

»Angebote, die auch mal anstrengend sein können«

DAS ANGEBOT DEUTSCHER KINDERFERNSEHANBIETER IN DER CORONAKRISE

Genia Baranowski

Der Artikel gibt einen Überblick über Angebote, mit denen deutsche Kinderfernsehanbieter auf die Auswirkungen der Coronakrise auf ihre Zielgruppe reagierten.

Was können wir Kindern anbieten, wenn sich ihre Lebenssituation plötzlich massiv verändert? Was tun, wenn Kindertagesstätten, Schulen und Spielplätze geschlossen werden? Im Zuge der Auswirkungen der Coronapandemie stellten sich diese Fragen in Deutschland nicht nur Eltern, sondern auch Fernsehanbieter. Das Ergebnis: Programmänderungen und Angebote mit unterschiedlichen Konzepten. Im Folgenden werden einige dieser Ansätze¹ referiert, teils auch aus Sicht der Programmverantwortlichen.

DIE »MAUS« ALS ANKER UND SINNVOLLE BESCHÄFTIGUNG

Der WDR reagierte im März 2020 unter anderem mit einer speziell für Grundschüler*innen konzipierten Sendestrecke auf die Schulschließungen im Land. Für mehrere Wochen strahlte der Sender montags bis freitags von 9 bis 12 Uhr *Der etwas André Unterricht* aus (Abb. 1), moderiert von André Gatzke und Grundschullehrerin Pamela Fobbe. Die Bestandteile dieses Angebots seien unter dem Aspekt der durch die Coronakrise veränderten Lebenswirklichkeit der Kinder ausgewählt worden, sagt Brigitta Mühlenbeck, Leiterin des

Programmbereichs Familie und Kinder beim WDR. Ziel sei gewesen, dem Bedürfnis der Eltern entgegenzukommen, Kinder in Zeiten geschlossener Schulen vor und mit dem Fernseher sinnvoll zu beschäftigen. Bei der Auswahl habe sich der WDR daher bewusst für bildungsaffine Programme wie *Wissen macht Ah!* oder *Planet Schule* entschieden. Ein Kernstück des Grundangebots bildete die tägliche Ausstrahlung des Formats *Die Sendung mit der Maus*, da die »Maus« in vielen Haushalten eine Ankerfunktion erfülle.

Den Kindern ein Ratgeber zu sein, sei ein weiterer zentraler Gedanke der Programmplanung gewesen, sagt Mühlenbeck, aber auch Humor habe eine Rolle gespielt, »was letztlich nicht nur im Auftreten von André Gatzke kulminierte, der bisweilen die Rolle des aufsässigen, schalkhaften Schülers im Zusammenspiel mit Lehrerin Pamela Fobbe mimte«, sondern auch in Gestalt von Ralph Caspers. Er beantwortete in *Die Sendung mit der Maus* durchaus humorvoll Fragen von Kindern wie »Warum hilft Händewaschen gegen das Virus?«. Das aktuelle Geschehen rund um die Krise wurde auch im WDR-Nachrichtenmagazin *neuneinhalb* aufgegriffen. Auch online bot und bietet der WDR diverse Zusatzangebote zum Thema

Corona, zum Beispiel auf der Website von *Wissen macht Ah!*. Dort klärt Dr. Mo ebenfalls Fragen der Kinder, zum Beispiel »Warum darf ich im Moment nicht in die Schule gehen?«.

»Das hat sehr gut funktioniert«, sagt Mühlenbeck über das Gesamtkonzept. Bundesweit habe allein *Die Sendung mit der Maus* montags bis freitags im WDR Fernsehen durchschnittlich 28,2 % Marktanteil bei Kindern zwischen 3 und 13 Jahren erreicht. Auf der Sendungs-Website hätten sich in der Coronazeit die täglichen Zugriffszahlen etwa verdreifacht, bei der Maus-App sei unter anderem die Nutzungsintensität um 60 % angestiegen.

