

Nachrichten für Kinder? – *logo!*

Ein Gespräch mit Markus Mörchen*

***logo!* bringt täglich Nachrichten für Kinder – warum?**

Kinder und Politik – passt das überhaupt zusammen? Und wozu brauchen Kinder eigentlich Nachrichten? Ich bin froh, dass ich solche Fragen heute nicht mehr so häufig höre wie vielleicht noch meine Vorgänger. Rund 20 Jahre Sendungserfahrung – *logo!* gibt es seit 1988 – haben gezeigt, dass kindgerechte Information den jungen ZuschauerInnen mehr emotionale Sicherheit bringt als ängstliches Verschwiegen. Kinder haben viele Fragen und das Recht, informiert zu werden. Sie bekommen viel vom Weltgeschehen mit und können dies oft nicht richtig einordnen. *logo!* liefert ihnen Erklärungen und berichtet über das, was sie interessiert.

Wie vermittelt *logo!* Kindern komplizierte Sachverhalte?

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, meldet *logo!* nicht nur ein politisches Ereignis, sondern macht Zusammenhänge, Hintergründe und Auswirkungen deutlich. Die *logo!*-Nachrichten werden an Werktagen bis zu zweimal täglich im KI.KA und einmal am Samstag im ZDF ausgestrahlt. Die 10-minütige Sendung behandelt nicht nur tagesaktuelle Politik, sondern auch Themen wie Sport, Prominente oder Kinderaktionen. Auch die positive Nachricht ist eine Meldung wert!

Die ModeratorInnen fungieren als MittlerInnen zwischen Informationen und Publikum. Sie sprechen die Sprache der Kinder, ohne dass das aufgesetzt wirkt. Sie sind ausgebildete JournalistInnen und schreiben ihre Texte selbst, wobei sie die Themen aus Kindersicht betrachten. Im Gegensatz zu Nachrichten für Erwachsene verwendet *logo!* auch eine andere Bildsprache. Standardnachrichtenbilder gilt es beispielsweise zu vermeiden. Dass PolitikerInnen im Auto vorfahren oder sich die Hände schütteln, findet sich sehr selten. Dafür arbeiten wir verstärkt mit Grafiken. Die sogenannten *logo!*-Erklärstücke bestehen meistens aus gezeichneten Elementen im Comic-Stil. Bevor ein Thema bei *logo!* aber überhaupt behandelt wird, fragt sich die Redaktion: Interessieren sich Kinder dafür? Reden sie auf dem Schulhof darüber? Oder werden sie durch Diskussionen ihrer Eltern damit konfrontiert? Löst das Thema bei ihnen vielleicht Ängste aus? Bei der weiteren Aufbereitung wird dann bestimmt, was zu dem Thema erklärt werden muss. Der Streit über die einzelnen Punkte der Gesundheitsreform 2006 zum Beispiel scheint auf den ersten Blick nichts zu sein, mit dem Kinder direkt in Berührung kommen. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich aber, dass er doch die Lebenswirklichkeit der Kinder und ihrer Familien betrifft. Die Eltern sprechen vielleicht über das Thema, weil sie sich fragen, ob sie künftig höhere Versicherungsbeiträge bezahlen müssen. Und die Nachrichten reden

ständig von einem Streit zwischen PolitikerInnen. Wir zählen dann nicht einfach die Punkte der Gesundheitsreform auf und was sich ändern wird, sondern wir setzen tiefer an und erläutern zunächst ganz grundlegend das Gesundheitssystem, das Solidarprinzip und wie Krankenkassen funktionieren. Dann knüpfen wir wieder an die jugendliche Erfahrungswelt an und zeigen ein Kind, das sich den Arm gebrochen hat und zum Arzt geht. Dort gibt es seine Krankenversicherungskarte ab, und so erzählen wir die Geschichte immer weiter. Wir versuchen, den Inhalt sehr reduziert darzustellen. Natürlich ist es sehr schwierig, genau das richtige Maß zwischen Vereinfachung auf der einen und Verständnis auf der anderen Seite herzustellen. Das Pendel kann auch einmal in eine Richtung zu weit ausschlagen. Gerade bei der Zielgruppe im Alter von 8 bis 12 Jahren gibt es große Unterschiede bezüglich der Verständnisebenen. Wir bewerten das aber nicht als negativ. Wichtig ist, dass Kinder überhaupt mit einem Thema konfrontiert und befähigt werden, mitzureden und nachzufragen.

Was spart *logo!* in den Nachrichten aus?

Eine bestimmte politische Haltung will *logo!* definitiv nicht vermitteln. Trotzdem ist es schon mal vorgekommen, dass der Sendung tendenzielle Berichterstattung vorgeworfen wurde. Meiner Ansicht nach liegt dies in der eben stark vereinfachten Darstel-

lung der Themen begründet, die unter Umständen eine Interpretation je nach Lesart erlaubt. Gerade bei Konflikten zwischen politischen Lagern oder religiösen Gemeinschaften kann es vorkommen, dass sich eine Gruppe durch einen inhaltlich reduzierten Bericht benachteiligt fühlt. Doch derartige Vorwürfe erheben meistens verschiedene Seiten. Dadurch glauben wir, dass wir letztlich doch eine sehr große Neutralität wahren können.

