

Ole Hofmann

Die Hits der Familien

Was sehen Familien gemeinsam?

Quantitative Auswertungen der GfK-Daten zeigen, wann Familien gemeinsam fernsehen und welche Sendungen in der Familien-Hitliste des Jahres 2008 vorkommen. Auch die Programmpräferenzen von miteinander fernsehenden Familienmitgliedern wie Vater/Sohn und Mutter/Tochter wurden ermittelt.

Sich dem gemeinsamen Fernsehen in der Familie mit Daten der GfK-Fernsehforschung zu nähern, ist nicht ohne Weiteres möglich. Zwar gibt es sehr differenzierte Analyseverfahren, um die Fernsehnutzung in unterschiedlichen Personenkonstellationen zu beschreiben, aber die Ergebnisse sind so aussagekräftig wie die Zielgruppen, mit denen sie gerechnet werden. Während sich die Kinder eindeutig über ihr Alter (zumeist zwischen 3 und 13 Jahren) abgrenzen, fehlt im System der GfK-Fernsehforschung eine Zielgruppe »Eltern« (vgl. Hofmann 2001). Als Annäherung behilft man sich zumeist mit der im System der GfK vorhandenen Variable »Anzahl der Kinder im Haushalt« (> 0) in Verbindung mit einer Altersdefinition der Erwachsenen. Die Wahl dieser Altersspanne, mit der ZuschauerInnen als Eltern definiert werden, ist dabei für die Ergebnisse von großer Bedeutung. Definiert man das Alter von Eltern etwa bis 50 Jahre, zeigen sich Verzerrungen bei den Haushalten, in denen ältere Kinder (bis 13 Jahre) mit Müttern oder Vätern leben, die älter als 50 Jahre sind. Für diese Kinder gibt

es in der Konstellationsanalyse sozusagen keine Eltern, und ihre gemeinsame Fernsehnutzung geht als »Kinder allein« in die Ergebnisse ein. Wählt man die Altersspanne dagegen zu groß, läuft man Gefahr, die Fernsehnutzung der Großeltern (in Dreigenerationen-Familien) als elterliche Fernsehnutzung zu erfassen. Die im Folgenden vorgestellten Auswertungen arbeiten mit einer Altersabgrenzung, bei der Eltern zwischen 21 und 55 Jahre alt sind. Diese Altersspanne zeigte sich in anderen Studien innerhalb des Panels der GfK als die beste Altersdefinition von Eltern.

Wann sehen Familien gemeinsam fern?

Die Fernsehnutzung der Kinder steigt insgesamt über den Tag in drei Wellen an (vgl. Abb. 1). Der erste Anstieg liegt zwischen 7.00 Uhr und 9.00 Uhr. Fernsehnutzung findet zu dieser Zeit insbesondere am Wochenende und in Ferienzeiten statt. Ein zweiter Anstieg der Fernsehnutzung ist um die Mittagszeit von 12.00 Uhr bis 14.00 Uhr festzuhalten. Die eigentliche Primetime der Kinder liegt jedoch zwischen 18.00 Uhr und 21.00 Uhr. Ab 21.00 Uhr geht die Fernsehnutzung der Kinder deutlich zurück. Über weite Teile des Tages sehen Kinder dabei zumeist allein fern – bis 17.00 Uhr sind es drei von vier Kindern. Nur rund 25 % der 3- bis 13-Jährigen sehen tagsüber zusammen mit mindestens einem Elternteil fern. Ab 18.00 Uhr beginnt dann die gemeinsame Fernsehzeit in der Familie und der Anteil der allein

sehenden Kinder geht langsam, aber stetig zurück. Zur Primetime der Kinder sieht bereits jedes dritte Kind gemeinsam mit einem Elternteil fern – und ab ca. 21.00 Uhr jedes zweite Kind.

Aus der Perspektive der Eltern stellt sich dies etwas anders dar (vgl. Abb. 1 unten): Die Fernsehnutzung der Eltern steigt zunächst ab Mittag leicht und erst am Vorabend deutlicher an. Die größten Nutzungszuwächse sind schließlich ab 20.00 Uhr

