

Ergebnisse der Repräsentativbefragung

→ Die ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ im Urteil des Publikums

Von Stefan Geese und Claudia Zeughardt*

April 2007:
ARD-Themenwoche
„Kinder sind
Zukunft“

„Kinder sind Zukunft“ – mit diesem Programmschwerpunkt startete am 14. April 2007 die zweite ARD-Themenwoche, in der die ARD nach der sehr erfolgreichen Themenwoche Krebs im letzten Jahr erneut ein gesellschaftlich relevantes Thema in den Mittelpunkt ihrer Angebote stellte. Im Fernsehen und im Hörfunk wurde das Thema Kinder sieben Tage lang aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet und im Internet mit Hintergrundbeiträgen begleitet. Die unterschiedlichen Aspekte zur Bedeutung von Kindern in unserer Gesellschaft wurden dabei nicht nur in Informationssendungen und Talkshows, sondern auch in Fernsehfilmen und Sportübertragungen wie dem Jugend-Fußball-Länderspiel zwischen Deutschland und der Schweiz aufgegriffen. Insgesamt wurden in den Fernseh- und Hörfunkprogrammen der ARD knapp 900 Stunden Programm zum Themenschwerpunkt ausgestrahlt – ein dreimal so großes Sendevolumen wie im Jahr zuvor.

Repräsentativ-
befragung zur
Publikumsakzeptanz

Im Anschluss an die Themenwoche wurde die Publikumsakzeptanz in einer Repräsentativbefragung ermittelt. Wichtige Fragestellungen waren: Wie viele Bundesbürger haben von den Anstrengungen der ARD etwas mitbekommen, wie viele von ihnen haben Beiträge oder Sendungen gesehen oder gehört bzw. im Internet etwas darüber gelesen? Und wie bewerteten sie die Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ insgesamt? Wie beurteilen sie die einzelnen Programmschwerpunkte, den Aktionstag und die generelle Idee, sich einem bestimmten Thema eine ganze Woche lang intensiv zu widmen? Zur Beantwortung dieser Fragen führte das Forschungsinstitut ENIGMA GfK im Auftrag der ARD-Medienkommission eine bevölkerungsrepräsentative Telefonumfrage bei 2000 Bundesbürgern durch, deren Ergebnisse nachfolgend dargestellt werden.

Wahrnehmung und Nutzung der Themenwoche „Kinder sind Zukunft“

Zweite ARD-
Themenwoche
erreicht knapp 60 %
der Bevölkerung

59 Prozent der Bundesbürger gaben an, während der Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ mindestens einen Beitrag des Programmschwerpunkts gesehen, gehört oder darüber gelesen zu haben. Damit liegt die Reichweite auf dem Niveau der Themenwoche „Krebs“ des vergangenen Jahres. Damals gaben 61 Prozent der Bevölkerung an, die ARD-Themenwoche bewusst wahrgenommen zu haben. Insgesamt weicht die Wahrnehmung der Themenwoche in den einzelnen Bevölkerungsgruppen im Vergleich zum Vorjahr kaum voneinander ab.

Die deutlichsten Unterschiede zeigen sich erneut – wenn auch weniger stark als 2006 – zwischen den verschiedenen Altersgruppen: Während sich mehr als zwei Drittel der über 50-Jährigen bewusst an den Programmschwerpunkt erinnern, sind es bei den unter 50-Jährigen nur 51 Prozent. Frauen (63 %) erinnern sich dabei eher als Männer (54 %) an die Themenwoche. Auch die Menschen in den neuen Bundesländern (60 %) weisen höhere Erinnerungswerte auf als ihre Nachbarn im westlichen Teil der Republik (58 %). Und – wenig überraschend: Personen, deren Präferenz eindeutig bei den öffentlich-rechtlichen Programmen liegt (72 %), können sich häufiger an die Aktion der ARD erinnern als Personen, die lieber Privatfernsehen schauen (45 %). Um herauszufinden, inwieweit eigene Erziehungsarbeit die Sensibilisierung für den Programmschwerpunkt stärkt, wurde auch dieses Kriterium in der Umfrage berücksichtigt. Das Ergebnis ist naheliegend: Wer selbst Kinder hat, hat die Beiträge zur Themenwoche häufiger wahrgenommen als diejenigen ohne Kinder (vgl. Tabelle 1).

Dass es der ARD gelungen ist, mit dem Thema Aufmerksamkeit zu erzeugen, zeigt sich auch in folgendem Ergebnis: Ein Drittel der Nutzer gab an, sich mit Freunden und Bekannten über die rezipierten Inhalte unterhalten zu haben. Und dies in einer Zeit, in der die Inhalte von Fernsehsendungen – anders als noch vor 30 Jahren – nur noch selten im Freundes- und Bekanntenkreis als Gesprächsstoff dienen. Das Thema war also thematisch und von der Aufbereitung so interessant, dass es zu einem Kommunikationseffekt in der Bevölkerung geführt hat. Dass die Gespräche vor allem von denjenigen, die eigene Kinder haben, geführt wurden, verwundert dabei kaum. Aber auch jeder Fünfte ohne Kinder hat sich im Laufe der Themenwoche mit Freunden oder Bekannten zu diesem Thema ausgetauscht (vgl. Abbildung 1).

Ganz im Zeichen der Kommunikation stand auch der bundesweite Aktionstag zum Auftakt der ARD-Themenwoche. Mehr als 2000 Einrichtungen wie Kindertagesstätten, Musikschulen oder Sportvereine öffneten am 14. April in ganz Deutschland ihre Türen und stellten ihre Arbeit mit und für Kinder und Jugendliche vor. Etwa 400 000 Menschen nahmen das Angebot wahr und informierten sich in unzähligen Städten und Gemeinden über das Leistungsangebot der verschiedenen Einrichtungen. Durch umfangreiche Ankündigungen des Aktionstages in den Printmedien und im Rundfunk war dieser jedem zweiten Bundesbürger bekannt. Insgesamt trug der Aktionstag mit dazu bei, die öffentliche Aufmerksamkeit auf das Thema Kinder und auf die kommende Themenwoche zu richten.

