

Willkommen im Paradies

Die Geschichte des deutschen Kinderfernsehens

Tilman P. Gangloff

Auf den ersten Blick ist Deutschland ein Kinderfernsehparadies: Allein die drei frei empfangbaren Kindersender bieten über 400 Programmstunden pro Woche. Und doch ist es mehr als bloß ein nostalgisches Gefühl, wenn Redakteure und Eltern der Meinung sind, früher sei der Stellenwert des Kinderfernsehens höher gewesen. Das hängt natürlich damit zusammen, dass der Aufmerksamkeitswert bei einer Handvoll Programme ein ganz anderer war. Aber das Kinderfernsehen ist nicht nur weitgehend aus den Vollprogrammen, sondern auch aus dem öffentlichen Diskurs verschwunden.

Fragt man Eltern nach gutem Kinderfernsehen, erwähnen neun von zehn Müttern und Vätern den Klassiker schlechthin, die *Sendung mit der Maus*. Kein Wunder: Die *Lach- und Sachgeschichten* vom WDR, 1971 erstmals auf Sendung gegangen, sind so alt wie viele der Eltern junger Kinder selbst; sie sind mit ihnen aufgewachsen. Aktuelles Kinderfernsehen von heute kennen sie kaum, es sei denn, es handelt sich um Dauerbrenner wie *Löwenzahn* (ZDF, auch schon 30 Jahre alt) und *Bob, der Baumeister* (Super RTL) oder um Adaptionen populärer Kinderbücher (*Prinzessin Lillifee*, *Ki.Ka*).

Bei vielen Erwachsenen erfreut sich auch der anarchische *SpongeBob* (Nickelodeon) einer großen Beliebtheit. Die mittlerweile zwölf Jahre alte Serie ist eine der letzten Produktionen, die die Kinderherzen weltweit im Sturm erobert haben. Wenn man auch die Sky-Sender sowie die digitalen Angebote der Kabelnetzbetreiber berücksichtigt, konkurriert mittlerweile allein auf dem deutschen Fernsehmarkt rund ein Dutzend Programme um die Aufmerksamkeit der Kinder. Eine neue Marke lässt sich nur mit enormem Werbeaufwand etablieren, aber den kann sich keiner der Sender leisten.

Doch selbst ohne die digitale Konkurrenz ist der Markt kaum noch überschaubar: Seit der Rückkehr von Nickelodeon, das sich zwischenzeitlich aus Deutschland zurückgezogen hatte, werden im frei empfangbaren Fernsehen weit über 400 Stunden Kinderfernsehen pro Woche geboten. Die Programmvermehrung hat interessanterweise nicht dazu geführt, dass Kinder dem Fernsehen heute mehr Zeit widmen als früher. Der Wert liegt seit Jahren konstant bei rund 90 Minuten. Gleichzeitig ist der Anteil der Kindersendungen an der Fernsehzeit deutlich gestiegen: Noch 1993

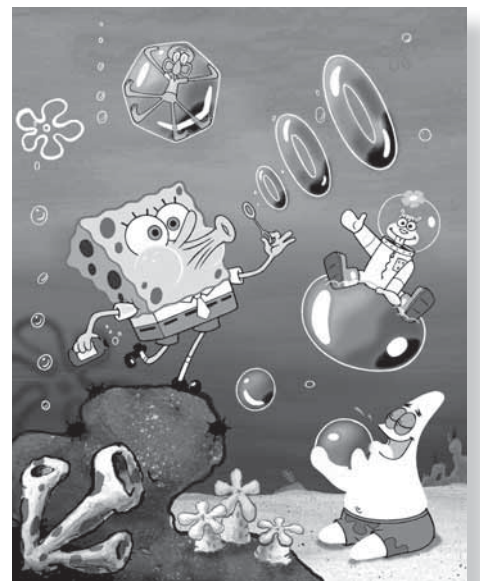


Lowenzahn



Bob, der Baumeister

SpongeBob



betrug er bloß 25 %, heute sind es circa 50 %. Fast die Hälfte ihrer Fernsehzeit widmen die Kinder also Produktionen, die eigens für sie hergestellt worden sind. Den Rest der Zeit beanspruchen in erster Linie Sendungen, die sie gemeinsam mit ihren Eltern anschauen, darunter vor allem Shows wie *Wetten, dass..?* (ZDF) oder Sportübertragungen.

