

Christophe Erbes

## JETIX – dein Abenteuer beginnt

**Qualitätssicherung bedeutet für JETIX, immer wieder den Kontakt zur Zielgruppe herzustellen – sei es über Events, interaktives Fernsehen, den Internetauftritt oder Marktforschung. Qualität heißt bei JETIX aber auch, in der Lage zu sein, aus einem internationalen Programm »die Schokolade im Marmorkuchen« auszuwählen.**

### Das Qualitätsverständnis des Senders JETIX

Im Unterschied zu öffentlich-rechtlichen Kinderprogrammen wie KI.KA oder *tivi* mit einem klar formulierten öffentlichen Kultur- und Bildungsauftrag handelt es sich

bei JETIX um einen privatwirtschaftlich organisierten Programmanbieter. Der Kindersender JETIX ist über die Pay-TV-Plattform Premiere zu empfangen (täglich von 6.00 bis 19.45 Uhr) und zusätzlich als Programmfenster bei kabel eins im Free-TV vertreten (sonntags von 11.00 bis 12.50 Uhr).

JETIX ist eines der führenden paneuropäischen Unternehmen für integrierte Kinderunterhaltung und finanziert sich über Abo-Einnahmen, Programmvertrieb, Lizenzen und Werbung. Hauptanteileigner ist die Walt Disney Company (75 %). JETIX profitiert vom Potenzial und den Erfahrungswerten einer weltweit bekannten und erfolgreichen Marke. Das Qualitätsverständnis ist in den USA, Lateinamerika, Asien und Europa jedoch sehr unterschiedlich.

grammqualität: Hier stehen überwiegend der Unterhaltungswert eines Programms und dessen professionelle Umsetzung im Vordergrund. Als Teil der Walt Disney Company profitieren wir von einer jahrzehntelangen Tradition eines Medienimperiums mit einer unvergleichlichen Erfolgsgeschichte. Aber ist Erfolg mit Qualität gleichzusetzen? Sicherlich teilen sich hier die Meinungen – aber eines ist sicher: JETIX bietet beste Kinderunterhaltung, d. h. unsere Anstrengungen liegen darin, für unsere Zuschauer ein Programm zusammenzustellen, das eine unterhaltsame Mischung aus Action, Abenteuer und jeder Menge Humor ist. Wir bieten den Kindern einen hohen Grad an Interaktion, z. B. auf der eigenen Online-Plattform [www.jetixTV.de](http://www.jetixTV.de), bei diversen Gewinnspielen, im Rahmen von innovativen Forschungsprojekten und den eigenen Events. In Zusammenarbeit mit Qualitätsblättern wie der *Süddeutschen Zeitung* oder dem *Berliner Tagesspiegel* werden regelmäßig Kinderreporter gesucht, die als sog. JETIX-Reporter über die Events des Senders berichten. So wurde den Kinderreportern zur Berlinale eine ganze Seite im »Kinderspiegel« (Kinderseite des *Tagespiegels*) gewidmet, auf der sie über die Kinderfilme des Filmfests berichteten. Begleitet durch das journalistische Know-how professioneller Redakteure entstand eine qualitativ hochwertige Berichterstattung zum Festival aus der Perspektive der Kinder.

Im Bereich des Kinderfernsehens definiert es sich in Deutschland oftmals über einen sehr pädagogischen Anspruch an das Programm, das sich durch einen hohen Anteil an edukativen Inhalten auszeichnet. Ganz anders das angloamerikanische Verständnis von Pro-



Bei der Berlinale 2005 trafen die JETIX-Kinderreporter Filmstar Franka Potente

### Sendungen und Aktionen, die den Qualitätsanspruch in besonderem Maße verdeutlichen

Wir haben den Anspruch, unseren Zuschauern ein sehr ausgewogenes Programm zu bieten – insbesondere was die Gewichtung angeht (z. B. Programme für Jungen bzw. Mädchen, Programmklassiker und neue, innovative Formate usw.). In diesem Punkt versuchen wir, sehr vielseitig zu sein und den Kindern Abwechslung zu bieten (z. B. durch Programmzukaufe wie *Die Simpsons* oder *Benjamin Blümchen*). Auch das Senderumfeld hat einen sehr hohen qualitativen Anspruch: vom Senderlogo über das On-Air-Design, die Trailer und die Sprache. Alles wird auf einem hochprofessionellen Niveau umgesetzt und ist von einem einheitlichen, modernen und sehr dynamischen Design geprägt.

