

Michael Schmidbauer / Paul Löhr

Was »fernsehen« Kinder tatsächlich?

Was Erwachsene im Fernsehen besonders interessiert, daran haben wohl auch Kinder ihren Spaß (z. B. »Wetten, daß . . . ?« oder die »Tageschau«). Aber wenn Kinder Kinderprogramme anschauen, bevorzugen sie seit langem Programme der kommerziellen Fernsehveranstalter.

Vorbemerkung

Die referierten Daten basieren auf einer GfK-Auswertung, die die Nutzung bundesdeutscher Fernsehprogramme durch die 6- bis 13jährigen in auswahlstatistisch-repräsentativer Weise dokumentiert. Die GfK-Erhebung bezieht sich auf die Programme, die ARD, ZDF (ohne 3SAT), Bayerisches Fernsehen, RTL, SAT.1, PRO SIEBEN, RTL 2 und Kabelkanal (KABEL 1) in der Woche vom 5. bis 11. 12. 1994 gesendet haben. Aus den GfK-Rohdaten wurden tabellarische Übersichten erstellt, die für das hier verhandelte Thema aussagekräftig sind.

Aufgrund der Anlage der GfK-Untersuchung stehen nur Daten zur Verfügung, die eine altersgruppen-, aber keine geschlechts- und schicht- bzw. milieuspezifische Interpretation der kindlichen Fernsehnutzung zulassen. Dazu kommt als weitere Einschränkung, daß in der GfK-Untersuchung nicht die Nutzung eines Fernsehprogramms im strengen Sinne des Wortes ermittelt wird, sondern lediglich die Einschaltung des Fernsehgeräts während des Ablaufs einer bestimmten Sendung. Ob und wie (lange) sich die Kinder mit der Sendung beschäftigen, wird dabei nicht kontrolliert. Unterstellt man den-

noch – und das zu tun, ist aufgrund der vorliegenden Ergebnisse zum Umgang der Kinder mit Fernsehprogrammen durchaus begründet –, daß die überwiegende Mehrheit der Kinder bei eingeschaltetem Gerät auch der ausgestrahlten Sendung folgt (zumindest teilweise und dabei größtenteils nicht nur nebenbei), geben die referierten Daten durchaus wichtige Hinweise auf das, was sich die Kinder tatsächlich anschauen.

Zu beachten ist, daß es in der anschließenden Darstellung um eine ansatzweise Beschreibung dessen geht, was die Kinder tatsächlich »fernsehen«. Ansatzweise nicht allein deshalb, weil in dem engen Rahmen des vorliegenden Artikels vieles nur angetippt werden kann und manches auf die interpretative Eigentätigkeit der Leser/innen spekuliert.

Noch einige Hinweise zur anschließenden Dokumentation:

a) Zu den tabellarischen Übersichten

- Übersichten 1+2

Hier sind die 20 Sendungen der oben genannten Anstalten aufgelistet worden, die für die 6- bis 13jährigen und – zum Vergleich – für die Zuschauer/innen ab 14 Jahren die Top-Angebote in der Woche vom 5. bis 11. 12. 1994 darstellen. Es sind die Sendungen, die in den Übersichten 4–12 die Spitzenpositionen einnehmen.

- Übersicht 3

In der Zusammenstellung wird festgehalten, wie sich die zuschauenden Kinder zu einem bestimmten Zeitpunkt (hier: Samstagvormittag und Samstagabend) auf die verschiedenen Sendungen und damit auf die verschiedenen Anstalten verteilen.

- Übersichten 4+5 und 7–12

Im Hinblick auf das untersuchte Wochenprogramm sind in den Tabellen die 10 Sendungen je Anstalt aufgelistet, die die 6- bis 13jährigen vom 5. bis 11. 12. 1994 am häufigsten eingeschaltet haben. Einbezogen sind sowohl Sendungen, die zur Kategorie »Kinderprogramme«, wie solche, die zu anderen Programmkategorien zählen. Sind für die 6- bis 9- bzw. die 10- bis 13jährigen nicht jeweils 10 Sendungen unter jenen 10 Programmen zu finden, die den 6- bis 13jährigen zugeordnet sind, werden für die beiden Altersgruppen weitere Sendungen angegeben, die dann die Rangreihen der 6- bis 9- bzw. der 10- bis 13jährigen komplettieren.

Als Sendungen gelten in sich abgeschlossene Beiträge – auch sehr kurze Beiträge wie der »ZDF-Wetterbericht«, der »Sternstunden-Adventskalender« des Bayerischen Fernsehens oder die »Bim Bam Bino«- und »Vampy«-Zwischenspiele bei Kabelkanal (KABEL 1) und RTL 2. Es werden nur redaktionelle Beiträge berücksichtigt; Werbesendungen – ausgenommen Gewinnspiel-Serien wie »Geh aufs Ganze«/SAT.1 oder »Glücksrad«/SAT.1 – bleiben ausgeklammert.

Bezogen auf eine tägliche Sendedauer von ca. 18 Stunden (Bayerisches Fernsehen), 20 Stunden (ARD, ZDF) und 24 Stunden (die »Privaten«) wird pro Tag bzw. Woche durchschnittlich die folgende Zahl von redaktionellen Sendungen angeboten: von ARD und ZDF jeweils 70 bzw. 490, vom Bayerischen Fernsehen 40 bzw. 280, von RTL, SAT.1 und PRO SIEBEN jeweils 35 bzw. 250 sowie von RTL 2 und Kabelkanal (KABEL 1) jeweils 40 bzw. 280.

● Übersicht 6

Da ARD, ZDF und Bayerisches Fernsehen (im Unterschied zu RTL, SAT.1, PRO SIEBEN, RTL 2 und Kabelkanal/KABEL 1) Kinderprogramme offiziell als solche deklarieren, folgt noch die Zusammenstellung der 7 ARD- und ZDF-Kindersendungen, die die 6- bis 13jährigen am häufigsten einschalten.

b) Zu den statistischen Angaben

● Anfangszeit der Sendungen/Dauer
In den Übersichten werden die Anfangszeit der Sendungen sowie deren Dauer (in Minuten = m) festgehalten. Die Dauer bezieht sich nur auf die reine Sendezeit – die Zeit für Werbung ist nicht berücksichtigt worden (siehe oben).

● Zuschauende Kinder und Erwachsene

Die (absolute) Zahl der zuschauenden Kinder ist darauf zu beziehen, daß in der Bundesrepublik zur Zeit rund 6,5 Mio 6- bis 13jährige leben: davon 3,3 Mio 6- bis 9- und 3,2 Mio 10- bis 13jährige. Die (absolute) Zahl der Kinder, die die Sendungen des Bayerischen Fernsehens einschalten, ist darauf zu beziehen, daß zur Zeit in Bayern rund 0,8 Mio 6- bis 13jährige leben: davon 0,45 Mio 6- bis 9- und 0,35 Mio 10- bis 13jährige. Schließlich ist die in Übersicht 2 notierte (absolute) Zahl der Zuschauer/innen ab 14 Jahren darauf zu beziehen, daß den bundesdeutschen Fernsehhaushalten zur Zeit rund 63 Mio Angehörige (ab 14 Jahren) zuzurechnen sind.

● Rangplatz der Sendungen

Hinter der Zahl der zuschauenden Kinder und (in Übersicht 2) der Zuschauer/innen ab 14 Jahren ist der Rangplatz (Rp) notiert, den die betreffende Sendung entsprechend der Angaben der Kinder und der Zuschauer/innen ab 14 Jahren im jeweiligen Kontext einnimmt.

● Marktanteil der Sendungen

Der Marktanteil, der – je Sendung – den zuschauenden Kindern und (in Übersicht 2) den Zuschauer/innen ab 14 Jahren zugewiesen wird, hält deren Quote an der Zahl der Kinder und Erwachsenen ab 14 Jahren fest, die zur Stichzeit eines der von der GfK untersuchten Programme einschalten.

I. Die Programmattraktionen einer Woche im Überblick

Besieht man sich die Sendungen, denen sich die 6- bis 13jährigen Kinder während der analysierten Woche am

häufigsten zugewendet haben, hat man das in Übersicht 1 folgende Bild vor sich.

In Übersicht 1 sind nur die Programme enthalten, die von mindestens 550 000 6- bis 13jährigen eingeschaltet werden und die damit zu den Sendungen zählen, welche – im Hinblick auf die Kinder – eine Art »Massenpublikum« um sich versammeln. Was Massenpublikum hier meint, wird deutlich an dem Favoriten der Woche, dem Kino-Film »Asterix bei den Briten«. Dieser erreicht – bei einem Marktanteil von 73% – rund 22% der in der Bundesrepublik lebenden 6- bis 13jährigen. Die Reichweite des »Asterix«-Films ist allerdings – gemessen an den anderen Top-Programmen der Woche – außerordentlich hoch. Läßt man einmal die Sendungen »Asterix Special« und »Top News« beiseite, deren Reichweite zweifellos im Hinblick auf ihre (räumliche) Nähe zum »Asterix«-Film zu bewertet ist, zeigt sich: Durchschnittlich binden die »attraktivsten« Programme zwischen 550 000 und 750 000 6- bis 13jährige an sich. Nicht vergessen werden sollte hierbei, daß zu einem spezifischen Ausstrahlungszeitpunkt durchaus 2 bis 3 Programme solcher Größenordnung ausgemacht werden können, die dann zusammen auch mindestens 1,7 Mio Kinder bedienen (auf diese Thematik wird in den folgenden Abschnitten noch eingegangen).

ARD- und ZDF- (Kinder)Programme

Setzt man die Zahl der kindlichen Zuschauer/innen so hoch an, kommt sehr klar zum Vorschein, daß die ARD- und ZDF-Programme im Reigen der meistgesehenen Sendungen fast nicht präsent sind. Nur die Spielserie »Wetten, daß . . . ?« kann in der Phalanx der SAT.1-, RTL- und PRO-SIEBEN-Programme einen Mittelplatz behaupten. Immerhin vermag die Sendung – insbesondere wohl, weil sie Thomas Gottschalk moderiert – über 10% der 6- bis 13jährigen anzusprechen (dabei doppelt soviel 10- bis 13- wie 6- bis 9jährige) und sich somit am Samstagabend einen