Das Gros des frei empfangbaren Kinderprogramms stammt von den Sendern Nick (126 Stunden), Ki.Ka (105 Stunden) und Super RTL (95 Stunden). Über die Qualität dieses Angebots mag man im Einzelfall streiten. Im Großen und Ganzen wird es nicht viel nützen, aber auch keinen nennenswerten Schaden anrichten. Vor knapp 40 Jahren hätte das nicht genügt. Damals gab es zwei öffentlich-rechtliche Lager, zwischen denen ein unversöhnlicher Streit tobte. Die eine Fraktion war der Meinung, wenn Kinder schon kostbare Zeit ans Fernsehen verschwendeten, dann müssten sie dabei auch was fürs Leben lernen. Diese Redaktionen sorgten dafür, dass 1972 die *Sesamstraße* ihrer internationalen Erfolgsgeschichte auch ein deutsches Kapitel hinzufügte. Ihre Gegenspieler saßen vorzugsweise beim WDR, wo Gert K. Müntefering einen unsterblichen Aphorismus prägte: „Kinderfernsehen ist, wenn Kinder fernsehen.“ Seine Botschaft: Auch Kinder haben ein Recht auf Unterhaltung; das Fernsehen sollte keine Fortsetzung des Schulunterrichts mit anderen Mitteln sein. Müntefering war einer der Väter der *Sendung mit der Maus*. Er hatte schon zuvor den Kontakt zu Prager Produzenten geknüpft, die einen für deutsche Verhältnisse vergleichsweise anarchistischen Standpunkt vertraten (und verfilmten): Sie erzählten Geschichten aus Kindersicht. *Clown Ferdinand und die Rakete* (1964) bildete den Auftakt zu einer fruchtbaren Zusammenarbeit, die ihren Höhepunkt in Jindřich Poláks zauberhafter Serie *Pan Tau* hatte.

In ein Tal ohne Fernsehen versetzt

1967 veröffentlichte Müntefering als Leiter der Kinderredaktion beim WDR seine legendären *10 Thesen zum Kinderfernsehen*. Das war zum damaligen Zeitpunkt revolutionärer, als es heute klingt. Gut gelaunt stellt Müntefering rückblickend fest, für eine Reihe wie das Kleinkindfernsehen *Teletubbies* wären Kinderredakteure damals „wahrscheinlich in ein Tal ohne Fernsehen versetzt worden“. Tatsächlich war

kleinen Kindern das Fernsehen zumindest offiziell schlicht verboten. Zu den Kinos hatten Kinder erst mit 6 Jahren Zutritt. Daher hatten die zuständigen ARD-Redakteure 1958 für das Nachmittagsprogramm festgelegt: Auch im Fernsehen wird Vorschulkindern kein Programm angeboten. Zu diesem Zeitpunkt war die ARD acht Jahre alt und das Kinderfernsehen nur ein Jahr jünger: Am 24. April 1951 fand der erste Fernsehauftritt der Psychologin Ilse Obrig statt. Immer mittwochs von 16.00 bis 17.00 Uhr, stets eingeleitet durch den Ruf einer Kuckucksuhr, führte Obrig in der *Sendung Kinderstunde mit Dr. Ilse Obrig* Basteleien und Spiele vor; wenn schon Kinderfernsehen, dann auch mit Nutzwert. Allenfalls Puppenspiele durften der reinen Unterhaltung genügen. 1953 gab es den ersten Fernsehauftritt der berühmten *Augsburger Puppenkiste*, die danach mit Stücken wie *Jim Knopf* oder *Urmel aus dem Eis* Fernsehgeschichte schrieb. Doch in den Anfangsjahren des Kinderfernsehens wurden Eltern eindringlich ermahnt, Vorschulkinder nicht mitschauen zu lassen. Der kürzlich verstorbene Dieter Saldecki, wie Müntefering jahrzehntelang für das WDR-Kinderprogramm tätig, schildert die Position der Pädagogen: Sie warnten vor den Schockerlebnissen, die Kinder erleiden könnten, und vor „unabsehbaren Auswirkungen auf das Gefühlsleben“. Kinder, glaubte Martin Keilhacker vom Institut für Jugendfilmfragen allen Ernstes, könnten nur Einzelbilder erfassen; filmische Sequenzen stellten daher eine Überforderung dar.