Die Lieblingsprogramme der Kids – ob Comedys wie *Die Simpsons* und *Typisch Andy!*, Animes wie *Sonic X* und *Pokémon*, Klassiker wie *Spiderman* oder große deutsche Marken wie *Benjamin Blümchen* – werden täglich von 6.00 bis 19.45 Uhr bei JETIX ausgestrahlt.

Das Programmangebot ist für die Zielgruppe maßgeschneidert, orientiert sich stets am lokalen Markt und reagiert flexibel auf Zuschauererfahrungen und Trends. Zudem werden Kinder interaktiv in das Programm eingebunden: Nahezu täglich können sie tolle Preise gewinnen, ihr Programm selbst gestalten (z. B. Aktion »Sommerboss«), ihre Stars wählen (JETIX KIDS AWARDS), bei Events live dabei sein oder als Kinderreporter vor Ort mitmachen (z. B. PREMIERE JETIX KIDS CUP, JETIX MOVIE AWARD u. v. m.). Bei all dem hat Qualität stets höchste Priorität: Bei der Programmauswahl richtet JETIX sein Augenmerk u. a. auf den Inhalt und die Erzählstruktur. Denn Programme sollten

Kinder nicht nur unterhalten, sondern auch Botschaften übermitteln, die Kinder während ihrer Entwicklungsphase begleiten. Für Erwachsene selbstverständlich erscheinende Grundsätze wie »Freunde sind wichtig fürs Leben« oder »Ehrlich währt am längsten« sind dabei besonders wichtig. Neben dem Inhalt spielen auch das Design und die Sprache eine große Rolle. Um glaubwürdig zu wirken, ist es wichtig, dass die Sprache der Kinder gesprochen wird. Ein ansprechendes, modernes Design ist ein Muss.

Karola Bayr, Programmdirektorin von JETIX: »Die Herausforderung eines Programm-Machers besteht darin, den Spagat zwischen Qualität und dem, was Kinder wirklich sehen wollen, zu schaffen. Kinder sind die größten Kritiker und äußerst ungeduldig – gefällt ein Programm nicht, wird sofort weggeschaltet. Die nationale, aber auch internationale Erfolgsgeschichte von JETIX ist der beste Beweis dafür, dass JETIX dies stets mit Bravour meistert.«

### Qualitätssicherung

Qualität ist unweigerlich mit hohen Programminvestitionen verbunden, die lokal, auf paneuropäischer oder internationaler Ebene getätigt werden müssen. Da wir keine öffentlichen Gelder generieren, sind wir – wie alle privaten Rundfunkunternehmer – darauf angewiesen, neben den Abo-Einnahmen Werbegelder zu erschließen. Diese nutzen wir, um eigene hochwertige Koproduktionen herzustellen, die unseren Sender einzigartig machen. Die neuen Serien *Super Robot Monkey Team Hyperforce Go!* und *W.I.T.C.H.* wurden in Zusam-



Christina Rau wurde im Rahmen der JETIX KIDS AWARDS 2004 mit dem Special Award ausgezeichnet

menarbeit mit der Walt Disney Company eigens für die Marke JETIX produziert. Es handelt sich um sehr moderne, populäre Programme, die speziell auf die Zielgruppe von JETIX zugeschnitten sind.

Denn bei uns stehen die Vorlieben der Kinder im Vordergrund und nehmen großen Einfluss darauf, welche Programme wir anbieten. Auch bei den Events des Senders stehen der Dialog mit der Zielgruppe und die Interaktion mit dem Zuschauer an erster Stelle.

Neben dem klassischen Sendebetrieb veranstaltet JETIX eine Vielzahl von Events, die die Philosophie des Senders transportieren. Unsere eigene Online-Plattform ([www.jetixTV.de](http://www.jetixTV.de)) ist die interaktive Schnittstelle zwischen unseren Zuschauern und unserem Angebot, auf der die Kinder alles über unser Programm und Events erfahren und daran teilhaben können. So stehen die JETIX KIDS AWARDS – von der Deutschen Presse-Agentur (dpa) bereits als »Kinder-Oscar« bezeichnet – für eine eigene Kinder- und Jugendkultur und fördern den Dialog zwischen Sender und Zielgruppe sowie das gegenseitige Vertrauen und sichern Kindern und Jugendlichen einen festen Platz in der Gesellschaft. Die JETIX KIDS AWARDS wurden erstmals in Deutschland verliehen (damals noch unter dem Namen »Der Goldene

