

## Hauptsache bunt?

### Ein kurzer Überblick über die Entwicklung des Kinderfernsehens privater TV- Sender

**Nach mehr als zehn Jahren ist das Kinderprogramm der privatrechtlichen Fernsehanbieter vielfältiger geworden: durch Steigerung der Eigenproduktionen, Verbreiterung des Programmspektrums und ein Mehr an hochwertigen Animationsserien.**

#### Die Herrschaft der Klappmaulpuppen

Ende der 80er-Jahre begannen die privaten Sender TELE 5 und RTL plus Kinderprogrammstrecken systematisch auszubauen. Animationsserien, in der Regel „Paketware“, die günstig und verfügbar war, bildeten den Grundstock.\* Präsentiert wurden die Serien innerhalb eines mit wenig Kostenaufwand herzustellenden Rahmens: Eine Klappmaulpuppe und ein menschlicher Komoderator führten durch das Programm. Es begann bei TELE 5 Anfang 1988 mit *Bim Bam Bino*, kurz nachdem der Sender als Vollprogramm gestartet wurde. Der selbstbewusste und neugierige Mäuserich Bino präsentierte gemeinsam mit Gundis Zambo Zeichentrickserien wie *Die Schlümpfe*, *Flash Gordon* und *Saber Rider*. Darüber hinaus gab es Infostrecken und kleine Einspieler, die Kindern ab 6 Jahren Themen aus ihrer Alltagsrealität zeigten.

Der Sender schrieb über das Programm: „TELE 5 hat ein Herz für Zwerge. Das Kinderprogramm von TELE 5 kommt bei den Kleinen besonders gut an. Mit Bino, der frechen Maus, und unendlich viel Spaß und Spielen für Kinder.“

Als TELE 5 Ende 1992 zum Deutschen Sportfernsehen mutierte, bedeutete dies für den Mäuserich jedoch nicht das Aus. Er wanderte im Januar 1993 zum Kabelkanal und das Konzept wurde leicht modifiziert: Zielgruppe waren nun die 8- bis 16-Jährigen, was auch eine Erweiterung des thematischen Spektrums bedeutete. Themen, die Jugendliche wie Erwachsene interessieren, wurden bearbeitet, z.B. Ausländerfeindlichkeit, Drogen, Aids. Bino hatte ab August 1993 mit Sonja Zietlov eine neue Komoderatorin und eine bemerkenswerte Präsenz im Tagesprogramm des Kabelkanals: Er war täglich durchschnittlich 5-mal zu sehen.

Über die Jahre entwickelte sich Bino auch zu einer international gefragten Figur und wurde nach Japan, Polen, Süd-Korea und Saudi-Arabien exportiert.

Einen ähnlichen Weg, das Kinderprogramm mit einer Figur zu präsentieren, die zur „Dachmarke“ des Angebotes avancierte, beschrieb RTL plus, als im Februar 1989 Matthias Krings, alias *Metty*, und der *Li-La-Launebär* auf Sendung gingen. Bis Anfang 1992 lief die Sendung am Sonntagmorgen von 8 bis 9.30 Uhr. Mit der Einführung der Sendung *Li-La-Launeland* am Sonntagmorgen von 6 bis 8 Uhr verkürzte sich die Sendezeit des *Launebärs* von 90 auf 30 Minuten. Zeichentrickfilme, die früher in diesem Rahmen ausgestrahlt wurden, verlegte man ins *Launeland*. *Metty* und *Launebär* sind auf dem so genannten *Launespeicher* zu Hause. Jede Folge des *Launebärs* hatte ein zentrales Thema, das Inhalt der einzelnen Szenen war, die auf dem zugerümpelten *Launespeicher* spielten und das in Filmberichten aufgegriffen wurde, wie etwa der Weihnachtstmann in Lappland oder Computer.

Darüber hinaus gab es eine Reihe von Specials, z.B. *Metty machts möglich* oder auch einen Spielfilm *Sherlock Metty*.

