

Barbara Biermann

Gemeinsam fernsehen mit dem ZDF

Die Chance des Fernsehens liegt heute mehr denn je darin, ein Medium zu sein, das Menschen über alle Generationen hinweg zu verbinden vermag – denn im Fernsehen werden Geschichten von Menschen erzählt. Menschen und Figuren im Fernsehen bieten Identifikation, Handlungsoptionen, Rollenbilder und werden zu Vorbildern. Die Welt, in der wir leben, wird erklärt und damit verständlicher.

In seiner klassisch programmierten Form bietet Fernsehen immer noch die Kontinuität und Führung, die sich nicht nur Kinder wünschen. Ganzen Familien hilft es, den gemeinsamen Alltag zu strukturieren. Und schließlich werden im Fernsehen Gemeinschaftserlebnisse geschaffen, für das Gespräch unter Kollegen, auf dem Schulhof oder in der Familie, wenn z. B. bei *Wetten, dass ..?* wieder einmal skurrile Wetten alle in Staunen versetzen oder man zum wiederholten Mal gemeinsam die Streiche von *Michel aus Lönneberga* angeschaut hat. Auch wenn die Lagerfeuer mit Blick auf die Fernsehgeschichte schon mal größer waren, so bleiben uns die wohligen Lagerfeuer des gemeinsamen Fernsehschauens erhalten.

Natürlich brauchen Kinder zuallererst Kinderprogramme, und viele Programme für Erwachsene sind für Kinder überhaupt nicht geeignet.

Bei den sogenannten Familienprogrammen ist die entscheidende Herausforderung, sie so zu gestalten, dass sie für beide Zielgruppen – auf unterschiedlichen Ebenen – einen eigenen Reiz entwickeln und zudem in

der gemeinsamen Rezeption zu positiven Familienerlebnissen führen. – Was sind nun aber Familienprogramme?

Klassiker der Fiktion

Es sind die Klassiker des Programms, im ZDF z. B. *Wickie* oder *Heidi* und insbesondere die Lindgren-Verfilmungen, die sich vor allem an den Feiertagen großer Beliebtheit in der ganzen Familie erfreuen. Hier verbinden sie Generationen, Eltern sehen mit ihren Kindern das, was sie selbst schon als Kinder begeistert hat.

Spielfilme

Harry Potter, ebenso teuer wie erfolgreich, *Hände weg von Mississippi*, Bundesfilmpreisträger, und bislang nur im Kino zu sehen, *Die Wilden Hühner*-Spielfilme, die Verfilmungen der Erich-Kästner-Geschichten, neue und alte Märchenfilme sowie eine Reihe von Spielfilmen und Fernsehfilmen mit tierischen Helden sind darüber hinaus die Angebote, die Erwachsene und Kinder gemeinsam vor dem Fernseher genießen.

Shows

Wetten, dass ..? im ZDF, *Deutschland sucht den Superstar* auf RTL, *Die Maus-Show* in der ARD, *Das weiß doch jedes Kind* auf SAT1, das sind Beispiele der großen Fernsehunterhaltung, die ebenfalls die Generatio-

nen verbinden. Spaß am Wettbewerb, gerne auch wenn Kinder gegen Erwachsene antreten, faszinieren und bilden eine Brücke – ebenso wie Wissensfragen, die nicht nur Kinder, sondern auch Erwachsene zum Grübeln und Staunen bringen. Aktuell umgesetzt im ZDF-Angebot *Das will ich wissen*, von meinen Kollegen aus der Redaktion »Show«.

Die Leistung von Kindern in den Mittelpunkt zu rücken, ist der originäre Ansatz unseres Kinderprogramms. So haben wir als ZDF gerade im Oktober/November 2008 zur besten Sendezeit, montags bis donnerstags, 19.25 Uhr im KI.KA, bei *Dein Song* den »Songwriter des Jahres 2008« gesucht.

Gemeinsam mit dem KI.KA hatten wir Kinder aufgefordert, uns Texte, Song-Ideen und Melodien zukommen zu lassen, um sie nach einem Casting mit professionellen Musikern verschiedenster Musikrichtungen zu fertigen Songs zu produzieren.

Über vier Wochen lang haben wir abendlich über diesen Prozess und die Entwicklungen der 10 KandidatInnen berichtet, die sich am 14. November in einer großen Abschluss-Show dem Voting der ZuschauerInnen gestellt haben. Durch das Zusammenspiel junger Talente mit prominenten Musikern ist ein zielgruppenübergreifendes Format für die ganze Familie entstanden, das wir 2009 fortführen.

