

Steffen Kottkamp/Marko Kutzscher

Was bietet der KI.KA für Familien?

Betrachtet man das Image des KI.KA und seine Zustimmungswerte bei den Eltern, sollte man meinen: alles bestens. Die Macher müssten sich eigentlich entspannt zurücklehnen können. Wenn ein Sender aus der Sicht der Eltern so gut dasteht, dann wird wohl sein Angebot für Familien wertgeschätzt. Denn Eltern schreiben dem KI.KA zu, dass man Kinder unbesorgt sein Programm sehen lassen kann. So sind z. B. 81 % der Mütter von 3- bis 13-Jährigen dieser Meinung. Das geringere Vertrauen zu den privaten Kindersendern wird durch die Aussagen der Mütter zu Super RTL (42 %) und NICK (46 %) deutlich.¹

Aber ganz so einfach ist es nicht: Geht man von der Annahme aus, dass beispielsweise gemeinsames Fernsehen von Eltern und Kindern positiv zu bewerten ist – und das ist es, aus vielerlei Erwägungen, zweifelsohne – erkennt man einen Zielkonflikt. Wie der Name des Senders es schon sagt: Der KI.KA ist ein Sender für Kinder ab drei Jahren. Sie stehen im Zentrum des Interesses, für sie ist der KI.KA gemacht. Das bedeutet konkret, er ist kein TV-Sender für Erwachsene, Eltern oder Familien. Allerdings: Jeder, der sich mit Kinderfernsehen beschäftigt, weiß, gutes Kinderprogramm ist immer auch Familienprogramm. Und so gibt es eben doch eine Vielzahl von Programmplätzen im KI.KA, bei denen sich die ganze Familie vor dem Fernsehgerät versammelt.

Für den KI.KA stellt die Familie an sich einen Wert dar. In einer Zeit der zunehmenden Individualisierung und der Verkleinerung der familiären Strukturen möchte der KI.KA einen

Beitrag leisten, um Kindern den Wert einer Familie näherzubringen. Dies geschieht über das Zeigen der vielfältigen, heute existierenden Familienbilder, ob nun in einer klassischen Familie, alleinerziehend oder mit neuem Partner in einer Patchworkfamilie. Die Darstellung der eigenen bzw. anderer Formen des Zusammenlebens hilft Kindern, sich in ihrer Welt zu orientieren und die eigene Situation wiederzuerkennen. Außerdem werden die einzelnen Familienrollen wie Vater, Mutter, Großeltern, Geschwister usw. detailliert ausgedeutet und so eine Reflexion und Bewertung der eigenen Situation ermöglicht.

Familie als Wert

Im Programm des KI.KA finden sich diese Familiendarstellungen z. B. in *Wie erziehe ich meine Familie*, *Fortsetzung folgt*, *krimi.de* oder *Schloss Einstein* wieder. Familien ernst zu nehmen, heißt auch, ihre Probleme ernst zu nehmen. Keine andere Sendung im deutschen Fernsehen widmet sich so ausführlich den Familienproblemen von Kindern wie der *Kummerkasten* im KI.KA. Dorthin können sich alle Kinder wenden, die mit einem Familienmitglied oder ihrer eigenen Situation in der Familie ein Problem haben. Jedes Kind wird mit seinem Anliegen ernst genommen und bekommt eine persönliche Antwort sowie eine professionelle Betreuung. Einige Probleme werden thematisch in der Sendung aufgegriffen und Hinweise zur Lösung werden angeboten. Dies ist einmalig im deutschen Kinderfernsehen. Der *Kummerkasten* wird in Zukunft Be-

standteil der Sendung *KI.KA LIVE*, um noch zielgenauer die Aufmerksamkeit auf dieses Angebot zu richten.

Sicherheit vor gewaltverherrlichenden und ungeeigneten Inhalten

Aber zurück zum Anfang. Was bedeutet es, wenn dem KI.KA in so hohem Maße vertraut wird? Das umfassendste Angebot, das der KI.KA Familien machen kann, ist, ihnen Sicherheit zu bieten. Qualitativ und quantitativ. Der KI.KA will niemanden zum Dauersehen verleiten. Im Gegenteil: Klare Signale zum Zielgruppenwechsel im Ablauf des Programms bieten verlässliche Ausschaltpunkte.