Die stärkste tägliche Präsenz hatte die dritte Klappmaulpuppe im Bunde: *Vampy* von RTL 2. Am 13. September 1993 wurde sie ins Rennen um die Publikumsgunst geschickt und moderierte gemeinsam mit Thea (Dorothea Riemer) das Kinderprogramm. Trickfilmserien wie *Mila Superstar* oder *Wunderbare Pollyanna* wurden gerahmt mit Episoden und Sketchen. Das Kinderprogramm von RTL 2 umfasste in dieser Zeit ca. 8 Stunden täglich an den Werktagen und *Vampy* war bis zu 11-mal präsent.

Klappmaulpuppen als Moderatoren und Sympathieträger einzuführen, war nicht neu – man denke beispielsweise an *Hase Cäsar* und die Sendungen *Schlager für Schlappohren* oder *Spaß muss sein*.

Neu war jedoch, dass Faktoren wie Senderbindung der jungen Zuschauer über die Figur und das Merchandising-Potenzial genutzt wurden, um mit relativ geringem Aufwand – nicht einmal ein Viertel des Programms waren Eigenproduktionen und viele Einspieler hatten lediglich eine Lauflänge von 1 Minute – eine hohe Akzeptanz beim jungen Publikum zu erreichen.

Eine Vorgehensweise, die aufging: Der *Li-La-Launebär* hatte in Spitzenzeiten bis zu 1 Million Zuschauer; *Vampy* konnte bis zu 40% Marktanteil bei den 6- bis 13-Jährigen erzielen. Laut einer IFAK-Untersuchung im Mai 1995 unter 997 Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren nimmt die Sendung *Bim Bam Bino* in der Skala der beliebtesten Kinder- und Jugendsendungen mit 39% den ersten Platz ein, gefolgt von *Vampy* mit 24% , *dem Disney Club* mit 7% und *Käpt'n Blaubär* mit 3% (beides ARD) – und dies, obwohl der Bekanntheitsgrad von *Käpt'n Blaubär* und dem *Disney Club* erheblich höher war als der der Sendungen *Bim Bam Bino* und *Vampy*.

Zur guten Quote gesellte sich beim *Li-La-Launebär* auch ein Preis der deutschen Spielzeugindustrie: 1991 erhält Metty Krings den „Kulturpreis Spiel“, weil „er in seiner Sendung den Kindern ständig neue Impulse zur aktiven spielerischen Beschäftigung gibt und damit die Eigenkreativität der Kinder fördert.“

Es gab jedoch nicht nur viele Zuschauer und Lob, sondern auch jede Menge Kritik, die insbesondere bei der Werbung im Umfeld des Kinderprogramms bei den privaten Sendern ansetzte. Das teilweise sehr offensive Product Placement beim *Launespeicher*-Frühstück führte 1990 zu einer Abmahnung seitens der Niedersächsischen Landesmedienanstalt.

## **Mitte der 90er-Jahre – Euphorie**

Die Entdeckung der Kinder als kaufkräftige Zielgruppe und der Erfolg der günstig herzustellenden Programmstrecken führte Mitte der 90er-Jahre zu einem wahren Boom: Im April 1995 startete der Familiensender Super RTL, im Juli folgte der private Kinderkanal Nickelodeon. Als am 1. Januar 1997 in Erfurt der öffentlich-rechtliche Kinderkanal auf Sendung ging, war das Programmangebot für Kinder so gross wie nie: Wochentags rund 54 Stunden und am Wochenende etwa 80 Stunden im Free-TV.

Auch in diesen Boomzeiten bestand das Kinderprogramm der Privaten in großem Maße aus Kaufprogrammen: Pro Sieben sendete ausschliesslich Kaufprogramme, Nickelodeon und Super RTL bestritten ihr Angebot ebenso fast ausschließlich mit Fremdproduktionen. Eine Ausnahme bildete Kabel 1, ein Sender, der 1996 etwa 60 % seines Kinderprogramms selbst produzierte und damit fast mit den Öffentlich-Rechtlichen gleichauf lag. Abgesehen von der Spielshow *Hugo* wurde auch das Konzept von *Bim Bam Bino* überarbeitet und zur ersten Comedy für Kids umgebaut: Bino und die Luxuskatze Lucy erhielten zwei neue Komoderatoren, die als *Bim Bam Bino*-Familie den einzelnen Teilen (Serien wie *Snoopy*, *Garfield* u.a.) einen monothematischen roten Faden (z.B. „Schlaflosigkeit“) verliehen.

