

Ole Hofmann

KidsReport 2011

Wie sieht die Realität des Kinderprogramms aus?

Der Artikel fasst die Ergebnisse des KidsReport 2011 zusammen, in dem das Angebot an Kinderfernsehen im deutschen Free-TV analysiert und die Nutzung des Kinderprogramms durch Kinder untersucht wird.

Die Stiftung Prix Jeunesse und das IZI erheben in Kooperation mit SuperRTL jährlich den KidsReport. In ihm wird das Angebot an Kinderfernsehen im deutschen Free-TV anhand von 4 vollständigen Programmwochen pro Jahr bestimmt und der Nutzung des Kinderprogramms durch Kinder nachgegangen. Da die Daten des KidsReport rückwirkend bis 1993 vorliegen, lassen sich auch Entwicklungen und Tendenzen im Zeitverlauf aufzeigen.

Ergebnisse

Das Angebot geht leicht zurück

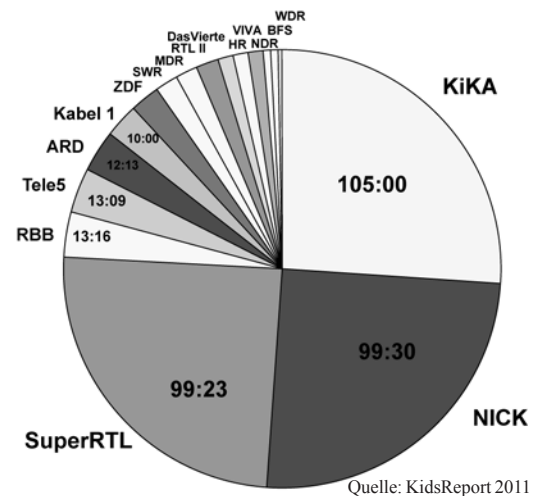
Im Jahr 2011 wurden durchschnittlich rund 400 Stunden Kinderprogramm pro Woche im Free-TV angeboten. Am Wochenende fällt das Angebot mit 72 Stunden an Samstagen bzw. 67 Stunden an Sonntagen merklich höher aus als unter der Woche, wo Kinder täglich rund 52 Stunden Kinderprogramm finden. Das meiste Angebot kommt von den großen Kindersendern: KiKA, SuperRTL und Nick (vgl. Grafik 1). Mit ihrem Tagesprogramm von morgens 6 Uhr bis abends

20.15 Uhr bilden sie sozusagen die Grundversorgung an Kinderprogramm. Die anderen Sender folgen im Angebotsvolumen mit weitem Abstand. Die 9 Dritten Programme der ARD senden zusammen fast 10 % des Angebots an Kinderfernsehen.

Im Vergleich zum Vorjahr ist das Gesamtangebot im Jahr 2011 um rund 12 Wochenstunden zurückgegangen. 2011 stellte 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 bereits seit 1997 in mehreren Wellen von 67 auf aktuell 38 Wochenstunden deutlich verringert. Eine letzte Reduzierung erfolgte dabei erst in diesem Jahr. Im Vergleich zu den Daten vor 15 Jahren haben die Dritten Programme ihr Angebot halbiert. Neuer Anbieter im Kinderbereich ist seit 2011 Das Vierte mit einer 2-stündigen werktäglichen Programmschiene.

Das Angebot verlagert sich auf Zeiten, zu denen Kinder kaum fernsehen

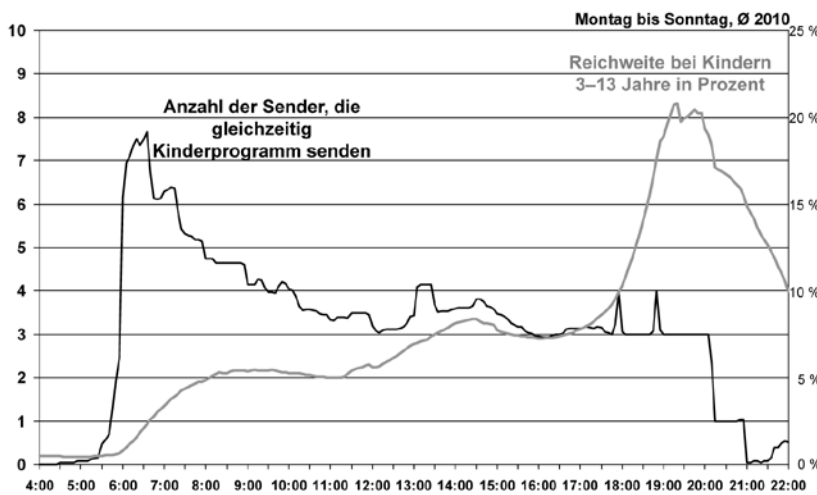
Neben der Reduzierung von Programmangeboten ist vor allem eine Verlagerung in den frühen Vormittag zu beobachten. Dieser Trend ist insbesondere auch bei den Dritten Programmen zu beobachten, wo



