen und dankbar konsultiert wird.

Es ist eine Institution, die unsere Bemühungen angemessen hinterfragt und wissenschaftlich untermauert.

Es ist eine Institution, die uns zum allfälligen Innehalten und zur notwendigen Auseinandersetzung zwingt. Und so gelingt es uns, im Wechselspiel von Programm-Machern und Programm-Wissenschaftlern, unserem Zielpublikum nahe zu sein und nahe zu bleiben.



Für *PuR* nimmt Jo Hiller gemeinsam mit Kindern und seiner Trickkollegin Petty einen Polizeihubschrauber ins Visier



Ein erfolgreiches Zeichentrickduo: Kater Findus und Petterson

Deshalb: Wir 40-Jährigen müssen zusammenhalten! Ich wünsche Ihnen und uns weiterhin eine anregende und aufregende Zusammenarbeit! ■

DIE AUTORIN

Barbara Biermann ist Leiterin des Programmbereichs Kinder und Jugend sowie Koordinatorin Kinderkanal beim Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) in Mainz.