Erst Jahre später musste die ARD öffentlich eingestehen, dass unter dem treuen Publikum des Kinderfernsehens selbstverständlich die ganze Zeit auch Vorschulkinder gewesen seien. Programmlich aber orientierte man sich in den 1960er-Jahren nur an Schulkindern, selbst wenn die Sendungen aus heutiger Sicht etwas anderes vermitteln. Sogar den Klassiker *Schlager für Schlappohren* (1966) betrachtet Wolfgang Buresch (NDR) heute als Kleinkindprogramm. Als ehemaliger Berufspuppenspieler (Hohnsteiner Puppenbühne) verkörperte er eine Personalunion, die es gar nicht mehr gibt: Redakteur, Autor und Macher.

Schlager für Schlappohren mit dem vorlauten Hasen Cäsar (gespielt von Buresch selbst) war Mitte bis Ende der 1960er-Jahre die beliebteste Kindersendung in der ARD. Auch sie wurde scharf kritisiert, wie sich Buresch, zuletzt

Leiter des NDR-Familienprogramms und seit einigen Jahren im Ruhestand, erinnert: weil sie mit ihrer Analyse von Beat- und Popmusik angeblich die Autorität der Erwachsenen untergrub. Dabei war *Schlager für Schlappohren* der perfekte Kompromiss zwischen den beschriebenen Strömungen, die von den beiden Galionsfiguren des ARD-Kinderfernsehens repräsentiert wurden: hier Müntefering, der immer betonte, Kinder hätten ein Recht auf Unterhaltung, dort der fest auf Pädagogik fixierte Buresch. Den Grundsatzdiskussionen der beiden Redakteure dürfte das deutsche Kinderfernsehen viel zu verdanken haben, zumal sich beide schließlich auf einen Kompromiss einigten: Pädagogik pur, weiß Buresch heute, „verkauft sich nicht, sie muss auch unterhaltsam sein. Und Müntefering hat gemerkt: Er kann unterhalten, so viel er will, er kommt nicht umhin, auch pädagogisch zu sein.“

Stets mit schlechtem Gewissen

Die Debatte verdeutlicht immerhin, dass auch die offizielle Aufhebung des „Fernsehverbots“ für Vorschulkinder (1969) nichts am Dilemma änderte: Kinderfernsehen hatte stets mit schlechtem Gewissen zu tun. Immerhin führte die Öffnung des Programms zu einer Blütezeit: Anfang der 1970er-Jahre entstanden diverse Konzepte für Vorschulsendungen. Auslöser dafür war u. a. der weltweite Erfolg der US-Reihe *Sesame Street*, die den Bildungsrückstand unterprivilegierter amerikanischer Kinder ausgleichen sollte. Obwohl die Sendung unübersehbaren pädagogischen Charakter hatte, war Buresch nicht zuletzt aus Eigennutz „ein erklärter Feind“ des Imports. In der Tat gab es genug ähnliche deutsche Produktionen, die „soziales Lernen“ vermitteln sollten. Buresch selbst hatte *Maxifant und Minifant* (NDR) konzipiert, es gab *Das feuerrote Spielmobil* (BR), *Quatschnich* (SFB), *Die Sendung mit der Maus* (WDR; alle 1972), und auch das ZDF hatte mit *Rappelkiste* (1973) unterhaltsame Pädagogik zu bieten. In den folgenden Jahren taten sich ARD und ZDF außerdem durch ebenso hartnäckige wie – zumindest quantitativ – meist erfolglose Versuche hervor, Kindern Dokumentationen und Reportagen anzubieten (*Weltspiegel für Kinder*, WDR, 1982; *Links und rechts vom Äquator*, WDR/BR/HR, 1985; *logo*, ZDF, ab 1988). Nach aktuellen Maßstäben hätten all diese Produktionen kei-



