

Gert K. Müntefering

In aller Unschuld: Qualität im Kinderfernsehen

Die Planung (im öffentlich-rechtlichen Fernsehen) muß klare Aussagen machen, was sie wo den Kindern anbietet und das verlässlich und dauerhaft – fordert der Autor auf dem Medienforum Nordrhein-Westfalen 1995 in Köln.

Aber sicher gibt es Qualitätskriterien für Kinder- und Jugendprogramme. Einige kenne ich. Sie wären aber gewiß schnell gelangweilt, wenn ich – und das muß man bei Qualität – in Einzelheiten gehen sollte. Ohnehin ist enttäuschend, daß es eigentlich mehr banale Feststellungen sind und häufig Abgrenzungen. Zum Beispiel ist qualifizierte Animation seriell in Europa kaum bezahlbar. Auch die strengen Regeln der Gewerbeaufsicht bringen die Redaktionen schier zur Verzweiflung. Kinder – und wer zur Schule geht, mag er/sie 16 oder 18 Jahre sein, egal, ist in Deutschland rechtlich ein Kind – Kinder also dürfen nur drei Stunden am Drehort sein. In der Tschechischen Republik sind es sieben, in England sechs und in anderen Ländern ähnliche Größenordnungen. Diese Vorschrift ist dafür verantwortlich, daß es deutsche Kinderfilme und Kinderserien wirtschaftlich und praktisch nicht gibt. Wir sind in diesem Bereich nicht wettbewerbsfähig und schaffen kein qualitativ forderndes Genre. Daß es doch mit dem »Kleinen Vampir« geklappt hat oder daß die hingebungsvolle Tier- und Kinderarbeit der Wagmann-Brothers bis zum Ersten Preis beim New York Festival langte – das ist subversive Qualität für sich. Es muß uns aber interessieren, ob wir die Fähigkeit und die Kinder den Anspruch behalten,

oder wo verloren zurückgewinnen, für das Erzählen von Geschichten. Das Format der 26 und 52 Folgen ist ein übernommener kommerzieller TV-Takt, der Sicherheit für Werbung gibt. Im gleichförmigen Übermaß der kurzatmigen Darstellungsstrecken, ich nenne es nicht Geschichten, wird filmische Literatur aufgegeben. Damit ist nicht der Spielfilm und anspruchsvoll verquaste Selbstfindungswelt gemeint, sondern kleine Erzählform – bis zu sechs Folgen, auch die Einzelgeschichte.

Qualität, so teilt Lothar Mikos am 9. Juni 1995 in der Neuen Zürcher Zeitung mit, heißt »... sich einlassen auf entwicklungspsychologische Stadien und vielfältige Lebensformen von Kindern«. Da gibt es Unterschiede zwischen den Lebensaltern – 5jährige, 7jährige, 14jährige haben Anspruch auf verschiedenes Fernsehen. Übrigens nennt er 14jährige nicht Jugendliche. Wen wundert es da, wenn wir nach einer fünfjährigen Schrecksekunde ernsthaft die Wiederaufnahme unserer Drehbeziehungen zu Prag und Warschau erwägen. Wir stehen kurz vor dem Abschluß eines Koproduktionsvertrages mit einer privaten Produktionsfirma über die Kinder-/ Familienserie »Die Autowerkstatt am Rande der Stadt«, sechs Folgen mit je zwölf Tagesgeschichten. Wir überlegen, ob wir wieder ins polnische »Mühlental« ziehen.

Der Veranstalter heute nun annonciert in aller Unschuld das Generalthema Qualität und kann sicher sein, daß jedermann begeistert zustimmt. Wer aber auf diesem Podium wird schon erklären, daß ihn Qualität eigentlich etwas weniger interessiere als die Quote oder ein verlässlicher

Erregungszustand des Publikums. Wer wird sagen, daß er, so sehr er sich auch bemühe und selbst ermahne, immer kurz vor der Qualität im Mediokren stehenbleibe oder, am schlimmsten, daß genau seine Arbeit eigentlich ein Synonym für Qualität sei. Gewiß, das sei heute noch nicht so sichtbar oder gerade in diesen Monaten mal kurz aus dem Blickfeld geraten und daher untypisch... und so fort.