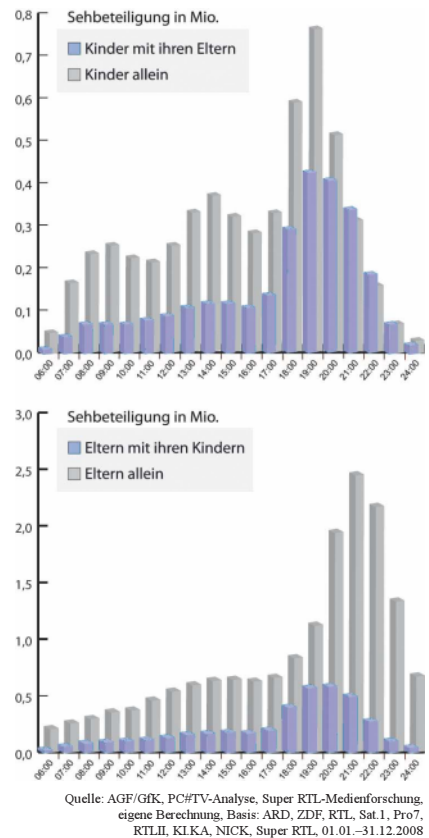


Abb. 1: Die Fernsehnutzungszeiten von Kindern (oben) mit und ohne Eltern und von Eltern (unten) mit und ohne Kinder

zu sehen. Ab 23.00 Uhr geht die Fernsehnutzung der Eltern dann wieder zurück. Lediglich rund 20 % der Eltern, die tagsüber fernsehen, tun dies gemeinsam mit ihren Kindern. In der Hochzeit familiärer Fernsehnutzung um 19.00 Uhr sieht immerhin jeder dritte Elternteil mit den Kindern gemeinsam fern. Ab ca. 20.00 Uhr geht der Anteil kontinuierlich zurück und ab 22.00 Uhr sind vier von fünf Eltern Allein-Seher.

Hitlisten der Familiensendungen

Welche Sendungen im Mittelpunkt der gemeinsamen Fernsehzeit stehen, ist zunächst nicht ganz einfach herauszuarbeiten. Üblicherweise geben Hitlisten Auskunft bei der Frage nach besonders erfolgreichen Formaten. Die ersten 25 Plätze der »Familien«-Hitliste von 2008 sind durch die Fußball-Europameisterschaft geprägt. Nachrichten, die in den jeweiligen Spielpausen liefern, finden sich quasi als Begleitprogramm zur Fußball-EM ebenfalls unter den Top-Familien-sendungen. Daneben finden sich Filmhighlights für die Familie wie die Spielfilme *Ice Age* (RTL), *Ice Age 2* (RTL) oder *Madagascar* (Pro7) und natürlich der Klassiker der Samstagabend-Shows *Wetten, dass ...?* (ZDF). Insofern geben die Topplätze der Hitlisten nach Sehbeteiligung zwar wichtige Hinweise, aber sagen nur bedingt etwas über das alltägliche Fernsehen von Familien aus. Hierzu muss man den Blick – jenseits der Großereignisse – auf die Plätze weiter hinten in einer Hitliste werfen. So wird die »Familien«-Hitliste ab Platz 100 von anderen Sendungen geprägt: Hier wird insbesondere *Unser Sandmännchen* (KI.KA/RBB/MDR) zum wiederkehrenden Sendungstitel. Darum lohnt es sich, die Hitliste weiter zu fassen und die ersten 1.000 Plätze zusammenfassend darzustellen. Zwar werden durch dieses Vorgehen tendenziell die Sendepplätze bevorzugt, die mit kurzen Ein-

zelnsendungen bestückt sind, dennoch wird das Bild der häufig wiederkehrenden Programme mit hohem Erfolg bei Familien insgesamt deutlicher (vgl. Abb. 2).

724 Sendungen der 1.000 von Familien am häufigsten gemeinsam gesehenen Sendungen kommen aus dem Kinderprogramm des KI.KA und hier vor allem aus der Abendschiene im Umfeld des Sandmännchens. In der Zeitschiene 18.30 Uhr bis 19.30 Uhr steht *Unser Sandmännchen* deutlich im Mittelpunkt und wird von Programmen wie *Yakari*, *Heidi*, *Wickie*, *Das Baumhaus* oder – aus der Weih-



Abb. 2: Die Top-1.000-Familienhitliste: Welche Sendungen sehen Familien gemeinsam?

