

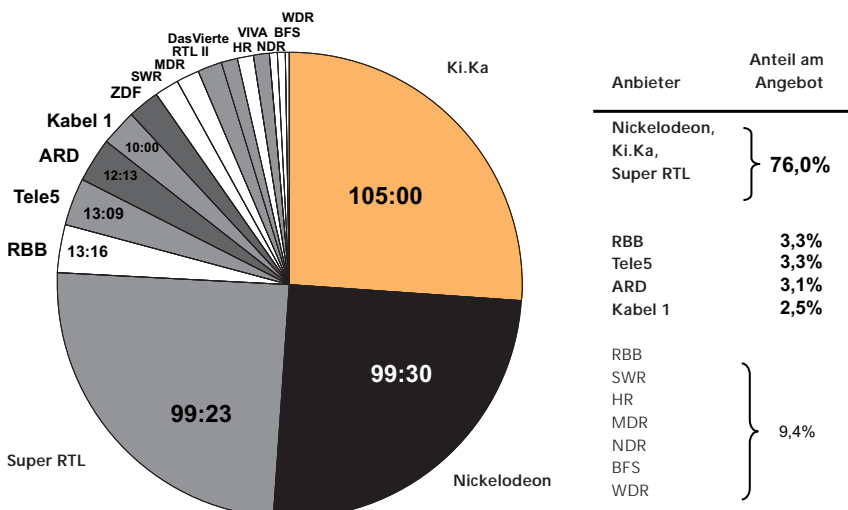
Viel Angebot, wenn kein Kind guckt

Kinderfernsehen 2011

Ole Hofmann

Im deutschen Free-TV werden wöchentlich 400 Stunden Kinderprogramm gesendet. Die großen Kindersender – Ki.Ka, Super RTL und Nickelodeon – stellen zusammen drei Viertel des Angebots bereit. Von der täglichen Fernsehnutzung der Kinder entfällt mit 45 Minuten rund die Hälfte auf das explizite Kinderprogramm – bei den kleinen Kindern deutlich mehr (71 %/ 52 Minuten) als bei den älteren Kindern (32 %/ 34 Minuten). „Kinderprogramm“ heißt dabei in erster Linie das Programm der großen Kindersender, die gut 95 % der Zeit, die Kinder mit Kinderprogrammen verbringen, auf sich vereinen können.

Grafik 1:
399 Stunden Kinderprogramm pro Woche
von 17 unterschiedlichen Sendern
Quelle: Kids-Report 2011



Die meistgesehene Kindersendung in Deutschland ist seit Jahren *Unser Sandmännchen* (Ki.Ka), gefolgt von den Programmen, die in seinem Umfeld gegen 19.00 Uhr gesendet werden. 2011 waren dies Serien wie *Wickie, Pippi Langstrumpf* oder *Das Dschungelbuch*, aber auch nonfiktionale Informationssendungen wie *pur+* oder *Wissen macht Ah!*. Von Super RTL stehen vor allem *Phineas und Ferb*, *Meine Schwester Charlie* oder *Die Zauberer vom Waverly Place* bei den Kindern im Vordergrund. Formate wie *Hannah Montana* (Super RTL) oder die Vorabendprogramme von Nickelodeon *Die Pinguine aus Madagascar*, *iCarly* oder *Big Time Rush* sind vor allem für die älteren Kinder von Interesse.

Kinderfernsehen bietet Kindern also eine ganze Reihe attraktiver Sendungen. Aber wie viel Kinderprogramm wird insgesamt angeboten? Wann und von wem? In welchem Umfang sehen Kinder überhaupt Kinderfernsehen? Sind die älteren Kinder für das Kinderfernsehen verloren? Antworten hierzu kann der Kids-Report 2011 geben.¹ Anhand von vier vollständigen Programmstichproben wird das Angebot für Kinder im analogen Free-TV bestimmt und mit den Nutzungsdaten der GfK-Fernsehforschung verknüpft. Da die Daten des Kids-Reports rückwirkend bis 1993 vorliegen, lassen sich hiermit auch Entwicklungen und Tendenzen im Zeitverlauf aufzeigen.

