

# Literaturbesprechung



**Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz und dem Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Hg.):**

*Debatte Kinderfernsehen. Analyse und Bewertung von TV-Programmen für Kinder.*  
Berlin: Vistas, 1998.  
30,00 DM, 298 Seiten.

## Debatte Kinderfernsehen

Am 29. Mai 1995 fand die konstituierende Sitzung des von den beiden großen deutschen Kirchen initiierten Runden Tisches: „Qualitätsfernsehen für Kinder“ in Mainz statt. Besorgt durch die zunehmende Marktorientierung der medialen Angebote für Kinder und bestrebt, Qualität zu steigern und Vielfalt zu sichern, starteten die evangelische und die katholische Kirche diese Initiative. Sie holten Senderverantwortliche, Eltern und Erzieher, Medienpädagogen, Produzenten, Programmkritiker sowie soziale und bildungspolitische Institutionen an einen Tisch.

Seither trafen sich die 27 Mitglieder neunmal; es wurden Thesen formuliert, Gespräche mit Produzenten, der Programmpresse und Politikern geführt und am 28. Mai 1998 ein Programmbericht mit dem Titel *Debatte Kinderfernsehen* vorgelegt.

Das Herausbergergremium, bestehend aus Mechthild Appelhoff, Ben Bachmair, Claudia Cippitelli, Hans Dieter Erlinger (Red.), Paul Löhr, Uwe Rosenbaum, Dirk Ulf Stötzel und Ludger Verst, legte einen Band vor, der die Situation des Kinderfernsehens in Deutschland in vier Kapiteln beleuchtet. Unterschiedlich ausführlich widmet man sich den Kindern als Zielgruppe, den expliziten Kinder-sendungen und -programmen, den Sendern und Programmanbietern in Deutschland sowie den Produktions- und Marktbedingungen.

Ausgehend von den GfK-Daten des Jahres 1996 und des ersten Halbjahres 1997 wird in den ersten vier Arbeiten unter der Überschrift „Die Kinder als Ziel-

gruppe“ sehr dezidiert über die Fernsehfavoriten (Paul Löhr, Gerlinde Schumacher) und die Nutzungsweise der jungen Zuschauer (Thomas Windgasse/Walter Klingler, Erik Simon) referiert. Es schließen sich zwei weitere Aufsätze an (Ingrid Paus-Haase, Ben Bachmair), die die Fernsehnutzung in einen weiteren kulturellen Kontext (Alltag bzw. Kinderkultur) stellen. Die folgenden drei Abschnitte sind leider nicht so deutlich strukturiert bzw. ausführlich ausgefallen. Unter zwei Überschriften: „Traditionelle Genres und Formate sind in Bewegung“ und „Innovation: neue Genres und Formate entstehen“ wird das Thema „Die Sendungen für Kinder – oder: das ‚explizite‘ Kinderprogramm“ abgehandelt. Abgesehen davon, daß die Begriffe „Genre“ bzw. „Format“ nicht näher expliziert werden, vermißt man Beiträge, die etwa in der Art von Kerstin Berit Eßers Aufsatz „Genres verändern sich: Trick TV, gestern und heute“ oder Birgit Hollsteins „Der (Kinder-/Fernseh-)Club – Die Idee von der initiierten Gemeinschaft“ *senderübergreifend* die Entwicklung von Fernsehserien und Spielfilmen für Kinder aufgreifen, die zweifellos Bestandteil des expliziten Kinderprogramms sind. In den Aufsätzen von Irene Wellershoff („Siebensteins Geschichten“), Alice Ammermann („Informationsprogramme für Kinder“), Susanne Müller („Kinderfernsehen im Umbruch“) und Uwe Rosenbaum („Die 90er Jahre im Kinderfernsehen der ARD“) werden in diesem Abschnitt Entwicklungen und Tendenzen des Kinderprogramms von ZDF und ARD geschildert. Dennoch wäre es für das sich anschließende Kapitel „Die Sender und ihre Angebote für Kin-

der“ wünschenswert gewesen, neben den Selbstdarstellungen der Spartensender für Kinder und der Übersicht über das Kinderprogrammangebot der privaten Vollprogramme auch eine Übersicht über diese Angebote von ARD und ZDF vorzufinden. So ist dieses Kapitel ein wenig kurz ausgefallen – ebenso wie das folgende, das sich mit „Marketing und Produktion“ befaßt.

Während der Bereich Marketing mit Aufsätzen zu Mediamarketing (Norbert Endres), Werbung (Uwe Sander/Ralf Vollbrecht) und Merchandising (Christiane zu Salm) umfassend abgedeckt wird, stehen Armin Maiwalds Thesen zur Produktion von Programmen für Kinder in Deutschland allein. Ein weiterer Text, der sich mit der Entwicklung der Jugendarbeitsschutzbestimmungen in Deutschland und ggf. dem europäischen Kontext befaßt, hätte durchaus eine Berechtigung gehabt, da im öffentlichen Diskurs über das Kinderfernsehen dieses gewichtige Problem erst allmählich ins Bewußtsein tritt.

Es gibt kaum einen Bericht ohne Lücken, die hier erwähnten sollen nicht darüber hinwegtäuschen, daß dieser Band jedem, der sich in die Debatte einlesen und mit der Materie und seinen verschiedenen Aspekten vertraut machen will, einen guten Einstieg und Überblick gewährt.

Von Interesse ist ebenso, wie die verschiedenen Aufsätze miteinander korrespondieren (z. B., daß es in den letzten Jahren kaum Innovationen gab) oder sich widersprechen. Teils irritiert, teils amüsiert nimmt der geneigte Leser beispielsweise zur Kenntnis, daß *Hugo* einerseits nichts anderes als der

Fernsehklassiker *Der Goldene Schuß* ist (Susanne Müller, S. 156) und andererseits als Symbol für die Zukunft des Fernsehens gilt: „Ein Meilenstein mit allen Auswirkungen auf die Fernsehindustrie.“ (Hans Fink, Zitat Karlheinz Jungbeck, S. 168).

Den durchweg pointierten Fazits am Ende der jeweiligen Kapitel ist es zu danken, daß der Band nicht in eine disparate Aufsatzsammlung zerfällt. Die Fäden werden im letzten Kapitel aufgenommen, in dem konsensfähige Forderungen im Sinne der Zielsetzung des Runden Tisches gestellt werden. Nichtsdestotrotz bleibt, daß trotz guten Willens massive Interessenkonflikte bestehen und die Qualität des bestehenden Programms unterschiedlich eingeschätzt wird. Dies ist wenig überraschend und auch notwendig – es hält die zweifellos wichtige Qualitätsdebatte am Leben.

Darüber hinaus zeigt *Debatte Kinderfernsehen*, wie schnell eine Situationsbeschreibung Historizität erlangt: Das genannte Beispiel *Hugo* gibt es nicht mehr, und vier Tage nach der Präsentation dieses Programmberichts stellte Nickelodeon Deutschland seinen Sendebetrieb ein. So verdeutlicht der Band mehr über die Situation des Kinderfernsehens in Deutschland, als in ihm zu lesen ist. Das macht ihn empfehlenswert und läßt auf eine Fortsetzung hoffen.

Margret Albers