

Nach Lage der Kinder in unserer Gesellschaft muß es Partei für sie ergreifen, sich auf ihre Seite stellen, sie beschützen helfen vor funktionellen, rein materiellen und instrumentellen Zugriffen. Es muß ihnen leben helfen.

Geld statt guter Worte

Öffentlich-rechtliches Kinderprogramm braucht mindestens ebensoviel, wenn nicht mehr Geld und Produktionsmittel wie das Erwachsenenprogramm.

Prime Time statt Nische

Öffentlich-rechtliches Kinderprogramm gehört nach Lage der Dinge auch ins Hauptprogramm, um die immer mehr dort anwesenden Kinder zu erreichen oder den Erwachsenen Nachrichten aus der Welt der Kinder zu vermitteln und zu überbringen, die angesichts des Wirklichkeitsverlustes in Sachen Kindheit für die Erwachsenen lebenswichtig sind.

Redakteure statt Eltern?

Öffentlich-rechtliches Kinderprogramm kann bei allen Anstrengungen, die ihm abverlangt werden, die Leistungen nicht ersetzen, die anderen abverlangt sind, wie Eltern, Lehrern, Pfarrern, Beratern, Kindergärten.

Partner für die Zukunft

Öffentlich-rechtliches Kinderprogramm muß Partner aller jener sein und immer mehr werden, denen es darum zu tun ist, daß jene Zukunft haben, die unsere Zukunft sind: die Kinder. ■

DER AUTOR

Michael Albus ist Leiter der Hauptredaktion Kinder, Jugend und Familie beim Zweiten Deutschen Fernsehen.

Uwe Rosenbaum

Überleben am Nachmittag

Die Nachmittagsprogramme der ARD – wiewohl noch erste Adresse – leiden an Auszehrung, Überläufertum (der Kids) und Qualitätsverlusten. Um gegenzusteuern, müssen sich die Verantwortlichen auf neue Tugenden besinnen: Einigkeit macht stark.

Immer wieder bin ich erschrocken, was Kinder jenseits von ARD, ZDF und Dritten Programmen kennen und gesehen haben. Mancher Ritter, manches Monster, viele Wesen der Dritten und Vierten Art, von denen ich noch nie etwas gehört habe, sind gute Bekannte auch meiner Kinder. Kinder sind »gewissenlos«, frei nach ihren Neigungen wählende Zuschauer. Deshalb lohnt es sich für den Programmacher hinzusehen. Um welche Programmattraktivität handelt es sich da – jenseits von ARD und ZDF? Rasch kommen Zweifel auf an der Novität, am Witz und der Modernität der eigenen Programmangebote. Unsere Kinder gehen – erste Einsicht – ungeübt »fremd«. Zweite Einsicht: Unsere Kinder sehen ganz offensichtlich nicht nur zu den für sie vorgesehenen Sendezeiten. Da sprudeln aus ihnen Geschichten, Bilder und Klänge des Fernsehprogramms quer durch die Kanäle, jenseits von Kinderserien, Dokumentar- und Spielsendungen, Trickfilmschauen und Disney-Clubs. Die Konkurrenz ist so attraktiv wie unerbittlich.

Was sind die Grundüberlegungen, die Arbeitsansätze der ARD im Kinderfernsehen? Was versprechen wir uns von unseren Programmangeboten? Wie setzen sie sich zusammen, aus welchen Formen und welchen Inhalten?

Machen wir eine Probe aufs Exempel. Sehen wir, willkürlich gegriffen,

drei Wochen Kinderprogramm in der ARD durch: vom 18. Mai bis 7. Juni 1991 (s. Kasten rechte Seite).

Was fällt auf? Viel gekauftes, synchronisiertes Fremdmaterial, viele Wiederholungssendungen, kaum wirklich herausragende Einzelsendungen, lediglich eine neue Serie, erfreulich viele Angebote an Spielfilmen und Serien, ein insgesamt breites Spektrum an Formen zwischen dokumentarischem Material, Spielesendungen, Zeichentrick, Magazinen und Spielfilmen. Deprimierend ist, daß den Kindern an fünf von einundzwanzig Tagen durch Tennisübertragungen aus Paris das Programm schlicht »gestohlen« wird. Denn so empfinden sie es, wenn sie nicht gerade Tennis-Freaks sind. Entschuldigende Verweise auf das ZDF oder die Dritten Programme (wo inzwischen häufig genug das Kleinkinderprogramm aus aktuellem Anlaß entfällt) sind kein Trost. Die verärgerten Zuschriften (der Eltern) sind heftiger, je jünger, das heißt, je enttäuschter die Zuschauer sind.