Während der Themenwoche war das Fernsehen das meistgenutzte Medium: Etwa drei Viertel (76 %) derjenigen, die sich an die Themenwoche erinnern, gaben an, Sendungen im Ersten, den Dritten

Ein Drittel der Nutzer
hat sich mit anderen
über Themenwoche
unterhalten

Bundesweiter
Aktionstag als
Auftakt

Themenwoche-
Sendungen am
stärksten im Fern-
sehen genutzt

* Medienforschung Programmdirektion Das Erste, München.

① **Wahrnehmung der ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“**

„Haben Sie etwas zur ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ gesehen, gehört oder gelesen?“
Erwachsene ab 14 Jahre

	in %
BRD gesamt	59
Ost	60
West	58
Geschlecht	
Frauen	63
Männer	54
Alter in Jahren	
14-29	43
30-49	56
50-64	71
ab 65	65
Senderbindung	
öffentlich-rechtlich	72
privat	45
Erziehungsarbeit*	
mit Kindern unter 20	57
mit Kindern über 20	67
ohne Kinder	52

* Im Fragebogen mittels folgender Frage erhoben: „Haben Sie Kinder bzw. sind oder waren Sie mal Erziehungsberechtigte/r? Gemeint sind auch solche Kinder, die inzwischen erwachsen sind.“

Basis: alle Befragten, n=2 000.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“.

Programmen, dem KIKA, Phoenix, Arte oder 3sat rezipiert zu haben. Je die Hälfte haben Beiträge im Radio gehört (53%) oder griffen auf die umfangreiche publizistische Begleitung in den Printmedien (50%) zurück. Fünf Prozent der Nutzer informierten sich im Internet über die Aktion der ARD (vgl. Abbildung 2).

Dabei zeigen sich innerhalb der Mediengattungen spezifische Generationsmuster in der Nutzung. Das Fernsehen wird – und zwar in allen Altersgruppen – am häufigsten genutzt, wobei die über 65-Jährigen mit deutlichem Abstand den höchsten Wert erzielen. Ausgeglichenere ist die Nutzung von Radiobeiträgen. Hier sind keine signifikanten Unterschiede in den Altersgruppen erkennbar. Auch die Nutzung der Begleitberichterstattung in den Printmedien gestaltet sich – abgesehen von den 14- bis 29-Jährigen – homogen. Die junge Nutzergruppe hingegen greift häufiger auf das Internet als Informationsquelle zu und weist in diesem Segment die höchste Nutzungsintensität auf (vgl. Tabelle 2).

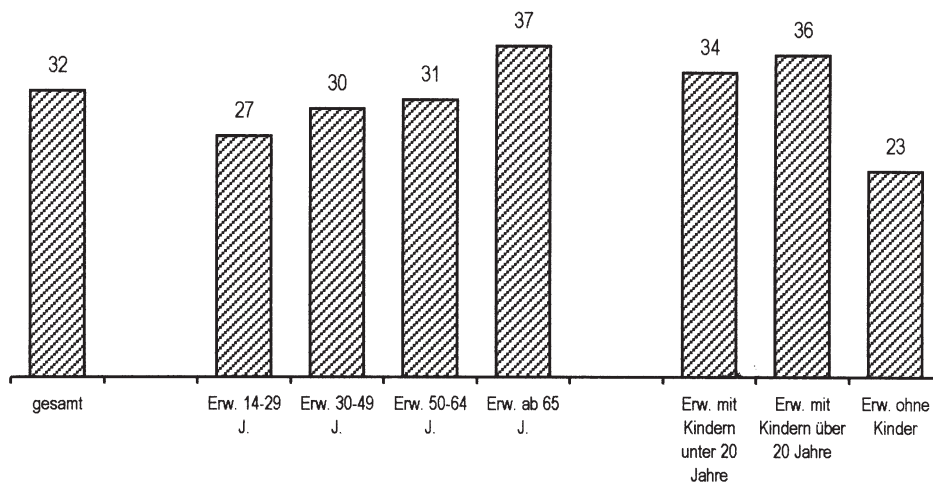
Bewertung der Themenwoche

Das Publikumsurteil über das ARD-Engagement fällt ausgesprochen positiv aus: 79 Prozent aller Befragten vergaben – aufgefördert, Schulnoten zu verteilen – auf die Frage „Wie fanden Sie es, dass sich die ARD in einer Schwerpunktwoche ausführlich mit dem Thema Kinder beschäftigt hat?“ die Bestnoten „sehr gut“ und „gut“. Dieses Urteil liegt punktgenau auf dem Niveau des Vorjahres. Fragt man nur die Nutzer der Themenwoche, fällt dieses Urteil sogar noch wohlwollender aus: Dann sind es 84 Prozent, die die Programmanstrengungen der ARD mit den Bestnoten honorieren.

Hohe Zustimmung für das Thema „Kinder“ als Programmschwerpunkt

Abb. 1 Gespräche über die ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft"

„Haben Sie sich auch mal mit anderen Personen, z.B. Freunden und Bekannten, Familienangehörigen oder Arbeitskollegen über die Themenwoche Kinder und das, was dort gebracht wurde, unterhalten?“
Anteile der zustimmenden Antworten in %



Basis: Nutzer der Themenwoche.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft".

**Hohe Zustimmung
auch bei Kinderlosen
und in allen
Altersgruppen**

Dass das Thema Kinder ein gesamtgesellschaftliches Thema ist, das durch alle Bevölkerungsschichten hinweg eine hohe Wertschätzung erfährt, zeigt sich auch in weiteren Ergebnissen. So ist nur ein kleiner Unterschied im Zustimmungsniveau zwischen Eltern (80%) und Kinderlosen (76%) zu erkennen. Dieses Ergebnis ist überraschend, konnte man doch kaum davon ausgehen, dass eine intensive, einwöchige Berichterstattung über das Thema Kinder von denjenigen, die keine Kinder haben, in der selben Art und Weise honoriert wird wie von Menschen mit Kindern. Auch die verschiedenen Generationen sind sich in ihrem Urteil über die Themenwoche weitgehend einig: In allen Altersgruppen fällt die Zustimmung ausgesprochen hoch aus. Und: Wie bereits während der ersten ARD-Themenwoche gaben erneut die jüngsten Befragten (Erwachsene 14 bis 29 Jahre) die beste Bewertung ab. Auch zwischen den Anhängern der beiden Sendersysteme gibt es keine großen Differenzen: Die Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ wurde von den Zuschauern der öffentlich-rechtlichen und der privaten Programme auf einem gleich hohen Niveau bewertet, was eher ungewöhnlich ist, da die Anhänger der Privatsender die öffentlich-rechtlichen Sender im allgemeinen zurückhaltender beurteilen (vgl. Abbildung 3).