Kinderfernsehen 2011: 400 Stunden wöchentlich

Im Jahr 2011 wurden durchschnittlich 400 Stunden Kinderprogramm pro Woche im Free-TV gesendet. Dies entspricht in der Größenordnung dem Niveau der letzten fünf Jahre. Rund drei Viertel des Angebots an Kinderprogramm kommt dabei von den großen Kindersendern (vgl. Grafik 1). Sie stellen von morgens um 6.00 Uhr bis abends 20.15 Uhr auf drei Kanälen sozusagen die Grundversorgung an Kinderprogramm bereit. Im Angebotsvolumen folgen den drei Kinderkanälen mit weitem Abstand der RBB und Tele5 mit jeweils gut 13 Wochenstunden Kinderprogramm. Insgesamt werden fast 60 % des Kinderprogramms von kommerziellen Sendern bereitgestellt. Die dritten Programme der ARD senden zusammen fast ein Zehntel des Angebots an Kinderfernsehen. Unter der Woche finden Kinder dort täglich rund 52 Stunden Kinderprogramm

– am Wochenende fällt das Angebot mit 72 Stunden an Samstagen bzw. 67 Stunden an Sonntagen merklich höher aus. Auf den ersten Blick scheint also das Angebot an Kinderfernsehen in Deutschland gut aufgestellt. Wie ist dies im Jahresvergleich einzuschätzen?

Im Zeitvergleich: 2011 wurde das Angebot deutlich verringert ...

Der Grundstein für das breite Angebot an Kinderprogramm wurde 1995 mit dem Sendestart von Super RTL gelegt. Nickelodeon (mit einer Unterbrechung zwischen 1998 und 2005) und der Ki.Ka, der Kinderkanal von ARD und ZDF, gingen in den Folgejahren an den Start. Damit einher ging eine Verdoppelung des Programmangebots auf damals 450 Wochenstunden und eine Vervielfachung der potenziellen Werbeflächen für Kinder. Dies hat zu erheblichen Bereinigungen und Verschiebungen bei den damaligen Programmanbietern für Kinder geführt – Entwicklungen, die auch heute, nach über 15 Jahren, noch nicht abgeschlossen sind. Zunächst stellten ARD (1995) und ZDF (1997) ihre täglichen Programmf lächen für Kinder ein und beschränkten ihr Kinderprogramm auf das Wochenende. Die kommerziellen Vollprogramme Sat.1, ProSieben sowie RTL haben ihre Angebote kontinuierlich reduziert und sich dann zwischen 1998 und 2009 vollständig aus dem Markt für Kinderfernsehen zurückgezogen. RTL II hat ab 1999 begonnen, unter der Woche (13.00 bis 16.00 Uhr) mit Anime-Programmen wie *Pokémon* oder *Dragon Ball* eine Spezialnische im Kinderprogrammmarkt zu besetzen – und dies erfolgreich ausgebaut. Aber 2011 stellte auch RTL II sein werktägliches Angebot ein und verlagerte seine Anime-Programme auf Vormittagsplätze am Wochenende. Bei den Angeboten der dritten Programme hat sich das Sendevolumen seit 1997 in mehreren Wellen von 67 auf aktuell 38 Wochenstunden erkennbar verringert. Eine letzte deutliche Reduzierung erfolgte dabei erst in diesem Jahr.

... und verlagert

Neben der Reduzierung von Programmangeboten ist vor allem eine Verlagerung in den frühen Vormittag zu beobachten. So ist bei den dritten Programmen mittlerweile bereits um 6.50 Uhr die Hälfte der Tagesangebote an

Kinderprogrammen gesendet, um 9.15 Uhr sind es bereits 70 %. Hier lohnt ein Vergleich: Vor zehn Jahren war erst um 13.00 Uhr die Hälfte des Kinderprogramms gesendet. Geht man noch weiter zurück, so lag die zeitliche Mitte des Kinderprogramms der dritten Programme vor 15 Jahren um 16.15 Uhr. Hinzu kommt, dass die dritten Programme damals fast doppelt so viel Kinderprogramm anboten wie aktuell. So wichtig das Programmangebot der Dritten ist, so elementar wären Sendeplätze, die eine Chance haben, von den Kindern auch wahrgenommen zu werden.