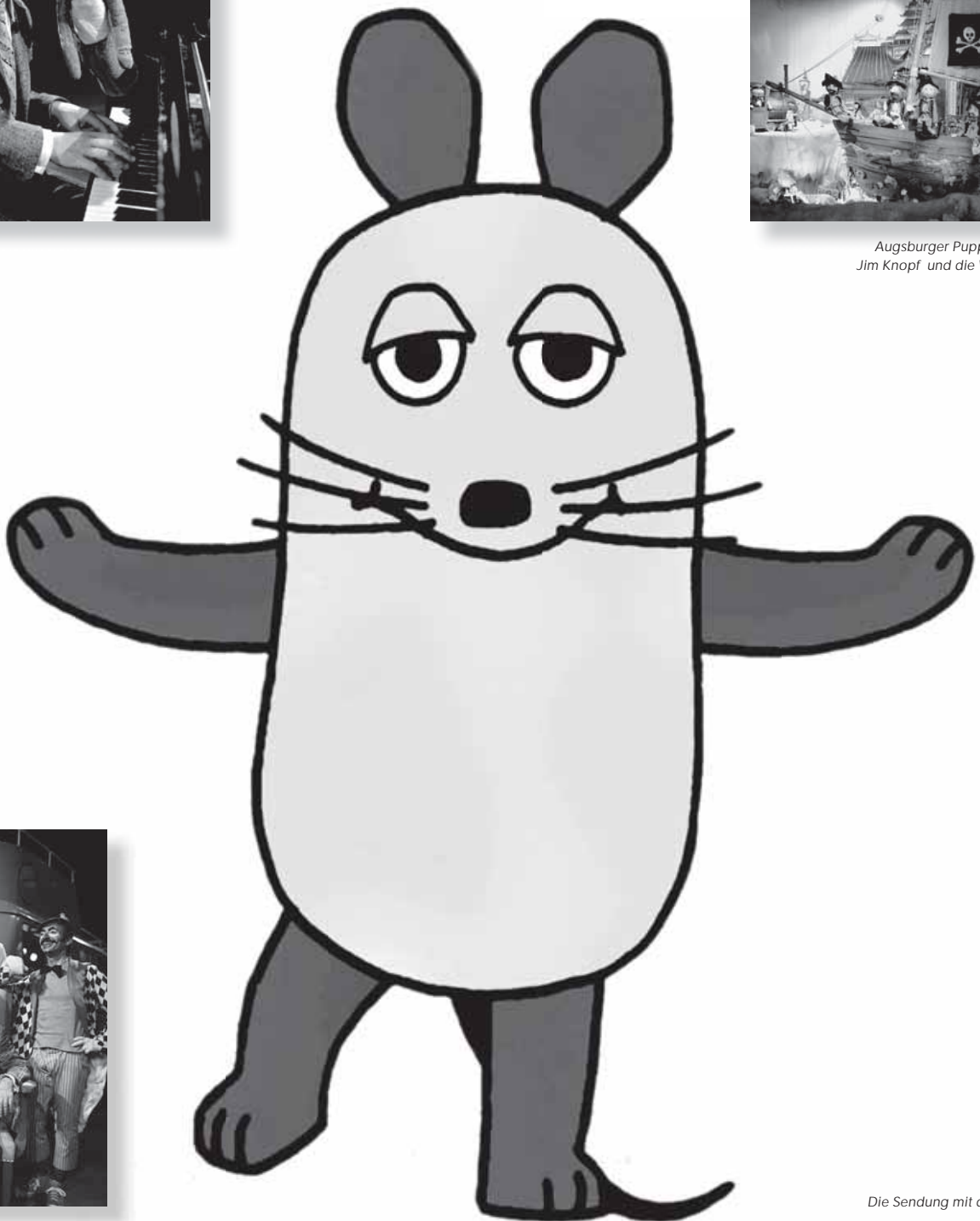
Augsburger Puppenkiste:
Jim Knopf, Urmel aus dem Eis



Schlager für Schlappohren



Augsburger Puppenkiste:
Jim Knopf und die Wilde 13



Das feuerrote Spielmobil



Die Sendung mit der Maus



Allein gegen die Zeit



Biene Maja



Die Pfefferkörner



Gute Zeiten, schlechte Zeiten



Heidi



Pinguine aus Madagascar



Wickie und die starken Männer

ne Chance mehr: Was heute nicht nach spätestens sechs Folgen funktioniert, fliegt vom Schirm.