nachtszeit – *Beutolomäus* begleitet. Ein zweiter großer Block waren im EM-Jahr 2008 die bereits oben genannten Fußballereignisse mit den Nachrichten, die in den Halbzeitpausen liefern. Eine weitere inhaltliche Kategorie sind Ausstrahlungen von Kinofilmen und Spielfilme mit besonderer Familienrelevanz sowie einzelne Folgen/Ausgaben wie z. B. der Daily Soap *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (RTL) oder von Shows wie *Deutschland sucht den Superstar* (RTL), *Wer wird Millionär?* (RTL) oder *Wetten, dass ...?* (ZDF). Neben der allgemeinen Frage nach der gemeinsamen Fernsehrezeption von Eltern und Kindern bietet dieses Vorgehen auch einen Blick auf besondere Personenkonstellationen. So lassen sich etwa die beliebtesten Sendungen bestimmen, die gesehen werden, wenn nur Mütter und Töchter

bzw. Väter und Söhne vor dem Fernseher sind. In beiden Fällen dominiert weiterhin das Kinderprogramm, aber mit gewissen Unterschieden: In der 1.000-er Hitliste der gemeinsamen Fernsehnutzung von Müttern und Töchtern dominiert der KI.KA (709 Titel) mit der Vorabendschiene um *Unser Sandmännchen*. Daneben finden sich aber auch Programme von Super RTL wie *Hotel Zack & Cody* oder *Hannah Montana*. Fußballübertragungen sind mit nur 14 Titeln deutlich schwächer vertreten, während der Bereich der Daily Soaps mit *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (85 Folgen) und *Alles was zählt* auf RTL (39 Folgen) oder die RTL-Casting-Show *Deutschland sucht den Superstar* (24 Folgen) in der Top-1.000-Liste sehr viel präsenter ist.

Bei den Vätern und Söhnen zeigt sich ein etwas anderes Bild: Der KI.KA ist hier mit 441 Titeln – zumeist wieder aus dem Vorabend – insgesamt schwächer vertreten. Dagegen ist das Programm von Super RTL mit 154 Titeln in der Top-1.000-Hitliste der gemeinsamen Fernsehnutzung mit Sendungen wie *Hotel Zack & Cody* oder *Kim Possible* deutlich präsenter. Daneben finden sich hier mit *SpongeBob Schwammkopf* oder *Avatar* auch Kindersendungen, die bei Nick laufen. Besonders hervorzuheben sind die 20 Folgen von *Die Sendung mit der Maus* (15 auf dem KI.KA, 5 auf der ARD), die es in die Top-1.000-Hitliste von Vätern mit Söhnen geschafft haben. Neben dem Kinderprogramm zeigt sich mit 182 Sportsendungen ein weiterer wichtiger Bereich in der gemeinsamen Fernsehnutzung von Vätern und Söhnen. Neben 81 Sendungen von Fußball-Großereignissen (EM, UEFA-Cup, Länderspiele) zählen hierzu auch die Berichterstattung zur Fußball-Bundesliga (55 Titel) und 31 Sendungen zur Formel 1. Bei den Nachrichten finden sich neben den Halbzeitsendungen der Fußballüber-

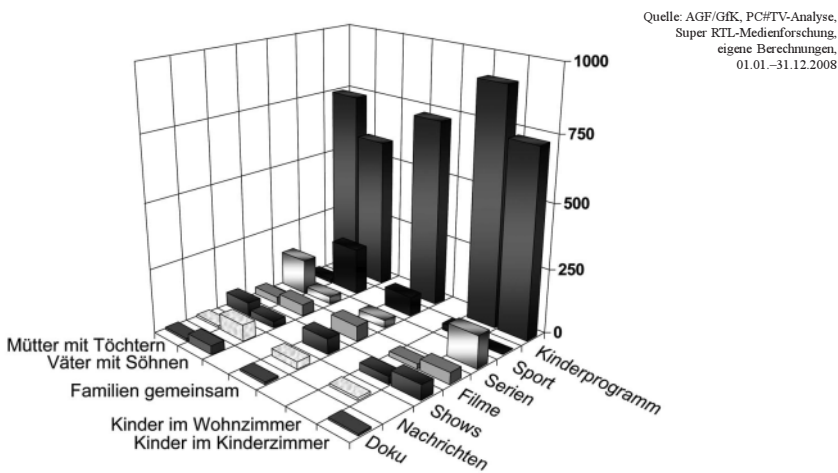


Abb. 3: Fernsehprofile in Familien

tragungen auch Sendungen, die nicht durch die zeitliche Nähe zu Sportereignissen in die Top-1.000-Hitliste gekommen sind, wie etwa 13 Sendungen *RTL-Aktuell*. Die Soaps spielen bei den Vätern und Söhnen eine untergeordnete Rolle, hingegen finden sich in der gemeinsamen Hitliste 31 Folgen des Wissensmagazins *Galileo* (Pro7) und 9 Folgen von *Die Simpsons* (Pro7).