Im Vergleich zum Vorjahr ist das Gesamtangebot im Jahr 2011 um rund 12 Wochenstunden zurückgegangen. Dass der Rückgang nicht noch stärker ausgefallen ist, liegt insbesondere daran, dass Das Vierte eine zweistündige werktägliche Programmschiene (7.00–9.00 Uhr) eingerichtet hat. Wieder ein Sender, der seine Angebote am Morgen platziert.

Die Verschiebung von Sendezeiten in die Randbereiche des Tages führt dazu, dass aktuell zwischen 6.00 und 7.00 Uhr auf mehr als sieben Kanälen Kinderprogramm zu sehen ist (vgl. Grafik 2 – Balken). Bereits um 8.15 Uhr ist ein Viertel des gesamten Programmangebots für Kinder – ohne nennenswerte Nutzung durch Kinder – versendet. Denn noch bevor die Reichweite bei den Kindern (vgl. Grafik 2 – schwarze Kurve) gegen Mittag dann leicht ansteigt, ist bereits die Hälfte (um 11.40 Uhr) des gesamten Tagesprogramms gelaufen. Auch wenn 400 Stunden Kinderfernsehen auf den ersten Blick als relativ viel erscheinen mögen, wird es bei genauerem Hinsehen zu Zeiten ausgestrahlt, wo diverse Angebote um eine kleine Zahl an jungen Zuschauerinnen und Zuschauern buhlen. Die Tendenz „Angebote zur falschen Zeit“ (Hofmann 2000), in der die Ausstrahlung an Kinderfernsehen geradezu konträr zur realen Nutzungszeit der Kinder verläuft, hat sich 2011 noch einmal deutlich verschärft.

Trotz aller Programmverlagerungen kann aber festgehalten werden, dass durch Ki.Ka, Super RTL und Nickelodeon eine Grundversorgung mit Kinderprogramm bis in den frühen Abend gesichert ist. So sind zu Beginn der Primetime der Kinder – ab 18.00 Uhr – immerhin noch 15 % des Tagesangebots übrig. Allerdings stellt der Ki.Ka sein Angebot um 21.00 Uhr ein – und die Erweiterung der Sen-

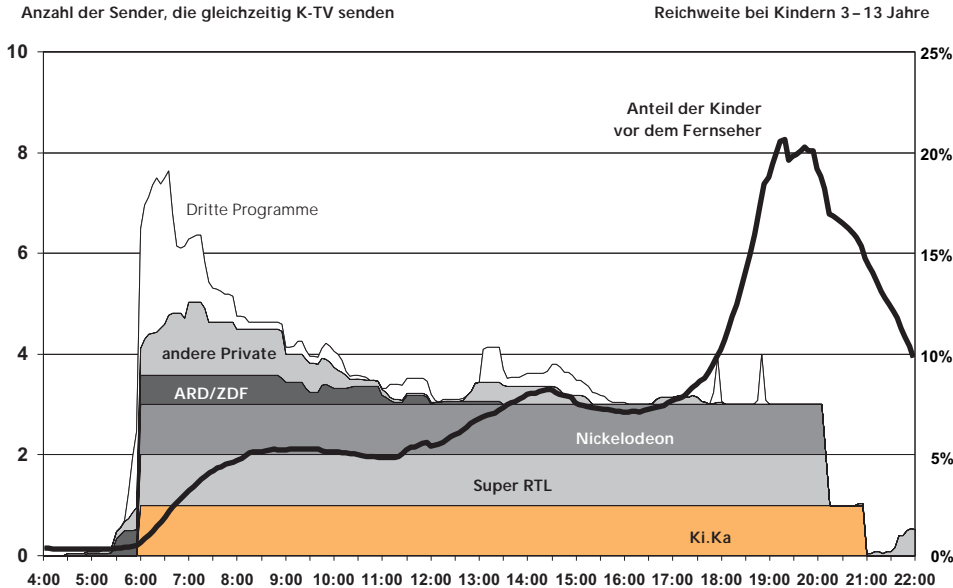
Anmerkung:

1
Der Kids-Report ist ein gemeinsames Forschungsprojekt des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsforschung, der Gesellschaft zur Förderung des internationalen Kinder- und Jugendfernsehens sowie Super RTL.

Literatur:

Hofmann, O.:
Kinderfernsehen – Angebote zur richtigen Zeit?
In: tv diskurs, Ausgabe 11, 1/2000, S. 64–69

Grafik 2:
Wer sendet sein Kinderprogramm wann?
Öffentlich-rechtliche vs. private Sender,
Mo. bis So., Ø 2011
Quelle: Kids-Report 2011

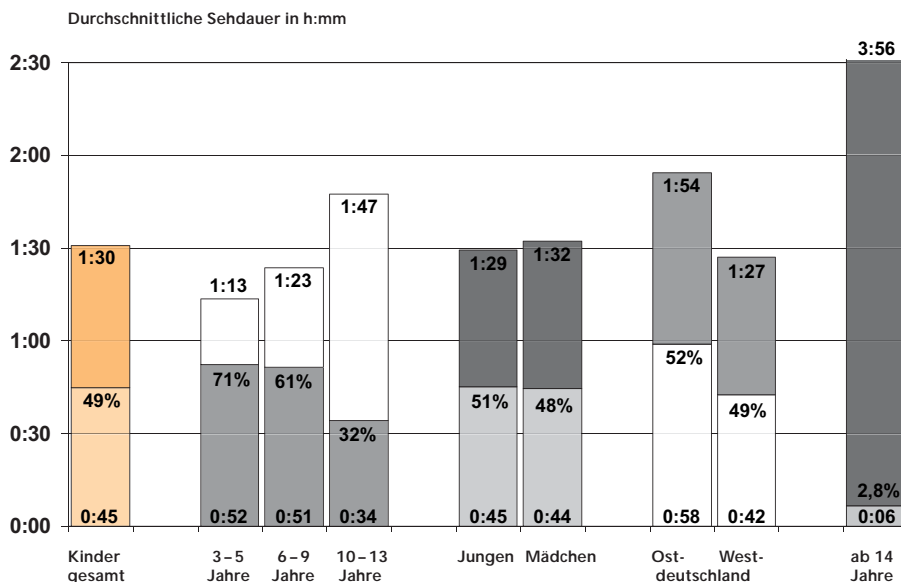


dezeit des Ki.Ka auf mindestens 22.00 Uhr wäre unter dieser Perspektive ein wichtiger Schritt für die Erreichbarkeit von Kinderprogrammen. Alternativ bleibt abzuwarten, mit welchen Strategien – vielleicht im digitalen Free-TV – sich die kommerziellen Anbieter diese Bereiche erschließen.

Sehen Kinder Kinderfernsehen?

Kinder (3–13 Jahre) verbringen durchschnittlich 90 Minuten pro Tag mit dem Fernseher. Sie sind dabei die einzige Zielgruppe, deren Sehdauer über die letzten Jahre nicht angestiegen, sondern relativ konstant geblieben ist. Die Primetime der Kinder liegt zwischen 18.00 und 20.30 Uhr, bei den älteren Kindern etwas später. Zu diesen Zeiten bieten nur die großen Kindersender – bzw. nur der Ki.Ka – Kinderprogramme an. In vielen Haushalten ist diese Zeit aber Familien (fernseh-)zeit und es ist fraglich, ob Eltern sich wirklich auf das Programm ihrer Kinder einlassen. Nicht ohne Grund steht RTL mit 11,6 % Marktanteil bei Kindern (vgl. den Beitrag von S. Feierabend und S. Blödorn in dieser Ausgabe, S. 30ff.) an dritter Stelle, ohne selbst Kinderprogramme anzubieten. Vor diesem Hintergrund ist es wenig verwunderlich, dass mit 45 Minuten nur die Hälfte der Fernsehzeit von Kindern auf das Kinderfernsehen entfällt (vgl. Grafik 3). Erwartungsgemäß zeigen sich hierbei sehr deutliche Unterschiede je nach Alter der Kinder.

