

Zum Start des Kinderkanals
von ARD und ZDF

→ Der Kinderkanal – Ziele und Programmphilosophie

*Programmkommission des
ARD/ZDF-Kinderkanals*

Kinder brauchen gutes Fernsehen

„Kinder brauchen Märchen“ – wer kennt das Buch des amerikanischen Kinderpsychologen Bruno Bettelheim nicht. Brauchen Kinder auch Fernsehen? Ja, aber sie brauchen ein gutes Fernsehprogramm. Fernsehen ist heute Realität. Kindern Fernsehen zu verbieten, hieße Kinder von einem essentiellen Teil der Realität auszuschließen.

Untersuchungen haben gezeigt, daß Kinder die modernen visuellen Techniken gut verarbeiten. Sie können Kindern eine „Anregung im Sinne einer kognitiven Weiterentwicklung sein“, so der Erziehungswissenschaftler Stefan Aufenanger von der Universität Hamburg. Er vertritt die These, daß Fernsehen, richtig angewandt, eine „große Erfahrungserweiterung für Kinder“ darstellt. Noch nie zuvor habe es beispielsweise so viele Kinder gegeben, die sich wie heute – angeregt durch das Fernsehen – in Politik und Ökologie engagierten. (1)

Es gibt immer noch Eltern, die ihre Kinder vom Fernsehen fernhalten oder kein Fernsehgerät haben. Aber die überwiegende Mehrheit der Kinder lebt mit einem Fernsehgerät zu Hause, Kinder erleben Eltern, die fernsehen, haben Schulkameraden, die fernsehen, fühlen sich ausgeschlossen, wenn sie hier nicht mitreden können. Jedes dritte Kind hat heute bereits einen eigenen Fernseher im Kinderzimmer stehen.

Kinderkanal dient Eltern als Hilfe- stellung

Eltern sind oft damit überfordert, ihren Kindern eine Medienerziehung mitzugeben, weil sie selbst von der Bilderflut überfordert sind. Sie können ihren Kindern meist nicht verbieten fernzusehen, aber sie können dieser Freizeitbeschäftigung ihrer Sprößlinge beruhigter zusehen, wenn sie wissen, daß der Nachwuchs nicht nur mit den neuesten Werbespots bombardiert wird oder in Billigstreifen Gewalt als Mittel der Auseinandersetzung kennenlernt, sondern daß es im neuen Kinderkanal von ARD und ZDF eine Alternative gibt, wo Kinder gewalt- und werbefreies, qualitativ hochwertiges und pädagogisch sinnvolles und dabei gleichzeitig unterhaltsames Kinderprogramm erwartet. Nicht die Frage, ob Kinder fernsehen, sondern was Kinder fernsehen, wird in den kommenden Jahren entscheidend sein. Der Kinderkanal kann Eltern hier eine wertvolle Hilfeleistung geben.

Noch mehr Programm für Kinder?

81 Stunden Kinderprogramm bietet Der Kinderkanal von ARD und ZDF seit 1. Januar dieses Jahres pro Woche. Das sind elf Stunden Programm täglich von Montag bis Freitag und je 13 Stunden

am Samstag und am Sonntag. Davon sind 52 Stunden pro Woche Erstausstrahlungen (Premierenprogramm) und 29 Stunden Wiederholungen aus dem ARD- und ZDF-Vollprogramm.

Für manche Eltern mag dieses neue Angebot zunächst zu neuen Auseinandersetzungen führen, bedeutet ein Mehr an Programmangebot doch stets auch ein Mehr an Diskussionen in der Familie. Die Frage nach der Qualität des Fernsehkonsums von Kindern können die Programmverantwortlichen den Eltern nicht abnehmen. Eltern werden auch künftig nicht darum herumgekommen, mit ihren Kindern darüber zu diskutieren, wieviel Zeit sie vor dem Fernsehgerät sitzen dürfen. Was Der Kinderkanal aber leisten kann und will, ist, Eltern die Gewißheit zu geben, daß ihre Kinder, wenn sie fernsehen, hier qualitativ hochwertiges, gewalt- und werbefreies Programm sehen.

Wo auch immer in den vergangenen Monaten über die Einführung des ARD/ZDF-Kinderkanals diskutiert wurde, tauchten mit schöner Regelmäßigkeit dieselben Fragen auf: Wird dieser öffentlich-rechtliche Kinderkanal wirklich gebraucht? Ist es überhaupt sinnvoll, Kindern noch mehr Programm anzubieten, als sie jetzt schon haben? (Vgl. dazu auch die Dokumentation der Auseinandersetzungen um den Kinderkanal von Walter Oberst in diesem Heft).

