

Lothar Mikos/Claudia Töpfer

# Erfolgreiche Familienformate

## Analyse von *Wetten, dass ..?*, *DSDS* und Sportsendungen

**Kinder und Erwachsene schauen meist am Wochenende gemeinsam fern. Dabei bevorzugen sie Shows, Sport und Sendungen, die auf vielfältige Weise Identifikationsangebote machen und Emotionen wecken. Alle diese Sendungen bewegen sich nah an der Alltags- und Fantasiewelt von Kindern und Erwachsenen.**

Während noch in den 1950er-Jahren das Fernsehen Familien zusammenbrachte, sitzen diese spätestens seit dem Aufkommen der Privatsender in den 1980er-Jahren lange nicht mehr gemeinsam vor der Flimmerkiste. Erst recht nicht, seitdem Fernsehgeräte Einzug in die Kinderzimmer gehalten haben und die lieben Kleinen nicht mehr darauf angewiesen sind, gemeinsam mit den Eltern fernzusehen. Immerhin haben 44 % der Kinder aus der KIM-Studie 2006 einen eigenen Fernseher, mehr Jungen als Mädchen (KIM 2006, S. 9 f.). Das führt dazu, dass immer mehr Kinder angeben, allein fernzusehen – in der jüngsten KIM-Studie waren es 51 % (ebd., S. 15). Allerdings sehen die jüngeren Kinder erheblich seltener allein fern als die älteren. Aber immerhin 31 % der Kinder schauen gemeinsam mit den Eltern fern. Diese Daten benennen statistische Durchschnittswerte. Im Alltag ist das Fernsehverhalten der Kinder von vielen Faktoren abhängig: von der persönlichen Befindlichkeit, der sozialen Situation in der Familie,

der Tageszeit, dem Wochentag, dem Programmangebot und vielem mehr. Für uns hat sich die Frage gestellt, ob es bestimmte Faktoren gibt, die das gemeinsame Fernsehen von Kindern und Eltern bedingen bzw. befördern. Besonderes Augenmerk sollte dabei auf Sendungen bzw. Sendereihen gelegt werden, die einen hohen Anteil von Kindern und Erwachsenen im Publikum aufweisen. Grundsätzlich kann man feststellen, dass es bestimmte Rahmenbedingungen gibt, die das gemeinsame Fernsehen von Kindern und Eltern fördern: Eine Sendung hat dann größere Chancen, von allen gemeinsam angeschaut zu werden, wenn sie auf dem richtigen Programmplatz zu einer günstigen Sendezeit gezeigt wird und sich obendrein noch gut in die Alltagsrituale der Familien oder alleinerziehender Eltern einfügt. Kinder schauen am Wochenende mehr fern als in der Woche (vgl. dazu Feierabend/Klingler 2008). Der Samstagabend kann als optimaler Sendeplatz für Familiensendungen gesehen werden. Die Kinder dürfen länger aufbleiben, denn am Sonntag wird ausgeschlafen.

*Die Sendung mit der Maus* sorgt am Sonntag um 11.30 Uhr dafür, dass der Anteil der fernsehenden Kinder deutlich ansteigt (ebd., S. 195). Für die kleineren Kinder zwischen 3 und 5 Jahren liegt die tägliche Spitze des Fernsehkonsums um 18.45 Uhr, wenn 21 % dieser Altersgruppe vor dem Fernseher sitzen. Genau in diese Zeitspanne fällt die Sendezeit des Sand-

männchens, das im KI.KA den Kleinen um 18.50 Uhr den Sand in die Augen streut. Studien zu dieser Sendung haben gezeigt, dass sie sich nahezu perfekt in die alltäglichen Rituale von Eltern und Alleinerziehenden einfügt, da die Kinder mit der Sendung auf das Zubettgehen vorbereitet werden können (vgl. Grazzi 2005; Grazzi/Mikos 2007). Danach ist der Fernsehtag für die Kleinen beendet.