**Gut 80% finden Idee
von Themenwochen
generell sehr gut/gut**

Schließlich wurde noch einmal direkt erhoben, wie das Publikum – unabhängig vom konkreten Thema – die mediale Aufbereitung einer gesellschaftlich relevanten Problematik in der Form von Themenwochen beurteilt. Das Votum fällt auch hier sehr eindeutig aus: Diese Art der intensiven publizistischen Bearbeitung wird von 81 Prozent der Bürger als „sehr gut“ oder „gut“ bewertet; die mit 83 Prozent höchste Zustimmung erfährt das Konzept übrigens von der jüngsten befragten Bevölkerungsgruppe (Personen zwischen 14 und 29 Jahren) (vgl. Abbildung 4).

Detailanalyse der Bewertungen

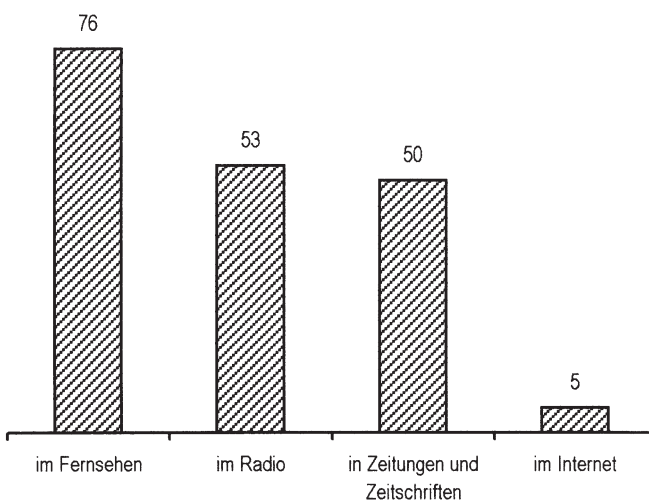
Welche thematischen und formalen Aspekte der Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ sind nun für das positive Gesamturteil der Bürger verantwortlich? Um generalisierbare und vergleichbare Antworten auf diese Frage zu erhalten, wurden den Befragten verschiedene Aussagen vorgelegt, die mittels einer vierstufigen Skala bewertet werden sollten. Bei einem Teil der Aussagen, solchen nämlich, die von eher allgemeiner Natur sind und das grundsätzliche Engagement der ARD thematisieren, wurden alle Befragten und nicht nur diejenigen, die auch Sendungen oder Beiträge der Themenwoche gesehen oder gehört hatten, um ihr Urteil gebeten (vgl. Abbildung 5).

**Ähnlich große
Zustimmung zum
Themenwochen-
Konzept wie 2006**

Das Konzept der ARD-Themenwochen, ein relevantes und komplexes Thema für eine Woche in den Mittelpunkt nicht nur der tagesaktuellen Berichterstattung, sondern auch der fiktionalen und nichtfiktionalen Unterhaltung des gesamten Sender- und Programmverbunds zu stellen, findet nahezu ungeteilte Zustimmung. Jedenfalls finden es 93 Prozent aller Befragten „wichtig, dass die ARD

Abb. 2 Genutzte Medien der ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“

„Bitte sagen Sie mir, wo Sie etwas über die ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ gesehen, gehört oder gelesen haben?“
Angaben in %



Basis: Nutzer der Themenwoche.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“.

② Genutzte Medien in der ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“

„Wo haben Sie etwas über die Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen?“
Erwachsene ab 14 Jahre, in %

Medium	BRD gesamt	Alter in Jahren			
		14-29	30-49	50-54	ab 65
Fernsehen	76	72	70	78	84
Hörfunk	53	49	55	55	51
Zeitungen und Zeitschriften	50	32	49	54	55
Internet	5	9	6	5	2

Basis: Nutzer der Themenwoche.

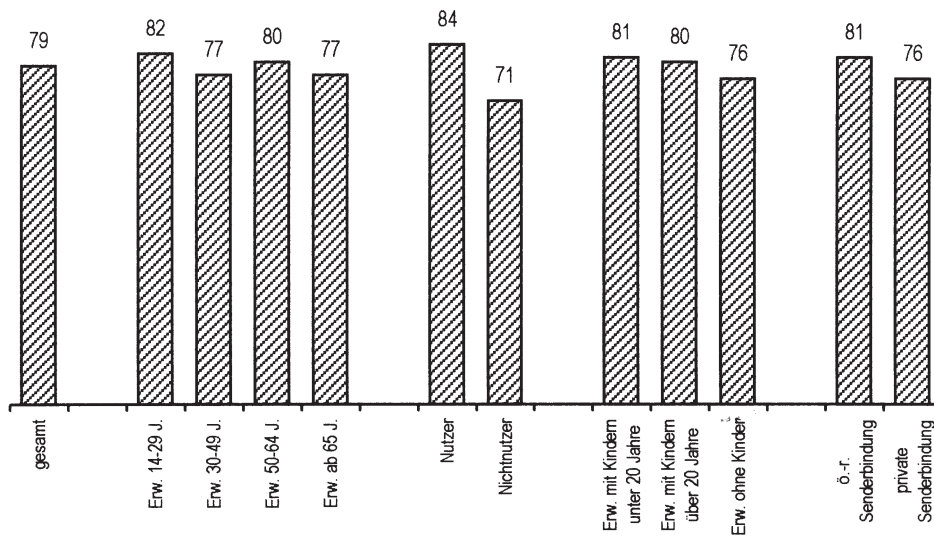
Quelle: Studie ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“.

aktuelle Themen aufgreift und so intensiv behandelt“, wie es in der Aussage im Wortlaut heißt. (1) Damit „leistete die ARD einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft“ meinen 84 Prozent der Befragten. Da die Formulierungen dieser spezifischen Aussagen im Vergleich zur demoskopischen Untersuchung der Themenwoche „Krebs“ des Vorjahres annähernd identisch blieben, ist auch hier ein Vergleich möglich: Im vergangenen Jahr lag die Zustimmung mit 92 bzw. 86 Prozent auf einem ähnlich hohen Niveau.

