Was Eltern vom Kinderfernsehen erwarten

WIE SCHÄTZEN ELTERN DIE TV-PROGRAMME BZW. MEDIENANGEBOTE DER 4 FREI EMPFANGBAREN KINDERSENDER IN DEUTSCHLAND EIN UND WAS IST IHNEN AM PROGRAMM WICHTIG?

Maya Götz

1.004 Eltern von Kindern zwischen 3 und 12 Jahren wurden gefragt, wie sie die TV-Programme bzw. Medienangebote der 4 frei empfangbaren Kindersender in Deutschland einschätzen und was ihnen am Programm wichtig ist.

Die Frage nach der Qualität im Kinderfernsehen, die zu Beginn des Jahrhunderts noch aus verschiedensten Perspektiven diskutiert wurde[1], ist weitestgehend verstummt. Während es eine mittlerweile gut ausdifferenzierte Diskussion zur Qualität der öffentlich-rechtlichen Angebote unter dem Stichwort »Public Value« gibt[2], bleiben Kinderfernsehen und die Zielgruppe der Kinder und Eltern hier weitestgehend unbeachtet.

Eigentlich sind 13 % der deutschen Bevölkerung[3], also 10,7 Millionen Menschen, Kinder unter 13 Jahren. 2022 gab es in Deutschland rund 11,86 Millionen Familien.[4] Für sie alle sind Angebote für Kinder, in denen sie sich mit ihren Erfahrungen wiederfinden können, die sie kognitiv und emotional bereichern und ihnen helfen, die Welt zu verstehen und prosozial zu handeln, wichtig. Trotzdem wird das Kinderfernsehen, welches seine Inhalte mittlerweile über diverse Medien zur Verfügung stellt, nur selten öffentlich diskutiert und in seiner Rolle als zentrale Sozialisationsinstanz thematisiert.

Werden Kinder gefragt, welcher Kindersender ihr Lieblingssender ist, geben 29 % KiKA an, der damit der beliebteste Sender ist. Auf Platz 2 liegt SuperRTL (22 %) gefolgt von RTL (10 %) und ProSieben (7 %). Eine kleinere Gruppe von Kindern (4 %) nennt Disney und Nickelodeon als Lieblingssender (mpfs, 2023). Dies ist schon einmal ein wichtiger Hinweis, welchen Sender die Zielgruppe selbst »am besten« findet. Eltern – eine gesellschaftlich wichtige Gruppe und Beitragszahlende – wurden deutlich seltener nach ihrer Einschätzung des Inhalts von Kinderfernsehen gefragt. Hier setzt diese Studie an und untersuchte in einer ersten Annäherung, was Eltern von Kindern unter 12 Jahren bei den Medienangeboten der 4 frei empfangbaren Kindersender wichtig ist.

METHODE UND STICHPROBE

Das IZI beauftragte das Forschungsinstitut forsa mit der telefonischen Befragung von n=1.004 Eltern von Kindern zwischen 3 und 12 Jahren.[5] Das Sample ist für Deutschland repräsentativ und wurde nach Alter, Geschlecht und Region gesammelt.[6] Erhebungszeitraum war 15. Mai bis 16. Juni 2023.

1. Welche inhaltlichen bzw. genrespezifischen Angebote sind Eltern wichtig?

Die 4 frei empfangbaren Kindersender (KiKA, SuperRTL, Disney Channel, Nickelodeon) bieten unterschiedliche Genres in ihren Formaten an. Während die privat-kommerziellen Sender (SuperRTL, Disney Channel, Nickelodeon)

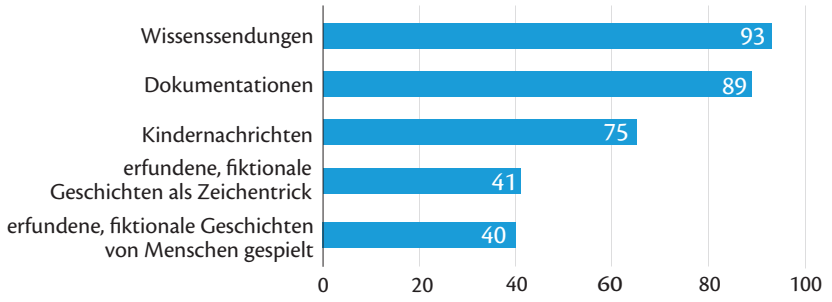

Abb. 1: Wie wichtig finden Sie es, dass es im Kinderfernsehen folgende Sendungsformate gibt? (Zustimmung in Prozent)