Übersicht I

Die 6- bis 13jährigen: Die 20 meistgesehenen Programme der bundesdeutschen Fernsehkanäle in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio, Rangplatz (Rp) und Marktanteil in %							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
Fr, 09.12. 20.15/ 79 m	S.A.T.1: Asterix bei den Briten (Kino-Film)	1,53 / 1	73,2	0,64 / 1	71,3	0,88 / 1	74,6
Fr, 09.12. 21.56/ 3 m	S.A.T.1: Asterix-Special	1,09 / 2	70,4	0,42 / 4	64,9	0,68 / 2	74,2
Fr, 09.12. 20.14/ 2 m	S.A.T.1: Top News	0,91 / 3	46,9	0,40 / 6	44,1	0,52 / 3	49,2
Do, 08.12. 17.59/ 24 m	PRO SIEBEN: Familie Feuerstein (Zeichentrick-Serie)	0,75 / 4	53,1	0,45 / 3	57,6	0,30 / 11	47,6
Mo, 05.12. 17.57/ 24 m	PRO SIEBEN: Familie Feuerstein (Zeichentrick-Serie)	0,72 / 5	55,8	0,47 / 2	61,9	0,25 / 19	47,1
Do, 08.12. 18.27/ 22 m	PRO SIEBEN: Die Simpsons (Zeichentrick-Serie)	0,72 / 5	47,1	0,39 / 7	47,1	0,33 / 10	47,1
Sa, 10.12. 20.14/ 83 m	RTL: Die 100 000 Mark Show (Spiel-Serie)	0,71 / 7	37,2	0,33 / 9	43,5	0,38 / 5	32,9
Mo, 05.12. 18.26/ 22 m	PRO SIEBEN: Die Simpsons (Zeichentrick-Serie)	0,69 / 8	47,6	0,42 / 4	54,1	0,27 / 16	40,1
Sa, 10.12. 20.16/ 135 m	ZDF: Wetten, daß ... (Spiel-Serie)	0,68 / 9	37,6	0,23 / 17	33,8	0,45 / 4	40,0
Do, 08.12. 18.57/ 21 m	PRO SIEBEN: Rock 'n' Roll Daddy (Comedy-Serie)	0,62 / 10	37,2	0,28 / 13	36,3	0,34 / 9	38,0
Do, 08.12. 19.37/ 24 m	RTL: Gute Zeiten, schlechte Zeiten (Familien-Serie)	0,60 / 11	34,5	0,24 / 17	29,9	0,36 / 7	38,6
Di, 06.12. 18.27/ 22 m	PRO SIEBEN: Die Simpsons (Zeichentrick-Serie)	0,60 / 11	45,0	0,32 / 10	45,9	0,28 / 14	43,9
Do, 08.12. 19.25/ 24 m	PRO SIEBEN: Alf (Comedy-Serie)	0,60 / 11	33,7	0,31 / 11	37,4	0,29 / 13	30,4
Mi, 07.12. 18.57/ 21 m	PRO SIEBEN: Rock 'n' Roll Daddy (Comedy-Serie)	0,57 / 14	40,1	0,31 / 11	43,5	0,26 / 18	36,8
Do, 08.12. 17.33/ 21 m	PRO SIEBEN: Animaniacs (Zeichentrick-Serie)	0,57 / 14	47,8	0,36 / 8	56,8	0,20 / 20	37,2
Sa, 10.12. 19.08/ 48 m	RTL: Aber Hallo (Spiel-Serie)	0,57 / 14	37,9	0,27 / 16	38,5	0,30 / 11	37,3
Mo, 05.12. 19.39/ 24 m	RTL: Gute Zeiten, schlechte Zeiten (Familien-Serie)	0,56 / 17	25,7	0,21 / 19	31,7	0,35 / 8	38,6
Di, 06.12. 19.25/ 24 m	PRO SIEBEN: Alf (Comedy-Serie)	0,56 / 17	35,9	0,28 / 13	40,5	0,28 / 14	32,2
Di, 06.12. 19.36/ 24 m	RTL: Gute Zeiten, schlechte Zeiten (Familien-Serie)	0,55 / 19	34,9	0,18 / 20	27,2	0,37 / 6	40,6
Sa, 10.12. 10.12/ 22 m	RTL: Arielle (Zeichentrick-Serie)	0,55 / 19	61,3	0,28 / 13	59,7	0,27 / 26	63,2

Marktanteil von 38% sichern. Im Verlauf der Woche liegen jedoch eindeutig die kommerziellen Anstalten vorne, die von den ausgewiesenen 20 Rängen allein 19 besetzen – und zwar nicht nur bei den 6- bis 13jährigen insgesamt, sondern auch bei den Teilgruppen der 6- bis 9- und der 10- bis 13jährigen.

Kommerzielle (Kinder)Programme

Neben dem Veranstalter SAT.1, der allerdings nur einen Abend der Woche für sich verbuchen kann, dominieren hier PRO SIEBEN und RTL – PRO SIEBEN mehr bei den jüngeren Kindern mit den Zeichentrick-Ren-

nern »Familie Feuerstein«, den »Simpsons« und den »Animaniacs« sowie den Comedy-Serien »Rock 'n' Roll Daddy« und »Alf«, RTL mehr bei den älteren Kindern mit den Spiel-Serien »Die 100 000 Mark Show« und »Aber Hallo« sowie der Familien-Serie »Gute Zeiten, schlechte Zeiten«. Im Hinblick auf die – in die GfK-Erhebung nicht einbezogene – Differenzierung nach Mädchen und Jungen läßt sich vermuten, daß die Mädchen stark vertreten sein dürften im Publikum von »Familie Feuerstein« (6–9), »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« (10–13), »Wetten, daß...?« (10–13 >Gottschalk<), »Aber Hallo« (10–13 >Frank Elstner<), »Rock 'n' Roll Daddy« (6–13) und

»Arielle, die Meerjungfrau«, der RTL/Disney-Zeichentrick-Serie (6–9). Noch eine ergänzende Bemerkung, auf die im folgenden des öfteren zurückgekommen wird: Die Reichweitenwerte, die beispielsweise einerseits dem »Asterix«-Film, andererseits »Wetten, daß...?« zugewiesen werden, müssen in der richtigen Relation gesehen werden: Beide Programme werden – wie eine Reihe anderer Sendungen auch – nur einmal im Verlaufe der untersuchten Woche ausgestrahlt – die »Familie Feuerstein« oder »Die Simpsons« (oder andere fast täglich gesendete Serien) stellen sich bei den Kindern aber mehrmals in der Woche ein (inklusive Wiederholungen). Zwar sind die einzelnen »Feuerstein«- und »Simpsons«-Sendungen in sich abgeschlossene Programme, doch Tag für Tag vom gleichen Kaliber. Das aber heißt: Bezogen auf die Programmwoche werden vom »Asterix«-Film 1,53 Mio und von »Wetten, daß...?« 680 000 6- bis 13jährige erreicht – jedoch von den »Feuersteins« fast 3,5 Mio und von den »Simpsons« nahezu 3,3 Mio. (In welchem Maße in die Zahlen Überschneidungen zwischen den Publikula der einzelnen Sendungen eingehen, ist dem vorliegenden Material nicht zu entnehmen – siehe PRO SIEBEN-Abschnitt.)

II. Kurzvergleich »Kinder/ Erwachsene«

Vergleicht man das Verhältnis der Kinder zu den (von ihnen) meistgesehenen Sendungen mit dem der erwachsenen bundesdeutschen Bevölkerung ab 14 Jahren zu ihren Lieblingsprogrammen, entdeckt man übrigens deutliche Ähnlichkeiten, die sich keineswegs darin erschöpfen, daß bei den Erwachsenen »Asterix« und »Wetten, daß...?« ebenfalls in der Rangskala ganz oben stehen. Ohne die folgende Übersicht 2 hier im einzelnen auswerten zu können, läßt sich zweierlei festhalten: Zum einen gibt es bei den Erwachsenen ebenfalls zwei herausragende Programme mit relativ hohem Marktanteil (44 bzw. 37%), die mit 13,5 Mio (»Wetten, daß...?«) 20% und mit 11

Übersicht 2

Die Zuschauer/innen ab 14 Jahren: Die 20 meistgesehenen Programme der bundesdeutschen Fernsehkanäle in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio, Rangplatz (Rp) und Marktanteil in %				
Tageszeit	Programmtitel	Mio	Rp	%
Sa, 10.12. 20.16/135 m	ZDF: Wetten, daß...? (Spiel-Serie)	13,45	1	43,5
Fr, 09.12. 20.16/ 58 m	ZDF: Derrick (Krimi-Serie)	10,82	2	37,1
So, 11.12. 20.00/ 15 m	ARD: Tagesschau	9,13	3	29,1
Mi, 07.12. 20.30/ 93 m	RTL: Anpfiff Extra / Fußball	8,65	4	30,3
Do, 08.12. 20.14/ 45 m	SAT.1: Kommissar Rex (Krimi-Serie)	7,97	5	28,0
Mi, 07.12. 19.27/100 m	ZDF: Sissi (Kino-Film)	7,88	6	27,2
Fr, 09.12. 20.15/ 79 m	SAT.1: Asterix bei den Briten (Kino-Film)	7,70	7	27,4
So, 11.12. 18.39/ 29 m	ARD: Lindenstraße (Familien-Serie)	7,64	8	30,9
So, 11.12. 20.15/ 88 m	ARD: Tatort (Krimi-Serie)	7,53	9	22,8
Mo, 05.12. 20.00/ 15 m	ARD: Tagesschau	7,43	10	26,6
Sa, 10.12. 20.00/ 15 m	ARD: Tagesschau	7,42	11	26,3
Di, 06.12. 20.15/ 2 m	ARD: Spot – Fernsehlotterie	7,40	12	26,5
Di, 06.12. 20.00/ 15 m	ARD: Tagesschau	7,39	13	27,4
So, 11.12. 20.16/ 92 m	ZDF: Das Beste aus ›Voll erwischt‹ (Comedy-Serie)	7,30	14	22,1
Sa, 10.12. 18.01/ 77 m	SAT.1: Ran – SAT.1-Fußball	7,06	15	31,2
Fr, 09.12. 21.56/ 3 m	SAT.1: Asterix-Special	6,87	16	27,6
Mi, 07.12. 20.00/ 15 m	ARD: Tagesschau	6,83	17	24,0
Do, 08.12. 20.00/ 15 m	ARD: Tagesschau	6,71	18	24,4
Fr, 09.12. 19.00/ 19 m	ZDF: Heute	6,54	19	30,0
Mo, 05.12. 19.00/ 21 m	ZDF: Heute	6,53	20	24,3

Mio (»Derrick«) 16% der bundesdeutschen Bevölkerung ab 14 Jahren erreichen, während sich die anderen von den Erwachsenen bevorzugten Sendungen bei einer Reichweite zwischen 6,53 Mio (»Heute«) und 9,13 Mio (»Tagesschau«) auf einen Wert zwischen 10 und 13% einpendeln. Zum andern konzentrieren sich auch bei den Erwachsenen die Vorlieben offensichtlich auf wenige Sparten – (in über großem Maße) auf Nachrichtenprogramme, dann auf Spiel-, Krimi-, Familien- und Comedy-Serien sowie schließlich auf Kino-Filme und Sport (= Fußball). Im Unterschied zu den Kindern sind bei den Erwachsenen allerdings deutliche Neigungen in Richtung ARD/ZDF auszumachen – begründet vor allem im Inter-

esse einerseits an Nachrichten, andererseits an Familiengeschichten wie »Lindenstraße« und an Krimis wie »Derrick« und »Tatort«. Sport und einen Großteil der Kino-Filme holen sich die Erwachsenen dabei von RTL und SAT.1; die anderen privaten Veranstalter rangieren jedoch unter »ferner liefen« – ausgenommen hin und wieder das Unternehmen PRO SIEBEN beim Thema »Kino-Film« (siehe James Bond-Film »Sag niemals nie« am 10. 12. 1994 um 20.15 Uhr).