Die genannten Rahmenbedingungen treffen vor allem auf zwei Arten von Sendungen zu:

- 1) Shows, die Samstagabend gesendet werden, und
- 2) Kindersendungen, die Sonntagvormittag oder während der Woche am sogenannten Vorabend gesendet werden.

Zu den Shows mit den meisten Kindern und Erwachsenen im Publikum zählen *Deutschland sucht den Superstar* (RTL) und *Wetten, dass ..?* (ZDF) sowie Sportübertragungen, wobei hier Fußball (ARD/ZDF) und Formel 1 (RTL) im Mittelpunkt stehen. Doch auch wenn die Rahmenbedingungen wie Sendeplatz und Sendezeit sowie die Einbindung in Alltagsrituale stimmen, wird nicht jede Sendung zu einem Hit bei den Kindern und ihren Eltern, die auch gemeinsam geschaut wird.

Es gibt jedoch Formate, denen das besonders gut gelingt, weil sie inhaltliche, dramaturgische und ästhetische Besonderheiten aufweisen. Sie gehen auf (Entwicklungs-)Themen der Kinder ein, gleichzeitig sprechen sie die Erwachsenen an.

Im Folgenden werden die Ergebnisse einer Rezeptionsästhetischen Analyse der bei Kindern und Erwachsenen erfolgreichen Formate dargestellt. Die Analyse (vgl. Mikos 2008) geht davon aus, dass jedes dramaturgische, narrative und ästhetische Element eines Films oder einer Fernsehsendung eine Funktion für das Publikum hat, indem es auf die emotionalen, kognitiven und sozialen Aktivitäten der ZuschauerInnen zielt. In der folgenden Analyse ging es vor allem darum, die Elemente der Sendungen herauszuarbeiten, die Kinder und Erwachsene ansprechen und die auf eine soziale Kommunikation in den zuschauenden Familien abzielen.

### Shows

Was macht den besonderen Reiz von *Wetten, dass ...?* und *Deutschland sucht den Superstar* aus?

#### Wetten, dass ...?

Die Show *Wetten, dass ...?* gilt als »Dinosaurier« unter den Samstagabendshows im deutschen Fernsehen. Nach einer Idee von Frank Elstner, der die Show auch in den ersten 6 Jahren moderierte, wird sie seit 1981 sechsmal pro Jahr ausgestrahlt. Sie hat alle Elemente einer klassischen, großen Fernsehshow: prominente Gäste, Musikeinlagen und Spiele. Seit 1987 wird sie von Thomas Gottschalk moderiert (mit einer Unterbrechung von einem Jahr, in dem Wolfgang Lippert Gastgeber war). Der Ablauf der Show hat sich in den letzten 20 Jahren kaum verändert. Sie beginnt mit dem Auftritt des Moderators, der das Saalpublikum begrüßt. Anschließend wird die Stadtwette bekannt gegeben, die zum Ende der Sendung auf der Bühne eingelöst wird – früher gab es eine Saalwette, danach eine Stadtwette, die nicht im Saal eingelöst wurde. Mit dieser Wet-

te wird ein Spannungsbogen vom Beginn zum Ende der Sendung gespannt. Nach der Bekanntgabe der Stadtwette begrüßt der Moderator den oder die ersten prominenten Wettpaten. Mit den Prominenten führt Gottschalk Gespräche auf dem Sofa, bevor er die Wetten vorstellt und die Prominenten tippen müssen, ob der Kandidat seine Leistung schafft oder nicht. Nach jeder Wette tritt ein nationaler oder internationaler Künstler auf, der oft danach noch auf dem Prominentensofa Platz nimmt. Dies wiederholt sich fünfmal. Seit 2001 gibt es eine Kinderwette, bei der ein Kind oder Jugendlicher als Kandidat eine Wette präsentiert. Die prominenten Wettpaten der Kinderwette haben in der Regel einen Bezug zu Kindern, z. B. als Sportler, Filmstar oder Politiker. So war in der Sendung vom 8.11.2008 der Olympiasieger im Gewichtheben, Matthias Steiner, Wettpate, und in der Sendung vom 13.12.2008 die Bundesfamilienministerin Ursula von der Ley-

en. Bevor die Einlösung der Stadtwette erfolgt, haben die Fernsehzuschauer noch die Möglichkeit, den Kandidaten/die Kandidatin ihrer Lieblingswette zum Wettkönig zu wählen. Im Wesentlichen kann man die Grundelemente von *Wetten, dass ...?* auf drei reduzieren:

