

Von *Willi* zum *Checker* und weiter ...

EIN GESPRÄCH MIT ANDREAS REINHARD*

Wie kam es zur Entstehung der Wissenssendung *Willi wills wissen*?

Reinhard: Als wir 2001 *Willi wills wissen* für das Bayerische Fernsehen entwickelten, war es erklärtes Ziel, ein innovatives Wissensformat zu kreieren, das es schafft, die Zielgruppen 3-13 und 3+ noch gleichermaßen erfolgreich anzusprechen. Das gelingt. *Willi wills wissen* wird über Jahre das innovativste How-to-Format im Kids-Segment des deutschsprachigen Fernsehens.

Was macht *Willi wills wissen* besonders?

Reinhard: Der Presenter agiert auf Augenhöhe der Kernzielgruppe 6-10, ohne herumzualbern oder mit bemühten Reimen scheinbar kindgerechte Lustigkeit zu produzieren. Er fächert über die für Kinder lange Strecke von 25 Minuten ein komplexes Thema auf, indem er Fragen, Fragen, Fragen stellt und dabei anpackt und selbst etwas erfährt – und am Ende eben etwas schlauer ist. Von *Willi* lernen die ZuschauerInnen: Trau dich was, frag einfach, denn es gibt keine dummen Fragen!

Wie ging es dann weiter mit der »Marke« *Willi*?

Reinhard: Wir haben weitere »line extensions«: *Willis VIPs*, *Willis Quiz Quark Club*, *Willi wills wissen – Gute Frage, nächste Frage!* bauen den Originalansatz weiter aus, zum einen in Richtung der Themen Politik und Persönlichkeiten des Zeitgeschehens, zum anderen als kürzere Formate. *Willis Quiz Quark Club* bietet Wissensvermittlung auf ganz andere Art: durch Mitraten, welche der 3

angebotenen Lösungen richtig ist. Die Kinoproduktion *Willi und die Wunder dieser Welt* bleibt dagegen dicht am Original und begleitet *Willi* auf seinen Reisen rund um den Globus, bei denen er viel Neues, aber auch viel Bekanntes entdeckt. Das alles und nicht zuletzt die erfolgreiche Lizenz »Welt« stützen die Marke *Willi wills wissen* zusätzlich.

Wie ging es nach dem Abschied von *Willi Weitzel* aus dem Kinderprogramm weiter?

Reinhard: Bei der Entwicklung des *Checker*-Formats 10 Jahre später haben wir es mit einer deutlich veränderten medialen Realität zu tun. Die TV-Kinderkanäle haben einen höheren Stellenwert, die Kinderboutiquen in den linearen TV-Kanälen sind weitgehend marginalisiert. Die Zielgruppe nutzt zunehmend neue Medien (Internet,

Games) zur Information und Unterhaltung und kommuniziert immer mehr auf digitalen Wegen. Ein neues – und, bitteschön: wieder innovatives – Wissensformat für das traditionelle Medium Fernsehen im Kindersegment muss dieser Entwicklung Rechnung tragen. Die Lösung ist ein moduliertes Format, das in unterschiedlichen Modulen (Reportage, Talk, Schalten/Skype, Netz, Quiz, Cartoon) eine komplexe Themenwelt auffächert und so dem Wunsch der Kundschaft nach überschaubaren, kürzeren und unterschiedlichen dramaturgischen Info-Bits nachkommt. Weiter unverzichtbar dabei ist der Presenter, der diese Module zusammenhält und souverän handelt. Die *Checker Can* und *Tobi wissen nicht mehr als die ZuschauerInnen*, aber sie wissen, mit welchen Mitteln und Medien sie an die Infos rankommen.

Ein Blick in die Zukunft: Wird es Neuentwicklungen geben?