III. Die »Erfassung« nicht durch ein Programm, sondern durch ein multiples Angebot

Es ist bereits darauf hingewiesen worden, daß die Reichweite eines

Programms nicht isoliert betrachtet werden kann, wenn parallel zu dessen Ausstrahlung dem Publikum noch andere Sendungen angeboten werden. Ist letzteres der Fall, dann stellt sich nämlich die Frage, wie sich das Publikum auf die verschiedenen Programmangebote verteilt und in welchem Maße das Publikum durch welche Kombination von Angeboten erfaßt wird. Erst nach Beantwortung dieser Frage kann deutlich werden, in welchem Umfang das Publikum zu einem spezifischen Zeitpunkt tatsächlich von Fernsehprogrammen erreicht wird.

Im Hinblick auf die 6- bis 13jährigen kann aufgrund der vorliegenden Daten geschlossen werden, daß die höchste Reichweite der Sendungen, die von ARD, ZDF, Bayerischem Fernsehen, RTL, SAT.1, PRO SIEBEN, RTL 2 und Kabelkanal (KABEL 1) zum gleichen (Tages-)Zeitpunkt ausgestrahlt werden, nicht über 1,8 Mio Kinder hinausgeht. Dieser Wert wird in der untersuchten Woche am 9. 12. (Freitag, 20.15 Uhr ff. – dank »Asterix« und »Derrick« siehe »ZDF-Abschnitt«) und am 10. 12. (Samstag, 20.15 Uhr ff.) realisiert. In welcher Weise sich die Kinder an jenem Samstagabend auf die einzelnen Programmangebote verteilen – es sind Programme, die in der Woche nur an diesem Termin gesendet werden –, zeigt Übersicht 3, in die auch die Situation zur Stichzeit »Samstag 8.30/9.45 Uhr« einbezogen worden ist, da zu dieser Zeit besonders hart sowohl vom ARD-Kinderfernsehen wie von RTL um die Gunst der Kinder gekämpft wird.

Im Hinblick auf beide Zeitpunkte ist zu erkennen, wie sich die Kinder auf die jeweils angebotenen Programme verteilen und daß sich der Zuspruch der Kinder am Samstagmorgen auf vier (RTL, PRO SIEBEN, ARD, SAT.1) und am Samstagabend auf zwei Programme (RTL, ZDF) konzentriert. Ob sich die Kinder zwischen den Sendungen hin- und herbewegen, kann den Daten nicht entnommen werden. Dafür zeigt sich aber augenfällig, in welchem Maße die Kinder zu den privaten Kanälen

wandern – vor allem am Samstagvormittag. Daß RTL 2 und Kabelkanal/KABEL 1 am Samstag nichts zu bestellen haben, liegt daran, daß die Anstalten am Wochenende wenig »Kinderrelevantes« offerieren. Ihren »Kinderteller« bieten sie stattdessen von Montag bis Freitag an, dann aber 7, 8 Stunden lang – siehe Abschnitte »RTL 2« und »Kabelkanal/KABEL 1«.

Angesichts der starken Stellung der Privaten kann daher nicht verwundern, daß am Samstag um 9.00 Uhr für die ARD-Sendung »Käpt'n Blaubär« die Welt nicht ganz in Ordnung ist. Der gleichzeitige Angriff von seiten der »Power Rangers«, der »Supermaus« und »James Bond jr.« dürfte selbst den stabilsten Seemann erschüttern. Doch trotz der Attraktivität der genannten Programme ist nicht der Samstagmorgen-, sondern der Samstagabend eine Hoch-Zeit des kindlichen TV-Konsums: Gegen 20.30 Uhr werden rund 1,7 Mio 6- bis 13jährige erreicht – darunter gut 700 000 6- bis 9jährige. Interessant ist, welche Bedeutung dabei Spiel-Serien für die Kinder haben, vor allem für die jüngeren Jahrgänge, die auffallend häufig bei der »100 000 Mark Show« und »Wetten, daß...?« zu finden sind. In deren Publikum dürfte auch der Anteil der Mädchen besonders ausgeprägt sein. (Die beiden anderen Hoch-Zeiten sind der bereits skizzierte Freitagabend und der Sonntagvormittag durch den 22 Stunden-»Kinderblock« von ARD/ZDF und die RTL/Disney-Serien – siehe Abschnitt »ARD/ZDF-Kinderprogramme« und »RTL«.)

IV. Ein Blick auf die Anstalten im einzelnen

Im folgenden sollen die vom 5. bis 11. 12. 1994 ausgestrahlten Programmangebote je nach Anstalt betrachtet werden. Dabei ist, wie bereits gesagt, immer zu bedenken, daß die einzelnen Sendungen stets in einem Feld plaziert sind, in dem sie mit gleichzeitig ausgestrahlten Angeboten von anderen Anstalten konkurrieren müssen. Im Hinblick auf die einzelnen Anstalten und deren Programmange-

Übersicht 3

Die 6- bis 13jährigen: Die Nutzung der Sendungen, die von ARD, ZDF, RTL, SAT.1, PRO SIEBEN, RTL 2 und Kabelkanal (KABEL 1) am Samstag, 10. 12. 1994, zwischen 8.30/ 9.45 Uhr und 20.00/22.30 Uhr ausgestrahlt worden sind * – Zuschauer/innenzahl in Mio, Rangplatz (Rp) und Marktanteil in %							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
08.30/09.45							
08.39/ 46 m	Kabelkanal (KABEL 1): Paradise – Ein Mann, ein Colt, vier Kinder (Familien-Serie)	0,00 / 6	0,5	0,00 / 6	0,4	0,00 / 6	0,6
08.44/ 22 m	SAT.1: James Bond jr. (Zeichentrick-Serie)	0,16 / 4	17,7	0,07 / 4	13,3	0,09 / 2	23,9
08.56/ 88 m	RTL 2: Einmal eine Dame sein (Kino-Film)	0,05 / 5	4,7	0,03 / 5	5,4	0,02 / 5	3,8
09.00/ 23 m	PRO SIEBEN: Die Supermaus (Zeichentrick-Serie)	0,25 / 2	25,9	0,18 / 1	31,9	0,07 / 4	17,3
09.03/ 56 m	ARD: Käpt'n Blaubär Club (Kinder-Magazin)	0,21 / 3	20,3	0,13 / 3	22,5	0,08 / 3	17,5
09.03/ 26 m	ZDF: Nachbarn (Serie)	0,00 / 6	0,3	0,00 / 6	0,1	0,00 / 6	0,5
09.27/ 20 m	RTL: Power Rangers (Zeichentrick-Serie)	0,35 / 1	36,3	0,17 / 2	30,1	0,18 / 1	45,4
20.00/22.30							
19.46/ 95 m	SAT.1: Glücksrad-Gala (Gewinnspiel)	0,05 / 6	2,7	0,03 / 4	4,3	0,02 / 6	1,6
20.14/ 83 m	RTL: Die 100 000 Mark Show (Spiel-Serie)	0,71 / 1	37,2	0,33 / 1	43,5	0,38 / 2	32,9
20.14/ 76 m	Kabelkanal (KABEL 1): Das Geheimnis der weißen Nonne (Kino-Film)	0,01 / 7	0,5	0,00 / 7	0,0	0,01 / 7	0,8
20.15/135m	ZDF: Wetten, daß...? (Spiel-Serie)	0,68 / 2	37,6	0,23 / 2	33,8	0,45 / 1	40,0
20.15/117m	PRO SIEBEN: Sag niemals nie (Kino->James Bond<-Film)	0,24 / 3	13,5	0,07 / 3	10,7	0,17 / 3	15,1
20.15/ 99 m	ARD: Telefon (Kino-Film)	0,10 / 4	5,2	0,02 / 6	2,2	0,08 / 4	7,1
20.15/ 88 m	RTL 2: Police Rescue (Kino-Film)	0,07 / 5	3,8	0,03 / 4	4,0	0,04 / 5	3,7

* Beim Bayerischen Fernsehen wird zu den betreffenden Tageszeiten kein Programmangebot ausgestrahlt, das Kinder nutzen.

bote ist nun von Bedeutung, erstens: welche Sendungen die Kinder auswählen und zweitens: ob die Kinder aus dem betreffenden Anstaltssortiment eine jeweils »anstaltsspezifische« Programmzusammenstellung favorisieren.

ARD

Offenkundig ist: Die Werte für die ARD-Sendungen, die zwischen dem 5. und 11. 12. 1994 von den Kindern am häufigsten eingeschaltet wurden, haben weder das Ausmaß der in Übersicht 1 aufgelisteten Programmereichweiten, noch können die offiziellen ARD-Kinderprogramme (»Die Sendung mit der Maus«, »Disney Club«, »Die Dinos«, »Käpt'n Blaubär«) mehr als jeweils 4 bis 6% der in der Bundesrepublik lebenden 6- bis 13jährigen an sich binden (s. Übersicht 4).

Dennoch kann die ARD auf eine akzeptable Zuwendung von seiten der Kinder bauen – vor allem auf die Bereitschaft vieler 6- bis 9jährigen, die ARD-Kinderprogramme zu würdigen. Daß die 10- bis 13jährigen die Familien- und Mietshaus-Serie »Lindenstraße« an die erste Stelle setzen und besonderes Interesse für die Flirt- und Kontakt-Show »Herzblatt« zeigen, ist aufgrund der Alltags- und Entwicklungssituation der älteren Kinder (vor allem der Mädchen) leicht zu erklären. Wichtig ist, daß die drei führenden Sendungen, die wie die anderen aufgeführten Programme auch (Ausnahme: »Tageschau«) nur einmal in der Woche ausgestrahlt werden, sowohl bei den 6- bis 9- wie bei den 10- bis 13jährigen einen breiten Marktanteil verbuchen. Das verweist darauf, daß sich die Sendungen bei den Kindern, die zu der betreffenden Tageszeit tatsächlich

Übersicht 4

Die 6- bis 13jährigen: Die 10 meistgesehenen ARD-Programme in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio (Rp = Rangplatz) und Marktanteil in %							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
So, 11.12. 18.39/ 29 m	Lindenstraße (Familien-Serie)	0,44 / 1	29,5	0,20 / 4	26,4	0,24 / 1	32,7
So, 11.12. 11.30/ 28 m	Die Sendung mit der Maus (Kinder-Magazin)	0,38 / 2	35,7	0,23 / 2	39,4	0,15 / 6	31,2
So, 11.12. 08.25/ 84 m	Disney Club (Kinder-Magazin)	0,36 / 3	36,2	0,24 / 1	38,8	0,12 / 8	32,0
Sa, 10.12. 16.05/ 84 m	Disney Club (Kinder-Magazin)	0,34 / 4	32,4	0,22 / 3	40,0	0,12 / 8	24,0
Sa, 10.12. 20.00/ 15 m	Tagesschau	0,33 / 5	19,1	0,10 / 9	13,7	0,23 / 2	23,3
Fr, 09.12. 18.54/ 23 m	Die Dinos (Kinder-Serie)	0,32 / 6	23,6	0,16 / 5	21,4	0,16 / 5	26,3
Fr, 09.12. 19.25/ 24 m	Herzblatt (Flirtshow)	0,26 / 7	17,0	0,09 / 10	12,3	0,17 / 4	21,5
So, 11.12. 20.00/ 15 m	Tagesschau	0,26 / 7	17,2	0,06	10,3	0,20 / 3	21,6
Mi, 07.12. 20.00/ 15 m	Tagesschau	0,23 / 9	15,5	0,11 / 8	19,5	0,12 / 8	13,1
So, 11.12. 15.05/ 98 m	Robin Hood (Abenteuer-Film)	0,23 / 9	21,3	0,13 / 6	23,9	0,10	18,7
Mo, 05.12. 20.00/ 15 m	Tagesschau	0,20	13,8	0,06	10,4	0,14 / 7	16,0
Sa, 10.12. 09.03/ 56 m	Käpt'n Blaubär Club (Kinder-Magazin)	0,21	20,3	0,13 / 6	22,5	0,08	17,5