- 1) Es treten Stars und Idole auf, sowohl als prominente Wettpaten als auch als Showacts.
- 2) Es werden Wetten präsentiert, die sich auf besondere Leistungen der Kandidaten beziehen – das reicht von auswendig Gelerntem (z. B. die Präsidenten der USA als Kinderwette am 8.11.2008) über Wettrennen (z. B. Fassadenkletterer gegen Treppenläufer am 8.11.2008), außergewöhnliche Fortbewegungsmittel (z. B. Baggerrudern am 13.12.2008) bis hin zu Geschicklichkeitsspielen (z. B. Auslöschung von Kerzen mit einem Modellflieger am 13.12.2008).
- 3) Spannung, die einerseits über die ganze Sendung hinweg mit der Stadtwette erzeugt wird, andererseits aber auch bei den einzelnen Wetten, oft noch durch ein Zeitlimit gesteigert.

Ferner gibt es in den Showacts eine spezielle Mischung, die auf mehrere Generationen abgestimmt ist, z. B. in der Sendung vom 8.11.2008 die Sängerin Pink für die Kinder und Jugendlichen, Alicia Keys und Kid Rock für die mittleren Generationen und die Gruppe Simply Red für die über 50-Jährigen oder in der Sendung vom 13.12.2008 die Pussycat Dolls für die Kinder und Jugendlichen, Anastacia und Herbert Grönemeyer für die bis 50-Jährigen sowie Tom Jones für die Älteren – schließlich gar Jopi Heesters für die Generation der Groß- und Urgroßeltern. Allein die musikalischen Acts schaffen so Gesprächsstoff in den Familien, denn alle Generationen können sich über ihre Lieblinge austauschen. Vor allem die Integration der Kinderwette, die sich speziell mit kindlichen Fertigkeiten und Leistungen befasst, dient dazu, die Sendung vor allem für Kinder und deren Eltern attraktiv zu machen. Zusehende Erwachsene und Kinder lernen ihre Stars, die als Wettpaten antreten, von einer anderen,

lockeren Seite kennen, denn das Sofa, auf dem Gottschalk seine Gäste empfängt, verlangt nach einer lockeren Gesprächsrunde, die auch auf dem heimischen Sofa stattfinden könnte. Die ZuschauerInnen kommen so den Stars sehr nah, was durch die Kameraarbeit unterstützt wird, die sehr nah bei den Personen ist.

### Deutschland sucht den Superstar (DSDS)

Die Show *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)* wird seit 2002 mit einer Staffel pro Jahr ausgestrahlt. Es handelt sich um die deutsche Adaption des britischen Formats *Pop Idol*. Sie gehört zum Genre der Talentshows (in Deutschland auch Castingshows genannt). Es geht darum, dass sich vorwiegend junge Menschen um eine Karriere als Popstar bewerben und dabei von einer Jury, deren prominentestes und umstrittenstes Dauermitglied Dieter Bohlen ist, und vom Fernsehpublikum bewertet werden. Die ersten Sendungen einer Staffel werden nicht am Samstagabend, sondern wochentags ausgestrahlt. In diesen Episoden werden die Castings gezeigt, die an verschiedenen Orten stattgefunden haben. Anschließend findet ein sogenannter Recall statt, der mit ein bis drei Sendungen bedient wird. Hier haben KandidatInnen die Chance, in die Vorentscheidung zu kommen, nachdem ihnen bei den Castings lediglich mitgeteilt wird, ob sie weitergekommen sind oder nicht. Auf die Recalls folgt eine Liveshow »Jetzt oder nie«, bei der ZuschauerInnen und Jury je 5 Kandidaten aus den verbliebenen 15 auswählen. Diese 10 Kandidaten durchlaufen dann 9 Mottoshows sowie ein Halbfinale und ein Finale. Bis zum Halbfinale steht jede Show unter einem Motto, zu dem die Kandidaten Songs präsentieren müssen (z. B. »Partyklassiker und Balladen«, »Die größten Filmhits« oder »Judges' Choice – Die Songs der Jury«, alle Beispiele aus der 5. Staffel, die im Jahr 2008 zwischen dem 23. Januar