Beim ZDF vollzog sich die Entwicklung ähnlich wie in der ARD; auch hier war zunächst kein Kinderprogramm vorgesehen. Erst Josef Göhlen setzte durch, dass man Kindern über die späteren Bastel- und Mitmachsendungen hinaus auch Geschichten erzählen muss. In seiner Ära entstanden Serien, deren ästhetische Qualität man mit Fug und Recht kritisieren kann, die aber ganz offenbar einen zeitlosen Nerv treffen: die Zeichentrickproduktionen *Biene Maja* (1976) und *Heidi* (1977). Wie auch *Wickie und die starken Männer* (1974) vermittelte die Handlung stets, dass auch Kleine sich durchsetzen können und ihren Weg selbst dann finden, wenn sie anders sind.

Eine ähnlich tief greifende Zäsur wie 1970 gab es erst gut 15 Jahre später wieder. Die Einführung des kommerziellen Fernsehens in Deutschland stuft Buresch rückblickend als „heilsamen Schock“ ein: Da die Programme der Privatsender ohne jeden bewahrpädagogischen Ballast auftraten, waren ARD und ZDF gezwungen, sich stärker an den eigentlichen Bedürfnissen der Kinder zu orientieren. Doch das kam erst später, denn zunächst wurde die neue Konkurrenz nicht ernst genommen, wie sich Müntefering erinnert: „Was man unterschätzt hat, war die Tatsache, dass die Bedrohung für uns weniger von den Kindersendungen der Privaten ausging als vom gesamten Zwischenreich der Action- und Trickserien, die im eigentlichen Sinn kein Kinderfernsehen sind“. Anders als ARD und ZDF zeigte ein Sender wie RTL die Kinderprogramme zudem zu einer ungleich kinderfreundlicheren Sendezeit, nämlich am späten Nachmittag. Bei ARD und ZDF hingegen wurden die Kindersendungen in immer unattraktivere Programmrisiken abgedrängt, die Quoten sanken; schließlich stellten beide Programme ihr Kinderprogramm montags bis freitags ganz ein. Doch für Ersatz war gesorgt: Mit der Gründung des auf Anhieb erfolgreichen öffentlich-rechtlichen Kinderkanals (1997) wurden die Karten neu gemischt. Nun konnte den Kindern garantiert werden, was den wesentlichen Stellenwert eines erfolgreichen Kinderprogramms ausmacht: Zuverlässigkeit und Kontinuität.

Vom Verschwinden des Kinderfernsehens

Müntefering und sein verstorbener Partner Dieter Saldecki haben mit ihrer Haltung eine ganze Generation von Redakteuren geprägt. Davon abgesehen gibt es einen wesentlichen Unterschied zwischen den Menschen, die heute das Programm für Kinder gestalten, und ihren Vorgängern: Das Fernsehen ist für sie ein ganz selbstverständliches Medium; sie sind mit ihm aufgewachsen. Dafür fehlt ihnen eine andere Erfahrung: In den 1970er-Jahren verkörperten Kinder die Zukunft; gemessen an der (trotz aller demografischen Diskussionen) aktuellen kinder- und familienfeindlichen Situation mutet die Aufbruchsstimmung jener Jahre fast schon paradiesisch an. Seither hat sich vieles verändert, und das nicht nur wegen der programmlichen Vielfalt. Müntefering spricht gar vom „Verschwinden des Kinderfernsehens“. Natürlich nicht in quantitativer Hinsicht, aber „viel entscheidender ist doch, ob es von Zeit zu Zeit herausfordernde Themen gibt, spannend gemachte Geschichten, neue Ideen, die sich auf besondere Weise entfalten und Fragen provozieren. Solche Debatten werden nicht mehr geführt. In der öffentlichen Wahrnehmung spielt das Kinderfernsehen keine Rolle mehr.“