So fürchte ich denn auch, daß meine Anmerkungen zu guter Letzt darauf hinauslaufen werden, daß öffentlich-rechtliches Kinderfernsehen nach wie vor in Kompetenz, liebevoller Zuwendung und ausdauernder Figurenpflege in bester Weise den Begriff Qualität bedient und folglich der Entwurf des von schnöden Kapitalinteressen freien Programmbegriffs zur besten aller TV-Welten führt. Nur wissen wir alle, daß die Menschen vollkommenen Gebilden ein berechtigtes Mißtrauen entgegenbringen und sich deshalb lieber mit weniger begnügen, wenn es dann nur 23 oder 50 Minuten und im Falle höherer Spielfilmgewalt auch schon zweimal 110 Minuten lang ist und regelmäßig kommt.

Qualität und Erfolg

Trotzdem werde ich mich in aller Befangenheit dem Wort Qualität nähern und dabei den Begriff erweitern über die Substanz des Programms hinaus auf *Planung, Rezeption und Dialog*. Da sieht es dann nicht mehr so eindeutig vorteilhaft aus für das Kinderfernsehen nach dem öffentlich-rechtlichen Verständnis.

Zunächst aber muß auch eine deutliche Kritik angebracht werden an dem

undifferenzierten Substantiv Erfolg, mit dem das kommerzielle Kinderwerbfernsehen sich schmückt. Die öffentliche Diskussion bleibt weit hinter ihren gewiß bescheidenen Möglichkeiten, wenn sie die Titelketten der Spielfilme und Trickfilmreihen bei den privaten Anbietern überhaupt als Werkbegriff Kinderfernsehen auffaßt und ernsthaft in eine Debatte darüber eintritt, wie diesem Angebot zu begegnen sei.

Diese breite Vergnügungseinladung ist doch das schönste, was den Kindern neben Wackelpudding, Meeresbrandung und einer unbewachten Eistheke begegnen kann. Es ist das Schlaraffenland – und das Schlimme ist, die Vollpensionsgäste werden nicht einmal bleibende Schäden davontragen.

Freilich werden sie die mögliche Fülle verschiedener Abenteuer nicht erfahren und auf die Monokultur der Lizenz-Plantagen begrenzt. Auch der Gegenbegriff eines öffentlich-rechtlichen Kinderkanals, wenn er dann unbeschadet oder überhaupt die von vielfältigen Motiven, zuletzt übrigens vom Qualitätsbegriff, angetriebenen Ministerpräsidenten-Konferenzen überlebt, wird nicht ohne Erlebnisflächen auskommen. Freilich wird er seine Dascinsberechtigung auch überzeugend aus anderen Angeboten ableiten müssen und übrigens auch können.

Die bisherigen Abbildungen in den privaten Rennstrecken des an Kinder gerichteten Fernsehens rechtfertigen nun keineswegs das kommerzielle Monopol. In einer Mischung aus Zukunftsfurcht und ordnungspolitischem Anspruch soll es erst gar nicht zu einer ernsthaften Debatte über ein

sinnvolles ARD/ZDF-Kinderkanalfernsehen kommen, die das tatsächliche Sendeverhalten der kommerziellen Sender vielleicht allzu hell beleuchten könnte.

Planung

Es gab eine Zeit, da wurde in der Koordination für Kinderfernsehen jeder neue Programmbeitrag geprüft und gewendet, auf seine mögliche Wirkung hin abgeklöpft und dann im internen Wettbewerb eingeplant. Die schwachen Sendungen in den Sommer, die stärkeren in den Winter und die NDR-Filme wegen eines besonderen Abrechnungssystems immer im Dezember – bitte nicht überlaufend ins neue Jahr. Danach muß man sich nicht zurücksehen, wenn man dennoch feststellt, daß auch bis heute bewährte Programme dort viel gelernt haben und nebenbei in der heimischen Produzentenwelt Arbeitsplätze geschaffen und das Gefühl dafür vermittelt haben, daß Fernsehen nicht nur ein Lizenzgeschäft ist. Ich bezweifle und übe damit Eigenkritik, daß die Übernahme internationaler Formate für die Entwicklung eines neuen Programms für Kinder Substanz hat – und viel Erfolg beim Publikum hat sie in der ARD auch nicht. Vielleicht fehlt es dann doch an der Ruchlosigkeit, mit der gerade das duschschlagende Unterhaltungskalkül bewahrt werden mußte.

Es darf nicht wundern, daß diese romantische parlamentarische Programmarbeit wie ein Kartenhaus zusammenbrach, als sich die Geschäftsleute mit sicherem Blick für einfache Abenteuer, Kitsch hin, Gewalt her, zielsicher der Hauptsehzeiten der Kinder bemächtigten und am Wo-

chenende die unbesetzten Zonen erschlossen. Schon in den 70er Jahren lag in der ARD die Tagesablaufstudie vor, die schon damals glasklar andere Zeiten für Kinder empfahl, als sie dann tatsächlich besetzt wurden. Notgedrungen waren die Kinder dann an der Nebengasse unsere Gäste, bis an der Hauptstraße die neuen Ladenketten ihre bunten Clowns und Yedi-Ritter vor die Tür stellten.