Ein kleiner Seitenblick zu den öffentlich-rechtlichen Anbietern sei hier erlaubt: Auch hier schlug in dieser Zeit die Tendenz zur Programmstrecke durch und es begann die Zeit der Clubs. Der *Disney-Club* (ab 1996 Nachfolge durch den *Tigerenten Club*), der *Käpt'n Blaubär Club* (1993) und *Tabaluga TV* (1997) koppelten eingeführte Marken und Figuren mit den Programminhalten von ARD und ZDF.

Zaghafte wagten sich auch die Spartensender Nickelodeon und Super RTL an die Entwicklung eigener Formate. So reaktivierte Super RTL den 1994 bei RTL eingestellten *Li-La-Launebär* und schickte mit *Super Metty* eine weitere Klappmaulpuppe (wiederum eine Maus, den flügelohrigen Ikarus) in Begleitung von Metty Krings auf den Sender. Während beide Sendungen nach wie vor laufen, erlebte *Muh – Das Tiermagazin* mit Ralph Caspers nur eine Staffel.

Nach kleineren Formaten wie *Boss für einen Tag*, wurde im Auftrag von Nickelodeon die Kinder-Comedy *Alles Klar* produziert. Verantwortlich war Pacific Productions, die auch für RTL *Samstag Nacht* herstellte.

Insgesamt ist zu beobachten, dass die Eigenproduktionen vor allem Unterhaltsames und kleine Portionen Informatives enthalten. Mit *Alles Klar* unternahm Nickelodeon den Versuch, der mit *Schloss Einstein* auch von den Öffentlich-Rechtlichen unternommen wurde: populäre Erwachsenenformate kindgerecht zu adaptieren.

## 1998 – Katerstimmung

Die noch nie dagewesene Menge an Kinderprogramm, über die Helmut Thoma spottete, es gäbe bald mehr Kinderkanäle als Kinder, erwies sich als Overkill. Im Februar 1998 wird in einem Artikel der „Welt“ über ein mögliches Aus von Nickelodeon spekuliert. Trotz heftiger Dementis wurde der Sendebetrieb quasi über Nacht zum 1. Juni 1998 eingestellt. Kabel 1 schickte am 1. April *Bino* in den Ruhestand. Begründung des Senders: „Überangebot an Kinderprogrammen“. Ebenso kürzten RTL 2 und ProSieben im Verlauf des Jahres ihre Programmstrecken für Kinder erheblich. Marktberreinigung und zunehmende Verspartung forderten ihren Tribut.

## Konsolidierung

Derzeit bieten nur RTL 2 und Super RTL wochentags Kinderprogramme, wobei sich RTL 2 mit *Pokémon*, *Digimon* und *Dragonball Z* in der Prime-Time zum Sender für actionorientierte Zeichentrickserien aus Fernost entwickelt hat.

Super RTL setzt nicht mehr ausschliesslich auf Disney-Ware, sondern hat zum Teil Programme vom ehemaligen Konkurrenten Nickelodeon, wie z.B. *Hey Arnold* oder *Clarissa*, übernommen und engagiert sich auf dem Gebiet der Animation verstärkt im Bereich Koproduktion; z.B. bei *Immer Ärger mit Newton*.

Abgesehen von den unausweichlichen *Schlümpfen*, den *Peanuts* und *Familie Feuerstein* findet sich im Samstagskinderprogramm von Sat.1 mit *Schweine nebenan* eine interessant skurrile Animationsserie, die im EM.TV-Boom koproduziert wurde.

Hinsichtlich der Eigenproduktionen wurde insbesondere bei Super RTL investiert. Der Schwerpunkt liegt hier in der Unterhaltung, wie die Spielshow *Super Toy Club* und die *Wer wird Millionär?*-Adaption *Q-Boot* belegen. Beide Shows werden von David Willms in einer angenehm unaufgeregten Art moderiert und haben attraktive Sendeplätze (Samstag bzw. Sonntag 19.35 - 20.15 Uhr).