Sehen Kinder nicht schon jetzt viel zu viel fern anstatt zu lesen, sich selbst zu beschäftigen, die eigene Kreativität und Phantasie zu entwickeln? Haben wir in 15 Jahren eine Generation, die nicht mehr liest, nicht mehr ins Theater oder ins Kino geht, weil sie in jungen Jahren nur das Konsumieren vor der Glotze gelernt hat? Eine Generation, die bei einer Mozart-Oper auf den Werbebreak wartet und die – wenn ihr die Aufführung nicht gefällt – vergeblich nach der Fernbedienung sucht?

All diese Ängste von Eltern und Medienkritikern sind ernst zu nehmen. Dennoch gibt es keinen Zweifel daran, daß ein öffentlich-rechtlicher Kinderkanal gerade in der heutigen Zeit ein wichtiges und zukunftsweisendes Projekt ist, das außerdem notwendig und geeignet ist, die Zukunft der Öffentlich-rechtlichen mit zu sichern. Die Kinder von heute sind die Zuschauer von morgen. Ihnen ein attraktives Programmangebot zu bieten, ist eine Kernaufgabe öffentlich-rechtlicher Anstalten und Zukunftssicherung für die Öffentlich-rechtlichen zugleich. Kinder haben einen Anspruch auf ein qualitativ hochwertiges Programmangebot, das edukativ und unterhaltsam zugleich sein muß und das der emotionalen Entwicklung von Kindern entspricht.

**Der Kinderkanal
bietet qualitativ
hochwertiges,
gewalt- und werbe-
freies Programm**

**Kinderkanal sichert
Zukunft des öffent-
lich-rechtlichen
Rundfunks**

ARD und ZDF haben Qualitätsmaßstab für Kinderprogramme gesetzt

Die heute 35jährigen sind die erste Generation in Deutschland, die mit dem Fernsehen aufgewachsen ist. Damals gab es zwar nur die öffentlich-rechtlichen Programme – sprich ARD und ZDF – und dementsprechend klein war das Angebot: Amerikanische Serien wie „Fury“, „Lassie“, „Flipper“ und „Bonanza“; aber auch schon „Die Sendung mit der Maus“, die „Sesamstraße“, „Das feuerrote Spielmobil“ und „Pumuckl“ zählten rasch zum Programmrepertoire. Programme, die zum großen Teil in der Bundesrepublik erdacht und produziert wurden und die den Qualitätsanspruch an das Kinderprogramm allgemein und den an das öffentlich-rechtliche im besonderen prägten. Es ist unbestritten ein Verdienst dieser öffentlich-rechtlichen Kinderprogramme, wenn heute die Qualitätsmeßlatte für Kinderprogramm in Deutschland sehr hoch gelegt wird und wenn es eine Diskussion um die Frage nach der Gewalt im Kinderprogramm gibt.

Fernsehen zählt zum Kinderalltag

Fernsehen zählt heute zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen von Kindern. Etwa 90 Minuten verbringt jedes Kind in Deutschland täglich vor dem Fernseher. Das ist nur das statistische Mittel. Werden nur die Kinder gezählt, die tatsächlich fernsehen, dann sind es pro Kind mehr als zweieinhalb Stunden täglich. (2) Ob uns das gefällt oder nicht – Fernsehen zählt zum Kinderalltag wie Kindergarten oder Schule.

Kinderprogramm gehört zu den Kernaufgaben öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Viele Untersuchungen deuten darauf hin, daß die Bindung zu einem Sender in der Kindheit aufgebaut wird. Kinder, die heute die Privaten schauen, werden wahrscheinlich auch als Erwachsene diese Kanäle präferieren. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann diese Zuschauer nicht einfach verloren geben. Hinzu kommt: Das gebührenfinanzierte Programmangebot ist der Allgemeinheit verpflichtet. Es muß Angebote für alle Bevölkerungsgruppen bereitstellen. Und angesichts der existierenden Nutzungsgewohnheiten von Kindern zählt ein Kinderprogramm sicherlich zu den Kernaufgaben. In den vergangenen zehn Jahren wurden in allen Industrieländern der Welt Kinderkanäle gegründet. Selbstverständlich in den USA, dort gibt es mittlerweile vier Spartenkanäle (Nickelodeon, Disney Channel, Turner Cartoon Network und Fox Kids). In Großbritannien werden bereits fünf Kinderkanäle (The Children's Channel, Nickelodeon, Disney Channel, Turner Cartoon Network und Fox Kids) verbreitet und in Frankreich gibt es den Canal J, ein Ableger von Canal Plus. Alle genannten Beispiele sind kommerzielle Kanäle, entweder werbefinanziert oder als Pay-TV. Der ARD/ZDF-Kinderkanal ist somit auch international ein beispielgebendes Projekt: Qualitätsorientiert, werbefrei und für jede Familie ohne Aufpreis empfangbar.

