

Fressen und gefressen werden – ein »frisches« Programm

Mit Aufsichtsräten und Werbeverbot wollen Eltern und Pädagogen verhindern, daß immer mehr Kinder zu den privaten Kanälen wechseln.

Verantwortung gegenüber Kindern und Eltern – ist das nur noch ein Klotz am Bein der öffentlich-rechtlichen Fernsehanbieter? Im offenen Kampf um die Gunst des jüngeren Publikums liegt die private Konkurrenz bereits vorn: »He-Man« vertreibt Ernie und Bert aus den Kinderzimmern. Die Kids von heute sind fasziniert von Action pur auf dem Kabelkanal. Müssen ARD und ZDF etwas dagegen tun – und können sie das überhaupt? Darüber sprachen in einer Fernsehdiskussion Programmacher, Pädagogen und Politiker. Anlaß: Das 25jährige Jubiläum des IZI. Auf der Seite der Fernsehmacher saßen Eva Ploder, Leiterin des Kinderprogramms von TELE 5, und die Programmleiter Dietrich Schwarzkopf (ARD) und Oswald Ring (ZDF). Für die Eltern sprachen Peter Miller (Landeselternvereinigung der Gymnasien in Bayern) und Hans Georg Löbl, Direktor der Münchner Volkshochschule. Die Politik vertraten Anneliese Fischer, Landtagsabgeordnete der CSU, und Peter Glotz, Bundestagsmitglied der SPD. Das Gespräch leitete Walter Flemmer vom Bayerischen Rundfunk.

Flemmer (BR): Das Kinderprogramm ist in den letzten 20 Jahren kürzer, vielleicht auch kurzatmiger, bunter und vor allem auch fremdländischer geworden. Die Importe billiger Ware haben dem Volumen nach längst die Eigenproduktionen übertroffen. Könnte man sagen, das Kinderprogramm ist ein Alibi-Programm für das ZDF?

Ring (ZDF): Wissen Sie, für 58 Millionen macht man keine Alibi-Programme. Bei uns sind zwei Drittel der Kindersendungen Eigenproduktionen.

Flemmer (BR): Haben Sie mal drüber nachgedacht, daß Ihnen die Kinder davongelaufen sind?

Ring (ZDF): Das ist leider richtig. Die Zahlen sprechen da eine schmerzliche Sprache.

Flemmer (BR): Gucken wir mal genauer hin, was Kinder wirklich sehen. In den Kabelhaushalten – und das ist ja wohl die Zukunft – sehen die Kinder inzwischen mehr private als ARD- und ZDF-Programme.

Ring (ZDF): Ja, wir haben sehr deutlich Kinder verloren. Das hängt aber auch an der schieren Masse der Programme, die von den Privaten über den ganzen Tag hinweg ausgestrahlt werden. Das sind Programme, die nichts anderes verkaufen wollen als sich selbst und ein Produkt. Programme, in denen Action an Action gereiht wird, in denen im Vordergrund steht: Fressen und gefressen werden. Die finden ihr Publikum unter den Kindern deshalb – ich sage es mal ganz offen –, weil die Eltern versagen.

Schwarzkopf (ARD): Ein Beispiel: Wir haben das »A-Team«, die amerikanische Serie, herausgenommen aus dem Vorabendprogramm, weil da sehr viel Gewalt drin vorkam – wenn auch deutlich verharmloste und stilisierte Gewalt. Jetzt ist die Serie bei einem privaten Konkurrenten, und gehört zu den beliebtesten Sendungen, die Kinder sehen. Was sollen wir machen? Mehr können wir nicht tun, als sie aus dem Programm nehmen.

Glotz (MdB): Es geht doch um die Frage, ob nicht das Gesamtprogramm in der Tat die Kindersendungen immer mehr an den Rand drängt.

Hier liegt meiner Meinung nach ein ernstes Problem durch das Aufkommen der Privaten, durch die Konkurrenz. Die Öffentlich-Rechtlichen dürfen natürlich nicht sagen: Einschaltquoten sind uns gleichgültig, weil sie dann irgendwann in den Ruin getrieben werden. Und das gäbe letztlich eine Dominanz der Privaten mit all den eingekauften Zeichentricks aus Brasilien und Mexiko.

