

Siegmond Grewenig

Qualität fürs Kinderfernsehen

Wir brauchen gutes Kinderprogramm. Wer wollte dieser Aussage nicht zustimmen? Das ist er aber auch schon, der kleinste gemeinsame Nenner, auf den sich alle verständigen können. Die Macher, die Eltern, die Kritiker und nicht zuletzt natürlich die Kinder. Denn was gutes Kinderfernsehen ist, darüber scheiden sich die Geister. Eine Standortbestimmung aus der Sicht eines öffentlich-rechtlichen Programm-Machers.

**Quote trifft Auftrag:
öffentlich-rechtlich und
mit beiden Beinen
auf dem Boden**

Gewinnmaximierung lautet das Prinzip der freien Wirtschaft. Daraus folgt für die privatwirtschaftlich organisierten Fernsehanbieter eine einfache Gleichung: Qualität ist, was dem Zuschauer gefällt. Die Quote und die daraus resultierenden Werbeeinnahmen entscheiden darüber, was »gutes« Kinderfernsehen ausmacht. Einer quantifizierbaren Definition von »Qualität« können und wollen sich öffentlich-rechtliche Redakteure ebenfalls nicht entziehen. Auch ihre Programme werden an der Quote gemessen. Ein Programm, das sein Publikum nicht erreicht, kann sich keiner leisten. Doch im Gegensatz zu den kommerziellen Sendern lautet der Auftrag der Kinderfernhmacher bei der ARD, dem ZDF und dem KI.KA

nicht Gewinnmaximierung, sondern »Bildung, Information und Unterhaltung«.

Und wo, wenn nicht im Kinderfernsehen ist dieser Programmauftrag sinnvoll und für unsere ganze Gesellschaft wichtig. Die öffentlich-rechtlichen Sender sind der Öffentlichkeit verpflichtet. Public Value versus Shareholder Value. Von daher ist bereits die Werbefreiheit im Fernsehen ein Qualitätskriterium für das ganze Programm – unabhängig davon, ob Kinder Werbespots schätzen oder nicht.

*Public Value versus
Shareholder Value –
bereits die Werbefreiheit
im Fernsehen ist ein
Qualitätskriterium für das
ganze Programm*

Alle reden immer davon, dass Kinder ernst genommen werden sollen. Natürlich! Aber Kinder sind auch schnell verführbar, weil sie die Konsequenzen ihres Tuns nicht so abschätzen können wie Erwachsene. Gib einem Kind beim täglichen Essen die Wahl zwischen Spaghetti und Karottengemüse und die Antwort wird klar sein: Spaghetti. Und zwar an sieben Tagen hintereinander. Unabhängig davon, ob das gesund ist. Ein Kind kann die Folgen seines Tuns nicht immer überblicken. Deshalb gibt es so etwas wie Elternverantwortung.

Der Job des öffentlich-rechtlichen Fernsehmachers ist es, eine ausgewogene Ernährung bereitzustellen. Das

muss natürlich schmecken. Aber es soll auch vitamin- und mineralstoffreich sein. Ein Beispiel: Politik zählt vielleicht nicht zu den Lieblingsthemen von Kindern. Doch sollen wir deshalb gar kein Angebot machen? Bei den Privaten sehe ich weit und breit kein Nachrichtenformat oder ein Infomagazin. Bei uns gibt es *neuneinhalb*.

Natürlich sollen die Einzelsendungen emotional packend, spannend und unterhaltsam sein. Aber ein auf die Allgemeinheit gerichtetes Fernsehsystem hat darüber hinaus die Verantwortung fürs Ganze.

10 Qualitätskriterien für gutes Kinderprogramm

1. Kinder in ihrer Lebenswelt ansprechen

Kinder sehen nicht nur Kinderfernsehen. Doch gerade Programme, die direkt für sie produziert sind, sollten sie in ihrer persönlichen Lebenswelt ansprechen: Haben sie einen persönlichen Bezug zu den Themen und Figuren? Kommen ihnen die Schauplätze vertraut vor? Es ist unsere Aufgabe, auch die eigene Kultur zu zeigen – deutsche und europäische Bezüge herzustellen neben den internationalen (und oft amerikanisch oder japanisch dominierten) Lebenswelten.

2. Kindern Spaß machen

Fernsehen ist ein Unterhaltungsmedium. Das gilt für Kinder und Erwachsene gleichermaßen. Deshalb

muss Kinderfernsehen Spaß machen: den Kindern! Wer mit Kindern spielt, weiß, wie wichtig »Quatsch« ist und wie wichtig es ist, sie zum Lachen zu bringen.