Der Kinderkanal – Eine neue Erste Adresse für Kinder

Der Kinderkanal als Markenname eines Fernsehkanals – das klingt anspruchsvoll und umfassend. Und so ist es auch gemeint. Der Kinderkanal will eine neue Erste Adresse für Deutschlands Kinder im Fernsehen werden. Dieser Anspruch ist Ziel und Philosophie dieses neuen, zusätzlichen öffentlich-rechtlichen Programmangebots für Kinder.

Aus vielen Untersuchungen ist bekannt: Nicht die real vor dem Fernseher verbrachte Zeit hat sich in den vergangenen Jahren deutlich erhöht; verändert hat sich in erster Linie die Erwartungshaltung von Kindern an das Programmangebot. Im Unterschied zu der Zeit vor Beginn des dualen Systems, als Kinder nach Hause kamen, weil ihr Programm zu einer bestimmten Zeit lief, wissen sie heute, daß – egal, wann sie einschalten – immer ein für sie gemachtes, wenn auch nicht immer für sie geeignetes Programm läuft. Vielleicht nicht bei ARD und ZDF, dann aber wahrscheinlich bei PRO SIEBEN oder RTL oder RTL2 oder Kabel 1, und wenn da auch nicht, dann aber sicher bei Nickelodeon.

Die Kinder sind vor einigen Jahren zu den privaten Anbietern vor allem deshalb „übergelaufen“, weil sie hier ein permanentes Programmangebot erwartet, verbunden mit einem gut erinnerbaren Programmschema (gestriptes Programm). Bei ARD und ZDF hingegen wurde Kinderprogramm bis vor einem Jahr im Vollprogramm zu einer Zeit angeboten, in der Kinder offensichtlich nicht sehbereit waren, zum Beispiel am frühen Nachmittag. ARD und ZDF haben darauf reagiert und ihr Programmangebot gebündelt: Das Kinderprogramm wurde in der ARD aus dem werktäglichen Nachmittagsprogramm herausgenommen und dafür am Wochenende konzentriert in einer Fläche von sechs Stunden angeboten. Die Kinder reagierten prompt und kamen zur ARD zurück. Die durchschnittlichen Marktanteile von 3 Prozent und weniger stiegen durch die Bündelung des Programms auf bis zu 25 Prozent bei einzelnen Sendungen. Der Kinderanteil bei diesem Marktanteil hatte bei Sendungen wie zum Beispiel dem „Tigerenten-Club“ bzw. der „Sendung mit der Maus“ Spitzenwerte bis zu 48 Prozent. Das ZDF bietet noch täglich nachmittags Kinderprogramm, aber der Samstag- und Sonntagvormittag spielt auch hier bei der Kinderprogrammplanung mittlerweile eine zentrale Rolle.

Ähnliche Erfahrungen wurden mit dem „Kinderferienfieber“ von ARD und ZDF gemacht. In den Weihnachts-, Oster- und Sommerferien bieten ARD und ZDF seit einigen Jahren ein gemeinsam produziertes und von ARD- und ZDF-Moderatoren gemeinsam moderiertes Programm jeweils am Vormittag an. Über 30 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe (3-13 Jahre) erreichte das „Ferienfieber“ von Anfang an. Für die Programmacher ein Beweis dafür, daß das ARD/ZDF-Kinderprogramm durchaus in den Köpfen (und Herzen) der Kinder verankert ist und auch sofort registriert

Erwartungshaltung der Kinder an Programmangebot hat sich geändert

ARD und ZDF bündelten deshalb ihr Kinderprogramm

wird, wenn es zur richtigen Zeit und in einer erkennbaren Fläche präsentiert wird. Denn was nützt das beste Programm, wenn es nicht dann verfügbar ist, wenn Kinder fernsehen dürfen?

Zwischen 17.00 und 20.00 Uhr bestimmen meistens Eltern, was Kinder fernsehen

Die meisten Kinder sitzen nachweislich in der Zeit zwischen 17.00 und 20.00 Uhr vor dem Fernseher. Zu dieser Zeit sind sie aber meistens nicht die Herren der Fernbedienung, sondern hier bestimmen die Eltern, welches Programm eingeschaltet wird. Vorabendserien wie zum Beispiel „Marienhof“ (ARD) oder „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (RTL) und Boulevardmagazine wie „Taff“ (PRO SIEBEN) oder „Explosiv – Das Magazin“ (RTL) haben daher einen sehr hohen Anteil an drei- bis 13jährigen Zuschauern. Doch was für gestreßte Eltern, die von der Arbeit abschalten wollen (bevor der abendliche Kampf mit dem Nachwuchs um das Zubettgehen beginnt) das richtige Programm ist, das ist – das werden selbst die Macher dieser Programme nicht bestreiten – von der Themenauswahl und -umsetzung nicht immer gerade als kindgerechte Fernsehkost zu bezeichnen.

Der Kinderkanal kann hier programmliche Alternativen bieten. Die Nutzung dieser Alternativen hängt allerdings davon ab, ob ein Haushalt über ein Zweit- oder Drittgerät verfügt, das die Kinder nutzen können. In jedem dritten Haushalt können Kinder über Zweitgeräte verfügen.

ARD und ZDF können aber in ihren Hauptprogrammen nie die Menge an Programmangeboten für Kinder machen, die erforderlich wäre, um bei den Kindern als „ihr“ Kanal identifiziert zu werden. Der Kinderkanal als Spartenkanal mit einer Sendezeit von 8.00 bis 19.00 Uhr – an den Wochenenden von 6.00 bis 19.00 Uhr – kann und muß dies leisten.

Der Kinderkanal: Das Programm

Die Ausweitung des Programmangebots im dualen System hatte eine Veränderung in der Programmpräsentation zur Folge, eine Entwicklung, die sich mit der Digitalisierung noch verstärken wird. Eine zunehmende Anzahl von Spartenkanälen konkurriert mit den bisherigen Vollprogrammen. Spartenkanäle haben eine andere Senderphilosophie als Vollprogramme. Sie sind auf eine kleinere Zielgruppe zugeschnitten als Vollprogramme und können daher auf ihre Klientel besser eingehen. Zur Programmstruktur eines Spartenkanals gehört unter anderem die Zuverlässigkeit für den Zuschauer, das gewünschte Programm immer zur selben Zeit sehen zu können. Dazu gehört auch ein klar erkennbarer Wiederholungsrhythmus, das heißt, wer ein bestimmtes Programm versäumt hat, weiß genau, daß es am nächsten Tag wiederholt wird. Zu Spartenprogrammen gehört auch, daß erfolgreiche Programme rasch wiederholt werden. Was Vollprogrammen rasch als Phantasielosigkeit angekreidet wird, ist hier wichtiger Bestandteil des Schemas.

Der Kinderkanal ist typisches Spartenprogramm

Als klassischer Spartenkanal unterliegt auch Der Kinderkanal diesen Gesetzen. Dies schlägt sich im Programmschema nieder: Der Kinderkanal will

die Programmerwartung von Kindern erfüllen, dort das zu bekommen, was sie sehen wollen, und zwar zu den Zeiten, zu denen sie es sehen wollen und dürfen. Das Programmschema des Kinderkanals folgt einer empirisch nachweisbaren Tagesnutzung des Programms von Kindern. Gleichzeitig verfolgt er eine Spartenprogrammphilosophie, die sich unter den Begriffen Kontinuität, Verlässlichkeit und Redundanz subsumieren läßt.

Am Vormittag bietet Der Kinderkanal Programm für die Kleineren, sprich die Vorschulkinder, ein Programmangebot für die Zeit, wenn die älteren Kinder bereits aus dem Haus sind. Anschließend wird das sogenannte „Premierenprogramm“ vom Vortag wiederholt für alle die, die es verpaßt haben. Am frühen Nachmittag bietet Der Kinderkanal Programm für die Schulkinder. Die Zeit zwischen 17.30 und 19.00 Uhr bildet das Herzstück des Kinderkanals. Hier werden die Premierenproduktionen gezeigt (vgl. Tabelle 1).

Je später der Tag, um so stärker richtet sich das Programm an die ganze Familie. Denn obwohl Eltern beruhigt sein können, wenn ihre Kinder allein das Kinderkanalprogramm sehen, ist es auch der Wunsch der Programmacher, möglichst die ganze Familie vor dem Fernseher zu versammeln, Gespräche und den Austausch über Themen und über das Programm zu initiieren.

Immer wieder taucht die Frage auf, ob denn Der Kinderkanal nur ein Abspielkanal, eine Recyclingstation für das jetzige ARD- und ZDF-Kinderprogramm sein soll. Und meist schließt sich daran die Frage an: Soll denn dann mittelbar das Kinderprogramm aus ARD und ZDF ganz verschwinden? Beide Fragen sind mit einem klaren Nein zu beantworten.

Der Kinderkanal bietet ein von den beiden Vollprogrammen unabhängiges Kinderprogramm öffentlich-rechtlicher Prägung. Das Sendeprofil entspricht dem eines eindeutig identifizierbaren Spartenkanals. Das Angebot für Kinder in ARD und ZDF wird weder finanziell noch zeitlich reduziert – zumal dies einer Öffentlichkeit auch nur schwer vermittelbar wäre, nimmt man den Auftrag, ein Vollprogramm zu liefern, ernst.

Erwünscht und angestrebt sind aber natürlich Synergieeffekte zwischen dem Kinderkanal und den Kinderprogrammen von ARD und ZDF. Sichergestellt werden soll dies unter anderem dadurch, daß die Schemaplätze der Kinderprogramme in ARD und ZDF fest im Schema des Kinderkanals als Regelplätze verankert sind.

Läuft in ARD oder ZDF großflächiges Kinderprogramm, dann schaltet sich Der Kinderkanal auf. So zum Beispiel an den Wochenenden: Von 6.00 bis 12.00 Uhr bringt die ARD hochkarätiges Kinderprogramm – unter anderem die Wiederholung vom „Tigerenten-Club“, den „Käpt'n Blaubär-

Zeitschienen an Zielgruppen angepaßt

Der Kinderkanal ist unabhängig von ARD-/ZDF-Vollprogrammen

Synergieeffekte werden aber genutzt

① Programmbeispiel des Kinderkanals an einem Werktag

Montag, 20. Januar 1997

Uhrzeit	Titel der Sendung/Untertitel	Anmerkungen
8.00	Sesamstraße	
8.30	Siebenstein: Ein Küßchen für Rudi.	
9.00	Neues aus Uhlenbusch (Teil 13): Christian packt's an.	
9.30	Augsburger Puppenkiste: Drei Dschungeldetektive (Teil 5): Zapp ist eine Falle.	
10.00	Als die Tiere den Wald verließen (Teil 12): Die ungebetenen Hochzeitsgäste.	
10.25	Meister Eder und sein Pumuckl (Teil 12): Pumuckl auf heißer Spur.	
10.50	Michel aus Lönneberga (Teil 12): Als Michel die Tiere mit Kirschen fütterte.	
11.15	Heidi (Teil 12): Die ersten Blumen.	Zeichentrickserie
11.40	Sprechstunde bei Dr. Frankenstein (Teil 23): Der Held des Tages.	Sitcom
11.55	Sprechstunde bei Dr. Frankenstein (Teil 24): Danni plus Liebe.	Sitcom
12.10	Achterbahn: Wer zuletzt lacht.	
12.35	ReBoot (Teil 12): Der Mega-Coup 1.	Computermärchen
13.00	Sesamstraße	
13.30	Siebenstein: Ein Küßchen für Rudi.	
13.58	Live-Präsentation	
ZDF-Kinderprogramm vom Tage (14.10 bis 15.35 Uhr)		
14.10	Enid Blyton (Teil 9) Die Bambus-Bären-Bande mittendrin logo	Kindernachrichten
15.35	Als die Tiere den Wald verließen (Teil 13): Endlich im Weißhirschkpark.	
16.00	Meister Eder und sein Pumuckl (Teil 13): Das Weihnachtsgeschenk.	
16.25	Moderation/Präsentation	
16.30	Michel aus Lönneberga (Teil 13): Als Michel ein Held wurde.	
16.55	Moderation/Präsentation	
17.00	Heidi (Teil 13): Frühling in den Bergen.	Zeichentrickserie
17.25	Moderation/Präsentation	
Premierenzeit (17.30 bis 18.52 Uhr)		
17.30	Feuervogel (Teil 1)	
17.55	Sprechstunde bei Dr. Frankenstein (Teil 25): Viel Lärm um Leo. (Teil 26): Schluckauf.	Sitcom
18.20	logo	Kindernachrichten
18.30	ReBoot (Teil 13): Der Mega-Coup 2.	Computermärchen
18.52	Unser Sandmännchen: Bilderbücher: Oskar Elefant wird König.	
19.00	Sendeschuß	

Club“ und „Pumuckl TV“. Das Vormittagsprogramm der ARD und das des Kinderkanals am Wochenende sind identisch (vgl. Tabelle 2).

Selbstverständlich werden im Kinderkanal alle Galionsfiguren aus ARD und ZDF auftauchen: Die „Maus“, der Rabe „Rudi“, „Pumuckl“, „Käpt'n Blaubär“, „Pippi Langstrumpf“. Und auch die Highlights der ARD- und ZDF-Kinderprogramm-bibliothek werden Teil des Programms sein, wie zum Beispiel „Janoschs Traumstunde“, „Alfred J. Kwak“ oder die „Augsburger Puppenkiste“. Programme wie diese zeigen die Wurzeln des Kinderkanals, Programme wie diese haben in den vergangenen 40 Jahren den Standard für Kinderprogramm in Deutschland gesetzt, an ihnen wird noch heute Kinderprogramm gemessen.

Ein zentrales Anliegen wird sein, die Welt, wie sie für Kinder hier und heute existiert, in den Programmen erkennbar und erlebbar zu machen. Hier sind im Auftrag und/oder in Zusammenarbeit mit dem ARD- und ZDF-Kinderkanal auch die Produzenten in Deutschland gefordert. An ihnen ist es jetzt, mit Ideen und Witz und mit dem vorhandenen Etat nationale und internationale Koproduktionen zu initiieren und schließlich zu realisieren, die die Lebenswirklichkeit von Kindern in der Bundesrepublik auch in ihrer Komplexität widerspiegeln und die Bezug nehmen auf die für Kinder existierenden Fragen und Lebenswirklichkeiten – und die dabei unterhaltsam sind.

Der Kinderkanal hat es sich zum Ziel gesetzt, im Kinderprogramm die Speerspitze für Neuentwicklungen auf höchstem Niveau zu sein. ARD und ZDF haben in den vergangenen 40 Jahren die Standards für Kinderprogramm gesetzt. Diese Standards müssen ständig weiterentwickelt werden, um auch in Zukunft Maßstäbe zu setzen und

Auch die Produzenten von Kinderprogrammen sind gefordert

② **Programmbeispiel des Kinderkanals an einem Wochenende**

Sonntag, 19. Januar 1997

Uhrzeit	Titel der Sendung/Untertitel	Anmerkungen
	ARD-Kinderprogramm vom Tage (6.00 bis 9.15 Uhr)	
6.00	Prinz Eisenherz	
6.25	Pumuckl TV	
7.20	Sesamstraße	
7.50	Tigerentenclub	
9.15	eene meene mopel	Magazin (5 bis 8 Jahre)
9.45	Don Quixote (Teil 5)	Zeichentrickserie nach dem Roman von Miguel de Cervantes
10.10	Don Quixote (Teil 6)	
10.35	Der kleine Bibelfuchs (Teil 3): Arche Noah.	Zeichentrickfilm zum Thema Bibel, Italienisch-japanisch-deutsche Koproduktion (1988) (4 bis 10 Jahre).
11.00	Live-Präsentation	
11.03	Hallo Spencer: Die Geheimsprache.	
	ARD-Kinderprogramm vom Tage (11.30 bis 12.00 Uhr)	
11.30	Die Sendung mit der Maus	
12.00	Feuer, Wasser und Posaunen (Ogon, woda i mednye truby)	Russischer Märchenfilm (1967)
13.30	Live-Magazin	
	ZDF-Kinderprogramm vom Tage (14.00 bis 15.15 Uhr)	
14.00	Tschuß bis morgen	
14.15	Pingu – Das abenteuerliche Leben eines kleinen Pinguins.	
14.20	Siebenstein	
14.45	Löwenzahn	
15.15	Live-Präsentation	
15.30	Trotzkopf (Teil 1)	
16.00	Ein Engel namens Flint (Teil 1): 1. Ein Schutzengel namens Flint.	
17.00	Bando und der goldene Fußball	
	Premierenzeit (18.30 bis 18.52 Uhr)	
18.30	Santo Bugitô (Teil 6): Der Tausendsassa.	Zeichentrickserie
18.52	Unser Sandmännchen: Babysitter: Die tolle Nummer.	
19.00	Sendschluß	

das in den vergangenen Jahren teilweise verlorene Terrain bei den Kunden – den Kindern – zurückzugewinnen.