Grafik 3:
Sehdauer nach Alter, Geschlecht und Wohngebiet
Anteil der Nutzung von Kinderprogrammen 2011
Quelle: Kids-Report 2011
AGF/GfK, TV-Scope, eigene Berechnungen



Vorschulkinder sehen Kinderfernsehen – mit einem Schwerpunkt beim Ki.Ka

Die Vorschulkinder (3–5 Jahre) verbringen mit täglich 52 Minuten (über 70 % ihrer Fernsehzeit) den deutlich größeren Teil ihrer Fernsehnutzung mit Kinderprogrammen. Als besonders erfolgreiche Formate stehen mit dem *Baumhaus*, *Wickie* oder *Elefantastisch!* vor allem die Vorabendsendungen des Ki.Ka im Mittelpunkt, die um das *Sandmännchen* herum angesiedelt sind. Hier greift die Fernseherziehung der Eltern und vermutlich ist ein nicht unerheblicher Teil dieser Fernsehnutzung auch begleitet. Ein weiterer – aber deutlich kleinerer – Schwerpunkt liegt am Wochenende in der Zeit von 7.30 bis 12.00 Uhr. Hier sind bei Super RTL neben Vorschulserien wie *Chuggington – Die Loks sind los!* auch Wissensformate wie *D.I.E. Detektive im Einsatz*

oder Zeichentrick wie *Cosmo & Wanda* zu sehen sowie beim Ki.Ka *Die Sendung mit der Maus* oder *Dragon – der kleine dicke Drache*.

6- bis 9-Jährige sehen Kinderfernsehen und auch andere Programme – mit erhöhter Nutzung

Bei den jüngeren Schulkindern verlagert sich die Fernsehnutzung schon etwas nach hinten. Hier sind dann unter der Woche die Informationssendungen *pur+* oder *Wissen macht Ah!* des Ki.Ka, aber auch Familienfilme von Super RTL wie beispielsweise *Asterix bei den Olympischen Spielen* oder Disneys *Hercules* erfolgreich. Dies sind auch Hinweise auf familiäres Sehen am Abend, bei dem sich die Eltern dann zumindest auf kindernahe Sendungen einlassen. An den Vormittagen am Wochenende stehen bei den 6- bis 9-Jährigen dann verstärkt Sendungen von Super RTL (wie *Kim Possible* oder *Fünf Freunde – für alle Fälle*) oder Nickelodeon (*Die Pinguine aus Madagascar* oder *SpongeBob Schwammkopf*) im Mittelpunkt. Vom Ki.Ka taucht noch *Die Sendung mit der Maus* in den Hitlisten auf.