Grafik 1: Aufschlüsselung der 400 Stunden Kinderprogramm pro Woche im deutschen Free-TV nach Sendern

mittlerweile bereits um 6.50 Uhr die Hälfte und um 9.15 Uhr bereits 70 % des Tagesangebots an Kinderprogrammen gesendet ist. Auch hier lohnt ein Vergleich: Vor 10 Jahren war erst um 13 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. Das neue Angebot an Kinderfernsehen von Das Vierte verstärkt mit seiner Sendezeit zwischen 7 und 9 Uhr diese Tendenz. Aus pädagogischer Sicht nicht unproblematisch, bestand doch bisher Einigkeit, dass Fernsehen keine geeignete Tätigkeit vor der Schule oder dem Kindergarten ist.

Die Verschiebung von Sendezeiten in die Randbereiche des Tages führt dazu, dass im Wochendurchschnitt zwischen 6 und 7 Uhr auf mehr als



Quelle: Kids-Report, 2011

Grafik 2: Angebote zur falschen Zeit: Anzahl der Sender mit Kinderprogramm im Tagesverlauf im Vergleich zur Reichweite bei Kindern

7 Kanälen Kinderprogramm zu sehen ist (vgl. Grafik 2, schwarze Kurve) – am Wochenende sind es um diese Zeit sogar über 9 Sender mit Kinderprogramm. Hier wird Kinderfernsehen ohne nennenswerte Nutzung durch Kinder gesendet. Hierbei geht es vermutlich weniger darum, die Zielgruppe zu erreichen. Vielmehr entsteht der Eindruck, dass einige Sender – wenn sie schon nicht auf das Kinderfernsehen verzichten – es auf Zeiten verlagern, zu denen es die Quote bei den Erwachsenen am wenigsten stört. Noch bevor die Reichweite bei den Kindern (vgl. Grafik 2, graue Kurve) gegen Mittag leicht ansteigt, ist bereits die Hälfte (um 11.40 Uhr) des gesamten Tagesprogramms gelaufen. Auch wenn 400 Stunden Kinderfernsehen auf den ersten Blick relativ viel erscheinen mag, wird doch ein Großteil zu Zeiten ausgestrahlt, zu denen kaum Kinder vor dem Fernseher sitzen. Insgesamt kann aber festgehalten werden, dass KiKA, SuperRTL und Nickelodeon eine Grundversorgung mit Kinderprogramm bis in den frühen Abend sichern. So sind zu Beginn der Primetime der Kinder – ab 18 Uhr – immerhin noch 15 % des Tagesangebots übrig. Allerdings stellt der KiKA sein Angebot um 21 Uhr ein; die Erweiterung der Sendezeit auf mindestens 22 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.

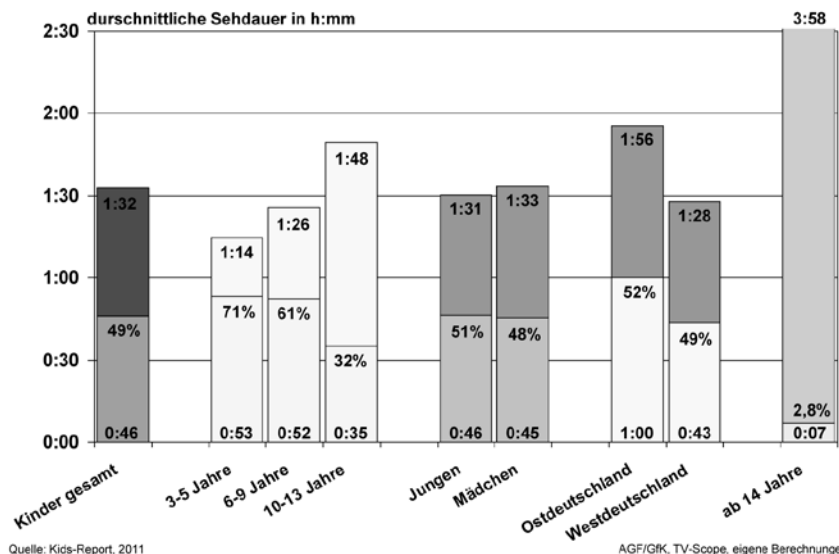
Sehen Kinder Kinderfernsehen?