Werfen wir nun einen Blick auf die Programmstruktur, in die das Kinderfernsehen eingebettet ist. Ab 1992 gilt:

Mo.	14.02 Kleinkinder
	14.30 Kinder-Serie
Di.–Do.	14.02 Kleinkinder
	14.30 Kinder-Serie
	15.03 Kinder – Spaß am Dienstag, Dokumentar- sendungen etc.
Fr.	14.02 Kleinkinder
	14.30 Tiersendungen
Sa.	16.00 Disney Club
So.	8.35 Disney Club
	11.30 Kleinkinder
	13.45 Kinder

ARD: Ein typischer 3-Wochen-Fahrplan für Kinder

Sa., 18. 5. Disney Club – Kindershow	Fr., 24. 5. Sesamstraße Langsam aber sicher – Tiersendung Papi, was machst Du eigentlich den ganzen Tag? – Sachgeschichte Prager Geheimnis – Spielfilm	Fr., 31. 5. Programm entfällt wegen Tennis in Paris
So., 19. 5. Disney Club – Wiederholung Die Sendung mit der Maus Der Sommer des Falken – Spielfilm Graf Duckula – Zeichentrick	Sa., 25. 5. Nikki und Mary – Spielfilm Cartoons im Ersten Disney Club Graf Duckula – Zeichentrick	Sa., 1. 6. Ich und meine Schwiegersöhne – Spielfilm Cartoons im Ersten Disney Club Graf Duckula
Mo., 20. 5. Pic – Gaukler, Verzauberer, Clown – Ein Porträt Wild Fire – 4teilige Serie Elliot – das Schmunzelmonster – Spielfilm	So., 26. 5. Disney Club Die Sendung mit der Maus Wild Fire Moby Dick – Spielfilm	So., 2. 6. Disney Club Die Sendung mit der Maus Rebecca und die Jungen von nebenan – Start einer 12teiligen Spielserie
Di., 21. 5. Kasperls Traumfahrt – Puppenspiel Ferdie – Trickfilm Spaß am Dienstag – Magazin Boing! Spielshow für die Familie Die Trickfilmschau Der Doktor und das liebe Vieh – Wiederholung der bekannten englischen Serie	Mo., 27. 5. Programm entfällt wegen Tennis in Paris	Mo., 3. 6. Die Sendung mit der Maus George Cartoons im Ersten Die Trickfilmschau Der Doktor und das liebe Vieh
Mi., 22. 5. Sesamstraße Ferdie Leonie Löwenherz – Magazin Pickwick Club – Magazin Die Trickfilmschau Der Doktor und das liebe Vieh	Di., 28. 5. Kasperls Traumfahrt George Alles Banane – Kinderhitparade Boing! – Familienspiele Die Trickfilmschau Der Doktor und das liebe Vieh	Di., 4. 6. Programm entfällt wegen Tennis in Paris
Do., 23. 5. Hallo Spencer – Puppenspiel George – Wiederholung einer 26teiligen Serie Technoskop – Feature über die Ausbildung von Piloten Crazy Motor Show Die Trickfilmschau Der Doktor und das liebe Vieh	Mi., 29. 5. Programm entfällt wegen Tennis in Paris	Mi., 5. 6. Sesamstraße George Leonie Löwenherz Pickwick Club Die Trickfilmschau Der Doktor und das liebe Vieh
	Do., 30. 5. Hallo Spencer George Geschichten von anderswo – Feature Crazy Motor Show Die Trickfilmschau Der Doktor und das liebe Vieh	Do., 6. 6. Programm entfällt wegen Tennis in Paris
		Fr., 7. 6. Sesamstraße Steinkauz im Apfelgarten – Tierfilm Papi, was machst Du eigentlich den ganzen Tag? Verfluchtes Land – Spielfilm

Die beiden Spielfilme (Mo. und Fr.), das Jugendprogramm (So.), die Familien- und Frauenprogramme (Di.–Do.), die Telenovelas, Comedy-Sendungen etc. sind hier bewußt außer acht gelassen, obwohl wesentlicher Teil des Nachmittagsprogramms und als solches auch von Kindern gerne genutzt.