10- bis 13-jährige Kinder: nur noch teilweise im Kinderfernsehen unterwegs

Die älteren Schul Kinder verlassen dann tendenziell das Kinderfernsehen; Sendungen auf RTL wie *Deutschland sucht den Superstar*, *Das Supertalent* und *Ich bin ein Star – holt mich hier raus!* sind die erfolgreichen Formate. Daneben finden sich auf ProSieben auch das Infotainmentformat *Galileo* sowie erste Spielfilme, Shows mit Stefan Raab oder *Germany's next Topmodel*. Am Nachmittag steht unter der Woche zudem das Scripted-Reality-Format *Familien im Brennpunkt* (RTL) hoch im Kurs. Dennoch verbringen auch die älteren Kinder immerhin noch rund ein Drittel – 34 Minuten – ihrer Fernsehzeit mit explizitem Kinderprogramm. Am Vorabend sind es vor allem Programme wie *The Troop* oder *iCarly* auf Nickelodeon. Am Wochenende beginnt die Fernsehnutzung der 10- bis 13-Jährigen ab 8.30 Uhr – hier steigt die Reichweite merklich an. Die beliebtesten Sendetitel ähneln dann denen der 6- bis 9-jährigen Kinder. Zu dieser Zeit finden sie vermutlich keine adäquate Alternative, obwohl auf über sieben Kanälen parallel Kinderprogramme laufen. Denn es

sind zumeist Programme, die auf die jüngeren und Grundschul Kinder abzielen. Entsprechend finden die älteren Kinder dann auch zu den Wiederholungen von *Deutschland sucht den Superstar* und *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* auf RTL.

Wenn Kinderfernsehen, dann bei den Kindersendern

Wie aus den erfolgreichen Sendungstiteln ersichtlich wird, spielen der Ki.Ka, Super RTL und Nickelodeon die zentrale Rolle bei der Nutzung von Kinderprogrammen. Insgesamt über 95 % der Zeit, die Kinder mit explizitem Kinderprogramm verbringen, sehen sie einen der drei Kindersender. Bei den Vorschülern steht der Ki.Ka im Mittelpunkt, auf den mit 47 % fast die Hälfte der Nutzung von Kinderprogrammen entfällt, die Programme von Nickelodeon greift in dieser Altersgruppe dagegen nur gut ein Achtel der Nutzung ab. Bei den Älteren dreht es sich um. Hier entfällt rund ein Drittel der Nutzung von Kinderprogrammen auf Nickelodeon, während beim Ki.Ka nur gut ein Fünftel der Nutzung von Kinderprogrammen erfolgt. Super RTL gelingt es dagegen, für alle Zielgruppen relevant zu sein.

Und die anderen

Wenn die Nutzungsquote bei den Kindersendern so hoch ist, stellt sich die Frage: Warum bieten dann überhaupt noch 14 weitere Sender – darunter fünf kommerzielle – insgesamt fast 100 Wochenstunden Kinderprogramm an?

Dieses Kinderprogramm wird vor allem an den Vormittagen gesendet, also zu Zeiten, in denen nur wenige Kinder fernsehen. Der Grund hierfür kann nicht in der pädagogischen Intention liegen, Kindern vor der Schule vielschichtiges Programm anzubieten. Ebenso wenig wird die Programmierung an einer klassischen Vorstellung von Angebot und Nachfrage – hier der Fernsehnutzung – durch Kinder orientiert sein. Aus einer ökonomischen Perspektive liegt die Vermutung nahe, dass das Kinderprogramm zu dieser Zeit einfach das kleinere ökonomische Übel ist. Am Vormittag stören die Programme den Flow bei den erwachsenen Zuschauern nicht, der mittlerweile für alle Sender im Streben nach einem höheren Gesamt-Marktanteil entscheidend ist. Zu

dieser Zeit können sich die Sender – ohne Schaden – ihren gesellschaftlichen Auftrag bzw. den Anspruch sichern, als Vollprogramm ernst genommen zu werden. Damit sind diese Programmangebote in Konsequenz aber nicht viel mehr als ein Feigenblatt, die Chance, Kindern zu unterschiedlichen Zeiten ein vielfältiges Programmangebot zu bieten, wird verpasst. Insofern markiert 2011 ein Jahr, in dem die Tendenz der Kürzung und Verlagerung des Kinderfernsehens einen weiteren Höhepunkt erreicht hat.

Dr. Ole Hofmann ist freiberuflicher Medienforscher. Er studierte Lehramt für Mathematik und Physik in Kiel und Ökonomie in Kassel. Hofmann promovierte zum Thema: „Individuelle Fernsehnutzungsmuster von Kindern“.