Die Sendestrecke des WDR war Teil eines Gesamtangebots innerhalb der ARD mit dem Ziel, für alle Altersgruppen der von den Schul- und Kitaschließungen betroffenen Kinder täglich ausgewähltes öffentlich-rechtliches Programm anzubieten.

So änderte auch der SWR Mitte März 2020 sein Vormittagsprogramm für ei-



Abb. 1: *Der etwas André Unterricht*: eine speziell für Grundschüler*innen zusammengestellte Sendestrecke, moderiert von André Gatzke und Pamela Fobbe

PROGRAMM

nige Zeit und wollte damit jungen Zuschauer*innen »in besonderen Zeiten Heimat, Geborgenheit und Orientierung«² bieten.

Innerhalb der neu gebauten Sendefläche wurde der *Tigerenten Club Spezial* ausgestrahlt (Abb. 2). Die Moderator*innen führten durch ein buntes Programm mit Dokumentationen und Serien wie *Tiere bis unters Dach*. Außerdem konnten Zuschauer*innen ihre Fragen ins Studio schicken, die von Expert*innen beantwortet wurden.

Im Anschluss folgte die Ausstrahlung von *Planet Schule* und *Planet Wissen*. Online bereitgestellte Videos gegen Langeweile, zum Beispiel mit Basteltipps, und Informationen zur aktuellen Situation rundeten das Programm ab.

Der Rundfunk Berlin-Brandenburg setzte unter anderem auf märchenhafte Unterhaltung für Kinder. Unter dem Titel »Der rbb macht Familienzeit« begann der Sender im Zuge der Coronakrise vormittags montags bis freitags Märchenverfilmungen wie *Frau Holle* oder *Rapunzel* auszustrahlen.

»SCHULE DAHEIM« – SPEZIELLE LERNANGEBOTE

Ein spezielles Angebot für das Lernen zu Hause stellte der Bayerische Rundfunk in Partnerschaft mit dem Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus unter dem Motto »Schule daheim« bereit. ARD-Alpha richtete dafür vormittags eine linear ausgestrahlte Lernfläche für Schüler*innen ein, mit passenden Inhalten aus den MINT-Fächern, Geisteswissenschaften und Sprachen.

Online ist das Angebot über die BR-Mediathek, alphaLernen.de und das Informationsportal des Kultusministeriums »mebis« verfügbar, übersichtlich nach Fächern strukturiert. Anfangs richtete sich die Aktion nur an die Jahrgangsstufen der weiterführenden Schulen, später wurde



Abb. 2: Die Moderator*innen von *Tigerenten Club Spezial* laden die Kinder ein, bei Rätseln und Quizzes mitzuraten

sie um Unterrichtsergänzungen für Grundschüler*innen erweitert. »Es war uns ein großes Anliegen, dass alle etwas finden können, unabhängig von der Schulart, Klassenstufe oder Fächerkombination«, sagt Werner Reuß, Leiter des Programmbereichs Wissen und Bildung beim BR und Programmverantwortlicher von »Schule daheim«. Im Zuge der Aktion habe der Sender, der schon vor der Coronakrise online zahlreiche Lernvideos anbot, über 80 neue Einheiten für die Fächer Mathematik und Englisch produziert – abgestimmt auf den Lehrplan und die bevorstehenden Prüfungen der Abschlussklassen. Die Materialien für Grundschüler*innen seien nicht in dieser Weise auf den Lehrplan zugeschnitten. Der Grund: Ein wesentlicher Bestandteil des Unterrichts der Primarstufe sei Beziehungsarbeit, dies sei im Fernsehen aber nur schwer vermittelbar. Ziel sei aber ohnehin nicht, Schule komplett nachzubilden, sondern Lernmöglichkeiten zu geben. Für die jüngeren Kinder sei täglich unter anderem auch *Die Sendung mit der Maus* mit ins Vormittagsprogramm genommen worden, um durch die unterhaltenden Elemente des Formats Entspannungsmomente zu schaffen. Reuß ist zufrieden mit der guten Resonanz: »Das lineare Angebot hatte in dieser Zeitschiene in Spitzenzeiten etwa 400 % Steigerung gegenüber dem Normalprogramm. Die nonlinearen Lernangebote sind sogar über 1.000 % mehr abgefragt worden als sonst.« Und dies, obwohl es sich nicht um