Gehen wir einen großen Schritt 20 Jahre zurück. Damals gab es noch kein Vollprogramm in der heutigen Ausdehnung ab 9.00 Uhr. So war das Programm für »große« Kinder Mo.–Do. zwischen 17.05 und 17.55 Uhr und So. zwischen 14.45 und 15.15 Uhr plaziert, die Kleinkinder

hatten ihre Zeiten Fr. von 16.40 bis 17.10 Uhr und So. zwischen 11.30 und 12.00 Uhr.

*ARD und ZDF plazieren
das Kinderprogramm
zunehmend schlechter.*

Nun wissen wir seit langem (und sehr genau!), daß die meisten Kinder von 6 bis 13 Jahren wochentags zwischen 18.00 und 20.00 Uhr zuschauen. War schon 1972 die Sendezeit für Kinderprogramme nicht gerade günstig, aber noch eben akzeptabel, so sind die heutigen Programmzeiten dagegen extrem schlecht. Kinder haben

am frühen Nachmittag schlicht andere, dringendere Dinge zu tun: Schulaufgaben machen, mit Gleichaltrigen spielen, Sport.

ARD und ZDF plazieren das Kinderprogramm dennoch zunehmend schlechter. Schuld daran sind die Zwänge des Vorabendprogramms (Zuschauermaximierung, Werbezeiten usw.), die natürlich auch den Programmachern des Kinderfernsehens vertraut sind. Bei zunehmend schlechterer Plazierung (wie lange noch kann die ARD ein ganz wichtiges Zuschauerpotential mit solchen Sendezeiten täglich ignorieren?) ist aber das Programmangebot für Kin-

der insgesamt erheblich ausgeweitet worden: Sechs halbe Stunden pro Woche für die Kleinkinder, neun halbe Stunden und zweimal neunzig Minuten pro Woche für Kinder bis 12 Jahren, die übrigen, Kinder gelegentlich tangierenden Angebote des Familienprogramms zwischen Spielfilmen und Dokumentarsendungen nicht gerechnet. Natürlich ist die Ausweitung des ARD-Angebotes Folge der wachsenden Konkurrenzsituation, aber gegenüber dem Kinderprogramm auch ein Zeichen des Vertrauens in gerade dieses Angebot, das mit seinen qualitativen Standards zu den Aushängeschildern der ARD im Rahmen ihres öffentlich-rechtlichen Programmauftrages gehört. Freilich ist ein solches Angebot, für das die Etats (für Eigenproduktionen, d.h. Erstsendeminutenanteile) nicht reichen, jedenfalls nicht im Verhältnis zum Ausbau der Sendeminutenanteile, nur durch ein ausgeklügeltes System von Wiederholungsrhythmen, Mehrfachplatzierung, gezielter Platzierung von Erstsendungen zu bestimmten Jahreszeiten und aufeinander bezogenen Überlegungen der Platzierung von Programm zwischen dem Ersten Fernseh-Programm und den Dritten Programmen möglich. Diese ausgeklügelten Rhythmen lassen sich einerseits gut als ökonomisch verantwortlicher Umgang mit den Programmressourcen interpretieren,

andererseits signalisieren die Programminhalte (in der Abfolge z.B. zwischen 18. 5. und 7. 6. 1991 eher nur guter Durchschnitt), die Programmplatzierung (d.h. die möglicherweise richtigen Programme zu nicht optimalen Zeiten) und Programmarten (viel Fremdmaterial, ein hoher Wiederholungsanteil) auch die Gefahrenzone, durch die die Gesamtdramaturgie des ARD-Kinderprogramms schlingert.

Derweil besetzen andere Länder den heimischen Programm-Markt.

Aus welcher Arbeitsposition heraus, mit welcher »Programmphilosophie« werden Programmvolumina gekauft, produziert, plaziert?

In Thesen zum Kinderprogramm formulierten Verantwortliche 1978, was bis heute gültig ist:

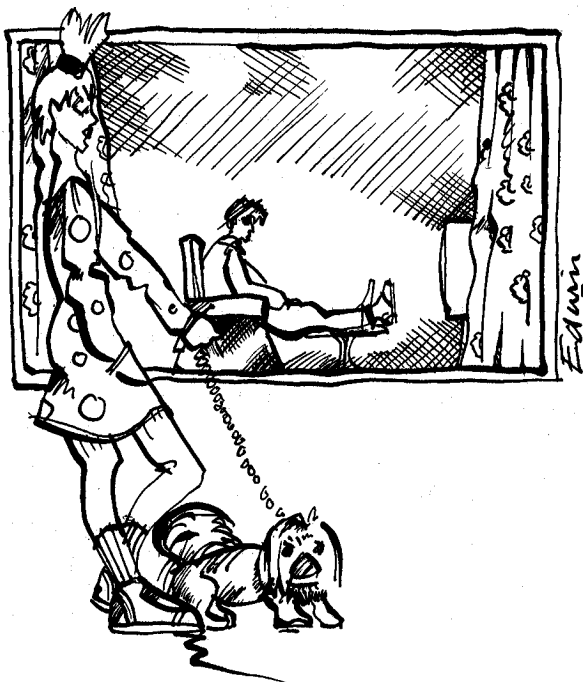
- Das Kinderprogramm hat denselben Auftrag wie das Gesamtprogramm; es soll... informieren, unterhalten und bilden.
- Fernsehsendungen für Kinder sollen alle Bereiche des Lebens erfassen. Anknüpfend an Erfahrungen der Kinder sollen sie deren gesamte Persönlichkeit ansprechen und fördern.
- Der Bildschirm ist nur ein Bestandteil der kindlichen Umwelt neben anderen...

- Fernsehsendungen können für die Orientierung des Kindes nur solche Aufgaben übernehmen, die mit fernseheigenen Mitteln zu bewältigen sind.
- Der großen Empfänglichkeit und Bildsamkeit der Kinder entspricht eine große Verletzlichkeit. Deshalb verlängern die Wahl der Inhalte und Darstellungsformen sowie die Platzierung der Sendungen besondere Sorgfalt.
- Kinderprogramme bedienen sich aller wirksamen Formen des Fernsehens...

Acht Jahre später formuliert Gert K. Müntefering im ARD-Jahrbuch 1986 in einem »Ausblick und Nachschau für eine große Programmsparte: das Kinderfernsehen« noch programmnäher:

- Das Fernsehen ist der Geschichtenerzähler für Kinder. Alle anderen Formen – von der Livesendung aus dem Studio bis zum Arrangement dokumentarischen Materials – sind diesem Ansatz eindeutig unterlegen.
- Erzählende Serien sind das Perpetuum Mobile des Mediums. Sie altern auch dann nicht, wenn sie aus der Mode kommen. Der enorme Programmbedarf des Fernsehens droht jedoch in absehbarer Zeit dazu zu führen, daß der Programmstock der gekauften und eigenproduzierten Sendungen überstrapaziert wird.
- Trotz der Fülle der Sendungen sind nur wenige Titel in den Phantasiehaushalt der Kinder vorge drungen. Dabei überwiegen die Elemente der Magie gegenüber dem dramatisierten Alltag.
- Das Fernsehen als Ereignis ist tot. Es kann nur durch Programmereignisse wiederbelebt werden.

Müntefering erteilt in weiteren seiner insgesamt 10 Thesen allen pädagogischen und kulturellen Programmstrategien eine deutliche Absage und verweist auf die Konkurrenz von Computer, Video, TV-Spielen und Programmdisketten. Unzweifelhaft hat sich inzwischen diese Konkurrenz etabliert. Eine weitere Konkurrenz



ist hinzugekommen: die privaten Programmanbieter. Ihnen ist es mit ihren Programmangeboten gelungen, sich in kürzester Zeit bei den Kindern neben ARD und ZDF zu etablieren. So stellt sich der Verteilungskampf auf dem Bildschirm inzwischen wie folgt dar:

Was Kinder einschalten

Tägliche Fernsehnutzung bei Kindern von 6 bis 13 Jahren (in Minuten)		
Programm-anbieter	Alte Bundesländer	Neue Bundesländer
ARD	25	24
ZDF	22	20
RTL plus	21	23
TELE 5	9	2
SAT 1	8	16
Dritte Programme	5	2
PRO 7	3	7
DFF 1	-	18
DFF 2	-	9

Was Mütter sehen wollen

Auf der Beliebtheitsskala der Mütter (mit Kindern von 6 bis 13 Jahren) ergibt sich folgende Rangordnung:

Lieblingsprogramm im Fernsehen (in Prozent)		
Programm-anbieter	Alte Bundesländer	Neue Bundesländer
Kein Lieblingsprogramm	38	0
ARD	17	16
ZDF	15	25
RTL plus	15	13
Dritte Programme	5	1
SAT 1	5	4
PRO 7	2	2
TELE 5	1	1
DFF 1	-	11
DFF 2	-	2

(Alle Ergebnisse beziehen sich auf repräsentative Erhebungen aus dem Herbst 1990.)

