

# Kinder.Medien@Thüringen – Generation digital

13. Thüringer Mediensymposium am 23./24. April 2008 in Erfurt

13. Thüringer Mediensymposium

Kinder.Medien@Thüringen  
Generation digital

23. und 24. April 2008  
CineStar Erfurt

FREISTAAT THÜRINGEN  
Staatsoberbehörde

mdr

THÜRINGER MEDIENANSTALT

TML  
Thüringer Landesmedienanstalt

**Kinder und Jugendliche sind eine heiß umkämpfte Zielgruppe. Fernsehprogramme für sie gibt es denn auch en masse – angefangen beim öffentlich-rechtlichen Kinderkanal Ki.Ka und weiteren Kindersendungen bei ARD und ZDF bis hin zu Nickelodeon und Marktführer Super RTL. Doch was wollen Kinder und Jugendliche eigentlich sehen? Welche Inhalte brauchen sie? Darüber diskutierten Programm-macher und Wissenschaftler auf dem 13. Thüringer Mediensymposium in Erfurt.**

„97, 98, 99, 100 – Achtung, er kommt! – Ich sitze im Zug nach Berlin mit 1.500 Mark in der Tasche und die klaut mir dieser Kerl! – 1.500 Mark??? Das ist schwierig. Aber wir kriegen den Kerl...“ – ein Wortwechsel aus dem Trailer zum Film *Emil und die Detektive*, der 2001 in unsere Kinos kam. Es war die achte Verfilmung des Kinderbuchs von Erich Kästner aus dem Jahr 1929. Das besondere an der Story um den 12-jährigen Emil, der auf seiner Fahrt nach Berlin bestohlen wird: Sie handelt gleichermaßen von Kindern und Erwachsenen und deren Problemen. Ein Kinderfilm für die ganze Familie also. „Das gibt es heute kaum noch“, sagte Burkhard Fuhs, Erziehungswissenschaftler an der Universität Erfurt. Anders als in den 1950er-Jahren, als Protagonisten verschiedener Generationen zusammen spielten, habe das Erwachsenenfernsehen von heute die Kinder fast zum Verschwinden gebracht. „Die sind in die Sparten gegangen – und da sind nur noch Kinder die Helden“, so Fuhs. „Wir haben also eine ganz klare Trennung zwischen Erwachsenen- und Kinderhelden. Aber es reicht nicht, wenn Kinder einfach mit dabei sind, und es reicht auch nicht, wenn in Kindersendungen Erwachsene auftreten. Was wir brauchen, sind Geschichten, wo Erwachsene und Kinder zusammen aus zwei verschiedenen Perspektiven agieren, sodass die Welt der Generationen sichtbar und verstehbar wird.“

## Fernsehen für die Familie

Ohnehin sollte das Fernsehen bei der Planung neuer Programme und Formate wieder mehr die Familie als Zielgruppe in den Blick nehmen, meinte Fuhs. Heute werde die Kindheit immer kürzer und damit verändere sich die Bedeutung der Medien innerhalb des Familienlebens. Das heißt, Kinder nähmen intensiv am Erwachsenenleben teil, auch bei der Nutzung des Fernsehers. „Wir wissen ja“, so der Wissenschaftler, „dass die Kinder weder auf dem Spielplatz noch beim Kinderprogramm bleiben, sondern dass sie das Vorabendprogramm sehen, teilweise bis 20.00, 21.00 Uhr schauen. Das heißt, wir brauchen vor allem auch Sendungen, die gemeinsam geguckt werden können, nicht nur in den Spartensendern, sondern auch im Vollprogramm.“ Tatsächlich fördern bestimmte Genres, so das Ergebnis von Zuschauerforschungen, die familiäre Gemeinsamkeit. „Sportsendungen, Quizformate und Unterhaltungsshow werden gleichsam von Eltern und Kindern gern gesehen. Sie machen Spaß, können lehrreich sein und geben Anstöße zur Diskussion“, erklärte ARD-Generalsekretärin Verena Wiedemann. Sebastian Debertin, Chef der Spielfilmredaktion bei Ki.Ka, machte dagegen deutlich, wie wichtig aus seiner Sicht die Sparte ist. Kinder nutzten Fernsehen zunehmend als Lebenshilfe, so seine Erfahrung mit dem Beratungsformat *Kummerkasten*, das es als Fernseh- und Onlineversion gibt. Seit dem Start des Lebenshilfe-Magazins vor fünf Jahren konnten Fragen von mehr als 37.000 Ratsuchenden beantwortet werden. Aber auch mit Spielfilmen will Ki.Ka unterhaltsam

helfen. Als eine Erfolgsgeschichte wird die Serie *krimi.de* betrachtet.