und 17. Mai ausgestrahlt wurde). Das Fernsehpublikum wählt am Ende jeder Mottoshows eine/n Kandidaten/in ab. Die »Jetzt oder nie«-Entscheidungssendung, die Mottoshows, das Halbfinale und Finale werden am Samstagabend um 20.15 Uhr gesendet, zur besten Familien-Fernsehzeit. Auch bei der Talentshow *Deutschland sucht den Superstar* lassen sich Grundelemente ausmachen, die wesentlich zur Faszination des Formats beitragen:

- 1) eine klassische Wettbewerbssituation,
- 2) »normale« Jugendliche bzw. junge Erwachsene erhalten die Chance zu einem öffentlichen Auftritt,
- 3) sie verwandeln sich dabei in Popstars für die Dauer ihres Auftritts, und
- 4) unterstützt die Inszenierung eine starke Emotionalisierung, die sich auf die Zuschauer überträgt.

Die ZuschauerInnen können hier Menschen wie Du und Ich, die mal mehr oder weniger große Macken an den Tag legen, in einer Wettbewerbssituation verfolgen, in der sie eine Leistung vollbringen müssen (Singen, Tanzen, Performen), und sich dabei einerseits selbst in den Auftritt fantasieren und andererseits die Auftritte der KandidatInnen bewerten. Letztere dienen auch als Identifikationsangebote, da sie den Zuschauern über eine sehr emotionalisierende Kameraarbeit durch sogenannte Close-ups nahe gebracht werden. In der Inszenierung gelingt es, empathische Felder (vgl. Wulff 2002) aufzubauen, sodass die ZuschauerInnen mit den KandidatInnen mitleiden können. Ein wesentlicher Faktor des Erfolgs ist auch Juror Dieter Bohlen, der bei seinen Bewertungen auf einem schmalen Grat zwischen ethischer Verantwortung und populistischen Plattitüden wandelt. Zusammen mit den anderen Ju-

rymitgliedern kann er als eine Inszenierung der Bewertungen des Publikums gesehen werden, wobei Bohlen den Respektlosen gibt, eine Rolle, die gerade bei Kindern und Jugendlichen gut ankommt. Zugleich sorgt sie in den Familien für Gesprächsstoff, da nicht seine Bewertungen an sich, aber die Art des Vortrags der Bewertungen umstritten sind.

### Sport

Bei Sportübertragungen von Fußball-Länderspielen und Formel-1-Rennen lassen sich die Elemente, die zur Faszination der Shows beitragen, wiederfinden. Hier werden klassische Spiel- und Wettkampfsituationen dargeboten. Sportarten ist eine Dramaturgie

der Spannung eigen, da das Ende der Wettkämpfe offen ist. Bei den Live-Übertragungen solcher Sport-Großveranstaltungen kann man Sportstars bei der Ausübung ihres Berufs verfolgen. Die Darbietung von Sport im Fernsehen folgt zunehmend den Prinzipien der Fernsehunterhaltung, zu denen auch eine starke Emotionalisierung gehört, die wegen einer verfeinerten Technik immer besser eingesetzt werden kann, z. B. durch Nahaufnahmen von den Gesichtern der Fußballspieler oder durch emotionalisierende Kommentare der Sportreporter (vgl. hierzu Kühnert 2004; Mikos 2006; Schierl 2004; Stiehler