Die Zahlen zeigen die Konkurrenzsituation. Ob zum Beispiel die Nutzungsdauer von 25 Minuten, die die

6- bis 13jährigen in den neuen oder alten Bundesländern der ARD pro Tag widmen, auch wirklich dem Kinderprogramm zukommen, ist keineswegs ausgemacht. Weil Kinder nach wie vor hauptsächlich zwischen 18.00 und 20.00 Uhr fernsehen, sind Zweifel angebracht.

Welche Einsichten gewinnen wir aufgrund der bisherigen Erkenntnisse über Platzierungsprobleme, Programmphilosophie, Entwicklung des Kinderfernsehens im Gesamtprogramm und Konkurrenzsituationen?

Das Kinderprogramm hat von Beginn an gegen die Randstellung im allgemeinen Programm ankämpfen müssen.

Das Kinderprogramm der ARD hat von Beginn an (am 17. 3. 1953 lief die erste Sendung »Fernsehkinderfunk mit Dr. Ilse Obrig«) gegen die Randstellung im allgemeinen Programm ankämpfen müssen. Das hat Auswirkungen auf Etatpositionen, redaktionelle und Produktionskapazitäten gehabt und wirkt untergründig fort. Es hat mehr als ein Jahrzehnt gedauert, bis eine angemessene Relation zwischen Programmverhältnissen, Programmaufwendungen und Programmtrag hergestellt werden konnte. Diese Balance ist inzwischen außer Kontrolle geraten.

Ab etwa 1960 begann unter dem Druck der Programmvermehrung die Einkaufspolitik im Kinderfernsehen der ARD, und schon 1972 konnte G.K. Müntefering feststellen, »daß ... für das Kinderprogramm mehr gekauft als produziert wird«.

In den 70er und frühen 80er Jahren hat das Kinderprogramm davon profitiert. Es hat das Programm anderen (internationalen) Farben geöffnet, Koproduktionsmärkte erschlossen und für die heimische Programm- arbeit internationale Partner finden lassen.

Inzwischen ist jedoch eine (über die ARD hinausgehende) allgemeine Programmermattung, d.h. eine Auszehrung an Ideen, Stoffen, an Stoffverarbeitung, formalen Innovationen

und allgemeiner Experimentierfreude zu erkennen. Insbesondere im wiederholungsträchtigen Bereich von Spielfilm und Serie sind die Programmstücke des Kinderfernsehens der ARD durch x-fache Wiederholung langsam aufgezehrt. Und das zu einem Zeitpunkt, an dem die Programmvolumina der ARD, insbesondere die des Familien- und Kinderprogramms, durch die Ausweitung der Sendezeiten in 1 PLUS erneut gefordert sind. Die Abwanderung des jungen Publikums, das ja in der ARD mindestens für den Moment kaum noch wirklich herausragende Programmereignisse (das heißt gegenüber anderen Fernsehsystemen singuläre, unverwechselbare Programmleistungen) findet, ist ein ernst zu nehmendes Alarmsignal.

Was fehlt?

Die planerischen, finanziellen und personellen Strategien im Familienprogramm der ARD müssen überdacht werden. Werden die Praktiken des Programmwerbts der heutigen Marktsituation mit ihren Programmverhältnissen überhaupt noch gerecht? Jeder Sender kauft zunächst einmal für sich allein und versucht dabei, den anderen die besten Programme wegzuschnappen; lediglich die großen und umfangreichen Serienankäufe werden gemeinsam getätigt, aber auch hier ist die Beschaffungspraxis eher von gestern. Werden die Familienprogramme mit ihrer gegenwärtigen finanziellen Ausstattung noch den von der ARD geforderten quantitativen und qualitativen (also auch Quoten-Erwartungen) gerecht? Der finanzielle Nachholbedarf der Familienprogramme (und da zu einem ganz wesentlichen Teil des Kinderprogramms) geht in zweistellige Millionenbeträge. Aber die Etats stagnieren, obwohl ab Oktober 1991 durch die Ausweitung von 1 PLUS eine Verdreifachung des Sendeminutenanteils auf uns zukommen wird.

Wie bei Fernsehspiel- und Filmredaktionen wächst im Familienprogramm die Einsicht, daß der Eigenproduktionsanteil vor allem im dramatischen Genre erheblich erhöht werden muß. Kaufware ist nicht mehr

alles. Im Ausland – der tschechische und polnische Kinderprogrammmarkt ist nahezu zusammengebrochen – sind nur noch selten wirklich herausragende Serien oder Einzelstücke zu finden.