Gleichzeitig ist die Kluft zwischen Ki.Ka und Super RTL schon deshalb kleiner geworden, weil beide mit Bildschirmmedien wie Computer, Gameboy, Spielkonsole und Smartphone konkurrieren. Auch programmlich sind die Unterschiede oft marginal. Gerade das Animationsangebot (sofern es sich nicht um die genannten Uraltproduktionen aus dem ZDF-Fundus handelt) ist oft austauschbar. Auch der Betrugsskandal – ein Herstellerleiter hat über zehn Jahre hinweg 8,2 Mio. Euro unterschlagen – hat nicht verhindert, dass der Kinderkanal die mit Abstand erfolgreichste öffentlich-rechtliche Sendergründung der jüngeren Geschichte ist: Das Programm erreicht beim Publikum unter 50 Jahren immer wieder Zuschauerzahlen, die in dieser Zielgruppe an jene von ARD und ZDF heranreichen. Kein Wunder, dass der Ki.Ka gerade unter Frank Beckmann, dem Vorgänger des jetzigen Programmgeschäftsführers Steffen Kottkamp, ein bemerkenswertes Selbstbewusstsein entwickelt hat.

Abonnement auf die Marktführerschaft

Für Super RTL gilt das schon lange. Bereits im vierten Jahr seines Bestehens war der 1995 gegründete Sender, der zu gleichen Teilen zur Walt Disney Company und zur RTL Group gehört, erstmals Marktführer im deutschen Kinderfernsehen. Diese Position hat man seither nicht mehr abgegeben. Selbst die Rückkehr von Nickelodeon hat kaum Marktanteile gekostet. Gerade aus Sicht der Vertreter der einheimischen Produktionslandschaft hat das Programm allerdings eine erhebliche Schwäche: Laut einer aktuellen Studie der Produzentenallianz sind nur 5 % des Programms in Deutschland entstanden. Ein Großteil des Angebots stammt vom Gesellschafter Disney (z. B. *Hannah Montana*), der Rest wird auf dem internationalen Markt eingekauft. Eigenproduktionen, rechtfertigt Super RTL-Geschäftsführer Claude Schmit die Programmphilosophie, „sind vergleichsweise teuer und schwer zu refinanzieren. Außerdem haben wir das Glück, mit Disney einen international angesehenen Zulieferer von hochwertigem Kinderprogramm als Gesellschafter zu haben. Für das Geld, das uns eine Eigenproduktion kosten würde, bekommen wir im Einkauf deutlich besseres Programm.“

Super RTL wird seine wirtschaftliche Vormachtstellung auf dem deutschen Markt schon allein deshalb auf Jahre hinaus behalten, weil der Sender nicht zuletzt hinsichtlich der sogenannten cross-medialen Möglichkeiten auf dem Werbemarkt im Vergleich zu Nickelodeon ungleich fester verankert ist. Ansonsten gelten für Nick die gleichen Bedingungen: Auch hier versorgt ein amerikanischer Mutterkonzern seine weltweiten Ableger mit aufwendig produzierten Animations- und Realserien. Aktuell erfolgreichste Serien sind neben dem nach wie vor unermüdlichen *SpongeBob* die Nickelodeon-Produktionen *Pinguine aus Madagascar* sowie *Cosmo & Wanda*. Nach Angaben des Senders liegt der Anteil deutscher Produktionen allerdings deutlich über 5 %. Animation jedoch wird in der Regel grundsätzlich importiert, weil Zeichentrickserien aufgrund der enormen Kosten längst nicht mehr von einem Sender allein finanziert werden können. Von Einzelstücken wie *Der Grüffelo* (ZDF/BBC) abgesehen, spielen die wenigen deutschen Produktionen auf dem internationalen Markt ohnehin keine Rolle mehr. Die Infrastruktur, die

Firmen wie TV Loonland, EM.TV oder RTV Family Entertainment (vormals Ravensburger) rund um die Jahrtausendwende dank des Kapitals vom Neuen Markt errichtet haben, ist längst wieder abgebaut. Gelegentliche Kinofilme (*Lauras Stern, Petterson und Findus*) können diese Lücke ebenso wenig schließen wie die vom Kinderkanal und seinen Muttersendern initiierten und international koproduzierten Serien (*Kleiner König Macius, Little Amadeus*).