Nun könnte man einwenden, dass die Beschäftigung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit solchen Themen eine selbstverständliche Aufgabe und dass die ermittelte breite Zustimmung nur Ausdruck des durch die Bürger verinnerlichten Programmauftrags ist. Dem steht jedoch entgegen,

Abb. 3 Pauschalbewertung der ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft"

"Alles in allem, wie fanden Sie es, dass sich die ARD in einer Schwerpunktwoche ausführlich mit dem Thema Kinder beschäftigt hat?"
zusammengefasste Werte für "sehr gut" und "gut", in %

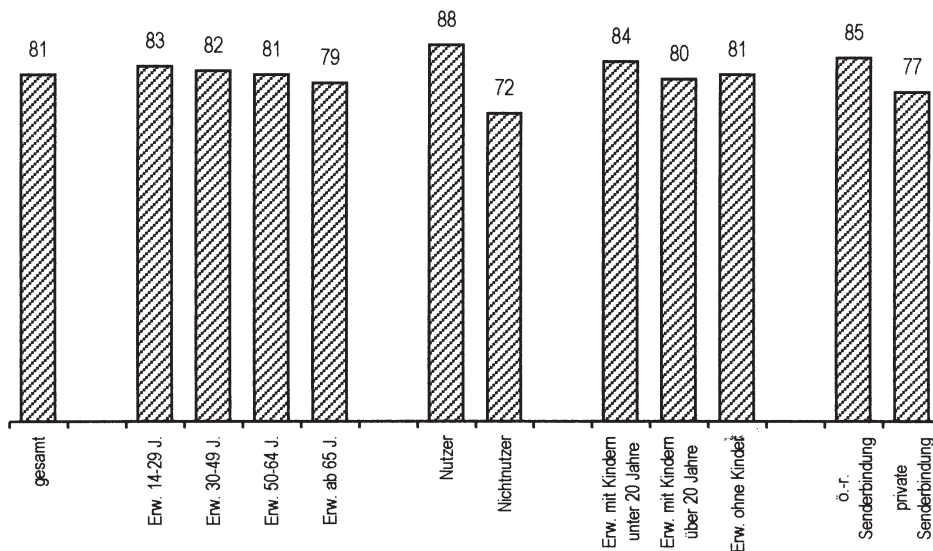


Basis: alle Befragten.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft".

Abb. 4 Bewertung des publizistischen Konzepts "Themenwoche"

"Mal unabhängig vom Thema Kinder. Ganz generell. Wie finden Sie es, dass sich die ARD eine Woche lang intensiv mit einem wichtigen gesellschaftlichen Thema beschäftigt?"
zusammengefasste Werte für "sehr gut" und "gut", in %



Basis: alle Befragten.

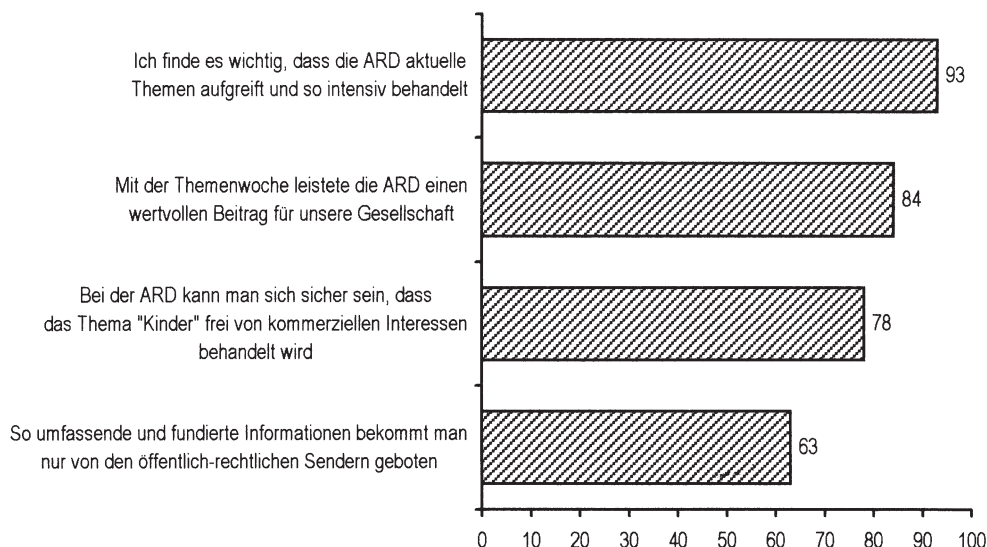
Quelle: Studie ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft".

dass gegenüber der ARD in der öffentlichen bzw. veröffentlichten Meinung häufig Vorbehalte verschiedenster Art geäußert werden und gerade die Programmgestaltung im Fokus der Kritik steht. Außerdem wäre durchaus zu erwarten, dass die extensive Behandlung der Thematik „Kinder sind Zukunft“ – die im Vorfeld der Themenwoche durch

die Debatte über die Betreuung von Kleinkindern bereits eine Medienkarriere erlebte – längst nicht das Interesse und die Akzeptanz aller Bürger finden würde. Zudem boten die in den Sendungen präsentierten Informationen und Meinungen Anlaß zu Kontroversen, die ebenfalls nicht jedermanns Zustimmung erwarten ließen.

Abb. 5 Detailbewertung der ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft"

"Sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen"
zusammengefasste Werte für "voll und ganz" und "weitgehend", in %



Basis: alle Befragten.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft".

Hohe Akzeptanz bei Nutzern und Nichtnutzern

Die erhobenen Daten zeigen indes keine gravierenden Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen der Bevölkerung. Differenziert man beispielsweise zwischen jenen, die durch Nutzung einer Fernsehendung oder eines Hörfunkbeitrags ein sachlich fundiertes Urteil abgeben und jenen, die ohne persönliche Kenntnis der Inhalte urteilen, so divergieren die Werte allenfalls leicht: 96 Prozent der Nutzer stehen 88 Prozent der Nichtnutzer gegenüber, die es wichtig finden, „dass die ARD aktuelle Themen aufgreift und so intensiv behandelt“ (vgl. Tabelle 3). Die Leistung der ARD für das Gemeinwesen („Mit der Themenwoche leistete die ARD einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft“) wird mit 90 Prozent (Nutzer) gegenüber 76 Prozent (Nichtnutzer) nur wenig zurückhaltender beurteilt. Mit anderen Worten: Auch jene Bürger, die selbst gar keine Beiträge zur Themenwoche gesehen, gehört oder gelesen haben, befürworten die gleichzeitig breite wie tiefgründige Aufarbeitung eines relevanten Themas, und sie sind sich gleichzeitig in ihrer deutlichen Mehrheit sicher, dass dies bei der ARD gut aufgehoben ist. In etwas abstrakterer Form könnte man formulieren, dass die Nutzer der ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ das Ziel, gesellschaftlichen Mehrwert, eben „Public Value“ zu schaffen, wahrgenommen und honoriert haben, dass aber auch die Nichtnutzer diesen bei der Programmleistung der ARD mehrheitlich erwarten. Dazu passt der Befund, dass dieses Urteil auch von all jenen Bürgern gefällt wird, die in ihrem Medienalltag die Programme privater Anbieter bevorzugen. Sie stimmen der Aussage, dass mit der Themenwoche „ein wertvoller Beitrag für unsere Gesellschaft“ geleistet worden sei, zu 79 Prozent zu.

Das Vertrauen der Bürger (bzw. der durch die Nichtnutzer entgegengebrachte Vertrauensvorsprung) in die Unabhängigkeit der ARD ist beachtlich. Mehr als drei Viertel aller Befragten (78%) sind sich sicher, dass „bei der ARD das Thema Kinder frei von kommerziellen Interessen behandelt wird“. Auch bei dieser Aussage sind die Differenzen zwischen unterschiedlichen Gruppen nicht massiv: Während die Nutzer der Themenwoche hier zu 83 Prozent zustimmen, liegt der Wert der Nichtnutzer bei 71 Prozent. Noch geringer fällt der Abstand zwischen Anhängern der öffentlich-rechtlichen Programme (81%) und jenen der Privatsender (76%) aus. Der Vergleich mit dem Vorjahr – hier kam eine der Thematik angepasste Formulierung zum Einsatz, die 76 Prozent Zustimmung fand – lässt durchaus die Interpretation zu, dass hier ein themenunabhängiges Grundvertrauen in die ökonomische und inhaltliche Unabhängigkeit der ARD und damit die Objektivität ihrer Informationen und Urteile zutage tritt.

Eine weitere Aussage thematisierte die Frage der Alleinstellung des Angebots: „So umfassende und fundierte Informationen bekommt man nur von den öffentlich-rechtlichen Sendern geboten“. Dieser in der Formulierung relativ strengen Vorgabe stimmten 63 Prozent aller Befragten zu. Die Schere zwischen Nutzern (70% Zustimmung) und Nichtnutzern (54%) bzw. zwischen Personen mit Präferenz für öffentlich-rechtliche Sender (75%) und solchen mit einer stärkeren Bindung an private Programme (51%) geht hier etwas weiter auseinander, dennoch sind es in jedem Fall mehr als die Hälfte der Personen, die dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine besondere Rolle bei der Vermittlung von gesellschaftlich relevanten Informa-