Jedoch sind auch Zuwächse im Informationssektor zu verzeichnen, die lange die Domäne der öffentlich-rechtlichen Sender waren. Hier seien zu nennen *Was ist Was TV* von Super RTL und die *Disney Club Specials* von RTL. Eines dieser Specials zum Thema „Spezialeffekte im Film“ wurde 2001 beim Deutschen Kinder-Film&Fernseh-Festival GOLDENER SPATZ in

der Kategorie Dokumentation/Information von der Kinderjury ausgezeichnet. Mit einer Lauflänge von 54 Minuten ist diese Sendung für ein Non-Fiction-Programm sowohl für private als auch für öffentlich-rechtliche Sender ungewöhnlich ausführlich.

## Fazit

Die Tatsache, dass in den Kinderprogrammstrecken der privaten TV-Anbieter Werbung geschaltet wird und Branding wie Merchandising eine zentrale Rolle spielen, hat immer wieder zu Kritik am Programmangebot der Privaten herausgefordert.

Ebenso ein Kritikpunkt: Der große Anteil von Zeichentrickprogrammen und actionorientierten Serien – man denke etwa an die heiß geführte *Power-Rangers*-Debatte Mitte der 90er-Jahre oder die ähnlich strukturierte jüngere Diskussion um *Pokémon*.

Führt man sich jedoch die breite Produktpalette um *Tigerente*, *Maus*, *Löwenzahn* und Co. vor Augen und denkt an die umfangreiche *Teletubbies*-Debatte, so haben in diesen Bereichen die privaten TV-Sender ihr Monopol verloren.

Was die Bandbreite des Angebots anlangt, so hat sich gerade in den letzten zwei Jahren, wie geschildert, einiges entwickelt:

- ein Mehr an hochwertigen Animationsserien
- Steigerung der Eigenproduktionen
- Verbreiterung des Spektrums (Non-Fiction / Spielfilmplatz bei Super RTL)

Die Vielfalt des Programms der öffentlich-rechtlichen Anbieter haben die Privaten noch nicht erreicht; derzeit befinden sie sich jedoch auf einem guten Weg: „Hauptsache bunt“ ist keineswegs mehr das einzige Kriterium bei den privaten Anbietern.

## LITERATUR

Basic, Natasa; Schnell, Fred; Schorb, Bernd; Graf, Gerhard: Kinder sehen fern. Programmangebot und Präferenzen. München: KoPäd 1997.

Hollstein, Birgit: Der Li-La-Launebär. Produktverbund bei RTL. In: Erlinger, Hans Dieter (Hrsg.): Kinderfernsehen und Markt. Berlin: Spiess 1994, S. 93-107.

Hollstein, Birgit: Das Kinderfernsehen der privaten Anbieter. In: Erlinger, Hans Dieter u.a. (Hrsg.) Handbuch des Kinderfernsehens. Konstanz: UVK Medien/Ölschläger 1995, S. 159-176.

Mikat, Claudia: Trick, Comedy und Fantasy. Das Angebot der privaten Veranstalter. In: Schwanebeck, Axel; Cippitelli, Claudia (Hrsg.): Käpt'n Blaubär, Schloß Einstein & Co. München: Reinhard Fischer 2000, S. 43-54.

Stiftung GOLDENER SPATZ (Hrsg.): Deutsches Kinder-Film&Fernseh-Festival GOLDENER SPATZ. Kataloge 1993, 1995, 1987, 1999, 2001.

[www.tele5-chronik.de](http://www.tele5-chronik.de)

---

## ANMERKUNG

\*RTL plus startete beispielsweise mit einem Jahresbudget von rund 20 Mio DM und schloss erst 1994 mit Disney einen Vertrag über die Zulieferung von Programmen. Unter den Serien, die zwischen 1987 und 1994 liefen, befanden sich z.B.: *Biker Mice from Mars*, *Captain America*, *Captain Planet*, *Cubitus*, *Dennis*, *Lucky Luke*, *Snorkels*, *Simpsons*, *Teenage Mutant Hero Turtles*, *Transformers*, *Suche nach dem Regenbogenland*, *Wish Kid - Der Junge mit dem Zauberhandschuh*, *Yogi Bär* und Realserien wie *Flucht aus dem Goldland*, *Lassie* und *Tammy, das Mädchen vom Hausboot*

---

## DIE AUTORIN

Margret Albers, Dipl.-Medienwissenschaftlerin, ist Geschäftsführerin der Stiftung GOLDENER SPATZ in Gera.

© Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) 2000, 2001.  
Nachdruck oder Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers!