

## BELGIEN

*Jos Tuerlinckx*

# Mit Filmen für Babys in Flanderns TV-Hitparaden

**Gegen die Kommerz-Konkurrenz setzen sich Flanderns öffentlich-rechtliche Kinderredakteure mit Qualität und Kompetenz zur Wehr. Leidtragende sind aber weniger die kommerziellen Sender Belgiens, sondern die Programme der benachbarten Holländer. Den Kampf um die jugendlichen »Alles-Seher« haben die Flamen hingegen fast vollständig aufgegeben.**

**A**ls vor fünf Jahren Gerüchte aufkamen, daß in Flandern ein rein kommerzieller Sen-

der gegründet würde, gab es nur wenige beim öffentlich-rechtlichen Sender BRT (Belgische Radio en Televisie) – jetzt BRTN (N für niederländisch) –, die daran glauben wollten. Auf einem so kleinen Grundgebiet gibt es für so etwas keinen Platz, geschweige denn Geld, glaubte man. Im Jahre 1991 ist der kommerzielle Sender Vlaamse Televisie Maatschappij (VTM – Flämische Fernsehgesellschaft) mehr als eine Realität, und die Mehrheit der BRTN-Mitarbeiter empfindet VTM als eine Be-

drohung. Grund dafür ist, daß VTM nicht im gleichen Maße wie BRTN an die berühmten drei Grundregeln gebunden ist: die Programme sollen informativ, lehrreich und entspannend sein. Ein weiteres Ärgernis war, daß die politische Seite durch den kommerziellen Sender VTM das BRTN-Monopol aufheben wollte. Gleichzeitig spielte sie VTM das Reklame-monopol zu und legte dem BRTN darüber hinaus auch noch Sparmaßnahmen auf. Diese Tendenz ist auch heute noch zu erkennen.

Nach mehr als zwei Jahren sitzt der kommerzielle Sender fest im Sattel, und das ganz sicher solange, wie der Gesetzgeber andere kommerzielle Sender wie RTL aus dem Kabelnetz fernhält, was auf die Dauer gegen europäische Richtlinien verstößt.

Da sich VTM hauptsächlich auf leichte Unterhaltung konzentriert, viele Spielsendungen, Soap Operas und ein großes Filmangebot offeriert, konnte es schnell einen größeren Teil der Zuschauer für sich gewinnen als das BRT. Am Anfang konnte das BRT nur zwei oder drei Sendungen in den Top-20 der meist gesehenen Sendungen landen. Glücklicherweise haben sich die Dinge in der letzten Zeit geändert, und wir bringen inzwischen acht Sendungen unter die ersten 20.

Offensichtlich holt das BRT jetzt auf, nachdem es viel zu lange panisch im Dunkeln tappte.

Komischerweise hat es diese Konkurrenz bei den Kindersendungen nie gegeben, im Gegenteil. Früher haben viele Kinder die niederländischen Sender angeschaut, zum Beispiel die »Sesamstraße«, die aus dem Programm des BRTN schon vor zehn Jahren gestrichen wurde. Heute steht in den Top-20 der meistgesehenen Kindersendungen in Flandern keine einzige niederländische Sendung mehr. Diese Konkurrenz wurde durch VTM völlig ausgeschaltet. Eine Erklärung dafür könnte sein, daß Kinder am liebsten Sendungen in ihrer eigenen Sprache sehen, und daß ihnen das Niederländische (Holländische) wie ein komischer Dialekt vorkommt, obwohl Flämisch und Holländisch zwei Dialektgruppen des Niederländischen sind.

VTM hat die jüngsten Zuschauer den Niederländern abgejagt. Bei den 3- bis 5jährigen sehen nur noch 7% niederländische Sendungen, im Gegensatz zu 1986, wo es noch 41% waren. Heute schauen 39% VTM und 31% BRTN. Mit zunehmendem Alter steigt die Prozentzahl. Kurz, die meisten Kinder bis zu 12 Jahren gucken erst VTM, dann BRTN und fast gar nicht die niederländischen Sender.

Daß mehr Kinder VTM sehen ist verständlich, da Kinder nun einmal nicht nur Kindersendungen sehen, sondern

auch sehr gerne sogenannte populäre Familienprogramme: VTM bietet mehr Spielsendungen an, mehr »flämischen Humor« und Sendungen wie »Mac Gyver« und »Rambo« sowie populäre flämische Musiksendungen. Beim BRTN sehen sie sich auch »Tom und Jerry« an, aber lieber ist ihnen »Neighbours«.

Seit VTM sehen mehr Menschen fern, auch mehr Kinder, da das Angebot größer geworden ist, und auch weil es mehr Videogeräte gibt.

Obwohl VTM ungefähr 12% unserer jungen Zuschauer gewinnen konnte, behaupten sich die Kindersendungen des öffentlichen BRTN erstaunlich gut. Zu Anfang dieses Jahres erstellte das BRTN eine Studie über die Top-20 der meist gesehenen Kindersendungen in Flandern. Von 80 Kindersendungen kamen nur drei von VTM, alle anderen 77 waren BRTN-Sendungen. Bis zu 85% der Zielgruppe schauen BRTN-Kindersendungen.

Wie ist das zu erklären?

