

Presseinformation



RUNDER TISCH
ZUM QUALITÄTSFERNSEHEN FÜR KINDER
Gesellschaft zur Förderung des internationalen
Jugend- und Bildungsfernsehens e.V.

Kinder sehen fern, und wenn Kinder schon fernsehen, ist es unsere Aufgabe, ihnen Programme anzubieten, die auf ihren Entwicklungsstand, ihre Themen und Emotionen abgestimmt sind. Wie bereits Bruno Bettelheim es formulierte:

„Kinder brauchen Kinderfernsehen!“

Und zwar ein Kinderfernsehen, das ihre Lebenswelt widerspiegelt, aus ihrer Perspektive erzählt und eine identitätsbildende und prosoziale Auseinandersetzung mit der Lebenswelt befördert. Die Programmverantwortlichen der deutschen Kindersender und Institutionen der Qualitätssicherung trafen sich Ende September beim Runden Tisch zum Qualitätsfernsehen für Kinder in München, um über den Qualitätsstand des Kinderfernsehens in Deutschland zu diskutieren.

Kids Report 2009: Fakten zum Kinderfernsehen in Deutschland

Im Kids Report untersucht die Gesellschaft zur Förderung des internationalen Jugend- und Bildungsfernsehens e.V. jährlich Angebot und Nutzung des Kinderfernsehens in Deutschland anhand einer vierwöchigen Programmstichprobe. Zentrale Ergebnisse des Kids Reports 2009:

Kinder sehen Kinderfernsehen – nicht mehr, aber gezielter

Die Zeit, die Kinder vor dem Fernseher verbringen, ist laut Kids Report 2009 in den letzten 17 Jahren nicht nennenswert gestiegen. Gleichzeitig ist in dieser Zeit das Angebot an Kinderfernsehen durch KI.KA, SuperRTL und NICK deutlich angestiegen. Kinder haben jetzt die Möglichkeit zu wählen, und sie entscheiden sich für Kinderfernsehen. Der Anteil, den Kinder mit expliziten Kinderprogrammen verbringen, stieg 2009 auf 52 % an.¹ Kinder sahen 2009 so viel speziell für sie entwickeltes Kinderfernsehen wie noch nie! Aus pädagogischer Perspektive ist dies sehr zu begrüßen. Ihr Programm sehen Kinder dabei immer häufiger bei den verlässlichen Kindersendern KI.KA, SuperRTL und NICK. Mittlerweile vereinen die drei 93% der mit Kinderprogrammen verbrachten Zeit.

Viele Angebote – doch oft zur falschen Zeit

Kindern steht heute 420 Stunden explizites Kinderfernsehen pro Woche frei empfangbar zur Verfügung. Während die drei Kindersender sich immer mehr auch in der Wahrnehmung der Kinder etablieren, senden die Vollprogramme ihr Angebot zunehmend zu Zeiten, in denen Kinder kaum fernsehen – und aus pädagogischen Gründen eigentlich auch nicht unbedingt fernsehen sollten: morgens vor der Schule. Insbesondere die Dritten Programme der ARD haben ihre Kindersendungen aus dem Vorabend und späten Nachmittag in die Morgenstunden verlagert. Andere Sender wie das Bayerische Fernsehen stellen ihre Kinderfernsehzeit ganz ein. Diskutiert wurde hier die gesellschaftliche Verantwortung der öffentlich-rechtlichen Dritten Programme für die Zielgruppe der Kinder.

Kinderprogramme im digitalen Pay-TV

Mit derzeit 17 Kindersendern – die größtenteils rund um die Uhr senden – stehen im digitalen Pay-TV täglich fast 300 Stunden zusätzliches Kinderprogramm zur Verfügung. Die internationalen Netzwerke für Kinderprogramme, wie Nickelodeon oder Disney haben ihre Positionen im digitalen Fernsehen bezogen. Auch wenn die technischen Reichweiten des digitalen Fernsehens derzeit noch sehr gering sind, wird dieser Markt mittelfristig an Bedeutung gewinnen.