Wissen macht Ah!

Aber die Stärke des Ki.Ka sind ohnehin die Geschichten aus der Wirklichkeit. Der „Daily Doku“-Sendeplatz montags bis freitags um 15.00 Uhr zeigt Kinder, die Herausforderungen des realen Lebens meistern (*Dienstags ein Held sein, Die Hauptstadt-Praktikanten*). Wissensmagazine und Reportagereihen wie *Wissen macht Ah!* oder *Checker Can* repräsentieren auf äußerst kurzweilige Weise das gesamte öffentlich-rechtliche Fundament aus Bildung, Information und Unterhaltung. Fester Bestandteil des Ki.Ka-Programms war fast von Anfang an auch „Live Action“. Die Internatserie *Schloss Einstein* gibt es bereits seit 1998. Entstanden ist das Konzept, als das Publikum der RTL-Soap *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* immer jünger wurde. Die ARD-Idee, mit einer lange laufenden Serie zu antworten, war durchaus riskant; Erfahrungen mit einem Format dieser Art gab es bis Drehbeginn weder in Deutschland noch im Rest der Welt.

Schöpferische Kraft hinter dieser „Lindenstraße für Kinder“ war jahrelang der frühere WDR-Redakteur Dieter Saldecki. Er hatte stets von einer „Welt konkreter Utopien“ geschwärmt, deren Erfolgsgeheimnis „in der Kombination von Unterhaltung und Orientierung für junge Menschen“ liege. Auf *Schloss Einstein* gewinnen daher immer die Kinder. Gleiches gilt für die ARD-Kinderkrimis *Die Pfefferkörner* vom NDR, die mit einer Mischung aus Verbrecherjagd und erster Liebe auch schon seit zwölf Jahren erfolgreich sind. Experimentierfreude bewies der NDR mit der Sendung *4 gegen Z*, einer Mischung aus Abenteuer und Fantasy, in der Kinder aus einer Patchworkfamilie verhinderten, dass ein Schurke (Udo Kier) seine Allmachtsfantasien umsetzen konnte. Mit *Allein gegen die Zeit* schuf der NDR zudem einen beeindruckenden Echtzeit-

krimi. Vielfach gerade auch wegen ihrer Realitätsnähe ausgezeichnet sind die Filme aus der Ki.Ka-Reihe *krimi.de*. Wie im großen Vorbild, dem *Tatort*, greifen die Geschichten immer wieder Themen von gesellschaftlicher Relevanz auf.

Lieber an die frische Luft

Eins hat sich übrigens trotz des teilweise ausgezeichneten Angebots im Kinderfernsehen über all die Jahre nicht geändert: Eltern sind nach wie vor der Meinung, der Nachwuchs solle seine Freizeit lieber mit Spielen und nach Möglichkeit an der frischen Luft verbringen. Und auch für die Kinder ist die Bildschirmbeschäftigung offenbar vor allem Lückenfüller: In Umfragen nach beliebtesten Freizeitvergnügungen rangieren laut Untersuchungen wie der *Kids Verbraucheranalyse* oder der *KIM- und JIM-Studie* schon seit Jahren Freunde treffen, Musik hören, Rad fahren, Schwimmen und Gesellschaftsspiele bei den 6- bis 13-Jährigen mit 90 % und mehr ganz vorn. Der Computer landet abgeschlagen auf dem letzten Platz, der Fernseher taucht gar nicht erst auf. Aber kein anderes Medium erreicht so hohe Werte, wenn es darum geht, Langeweile zu vertreiben.

Tilmann P. Gangloff lebt und arbeitet als freiberuflicher Medienfachjournalist in Allensbach am Bodensee.