3. Kindern Identifikation bieten

Gute Programme müssen immer auch Identifikationsmodelle anbieten – Charaktere, mit denen sich die Kinder identifizieren können, weil sie Fähigkeiten besitzen, die der kleine Zuschauer auch gerne hätte. Diese Charaktere müssen klar strukturiert, sie müssen wiedererkennbar und positiv sein. Mit ihren ungewöhnlichen Fähigkeiten sollen sie auch dem Kind

staunen. Gutes Kinderfernsehen zeigt Kindern die Wunder der Welt in einer für sie verständlichen Weise und erweitert damit ihren Horizont. Deshalb soll es auch die *ganze* Welt sein, nicht nur die gezeichnete. Also reale Bilder genauso wie inszenierte, Puppen wie Trickhelden. Alles eben.

5. Kinder informieren

Kinder interessieren sich für das, was auf der Welt passiert. Und sie bekommen mit, dass es eine heile Welt nicht gibt. In den Radionachrichten hören sie von Terroranschlägen und Kriegen, beim Zappen zwischen den Kinderprogrammen sehen sie Hungers-

zum Empfänger. Und doch kann Fernsehen sehr lehrreich sein. Hier verzeichnen die Formate den größten Erfolg, die auch Spaß am Lernen vermitteln (siehe oben) und ihre Sendungen nicht mit Faktenwissen überfrachten. Neben dem Klassiker *Die Sendung mit der Maus* haben sich Formate wie *Wissen macht Ah!* und *Willi wills wissen* inzwischen eine große Fangemeinde erschlossen. Dass deutsche Bildungsprogramme sogar im Ausland sehr gut ankommen (PISA zum Trotz), belegen die asiatischen Fassungen der *Sendung mit der Maus* in Japan und von *Wissen macht Ah!* in China mit großem Erfolg.

7. Kinder ästhetisch ansprechen

Kinder sind offen. Ihr Geschmack ist noch nicht festgelegt. Und sie interessieren sich sprichwörtlich für alles. Die reiche Fantasie der Kinder braucht ästhetisches Futter. Hier kann es nicht fantasievoll genug zugehen. Deshalb ist Kinderfernsehen auch ein Quell der Innovation in allen Genres.

8. Kinder brauchen Ereignisse

Gutes Kinderprogramm fällt aus dem Rahmen. Es gibt Gesprächsanlass, weil es in der Lebenswelt der Kinder ein Ereignis schafft. »Das musst du gesehen haben!«, lautet die Aufforderung der Mitschüler, und das ist die eigentliche Qualität dieser Kinderprogramme. Kinder wollen mitreden können über die Höhen und Tiefen der Internatsschüler auf *Schloss Einstein* (KI.KA) – das Fernsehen wird Gesprächsthema. Neben den Themen entscheidet hier vor allem die Produktionsart (Settings, Schnitte, Einsatz von Musik etc.), ob ein Programm von den Kids angenommen wird.

9. Für Kinder erreichbar sein

Gutes Kinderfernsehen spricht sein Publikum auf Augenhöhe an, nie von oben herab. Denn Kinder haben ein Gespür dafür, ob ihr Gegenüber sie ernst nimmt und für sie erreichbar ist. Wichtig für die Erreichbarkeit ist



Wissen macht Ah! – Shary und Ralph

helfen, sich weiterzuentwickeln. Die Kinderwelt ist voller positiver Helden, vom kleinen Elefanten (*Die Sendung mit der Maus*) bis zu Willi Weitzel (*Willi wills wissen*).

4. Kindern die Welt zeigen und sie sich wundern lassen

Mondlandungen, wilde Tiere, exotische Landschaften: Bereits kleinen Kindern öffnet sich heute über das Fernsehen das Tor zur Welt. Darüber hinaus entdeckt und erklärt das Fernsehen Dinge, die man mit bloßem Auge gar nicht erkennen könnte, zum Beispiel durch extreme Vergrößerungen kleinster Lebewesen, Zeitlupen oder Kamerafahrten durch den menschlichen Körper. Kinder können

nöte und Naturkatastrophen in der *Tagesschau*. Das Kinderfernsehen hat die Pflicht, ihnen Erklärmuster für das, was in der Welt passiert, mit an die Hand zu geben. Warum verbrennen Menschen die amerikanische Flagge? Warum gibt es immer wieder Flüchtlingsopfer im Mittelmeer? Was ist die Alterspyramide? Ein Format wie das Nachrichtenmagazin *neuneinhalb* erklärt die Nachrichten so, dass sie jeder versteht.

6. Kindern etwas beibringen

Fernsehen ist keine Schule. Und systematisches Lernen ist mit diesem Medium auch nur bedingt machbar, denn es bietet immer nur einen Kommunikationsweg: den vom Sender

auch die Kommunikation jenseits der Fernsehsendung. Wie weit ist das Programm auch Ansprechpartner für die Kinder? Gibt es einen Internet-auftritt zur Sendung? Kann man Fragen stellen? Gibt es Veranstaltungen, bei denen Kinder ihren »Helden der Kindheit« persönlich gegenüberstehen können? Auch diese Off-Air-Maßnahmen sind heute wichtige Faktoren.