1998). Hier wird vor allem durch die Bildregie eine formale Dynamik erzeugt, die den meisten sportlichen Wettkämpfen so nicht innewohnt. Populäre TV-Sportarten wie Fußball, die von Millionen Kindern und Erwachsenen gesehen werden, haben eine starke Beziehung zu den Erfahrungen des Publikums, das entweder selbst gegen den Ball tritt, oder aber gemeinsam ins Stadion geht, um sich dort Spiele anzuschauen. Letzteres ist über die klassische Vater-Sohn-Initiierung durch gemeinsame Besuche auf dem Fußballplatz durch die Einrichtung von Familienblocks in den großen Stadien zu einer Familienaktivität geworden. Die Popularisierung der Sportübertragungen im Fernsehen hat auch damit zu tun, dass die reinen Wettkämpfe immer mehr mit unterhaltenden Elementen ange-

reichert werden, zu denen auch Interviews und Talkelemente gehören, in denen die Fußballstars sich äußern – in der Regel sehr emotional.

Die Sendereihen und Sportübertragungen, die Kinder gemeinsam mit ihren Eltern schauen, kann man als Fernseh-Events bezeichnen. Es sind Ereignisse, die aus dem Alltag des Mediums herausragen. *Wetten, dass ...?* und *Deutschland sucht den Superstar* sind daher ebenso wie die Übertragung der Sport-Events Familiensendungen im besten Sinn. Sie bieten der fernsehenden Familie Dramatik und Spannung, sie ermöglichen eine Be-

teiligung in zweifachem Sinn: Einerseits können die Familienmitglieder noch während der Sendung Bewertungen zu den gezeigten Leistungen abgeben und andererseits können sie – mit Ausnahme der Sportübertragungen – durch Abstimmungen den weiteren Verlauf der Sendung mitbestimmen. Zugleich greifen sie Darstellungskonventionen anderer Genres auf. So werden z. B. in *Wetten, dass ...?* nach der Beendigung einer Wette Zeitlupen-Aufnahmen der entscheidenden Momente gezeigt, die aus Sportübertragungen bekannt sind. Sportstars werden inzwischen wie Popstars inszeniert, was wiederum eine Nähe zu ihren Auftritten bei *Wetten, dass ...?* zeigt sowie zur Inszenierung der KandidatInnen in *Deutschland sucht den Superstar*. Zentrales Element der genannten Sendungen ist das Wettspiel, bei dem Menschen wie Du und Ich als Akteure auftreten, was den zuschauenden Kindern und Erwachsenen vermittelt, selbst die Chance zu haben, so einen Auftritt zu absolvieren. Hier zeigt sich zudem eine Nähe zu den Märchen. Denn sowohl *Wetten, dass ...?* als auch *Deutschland sucht den Superstar* und die Sportübertragungen greifen populäre, märchenhafte Mythen auf: Erfolg ist machbar, man kann

sich vom Tellerwäscher zum Millionär hocharbeiten – auch wenn der Erfolg letztlich nur 15 Minuten Ruhm auf der Fernseh Bühne verheißt.

Die Inszenierung zielt darauf ab, Identifikationsangebote für die ganze Familie zu schaffen. Darüber hinaus schaffen sie durch ihre emotionalisierende Inszenierung Möglichkeiten der emotionalen Teilnahme, der Empathie und Sympathie. Schließlich greifen sie handlungsleitende Themen und Fantasien von Kindern und Jugendlichen auf. In den vom IZI initiierten Studien zur Rolle der Medien in den Fantasien von Kindern konnte gezeigt werden, dass ei-