Flemmer (BR): Die Frage ist doch: Was werden die Öffentlich-Rechtlichen tun, um die Kinder zurückzugewinnen? Müssen sie die gleiche Ware wie die private Konkurrenz produzieren?

Schwarzkopf (ARD): Nein. Wir müssen Eigen- und Koproduktionen europäischer Natur bringen, die geeignet sind, durch Phantasie, Originalität, Spiellust das Interesse von Kindern zu halten. Und das ist nicht ganz unmöglich.

Ploder (TELE 5): Ich möchte mich dagegen wehren, daß wir hier als Cartoon-Sender und Gewalt-Sender abgestempelt werden. Bruno Bettelheim hat gesagt: Kinder brauchen Märchen. Ich sage: Kinder brauchen auch Cartoons. Märchen, das ist Gewalt, Mord, Totschlag. Und wenn wir Cartoons senden, ist das genauso Gewalt! – Gut, die Privaten haben die Kinder verführt, alle Kinder sind jetzt bei uns – mit was für einem Trick haben wir das gemacht? Nur mit Cartoons, das kann nicht wahr sein. Gerade Themen wie Umweltschutz, Theatervorstellungen, Bücher haben wir auch in unserem Programm.

Flemmer (BR): Nur, daß die Kinder davon nie reden. Also, der Hit ist im Moment »He-Man«, und »He-Man« ist ja der Master of the Universe, der mit Mitteln, die vielleicht noch fragwürdig sind, seine Siege erringt...

Ploder (TELE 5): Aber das kommt gut an! Wieso sollen die Kinder nicht auch Spaß haben?

Glötz (MdB): Aber die Öffentlich-Rechtlichen kommen zu euch in eine Konkurrenzsituation...

Ploder (TELE 5): Ist doch gut. Konkurrenz belebt das Geschäft!

Flemmer (BR): ... das Geschäft, sicher.

Lößl (VHS): Ich meine, wenn wir nur danach fragen, ob die Kinder Spaß haben in der Sendung, brauchen wir auch nicht danach zu fragen, ob sie die Schule wollen. Es geht wohl auch darum, ob das, was im Fernsehen gebracht wird, die Kinder weiterbringt, und auch unsere Gesellschaft weiterbringt. Ich würde zum Beispiel vorschlagen, daß Gremien da mitreden können, in Fernsehausschüssen und Rundfunkräten. Und die müßten sich verbünden mit der Politik.

Glötz (MdB): Die Forderungen, die Sie da stellen, sind alle berechtigt, nur sind sie ein bißchen realitätsfremd. Was da stattfindet an Konkurrenz zwischen Privaten und Öffentlich-Rechtlichen, ist ein ganz harter Prozeß. Da geht es nun mal um die Einschaltquoten. Da kann man zwar sagen, die Gremien sollen darüber reden, daß nicht so schnelle Schnittfolgen im Programm sind zwischen 18 und 20 Uhr – also, da kann ich Ihnen nur sagen, was mir die Macher dann erzählen, wenn ich mit solchen Sprüchen komme...

Lößl (VHS): Das hieße ja, Gremien könnten da nichts mehr machen, und

wir könnten alle nach Hause gehen? Das ist doch keine Alternative. Ich möchte nicht, daß die Mitglieder von Gremien aufhören, danach zu fragen, ob das Medium Fernsehen für Kinder das richtige Angebot macht. Die eingetretene Situation, das gebe ich zu, können wir nicht ändern. Aber auf das Programm können wir noch Einfluß nehmen.

Miller (Elternvereinigung): Ich würde es so sagen: Ein Programmrat, der zusammengesetzt ist aus Eltern, könnte ein Weg sein. Und ein anderer wäre das Herausnehmen der Werbezeiten von 18 bis 20 Uhr.

Ring (ZDF): Ja, dann müßten wir den Konkurs anmelden. Denn das ist natürlich die Zeit, in der das ZDF etwa 40 Prozent seiner Einnahmen durch Werbung erzielt.