Checker Welt © BR

Abb. 2: Eltern von Kindern zwischen 3 und 12 Jahren finden es (sehr) wichtig, dass es im Kinderfernsehen Wissenssendungen gibt

über 95 % fiktionale Angebote senden, bietet KiKA in 22 % seiner Sendezeit non-fiktionale Angebote.

Wir fragten Eltern: »Wie wichtig finden Sie es, dass es im Kinderfernsehen folgende Sendungsformate gibt?« (Abb. 1). Dann wurden mit wechselnder Reihenfolge genannt: »erfundene, fiktionale Geschichten als Zeichentrick«, »erfundene, fiktionale Geschichten von Menschen gespielt«, »Wissenssendungen«, »Dokumentationen« sowie »Kindernachrichten«. Als Antwortmöglichkeiten hatten die Eltern »sehr wichtig«, »wichtig«, »weniger wichtig« sowie »unwichtig«.

Die große Mehrheit aller befragten Eltern von Kindern zwischen 3 und 12 Jahren findet es (sehr) wichtig, dass es im Kinderfernsehen Wissenssendungen (93 %) und Dokumentationen (89 %, Abb. 2) gibt. Eine deutliche Mehrheit (75 %) findet zudem Kindernachrichten (sehr) wichtig, Mütter noch einmal mehr als Väter und Eltern von älteren Kindern mehr als diejenigen von Kita-Kindern. Deutlich seltener werden erfundene, fiktionale Geschichten als Zeichentrick (41 %) oder von Menschen gespielt (40 %) als wichtig erachtet (Abb. 3).

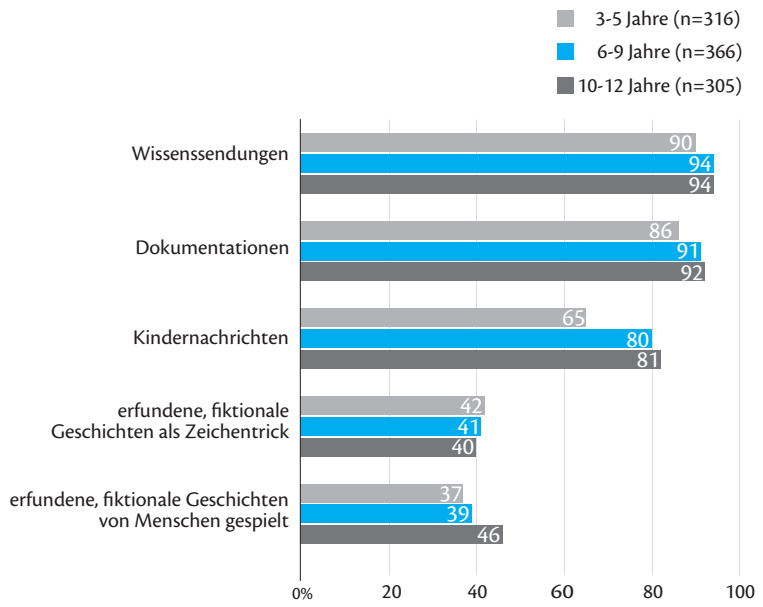

Abb. 3: Wie wichtig finden Sie es, dass es im Kinderfernsehen folgende Sendungsformate gibt? (Angaben in Prozent)

Eltern ist es entsprechend wichtig, dass es verschiedene Genres gibt, wobei ihnen Wissenssendungen und Dokumentationen am wichtigsten sind. Für fast alle Eltern mit Kindern zwischen 6 und 12 Jahren sind Wissenssendungen wichtig und 9 von 10 Eltern stimmen zu, dass auch Dokumentationen für Kinder angeboten werden sollten. Kindernachrichten sind 8 von 10 Eltern mit Kindern ab 6 Jahren im Haushalt wichtig.