So präsent das Kinderprogramm in der familiären Fernsehnutzung ist, so ist es nur der gemeinsamen Nutzungssituation mit den Kindern geschuldet. In der Top-1.000-Hitliste dessen, was Eltern unter sich sehen, taucht keine einzige Kindersendung mehr auf. Das Fernsehmenü der Eltern besteht neben Sportsendungen aus einem Mix an amerikanischen Primetime-Serien wie *Dr. House* (RTL), *Monk* (RTL) oder *CSI: Miami* (RTL), Spielfilmen, Shows, Nachrichtensendungen und so etwas wie Real-Alltagsdoku-Sendungen wie *Raus aus den Schulden* (RTL) oder *Bauer sucht Frau* (RTL).

Dieser Logik folgend lässt sich entsprechend ausrechnen, welche Sendungen Kinder ohne ihre Eltern ansehen. Auf dem Fernsehgerät im Wohnzimmer, ohne dass Eltern im Raum sind, finden sich in den Top 1.000 auch die Fußballereignisse, *Deutschland sucht den Superstar* (RTL) und Spielfilme – im absoluten

Mittelpunkt steht aber auch hier Kinderfernsehen. Neben den Sendungen vom KI.KA finden sich auch diverse Titel von Super RTL. Hierbei zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen dem, was Kinder im Wohnzimmer ansehen, und dem, was auf dem eigenen Fernseher in den Kinderzimmern gesehen wird. Auch im eigenen Zimmer sehen Kinder vor allem Kinderprogramm. Die gewählten Programme laufen jedoch vor allem auf Super RTL (519 Titel) wie *Hotel Zack & Cody* (148), *Hannah Montana* (144), *Kim Possible* (37) oder *Die Zauberer vom Waverly Place* (36). Die Anzahl der Titel in der Top-1.000-Hitliste von Nick (*Neds ultimativer Schulwahnsinn*, *SpongeBob Schwammkopf* oder *Zoey 101*) liegen mit 151 noch vor den 55 Titeln des KI.KA. Der Hintergrund ist hier sicherlich das Alter der Kinder, denn die Anzahl der Kinder mit eigenem Fernsehgerät nimmt mit dem Alter deutlich zu. Entsprechend finden sich vom KI.KA dann auch eher Sendungen für Ältere wie 36 Folgen von *Schloss Einstein*. Neben dem Kinderprogramm finden sich in der Top-1.000-Liste im Kinderzimmer 111 Folgen der Serie *Die Simpsons* (Pro7), 14 Folgen von *Deutschland sucht den Superstar* (RTL) sowie *DSDS – Das Magazin* (Super RTL). Insgesamt laufen hier auch mehr Kino- und Spielfilme als bei der Fern-

schnutzung der Kinder im Wohnzimmer.

Genreprofile vom gemeinsamen Fernsehen

Aus der Auszählung der Hitlisten in den verschiedenen Zielgruppen lassen sich Genrepräferenzen in unterschiedlichen familiären Fernsehkonstellationen herausarbeiten (vgl. Abb. 3). Besondere Programmanlässe vereinen Familien vor dem Fernseher. Beispiele hierfür sind etwa sportliche Großveranstaltungen, große Unterhaltungsshow wie *Deutschland sucht den Superstar* (RTL) oder *Wetten, dass ..?* (ZDF) sowie familienrelevante Kinofilme wie *Ice Age* (RTL) oder *Madagaskar* (Pro7). Geschlechterbezogene Unterschiede zeigen sich im Programmbereich Sport, bei dem sich ein besonderer Schwerpunkt bei Vätern und Söhnen zeigt. Bei der gemeinsamen Fernsehnutzung von Müttern und Töchtern stehen dagegen Soaps und Serien deutlich stärker im Vordergrund. Neben diesen besonderen Anlässen zeigt die Auswertung aber auch die alltägliche, vermutlich stark ritualisierte Fernsehsituation in Familien. Und hier steht vor allem das explizite Kinderprogramm im Mittelpunkt. Insofern lässt sich sagen: Kinderprogramm bringt Familien mit Kindern im Alltag nicht nur manchmal, sondern regelmäßig vor dem Fernseher zusammen. ■

LITERATUR

Hofmann, Ole: *Sehen Familien anders fern?* In: *TelevIZion*, 14/2001/1, S. 36-40.

DER AUTOR



Ole Hofmann, Dr. phil., Dipl.-Oec., ist freiberuflicher Medienforscher. Promotion an der Universität Kassel über »Individuelle Fernsehnutzungsmuster von Kindern«.