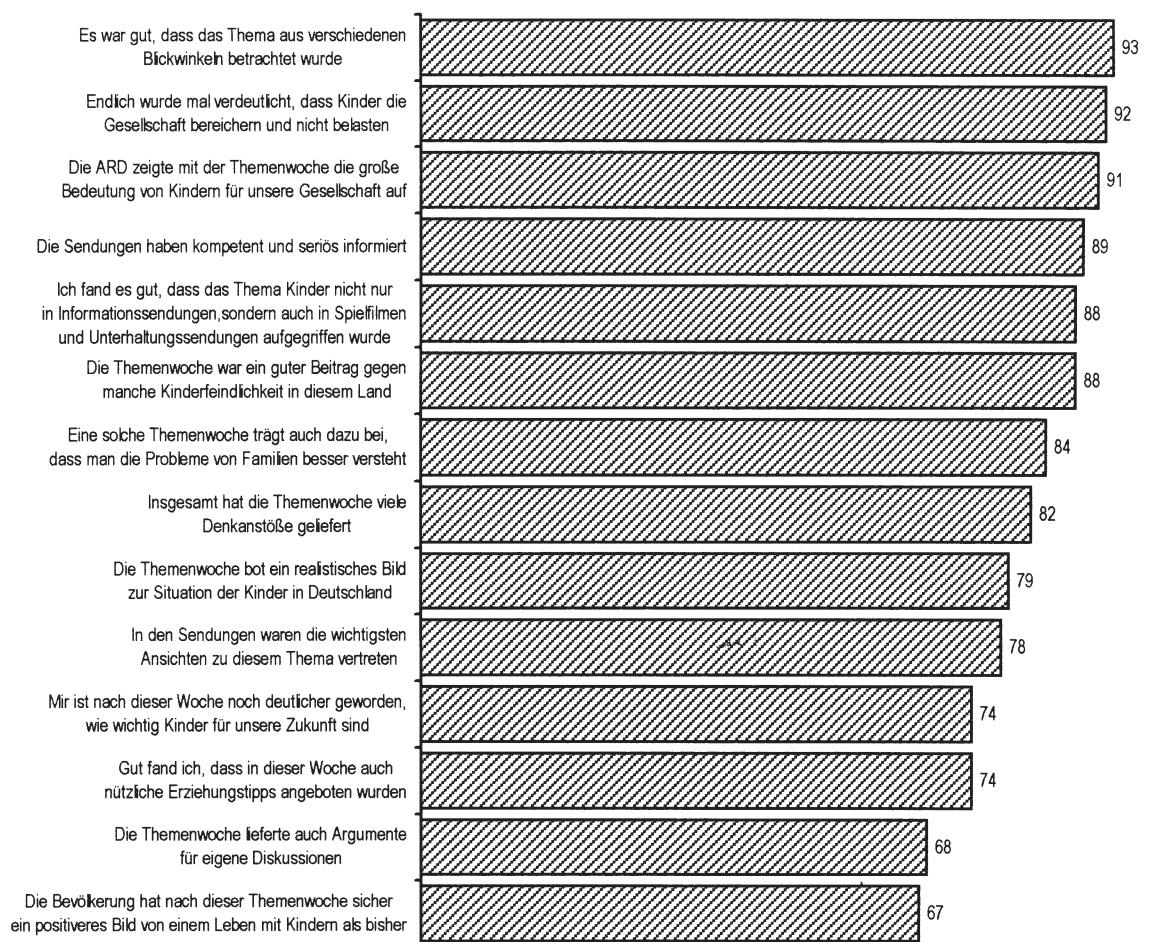
Grundvertrauen in die ARD

③ **Detailbewertung der ARD-Themenwoche**

„Sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen“
zusammengefasste Werte für „voll und ganz“ und „weitgehend“, in %

	gesamt	Geschlecht		Alter in Jahren				Senderbindung		Nutzung der Themenwoche	
		Männer	Frauen	14-29	30-49	50-54	ab 65	öffentlich-rechtlich	privat	ja	nein
Basis: alle Befragten											
Ich finde es wichtig, dass die ARD aktuelle Themen aufgreift und so intensiv behandelt	93	90	95	89	91	94	97	96	89	96	88
Mit der Themenwoche leistete die ARD einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft	84	80	88	76	82	86	92	90	79	90	76
Bei der ARD kann man sich sicher sein, dass das Thema „Kinder“ frei von kommerziellen Interessen behandelt wird	78	75	80	76	73	79	85	81	76	83	71
So umfassende und fundierte Informationen bekommt man nur von den öffentlich-rechtlichen Sendern geboten	63	62	65	54	55	71	77	75	51	70	54
Basis: Nutzer der Themenwoche											
Es war gut, dass das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet wurde	93	90	95	93	91	93	96	93	93	-	-
Endlich wurde mal verdeutlicht, dass Kinder die Gesellschaft bereichern und nicht belasten	92	91	93	90	91	91	94	92	91	-	-
Die ARD zeigte mit der Themenwoche die große Bedeutung von Kindern für unsere Gesellschaft auf	91	88	93	86	89	90	97	92	89	-	-
Die Sendungen haben kompetent und seriös informiert	89	89	89	85	89	89	90	90	88	-	-
Ich fand es gut, dass das Thema Kinder nicht nur in Informationssendungen, sondern auch in Spielfilmen und Unterhaltungssendungen aufgegriffen wurde	88	85	91	85	89	88	90	89	87	-	-
Die Themenwoche war ein guter Beitrag gegen manche Kinderfeindlichkeit in diesem Land	88	84	90	84	88	88	89	89	86	-	-
Eine solche Themenwoche trägt auch dazu bei, dass man die Probleme von Familien besser versteht	84	81	87	76	83	86	88	84	83	-	-
Insgesamt hat die Themenwoche viele Denkanstöße geliefert	82	78	84	76	80	83	85	84	77	-	-
Die Themenwoche bot ein realistisches Bild zur Situation der Kinder in Deutschland	79	75	83	79	80	74	83	78	81	-	-
In den Sendungen waren die wichtigsten Ansichten zu diesem Thema vertreten	78	74	81	70	78	77	83	80	74	-	-
Mir ist nach dieser Woche noch deutlicher geworden, wie wichtig Kinder für unsere Zukunft sind	74	72	76	65	69	76	84	75	73	-	-
Gut fand ich, dass in dieser Woche auch nützliche Erziehungstipps angeboten wurden	74	69	79	71	70	75	82	75	73	-	-
Die Themenwoche lieferte auch Argumente für eigene Diskussionen	68	64	72	68	65	67	74	69	68	-	-
Die Bevölkerung hat nach dieser Themenwoche sicher ein positiveres Bild von einem Leben mit Kindern als bisher	67	65	68	72	59	67	73	66	69	-	-
Ich finde, die Kinder selbst hätten mehr zu Wort kommen müssen	64	62	65	63	63	66	64	61	69	-	-
Hier kamen nicht alle Meinungen zu Wort	46	43	49	40	42	46	56	47	45	-	-
Mir war das insgesamt zu viel von ein und demselben Thema	20	22	19	20	18	19	24	19	22	-	-
Mir war die Themenwoche zu belehrend	20	21	20	15	20	20	24	20	21	-	-
Zu diesem Thema wurde doch bereits vor der Themenwoche alles gesagt	18	18	18	13	12	21	24	17	19	-	-
Ich finde, diesem Thema wird zuviel Bedeutung beigemessen	12	13	10	11	8	12	16	11	13	-	-

Quelle: Studie ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“.

Abb. 6 Detailbewertung der ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft"*"Sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen"**Zusammengefasste Werte für "voll und ganz" und "weitgehend", in %*

Basis: Nutzer der Themenwoche.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft".

tionen zuspochen. Dabei sollte berücksichtigt werden, dass die Fragestellung keineswegs nur auf Rundfunkveranstalter abhebt, sondern dass hier die Konkurrenz des gesamten Spektrums anderer Medien besteht. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Zustimmung leicht gestiegen (Themenwoche Krebs: 59%).

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk legitimiert sich unter anderem durch ein Programmangebot und eine Programmgestaltung, die von privaten Rundfunkveranstaltern nicht mit hinlänglicher Zuverlässigkeit garantiert werden kann. Die Vereinbarungen über die BBC, die in den vergangenen Jahren in Großbritannien getroffen wurden, sehen bei geplanten neuen Angeboten einen „Public-Value-Test“ vor, mit dem geprüft werden soll, ob sie einen spezifischen Mehrwert für die Bürger bedeuten und ob sie negative Auswirkungen auf bereits bestehende kommerzielle Anbieter haben könnten. Projiziert man diese Forderung auf die zurückliegende Themenwoche und berücksichtigt man die referierten Urteile der Befragten, dann spricht einiges dafür, dass die Programmanstrengung der ARD in

der Wahrnehmung der Bürger „Public Value“ oder mit anderen Worten „Mehrwert für alle“ geschaffen hat.