Im weiteren Altersvergleich zeigt sich, dass Kindernachrichten für Eltern mit Kindergartenkindern in der Familie deutlich weniger wichtig sind (65 % Zustimmung). Eltern mit Preteens (10- bis 12-Jährige) ist es etwas häufiger wichtig, dass fiktionale Sendungen von Menschen gespielt werden und nicht nur Zeichentrick angeboten wird.

Ergebnis

Eltern in Deutschland ist es wichtig, dass ihre Kinder verschiedene Genres, und hier insbesondere Wissenssendungen, Dokumentationen und Kindernachrichten sehen können. Für Eltern von Kita-Kindern ist die jeweilige Unterschiedlichkeit etwas weniger bedeutsam.[7]

Dokumentationen und Nachrichtensendungen sind Alleinstellungsmerkmal von KiKA, der zudem eine Vielzahl an Wissenssendungen ausstrahlt (*Checker Tobi*, *Wissen macht Ah!*, *Pur+*, *Erde an Zukunft* etc.). Auch SuperRTL hat eine Wissenssendung in der Stichprobenzeit gesendet: *Woozle Goozle*.

2. EINSCHÄTZUNG ZU VERSCHIEDENEN GENRES

Wir fragten Eltern, wie wichtig es ihnen ist, dass die Programme in Deutschland produziert wurden und die hiesige Lebenswelt von Kindern widerspiegeln. Fernsehsender oder Sendernetzwerke produzieren zum Teil selbst, d. h. sie entwickeln und

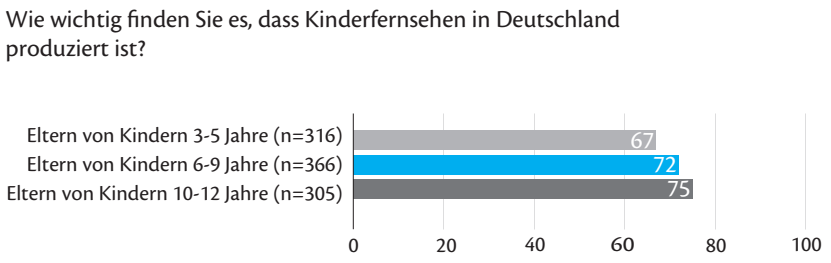

Abb. 4: Wie wichtig finden Sie es, dass Kinderfernsehen in Deutschland produziert ist und die Lebenswelt von Kindern in Deutschland widerspiegelt? (sehr wichtig, Angaben in Prozent)

verantworten redaktionell die Sendungen gemeinsam mit Produktionsfirmen. Zum Teil wird auch »in house« produziert, was meistens bedeutet, dass die zentralen Kreativposten mit beim Sender festangestellten Personen besetzt sind. Zum Teil werden Programme von Produktionsfirmen »eingekauft«, d. h. die Sende- und Synchronisationsrechte für bestimmte Zeiträume, Sprachen, Regionen etc. werden erworben.

Auf dem Kinderfernsehmarkt sind die USA oftmals das zentrale Produktionsland.[8] Selbst wenn Sendungen von der Idee bis in die verschiedenen Medien hinein in einem anderen Land entwickelt und produziert wurden (z. B. Pokémon), geht die Produktion – sofern die Sendung global vermarktet werden soll – durch die »Leitkultur« Nordamerikas (Tobin, 2004). Inhaltlich spiegeln sich die Länder bzw. Kulturen, in denen die Kindersendungen produziert werden, wider. Sind es Live-action-Sendungen mit realen Personen, zeigt sich dies zum Beispiel typischerweise im Aussehen der Menschen, den Landschaften oder z. B. der in der Schule getragenen Kleidung. Auch beim Zeichentrick, der vom Setting her reine Imagination ist, spiegelt sich die Kultur wider, in der die Formate federführend produziert wurden. Hier spiegeln sich beispielsweise das typische Aussehen von Schuleinrichtungen (z. B. die »Highschool Spinde«, die in dieser Form in Deutschland nur selten vorkommen), Sportarten (z. B. Cheerleading), Problemstellungen (Highschool als Schule für »alle« im Unterschied zum leistungsabgestuften deutschen Schulsystem), aber auch mitgelieferte Werte wider.