Flemmer (BR): Das heißt doch, grob gesagt: Die Werbespots sind in jedem Fall wichtiger als die Kinder!

Lößl (VHS): Dann, wenn die Kinder am liebsten Fernsehen schauen, dann kann man für sie nichts machen – weil man in der Zeit über Werbung Geld verdienen muß. Ist nicht insofern doch das Stichwort Alibi angebracht? Als Vater von Kindern kann ich nur sagen, daß die Zeiten, in denen Kinderfunk und Kinderfernsehen angeboten werden, mir noch nie gepaßt haben.

Schwarzkopf (ARD): Die Werbung begleiten zu lassen von speziellen Kindersendungen – da, habe ich irgendwann mal gehört, gibt es auch pädagogische Vorbehalte.

Fischer (MdB): Kann man dann die Werbezeiten nicht ändern? Muß um diese Zeit Werbung sein?

Ploder (TELE 5): Ja, was spricht denn gegen Werbung? Werbung ist unser Alltag, unser tägliches Leben. Also, wir haben Werbung, die kindgerecht ist. Wir werben nicht gerade mit Produkten, die nur für Erwachsene geeignet sind...

Ring (ZDF): Ich bin der Auffassung, daß wir größere Flexibilität bräuchten bei der Plazierung von Werbung. Sie sollten auch darauf vertrauen, daß die Öffentlich-Rechtlichen nicht einfach die Hände in den Schoß legen werden. Die ARD hat dieser Tage angekündigt, daß sie ihr Kinderprogramm ausweitet (s. a. Seite 26). Wir werden unseres auch ausweiten, und den Nachmittag werden wir anders strukturieren.

Glötz (MdB): Wir müssen natürlich auch gehen nach dem Tagesablauf der Menschen und können nicht sagen: Wir setzen das Kinderprogramm so, wie es uns gerade paßt. – Irgendjemand hat gesagt, am Sonntagvormittag gehen die Kinder ja mit ihren Eltern in die Kirche, und da ist es sinnvoll, daß man dann keine Clips bringt.

Fischer (MdB): Ja, das wäre das Richtige.

Diskutierten über Kinderfernsehen und gesellschaftliche Verantwortung: Dietrich Schwarzkopf, Eva Ploder, Oswald Ring, Walter Flemmer (Moderation), Anneliese Fischer, Peter Glötz, Hans Georg Lößl, Peter Miller.



Birgit van Eimeren

Fressen und gefressen werden – ein »frisches« Programm

▼
Glitz (MdB): Aber da gibt es Programm-macher, die wissen ganz genau, daß es nur noch einen kleinen Prozentsatz von Kindern gibt, die mit ihren Eltern in die Kirche gehen, und genau in diese Lücke setzen die ihre Clips. Und das wirkt! Ich habe etwas dagegen, daß wir uns nicht auf die Realität einstellen.

Flemmer (BR): Zum Schluß: Wie nimmt jeder von uns seine persönliche Verantwortung für das Kinderfernsehen wahr?

Ploder (TELE 5): Wir machen jeden Tag frisches Programm. – Wir setzen uns mit Kindern auseinander, wir lassen Kinder Programm machen.

Ring (ZDF): Wir bemühen uns, Programme zu machen, die man verantworten kann, die den Kindern gefallen und denen die Eltern ihre Kinder anvertrauen können.

Glitz (MdB): Was unsereiner tun kann, ist erstens: den Machern von Kinderprogrammen den Rücken stärken, und zweitens: ihnen mehr Geld und vernünftige Sendeplätze beschaffen.

Fischer (MdL): Man kann beobachten, ob das Programm der Lebenswirklichkeit der Kinder entspricht, ob es phantasiereich, unterhaltsam und spannend ist und auch informiert. Und dann muß man es entsprechend umsetzen.

Schwarzkopf (ARD): Ich setze mich dafür ein, daß wir in der ARD ein Kinderprogramm haben, das sich von dem unserer privaten Konkurrenten dadurch unterscheidet, daß es die Phantasie anspricht und Lebenswirklichkeit vermittelt.

Miller (Elternvereinigung): Für uns ist es ein Problem, die Eltern in die Mitverantwortung hereinzubringen, und dies sollte an alle Eltern weitergegeben werden.

