

Wolfgang Darschin

Der Fernsehkonsum der Kinder hält sich in Grenzen

Neue Ergebnisse aus der kontinuierlichen Zuschauerforschung

Der Fernsehkonsum der Kinder steigt zur Zeit nicht weiter an, sondern stagniert – oder geht tendenziell sogar zurück. Dies geht aus den Ergebnissen der GfK-Fernsehforschung in Nürnberg hervor, die im Auftrag von ARD, ZDF, SAT 1 und RTL-plus die kontinuierlichen Messungen des Zuschauerverhaltens in der Bundesrepublik durchführt.

Nach diesen Messungen haben die 6- bis 9jährigen Kinder an einem durchschnittlichen Wochentag (Mo–So) des ersten Halbjahres 1988 insgesamt 74 Minuten mit dem Fernsehen verbracht und die 10- bis 13jährigen rund 96 Minuten – Werte, die um zwei bzw. neun Minuten unter den entsprechenden Angaben des Vorjahres liegen.



Durchschnittliche Sehdauer von Kindern verschiedener Altersgruppen pro Tag (Mo–So) im ersten Halbjahr 1985–1988*

	1. Halbjahr 1985	1. Halbjahr 1986	1. Halbjahr 1987	1. Halbjahr 1988
6–9 Jahre	76 Min.	79 Min.	76 Min.	74 Min.
10–13 Jahre	99 Min.	112 Min.	105 Min.	96 Min.

* Durchschnittswerte für Fernsehkonsum „rund um die Uhr“

Der Samstag und der Sonntag sind dabei – wie bei den erwachsenen Zuschauern auch – die beliebtesten Fernsehtage der Woche: So sitzen die jüngeren Kinder am Samstag rund 94 Minuten lang vor dem Bildschirm und die älteren rund 130 Minuten lang – das sind 26 bis 41 Minuten mehr als an den Werktagen. Weiterhin gilt, daß die Kinder heute wie früher um so mehr

fernsehen, je älter sie sind. Anders als etwa in den USA verbringen jedoch selbst die älteren Kinder nicht mehr, sondern erheblich weniger Zeit mit dem Fernsehen als die Erwachsenen. Davon ist auch der Samstag keine Ausnahme, wie die folgende Übersicht belegt:



Durchschnittliche Sehdauer von Kindern und Erwachsenen an Werktagen (Mo–Fr) und Wochenenden – im ersten Halbjahr 1988*

	Mo–Fr	Samstag	Sonntag
6– 9 Jahre	68 Min.	94 Min.	85 Min.
10–13 Jahre	89 Min.	130 Min.	102 Min.
Erwachsene	143 Min.	187 Min.	190 Min.

* Durchschnittswerte für Fernsehkonsum „rund um die Uhr“

Wie bereits aus früheren Auswertungen bekannt ist, nehmen die Kinder regelmäßig auch am Abendprogramm des Fernsehens teil. Dennoch wird die Bedeutung des Abendprogramms für die Kinder vielfach überschätzt. Gliedert man den Fernsehkonsum der Kinder nach einzelnen Zeitabschnitten auf, dann ergibt sich nämlich, daß die vor 20.00 Uhr ausgestrahlten Programme vor allem für die kleineren Kinder die größte quantitative Rolle spielen: Über 80% der werktäglichen Sehdauer entfielen bei den Grundschulkindern im ersten Halbjahr 1988 auf die Zeit vor 20.00 Uhr, und bei den älteren Kindern waren es rund 65%. Am Sonntag fallen diese Relationen sogar noch mehr zugunsten der Tages- und Vorabendprogramme aus, wie die folgende Übersicht belegt:



Nur am Samstag steigt die quantitative Bedeutung des Abendprogramms deutlich an – wobei die Regel gilt: je ältere Kinder, um so häufiger dürfen sie am Samstag auch nach 20.00 Uhr fernsehen. An diesem Tag stammt bei den Grundschulkindern etwa ein Drittel des Fernsehkonsums aus dem Abendprogramm, und bei den älteren Kindern ist es etwas mehr als die Hälfte.