Das gesendete Programm des globalen Netzwerks Nickelodeon besteht zu ca. 98 % aus Eigenproduktionen, die in der Stichprobe mit Ausnahme einer Sendung (*Spotlight*) federführend in den USA produziert wurden. Auch beim Disney Channel werden ca. 74 % Eigenproduktionen gesendet, die in der Stichprobe mit Ausnahme von 3 Formaten federführend in den USA produziert wurden. Bei SuperRTL besteht das Programm zu ca. 98 % aus eingekauften Sendungen, die zumeist in den USA federführend hergestellt wurden. Bei KiKA, dem Kindersender von ARD und ZDF, sind im Programm ca. 75 % Eigenproduktionen bzw. Koproduktionen zu sehen. Sie werden von KiKA selbst produziert bzw. von den ARD-Rundfunkanstalten und dem ZDF zugeliefert und sind meist in Deutschland produziert. Hinzu kommen Koproduktionen, die in Kooperation mit zumeist europäischen Partnern umgesetzt wurden. Zudem sendet KiKA ca. 25 % eingekaufte Programme (Götz, 2023).

Wir fragten Eltern der für Deutschland repräsentativen Stichprobe: »Wie wichtig finden Sie es, dass Kinderfernsehen in Deutschland produziert ist und die Lebenswelt von Kindern in Deutschland widerspiegelt?«

Als Antwortmöglichkeiten wurde den Eltern eine 4er-Skala von »sehr wichtig«, »wichtig«, »weniger wichtig« bis »unwichtig« vorgelesen, bei der sie sich für eine Einschätzung entscheiden mussten.

7 von 10 Eltern finden dies wichtig. Dabei zeigen sich keine Unterschiede zwischen Müttern und Vätern. Je älter die Kinder sind, desto wichtiger ist es Eltern, dass ihre Kinder auch im Kinderprogramm deutsche Lebenswelten widergespiegelt bekommen (Abb. 4).

Ergebnis

7 von 10 Eltern ist es wichtig, dass die Sendung in Deutschland produziert ist und die hiesige Lebenswelt widerspiegelt. Je älter die Kinder sind, desto wichtiger ist dies den Eltern.

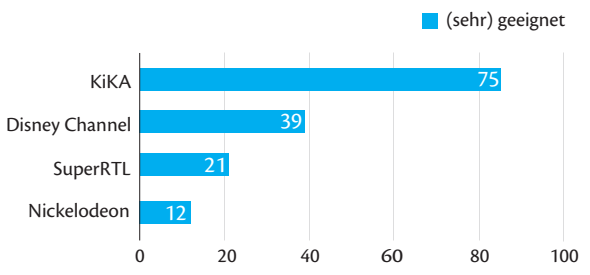

Abb. 5: Wie gut sind die folgenden Medienangebote für Kinder Ihrer Meinung nach für Ihr Kind geeignet? (Angaben in Prozent)

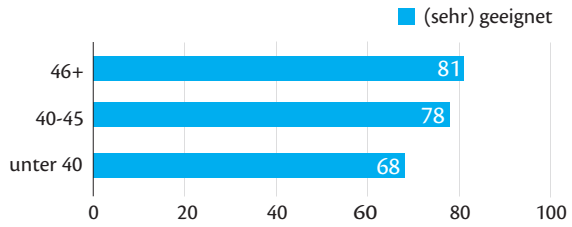

Abb. 6: Einschätzung der Medienangebote von KiKA - nach Alter der Eltern (Angaben in Prozent)