Mit einigen weiteren Aussagen sollten die Nutzer der ARD-Themenwoche die strukturelle und inhaltliche Qualität bewerten sowie ihr Urteil über mögliche Konsequenzen der Sendungen und Beiträge abgeben. Besonderes Lob erhielten dabei die thematische Vielfalt, die professionelle Machart und die Mischung der Genres und Sendungsformen. Im einzelnen stimmten 93 Prozent der Befragten der Aussage „Es war gut, dass das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet wurde“ zu, 89 Prozent waren der Meinung, dass „die Sendungen ... kompetent und seriös informiert“ haben, und 88 Prozent fanden es gut, „dass das Thema Kinder nicht nur in Informationssendungen, sondern auch in Spielfilmen und Unterhaltungssendungen aufgegriffen wurde“ (vgl. Abbildung 6).

**Thematische Vielfalt,
Genremischung
und Professionalität
gelobt**

**Themenwoche
auch inhaltlich gut
bewertet**

Die große Mehrheit der Zuschauer und Zuhörer schätzte ebenso die Anregungen („Insgesamt hat die Themenwoche viele Denkanstöße geliefert“: 82%; „Gut fand ich, dass in dieser Woche auch nützliche Erziehungstipps angeboten wurden“: 74%) und fand die eigenen Erfahrungen und verschiedenen Meinungen gut wiedergegeben („Die Themenwoche bot ein realistisches Bild zur Situation der Kinder in Deutschland“: 79%; „In den Sendungen waren die wichtigsten Ansichten zu diesem Thema vertreten“: 78%). Das Publikum war zudem mehrheitlich der Auffassung, dass in den Beiträgen nicht die Wiederholung von Altbekanntem dominierte, sondern durchaus neue Aspekte in die Diskussion eingebracht wurden („Die Themenwoche lieferte auch Argumente für eigene Diskussionen“: 68%). Allen diesen Aussagen ist übrigens gemein, dass es kaum altersspezifische Abweichungen im Antwortverhalten gibt. Die größte Differenz weist das Statement „In den Sendungen waren die wichtigsten Ansichten zu diesem Thema vertreten“ mit 70 Prozent Zustimmung in der jüngsten Altersgruppe (Personen zwischen 14 und 29 Jahren) und 83 Prozent Zustimmung bei den Älteren (Personen über 65 Jahre) auf (vgl. Tabelle 3).

**Stoßrichtung „Kinder
als Bereicherung“
von 92 % begrüßt**

Etwas überraschend – und nahezu ein kollektiver Stoßseufzer – ist die mit 92 Prozent ausgesprochen hohe Zustimmung zur Aussage „Endlich wurde mal verdeutlicht, dass Kinder die Gesellschaft bereichern und nicht belasten“. Offensichtlich traf die ARD mit der Themenwahl einen Nerv der Bevölkerung, die möglicherweise der rein ökonomischen Betrachtung dieses Themas überdrüssig ist. Auch hier zeigt sich eine sehr homogene Verteilung der Antworten: Die jüngeren Bürger empfinden hier ähnlich wie die älteren (Personen zwischen 14 und 29 Jahren: 90%, Personen ab 65 Jahre: 94%). Peter Voß, im April 2007 noch amtierender Intendant des SWR und federführend Verantwortlicher der Themenwoche „Kinder sind Zukunft“, hatte im Vorfeld formuliert: „Auf sachlicher und emotionaler Ebene will die ARD die Bedeutung von Kindern für unsere Gesellschaft – heute und in der Zukunft – aufzeigen“. Dieser Anspruch wurde eingelöst: 91 Prozent der Befragten stimmen der These zu „Die ARD zeigte mit der Themenwoche die große Bedeutung von Kindern für unsere Gesellschaft auf“.

**Verständnis für
Familien gefördert**

In der Wahrnehmung der Zuschauer und Zuhörer gelang es außerdem, sowohl notwendige Aufklärung zu leisten als auch Diskussionen zu versachlichen und bereits damit einen Beitrag zur Verbesserung der Lage von Kindern und Familien zu leisten, wie die im weiteren zitierten Daten belegen. Der explizite Ansatz der ARD, ein positives Bild von Kindern zu zeichnen und die von Familien erbrachten Leistungen angemessen zu würdigen, wurde vom Publikum honoriert, wie 84 Prozent der Befragten mit der Aussage „Eine solche Themenwoche trägt auch dazu bei, dass man die Probleme von Familien besser versteht“ nahelegen. Fast

ebenso viele der befragten Bürger sehen durch den Programmschwerpunkt eine positive Entwicklung angestoßen: „Die Themenwoche war ein guter Beitrag gegen manche Kinderfeindlichkeit in diesem Land“ (88%).

Etwas skeptischer sind die Befragten, wenn es um die Nachhaltigkeit einer solchen Entwicklung geht, wengleich mit 67 Prozent, das heißt mit zwei von drei Befragten, noch immer einer deutliche Mehrheit glaubt: „Die Bevölkerung hat nach dieser Themenwoche sicher ein positiveres Bild von einem Leben mit Kindern als bisher“. Interessant ist hier, wie ein Blick in Tabelle 3 zeigt, dass die höchste Zustimmung bei den jüngsten und den ältesten Bürgern erhoben wurde (Personen zwischen 14 und 29 Jahren: 72%; Personen ab 65 Jahre: 73%), während Erwachsene im Alter zwischen 30 und 49 Jahren, jene also, die augenblicklich die meiste Erziehungsarbeit leisten, am zurückhaltendsten urteilen (59%).

Hat die Rezeption der Themenwoche bei den Befragten selbst zu einer Änderung der Wahrnehmung und der Einstellungen geführt? Hier bekennen immerhin 74 Prozent „Mir ist nach dieser Themenwoche noch deutlicher geworden, wie wichtig Kinder für unsere Zukunft sind“. In der Einschätzung der eigenen Betroffenheit divergieren die Generationen etwas. Während mit zunehmendem Alter ein Erkenntniszuwachs konstatiert wird (Personen über 65 Jahre: 84%), sind die Jüngeren hier etwas vorsichtiger. Von den unter 30-Jährigen treffen aber auch noch zwei Drittel (65%) das Votum, infolge des Programmschwerpunkts in dieser Frage bewusster als zuvor zu urteilen. Insgesamt erscheint die Einschätzung gerechtfertigt, dass die bis hierher referierten Ergebnisse in ihrer Gesamtheit nicht nur das Konzept, sondern auch die konkrete Umsetzung in den ARD-Angeboten bestätigen.