Übersicht 5

Die 6- bis 13jährigen: Die 10 meistgesehenen ZDF-Programme in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio (Rp = Rangplatz) und Marktanteil in %							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
Sa, 10.12. 20.16/135 m	Wetten, daß...? (Spiel-Serie)	0,68 / 1	37,6	0,23 / 1	33,8	0,45 / 1	40,0
Mi, 07.12. 19.27/100 m	Sissi (Kino-Film)	0,38 / 2	28,4	0,12 / 4	23,5	0,26 / 2	31,3
Do, 08.12. 19.25/ 46 m	Freunde fürs Leben (Comedy-Serie)	0,32 / 3	19,1	0,17 / 2	21,9	0,15 / 3	16,7
So, 11.12. 11.04/ 25 m	Siebenstein (Kinder-Serie)	0,21 / 4	21,1	0,13 / 3	24,4	0,08	17,3
So, 11.12. 19.31/ 43 m	Sphinx – Geheimnisse der Geschichte (Serie)	0,19 / 5	11,8	0,07 / 6	9,7	0,12 / 4	13,4
Do, 08.12. 19.00/ 19 m	Heute	0,16 / 6	9,6	0,07 / 6	8,4	0,09 / 8	10,6
Fr, 09.12. 20.16/ 58 m	Derrick (Krimi-Serie)	0,16 / 6	7,3	0,05	4,9	0,11 / 5	9,2
Sa, 10.12. 19.25/ 45 m	Zwei alte Hasen (Ganoven-Serie)	0,16 / 6	10,4	0,06 / 9	8,3	0,10 / 6	12,2
Sa, 10.12. 19.00/ 20 m	Heute	0,15 / 9	0,9	0,06 / 9	9,3	0,09 / 8	12,2
So, 11.12. 12.00/ 89 m	ZDF-Wintergarten	0,15 / 9	18,0	0,07 / 6	17,9	0,08	18,1
Fr, 09.12. 19.00/ 19 m	Heute	0,12	8,9	0,08 / 5	10,7	0,04	6,8
Mi, 07.12. 17.54/ 45 m	Briefgeheimnis (Serie)	0,14	12,2	0,05	8,8	0,09 / 8	16,2
So, 11.12. 20.16/ 92 m	Das Beste aus ›Voll erwischt‹ (Comedy-Serie)	0,13	12,2	0,03	9,3	0,10 / 6	13,5

vor dem Bildschirm sitzen, gegenüber gleichzeitig ausgestrahlten Programmen gut behaupten können. Allerdings stehen gerade »Die Sendung

mit der Maus« und der »Disney Club« nicht unter allzu großem Konkurrenzdruck. Der Einschalterfolg der beiden Programme hängt sicher auch

etwas damit zusammen, daß unmittelbar zu ihrer Sendezeit in anderen Kanälen wenig los ist. Andererseits muß den Programmen zugestanden werden, daß sie sich in der zweifellos übervollen sams- und sonntäglichen Angebotspalette achtbar halten.

Es fällt auf, daß unter den 10 meistgesehenen Sendungen mehrmals die »Tagesschau« auftaucht: zweimal bei den 6- bis 9jährigen (hier allerdings auf den Rängen 8 und 9) und viermal bei den 10- bis 13jährigen (und hier auf den Rängen 2, 3, 8 und 9). Das ist in dreifacher Hinsicht von Bedeutung: erstens weil hier ein Bedarf vor allem der 10- bis 13jährigen an (in der Tat) politischer Information nachhaltig zum Vorschein kommt; zweitens weil dieser Bedarf mit Informationen gedeckt wird, die nicht auf die Verarbeitungsfähigkeit der 10- bis 13jährigen abstellen; und drittens weil die Kinder – wie das Beispiel der ZDF-Sendung »logo« demonstrieren wird – eigens für sie produzierte Nachrichtenprogramme weitgehend ignorieren.

Festzuhalten ist noch, daß das, was früher einmal ein von Kindern oft und gern besuchtes Areal war, das sogenannte werktägliche ARD-Vorabendprogramm, keine große Rolle mehr spielt (ausgenommen die Serie »Herzblatt«). Das dürfte im wesentlichen daraus resultieren, daß der Vorabend montags bis freitags von PRO SIEBEN mit »Familie Feuerstein«, den »Simpsons«, »Rock'n' Roll Daddy« und »Alf« bevölkert wird (siehe Abschnitt »PRO SIEBEN«).

Insgesamt läßt sich das, was die 6- bis 13jährigen dem ARD-Angebot bevorzugt entnehmen, so durchaus als ein »anstaltsspezifisches« Sortiment charakterisieren: Sie holen sich die »alteingesessenen« Kinderprogramme (vor allem die 6- bis 9jährigen) und komplettieren diese mit meist realitätsbezogenen, größtenteils lebensfreundlichen Alltagsgeschichten und orientierenden (?) Nachrichten (vor allem die 10- bis 13jährigen).

ZDF

Die Sendung »Wetten, daß . . .?« einmal ausgeklammert, fallen Reichweite und Marktanteile des ZDF- um einiges geringer aus als die des ARD-Angebots. (Die anschließend in Übersicht 5 genannten Sendungen sind ebenfalls Programme, die nur einmal in der Woche gesendet werden.)

Das zeigt sich besonders nachhaltig im Sektor »Kinderprogramm« (s. Übersicht 6). Nur eine Kindersendung ist unter den 10 meistgesehenen ZDF-Programmen zu finden. Zudem liegt der Zuspruch zu »Siebenstein« – und zwar sowohl von seiten der 6- bis 9- wie von seiten der 10- bis 13jährigen – deutlich unter dem zur »Sendung mit der Maus« oder zu den »Disney Clubs«: Mit »Siebenstein« werden knapp 3% der in der Bundesrepublik lebenden 6- bis 13jährigen erreicht – auch der Marktanteil ist weit von dem der ARD-Kinderprogramme entfernt. Offensichtlich steht »Siebenstein« – das gleiche gilt für die Serie »Achterbahn« – im Schatten vor allem der ARD-Kindermagazine (und der RTL/Disney-Zeichentricks), die (letzte auch noch zeitgleich) ebenfalls am Sonntagvormittag ausgestrahlt werden (siehe RTL-Abschnitt).

Erkennbar ist an der ZDF-Liste (Übersicht 5) auch, daß das ZDF-Programm intensiv zur Abend-, speziell zur Samstagabend-Unterhaltung und zum Konsum sonstiger Entertainment-Angebote für Erwachsene herangezogen wird (»Sissi«, »Freunde fürs Leben«, »Zwei alte Hasen«, »Voll erwischt«), wobei den Vorlieben von Mädchen und Jungen wohl gleichermaßen entsprochen wird. Dieser Trend ist – abgesehen von der Serie »Freunde fürs Leben« – insbesondere für die 10- bis 13jährigen auszumachen. Wie bei der ARD spielt das ZDF-Vorabendprogramm (»Briefgeheimnis«) keine große Rolle (mehr), und auch Krimi-Serien scheinen selbst bei den 10- bis 13jährigen nur bedingt gefragt zu sein (»Der rick«).

Unter den 10 meistgesehenen ZDF-Sendungen ist – vergleichbar mit der

Übersicht 6

Die 6- bis 13jährigen: Die 7 meistgesehenen ARD- und ZDF-Kinderprogramme in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio (Rp = Rangplatz) und Marktanteil in %							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
So, 11.12. 11.30/ 28 m	ARD: Die Sendung mit der Maus (Kinder-Magazin)	0,38 / 1	35,7	0,23 / 2	39,4	0,15 / 2	31,2
So, 11.12. 08.25/ 84 m	ARD: Disney Club (Kinder-Magazin)	0,36 / 2	36,2	0,24 / 1	38,8	0,12 / 3	32,0
Sa, 10.12. 16.05/ 84 m	ARD: Disney Club (Kinder-Magazin)	0,34 / 3	32,4	0,22 / 3	40,0	0,12 / 3	24,0
Fr, 09.12. 18.54/ 23 m	ARD: Die Dinos (Kinder-Serie)	0,32 / 4	23,6	0,16 / 4	21,4	0,16 / 1	26,3
Sa, 10.12. 09.03/ 56 m	ARD: Käpt'n Blaubär Club (Kinder-Magazin)	0,21 / 5	20,3	0,13 / 5	22,5	0,08 / 5	17,5
So, 11.12. 11.04/ 25 m	ZDF: Siebenstein (Kinder-Serie)	0,21 / 5	21,1	0,13 / 5	24,4	0,08 / 5	17,3
So, 11.12. 10.35/ 29 m	ZDF: Achterbahn (Kinder-Serie)	0,14 / 7	15,1	0,06 / 7	11,9	0,08 / 5	18,8

»Tagesschau« in der ARD-Liste – das Nachrichtenprogramm »Heute« mehrmals vertreten. Zwar sind die Werte nicht sehr ausgeprägt; doch das Interesse an dem Programm und der von ihm gegebenen Information ist unübersehbar, selbst wenn die »Tagesschau« bei den Kindern augenscheinlich höher im Kurs steht. Zumindes ist dieses Interesse erheblich größer als jenes, das die 6- bis 13jährigen dem ZDF-Kindernachrichtenprogramm »logo« entgegenbringen: In der Woche vom 5. bis 11. 12. 1994 erreicht »logo« zwischen 20 000 und 80 000 der 6- bis 13jährigen (die älteren in etwas größerem Ausmaße). Bemerkenswert ist, daß die Zahl der erwachsenen »logo«-Teilnehmer/innen im Wochendurchschnitt wesentlich höher liegt – nämlich bei 260 000 Erwachsenen ab 14 Jahren. Wie das nachrichtenbezogene Verhalten der Kinder und die »logo«-Präferenz der Erwachsenen zu erklären ist (erinnert sei an die Dominanz der Nachrichtenprogramme unter den 20 meistgesehenen Sendungen der Erwachsenen ab 14 Jahren – siehe Übersicht 2), stellt eine wichtige (Untersuchungs-)Frage dar.

In diesem Zusammenhang ist noch zu erwähnen, daß die Kinder nicht nur Nachrichten zu schätzen scheinen, sondern auch andere Informations-sendungen: beispielsweise die Erzählungen über »Geheimnisse der Geschichte« oder die Öko-Aufklärun-

gen im »Wintergarten«. Dieser Tatbestand sollte gebührend berücksichtigt werden, wenn das Verhältnis der Kinder zum Fernsehen von Erwachsenen eingeschätzt wird. Immerhin erreichen »Sphinx – Geheimnisse der Geschichte« und »Wintergarten« zusammen fast so viele 6- bis 13jährige wie »Sissi«.