Der KI.KA möchte ein TV-Programm bieten, das sich eng an den Wünschen und Bedürfnissen der Kinder orientiert, also all das bietet, was Kinder wollen und brauchen. Dabei hat der KI.KA als öffentlich-rechtlicher Sender die Freiheit und die Verpflichtung, nicht nur das anzubieten, was die Kinder wollen, um möglichst hohe Einschaltquoten zu erzielen. Nein, er kann sich auf die Schnittmenge der Inhalte konzentrieren, die die Kinder wollen und die sie für ihre Entwicklung brauchen. Neben dieser Mischung aus geeigneten Inhalten können Kinder und vor allem auch deren Eltern absolut sicher sein, dass im Programm des KI.KA keine ungeeigneten Sendungen mit pornografischen, gewaltverherrlichenden oder ethisch-moralisch bedenklichen Inhalten zu sehen sind. Dieses Vertrauen in den KI.KA ist messbar und äußert sich in repräsentativen Umfragen, die der KI.KA mit ARD und ZDF regelmäßig durchführt. So schreiben

aktuell 81 % der Mütter von 3- bis 13-jährigen Kindern die Aussage, dass es »... keine oder nur wenig Gewalt« gibt, dem KI.KA zu. Den privaten Kindersendern Super RTL (37 %) und NICK (40 %) wird diese Aussage deutlich weniger zugeschrieben. Auch von der generellen Vertrauensäußerung »Kindersendungen auf diesem Sender kann man Kinder unbesorgt sehen lassen« war eingangs schon die Rede. Dieses Vertrauen hat sich der KI.KA über sein 12-jähriges Bestehen hart erarbeitet. Schwieriger ist da schon der Spagat zwischen gewaltlosem Programm mit wenig Action und Inhalten, die auch noch 13-jährige Jungs interessieren. Wir wissen aus vielen Untersuchungen – wie auch die Programmverantwortlichen der Privatsender –, dass ältere Kinder und speziell Jungen sich bereits sehr am Erwachsenenprogramm orientieren und actionreichere TV-Sendungen bevorzugen. So ist es eine besondere Leistung des KI.KA, ständig dem Anspruch der Gewaltlosigkeit gerecht zu werden und trotzdem der älteren Zielgruppe für sie attraktive Inhalte zu bieten. Ein Bestreben des KI.KA ist es daher, die Sendezeit an die tatsächliche Nutzungszeit älterer Kinder anzupassen und sein Angebot in Zukunft über den frühen Abend hinaus auszuweiten. Damit stellt sich der KI.KA seiner Verantwortung, Alternativen zu den Sendungen anzubieten, mit denen die Kinder nach dem derzeitigen Sendeschluss des KI.KA konfrontiert werden.

Sicherheit vor kommerziellen Interessen

Der KI.KA als öffentlich-rechtlicher Sender bietet auch Sicherheit vor kommerziellen Interessen. Die oft unübersehbare Nähe von Programm und Werbeumfeld sowie die intensive Konfrontation der Kinder mit Kaufanreizen stoßen bei vielen Eltern auf Ablehnung und Unmut. Die Werbefreiheit des KI.KA-Programms wird von den Müttern der 3- bis 13-jährigen Kinder eindeutig erkannt.

Die privaten Wettbewerber erhalten dagegen deutlich weniger Zuschreibungen der Werbefreiheit.² In einer qualitativen Studie von ARD, ZDF und KI.KA 2007³ bestätigten uns die Eltern ausdrücklich, dass sie es begrüßen, dass ihre Kinder im Programm des KI.KA nicht ständig mit Werbung von Produkten konfrontiert werden – zumal es sich dabei oft um die Bewerbung von Merchandising-Artikeln zu sehr beliebten Programmfiguren handelt und Kinder sofort darauf anspringen, spätestens beim nächsten Supermarktbesuch. Damit sollen nicht die Produkte an sich kritisiert werden, die bei Eltern durchaus als beliebte Geschenke dienen, sondern vielmehr die subtile Einbettung von kommerziellen Interessen in Programm für Kinder. Dazu stellt das Programm des KI.KA, das zu 100 % frei von kommerziellen Interessen ist, eine attraktive und von Eltern geschätzte Alternative dar.