Der Intendant als Vaterersatz

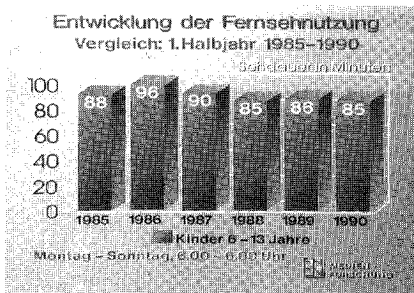
Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage des IZI*

Immer mehr Eltern wollen, daß das Fernsehen Verantwortung für die Kindererziehung übernimmt – ein fragwürdiger Wunsch.

Was halten Eltern vom Fernsehkonsum ihrer Kinder? Bilden die Wünsche von Kindern und Eltern an das Fernsehen ein harmonisches Gleichgewicht oder ist in bundesdeutschen Fernsehhaushalten ein Kampf zwischen Eltern und Kindern um die „Endstation Seh-Sucht“ entbrannt, wie es der „Spiegel“ in einer Titelgeschichte beschreibt?

Analysen aus GfK-Daten zeigen: Obwohl sich in den letzten fünf Jahren das Fernsehangebot vermehrt hat, ist die Fernsehnutzung der Kinder nicht gestiegen, sondern tendenziell eher zurückgegangen: Im 1. Halbjahr 1985 betrug die tägliche Sehdauer von Kindern zwischen 6 und 13 Jahren durchschnittlich 88 Minuten, im 1. Halbjahr 1990 sahen die Kinder an einem durchschnittlichen Wochentag 85 Minuten fern (vgl. Abb. 1).

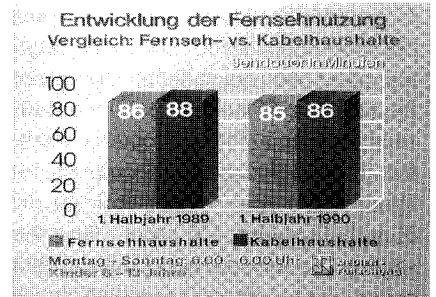
Abbildung 1:



Ob ein Haushalt verkabelt ist und zehn oder mehr Programme empfangen kann, wirkt sich kaum auf den Fernsehkonsum der Kinder aus: Nutzungszeiten und Ausmaß der Nutzung weichen in Haushalten mit und ohne Kabelanschluß kaum voneinander ab (vgl. Abb. 3). Während sich in Fernsehhaushalten für alle Kinder –

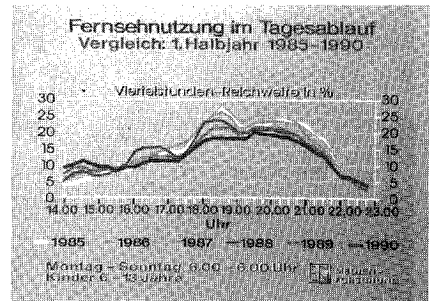
also auch mit denen, die nicht ferngesehen haben und mit dem Wert 0 eingehen – für das 1. Halbjahr 1990 eine durchschnittliche tägliche Sehdauer von 85 Minuten ergibt, sehen Kinder aus verkabelten Haushalten 86 Minuten fern (vgl. Abb. 2). Rechnet man die Kinder, die nicht ferngesehen haben, heraus, ergibt sich für alle fernsehenden Kinder eine durchschnittliche Fernsehzeit von knapp zweieinhalb Stunden täglich.

Abbildung 2:



Auch an den Fernsehzeiten der Kinder hat sich in den letzten fünf Jahren wenig geändert. Nach wie vor liegt die Hauptfernsehzeit der Kinder zwischen 18.00 und 20.30 Uhr – und damit außerhalb des Kinderprogramms. Nach 21.00 Uhr sitzen noch 10% der 6- bis 9jährigen und 22% der 10- bis 13jährigen vor dem Fernseher (vgl. Abb. 3).

Abbildung 3:



* Die sämtlichen Ergebnisse dieser Umfrage erscheinen 1991 in der Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen beim K. G. Saur Verlag, München.