Reinhard: Das *Checker*-Kernformat wird ebenfalls von den »line extensions« *CheXperiment* und *Quick Check* gestützt – in Zeiten des nun eben trimedialen Überangebots wichtiger denn je, um gefunden und wahrgenommen zu werden. Ein Kinoprojekt ist in der Pipeline. Auch das *Checker*-Format wird nicht für die Ewigkeit sein, zumal die mediale »Ewigkeit« immer kürzer dauert. Ich finde es absurd, dass im TV-Wettbewerbsumfeld noch immer Formate produziert und gelauncht werden, die schon längst aus der Zeit gefallen sind. Das ist zu bequem und perspektivlos. Klar denken wir weiter über Neuentwicklungen nach. Ob das nächste neue Format aber nur noch im traditionellen televisionären Raum arbeiten wird, ist eher fraglich. Voraussetzung ist allerdings, dass der BR die Zielgruppe Kinder als die Kundschaft von morgen erkennt und wertschätzt und seine digitalen Welten auch für diese Zielgruppe endlich weiter aufmacht.

Was ist Ihrer Einschätzung nach der »Gebrauchswert« von Willi?

Reinhard: Das IZI führt regelmäßig Befragungen zu den beliebtesten

Fernsehfiguren der Kinder und ihrem Gebrauchswert durch. Über nunmehr 10 Jahre beherrschen fiktionale Programme wie *SpongeBob*, *Kim Possible* oder *Prinzessin Lillifee* die Hitlisten. Ab und zu gibt es aber eine Ausnahme: Willi von *Willi wills wissen* schafft es manchmal unter die Top 10 – als einziges nicht fiktionales Programm.

Wie kam der Kinofilm zu Willi wills wissen bei der Zielgruppe an?

Reinhard: In einer Studie zum selbst erkannten Lernen fragten wir Kinder ganz allgemein, wo sie in letzter Zeit viel beim Fernsehen gelernt haben. *Willi wills wissen* und der Kinofilm von Willi, der zu dieser Zeit gesendet wurde, gehörten zu den meistgenannten Sendungen. ■

LITERATUR

Holler, A., Götz, M. et al. (2013). *Sponge Bob oder Willi wills wissen? Kinder berichten, was sie aus dem Kinderfernsehen lernen*. *TelevIZion*, 26(1), S. 14-17.

Holler, A. (2013). »Da wird sozusagen das Wissen getestet«. *Die Wissenssendung Checker Can im Rezeptionstest*. *TelevIZion*, 26(1), S. 22-25.

Willi wills wissen

Dauer: 25 Minuten / Erstaussstrahlung: 6. Mai 2002 / Folgen: bisher 174 Folgen / Themen: z. B. »Wer hilft den kranken Tieren?« oder »Wie nutzen Kunden das E-Trading?«

Willis VIPs

Dauer: 25 Minuten / Erstaussstrahlung: 20. August 2005 / Folgen: bisher 20 Folgen / Themen: z. B. »Benedikt XVI.: Wo geht's denn hier zum Papst?« oder »Max Mannheimer: Der Mann, der gegen das Vergessen erzählt«

Willis Quiz Quark Club

Dauer: 25 Minuten / Erstaussstrahlung: 28. November 2004 / Folgen: bisher 80 Folgen / Themen: Quizsendung, in der knifflige Fragen beantwortet werden sollen

Willi wills wissen – Gute Frage, nächste Frage

Dauer: 3,5 Minuten / Erstaussstrahlung: 11. Oktober 2006 / Themen: z. B. »Pups, Giraffe, Klapperschlangen« oder »Sonnenstrahlen, Oktoberfest, blaue Flecken«

Kinoproduktion Willi und die Wunder dieser Welt

Dauer: 85 Minuten / Erstaussstrahlung (Kino): 5. März 2009 / Thema: Willi reist um den Globus und begegnet den Wundern der Welt

Checker Can

Dauer: 25 Minuten / Erstaussstrahlung: 1. Oktober 2011 / Themen: z. B. »Der Ziegen-Check« oder »Der Glas-Check«

Checker Tobi

Dauer: 25 Minuten / Erstaussstrahlung: 21. September 2013 / Themen: z. B. »Der Mittelalter-Check« oder »Der Dino-Check«

* **Andreas M. Reinhard** ist Leiter des Kinderprogramms beim Bayerischen Rundfunk in München.