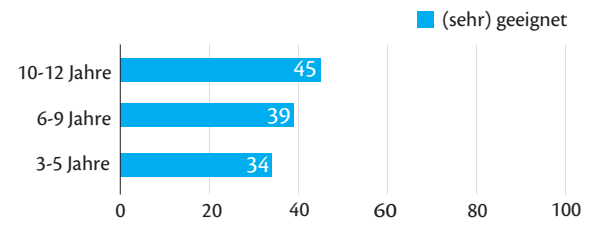

Abb. 7: Einschätzung der Medienangebote des Disney Channel - nach Alter des Kindes (Angaben in Prozent)

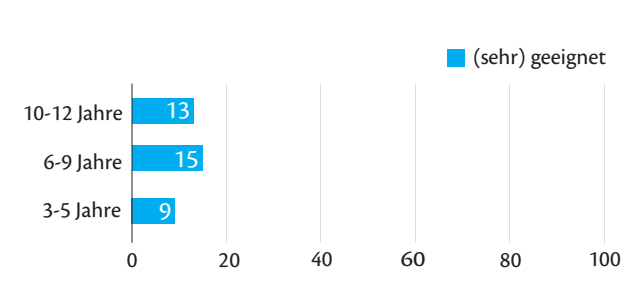

Abb. 8: Einschätzung der Medienangebote von SuperRTL - nach Alter der Eltern (Angaben in Prozent)

Abb. 9: Einschätzung der Medienangebote von Nickelodeon - nach Alter des Kindes (Angaben in Prozent)

3. EINSCHÄTZUNGEN ZU VERSCHIEDENEN SENDERN

Wir fragten Eltern: »Wie gut sind die folgenden Medienangebote für Kinder Ihrer Meinung nach für Ihr Kind geeignet?« Sie beurteilten die 4 frei empfangbaren Kindersender (KiKA, SuperRTL, Nickelodeon und Disney Channel) und deren Onlineangebote mit den Antwortmöglichkeiten »sehr geeignet«, »eher geeignet«, »weniger geeignet« oder »gar nicht geeignet« (Abb. 5).

Einschätzung der Sender insgesamt

KiKA wird von Eltern mit deutlichem Abstand als am geeignetsten eingeschätzt. Der Disney Channel folgt mit deutlichem Abstand (39 % Zustimmung). Das Angebot von Super RTL (21 % Zustimmung) sieht eine*r von 5 und das von Nickelodeon (12 % Zustimmung) eine*r von 10 als geeignet an. Die Ergebnisse weisen insgesamt auf eine eher kritische Einschätzung der Eltern gegenüber den Kindersendern hin, von denen, wenn, nur KiKA von der Mehrheit der Eltern als geeignet eingeschätzt wird.

KiKA

Die Medienangebote von KiKA finden bei Eltern mit Schulkindern in der Familie mehr Zustimmung (77 % Zustimmung) als bei Eltern mit Kita-Kindern (72 %). Mütter schätzen die Angebote von KiKA etwas häufiger als geeignet ein (77 %) als Väter (73 % Zustimmung).
Der Anteil der älteren Eltern (46+), die die Medienangebote von KiKA für geeignet halten, ist höher (81 % Zustimmung) als derjenige der Eltern zwischen 40 und 45 Jahren (78 % Zustimmung) bzw. der von Eltern im Alter von unter 40 Jahren (68 % Zustimmung, Abb. 6).

Disney Channel

Bei der Beurteilung der Medienangebote des Disney Channel zeigt sich: Je älter die Kinder sind, desto häufiger bewerten die Eltern die Medienangebote als geeignet. Während ein Drittel (34 % Zustimmung) der Eltern von Kindergartenkindern das Angebot als geeignet einschätzt, steigt die Zahl bei Eltern von 6- bis 9-Jährigen auf 39 % und bei Eltern von 10- bis 12-Jährigen auf 44 % (Abb. 7). Väter schätzen das Medienangebot des Disney Channel etwas häufiger als geeignet ein (41 % Zustimmung) als Mütter (38 % Zustimmung).

Das Alter der Eltern spielt bei der Beurteilung des Medienangebotes des Disney Channel keine Rolle.