Thematische Tabus gibt es bei *logo!* nicht. Wir berichten über jedes Ereignis, von dem wir glauben, dass es für Kinder wichtig ist. Aber wir zeigen nicht alles. *logo!* verzichtet auf Bilder, die Kindern Angst machen könnten, wie Tote oder Verletzte in Nahaufnahme. Ebenso fehlen Bilder, die falsche Assoziationen wecken könnten, wie eine Wasserpflanze, die einer Blutlache ähnelt. Das Gleiche gilt für die Verwendung von Begriffen, die geradezu bombastisch klingen. Meistens werden Ängste auch dadurch ausgelöst, wenn Kinder Dinge nicht in Relation setzen können. Wenn irgendwo ein Krieg stattfindet, erklären wir deshalb, dass er sehr viele Flugstunden von uns entfernt ist.

Welche Rolle spielen Kinder in der Sendung?

Kinder spielen eine aktive Rolle. In der Rubrik »Redezeit« bekommen sie die Möglichkeit, politisch etwas mitzugestalten, ihre Stimme zu erheben und Partei zu ergreifen. Kinder aus dem Publikum wenden sich an uns, wenn sie ein Problem in ihrem Lebensumfeld haben, wenn z. B. eine Schule geschlossen werden soll oder auf einer viel befahrenen Straße eine Ampel fehlt. Wir ermuntern die Kinder zunächst, selbst für ihr Problem einzutreten, Unterschriften zu sammeln oder kleine Demonstrationen zu veranstalten. Wenn sie nicht mehr weiterkommen, greifen wir ein und organisieren ein Gespräch mit verantwortlichen PolitikerInnen oder der

Person, die in diesem Fall zu entscheiden hat. Auch wenn dies nur in ungefähr der Hälfte der Fälle zum Erfolg führt, sind die Kinder nach solch einem Gespräch sehr glücklich. Sie spüren, dass sie ernst genommen werden und sagen: »Der Politiker meint zwar: ›Nein, da können wir nichts machen.‹ Aber das war ein tolles Gespräch, weil der uns wenigstens mal angehört hat und wir mit ihm diskutieren konnten. Und der weiß auch, dass das, was wir sagen, wichtig ist. Aber andere Gründe sprechen eben dagegen.« Kinder erfahren auf diese Weise, dass es etwas bringt, sich politisch einzusetzen. Auch die *logo!*-KinderreporterInnen kommen direkt mit PolitikerInnen in Kontakt. Die Kinder dürfen ihre eigenen Fragen stellen und nicht solche, die Erwachsene vorformuliert haben. Weil sie sich trauen, wesentlich direkter zu fragen als JournalistInnen, entlocken sie den verblüfften PolitikerInnen dadurch häufig sehr ehrliche und offene Antworten. Oft interessieren sich die Kinder auch für Persönliches. Der ehemalige Bundeskanzler Gerhard Schröder musste sich zum Beispiel von einem Jungen die Frage nach seinem ersten Kuss gefallen lassen. Er konnte sich allerdings lediglich an seine erste Liebe erinnern, was den Kinderreporter sichtlich erstaunte.

Aktive Teilnahme ist auch auf den *logo!*-Internetseiten gefragt. Wichtig für uns sind vor allem Umfragen, in denen Kinder abstimmen oder ihre Meinung äußern können. Dieser Rückkanal ist für uns sehr bedeutend. Die Ergebnisse und Fragen fließen oft in die Sendungen mit ein. Darüber hinaus bietet *logo!* ein eigenständiges Online-Nachrichtenangebot mit weitergehenden Aspekten zu den behandelten Themen und Wissensspielen. Dieser Mehrwert wird von den jungen ZuschauerInnen aktiv genutzt.

Wie erfolgreich ist *logo!*?

logo! zu schauen ist schon ein bisschen anstrengender, es ist kein rein

unterhaltendes Format, das man passiv konsumieren kann. Wenn man aber sieht, dass die Sendung momentan im Schnitt ungefähr 250.000 ZuschauerInnen täglich anzieht – das sind Marktanteile von 10 bis 15 % – dann kann man wohl sagen: Das Format funktioniert. Im Jahr 2005 hatten wir im gesamten Jahr knapp 100 Millionen ZuschauerInnen. Das ist schon eine beeindruckende Zahl. Fast noch mehr für den Erfolg sprechen die Reaktionen. In gesellschaftlichen Krisenzeiten verzeichnen wir eine sehr große Nachfrage von Eltern, PädagogInnen und Medien, die wissen wollen, wie sie Kindern schwierige Themenkomplexe vermitteln können. In diesem Bereich sind wir zu einer Instanz geworden. Ich glaube übrigens, dass auch Erwachsene ein großes Bedürfnis nach verständlich aufbereiteter politischer Information haben. Und dass sich auch andere Nachrichtensendungen in den nächsten Jahren dementsprechend anpassen werden. Wir müssen manchmal schmunzeln, wenn Kinder uns schreiben: »Ich finde *logo!* toll. Und selbst meine Mutter versteht bei euch alles.«

Ich glaube, genau das macht auch den besonderen Reiz der Sendung für Kinder aus: Durch *logo!* können sie politisch mitreden und die Erwachsenen auch mal überraschen, indem sie sagen: »Hallo, ich weiß das übrigens und erkläre es dir mal kurz.« Was Kinder aber vor allem spüren: *logo!* nimmt seine jungen ZuschauerInnen ernst. Ich glaube, das ist mit das Wichtigste. ■

*Zusammenfassung eines Gesprächs zwischen der Journalistin Genia Baranowski und Markus Mörchen (ZDF), verantwortlicher Redakteur *logo!* in der Redaktion Information, HR Kinder und Jugend beim Zweiten Deutschen Fernsehen, Mainz.