Gemeinsame Fernseherlebnisse

Wie sieht es nun mit Programmangeboten des KI.KA aus, die sich direkt an Familien richten? Dass gern zusammen ferngesehen wird, ist allgemein bekannt und zeigt sich besonders bei sportlichen Großereignissen wie bei der Fußball-WM und -EM sowie bei Olympia. Jedes Jahr kommen Sport-Events wie Fußballspiele der deutschen Nationalmannschaft und auch die generationsübergreifende Show *Wetten, dass ..?* auf vordere Plätze in den Hitlisten der meistgesehenen Sendungen bei Kindern. Dabei spielt neben dem eigentlichen Inhalt der Sendungen vor allem das gemeinsame TV-Erlebnis mit Eltern,

Geschwistern und Freunden eine wesentliche Rolle. Kinder genießen es, zusammen mit anderen auf der Couch vor dem Fernseher zu sitzen und gemeinsam mitzufiebern. Dieses Phänomen des sozialen Ereignisses wurde unter anderem in der bereits erwähnten qualitativen Studie von 2007 untersucht. Es wurden die Einschaltgründe von Kindern herausgearbeitet, die danach von den Eltern bewertet wurden. Es verwundert nicht, dass Kinder gern fernsehen wollen, um sich zu entspannen und vom Schulalltag zu erholen. Auch die Eltern akzeptieren es, wenn ihre Kinder sich durch Fernsehen erholen wollen. Sobald es jedoch aus Längeweile geschieht und die Eltern das Gefühl haben, dass die Kinder nur ihre Zeit damit verschwenden wollen, verliert diese Tätigkeit ihre Akzeptanz bei den Erziehungsberechtigten. Als Reaktion werden stärkere Restriktionen oder gar Fernsehverbot ausgesprochen. Es gilt: Entspannung ja, reiner Zeitvertreib nein.

Ein weiterer von Kindern genannter Einschaltgrund, der verständlicherweise von den Eltern uneingeschränkt unterstützt wird, ist das Fernsehen zum Lernen und zum Erfahren von neuen Dingen. So weit, so bekannt, aber es geht noch weiter: Ein von den Kindern explizit genannter Einschaltgrund ist das gemeinsame Fernseherlebnis! Vor allem abends wird durch das gemeinsame Anschauen von Sendungen ein Gefühl von Geborgenheit erzeugt, das den familiären Zusammenhalt stärkt und auch von den Eltern uneingeschränkt akzeptiert und sogar gewünscht wird. Der KI.KA, obwohl expliziter Kindersender, bietet solche Programme, bei denen die ganze Familie zusammenkommt. Gerade *Unser Sandmännchen* ist seit nunmehr bereits 50 Jahren in der Lage, Familien vor dem Fernseher zu vereinen. Fernsehanfänger sammeln dabei im Beisein ihrer Familie die ersten Erfahrungen mit dem Medium, das sie in ihrem künftigen Leben begleiten

wird. Ein weiteres, fast schon als generationenübergreifend zu bezeichnendes Angebot an die ganze Familie ist das *Sonntagsmärchen*. Dass dieses Angebot angenommen wird, zeigen mitunter zweistellige Gesamtmarktanteile. Der KI.KA steht bei den beiden eben beschriebenen Programmen für Verlässlichkeit und Erwartbarkeit. Dies bestätigen uns Kinder wie Eltern regelmäßig in repräsentativen Umfragen. So sagen aktuell 30 % der Kinder, dass sie den KI.KA auch mal mit ihren Eltern anschauen, während es bei Super RTL 29 % und bei NICK nur 20 % sind. Bei den Eltern von Schulkindern (6 bis 13 Jahre) sehen 47 % den KI.KA als den Kindersender, den sich Eltern auch mit ihren Kindern ansehen. Die privaten Sender Super RTL (38 %) und NICK (30 %) liegen bei diesen Nennungen deutlich zurück. Besonders beliebt ist der KI.KA bei den Eltern von Vorschulkindern, die zu 81 % den KI.KA als den Sender für gemeinsame Fernsehmomente sehen. Bei dieser Gruppe ist der Unterschied zu den privaten Sendern Super RTL (40 %) und NICK (33 %) am größten.