„Das ist eine Reihe, die sich bewusst am Modell des Erwachsenenfernsehens orientiert. Sie versucht, ganz aktuell Kindern auf den Nägeln brennende Probleme zu lösen, die daraus entstehen, dass sie ja heute schon im Alter von 9 bis 10 Jahren in Kriminalgeschichten verwickelt werden“, erklärte Debertin. „Die Kinder haben mit Gewalt in der Schule zu tun, mit Gewalt untereinander. Und insofern müssen wir mit *krimi.de* versuchen, dagegenzuwirken.“ Da dies sehr teuer sei, arbeite man mit Teams, die auch den ARD-*Tatort* produzierten, und schaffe so Synergien.

Für etliche weitere Ideen jedoch fehlen Debertin nach eigener Aussage das Geld und der Sendeplatz. Deshalb stimmte er in den Chor derjenigen aus Politik und Medien ein, die auch in Erfurt für eine Verlängerung der Ki.Ka-Sendezeiten bis 24.00 Uhr plädierten. Dann – so die Hoffnung – könnte man zu später Stunde vielleicht auch Jugendliche an den öffentlich-rechtlichen Bildschirm zurückholen. „Natürlich glaube ich daran, dass man die Sendezeit des Ki.Ka ausweiten muss, allein schon, um ein qualitatives Pendant den Privaten und auch dem Erwachsenenprogramm gegenüberstellen zu können“, begründete Debertin sein Engagement. Immerhin: Im April haben ARD und ZDF beschlossen, dem Kinderkanal im kommenden Jahr 2 Mio. Euro mehr zur Verfügung zu stellen, wie in Erfurt verlautete.

### Ein neuer Jugendkanal im öffentlich-rechtlichen Fernsehen?

Welche Angebote für Jugendliche im öffentlich-rechtlichen Fernsehen attraktiv sein könnten, wurde allerdings auch in Erfurt nicht klar. Gerade ARD und ZDF fällt es im Vergleich zu den Privaten schwer, die über 14-Jährigen an den Bildschirm zu fesseln. Deshalb hatten die Chefs der Rundfunkräte der ARD die Programmacher Mitte April 2008 dazu aufgefordert, neue Konzepte zu entwickeln, mit denen Jugendliche für die öffentlich-rechtlichen Sender interessiert werden könnten. Dort macht seit einiger Zeit die Idee eines Jugendkanals von ARD und ZDF die Runde. Verena Wiedemann sieht allerdings „kaum eine Chance“, diesen durchzusetzen. Die Forderung nach einem Jugendkanal müsse aus der Gesellschaft kommen. Abgesehen von dieser Idee, sei es noch zu früh, über Konzepte zu sprechen, so die ARD-Generalsekretärin. „Die Bitte unserer Gremien, dass wir ein Konzept entwickeln für ein Jugendprogramm, ist ganz neu“, warb Wiedemann um Verständnis. „Wir haben jetzt versprochen, uns mit dieser Fragestellung sehr intensiv zu befassen.“

Das wird eine Weile dauern, sodass ich Ihnen keine konkreten Sachen sagen kann.“ Diskutiert wurden in Erfurt unter dem Titel „Coming soon“ auch neue Tendenzen im Kinderfernsehen. Einigkeit herrschte darin, dass Kinder zunehmend ihre Inhalte multimedial konsumieren. „Sie werden in der Mediennutzung zunehmend flexibler, sie springen durch die Programme und Formate“, erklärte Carsten Göttel, Programmdirektor von Super RTL. Deshalb müssten

sich Kindersender als Marke etablieren, um auch auf den digitalen Plattformen wahrgenommen zu werden, ergänzte Oliver Schablitzki, Programmdirektor beim MTV-Networks-Kindersender Nick. Ki.Ka-Mann Debertin forderte auch für das öffentlich-rechtliche Angebot entsprechende Programmplätze. Insgesamt, so die Programmacher, würden die Formate perspektivisch kürzer, was auch an der gestiegenen Internetnutzung der Kinder liege. Aber eines werde sich nicht ändern, so Sebastian Debertin: „Wir werden genauso wie bisher die Realität der Kinder abbilden müssen, für sie Heimat, Anker- und Zukunftspunkt sein müssen, wo ihnen die Möglichkeit der Antwort gegeben ist, wo sie sich was mitnehmen können für ihr Leben.“

Vera Linß