Unterhaltungsformate handle, sondern »Angebote, die auch mal anstrengend sein können«. Ein weiteres Format beschäftigte sich direkt mit der Krisensituation. Was ist eine Pandemie? Wieso ist das Coronavirus so gefährlich? Solchen Fragen ging »Checker Tobi« in der gleichnamigen Kinderwissenssendung nach, als er den »Viren-Check« machte. Die Sendung wurde im April 2020 auf dem KiKA ausgestrahlt und ist seitdem

neben weiteren Videos von *Checker Tobi* in der Checker Welt bei YouTube, in der BR-Mediathek und im KiKA-Player verfügbar.

Auch das ZDF setzte unter anderem auf Onlineangebote und erstellte zum Beispiel in seiner Mediathek ein »Virtuelles Klassenzimmer« mit »Videos zum Schlauerwerden für alle Altersklassen«³, etwa zu Erdkunde oder Geschichte. Ebenfalls in der ZDF-Mediathek sind anlässlich der Coronakrise bereits ausgestrahlte Sendungen des Entdeckermagazins *PUR+* zu finden. In der Sendung *Gefährliche Viren?* wird beispielsweise erklärt, was es mit Viren auf sich hat und wie sich Erreger, zum Beispiel in einer Schulklasse, verbreiten. Unter anderem ist auch ein Spin-off der Comedy-Rubrik »Darth Vader privat« (Abb. 3) von *PUR+* abrufbar. In kurzen Clips behandelt die Sendung humorvoll den Shutdown und die Ausgangsbeschränkungen.

Auch die Kindernachrichtensendung *logo!* des ZDF stellt online informative Beiträge zum Coronavirus bereit. Darüber hinaus strahlte der KiKA im April unter anderem eine *logo!-extra*-Sendung aus, in der Expert*innen, darunter Bundesgesundheitsminister Jens Spahn, Fragen der jungen Zuschauer*innen zum Thema beantworteten.

#GEMEINSAMZUHAUSE – ALLES FÜR KRISE

KiKA startete unter dem Titel »Gemeinsam zuhause« eine ganze Reihe



Abb. 3: PUR+: Die Comedy-Rubrik »Darth Vader privat« setzt sich humorvoll mit dem Shutdown und den Ausgangsbeschränkungen auseinander

von Maßnahmen, von denen hier nur einige ansatzweise referiert werden können. Das Angebot umfasst laut Sender online und im Fernsehen alles, um die außergewöhnliche Situation zu bewältigen. »Kinder spüren die Besonderheit dieser Zeit. Das Fehlen von Schule, Kita, Großeltern oder Freund*innen hat Medien in den Mittelpunkt gerückt. Darauf haben wir uns über alle Plattformen hinweg eingestellt: Informations- und Wissensstreifen wurden eingezogen, Fiktionales aufgestockt und über #Gemeinsamzuhause eine Kennung etabliert, unter der Tipps und jede Menge Anregungen zu finden sind«, sagt KiKA-Programmgeschäftsführerin Dr. Astrid Plenk.

Bereits Mitte März 2020 hatte der Sender angekündigt, nach dem Vorschulangebot *KIKANINCHEN* das Sendeschema am Vormittag mit Serien wie *Yakari* (KiKA) und *Garfield* (hr) zu erweitern. Die Kindernachrichten *logo!* (ZDF) begannen zudem, zwei- statt einmal pro Tag über die aktuelle Lage zu berichten.