Informationsprogramm ist wichtige Aufgabe für öffentlich-rechtlichen Kinderkanal

Ein wichtiger Bereich ist hierbei das Informationsprogramm für Kinder, Kindernachrichten und ähnliches. Dieser Bereich ist für kommerzielle Sender nicht attraktiv, da das Programm teuer ist und nicht zu den Selbstläufern unter den Programmangeboten gehört – im Vergleich zu Zeichentrick und Serien. Hier sind die Öffentlich-rechtlichen – und insbesondere Der Kinderkanal – gefragt. Dessen finanzielle Unabhängigkeit muß Mut machen, gerade bei solch schwierigen Programmfarben neue Standards zu setzen, die jeder Qualitätsprüfung standhalten und gleichzeitig neue Trends setzen. Gelingt es, qualitativ hochwertiges Informationsprogramm für Kinder zu produzieren, das gleichzeitig akzeptable Quantitäten erreicht, dann werden früher oder später auch die kommerziellen Anbieter bei dieser Programmfarbe nachziehen. Dies wäre ein großer Erfolg für den Kinderkanal – und letztendlich für die Kinder.

Das Programm des Kinderkanals wird gewalt- und werbefrei sein. Gewalt als Teil der Wirklichkeit kann dabei aber nicht ausgeblendet werden. Dieser Ansatz wäre zu simpel, zu wirklichkeitsfremd. Bei der Problematisierung von Gewalt im Fernsehen kann es nur um die Darstellung von Gewalt als Lösungsansatz bei Konflikten bzw. aus rein dramaturgischen Gründen gehen.

Zu recht sorgen sich heute Eltern, wenn sie wissen, mit welcher Werbeflut ihre Kinder bei den privaten Anbietern zum Beispiel an den Wochenendmorgens konfrontiert sind. Die meisten Kinder sitzen zu dieser Zeit allein vor dem Fernseher – oft dürfen sie nur deshalb sehen, damit die Eltern am Wochenende ausschlafen können –, und die Werbewirtschaft weiß dies genau.

Die Universität Hamburg hat vor kurzem Kabel 1 genauer untersucht und festgestellt, daß sich jeder zweite Werbespot an Kinder richtet. (3)

Gewalt als Lösungsansatz bei Konflikten wird abgelehnt

Werbefreiheit gehört zum Selbstverständnis

Wie Kinder Werbung verarbeiten, ist noch weitgehend unerforscht. Man geht davon aus, daß die größeren Kinder – aufgewachsen mit täglicher Werbung – durchaus differenzieren können zwischen Programm und Werbung. Kleinere Kinder jedoch können kaum zwischen Programmelement und Werbung unterscheiden. (4) Zunehmend werden Werbespots wie kleine Programmelemente inszeniert, die Trennung zwischen Programm und Werbung ist fließend geworden. Werbung selbst ist in seiner dramaturgischen Stringenz und in seiner opulenten Inszenierung, inhaltlich wie formal, in sich attraktives Programm. Das Ziel von Werbung aber ist, Verkauf zu stimulieren. Hier für Kinder und in der Konsequenz für Eltern Schutzzonen oder zumindest programmliche Alternativen bieten zu können, sollte in einem von der Politik gewollten dualen System des Rundfunks zum ebenso gewollten Selbstverständnis gehören.

Kinder sind für die Werbung eine äußerst interessante Zielgruppe. Sie verfügen über ein Taschengeldbudget von jährlich 6 bis 7 Mrd DM und haben erwiesenermaßen einen großen Einfluß auf die Kaufentscheidungen von Familien.

Für 26 Pfennig pro Monat – so hoch ist der Anteil des Kinderkanals an den Rundfunkgebühren – kann als Programmalternative Der Kinderkanal finanziert werden, der nicht darauf angewiesen ist, mit Werbung sein Programm zu verdienen.

Finanzierung und Organisation

Vergleichsweise geringer Etat

Vergleicht man den Etat anderer Spartenkanäle mit dem des Kinderkanals, dann nimmt sich dieser bescheiden aus. Für 1997 stehen dem Kinderkanal 96 Mio DM zur Verfügung – Spartenkanäle wie zum Beispiel Super RTL oder Nickelodeon kalkulieren, soweit man Zahlen kennt, mit 140 bis 180 Mio DM für den gleichen Zweck. Für den ARD/ZDF-Kinderkanal bezahlt jeder Gebührenzahler 26 Pfennig pro Monat, weniger als einen Pfennig pro Tag. Dafür werden 81 Stunden Programm in der Woche geliefert.