SuperRTL

21 % der Eltern schätzen das Medienangebot von SuperRTL bzw. TOGGO für die Kinder als geeignet ein. Dabei zeigen sich nur geringe Unterschiede zwischen Müttern und Vätern oder den Altersstufen der Kinder. Ein leichter Unterschied zeigt sich beim Alter der Eltern: Während bei den älteren Eltern, also 46+ und 40-45 Jahre, etwa eine*r von 5 das Angebot von SuperRTL für geeignet für Kinder hält, ist es bei den unter 40-Jährigen ein Viertel (Abb. 8).

Nickelodeon

Das Medienangebot von Nickelodeon schätzen jüngere Eltern (unter 40 Jahre) mit 14 % leicht häufiger als geeignet für ihre Kinder ein als die älteren Eltern (mit 11 % bis 12 %). Väter beurteilen mit 14 % das Angebot etwas besser als die befragten Mütter (10 %). Leichte Unterschiede zeigen sich abhängig vom Alter der Kinder, die in der Familie leben. Nur 9 % der Eltern von Kindergartenkindern halten das Medienangebot von Nickelodeon für geeignet für Kinder, während die Einschätzung bei Eltern von 6- bis 9-Jährigen auf 15 % steigt und bei Eltern von 10- bis 12-Jährigen bei 13 % liegt (Abb. 9).

Ergebnis

Bewerten Eltern von 3- bis 12-jährigen Kindern verschiedene Kindersender

nach der Eignung der Medienangebote für ihre Kinder, steht ganz klar KiKA an erster Stelle: 75 % der Eltern halten den Kinderfernsehkanal für (sehr) gut geeignet für ihr Kind. Mit deutlichem Abstand folgt Disney Channel, den 39 % der Eltern für (sehr) gut geeignet halten. SuperRTL halten noch 21 %, Nickelodeon 12 % für (sehr) gut geeignet.

ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT

In dieser Studie wurden Eltern von Kindern zwischen 3 bis 12 Jahren auf repräsentativem Niveau befragt. Eltern in Deutschland wünschen sich im Kinderfernsehen eine Vielfalt von Genres. Besonders wichtig sind ihnen Wissenssendungen und Dokumentationen sowie, zumindest für die älteren Kinder, Kindernachrichten. Dokumentationen und Nachrichten für Kinder sendet ausschließlich der öffentlich-rechtliche Sender KiKA (Kinderkanal von ARD und ZDF).
7 von 10 Eltern ist es wichtig, dass die Sendungen in Deutschland produziert wurden und die hiesige Lebenswelt der Kinder widerspiegeln. Die Programmanalyse zeigt, dass privat-kommerzielle Kindersender nur einzelne Sendungen oder Formate in Deutschland und mit Bezug zu einer deutschen Lebensrealität produzieren. Im öffentlich-rechtlichen Kinderkanal von ARD und ZDF (KiKA) sind mehr als 7 von 10 Sendungen in Deutschland produziert oder koproduziert.
Werden Eltern gebeten, Kindersender danach zu beurteilen, für wie geeignet sie diese für ihre Kinder halten, beurteilen 75 % der Eltern KiKA als geeignet. Mit großem Abstand folgen Disney Channel, Super RTL und Nickelodeon. Fazit: Eltern wünschen sich für ihre Kinder ein Medienangebot mit einer Vielfalt an Genres, das, wenn möglich, in Deutschland produziert wurde und die hiesige Lebenswelt widerspiegelt. KiKA ist der einzige Sender, dem 7 von 10 Eltern dies attestieren.

ANMERKUNGEN

[1] *Siehe TelevIZIon 2005; sowie Plenk, 2015*

[2] *z. B. Breitenecker, 2013; Serong, 2017; Steininger & Woelke, 2011, Frey-Vor 2017*

[2] *https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2022/PD22_22_p002.html#:~:text=Von%20den%2083%2C2%20Millionen,9%20%25%20der%20Bev%C3%B6lkerung%20Deutschlands%20aus [26.6.23]*

[4] *https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2281/umfrage/anzahl-der-familien-in-deutschland/ [26.6.23]*

[5] *Die Befragung wurde im Rahmen der täglichen telefonischen Mehrthemenumfrage forsa.Omnitel im Dual-Frame-Verfahren durchgeführt, d.h. es wurden neben Festnetznummern auch Mobilnummern berücksichtigt.*