ner der wichtigen Handlungswünsche, der hinter den kindlichen Fantasien steht, das »Sich-Besondern« ist. Dabei betonen Kinder »ihre Einzigartigkeit und heben sich dadurch als besonders hervor« (Götz 2006, S. 95). Das geschieht vor allem dadurch, dass Kinder ihr Können beweisen, dass sie sich in ihrer eigenen Besonderheit inszenieren und dass sie die Anerkennung und Aufmerksamkeit anderer bekommen. Diese Aspekte treffen alle auf die beiden Shows zu. Ein anderer Handlungswunsch hinter den Fantasien der Kinder ist das »Spannung-Erleben«. Dabei geht es darum, in der Fantasie Kämpfe zu erleben oder zu beobachten und spezielle Aufgaben, z. B. Abenteuer, zu bestehen (ebd., S. 98). Das lässt sich bei den Shows und den Sportübertragungen genießen. Nicht nur die Kinder haben hier die Chance, sich in der Fantasie in die WettkandidatInnen, die Musik- und Sportstars und die SängerInnen zu versetzen, die bei *Deutschland sucht den Superstar* teilnehmen. Diese Fantasien sind auch noch bei jungen Erwachsenen, die zur jungen Elterngeneration zählen können, präsent (vgl. Mikos/Prommer/Schäfer 2006). Auf diese Weise sprechen diese Sendungen sowohl die Kinder als auch die Eltern an.

### Schlussbemerkung

Der Erfolg von *Wetten, dass ...?*, *Deutschland sucht den Superstar* und Sportübertragungen beruht vor allem darauf, dass sie in der Lage sind, zugleich Entwicklungsthemen von Kindern und Erinnerungsthemen von Erwachsenen, nämlich ihre Kindheitsfantasien, aufzugreifen. Damit bieten sie eine Basis für kollektive Erfahrungen in der Familie, die außerdem an die (gemeinsame) Populärkultur anschlussfähig sind. Auffallend ist, dass es sich bei diesen Sendungen um Sendereihen handelt, abgesehen von den Sportübertragungen, die man aber streng ge-

nommen als klassische Genresendungen sehen kann und die damit immer wiederkehrenden Konventionen folgen. Programmliche Kontinuität und Verlässlichkeit scheinen wichtige Voraussetzungen für gemeinsame Fernseherfahrungen von Kindern und Eltern zu sein. Denn Wiederholungen schaffen Vertrautheit und auch eine Form von Geborgenheit – nicht nur auf der Seite der Kinder, sondern auch auf der Seite der Eltern, die die Sendungen zum Teil bereits aus ihrer eigenen Kindheit kennen.

Die dargestellten Sendungen bieten auf vielfältige Weise Märchen und Mythen sowie Archetypen und Symbole dar. Außerdem vermitteln sie bestimmte gesellschaftliche Werte. So werden in den erfolgreichen Show- und Sportformaten vor allem individuelle Leistungen besonders betont. Damit werden Kinder und Eltern in einen wesentlichen Wert der Gesellschaft eingebunden. Hier treffen die Sendungen auf einen in der Gesellschaft kursierenden bedeutungsvollen Diskurs, auch wenn dieser märchenhafte Züge trägt.

Die gemeinsamen Merkmale der Shows und Sportsendungen, die das gemeinsame Fernsehen von Kindern und Erwachsenen befördern, stellen die Wettkampfsituationen dar, die auf der einen Seite die ZuschauerInnen zum Wetten bzw. Mitspielen und -bewerten veranlassen und auf der anderen Seite zugleich zahlreiche Identifikationsangebote für Groß und Klein machen, da Menschen wie Du und Ich auftreten, die Leistungen darbieten, die aus den Alltags- und Freizeiterfahrungen der ZuschauerInnen resultieren. Zugleich greifen sie wesentliche Fantasien von Kindern und Erwachsenen auf, die sie auf eine sehr emotionale Weise erzählen. In den Kindersendungen geht es vor allem um die Darstellung von Archetypen sowie Alltagsproblemen und Familienbeziehungen. Magie spielt dabei als erzählerisches Moment eine wichtige Rolle. In allen Sendungen kommt es zu einer Kombination von tradier-

ten, bekannten Erzählungen und Inszenierungskonventionen mit innovativen Minigeschichten (in den Kindersendungen) und innovativen Leistungen mit unvorhersehbarem Ausgang (in den Erwachsenensendungen). Die analysierten Sendungen bewegen sich so sehr nah an der Alltags- und Fantasiewelt von Kindern und Erwachsenen.