Essentielle Bedingung dafür, daß mit diesem Etat ein akzeptables, an den Erwartungen anknüpfendes Programm gemacht werden kann, ist, daß ARD und ZDF ihre Etats für das Kinderprogramm in den Vollprogrammen nicht reduzieren. Die Etats für die Vollprogramme müßten vielmehr kontinuierlich fortgeschrieben werden.

ARD und ZDF verstehen sich beim Kinderkanal als Partner

Grundlage für den Kinderkanal ist die Verwaltungsvereinbarung von ARD und ZDF. Darin geregelt sind die Verwendung der Gelder, die Aufgaben des Kinderkanals und die Aufsichtsgremien. Die Entscheidung darüber, wie das Programmschema und die Struktur des Kinderkanals aussieht, welche Ankäufe Der Kinderkanal tätigt und welche Koproduktionen gemacht werden, liegt bei der Programmkommission. Sie ist paritätisch besetzt: Vier Mitglieder kommen von der ARD und vier vom ZDF. Der Programmgeschäftsführer hat eine Stichstimme, um bei einer Pattsituation zu entscheiden.

Zwar sind ARD und ZDF auch Konkurrenten um die Gunst der Zuschauer, aber Der Kinderkanal ist ein Versuch der beiden öffentlich-rechtlichen Systeme, eine Kernaufgabe öffentlich-rechtlichen Fernsehens gemeinsam zu lösen. Erste Erfahrungen damit, sich als Partner statt als Konkurrenten zu sehen, haben ARD und ZDF in den vergangenen Jahren beim erwähnten „Kinderferienfieber“ gemacht. Zu Weihnachten, Ostern und in den Sommerferien boten ARD und ZDF ein gemeinsames Kinderprogramm im Rahmen des gemeinsamen Vormittagsprogramms an: Moderatoren von ARD und ZDF arbeiteten erstmals Hand in Hand als Komoderatoren, beide Anstalten stellten das Beste aus ihrem Vollprogramm zur Verfügung, um damit den Kindern eine attraktive Alternative zum Angebot der Privaten zu bieten. Und das mit großem Erfolg. Das „Ferienfieber“ wurde von den Kindern hoch akzeptiert – eine ermutigende Erfahrung für ARD und ZDF, an die man anknüpfen konnte, als es um die Idee des Kinderkanals ging.

Der Kinderkanal teilt sich mit Arte, dem deutsch-französischen Kultursender, die Frequenz. Bis 19.00 Uhr gibt es auf diesem Sender Kinderprogramm, ab 19.00 Uhr dann das gewohnte Arte-Programm. Kinder und Kultur – beides aus öffentlich-rechtlicher Hand –, eine zusätzliche Chance für eine öffentlich-rechtliche Programmprofilierung, die offensiv genutzt werden sollte. 9,7 Millionen Haushalte werden über den Satelliten ASTRA erreicht. 16,92 Millionen Haushalte werden über Kabel erreicht. In der Summe sind es damit 26,62 Millionen Haushalte, die über Kabel oder Satellit erreicht werden können.

Fazit

Der Kinderkanal ist öffentlich-rechtlichen Programmgrundsätzen verpflichtet: Informativ, edukativ und unterhaltend. Der wichtigste Grundsatz für das Programm aber ist: Akzeptiert zu sein bei denen, für die das Programm gemacht wird – bei den Kindern. Sie sind die ersten und wichtigsten Adressaten dieses Kanals. Sie und ihre Erwartungen stehen im Mittelpunkt der Programmphilosophie.

Hochkarätiges Kinderprogramm war in den vergangenen 40 Jahren ein zentrales Anliegen der Öffentlich-rechtlichen. Die Kinder in Deutschland können jetzt wieder eine alte Erste Adresse neu und täglich zuverlässig kennenlernen.

Der Kinderkanal teilt Frequenz mit Kultursender Arte

Wichtigster Grundsatz: Akzeptanz bei den Kindern

Anmerkungen:

- 1) Vgl. „Ey, boah, Rambo“. Der Medienpädagoge Stefan Aufenanger über Chancen und Gefahren des Fernsehkonsums von Kindern. In: Spiegel special Nr. 8/1995, S. 130-132.
- 2) Vgl. zur Fernsehnutzung von Kindern Feierabend, Sabine/Thomas Windgasse: Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung von 3- bis 13jährigen. In: Media Perspektiven 4/1996, S. 186-194.
- 3) Vgl. dazu Aufenanger (Anm. 1).
- 4) Vgl. dazu auch Vollbrecht, Ralf: Wie Kinder mit Werbung umgehen. Ergebnisse eines DFG-Forschungsprojekts. In: Media Perspektiven 6/1996, S. 294-300.