[6] *Die Auswahl der Befragungspersonen erfolgte nach einem systematischen, mehrstufigen Zufallsverfahren, das sicherstellt, dass alle Personen der Grundgesamtheit die gleiche statistische Chance haben, in die Stichprobe zu gelangen. Somit ist sichergestellt, dass die Stichprobe einen repräsentativen Querschnitt der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland darstellt. Befragt wurden nur diejenigen Personen mit mindestens einem Kind im Alter von 3 bis 12 Jahren. Aufgrund der verwendeten Vorgehensweise kann von den Ergebnissen der Stichprobe auf die Grundgesamtheit verallgemeinert werden. Stichprobenfehler ist im ungünstigsten Fall +/- 3 Prozentpunkte.*

[7] *Für dieses Alter stehen u. a. Magazinsendungen* (Die Sendung mit dem Elefanten, Sesamstraße) *zur Verfügung, in denen kurze Dokumentationen ein Teil sind. Sendungen wie* Ich bin ich *oder auch* Ene Mene Bu – und dran bist du *(KiKA), in denen Dokumentationen für Vorschulkinder angeboten werden, werden vermutlich nicht unbedingt als solche erkannt.*

[8] *Insbesondere beim Zeichentrick werden die zeitaufwendigen Zwischenschritte oftmals in Niedriglohnländern wie China oder Indien umgesetzt. Die redaktionelle Verantwortung liegt dabei meist in den USA (oder Kanada), was im Folgenden als »federführend« bezeichnet wird.*

LITERATUR

Breitenecker, M. (2013). Verrückte Ordnung – Public Value im dualen Rundfunksystem. Die multimediale Zukunft des Qualitätsjournalismus: Public Value und die Aufgaben von Medien, *171-177.*

Frey-Vor, G. (2017). Qualitäts- und Erfolgsmessung in einem öffentlich-rechtlichen Medienhaus. Herleitung und empirische Umsetzung eines Modells am Beispiel des MDR. Media Perspektiven, *2, 106-119.*

Götz, M. (2023). Der Public Value des Kinderfernsehens. München: IZI. *(Im Erscheinen)*

mpfs (2023). KIM-Studie 2022. Stuttgart: mpfs.

Plenk, A. (2014). Die Perspektive der Kinder auf Qualität im Kinderfernsehen. *Hamburg: Verlag Dr. Kovac.*

Serong, J. (2017). Die Öffentlich-Rechtlichen und Public Value. Über das ungenutzte Potenzial des Public-Value-Begriffs. Communicatio Socialis (ComSoc), *50(1), 20-34.*

Steininger, C. & Woelke, J. (2011). Der Wert öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die öffentliche Kommunikation: Programmstruktur und Institutionalisierung. Public Value: Theorie und Praxis im internationalen Vergleich, *83-97.*

TELEVIZION 18/2005/2. Was ist Qualität im Kinderfernsehen? https://izi.br.de/deutsch/publikation/televizion/18_2005_2.htm [26.6.23]

Tobin, J. (2004). Fall of the Pokémon Empire. Pikachu's global adventure: The rise and fall of Pokémon. *London: Duke University.*

ABSTRACT

In this study, parents of children between the ages of three and twelve were interviewed at a representative level. Parents in Germany want a variety of genres in children's television. Knowledge programs and documentaries are particularly important to them, as well as, at least for the older children, children's news. Documentaries and news for children are broadcast exclusively by the public broadcaster KiKA (children's channel from the public broadcaster ARD and ZDF). For seven out of ten parents it is important that the programs were produced in Germany and reflect the local environment of the children. When parents are asked to rate children's channels according to how suitable they think they are for their children, 75% of parents rate KiKA as suitable. Disney Channel, SuperRTL and Nickelodeon follow at a great distance. Conclusion: Parents want a range of media for their children with a variety of genres that, if possible, was produced in Germany and reflects the local environment. KiKA is the only broadcaster that seven out of ten parents attest to offer this.

DIE AUTORIN

Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des IZI und des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, München.