¹ Zum Vergleich: 1993 lag der Anteil, den Kinder mit Kinderfernsehen verbrachten, noch bei 25 %, d.h. drei Viertel ihrer Fernsehzeit sahen sie Programme, die nicht gezielt für ihre Altersgruppe gemacht wurden.



RUNDER TISCH
ZUM QUALITÄTSFERNSEHEN FÜR KINDER
Gesellschaft zur Förderung des internationalen
Jugend- und Bildungsfernsehens e.V.

Presseinformation

**Schwerpunktt Themen 2009:
Mädchen – Junge - Fernsehen**

Realistische Mädchenfiguren für ein besseres Körpergefühl

In den meisten Kinderprogrammen sind quantitativ Männer und Jungenfiguren eindeutig in der Überzahl. International kommen auf eine weibliche Hauptfigur zwei männliche Helden. Auch im hiesigen Kinderfernsehen stehen meist Männer und Jungen im Mittelpunkt der Handlung. Nahezu ausgeglichen ist das Geschlechterverhältnis im deutschen Kinderfernsehen nur bei ZDF, KI.KA und NICK. Ein Qualitätskennzeichen, das pädagogisch für Mädchen *und* Jungen unbedingt positiv zu werten ist.

Internationale Studien weisen aber noch auf ein weiteres deutliches Problem hin. Weibliche Zeichentrickfiguren sind oft deutlich sexualisiert und vermitteln unnatürliche Körperideale, zu denen die eigene Figur der Zuschauerinnen nur defizitär sein kann. Verglichen mit dem Kinderfernsehen weltweit ist dies im deutschen Kinderfernsehen nicht so deutlich ausgeprägt. Dennoch bleibt Optimierungsbedarf. Zur Unterstützung des Wohlbefindens und des besseren Körpergefühls der Mädchen muss es einem Qualitätsfernsehen für Kinder auch darum gehen, eine größere Bandbreite und Vielfalt von Mädchenfiguren und ihren Körperlichkeiten anzubieten.

Gezielte Angebote für Jungen

Buchtitel wie „Jungen im Abseits“, „Kleine Helden in Not“, „Die Jungenkatastrophe“ weisen, wenn auch populärwissenschaftlich, auf ein wichtiges Phänomen hin: Jungen haben es heute schwer. Sie sind in der Schule oft leistungsschwächer, stören im Unterricht und fallen überproportional häufig aus dem Ausbildungssystem heraus und werden als „Problemgruppe“ identifiziert.

Der Hintergrund: Jungen wachsen in einer Zeit des gesellschaftlichen Umbruchs in Sachen Geschlechterverhältnis auf. Die Ideale des „Alleinkämpfers“ und „Superhelden“ bröckeln. Auf Jungen kommen heute andere Herausforderungen in Sachen „Mann-Sein“ zu als noch auf ihre Väter und Großväter. Hierfür brauchen sie Geschichten, die veränderte Geschlechterverhältnisse aufgreifen, aktuelle Problemlagen des „Junge-Seins“ thematisieren – ohne Gewalt zu verherrlichen oder das Vermeiden von Herausforderungen zu idealisieren. Wir brauchen Qualitätsprogramme für Jungen, die sie nicht schwächen, sondern gerade in den veränderten Geschlechterverhältnissen produktiv stärken. Hier sind neue kreative Wege gefragt, die sich in einzelnen Angeboten schon anbahnen, aber noch mehr Offenheit gegenüber Jungen und ihren Anliegen heute – auch von der Erwachsenengeneration – fordern.

Ansprechpartnerin

Dr. Maya Götz, Geschäftsführerin der Gesellschaft zur Förderung des internationalen Jugend- und Bildungsfernsehens e.V., des IZI und des PRIX JEUNESSE

Rundfunkplatz 1, 80335 München,

Tel.: 089/5900 2264, E-Mail: Maya.Goetz@brnet.de, www.izi.de, www.prixjeunesse.de