Durchschnittliche Sehdauer von Kindern an Werktagen (Mo–Fr) und Wochenenden – nach einzelnen Zeitabschnitten*

	Mo–Fr 6–9 J. 10–13 J.		Samstag 6–9 J. 10–13 J.		Sonntag 6–9 J. 10–13 J.	
vor 15.00 Uhr	7 Min.	8 Min.	14 Min.	13 Min.	31 Min.	23 Min.
15.00-20.00 Uhr	49 Min.	50 Min.	46 Min.	49 Min.	43 Min.	50 Min.
20.00-23.00 Uhr	12 Min.	29 Min.	32 Min.	60 Min.	10 Min.	27 Min.
23.00- 1.00 Uhr	0 Min.	2 Min.	2 Min.	8 Min.	1 Min.	2 Min.
insgesamt	68 Min.	89 Min.	94 Min.	130 Min.	85 Min.	102 Min.

* Durchschnittswerte für das erste Halbjahr 1988

Der Fernsehkonsum der Kinder ist freilich auch in Abhängigkeit von einzelnen Sendungsangeboten zu sehen. Untersucht man das Zuschauerverhalten der Kinder in dieser Hinsicht, dann ergibt sich, daß die 10- bis 13jährigen im wesentlichen die gleichen Sendungen bevorzugen wie die Erwachsenen. An erster Stelle in der Gunst der älteren Kinder stehen nämlich die großen Samstagsshow vom Typ „Wetten, daß...“ und „Verstehen Sie Spaß“, die in dieser Altersgruppe Spitzenreichtweiten um 40% erzielen. An zweiter Stelle stehen Unterhaltungsserien wie „Die Schwarzwaldklinik“. An dritter Stelle sind es Familiense-

rien wie „Alf“ und Vorabendserien vom Typ „Trio mit vier Fäusten“. Und an fünfter Stelle folgen Spezialsendungen wie „Hals über Kopf“ oder „Die Kinder vom Mühlental“.

Bei den 6- bis 9jährigen ergibt sich jedoch eine etwas andere Rangfolge. Zwar gehören auch in dieser Altersgruppe einzelne Erwachsenenprogramme wie „Die Schwarzwaldklinik“ zu den besonderen Vorlieben – aber „Die Sendung mit der Maus“ erreicht mit Spitzenreichtweiten um 30% ebenso viele Kinder im Grundschulalter. An zweiter Stelle in der Gunst der Grundschul Kinder stehen Trickfilme wie „Spaß am Dienstag“ und die Familienserien vom Typ „Alf“. An dritter Stelle stehen Kindergeschichten wie „Die Kinder vom Mühlental“ und „Löwenzahn“. An vierter Stelle folgen die großen Samstagsshow vom Typ „Verstehen Sie Spaß“ und „Wetten, daß...“ – aber auch „Vier gegen Willi“. Und danach wiederum folgen einzelne Vorabendserien wie „Ein Engel auf Erden“, Ratespiele für Kinder wie „1, 2 oder 3“ und die speziellen Familiengeschichten vom Typ „Hals über Kopf“.

Entgegen anderslautenden Behauptungen werden Unterhaltungsserien vom Typ „Der Denver-Clan“ nur in Ausnahmefällen von den 6- bis 9jährigen Kindern gesehen: Diese Serie erzielt bei Grundschulkindern nur Reichweiten, die in der Nähe von 1% liegen. □

Im nächsten

TELEVISION

Das nächste Heft ist dem Schwerpunktthema »Qualität und Professionalität im Kinderfernsehen« gewidmet. Vorgesehen ist ein Report über die Produktionsbedingungen in der Bundesrepublik Deutschland, ferner Berichte über die erstaunliche Attraktivität tschechischer Kinderprogramme und die neuen Trends aus den Vereinigten Staaten. Ein Wissenschaftsbeitrag geht der Frage nach, welches die adäquate Fernsehästhetik für künftige Generationen von Fernsehzuschauern sein könnte: Kürzer, lauter, hektischer?

DER AUTOR

Wolfgang Darschin ist Medienreferent der Programmdirektion Deutsches Fernsehen und beschäftigt sich hauptsächlich mit programmbegleitender Zuschauerforschung.

IMPRESSUM

Herausgeber: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk
Verantwortlich: Paul Löhr
Redaktion: Uli Schulte Döinghaus
Redaktionsassistentin: Rosemarie Hagemeister

Gestaltung: Uwe Göbel
Illustration: Annette Wüllner
Satz und Druck: Wenschow-Franzis-Druck GmbH, 8000 München 50, Kirschstraße 12–16
Verlag und Vertrieb: TR-Verlagsunion GmbH, 8000 München 26, Postfach

Anschrift der Redaktion:
Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen
Rundfunkplatz 1, D-8000 München 2
Tel.: 089/5900-2140, Telex: 52107-0 brm d
Telefax: 5900-2375