Auch aus dem ZDF-Angebot holen sich die Kinder eine »anstaltsspezifische« Programmzusammenstellung heraus. Sie bevorzugen deutlich die Abendunterhaltung für Erwachsene und ergänzen diesen Stoff einerseits durch die Kindersendung »Siebenstein« (6-9), andererseits durch Nachrichtenprogramme und Ratgeber-Sendungen der besonderen Art (10 bis 13; »Sphinx«, »Wintergarten«).

Bayerisches Fernsehen

Das Bayerische Fernsehen (= BFS) steht hier als Vertreter der Dritten Fernsehprogramme der ARD. Die in Übersicht 7 festgehaltenen Angaben sind nur auf die Kinder und die kindlichen TV-Teilnehmer/innen aus Bayern zu beziehen (siehe Vorbemerkung). (Die anschließend notierten Sendungen werden – mit Ausnahme von »Rundschau«, »Bayern Live« und »Adventskalender« – nur einmal in der Woche ausgestrahlt.)

Zwar sind die absoluten Angaben der Reichweiten – da nur bayernweit ge-

Übersicht 7

Die 6- bis 13jährigen: Die 10 meistgesehenen Programme des Bayerischen Fernsehens in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio (Rp = Rangplatz) und Marktanteil in % *							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
Do, 08.12. 18.45/ 16 m	Rundschau	0,04 / 1	14,9	0,02 / 2	23,1	0,02 / 1	10,3
Do, 08.12. 18.30/ 10 m	Bayern Live Süden (Informations-Serie)	0,03 / 2	11,8	0,01 / 8	8,4	0,02 / 1	13,6
Do, 08.12. 18.43/ 2 m	Sternstunden-Adventskalender	0,03 / 2	9,4	0,01 / 8	5,2	0,02 / 1	13,0
Di, 06.12. 17.04/ 27 m	Die Sendung mit der Maus (Kinder-Magazin)	0,03 / 2	19,9	0,03 / 1	36,4	0,00	2,3
So, 11.12. 15.30/ 43 m	Die deutsche Schlagerparade	0,03 / 2	33,9	0,02 / 2	42,0	0,01 / 4	23,6
So, 11.12. 16.15/ 15 m	Menschen, Marken, Meilensteine (Serie)	0,03 / 2	29,2	0,02 / 2	30,0	0,01 / 4	27,3
Do, 08.12. 17.29/ 29 m	Geschichten von anderswo (Kinder-Serie)	0,02 / 7	12,0	0,01 / 8	13,9	0,01 / 4	10,5
Fr, 09.12. 19.51/ 24 m	Polizeiinspektion 1 (Polizei-Serie)	0,02 / 7	7,9	0,01	9,5	0,01 / 4	6,3
So, 11.12. 14.00/ 71 m	Alice im Wunderland (Film-Erzählung)	0,02 / 7	34,9	0,01	41,3	0,01 / 4	31,9
Mo, 05.12. 17.06/ 28 m	Das Feuerrote Spielmobil (Kinder-Serie)	0,02 / 7	12,7	0,02 / 2	20,7	0,00	5,7
Di, 06.12. 17.32/ 12 m	Junior-Clip (Kinder-Informationen)	0,02	13,1	0,02 / 2	23,2	0,00	3,0
Di, 06.12. 17.44/ 14 m	Tagebuch einer Gänsemutter (Kinder-Serie)	0,02	10,7	0,02 / 2	18,4	0,00	0,4
Mo, 05.12. 18.45/ 17 m	Rundschau	0,02	7,6	0,01	7,4	0,01 / 4	7,8
Fr, 09.12. 18.00/ 5 m	Rundschau	0,02	11,4	0,01	11,1	0,01 / 4	11,8

* Bezugsgruppe für die zuschauenden Kinder sind die 6- bis 13jährigen aus Bayern!

messen – nicht sonderlich eindrucksvoll. Nimmt man dagegen die Relativwerte, sieht es etwas anders aus. Denn dann wird zweierlei deutlich: Erstens erreichen – ähnlich wie auf Bundesebene – »Die Sendung mit der Maus«, die »Deutsche Schlagerparade«, »Bayern Live Süden« oder »Menschen, Marken, Meilensteine« knapp 4% und eine Ausgabe der »Rundschau«-Nachrichten gut 5% der in Bayern lebenden 6- bis 13jährigen. Zweitens lassen sich die jeweils errungenen Marktanteile durchaus mit jenen vergleichen, die für ARD- und ZDF-Sendungen ermittelt worden sind. Einschränkend ist allerdings zu sagen, daß sich die 6- bis 13-jährigen auf die 6- bis 9-jährigen reduzieren (ausgenommen die Teilnahme an »Rundschau« und »Bayern Live Süden«).

Auffällig ist, daß die 10 meistgesehenen Sendungen sehr eng beieinanderliegen: Die 6- bis 9-jährigen plazieren die Sendungen nur auf drei, die 10- bis 13-jährigen sogar nur auf zwei Rängebenen. Auch hier nehmen die Nachrichten- und Informationssendungen wieder eine relativ starke Position ein – vor allem auf Seiten der 10- bis 13-jährigen. Bei den 6- bis 9-jährigen ist dagegen eine gewisse Vorliebe für Kinderprogramme festzustellen, die von den 10- bis 13-jährigen allerdings überhaupt nicht geteilt wird. Das Auswahlverhalten vermittelt daher den Eindruck, als ob die Kinder jedem der favorisierten Programme fast im gleichen Maße zuneigen – mit einer leichten Tendenz der 6- bis 9-jährigen zu Kindersendungen und der 10- bis 13-jährigen zu Nachrichten.

RTL

Beim RTL-Angebot springt sofort ins Auge, daß es hier um Reichweiten und Marktanteile geht, die um einiges über jenen liegen, die für ARD oder ZDF notiert worden sind (s. Übersicht 8).

Bei den 6- bis 13-jährigen weisen ARD keine und ZDF eine Sendung auf, die in die RTL-Reichweiten-Liste Eingang finden kann: »Wetten,

Übersicht 8

Die 6- bis 13jährigen: Die 10 meistgesehenen RTL-Programme in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio (Rp = Rangplatz) und Marktanteil in %							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
Sa, 10.12. 20.14/ 83 m	Die 100 000 Mark Show (Spiel-Serie)	0,71 / 1	37,2	0,33 / 1	43,5	0,38 / 1	32,9
Do, 08.12. 19.37/ 24 m	Gute Zeiten, schlechte Zeiten (Familien-Serie)	0,60 / 2	34,5	0,24 / 6	29,9	0,36 / 3	38,6
Sa, 10.12. 19.08/ 48 m	Aber Hallo (Spiel-Serie)	0,57 / 3	37,9	0,27 / 3	38,5	0,30 / 5	37,3
Mo, 05.12. 19.39/ 24 m	Gute Zeiten, schlechte Zeiten (Familien-Serie)	0,56 / 4	25,7	0,21	31,7	0,35 / 4	38,6
Di, 06.12. 19.36/ 24 m	Gute Zeiten, schlechte Zeiten (Familien-Serie)	0,55 / 5	34,9	0,18	27,2	0,37 / 2	40,6
Sa, 10.12. 10.12/ 22 m	Arielle (Zeichentrick-Serie)	0,55 / 5	61,3	0,28 / 2	59,7	0,27 / 9	63,2
Sa, 10.12. 10.57/ 22 m	Goofy und Max (Zeichentrick-Serie)	0,54 / 7	61,2	0,27 / 3	57,2	0,27 / 9	65,8
Fr, 09.12. 19.36/ 24 m	Gute Zeiten, schlechte Zeiten (Familien-Serie)	0,51 / 8	30,8	0,23 / 8	28,2	0,28 / 6	33,4
Sa, 10.12. 09.27/ 20 m	Power Rangers (Zeichentrick-Serie)	0,51 / 9	45,6	0,27 / 3	43,5	0,25	48,2
Mi, 07.12. 19.29/ 24 m	Gute Zeiten, schlechte Zeiten (Familien-Serie)	0,48 / 10	26,4	0,20	25,3	0,28 / 6	27,7
Di, 06.12. 20.05/ 3 m	Hollywood-Reporter (Klatsch-Serie)	0,40	31,0	0,12	24,8	0,28 / 6	34,9
Do, 08.12. 19.10/ 20 m	Explosiv – Das Magazin (Informations-Serie)	0,42	24,4	0,21 / 10	26,8	0,21	22,3
So, 11.12. 09.56/ 22 m	Aladin (Zeichentrick-Serie)	0,39	42,6	0,22 / 9	40,3	0,17	46,1
So, 11.12. 10.24/ 4 m	Geniestreiche (Zeichentrick-Serie)	0,39	44,4	0,24 / 6	46,0	0,15	42,1

daß...?« – und zwar auf Platz 2. Alle anderen ARD- und ZDF-Sendungen liegen auf einem etwas niedrigeren Niveau. Bei den Marktanteilen sieht es ähnlich aus. Die ARD kommt mit drei Sendungen (»Maus«, »Disney-Club« Sa/So bei den 6- bis 9jährigen; »Lindenstraße«, »Disney-Club«, »Maus« So bei den 10- bis 13jährigen) an die RTL-Werte heran; das ZDF schafft es mit zwei Programmen – aber nur bei den 10- bis 13jährigen (»Wetten, daß...?«, »Sissi«).

Worin die Stärken des RTL-Sortiments für die 6- bis 13jährigen bestehen, ist offenkundig. Es dominieren eindeutig die Spiel-, Familien- und Zeichentrick-Serien. Altersgruppenspezifisch teilt sich das Kinderpublikum dann folgendermaßen – und durchaus »RTL-spezifisch« – auf: Die 6- bis 9jährigen widmen sich bevorzugt den Spiel-Serien »Die 100 000 Mark Show« und »Aber Hallo«, dann den Zeichentrick-Serien »Arielle« (vermutlich besonders beliebt bei den Mädchen), »Goofy und Max« und »Power Rangers« (vermutlich besonders beliebt bei den Jungen) sowie schließlich mit einiger Zurückhaltung der Familien-Serie »Gute Zeiten, schlechte Zeiten«. Die 10- bis 13jährigen wenden sich ebenfalls den Spiel-Serien zu, vor allem der »100 000 Mark Show«, dann mit Nachdruck der Familien-Serie »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« und schließlich etwas zögerlich den Zeichentrick-Serien »Arielle« und »Goofy und Max«. Um diese Angaben richtig einschätzen zu können, ist noch einzubeziehen, daß »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« fünfmal in der Woche, »Arielle« und »Goofy und Max« samstags und sonntags ausgestrahlt werden.

