

Tilman P. Gangloff

Lange haben sich ARD und ZDF geziert, aber nun hat sich die Erkenntnis durchgesetzt: Sie müssen dringend einen Kanal für junge Erwachsene gründen. Platz dafür gibt es genug, schließlich senden einige öffentlich-rechtliche Sparten sender unter Ausschluss der Öffentlichkeit. Die Frage ist nur: Was soll man zeigen?

Die verlorene Generation

Ein TV-Angebot für die Zielgruppe zwischen Ki.Ka und *Musikantenstadt* ist überfällig

Wenn Vertreter von ARD und ZDF sagen, sie machten ein Programm für alle Zuschauer, heißt das nicht etwa, dass sie jede noch so kleine Minderheit bedienen wollen. Der Klartext lautet vielmehr: Man versucht, so viele Zuschauer wie möglich zu erreichen und orientiert sich daher an verschiedenen kleinen Nennern. Deshalb gibt es den Ki.Ka: weil das „Kinderfernsehen“ den reibungslosen Programmlauf im „Ersten“ und im „Zweiten“ gestört hat und erfolgreich ausgelagert werden konnte. Trotzdem war die Ki.Ka-Gründung eine gute Sache, denn seither wissen Eltern und

Kinder, dass ein zuverlässiges und in der Regel auch qualitativ ansprechendes Programmangebot existiert. Allerdings zeigte sich schon bald nach der Ki.Ka-Gründung im Jahr 1997, dass die Architekten der öffentlich-rechtlichen Senderlandschaft etwas übersehen hatten. Für Kinder gab es den Ki.Ka, für Erwachsene das erste und zweite Programm sowie Spartenkanäle wie arte, 3sat oder Phoenix. Und die Zielgruppe dazwischen? Die wechselte, wenn sie anfang, den Ki.Ka als Babykram zu betrachten, erst zu den Videoclipsendern Viva und MTV und später zu ProSieben, RTL und RTL II.

Das blieb den Verantwortlichen bei ARD und ZDF natürlich nicht verborgen, aber sie fühlten sich machtlos. Durch ihre Tatenlosigkeit sägten sie jedoch am eigenen Ast, denn längst gilt auch für das Fernsehen, was Tageszeitungsverlage schon lange wissen: Nur weil jemand einen Beruf erlernt und eine Familie gründet, wird er nicht automatisch Lese- und Sehgewohnheiten ändern. Also mehrten sich mahnende Stimmen, die darauf hinwiesen, dass die biologische Uhr von ARD und ZDF irgendwann abliefe, wenn sie bei ihrem Stammpublikum nicht rechtzeitig für Nach-

wuchs sorgten und einen eigenen Kanal für Jugendliche einrichteten. SWR-Intendant Peter Boudgoust weiß das schon lange, und hätte seine Ära als ARD-Vorsitzender zwölf Monate länger gedauert, es gäbe das Angebot wohl schon. Boudgoust neigt im Allgemeinen nicht zu Plakativität. Zum Thema „Jugendkanal“ aber sagte er vor dem Rundfunkrat des SWR: „Wenn Sie heute an eine Realschule gehen und fragen, welchen Beruf die Jugendlichen lernen wollen, dann antwortet wahrscheinlich die Hälfte ‚Superstar‘. Und die andere Hälfte will ‚Topmodel‘ werden. Unsere Jugendlichen“, forderte der SWR-Intendant, „dürfen nicht allein mit der ‚RTL-ProSieben-Sat.1-MTV-SoSe‘ sozialisiert werden, nur damit dem RTL-Format *Raus aus den Schulden* nicht der Nachschub ausgeht.“

Immer mehr Verbündete

Boudgousts Plan, den federführend vom SWR betreuten ARD-Digitalabnehmer EinsPlus mit Schwestersender einsfestival (WDR) zum Jugendprogramm zu fusionieren, scheiterte am Widerstand des WDR. In den Reihen des Senderverbundes hat der SWR-Chef zwar viele Verbündete, aber Aussicht auf eine konkrete Umsetzung gibt es erst, seit sich die Politik und somit die Rundfunkräte mit dem Thema beschäftigen. Junge Zuschauer, heißt es nun, müssten im öffentlich-rechtlichen Angebot „zwischen Ki.Ka und *Musikantenstadl*“ einen festen Platz bekommen. Zuletzt hat auch der ARD-Programmbeirat einen Jugendkanal gefordert. Mittlerweile schließen sich immer mehr ARD-Intendanten dieser Forderung an. Das ZDF hat öffentlich seine Bereitschaft erklärt, sich zu beteiligen.

