

Andreas M. Reinhard

Nicht auf den Erfolgen ausruhen

Qualität im Kinderfernsehen als Teil des Vollprogramms ist eine Herausforderung, die sich allein mit gekauften Trickserien nicht bewältigen lassen wird. Das Bayerische Fernsehen bietet stattdessen informative Realformate, die leichte, aber auch komplexe Themengebiete beleuchten.

Im Kinderfernsehen haben öffentlich-rechtliche Sender definitiv ein umfangreicheres Inhaltsprofil zu erfüllen als privatwirtschaftliche. Dabei sollte man, wenn es um Qualitätskriterien geht, nicht mit einem Dünkel an die Sache herangehen. Denn es gibt eine Menge respektabler Serien, die in beiden Systemen laufen können und auch laufen.

Kinderfernsehen wird im privatwirtschaftlichen Bereich allerdings überwiegend als Cartoon-Network verstanden, und die internationale Ware, die bei Nickelodeon oder Super RTL läuft, ist ordentlich und könnte auch im KI.KA gesendet werden. Dazu zählen Disney-Produktionen, die man in der Regel »unbesehen« kaufen kann. Was bei RTL2 programmiert wird, zählt allerdings nicht unbedingt dazu, aber auch diese Ware hat, wie ich meine, in einem dualen System ihre Berechtigung.

Wenn sich öffentlich-rechtliches Fernsehen auf die Fokusgruppe Kinder konzentriert, muss sich das anders darstellen als bei den Privaten. Meiner Ansicht nach sollte der Animations-Anteil maximal zwei Drittel ausmachen und in der übrigen Zeit sollte Realware gezeigt werden. Zwar haben auch die privaten Sender ihre »Feigenblätter«, mit denen sie die In-

formationsschiene abdecken. Wir aber müssen erheblich mehr tun und dürfen nicht nur bunte Kreisch- und Quietschbilder anbieten, sondern auch Formate, die in der sozialen und regionalen Realität verortet sind und unterhaltsames Lernen ermöglichen. Im Bayerischen Fernsehen haben wir erfreulicherweise noch werktags eine Stunde zwischen 14.10 und 15.10 Uhr, in der wir in der Tat fast ausschließlich Informationsprogramm senden. Das kann bei Kindern sogar erfolgreicher sein als die austauschbare Animationsware, die mal hier und mal da läuft.

Wenn man sich zum Beispiel unser Format *Willi wills wissen* ansieht, dann ist dort die besondere Qualität, dass Willi die Probleme kommunikativ angeht und sie peu à peu im Gespräch auflöst. Er ist ein Reporter, der seinen Job sehr ernst nimmt, selbst recherchiert und nicht einfach kommt und fragt: »Worum geht's heute?« Bei *Willi* gibt es keinen Frontalunterricht, sondern ein Miteinander und ganz zufällig wird dort Lernstoff generiert – aber genauso »Blödsinn« gepflegt.

Und so stört es die Kinder nicht, dass ihnen auch immer wieder harte Informationsfakten »untergeschoben« werden.

Neben dem Reporter spielen natürlich die Themen die entscheidende Rolle. Im Informationsbereich gibt es die primär nachgefragten A-Themen wie »Steinzeit«, »Feuer-

wehr« oder auch »Polizei«. Dann gibt es B-Themen, die deutlich schwieriger und komplexer sind. Natürlich realisieren wir die A-Themen, denn die wollen Kinder und sie haben ein Recht darauf. Aber darüber leisten wir uns pro Jahr drei bis vier Themen, die viel schwerer umzusetzen sind, doppelte Zeit und Kraft kosten. Aber diese Folgen bleiben dann auch bei der Zielgruppe eher in Erinnerung, graben sich tiefer ein, weil sie von einer besonderen Intensität und Qualität sind.

Dieses Jahr haben wir zum Beispiel bei *Willi* für das Kinderfernsehen so sperrige Themen bearbeitet wie »Was glaubt man, wenn man jüdisch ist?« oder »Wie lustig ist das Zigeunerleben wirklich?« Jüngst haben wir uns mit Adipositas (»Wer kriegt hier sein Fett weg?«) beschäftigt. Wenn man Kindern jetzt aber sagen würde, »Achtung, wir machen eine Sendung über Dicksein«, dann ist das für sie erst einmal sicher nicht interessant. Und hier liegt die Herausforderung an die Macher, die Geschichte so umzusetzen und anzukündigen, dass



Willi wills wissen – Willi in der Synagoge mit Rabbi Israel Diskin

man sie unbedingt sehen will. Letztendlich läuft immer alles darauf hinaus, die komplizierten Fakten und Zusammenhänge kindgerecht und doch spannend, informativ und doch gut gelaunt herunterzubrechen.