Durch gemeinsames Fernsehen werden auch gemeinsame Erinnerungen an Geschichten geschaffen. Auf diese Weise entsteht ein kollektiver Erfahrungsraum mit gemeinsamen Lektüregeschichten. Gemeinsames Fernsehen wird dadurch zur Gemeinsamkeit in Familienbeziehungen und stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl. Da jedoch nicht nur vereinzelte Kinder mit ihren Eltern diese Sendungen schauen, sondern Millionen ZuschauerInnen vor dem Bildschirm sitzen, wird auch ein gemeinsamer Erfahrungsraum für die kulturelle Überlieferung geschaffen, auch wenn die Sendungen in den Familien individuell angeeignet werden. Neben dem gemeinsamen Fernsehen als neuzeitliches Lagerfeuer, bei dem unterhaltende Erzählungen dargebracht werden, dient gemeinsames Fernsehen auch der Darbietung von Erzählungen zur Anregung von Anschlusskommunikation. Dabei geht es um die Stabilisierung von Werten und Normen, die Positionierung eigener Vorstellungen in Auseinandersetzung zu anderen und die Etablierung eines Wir-Gefühls. Damit liefern die genannten Shows und Sportübertragungen auch einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zur gelingenden Sozialisation. ■

## LITERATUR

*Feierabend, Sabine; Klingler, Walter: Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-jähriger 2007. In: Media Perspektiven, -/2008/4, S. 190-204.*

*Götz, Maya: »Hier bin ich frei« – Die Handlungswünsche in der Fantasiewelt. In: Götz, Maya (Hrsg.): Mit Pokémon in Harry Potters Welt. Medien in den Fantasien von Kindern. München: kopaed 2006, S. 93-111.*

*Grazzi, Valentina: Das Phänomen Sandmann zwischen Tradition und Moderne. Unveröffentlichte Diplomarbeit im Studiengang AV-Medienwissenschaft der Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf«. Potsdam-Babelsberg 2005.*

*Grazzi, Valentina; Mikos, Lothar: »Sandmann, lieber Sandmann...« Erfolgsfaktoren einer beliebten Kindersendung. In: TeleviZion, 20/2007/1, S. 52-54.*

*KIM: KIM-Studie 2006. Kinder + Medien, Computer + Internet (www.mpf.de; Zugriff am 19.3.2007).*

*Kühnert, Daniela: Sportfernsehen und Fernseh-sport. Die Inszenierung von Fußball, Formel 1 und Skispringen im deutschen Fernsehen. München: Verlag Reinhard Fischer 2004.*

*Mikos, Lothar: Fußball im Sport/Medien-Komplex. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.): Fußball – Fernsehen – Politik. Wiesbaden: VS Verlag 2006, S. 22-43.*

*Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse. 2., erw. und überarb. Aufl. Konstanz: UVK/UTB 2008.*

*Mikos, Lothar; Prommer, Elizabeth; Schäfer, Sabrina: »Anna fand ich toll« – Kindheitsfantasien junger Erwachsener und ihre Medienbezüge. In: Götz, Maya (Hrsg.): Mit Pokémon in Harry Potters Welt. Medien in den Fantasien von Kindern. München: kopaed 2006, S. 309-341.*

*Schierl, Thomas (Hrsg.): Die Visualisierung des Sports in den Medien. Köln: von Halem 2004.*

*Stiehler, Hans-Jörg: Mediensport als Unterhaltung. Allgemeinplätze zu medialen Inszenierungen. In: Soziale Wirklichkeit. Jenaer Blätter für Sozialpsychologie und angrenzende Wissenschaften, 1/1998/3/4, S. 279-289.*

*Wulff, Hans J.: Das empathische Feld. In: Sellmer, Jan; Wulff, Hans J. (Hrsg.): Film und Psychologie – nach der kognitiven Phase? Marburg: Schüren 2002, S. 109-121.*

## DIE AUTORiNNEN



Lothar Mikos, Dr. phil. habil., ist Professor für Fernseh-wissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf« in Potsdam-Babelsberg.



Claudia Töpfer, Dipl.-Medienwiss., arbeitet als Medienforscherin in Köln und promoviert über Wissenssendungen für Kinder.