Viel zu lange haben auch die Kinderredaktionen die Illusion bewahrt und die Direktoren unter Druck gesetzt, daß Kinderprogramme im Vollprogramm gleichberechtigt mitfahren müßten. Nein – das ist falsch. Entweder haben sie Vorfahrt und können sich zu günstigen, übrigens dann den einzigen den jungen Zuschauern angemessenen Zeiten entfalten – oder es sind wirklich Alibi-Veranstaltungen. Programme nach altem Kinderfernsehverständnis, gar wenn sie sich noch als Gegenwelten zum Erwachsenenfernsehen darstellen wollen, stehen auf der roten Liste im Vollprogramm. Die Erwachsenen, und das ist ihr gutes Recht, müssen das Fernsehen für Kinder nicht mitanschauen

wollen – es sei denn, die Sache würde sie wie »Pumuckl« oder die »Maus« mit hohem Eigennutz an Vergnügen und Erkenntnis interessieren. Das gelingt immer wieder einmal – wie mit »Blaubär« oder den »Dinos«, früher mit »Pan Tau« oder der »Roten Zora« und »Pippi Bullerbü«.

Die Quoten des Kinderfernsehens in der Woche sind bis auf Ausnahmen einfach nicht zu verteidigen – und es ist sicher auch die Aufgabe der ARD, älteres Publikum, das im Gegensatz zu jüngeren Zuschauern zu bestimmten Zeiten im höheren Maße sehbegeistert ist, anzusprechen. Zur Qualität der Fernseharbeit gehört auch die mitleidlose Analyse der tatsächlichen Möglichkeiten. Tugendterror als Lobbyist für Kinderfernsehen macht fanatisch und lenkt die Triebenergie in falsche Kanäle – aber die Rolle eines Don Quichotte ist ebenfalls steril und lächerlich. Wenn Steffi für Deutschland und ARD/ZDF-Lizenzen punktet, gibt die »Maus« bei Verlängerung eben doch den Löffel ab.

Die Planung muß aber klare Aussagen machen, was sie wo den Kindern anbietet – und das verlässlich und dauerhaft. Es hat lange genug gedauert, die Schnittfläche Kinder und Erwachsene in der »Sendung mit der Maus« in der ARD weitgehend durchzusetzen. Aber diese Programmformel für andere Bestandteile des Kinderfernsehens muß erst noch gefunden werden, bevor sie mit dem Anspruch auf Standort auftreten

kann. Der Kahlschlag und die tiefe Verunsicherung sind dafür ein besserer Antrieb als die Einrichtung in ohnehin gefährdeten Reservaten.

Da in dem Tagungsprogramm der GMK die »Sicht der öffentlich-rechtlichen Veranstalter« auf diese Fragen getitelt wird, sollte ich erwähnen, daß es auch verschiedene Gegner dieser Position gibt. Sie argumentieren auf gleichberechtigte Platzierung auch für Kinderprogramme, die nun nicht immerzu über die Akzeptanz ihre Daseinsberechtigung beweisen müßten – wie ja auch im Erwachsenenfernsehen jahrelange Flops nicht zum Exitus führten und daß vielmehr darüber im Gegenteil eine begeisterte öffentliche Unterhaltung stattfände. Aus dem breiten Strom würde dann schon die Qualität erwachsen. Also – eine andere Quotenregelung fürs Kinderfernsehen und ein Qualitätsbegriff nach innen.

Das Umfeld des Kinderfernsehens

Die Rezeption – also die Aufnahme und Verarbeitung – im Umfeld des Kinderfernsehens ist abenteuerlich. Es durchmischen sich in Parteien, Gremien und Feuilletons die speziell bei uns verbreitete Form der Kulturkritik am Fernsehen überhaupt und am Massengeschmack. Desinteresse und Unkenntnis auf der einen und utopische Forderungen an Programmqualität auf der anderen Seite kommen hinzu. Aufklärung als Faktor der Medienerziehung und damit Distanz zum Medium sollen dieselben Leute besorgen, die gerade mal mühsam ihre eigene Dramaturgie buchstabieren können.

Das Wesen und die Kraft der Magie unseres Mediums werden gleichzeitig unter- und überschätzt.