Fritz«). Das Format wird mittlerweile auch in Osteuropa (Polen, Rumänien und Ungarn) erfolgreich umgesetzt und findet großen Zuspruch. Im Rahmen der JETIX KIDS AWARDS wird jedes Jahr ein »Special Award« an eine Persönlichkeit verliehen, die besonderes soziales Engagement für Kinder bewiesen hat. 2004 ging der »Special Award« an die ehemalige UNICEF-Schirmherrin Christina Rau, 2005 wird Henry Maske für seine Initiative »A place for kids – Faire Chancen für junge Menschen« ausgezeichnet. Die Meinung der Kinder ist uns sehr wichtig und so geben wir ihnen auf nationaler Ebene, wie z. B. bei der Wahl der JETIX KIDS AWARDS, aber auch bei lokalen Anlässen, wie beispielsweise bei der Abstimmung über den Preisträgerfilm des JETIX MOVIE AWARDS beim Filmfest München – oder auf internationaler Ebene, wie beim weltweit umgesetzten Kinderfußball-Event JETIX KIDS CUP – die Möglichkeit zu interagieren und miteinander in Kontakt zu treten. Dies ist ein Mehrwert, den JETIX bietet und zu großen Teilen auch über die eigene Online-Plattform ermöglichen kann. Der JETIX KIDS CUP ist ein internationales Kinderfußball-Event zur Förderung von Fair Play, kulturellem Austausch und einem aktiven Lebensstil. Jährlich nehmen bis zu 20 Nationen an diesem Sportereignis teil. In einem Jahr bedeutet dies bis zu eine Million Kinder, die für die gleiche Idee kämpfen und ihre Leidenschaft für den Fußball mit Gleichaltrigen aus aller Welt teilen können. Aber der Erfolg eines Programms lässt sich leider oftmals nicht allein durch den eigenen Qualitätsanspruch beeinflussen. Er wird sekundär auch durch die Bewerbung von Program-

men gesteuert und durch Trends, die sich im Rahmen der Kinder- und Jugendkultur entwickeln und die oftmals rational nicht nachvollziehbar sind. Wer hätte jemals den Erfolg von »Schnappi« oder diversen Klingelton-Charakteren erahnt? PUCCA, die beliebte Lizenzfigur aus Korea, die durch JCP JETIX Con-



© VOOZ Co., Ltd. All rights reserved

JETIX-Serie PUCCA – Funny Love Stories – Der Kuss

sumer Products vertreten wird, begann ihre erfolgreiche Laufbahn im Internet als Protagonistin in Internet-Kurzfilmen und als E-Card-Character und ist mittlerweile auf Taschen, Bettwäsche, T-Shirts und diversen Produkten vertreten. Aufgrund der großen Beliebtheit der Figur wird nun für JETIX eine eigene TV-Serie produziert, die 2006 ins Programm kommen soll. Die Serie besitzt einen ganz eigenen Witz und ist in ihrer Umsetzung an die modernen Anime-Formate angelehnt. Bei JETIX versuchen wir, ein Gleichgewicht zu schaffen zwischen Inhalten kommerziellerer Natur und solchen, die einen gewissen edukativen Anspruch besitzen. So war JETIX (damals noch Fox Kids) Vorreiter mit einem MHP-Projekt (Multimedia Home Platform) in Zusammenarbeit mit der Bayerischen Landeszentrale

für neue Medien, bei dem die Lernfähigkeit von Kindern durch interaktive Fernsehprogramme untersucht werden sollte.

Da JETIX als Pay-TV-Sender nicht so quotenabhängig ist wie ein klassischer Free-TV-Sender, können wir bezüglich der Inhalte mutiger sein und kreativere Formate ausprobieren.

Durch regelmäßige Umfragen in der Zielgruppe und europaweite Marktforschungsprojekte über unsere interne Marktforschungsabteilung »Active Research«, die weltweit Zugriff auf drei Millionen Kinder hat, kennen wir unsere Zielgruppe sehr genau und können uns an ihren Bedürfnissen orientieren. Abschließend kann man sagen, dass wir für unsere Kernzielgruppe der 6- bis 13-Jährigen das Beste aus der nationalen und internationalen Kinderprogrammwelt zusammenstellen.

Trotz der Vielfalt im Kinderfernsehmarkt gibt es ein Bild, das wir immer wieder gerne wiederholen: Im Kinderfernsehmarkt verstehen wir uns als die Schokolade im Marmorkuchen. ■

#### DER AUTOR

Christophe Erbes ist Geschäftsführer der JETIX Europe GmbH, München.