Die Programmbestände der ARD müssen dringend wieder aufgefüllt werden, und zwar mit Eigen- oder Koproduktionen,

denen die Nähe zur Lebenswirklichkeit unseres Publikums (auch im Themenspektrum magischer und phantastischer Welten) anzusehen ist. Das bedeutet über Etaterhöhungen hinaus Konzentration der Mittel, Ideen und programmgestaltenden Kräfte. Alle Praktiker wissen, daß es lange dauert, einen Ideenvorrat an Themen, Exposés und Büchern anzulegen, geschweige denn zu produzieren. »Alle Arbeitserfahrungen im In- und Ausland zeigen..., daß interessante Produktionsverhältnisse sorgsam über einen langen Zeitraum aufgebaut werden müssen und auch nicht nach Belieben zurückgefahren werden können.« (Gert K. Müntefering 1986)

Die Mattheit des gegenwärtigen ARD-Kinderprogramms kommt nicht von ungefähr. Nicht nur die Programmverpflichtungen, disproportional gewachsen zur Etatausstattung, haben an den Beständen gezehrt. Hinzu kommt die typische »Kleinstaaterei«, die sich für die dramatischen Genres Fernsehspiel oder Serien für Kinder mehr und mehr als Bedrohung der Programmqualität erweist. Beim deutschen Kinderfilm, also im Kinobereich, haben wir eine ähnliche Entwicklung. Auch hier verhindert finanzpolitische »Kleinstaaterei«, mit der Kulturhoheit der Länder begründet, weiterhin das sinnvolle Planen und Realisieren der über Deutschland hinaus tragfähigen, hochwertigen Kinoware Kinderfilme. Derweil besetzen andere Länder, vorzugsweise Amerika, aber auch die asiatischen Trickfilm-Companies, den heimischen Programmmarkt. Das Kinderfernsehen der ARD steht

vor der schwierigen Frage, ob es die inzwischen auf die Spitze getriebene Programmvermehrung weiter mitmachen kann wie bisher, oder ob sich das Kinderfernsehen nicht ohne Kürzungen an Etats, Personal und Produktionskapazität von einzelnen Programmplätzen zurückziehen muß. Auf diese Frage gibt es einstweilen keine Antwort. Und das ist das Problem des Kinderfernsehens.

Vielleicht fühlen sich nun einige andere (Unterhaltungs- oder Film-)Redaktionen ermutigt, hier möglicherweise freiwerdendes Terrain zu besetzen. Doch bereits das Niveau der Filme am Montag und Freitag im Nachmittagsprogramm und alle früheren Programm-Entsorgungsversuche der politischen Redaktionen (Features) und der Unterhaltungs-Redaktionen zeigen, daß Publikum mit B- und C-Ware nicht zu holen ist. Nur erste Programmqualität sichert Zuschauerquoten. Dafür sorgen nach wie vor das Familienprogramm und besonders das Kinderprogramm der ARD. Sie sind immer noch die erste Adresse am Nachmittag. Deshalb wird das Nachmittagsprogramm die Auseinandersetzung mit der Konkurrenz und seinen eigenen, hausgemachten Problemen selber bestehen

müssen, jedoch nicht auf dem Weg der billigen Anpassung. Der Erfolgsdruck verpflichtet geradezu zu mehr Arbeitsteilung und Gemeinsamkeit der Anstalten untereinander.

Erst die Summe der einzelnen Stärken im Familienprogramm der ARD wird die Summe der Schwächen, die von außen unabänderbar und von innen veränderbar auf das Programm einwirken und die sich immer deutlicher abzeichnen, kompensieren und überwinden. Zu diesen Stärken müssen neben den regionalen Eigenheiten eines jeden Hauses wie in der Vergangenheit nun erst recht und verstärkt die Experimentierbereitschaft und eine offensivere Haltung gegenüber der Weiterentwicklung des Bewährten treten. Hier war die ARD immer führend und hier droht ihr der Elan aus Angst vor falschen Schritten abhanden zu kommen.

Das Familienprogramm, besonders aber das Kinderprogramm der ARD, hat keine andere Wahl. ■

DER AUTOR

Uwe Rosenbaum ist Leiter der Hauptabteilung Bildung und Familienprogramm Fernsehen im Sender Freies Berlin.