10. Kinder motivieren und mobilisieren

Es gibt eine Welt jenseits des Fernsehens. Eine Aufgabe des Kinderprogramms besteht auch darin, seinem Publikum Lust zu machen, selbst sein Umfeld zu entdecken und selbst aktiv zu werden. Wenn das Kinderfernsehen rund um die Fußball-WM berichtet, muss es auch ein Ziel sein, mehr Kinder auf die Bolzplätze zu locken. Kinder haben ein großes Interesse an Tieren und Umweltthemen. Ihr Fernsehprogramm sollte ihnen die Möglichkeiten aufzeigen, wie sie sich engagieren können. Wissensmagazine sollten nicht nur Antworten geben, sondern vor allem zum Fragen animieren. Denn »fragen« heißt »wissen wollen« – das ist von jeher das *Maus*-Prinzip. Nur wenn sie ermutigt werden, Fragen zu stellen, werden aus kleinen Kindern große Entdecker und Forscher. Es ist eine wichtige Aufgabe, Engagement statt Konsum zu fördern. Selber machen ist wichtiger als selber sehen!

Fazit: Mehr Einsatz für gutes Programm

Wer entscheidet über gutes Kinderprogramm?

Lange vorbei sind die Zeiten, wo es hieß: Das qualitativ hochwertige Kinder- und Familienprogramm gebe es nur bei den Öffentlich-Rechtlichen. Beide Systeme arbeiten im gleichen Markt. Serien, die gestern noch ganze Familien lockten, das Erste einzu-

schalten, laufen heute als Wiederholungen bei Super RTL und Kabel Eins. Und viele hochwertige Premieren bei den Privaten könnten ohne Abstriche auch im KI.KA oder bei *Check Eins* im Ersten ausgestrahlt werden. Wenn ein Kind *Der kleine Eisbär* mag oder *Bob der Baumeister*, dann entscheidet es sich nicht zwischen öffentlich-rechtlichem oder privatem Kinderfernsehen, sondern einfach nur für gut gemachtes Programm.

Kinder und Familien sind keine Randgruppe: Sie brauchen gute und »verlässliche« Sendeplätze auch im Ersten

In diesem Geschäftsfeld muss das öffentlich-rechtliche Kinderfernsehen nicht nur mithalten, sondern – entsprechend seines Programmauftrags – auch weiterhin eine führende und wegweisende Rolle spielen. Drei Faktoren sind ausschlaggebend dafür, dass das öffentlich-rechtliche Kinderfernsehen vom Publikum auch weiterhin für seine Qualität anerkannt wird. Sie stehen eng miteinander in Beziehung.

Etats. Es gelten die Gesetze des freien Marktes. Das öffentlich-rechtliche Kinderfernsehen muss finanziell so ausgestattet sein, dass es sich dem Wettbewerb mit den privaten Kindersendern stellen kann. Das gilt sowohl für Programmkäufe auf den internationalen Fernsehessen wie für Eigenproduktionen, die auch die nationale und regionale Identität ihrer Zielgruppe berücksichtigen.

Sendeplätze. In den Vollprogrammen der großen Sender findet das Kinderfernsehen heute nur noch am Rande statt, in den frühen Morgenstunden und am Wochenende. Guten Gewissens verweisen die Programmverantwortlichen auf die eigens geschaffenen Kinderkanäle. Doch obwohl es

auch spezielle Sport- und Politiksender gibt, käme niemand auf die Idee, diese Themen aus dem Vollprogramm zu streichen. Kinder und Familien sind keine Randgruppe: Sie brauchen gute und »verlässliche« Sendeplätze auch im Ersten.

Anerkennung. Kinder und das Kinderfernsehen benötigen eine breite Öffentlichkeit. Im Zusammenhang mit dem PISA-Schock und sinkenden Geburtenraten stehen die Jungen heute oft in den Schlagzeilen. Doch die Diskussionen fallen zumeist sehr erwachsen aus. Vielmehr muss interessieren, was Kinder wirklich interessiert. Hier helfen Aktionen wie die von der *Sendung mit der Maus* ins Leben gerufene Initiative »Frag doch mal ...«, für die Bundespräsident Horst Köhler die Schirmherrschaft übernommen hat. Das Kinderfernsehen ist auch ein Sprachrohr für die junge Generation. Im Interesse der Kinder muss es trommeln – gerade bei den Großen: Beim Deutschen Fernsehpreis müssen auch die besten Kinderprogramme ausgezeichnet werden, und TV-Kritiker sollten dem Kinderfernsehen wieder mehr Platz einräumen. Gutes Kinderfernsehen ist ein gesellschaftlicher Auftrag. ■

DER AUTOR

Siegmond Grewenig ist seit 2000 Leiter der Programmgruppe Kinder- und Tagesprogramme Fernsehen beim Westdeutschen Rundfunk in Köln.