Angebote zur Strukturierung des Tages

Wenn die Maxime »gutes Kinderprogramm ist auch Familienprogramm« gilt, ist es wichtig, dass sich das Programm an familiären Abläufen und Bedürfnissen orientiert und darauf eingeht. Das beste Beispiel dafür ist zweifelsohne *Unser Sandmännchen*. Dieses Vorschulprogramm ist eindeutig an den Abläufen in Familien mit kleinen Kindern ausgerichtet. Das Sandmännchen kommt verlässlich jeden Tag kurz vor 19 Uhr und ordnet sich damit in die abendlichen Abläufe zwischen Essen, gemeinsamen Aktivitäten, Waschen und Ins-Bett-Gehen ein. Der Sandmann bietet den Eltern neben dem gemeinsamen Fernseherlebnis eine Hilfe für das »Zu-Bett-Bringen« ihrer Kinder. So wird das Streuen des Sandes schon früh als Symbol für das Ende des Ta-

ges, für Müdigkeit und Schlafen gelernt. Dies zeigt eine qualitative Vorschulstudie, die zusammen mit der Universität Leipzig 2006 durchgeführt wurde. Die Sendung wird von Familien als fester Ankerpunkt gesehen und in die Essens-, Wasch- und Bettgehzeiten integriert. Zusätzlich begrüßen die Eltern die ritualisierende Wirkung dieser Sendung, deren Sendezeit über Jahrzehnte konstant geblieben ist und dadurch die jungen Familien auch zu konstanten Abläufen am Abend (z. B. Essenszeiten) anhält. Jeden Abend versammeln sich die Familien zu *Unser Sandmännchen* vor dem Fernseher und genießen die gemeinsame Zeit. Durch das erwartbare und wiederkehrende gemeinschaftliche Ereignis werden die sozialen Bindungen in der Familie gestärkt, wie die Aussage der Mutter des 2-jährigen Anton belegt:

»... Der weiß genau, ich sag: Es kommt heut' der Sandmann! Dann guckt er den und danach sagt er: »alle« und dann steht er auf, dann weiß er genau, es kommt dann nichts mehr für ihn. Er weiß auch genau, danach geht's ins Bett. »Hörste, nach dem Sandmann, Anton, wenn der Sand gestreut hat, wohin gehst du dann?« – »Ins Bett.« ...«

Neben dem *Sandmann* gibt es natürlich weitere konstante Programmpunkte, die durch ihre Beliebtheit strukturierenden Einfluss auf die Abläufe in Familien haben können. Das *Sonntagsmärchen* sowie der Spielfilmplatz *Lollywood* sind nur zwei weitere Beispiele solcher Ankerpunkte im Programm.

Gemeinsames Lernen im KI.KA

Ein letzter Punkt, der von Familien eindeutig goutiert wird, sei hier noch kurz erwähnt: Die im KI.KA ausgestrahlten Wissensformate von ARD, ZDF und dem KI.KA selbst sind in der Lage, selbst komplexe Sachverhalte einfach und verständlich zu erklären. Formate wie *Wissen macht Ah!*, *pur+*, *Löwenzahn* oder die *Sachgeschichten* der Sendung *mit der Maus* schaffen es auf unterhaltsame Weise, naturwissenschaftliche Phänomene für die ganze Familie verständlich darzustellen.

Der KI.KA ist und bleibt ein Sender für Kinder ab 3 Jahren, aber Programme über und für Familien nehmen einen bedeutenden Raum ein. Durch die Verlässlichkeit des Angebots mit hochwertigen Sendungen zu konstanten Sendezeiten, die sich an den Bedürfnissen und Abläufen der Kinder orientieren, wurde ein starkes Vertrauen bei Kindern wie Eltern gewonnen, dem sich der KI.KA auch künftig verpflichtet fühlt. ■

ANMERKUNGEN

- 1 Repräsentative Befragung von ARD, ZDF und KI.KA, Oktober 2008 (iconkids & youth).
- 2 Repräsentative Befragung von ARD, ZDF und KI.KA, Oktober 2008 (iconkids & youth).
- 3 Qualitative Befragung von ARD, ZDF und KI.KA, Sommer 2007 (psyma).

DIE AUTOREN

Steffen Kottkamp ist seit 1. November 2008 Programmgeschäftsführer des KI.KA, des Kinderkanals von ARD und ZDF in Erfurt, zuvor war er Chef-Producer bei Studio.TV.Film, Berlin.



ständig.

Marko Kutzscher, Dipl.-Psych., ist seit 2005 für die Medienforschung des KI.KA beim MDR, Leipzig, zu-