Kinder (3-13 Jahre) verbrachten 2011 durchschnittlich 92 Minuten pro Tag mit Fernsehen. 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 und 20.30 Uhr, bei den älteren Kindern etwas später. Zu diesen Zeiten bieten nur die großen Kindersender – bzw. nur der KiKA – Kinderprogramm an. In vielen Haushalten ist diese Zeit aber Familien(fernseh-)zeit und es ist fraglich, ob Eltern sich auf das Programm ihrer Kinder einlassen. Nicht ohne Grund steht RTL mit 11,6 % Marktanteil bei Kindern an dritter Stelle, ohne selbst Kinderprogramme anzubieten. So ist es auch wenig verwunderlich, dass mit 46 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.

Vorschulkinder (3-5 Jahre)

Die Vorschulkinder verbringen mit täglich 53 Minuten (über 70 % ihrer Fernsehzeit) den deutlich größeren Teil ihrer Fernsehnutzung mit Kinderprogrammen. Als besonders erfolgreiche Formate stehen mit *Baumhaus*, *Wickie* oder *Elefantastisch!* vor allem die Vorabendsendungen des KiKA im Mittelpunkt, die um das *Sandmännchen* herum angesiedelt sind. Hier greift die



Quelle: Kids-Report, 2011

AGF/GfK, TV-Scope, eigene Berechnungen

Grafik 3: Anteil des Kinderprogramms an der durchschnittlichen Sehdauer der Kinder nach Alter, Geschlecht und Wohngebiet

Fernseherziehung der Eltern und vermutlich ist ein nicht unerheblicher Teil dieser Fernsehnutzung auch begleitet.

Jüngere Schulkinder (6-9 Jahre)

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

Pre-Teens (10-13 Jahre)

Die älteren Schulkinder bzw. Pre-Teens verlassen tendenziell das Kinderfernsehen, und 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 Pro7 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 *Fa-*

milien im Brennpunkt (RTL) hoch im Kurs (vgl. hierzu Götz/Holler in dieser Ausgabe). Dennoch verbringen auch die älteren Kinder immerhin noch rund ein Drittel (34 Minuten) ihrer Fernsehzeit mit explizitem Kinderprogramm. Am Vorabend werden vor allem Programme wie *The Troop* oder *iCarly* auf Nickelodeon gesehen. 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 Pre-Teens vermutlich keine adäquate Alternative, obwohl auf über 7 Kanälen parallel Kinderprogramme laufen. Dies sind jedoch zumeist Programme, die auf die jüngeren und Grundschul Kinder abzielen. Entsprechend finden die älteren Kinder dann zu Wiederholungen von *Deutschland sucht den Superstar* und *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* auf RTL.

Wie schon aus den Sendungstiteln ersichtlich spielen KiKA, SuperRTL und Nickelodeon die zentrale Rolle bei der Nutzung von Kinderprogrammen. Insgesamt sehen Kinder über 95 % der Zeit, die sie mit explizitem Kinderprogramm verbringen, einen dieser 3 Kindersender. Bei den Vorschülern steht der KiKA im Mittelpunkt, auf den mit 47 % fast die Hälfte der Nutzung von Kinderprogrammen entfällt. Die Programme von Nickelodeon greifen in dieser Altersgruppe dagegen nur gut ein Achtel der Nutzung ab. Bei den Älteren dreht sich dieses Verhältnis um. Hier entfällt rund ein Drittel der Nutzung von Kinderprogrammen auf

Nickelodeon, während beim KiKA nur gut ein Fünftel der Nutzung von Kinderprogrammen erfolgt. Aktuell gelingt es nur SuperRTL, für alle Zielgruppen etwa gleich relevant zu sein.

Fazit

Wie schon seit Jahren zeigen die Daten deutlich: Kinderfernsehen ist ein Angebot, das Kinder nutzen, wenn sie die Chance dazu haben. Seit 1992 hat sich die Nutzungsdauer der Kinder nicht wesentlich verändert. Der Anteil aber, den Kinder mit Kinderfernsehen verbringen, ist mit der Erweiterung der Angebote durch die Kindersender seit 1994 deutlich gestiegen. Dies ist ein Trend, der bis in die letzten Jahre anhält. Kinder sehen nicht mehr Fernsehen, sie sehen aber mehr Kinderfernsehen. Zwar stellen die 3 Kindersender eine Grundversorgung, mit zunehmendem Rückzug anderer Sender aus dem nachmittäglichen Kinderfernsehen geht jedoch auch immer eine Verringerung der Angebotsbandbreite einher. Letztendlich ist es eine gesamtgesellschaftliche Frage, die sich insbesondere die öffentlich-rechtlichen Programme stellen müssen: Welchen Stellenwert räumen wir Kindern wirklich ein? ■

DER AUTOR



Ole Hofmann, Dr. phil., Dipl.-Oec., ist freiberuflicher Medienforscher.