Natürlich wurde auch Kritik geübt. Viele der Befragten (64%) bemängelten die aus ihrer Sicht zu geringe Integration der Kinder als aktive Teilnehmer der Themenwoche („Ich finde, die Kinder selbst hätten mehr zu Wort kommen sollen“), ein Urteil, das wiederum von allen Altersgruppen in gleicher Weise getroffen wurde (vgl. Abbildung 7). Dieser Eindruck kontrastiert übrigens die Einschätzung der Programmgestalter (vgl. dazu den Beitrag von Andreas Weiss in diesem Heft), die ihrerseits eine relativ häufige Einbeziehung von Kindern in die Sendungen und Beiträge konstatieren.

Obwohl sich eine deutliche Mehrheit – wie oben aufgeführt – der Auffassung anschloss, „die wichtigsten Meinungen zum Thema [seien] vertreten“ gewesen (78%), so wird doch auch angemerkt, dass nicht das gesamte Meinungsspektrum in der Themenwoche abgebildet wurde („Hier kamen nicht alle Meinungen zu Wort“: 46%). Allerdings ist das durchaus auch Ergebnis des grundsätzlichen Konzepts dieser Themenwoche, deren Ziel es ausdrücklich war, Verständnis für die Lage und die Probleme von Kindern in Deutschland zu wecken.

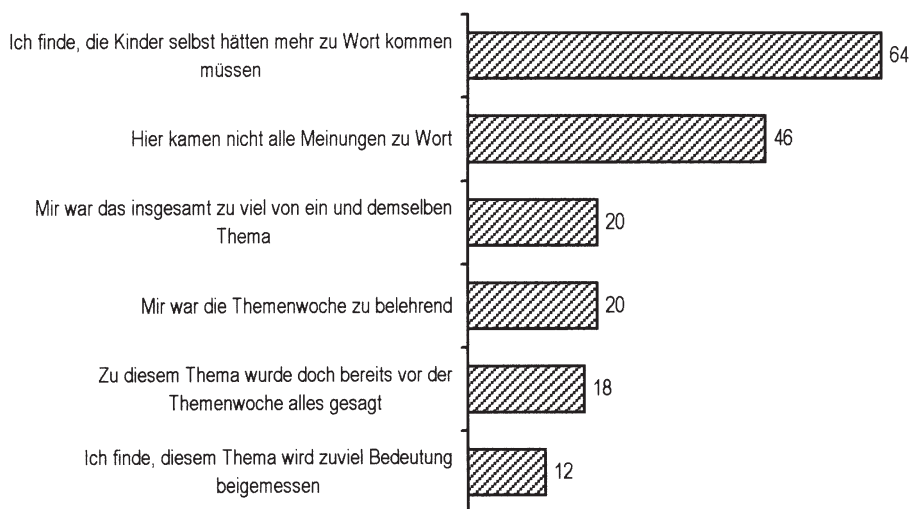
**Zwei Drittel
vermuten
gesellschaftliche
Wirkungen der
Themenwoche**

**Drei Viertel sehen bei
sich selbst stärkeres
Problembewusstsein**

**Kritik an der
Themenwoche**

Abb. 7 Detailbewertung der ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft": Kritikpunkte

"Sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen"
zusammengefasste Werte für "voll und ganz" und "weitgehend", in %



Basis: Nutzer der Themenwoche.

Quelle: Studie ARD-Themenwoche "Kinder sind Zukunft".

Zwischen 12% und 20% fanden Thema überbewertet, zu belehrend oder im Umfang überzogen

Bereits seit dem Februar 2007 beherrschte die Kontroverse um das Thema „Kinderbetreuung“ die Schlagzeilen. Der Diskurs fand auch Einzug in die ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“, weshalb eine gewisse thematische Ermüdung des Publikums keine Überraschung gewesen wäre. Es waren jedoch nur 18 Prozent der Befragten der Meinung, „zu diesem Thema wurde doch schon vor der Themenwoche alles gesagt“. Ein Fünftel des Publikums (20%) fühlte sich durch die Themenwoche etwas bevormundet („Mir war die Themenwoche zu belehrend“), und ebenfalls 20 Prozent fanden das Volumen der Berichte überzogen („Mir war das insgesamt zu viel von ein und demselben Thema“). Schließlich äußerten 12 Prozent der Zuschauer und Zuhörer eine generelle Distanz zur Thematik: „Ich finde, diesem Thema wird zuviel Bedeutung beigemessen“.

Fazit

Themenwoche insgesamt erfolgreich

Alles in allem darf auch die zweite ARD-Themenwoche als Erfolg betrachtet werden. Knapp 60 Prozent der Bundesbürger nahmen dieses publizistische Ereignis zur Kenntnis und bescheinigten der ARD hohe Professionalität in der Durchführung.

Nicht nur die handwerkliche Qualität, sondern vor allem auch die Themenwahl und Themensetzung sowie deren inhaltliche Qualität wurden mehrheitlich gelobt. Das Publikum sah in der Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ einen „wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft“. Das selbst gesteckte Ziel der ARD, mit ihrer Aktion gesellschaftlichen Mehrwert, „Public Value“, zu schaffen, darf im Licht der präsentierten Daten als erreicht gelten.

Aus Sicht des Publikums und damit der Gebührenzahler spricht alles dafür, auch künftig Programmschwerpunkte dieser Art anzubieten. Folgerichtig haben die Intendanten der ARD im Juni 2007 beschlossen, im kommenden Jahr die ARD-Themenwoche „Demographischer Wandel in Deutschland“ durchzuführen.

Konzept wird fortgeführt

Anmerkung:

- 1) Im Gegensatz zu der abstrakten Frage nach dem generellen Interesse an der Aufbereitung von Themen in Form gesonderter Programmwochen (vgl. Abbildung 4) wurde hier um die Bewertung der konkreten Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ gebeten.