Bemerkenswert ist zweierlei: Zum einen bringt es »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« aufgrund der mehrmaligen Ausstrahlung zu einem »Wochenpublikum« von gut 1,4 Mio 6- bis 9- und 2,1 Mio 10- bis 13jährige (während die 2., die sonntägliche Sendung von »Arielle« [07.16 Uhr] und »Goofy und Max« [07.59 Uhr] »nur« 60 000 bzw. 270 000 6- bis 13jährige zum Einschalten animiert). Zum andern werden die »Power Rangers« von den 10-

bis 13jährigen nicht unter die 10 meistgesehenen Sendungen eingestuft; dafür hängen allerdings 270 000 6- bis 9jährige an den Rockzipfeln dieser Schläger- und Faseltruppe – trotz der gleichzeitig erschallenden Lockrufe von ARD's »Käpt'n Blaubär«.

Dem »Käpt'n« geht es wie den Protagonisten von »Siebenstein« und »Achterbahn«. Sie müssen sich ebenfalls gegen zeitgleich gesendete RTL/Disney-Zeichentricks zur Wehr setzen: gegen »Das Geheimnis von Lost Creek«, »Splatterdome« und »Bubbles and Bonkers«, die auch 332 000, 331 000 bzw. 337 000 6- bis 13jährige beiziehen. Wie gut hat es da »Die Sendung mit der Maus«. Zu ihrer sonntäglichen Ausstrahlungszeit ist weder von RTL- noch anderer »Privat-Konkurrenz« Erwähnenswertes zu sehen – obwohl sich eine solche Konkurrenz mit dem »Maus«-Fangen sicher nicht leicht tun würde.

Ein Punkt ist noch besonders zu erwähnen: Auf dem 10. Platz der Rangreihe ist bei den 6- bis 9jährigen das Informations-Magazin »Explosiv« zu finden. Immerhin sehen sich in der

untersuchten Woche 210 000 Kinder dieser Altersgruppe (in Begleitung von ebenso vielen 10- bis 13jährigen) ein reißerisches, oft der Manipulation nahes und zweifellos aufgrund seiner Machart wie seines Inhalts nicht »kindergängiges« Polit-Schauspiel an. In der gleichen Woche wird das Magazin noch am Mittwoch (19.06 Uhr/17 m) ausgestrahlt. Dort finden sich 110 000 6- bis 9- und 130 000 10- bis 13jährige ein.

SAT.1

Bei SAT.1 wird die Woche eindeutig durch den Einschalterfolg des »Asterix«-Films geprägt, den sowohl die 6- bis 9- wie die 10- bis 13jährigen an die erste Stelle setzen und zu einem sehr hohen Marktanteil verhelfen (s. Übersicht 9).

Mitgezogen werden dadurch die dem Film vorausgehende Nachrichtensendung »Top News« und das dem Film folgende Kurzprogramm »Asterix-Special« –, womit selbstverständlich nicht der »Eigenwert«, den beide Angebote für die Kinder haben, ge-

Übersicht 9

Die 6- bis 13jährigen: Die 10 meistgesehenen SAT.1-Programme in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio (Rp = Rangplatz) und Marktanteil in %							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
Fr., 09.12. 20.15/ 79 m	Asterix bei den Briten (Kino-Film)	1,53 / 1	73,2	0,64 / 1	71,3	0,88 / 1	74,6
Fr., 09.12. 21.56/ 3 m	Asterix-Special	1,09 / 2	70,4	0,42 / 2	64,9	0,68 / 2	74,2
Fr., 09.12. 20.14/ 2 m	Top News	0,91 / 3	46,9	0,40 / 3	44,1	0,52 / 3	49,2
So, 11.12. 20.15/ 88 m	Manta – Der Film (Kino-Film)	0,39 / 4	39,7	0,10 / 6	35,6	0,28 / 4	39,7
Mo, 05.12. 20.16/ 47 m	Anna Maria – Eine Frau geht ihren Weg (Frauen-Serie)	0,38 / 5	38,2	0,10 / 6	31,3	0,28 / 4	41,3
Sa, 10.12. 18.01/ 77 m	Ran – SAT.1 Fußball	0,35 / 6	25,7	0,17 / 4	27,6	0,19 / 7	24,1
Mo, 05.12. 20.14/ 2 m	Top News	0,29 / 7	22,8	0,09 / 8	19,5	0,20 / 6	24,6
Do, 08.12. 20.14/ 45 m	Kommissar Rex (Krimi-Serie)	0,27 / 8	25,7	0,09 / 8	26,2	0,17 / 9	25,5
So, 11.12. 20.13/ 2 m	Top News	0,25 / 9	16,7	0,07	12,4	0,18 / 8	19,3
Mo, 05.12. 18.03/ 33 m	Geh aufs Ganze (Gewinnspiel-Serie)	0,19 / 10	13,8	0,08	10,5	0,11	17,8
Do, 08.12. 18.35/ 35 m	Klipp-Klapp (Spiel-Serie)	0,17	10,8	0,09 / 8	10,6	0,08	11,0
Fr., 09.12. 14.54/ 46 m	Raumschiff Enterprise (Science-Fiction-Serie)	0,17	23,2	0,05	17,4	0,12 / 10	27,3
Fr., 09.12. 19.26/ 28 m	Glücksrad (Gewinnspiel-Serie)	0,17	10,7	0,12 / 5	14,8	0,06	6,8

schmälert werden soll. Letzteres gilt insbesondere für die »Top News«, die offensichtlich vor allem bei den 10- bis 13jährigen relativ hoch im Kurs stehen. Insgesamt scheinen überhaupt die älteren Kinder wesentlich mehr an den SAT.1-Programmen interessiert zu sein als die jüngeren. Das läßt sich nicht nur am Film »Manta« ablesen, sondern auch an den beiden favorisierten Serien »Anna Maria« und »Kommissar Rex«, von denen die erste sehr attraktiv für Mädchen, die zweite ebenso attraktiv für Jungen sein dürfte. Relativ stark kommen dagegen die Jüngeren, die 6- bis 9jährigen, bei »Ran«-Fußball und der Gewinnspiel-Serie »Glücksrad« (die, wie »Geh aufs Ganze«, nichts anderes als eine langgezogene Werbesendung darstellt) zum Zuge. Dafür begeistert sie das »Raumschiff Enterprise« – hier die schon etwas antiquierte und in früheren Zeiten hochgeschätzte Realfilm-Version – nicht sonderlich.

Im Hinblick auf die (anscheinend etwas mäßige) Zuwendung, die die Kinder den Sendungen »Geh aufs Ganze«, »Glücksrad« und »Raumschiff Enterprise« zukommen lassen, darf allerdings eines nicht übersehen werden: Die Serien, zu denen diese Programme gehören, werden nicht einmal in der Woche ausgestrahlt, sondern mehrmals – »Geh aufs Ganze« und »Raumschiff Enterprise« an fünf (Mo-Fr), »Glücksrad« an sieben Tagen (Mo-So). Das bedeutet: »Raumschiff Enterprise« erreicht in der untersuchten Woche 670 000, »Glücksrad« 610 000 und »Geh aufs Ganze« 590 000 6- bis 13jährige (Überschneidungen zwischen den Publika der einzelnen »Raumschiff«-, »Glücksrad«- und »Geh aufs Ganze«-Sendungen sind einzukalkulieren).

Insofern läßt sich zusammenfassend festhalten, daß das SAT.1-Angebot erstens stärker die älteren Kinder anzieht, zweitens bevorzugt als Filmlieferant betrachtet wird und drittens sowohl mit seinem Nach-Schul-schluß-Schmankerl (»Raumschiff Enterprise«) wie mit seinen Gewinnspiel-Serien ein nicht zu vernachlässigendes Publikum vor den Bildschirm bringt.

PRO SIEBEN

Der Sender, der alles in allem bei den Kindern am besten wegkommt (sowohl hinsichtlich Reichweiten wie Marktanteilen), dürfte PRO SIEBEN sein. Das liegt vor allem daran, daß er – eingeschränkt auf sein Vorabend-Programm (17.20–20.00 Uhr) – der Lieblingssender der 6- bis 9jährigen zu sein scheint. Diese goutieren offensichtlich am nachhaltigsten die Zeichentrick-Serien »Familie Feuerstein«, »Die Simpsons«, »Animaniacs« und »Dennis« und verschaffen sieben Sendungen in der untersuchten Woche jeweils einen Marktanteil von mindestens 55% (s. Übersicht 10).

Die 10- bis 13jährigen haben für die »Animaniacs« und den Straßenschreck »Dennis« offenbar nicht allzu viel übrig. Den anderen Serien gegenüber nehmen sie ein leicht ambivalentes Verhältnis ein. Diese plazieren sie mal an vorderer, mal an hintere-

rer Stelle der Rangreihe – konstant eingestuft wird nur die Comedy-Serie »Alf«, allerdings auf einem Mittelplatz. Den Spitzenplatz hält »Rock 'n' Roll Daddy« – eine Serie, die teilweise eher auf ältere Kinder zugeschnitten ist.

Auch das ziemlich einfach gestrickte Bild, das für PRO SIEBEN festzuhalten ist, läßt sich nur korrekt bewerten, wenn einkalkuliert wird, daß die in Übersicht 10 notierten Sendungen Teile von Serien sind, die mehrmals in der Woche ausgestrahlt (inklusive: wiederholt) werden und insofern mehrmals die Gelegenheit haben, ein Kinderpublikum um sich zu scharen. Bezogen auf die einzelnen Serie und den Zeitraum der untersuchten Woche heißt das: »Die Feuersteins« werden an allen Tagen der Woche ausgestrahlt und dabei von Montag bis Freitag zweimal täglich; dadurch stellen sich bei der Steinzeitfamilie rund 4 Mio 6- bis 13jährige ein. »Die Simpsons«, die von Montag bis Freitag und

Übersicht 10

Die 6- bis 13jährigen: Die 10 meistgesehenen PRO SIEBEN-Programme in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio (Rp = Rangplatz) und Marktanteil in %							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
Do, 08.12.	Familie Feuerstein (Zeichentrick-Serie)	0,75 / 1	53,1	0,45 / 2	57,6	0,30 / 3	47,6
Mo, 05.12.	Familie Feuerstein (Zeichentrick-Serie)	0,72 /	55,8	0,47 / 1	61,9	0,25 / 10	47,1
Do, 08.12.	Die Simpsons (Zeichentrick-Serie)	0,72 / 2	47,1	0,39 / 5	47,1	0,33 / 2	47,1
Mo, 05.12.	Die Simpsons (Zeichentrick-Serie)	0,69 / 4	47,6	0,42 / 3	54,1	0,27 / 8	40,1
Do, 08.12.	Rock 'n' Roll Daddy (Comedy-Serie)	0,62 / 5	37,2	0,28	36,3	0,34 / 1	38,0
Di, 06.12.	Die Simpsons (Zeichentrick-Serie)	0,60 / 6	45,0	0,32	45,9	0,28 / 5	43,9
Do, 08.12.	Alf (Comedy-Serie)	0,60 / 6	33,7	0,31	37,4	0,29 / 4	30,4
Mi, 07.12.	Rock 'n' Roll Daddy (Comedy-Serie)	0,57 / 8	40,1	0,31	43,5	0,26 / 9	36,8
Do, 08.12.	Animaniacs (Zeichentrick-Serie)	0,57 / 8	47,8	0,36 / 6	56,8	0,20	37,2
Di, 06.12.	Alf (Comedy-Serie)	0,56 / 10	35,9	0,28	40,5	0,28 / 5	32,2
Mi, 07.12.	Alf (Comedy-Serie)	0,56	32,0	0,28	36,7	0,28 / 5	28,2
Mo, 05.12.	Rock 'n' Roll Daddy (Comedy-Serie)	0,54	37,1	0,32 / 9	47,0	0,22	28,3
Di, 06.12.	Animaniacs (Zeichentrick-Serie)	0,54	56,1	0,34 / 7	64,2	0,19	46,0
Mo, 05.12.	Animaniacs (Zeichentrick-Serie)	0,53	53,3	0,40 / 4	66,5	0,18	45,1
Mi, 07.12.	Animaniacs (Zeichentrick-Serie)	0,53	53,3	0,34 / 7	67,2	0,19	38,5
Mo, 05.12.	Dennis (Zeichentrick-Serie)	0,51	53,5	0,32 / 9	60,0	0,18	45,1

am Sonntag einmal täglich auf dem Bildschirm zu verfolgen sind, kommen auf 3,3 Mio. Bei »Rock 'n' Roll Daddy« und »Alf« – Montag bis Donnerstag einmal pro Tag auf der Mattscheibe – sind es etwas weniger: nämlich 2,3 bzw. 2,2 Mio. Die »Animaniacs«, die von Montag bis Sonntag herumwuseln und das mittwochs und donnerstags gleich zweimal tun, rufen 3,2 Mio zusammen, und »Dennis«, der von Montag bis Freitag die Nachbarschaft aufmischt, bringt es immerhin auf 2,3 Mio.