Und endlich hat auch Monika Piel Ja gesagt. Bislang hatte die derzeitige ARD-Vorsitzende, im Brotberuf Intendantin des WDR, das Vorhaben stets abgelehnt: weil es „keinen Königsweg“ gebe, um junge Zuschauer zu erreichen; und weil ein „lineares Programm für 14- bis 30-Jährige“ nicht sinnvoll sei. Nun lässt sie mitteilen: „Ein gemeinsamer Junger Kanal von ARD und ZDF für die 14- bis 29-Jährigen wäre – wenn finanzierbar – auf jeden Fall wünschenswert.“ Piel gibt allerdings zu bedenken, „dass die finanziellen und medienpolitischen Bedingungen für einen gemeinsamen Jungen Kanal von ARD und ZDF eng gesteckt sind.“ Trotzdem ist ihre Aussage ein Signal. Sobald

klar ist, dass es sich nicht bloß um ein Lippenbekenntnis handelt, werden die Verantwortlichen jedoch vor der nächsten Hürde stehen; und die wird nicht kleiner sein.

Nicht naiv angehen

In der Gründungsphase des Kinderkanals mussten sich ARD und ZDF über das Programm keine Gedanken machen: Es war in Hülle und Fülle vorhanden. Beim Angebot für Jugendliche aber gibt es kein Reservoir, aus dem man schöpfen kann. Abgesehen davon wird der „Ju.Ka“ das gleiche Problem haben wie der Ki.Ka. „Die Jugendlichen“ existieren ja noch weniger als „die Kinder“; 29-Jährige interessieren sich in der Regel für andere Themen als 14-Jährige. Will man dem jungen Publikum ein glaubwürdiges und qualitativ ansprechendes Angebot machen, wird man also viel Geld investieren müssen. Schon gibt es Stimmen, die davor warnen, das Vorhaben allzu naiv anzugehen. Zu ihnen gehört Maya Götz, Leiterin des Münchener Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen und als solche hierzulande die Koryphäe schlechthin für junge Zielgruppen. Auch sie ist der Meinung, junge Erwachsene hätten „wie alle anderen Altersgruppen ein Recht auf hochwertige attraktive Programmangebote durch die öffentlich-rechtlichen Sender.“ Sie warnt aber auch: „Jugendliche sind die am schwersten zu erreichende Zielgruppe. Es sind vergleichsweise wenige Jahrgänge mit einer hohen Heterogenität in Stilen und Geschmack.“ Ein jugendaffines Programm werde nur dann erfolgreich sein, wenn es die Zielgruppe ernst nehme und nicht bloß auf der Basis eines „nostalgischen Bildes von Jugend“ konzipiert werde: „So manches von dem, was jugendliche Themen und jungen Geschmack ausmacht, wird eine Herausforderung für das übliche Qualitätsverständnis darstellen. Vielleicht ist es aber an der Zeit, dass Rundfunkanstalten und Gesellschaft sich genau dieser Auseinandersetzung stellen und Jugendliche in ihrer Vielfalt, mit ihren Ecken und Kanten wahrnehmen und ihre Perspektiven als Bereicherung begreifen.“

Gleichfalls ein Experte für die umworbene Zielgruppe ist Steffen Kottkamp, selbst wenn seine Kompetenzen als Programmgeschäftsführer des Kinderkanals theoretisch bei den 13-Jährigen enden [Anm. d. Red.: Kottkamp ist derzeit wegen der Ermittlungen im Rahmen

des Betrugs durch den ehemaligen Herstellungsleiter beurlaubt]. Aber natürlich gibt es im Ki.Ka immer wieder Sendungen, die auch ältere Jugendliche ansprechen, etwa das ausgezeichnete Pubertätsmagazin *Du bist kein Werwolf* oder Thementage wie jener über sexuellen Missbrauch. Kottkamp begrüßt die Überlegungen, einen Jugendkanal zu gründen, warnt aber vorsorglich schon mal vor einem „Kardinalfehler, das Programm auch so zu nennen. Mit einem ganz ähnlichen Geburtsfehler muss der Ki.Ka immer noch leben. Man darf auf keinen Fall ein Schild aufstellen, das den Jugendlichen sagt: ‚Hier ist euer Reservat.‘“

Kottkamp hätte nichts dagegen, die Erfahrung seines Senders ins Gemeinschaftsprojekt mit einzubringen: „Wir wissen zumindest, wie so ein Spartenkanal funktioniert.“ Kottkamp und auch Vorgänger Frank Beckmann haben lange dafür plädiert, die um 21.00 Uhr endende Sendezeit des Kinderkanals zu verlängern, um ein Programm für Jugendliche anbieten zu können. Dieses Thema wäre mit der Gründung eines rund um die Uhr sendenden Jugendkanals nur scheinbar vom Tisch: Wenn ab 21.00 Uhr im Ki.Ka Bernd, das Brot, in Endloschleife sein Unwesen treibt, gehen 25 % der Kinder zwischen 10 und 13 Jahren keineswegs ins Bett, sondern bleiben dem Fernsehen bis 23.00 Uhr erhalten. Am Wochenende liegt diese Zahl gar bei 50 %. Auch diese Kinder haben das Recht auf ein adäquates Angebot.

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