Übrigens sind auch Väter und Mütter dankbar, dass sich da jemand schwieriger Themen annimmt, sie zielgerichtet umsetzt und sich ausreichend Zeit dafür nimmt. Als wir mit *Willi* angefangen haben, waren sehr viele skeptisch wegen der Länge von einer halben Stunde. Aber die 30 Minuten haben sich bewährt, und wir beim BR haben den pointierten Anspruch, der »PISA-Sender« für Kinder zu sein – auch, weil wir am nächsten dran sind!

Während Willi Kommunikationspartner ist und von dieser Rolle lebt, überzeugt unser anderer Reporter Felix in *Felix und die wilden Tiere* in erster Linie durch seine Authentizität. Man sieht ihm die Erfahrung an, man glaubt ihm, dass er unterwegs ist, und da ist es auch wichtig, dass er ein paar Tage älter ist. Und genau das schafft leider bei manchen Kinderfernsehern Vorurteile, die trotz höchster Auszeichnungen für das Format schwer aus der Welt zu schaffen sind. Dabei darf man nicht vergessen, dass Tierprogramme fast immer ein bisschen traurig und wertkonservativ sind, denn es geht ja letztendlich um all die Probleme, denen Wildtiere ausgesetzt sind. Wir versuchen da nichts auszublenden, sondern sehr ehrlich zu sein und nichts schön zu färben, aber auf eine Art, die Kinder verstehen können. Manchmal ist da ein »moralischer Satz« einfach nötig, und der gestandene Reporter kann so etwas wesentlich nachhaltiger und glaubhafter vermitteln.

Wir haben die »Willi«-Welt in diesem Jahr mit dem neuen Format *Willis VIPs* weiterentwickelt, in dem wir den Kindern zeitgeschichtliche Dimensionen näher bringen wollen. Das ist eine in jeder Beziehung aufwändige und anspruchsvolle Sache, die sich private Sender kaum leisten wollen.

Normalerweise steht in *Willis VIPs* eine zeitgeschichtliche Persönlichkeit im Mittelpunkt. Das kann aber auch einmal ein ganzes Volk sein, wie in der Sendung zur Leipziger Bewegung von 1989 (»Wer war das Volk?«). Dabei muss man im Auge haben, dass für die Kinder von heute

die Steinzeit, die sie aus Bilderbüchern oder Cartoons kennen, präsenter ist als das einstmals geteilte Deutschland. Gerade deswegen scheint uns dieser neue Programmansatz besonders wichtig.

Wenn wir Programme entwickeln, müssen wir immer berücksichtigen, dass sie auch im Vollprogramm des Bayerischen Fernsehens funktionieren, und hier ist die Klientel eine komplett andere als im Spartenkanal KI.KA. Dort hat Animation einen großen Stellenwert, im Vollprogramm erzeugt diese Ware kaum Einschaltimpulse.

Für uns sind hingegen frische Alltagsserien wichtig, die Geschichten aus dem Hier und Jetzt oder aus der Region aufgreifen und die die Erfahrungswelt der Kinder berühren.

Hin und wieder hält man uns vor, unser Schwerpunkt liege zu sehr auf so genannten »vermittelten Programmen«, die von Eltern, Erziehern und Lehrern der Zielgruppe empfohlen werden. *Willi wills wissen* und *Karen in Action* sind aber sehr wohl Programme, die Kinder selbst auswählen, und das, obwohl sie zunächst fiktionale Formate bevorzugen, die leichter zugänglich sind. Allein diese Tatsache hat für sie einen eindeutigen Qualitätsvorsprung. Umso mehr müssen wir versuchen, nonfiktionale Inhalte so aufzubereiten, dass wir eine dramaturgische Sogwirkung erzielen wie bei fiktionalen Programmen. Das versuchen wir unter ande-



Karen in Action – Karen und Olaf bei einer Rallye

rem auch, indem wir sehr viel Sorgfalt und Mühe in die Intros stecken. Und trotzdem: Nonfiktionale Themen haben es immer schwerer.

Ich finde es ein bisschen schade, dass das, was einmal als Qualität im Kinderbereich gilt, häufig auch noch die nächsten zehn Jahren als Qualität fortgeschrieben wird. Der kritische Diskurs unter den öffentlich-rechtlichen Kinderredakteuren ist da sicher noch weiterzuentwickeln. Mancher lebt noch in der heilen Welt, in der die Quote eben doch nur relativ und am Ende nicht wirklich relevant ist, obwohl die Kinder-Klientel sehr bewusst ein- und eben auch nicht einschaltet. Weiter-so-Machen ist bequem, was Neues zu machen allemal riskanter und aufwändiger, aber viel spannender.

Ich wünsche mir, dass wir mehr Zeit und Kraft und Geld in die stetig neue Entwicklung von zeitgemäßen und qualitativ hochwertigen Formaten investieren und uns weniger auf den Erfolgen von gestern ausruhen. ■

Zusammenfassung eines Gesprächs zwischen Andreas M. Reinhard und Christiane Hackl.

DER AUTOR

Andreas M. Reinhard ist Leiter Kinderprogramm Fernsehen beim Bayerischen Rundfunk, München.