Ob pro Woche dann tatsächlich solche Publikumszahlen erreicht oder ob diese Zahlen um einiges kleiner werden, weil sich die Publika der einzelnen Sendungen mehr oder minder stark überschneiden – weil sich also möglicherweise die 150 000 6- bis 13jährigen, die am Sonntag Gäste der »Familie Feuerstein« sind, insgesamt oder teilweise aus den 750 000 Kindern rekrutieren, die am Donnerstag bei der Sendung anzutreffen sind –,

muß, wie bereits gesagt, an dieser Stelle aufgrund Datenmangels dahingestellt bleiben. Deutlich müßte jedoch auf jeden Fall werden, daß die Spitzensendungen, die Kinder für die Woche angeben, noch gewichtiger werden, wenn die Gesamtzahl ihrer Ausstrahlung einbezogen wird.

RTL 2

Nicht schlecht schneidet auch das RTL 2-Programm ab, das sich – im Unterschied zu PRO SIEBEN – als ein Angebot versteht, das von Montag bis Freitag zwischen 6.00/9.45 Uhr und 13.15/17.20 Uhr ein zwar nicht offiziell so benanntes, aber dennoch faktisches Kinderprogramm präsentiert – das heißt eine Phalanx von Zeichentrick-Serien, verbunden durch Moderationssendungen um die Puppe »Vampy« (s. Übersicht 11).

Klarer noch als bei PRO SIEBEN zeigt sich bei RTL 2, daß hier in sehr

starkem Maße die 6- bis 9jährigen im Zentrum stehen und sich vor allem zwei Zeichentrick-Serien (»Mila Superstar«, »Frau Pfeffertopf«) und der (mit lehrreichen Kurzgeschichten angereicherten) »Vampy«-Moderation zuwenden. Die 10- bis 13jährigen konzentrieren sich dagegen erkennbar auf die Zeichentrick-Reihe »Mila Superstar« und widmen sich den »Vampy«-Geschichten und der »Frau Pfeffertopf« eher zurückhaltend –, was unter altersspezifischen Gesichtspunkten allerdings leicht zu erklären ist.

Verständlicherweise beziehen sich die älteren Kinder intensiver als die jüngeren auf die Programme, die gezielt Jugendliche ansprechen, wie »Bravo Hits '94« und die Familienserie »Ich heirate eine Familie«, in der es in Peter Weck'scher Unterhaltungsmanier unter anderem um die familiäre Situation Jugendlicher geht. Daß es auch umgekehrt sein kann und die an ältere Kinder adressierten Sendungen eher jüngere Kinder ansprechen, kann am Einschalterfolg von »Beverly Hills Teens« abgelesen werden. Ähnliches gilt für »Wunderbare Pollyanna« – eine betont an Mädchen gerichtete Serie –, die zwar bei den 10- bis 13jährigen einen Mittelplatz einnimmt, aber von ebenso vielen 6- bis 9jährigen eingeschaltet wird (allerdings nicht zu den 10 meistgesehenen Sendungen dieser Altersgruppe zählt).

Was im PRO SIEBEN-Abschnitt gesagt wurde, trifft hier ebenfalls zu. Da die 10 meistgesehenen RTL 2-Sendungen zu Serien gehören, deren Einzelsendungen mehrmals in der untersuchten Woche ausgestrahlt (inklusive: wiederholt) werden, müssen auch diese Ausstrahlungen berücksichtigt werden: Die in der Übersicht genannten Serien werden von Montag bis Freitag zweimal täglich gesendet; das Programm »Vampy« ist – als Moderationssendung – von Montag bis Freitag mehrmals täglich zu sehen. Insofern finden sich bei »Vampy« pro Tag 1,6 Mio 6- bis 13jährige ein, während von Montag bis Freitag bei »Mila Superstar« 2 Mio, bei »Frau Pfeffertopf« 1,7 Mio, bei »Beverly Hills Teens« 1,5 Mio und

Übersicht 11

Die 6- bis 13jährigen: Die 10 meistgesehenen RTL 2-Programme in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio (Rp = Rangplatz) und Marktanteil in %							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
Mo, 05.12. 14.20/ 23 m	Mila Superstar (Zeichentrick-Serie)	0,40 / 1	60,5	0,21 / 9	65,6	0,19 / 2	55,7
Fr, 09.12. 14.26/ 23 m	Mila Superstar (Zeichentrick-Serie)	0,40 / 1	46,5	0,26 / 2	61,2	0,14 / 6	32,0
Mo, 05.12. 14.18/ 3 m	Vampy – Alles Okay (Zwischenspiele-Serie)	0,38 / 3	61,8	0,22 / 6	68,1	0,16 / 3	55,0
Do, 08.12. 14.23/ 23 m	Mila Superstar (Zeichentrick-Serie)	0,38 / 3	50,5	0,23 / 3	62,8	0,15 / 4	39,2
Fr, 09.12. 13.53/ 23 m	Frau Pfeffertopf (Zeichentrick-Serie)	0,37 / 5	50,0	0,27 / 1	63,5	0,09	31,0
Fr, 09.12. 14.23/ 3 m	Vampy – Alles Okay (Zwischenspiele-Serie)	0,36 / 6	45,0	0,23 / 3	57,0	0,12	32,3
Di, 06.12. 14.20/ 23 m	Mila Superstar (Zeichentrick-Serie)	0,34 / 7	52,9	0,19	55,3	0,14 / 6	50,0
Mi, 07.12. 14.22/ 23 m	Mila Superstar (Zeichentrick-Serie)	0,34 / 7	58,8	0,23 / 3	71,6	0,12	43,5
Mi, 07.12. 14.45/ 4 m	Vampy – Zaubertricks (Zwischenspiele-Serie)	0,34 / 7	56,7	0,22 / 6	68,0	0,12	43,0
Do, 08.12. 13.50/ 23 m	Frau Pfeffertopf (Zeichentrick-Serie)	0,33 / 10	53,7	0,22 / 6	66,2	0,11	39,1
Do, 08.12. 14.21/ 3 m	Vampy – Alles Okay (Zwischenspiele-Serie)	0,32	45,7	0,19	55,6	0,14 / 6	36,6
Do, 08.12. 14.47/ 4 m	Vampy – Geistesblitze (Zwischenspiel-Serie)	0,32	45,6	0,17	55,0	0,15 / 4	38,4
Mo, 05.12. 16.32/ 20 m	Beverly Hills Teens (Jugend-Serie)	0,30	38,0	0,21 / 9	53,7	0,09	23,2
So, 11.12. 15.49/ 80 m	Bravo Hits '94	0,30	26,9	0,07	12,9	0,23 / 1	41,1
Mo, 05.12. 14.54/ 21 m	Wunderbare Pollyanna (Zeichentrick-Serie)	0,29	44,8	0,15	58,1	0,14 / 6	35,9
Sa, 10.12. 17.10/102 m	Ich heirate eine Familie (Familien-Serie)	0,19	15,2	0,06	9,6	0,14 / 6	19,9

bei »Wunderbare Pollyanna« 1,4 Mio aus der Altersgruppe gezählt werden. (Zur Erinnerung: Überschneidungen zwischen den Publika der einzelnen »Mila«-, »Peffertopf«-, »Beverly«-, »Pollyanna«- und »Vampy«-Sendungen sind einzukalkulieren.)

Kabelkanal (KABEL 1)

Den RTL 2-Gepflogenheiten vergleichbar wird auch im Kabelkanal – heute KABEL 1 genannt – überwiegend ein Angebot offeriert, dessen größter Teil (und zwar von Montag bis Freitag zwischen 7.15/10.45 Uhr und 13.00/16.45 Uhr) faktisch aus einer Art Tagesprogramm für Kinder besteht – wie bei RTL 2 ein Bündel aus Zeichentrick-Serien, zusammengehalten durch Moderationssendungen um die Puppe »Bino« (s. Übersicht 12).

Im Unterschied zum RTL 2-Angebot nutzen die 6- bis 13jährigen die Kabelkanal-Sendungen jedoch sehr viel mäßiger. Das schlägt sich insbesondere in den Reichweiten und Marktanteilen nieder, die für die 10- bis 13jährigen angegeben werden: Mehr als 60 000 Zuschauer/innen kommen anlässlich der Spitzensendungen nicht zusammen. Hierbei nimmt die – über Telefon »interaktiv« betriebene und mit einigem Schwierigkeitsgrad ausgestattete – Telespiel-Show »Hugo« den ersten Rang ein. Hinter ihr platzieren sich die starken »Thundercats« aus dem All, die auch von älteren Kindern immer noch gern gesehenen »Schlumpfe« und ein neugestylter »Batman«.

Die 6- bis 9jährigen, die in mindestens doppelt so großer Zahl wie die 10- bis 13jährigen im Kabelkanal-Kinderpublikum vertreten sind, halten sich ebenfalls an die »Schlumpfe«, die niedlich-schlichte »Pixi« und den schon jahrzehntelang brüllenden weißen Löwen »Kimba«. Einige Exkursionen zu den »Thundercats« und zu »Batman« werden zwar nicht verschmäht, spielen aber offensichtlich keine bedeutende Rolle. Auch der moderierende Pausenfüller »Bino« taucht – im Gegensatz zur RTL 2-Puppe »Vampy« – unter den 10

meistgesehenen Sendungen der 6- bis 9jährigen nur einmal auf (bei den 10- bis 13jährigen überhaupt nicht).