Zunächst bietet VTM immer weniger reine Kindersendungen an, da Kindersendungen keinen kommerziellen Wert haben. Dieser Trend hat sich in der letzten Zeit intensiviert. Seit kurzem ist es VTM verboten, vor und nach den Kindersendungen Reklame auszustrahlen. Und sofort wurden einige dieser Sendungen aus dem Programm genommen.

Zweitens erzieht das BRTN die Kinder schon fast in der Wiege zum richtigen Fernsehverhalten. Als das BRTN vor zehn Jahren zum ersten Mal eine Kleinstkindersendung im EBU-Austausch anbot, schlug das ein wie eine Bombe. Das BRTN hatte es gewagt, die inzwischen international bekannte Sendung »Tik Tak« zu starten, bei der schon Kinder von 9 Monaten fasziniert zuzuschauen scheinen. Die Kollegen aus vielen Ländern waren damals über das BRTN entsetzt. Wie konnten wir es wagen, schon so kleine Kinder mit Fernsehen zu verderben!

Später schien man aber aus wissenschaftlichen Studien schließen zu können, daß eine Sendung wie »Tik Tak«, in der kein Wort gesprochen wird, die aber viele Farben, Formen, Wiederholungen und Dinge zeigt, die

Kindern aus ihrer Welt bekannt sind, die Kinder dazu anregt, zu sprechen und besser mit Sprache umzugehen.

Das BRTN sendet »Tik Tak«, das nicht länger als fünf Minuten dauert (so groß ist der schlechte Einfluß nun auch wieder nicht), jeden Tag um 18.00 Uhr, wenn »die beiden Zeiger der Uhr genau gegenüber stehen«. Jedes Kleinkind weiß das und seitdem auch seine Eltern. Seit kurzem hat das BRTN 365 Folgen fertiggestellt und noch eine dazu, die alle vier Jahre am 29. Februar ausgestrahlt wird ...

Somit wurde auch im Spielzeugmuseum von Mechelen ein »Tik Tak«-Saal eröffnet, in dem Jung und Alt sehen können, wie so ein Programm gemacht wird. Denn es reicht nicht, einfach nur eine Sendereihe zu produzieren, man muß eine ganze Kultur darum herum aufbauen: Bücher, Gadgets, Modeartikel. Verkaufspolitik spielt hier eine große Rolle, wobei jedoch darauf geachtet wird, daß alles kindgerecht ist. Ganz sicher bringen wir keine »Tik Tak«-Zigaretten auf den Markt (auch nicht aus Schokolade).

Vor zwei Jahren startete das BRTN eine neue Kinderserie: »Samson«, ein freundlicher Hund und sein Freund Gert (ein lebender Moderator, Samson ist eine Puppe). Eine Sendung, die am Sonntagmorgen gesendet und am Mittwochnachmittag wiederholt wird, wenn die Kinder nicht zur Schule müssen. Ferner jeden Mittag während der kürzeren Ferien. Auch hier hat man sich eine Verkaufspolitik überlegt. In den Sommerferien tritt das »Samson«-Team mit einer eigenen Show an der See auf: ein Riesenerfolg! Darüber hinaus produziert das BRTN natürlich noch andere Sendungen für Kinder, u.a. mit Material aus den erfolgreichen EBU-Austauschprogrammen: Qualitätsfernsehen auf europäischem Niveau.

Ab einem Alter von 9 Jahren nimmt das Interesse der Kinder für Kindersendungen deutlich ab, und mit 12 Jahren haben wir sie fast völlig verloren. Ab diesem Alter schauen sie alle Programme, dann gehören sie zu den schwer erreichbaren Gruppen der »non-viewers« oder der Allesgucker. Sie sehen sich dann hauptsächlich die »Prime-time-Sendungen« an, was

## BELGIEN

nicht verwunderlich ist, denn die Familiensendungen sind auf ihrem Niveau. Arme Erwachsene?

Wegen dieses Zuschauerverhaltens hat die BRTN-Jugendabteilung beschlossen, sich mit Kindern bis zu 12 Jahren zu befassen, wobei die Jugendlichen vielleicht etwas vernachlässigt werden. Die Entscheidung war auf keinen Fall einfach und ist wohlüberlegt, obwohl sie bestimmt auch durch die Haushaltseinschränkungen beeinflusst worden ist. Die verbissenen Versuche einiger öffentlich-rechtlicher Anstalten, die Kinder und Jugendlichen ab 12 Jahren doch noch durch entsprechende Sendungen zu gewinnen, sind bedauernswert.

Eine Sache ist jedoch sicher: Es bleibt auch nach dem Erscheinen kommerzieller Sender sinnvoll und wichtig, entsprechende Sendungen für jüngere Kinder zu machen, für Kleinkinder und Schulkinder ... Wichtig ist auch, daß die EBU-Arbeitsgruppe Jugend auf diesem Gebiet weiterhin eine bedeutende Rolle spielt.



### DER AUTOR

Jos Tuerlinckx war Leiter des Kinder- und Jugendfernsehens von BRT, Brüssel, und ist nun Leiter der Abteilung Erwachsenenbildung bei BRTN. Außerdem ist er verantwortlicher Redakteur und Dramaturg der EBU-Dramaserien für Kinder.