Wie schon zu Zeiten der angestrebten Chancengleichheit wird der idealistische Traum von einem besänftigten und in Grenzen spannenden öffentlich-rechtlichen TV-Raum geträumt, während es im Abenteuerzimmer gar nicht wild genug zugehen kann. Versteht sich, wer der Chef im

Kinder und Markt

Kinder sind gleichzeitig Konsumenten und Zuschauer. Auch wenn wir sie gern nur als Zuschauer hätten und mit Ihnen in dieser Rolle einen ausgedehnten Dialog brieflich und über das Medium führen, da wo wir es im Vollprogramm können, so geht das an vielen ihrer Triebe und Antriebe vorbei. Zu Zeiten des Monopols war auch der mögliche finanzielle Randnutzen verpönt. Also muß heute der Dialog auf eine neue Geschäftsgrundlage gestellt werden, in diesem Fall doppelt zutreffend. Der Zugang zu interessanten, weltweit ausgestrahlten Programmen mit Qualität ist nur nach den Gesetzen möglich, die auch bei der Vermarktung von Schund angewandt werden. Lassen sie uns jetzt nicht darüber streiten, ob und warum »Janosch« besser ist als »Power Rangers«, 800.000 Videokassetten mit »Tiger und Bär« im preiswerten Sortiment an den Kassen einer Billigkette sind aber sicher auch eine qualitativ bessere Botschaft als ein in evangelischen Akademien aufgestellter Wertekatalog.

Die Tatsache beispielsweise, daß Warner Brothers eine bedeutende Garantie für eine finanzielle Beteiligung an der deutschen, in Berlin gedrehten Trickfilmfigur »Lars, der Eisbär« aussprechen und weltweit Vermarktungserfolge damit haben, zeigt dann doch, daß es neben der Ausstrahlung von Lizenzprogrammen noch eine andere Dimension von Fernsehen gibt. Sie schafft Arbeitsplätze, Nachfrage und ist damit ein bei unseren Konkurrenten unbekannter Sachverhalt. Sie ist in einer mit angelsächsi-

scher Dominanz regulierten TV-Welt unverzichtbar – und eine Domäne öffentlich-rechtlicher Arbeit.

Ich würde an dieser Stelle mir und redaktionellen Prinzipien untreu, wenn ich nicht dann doch auf die weiter geltenden Maßstäbe unseres Kinderfernsehens hinweisen würde. Klarheit der Geschichte, Entdeckungsfreude, Humor, Spannung und die Chance der kleinen und großen Mitspieler im gezeichneten oder realen Welttheater spielen nach wie vor die überragende Rolle. Es ist auch nicht die intendierte pädagogische Absicht, schon gar keine vermutete Wirkung, keine Pflichtübung und kein geschäftliches Ziel, was uns antreibt. Man kann das Qualität nennen – wir nennen diese Voraussetzung selbstverständliche Aufgaben. Nicht immer werden wir ihnen gerecht. Aber wir kennen sie wenigsten. ■

DER AUTOR

Gert K. Müntefering ist nach langjähriger Tätigkeit im Kinderfernsehen Leiter des Tagesprogramms im WDR/Fernsehen.

Spielzimmer ist. Diese öffentliche Debatte ist nicht hilfreich für die Schaffung eines Qualitätsbegriffs.

Soweit der Führung und den Gremien Entscheidungen für die Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Kinderfernsehens zufallen, müssen sie die Substanz ihrer Anschauungen und Begriffe modernisieren und qualifizieren. Auch diese meinungsprägende Umwelt gehört reziprok zum Qualitätsbegriff Kinderfernsehen. Dabei müssen übrigens die Kinderredakteure keineswegs immer recht bekommen.

Andererseits richtet dieser undeutliche gesellschaftliche Begriff von Kinderfernsehen auch nichts aus bei kommerziellen Entgleisungen. Ein Unternehmen wird aber so lange auch nicht umweltschonend produzieren, ehe es nicht seinen kostensteigernden Einsatz honoriert bekommt – und da offensichtlich der minimale Einsatz über Lizenz und Synchronisation für Effizienz genügt, wäre es dumm und im Sinne der Aufsichtsräte falsch, irgendeinem Phantom nachzujagen, das Qualität heißt und dafür gar noch Redakteure zu bezahlen. Das stiftet, so wußte schon Berlusconi und beauftragte ehemals für seinen Canale Cinque fürs Kinderfernsehen gleich die Japaner, nur Unfrieden und kostet teuer.