Familienserien

Serien, gerne mit Tier, sind seit vielen Jahren klassisches Familien-Entertainment im ZDF am Samstagabend. Ich freue mich, dass meine Hauptredaktion vor drei Jahren die Chance bekam, die Klassiker der Serienkollegen *Hallo Robbie* und *Unser Charly* durch die Serie *Da kommt Kalle* erfolgreich zu ergänzen.

Soaps

Dass Soaps gerne von Müttern mit ihren Töchtern geguckt werden, ist bekannt – wie freiwillig dies bei den Kindern ist, ist eher umstritten. Wir freuen uns, dass wir dennoch mit *H2O – Plötzlich Meerjungfrau* keine Soap, aber eine Serie entwickelt haben, die auf ganz unterschiedlichen Ebenen für die verschiedenen Alters- und Zielgruppen Angebote macht. Das belegen nicht nur die Quoten, sondern auch eine repräsentative Studie. Die 3. Staffel dieser Serie ist in Arbeit.

Sport

Familienprogramme sind auch die Sport-Großevents. WM, EM und Olympia vermögen auch heute noch alle Generationen vor dem Bildschirm zu vereinen. Für uns zunehmend Grund dafür, bei diesen Großevents nur noch selten eigene Formate für Kinder anzubieten, auch wenn beispielsweise *logo!* natürlich regelmäßig berichtet.

Infoprogramme

Immer dann, wenn es etwas zu lernen und zu verstehen gibt, schauen Eltern gerne mit ihren Kin-

dern. Das gilt für unsere Kindernachrichtensendung *logo!*, die im Januar ihren 20. Geburtstag feierte, ebenso wie für unseren Longseller *Löwenzahn* oder die 2008 sehr erfolgreiche Dokumentationsreihe *Die Deutschen*.

Coaching, Service und Beratung

Schließlich ist festzustellen, dass auch Service- und Beratungsformate, so sie sich mit Problemlagen beschäftigen, die zentral für Familien sind, nicht nur das Interesse der Eltern, sondern durchaus auch das der Kinder finden.

Das gilt z. B. für Angebote zum Thema Schule. Beispielhaft sind die 37 Grad-Sendungen *Schwere Last auf schmalen Schultern* und *Immer am Limit* im September/Oktober 2008 zu nennen, ebenso wie die Dokumentation *Zeit der Wunder: Wenn Kinder in die Pubertät kommen*, die im Mai

und Juni 2007 auf dem Sendeplatz 37 Grad dienstags um 22.15 Uhr zu sehen waren.

Dieses nachweisbare »Familieninteresse« bestätigt, dass es Themen gibt, die aus der jungen wie aus der erwachsenen Perspektive interessant sind. Für beide Zielgruppen ein Format zu machen, bringt im Erfolgsfall beide vor den Fernseher. Denkbar ist aber auch die Entwicklung zweier Angebote zum selben Thema.

Wir halten diesen Ansatz für interessant genug, dass wir ihn zurzeit intensiv prüfen: bei der Entwicklung des Formats *Von 5 auf 2*, das wir für den KI.KA produzieren.

Es handelt sich um ein Coaching-Format, das schlechten SchülerInnen im 2. Schulhalbjahr mit individuellem Lernen und besonderen Coaching-Angeboten helfen soll, sich zu verbessern – hoffentlich interessant für SchülerInnen und in anderer Weise interessant für ihre Eltern. Deshalb überlegen wir, das Format in modifizierter Form mit einem anders aufbereiteten Serviceteil für Eltern ins ZDF zu bringen.

Einheitsbrei für alle?

Nein, kein Einheitsbrei, sondern alles zu seiner Zeit. Auch weiterhin wird *ZDF tivi*, das Kinder- und Jugendprogramm des ZDF, am Wochenende seinen ZuschauerInnen ein Vollprogramm mit der ganzen Genrefülle von der Kindernachrichtensendung bis zum Spielfilm bieten.

Und mit Klassikern der Kinderkultur, wie den Geschichten des *Hasen Felix*, *Pettersson und Findus*, *Bibi und Tina*, mit alten und neuen Märchenverfilmungen, mit den aktuellen Verfilmungen der Cornelia-Funke-Stoffe und natürlich den Lindgren-Klassikern und vielem mehr, gestalten wir weiterhin unser familienaffines Feiertagsprogramm.

Und schließlich bietet der Spartenkanal KI.KA dem ZDF – ebenso wie natürlich der ARD – dank ausgedehnter Programmflächen neben den alten und neuen Klassikern des Programms auch das angemessene Umfeld für neues, anderes Kinderfernsehen und für Innovationen. ■

DIE AUTORIN



Barbara Biermann ist seit 2006 Leiterin der Hauptredaktion Kinder und Jugend beim ZDF, Mainz, und seit 2003 auch Koordinatorin des Kinderkanals im ZDF.