Ab dem 18. März 2020 startete der KiKA montags bis freitags *Die beste Klasse Deutschlands – Spezial* (KiKA/hr/ARD), das heißt Sonderausgaben, in denen die Moderatoren*innen nicht mit Klassen im Studio spielen, sondern Kindern zu Hause Quizfragen und Experimente zum Mitraten anbieten. Seit Ende März 2020 beteiligt sich der KiKA zudem an der digitalen Vorlese-Aktion »live gelesen mit ...« (NDR/

SWR). Dabei lesen bekannte Kinderbuchautor*innen aus ihren Werken vor. Jede Lese-stunde wird gestreamt und dann online zur Verfügung gestellt.

Vorschulkinder können unter anderem auf kikaninchen.de seit dem 9. April einiges mit den Lieblingsfiguren aus der *Sesamstraße* (NDR) erleben, mit dem Krümelmonster malen, mit Ernie und Bert singen und

vielen mehr. Außerdem führte der KiKA für Vorschulkinder online und linear neue Module ein, zum Beispiel ein Lied über das richtige Händewaschen. Soweit nur einige Elemente einer multimedialen Angebotspalette, die offensichtlich ankommt: Allein die KiKA-Digitalangebote erreichten mit rund 8,8 Millionen Visits im März 2020 neue Spitzenwerte.⁴

»ZUSAMMEN MEHR SPASS«

Der Privatsender Super RTL kürzte angesichts geschlossener Schulen seine Vorschulsiene »Toggolino« und strahlte stattdessen verschiedene TOGGO-Serien für ältere Kinder aus. »Wir haben das Phänomen »Binge Watching« genutzt, welches Kinder als Begriff vielleicht nicht kennen, aber intensiv leben und lieben«, sagt Martin Gradl, Chief Content Officer bei Super RTL. »Das heißt, wir haben eine Serie über einen längeren Zeitraum am Vormittag ausgestrahlt, sodass die Kinder in eine fantastische Welt eintauchen konnten, ohne sich jede halbe Stunde neu orientieren zu müssen.« Eine weitere Reaktion auf die Krisensituation war der Start der TOGGO-Kampagne »Zusammen mehr Spaß« gegen Langeweile. Auf toggo.de und in den TOGGO-Apps finden Kinder seitdem Videos, Spiele und Anregungen, um kreativ zu werden. So geben Woozle und Simón, die Moderatoren des Wissensformats *Woozle Goozle*, in eigens

für die Aktion produzierten Clips Bastel- und Beschäftigungsideen für zu Hause. Unter *Täglich TOGGO* sind unter anderem informative Beiträge zur aktuellen Lage zu finden, wie Antworten auf die Frage »Warum heißt die Krankheit COVID-19?«.

FAZIT

Damit Kinder die Auswirkungen der Coronakrise besser bewältigen können, reagierten Fernsehsender in Deutschland multimedial mit vielfältigen Angeboten. Nicht alles kann in diesem Rahmen vollständig aufgeführt werden. Es zeigt sich aber: Die Palette reicht von Information über Unterhaltung und Tipps gegen Langeweile bis hin zu Lern- oder zumindest bildungsaffinen Angeboten. All dies in einer Zeit, in der die Arbeit der Redaktionen mit großen Herausforderungen verbunden war und ist, mit Mitarbeiter*innen im Homeoffice, Hygiene- und Abstandsregeln. Oder, wie Werner Reuß es sagt: »Wir haben gelernt, dass außergewöhnliche Zeiten außergewöhnliche Produktionen nicht nur erfordern, sondern auch ermöglichen.«

ANMERKUNGEN

¹ Wie lange bestimmte Programmänderungen fortgeführt oder ob weitere Angebote hinzugenommen werden, war zum Zeitpunkt der Entstehung des Artikels (vorwiegend April 2020) aufgrund der sich ständig ändernden Lage noch nicht überall abzusehen.

² <https://www.swr.de/unternehmen/kommunikation/pressemeldungen/swrfernsehen-tigerentenclubextra-2020-102.html> [22.4.20]

³ <https://www.zdf.de/wissen/schulersatzprogramm-100.html> [28.4.20]

⁴ <https://www.kika-presse.de/pressemitteilungen/1107> [24.4.20]

DIE AUTORIN

Die Interviews führte die freie Journalistin Genia Baranowski.