Wie bei der PRO SIEBEN- und der RTL 2- ist bei der Kabelkanal-Programmauswahl zu bedenken, daß die in der Übersicht genannten Serien mehrmals in der untersuchten Woche ausgestrahlt (und/oder Teile von ihnen wiederholt) werden und daher ein weitaus größeres Publikum an sich binden können, als sich in den Werten für die Spitzensendungen ausdrückt. So zeigt sich für das Moderationsprogramm »Bim Bam Bino«, daß in der untersuchten Woche keine seiner Einzelsendungen mehr als 100 000 6- bis 13jährigen zum Einschalten bewegen kann. Gleichzeitig läßt sich dem Datenmaterial aber entnehmen, daß das Programm »Bim Bam Bino«, da es täglich mehrmals ausgestrahlt wird, ein Tagespublikum von 420 000 6- bis 13jährigen hat (Überschneidungen inklusive). Ähnliches gilt für die anderen Serien

ebenfalls, wenn man ihre Ausstrahlung in der untersuchten Woche berücksichtigt (Überschneidungen ebenfalls inklusive). So entfallen auf »Die Schlumpfe« 800 000 6- bis 13jährige (Montag bis Sonntag 2×); auf »Pixi« 620 000 (Montag bis Freitag 2×, Sonntag 1×); auf »Hugo« 580 000 (Montag bis Freitag 2×, Samstag/Sonntag 1×); auf die »Thundercats« 540 000 (Montag bis Mittwoch und Samstag/Sonntag 1×, Donnerstag/Freitag 2×); auf »Batman« 470 000 (Montag/Dienstag/Sonntag 1×; Mittwoch bis Samstag 2×); und schließlich auf »Kimba« 360 000 (Montag bis Mittwoch 1×, Donnerstag/Freitag 2×).

V. Schlußbemerkung

Es wurde zu Anfang der Darstellung darauf hingewiesen, daß das zugrunde gelegte Datenmaterial nur zu einer begrenzten Beschreibung des

Übersicht 12

Die 6- bis 13jährigen: Die 10 meistgesehenen Kabelkanal/KABEL 1-Programme in der Woche vom 5. bis 11. Dezember 1994 – Zuschauer/innenzahl in Mio, Rangplatz (Rp) und Marktanteil in %							
Tageszeit	Programmtitel	6-13		6-9		10-13	
		Mio/Rp	%	Mio/Rp	%	Mio/Rp	%
Di, 06.12.	Thundercats	0,13 / 1	20,4	0,08 / 4	25,9	0,05 / 2	14,8
15.15/ 22 m	(Zeichentrick-Serie)						
Do, 08.12.	Pixi im Wolkenkuckucksheim	0,13 / 1	20,7	0,08 / 4	23,6	0,05 / 2	17,3
13.46/ 23 m	(Zeichentrick-Serie)						
Di, 06.12.	Die Schlumpfe	0,12 / 3	29,8	0,06	31,6	0,05 / 2	27,8
13.08/ 24 m	(Zeichentrick-Serie)						
Mi, 07.12.	Die Schlumpfe	0,12 / 3	32,1	0,08 / 4	35,0	0,04 / 6	26,8
13.13/ 23 m	(Zeichentrick-Serie)						
Fr, 09.12.	Die Schlumpfe	0,12 / 3	25,7	0,09 / 1	26,8	0,03	22,5
13.09/ 22 m	(Zeichentrick-Serie)						
Di, 06.12.	Hugo (Gameshow)	0,11 / 6	16,3	0,05	15,7	0,06 / 1	17,0
16.09/ 27 m							
Fr, 09.12.	Pixi im Wolkenkuckucksheim	0,11 / 6	16,0	0,09 / 1	21,9	0,02	6,0
13.45/ 23 m	(Zeichentrick-Serie)						
Fr, 09.12.	Kimba, der weiße Löwe	0,11 / 6	13,0	0,09 / 1	20,6	0,02	5,1
14.14/ 19 m	(Zeichentrick-Serie)						
Fr, 09.12.	Ein Fall für Batman	0,11 / 6	14,0	0,07 / 8	20,3	0,04 / 6	8,7
14.37/ 22 m	(Zeichentrick-Serie)						
Mo, 05.12.	Pixi im Wolkenkuckucksheim	0,10 / 10	19,4	0,07 / 8	25,2	0,03	12,5
13.40/ 23 m	(Zeichentrick-Serie)						
Di, 06.12.	Ein Fall für Batman	0,10	16,2	0,07 / 8	22,0	0,03	10,0
14.41/ 22 m	(Zeichentrick-Serie)						
Do, 08.12.	Die Schlumpfe	0,10	24,4	0,06	27,2	0,04 / 6	21,4
13.11/ 23 m	(Zeichentrick-Serie)						
Fr, 09.12.	Bim Bam Bino – Bino & Friends (Zwischenspiel-Serie)	0,10	16,4	0,08 / 4	19,9	0,02	8,8
13.36/ 5 m							
Mi, 07.12.	Ein Fall für Batman	0,08	14,5	0,04	13,0	0,04 / 6	16,1
14.44/ 23 m	(Zeichentrick-Serie)						
So, 11.12.	Die Schlumpfe	0,08	9,8	0,03	6,5	0,05 / 2	13,2
12.33/ 23 m	(Zeichentrick-Serie)						
So, 11.12.	Thundercats	0,09	9,5	0,04	10,1	0,05 / 2	9,1
13.39/ 21 m	(Zeichentrick-Serie)						

Fernsehverhaltens von Kindern taugt. Zum Abschluß sollen nun einige Fragen benannt werden, die anhand des Datenmaterials nicht zu beantworten sind – die aber beantwortet werden müssen, wenn die zuvor referierten Resultate publikums- und programmanalytisch tiefergehend und weiterführend aufgeschlüsselt werden sollen. Die Fragen haben eher spontanen, denn systematischen Charakter; sie beanspruchen weder Vollständigkeit, noch weisen sie alle eine begründete Themen- und Problemrelevanz auf.

Zahl der zuschauenden Kinder, Überschneidungen

Wie umfangreich ist das »einschaltende« Kinderpublikum pro Tag/pro Woche, wenn die Überschneidungen zwischen den Publika der verschiedenen Sendungen (inklusive Wiederholungssendungen) bereinigt werden? Wie umfangreich ist das »einschaltende« Kinderpublikum pro Tag/pro Woche bei den Serien, wenn die Überschneidungen zwischen den Publika, die die Einzelsendungen der jeweiligen Serie verfolgen, bereinigt werden? Wie groß ist das Kinderpublikum, das die Wiederholung einer bereits angeschauten (Serien-)Sendung einschaltet?

Einschalten von Programmen

Schalten die Kinder selbst ein? Wenn ja – wenn nein: bei welchen Programmen? Werden Programme, die der eingeschalteten Sendung vorausgehen oder folgen, »mitgezogen«? Welche geschlechts-, schicht- und milieuspezifischen Unterschiede gibt es bei der Programmeinschaltung? Welche Konsequenzen haben der Familien-, der Schul- und der Freizeittag der Kinder (materielle Bedingungen; kommunikativ-interaktive Konstellation; erlernte Denk-, Affekt- und Handlungsmuster) auf das Einschalten von (welchen) Programmen?

Nutzen von Programmen

Wie nutzen die – in ihrem Verhalten durch die oben genannten Variablen bestimmten – Kinder, die ein Programm eingeschaltet haben, dieses? Beginnt mit der Einschaltzeit die

Nutzung des Programms? Wie umfangreich ist die Nutzungsdauer je Programm? Wird vor Ende der Sendung abgeschaltet oder zu einem anderen Programm gewechselt? Wandern die Kinder zwischen verschiedenen Programmen hin und her? Ist Fernsehen für die Kinder die Haupt- oder eine Nebenbeschäftigung? Welche Konsequenzen haben die oben genannten sozialstatistischen und sozio-psychischen Variablen auf das Nutzungsverhalten der Kinder?

Bezug zu den Anstalten

Wenn (wie weiter oben angedeutet) die Kinder bei ARD, ZDF, RTL etc. eine je spezifische Programmzusammenstellung auswählen – hängt das nur mit den jeweils anderen Angeboten zusammen oder auch damit, daß die Anstalten den Kindern ein bestimmtes Image, eine bestimmte »corporate identity« präsentieren (ARD ist der »Kinderprogramm-Veranstalter«, PRO SIEBEN ist der »Zeichentrick-King«)? Gibt es einen ARD/ZDF- und einen Kommerzblock im Kinderpublikum? Sind solche Vorlieben gebunden an besondere individuelle und soziale Merkmale der Kinder? Haben die einzelnen Anstalten eine Art (kindliches) Stammpublikum oder müssen sie mit einem von Anstalt zu Anstalt wandernden Publikum rechnen?

Nutzen spezifischer Programme

Lassen sich die Auswahl und Nutzung bestimmter Programme auf spezifische individuelle und soziale Merkmale der Kinder, auf deren Denk-, Affekt- und Handlungsmuster, auf die wichtigen Alltagsthemen und -probleme beziehen? Sprechen »Pixi«, die »Wunderbare Pollyanna«, »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« oder »Anna Maria – Eine Frau geht ihren Weg« eher Mädchen als Jungen an, weil sie gezielter an den handlungsleitenden Themen der Mädchen anknüpfen? Kommen die »Power Rangers« und die »Simpsons« aufgrund ihrer Gewalttätigkeit und Ruppigkeit eher bei Jungen als bei Mädchen und eher bei aggressionsbeladenen als bei entspannten Kindern an? Sind letztere dafür stärker interessiert an der

»Familie Feuerstein«, den »Schlumpfen« oder »Alf«? Hängt die Vorliebe für Familien- und Freundschaftsserien à la »Lindenstraße« und »Freunde fürs Leben« mit der Situation der Kinder in der eigenen Familie und in der Gruppe der Gleichaltrigen zusammen? Entsteht das besondere Interesse der Kinder an (Gewinn-)Spiel-Serien aus den Auseinandersetzungen, die die Kinder um Durchsetzung und Anerkennung in den Konkurrenzsituationen »Schule« und »Freizeit« führen müssen? Warum schätzen die Kinder Erwachsenen-Nachrichten so hoch ein? Sehen sie sich dadurch in die Welt der Erwachsenen hineingezogen? Hoffen sie zu erfahren, was um sie herum vorgeht? Oder imitieren sie nur die Nachrichtenpräferenz ihrer Eltern? Warum sind die Kinder an eigens für sie produzierten Nachrichtensendungen derart desinteressiert? Wie beurteilen sie angesichts der Flut von »attraktiven« Programmen überhaupt die an sie adressierten, offiziellen Kindersendungen? Können sie in dem Wust von ihnen nachjagenden Programmen noch unterscheidend und differenzierend operieren? Sind die »Maus« und »Alfred J. Kwak« für die Kinder etwas anderes als die »Power Rangers«? Entspricht den Kindern – ihren Bedürfnissen und Erwartungen – das eine eher als das andere? Oder erfüllen die Programme nur verschiedene, aber für die Kinder gleich wichtige Aufgaben? Und wie hängen die Antworten gerade auf die letztgestellten Fragen von der individuellen und sozialen Situation der Kinder ab? ■

DIE AUTOREN

Michael Schmidbauer, Dr. phil., ist Soziologe und freier wissenschaftlicher Autor.

Paul Löhr ist Pädagoge und Leiter des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen beim Bayerischen Rundfunk.