

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

**„Die Entwicklungen und Herausforderungen des
Kinderfernsehens im ORF, anhand des Beispiels der
(abgesetzten) Sendung ‚Miniversum‘“**

verfasst von / submitted by

Julia Hießberger

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree
of

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien/Vienna, 2016

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik-
und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hausjell

Aufgrund besserer Lesbarkeit wurde auf die geschlechterspezifische Schreibweise der Wörter verzichtet. Es wird hiermit darauf hingewiesen, dass sich trotz der Verwendung der männlichen Form die Begriffe immer auf beide Geschlechter beziehen.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitende Worte	8
2. Worin besteht das Problem?	12
3. Warum Medienforschung betreiben?	12
4. Was kann diese Arbeit leisten?	13
5. Mensch und Tier	15
5.1 Historisch betrachtet	15
6. Kind und Tier	18
6.1 Tiergestützte Therapien	19
6.2 Wie Kinder von Tieren lernen	20
6.2.1 Soziale Effekte	20
6.2.1.1 Verantwortung übernehmen	20
6.2.1.2 Umgang mit Krankheit	21
6.2.1.3 Umgang mit Tod	21
6.2.1.4 Kommunikation / Interaktion zwischen Kind und Tier	21
6.2.1.5 Einfluss auf nonverbale Kommunikation und soziale Kompetenz	24
6.2.2 Psychologische Effekte	25
6.2.2.1 Der Einsatz von Hunden in der Kinderpsychotherapie	26
7. Entwicklungspsychologische Grundlagen	28
7.1 Die Entwicklungsstufen nach Jean Piaget	28
7.2 Kindliche Entwicklungen, in Bezug auf deren Fernsehnutzung	32
7.2.1 Wahrnehmungsentwicklung	32
7.2.2 Intelligenzentwicklung	33
7.2.3 Konzentrationsentwicklung	35
7.2.4 Motivationsentwicklung	36
7.2.5 Gedächtnisentwicklung	36
8. Freizeit- und Medienverhalten	38
8.1 Freizeit- und Medienverhalten von Erwachsenen	38
8.2 Freizeit- und Medienverhalten von Jugendlichen	39
8.3 Freizeit- und Medienverhalten von Kindern	40
8.4 Freizeit- und Medienverhalten von Kleinkindern (zwei bis fünf Jahre)	46

9. Medienpädagogik	49
9.1 Aufgaben der Medienpädagogik	49
9.2 Medienerziehung	50
9.2.1 Verstehen von medialen Aussagen	50
9.2.2 Möglichkeiten der Medienerziehung	51
9.3 Wirkung von Massenmedien	51
9.4 Mögliche negative Auswirkungen durch das Fernsehen	52
9.4.1 Isolation	52
9.4.2 Lernen von Gewalt	53
9.4.3 Körperliche Schäden	53
9.4.4 Angst durch bestimmte Sendungen	54
9.4.5 Langfristige Auswirkungen von medialem Dauerkonsum	54
9.5 Mögliche positive Auswirkungen durch das Fernsehen	57
9.5.1 Gemeinschaft	57
9.5.2 Bewältigen von Gewalt	58
9.5.3 Gesundheitliche Vorteile	58
9.5.4 Angstbewältigung	58
10. Der ORF	59
10.1 Öffentlich-rechtliches Fernsehen	59
10.1.1 Qualitätsdimensionen	60
10.1.2 Jugendschutz	62
10.1.2.1 Alterskennzeichnung	64
11. Kinderfernsehen im ORF	68
11.1 Geschichte	68
11.1.1 Start des Kinderprogramms	68
11.1.2 Eigene Fernsehgeräte für Familien	69
11.1.3 Aufkommen von Konkurrenz	71
11.1.4 „Ich & Du“	73
11.1.5 „Confetti TiVi“	73
11.1.6 „Okidoki“	74
11.2 Sendungen von Okidoki	74
11.3 Programmstunden von Okidoki	78
12. Senderkonkurrenz aus Deutschland	79
12.1 Super RTL	79

12.2 KiKA	80
12.3 Nickelodeon	81
13. Videoplattformen als Konkurrenz	82
14. Sendung „Miniversum“	84
14.1 Grundsätzliches Sendungsprofil	84
14.2 Sendungsprinzipien	85
15. Forschungsinteresse	87
15.1 Forschungsfragen	87
16. Untersuchungsmethoden	89
16.1 Analyse der Experteninterviews	89
16.1.1 Vorstellung der Experten	90
16.2 Analyse von ausgewählten „Miniversum“-Folgen	91
16.2.1 Analysierte Sendungen	93
17. Ergebnisanalyse „Miniversum“	97
17.1 Themen der Sendung	97
17.1.1 Haustiere	100
17.1.2 Tier- und Artenschutz	101
17.1.3 Therapeutischer Einsatz von Tieren	103
17.1.4 Filmbeispiele	103
17.2 Quoten der Sendung	104
18. Ergebnisanalyse Experteninterviews	105
18.1 Beschreibung der Kategorien	105
18.1.1 Kategorien aus dem Interview mit Werner Kohl	105
18.1.2 Kategorien aus dem Interview mit Thomas Brezina	109
18.1.3 Kategorien aus dem Interview mit Alexandra Schlögl	114
18.2 Zusammenfassung der Kategorien	120
19. Beantwortung der Forschungsfragen	123
20. Conclusio	128
21. Quellenverzeichnis	131
22. Abbildungsverzeichnis	142
23. Anhang	143
23.1 Transkripte der Interviews	143
23.2 Auswertung nach Mayring	202
23.3 Sendungsleitbild „Miniversum“	228

23.4 E-Mail-Verlauf mit Alexandra Schlögl	229
24. Abstract	232

1. Einleitende Worte

Der richtige Gebrauch des Mediums Fernsehen war seit seinen Anfängen ein Streitpunkt. Da Kinder als besonders schützenswert angesehen werden, war und ist deren Fernsehkonsum ein großer Diskussionspunkt. Fernsehen war in seinen Anfängen kein Nebenbei-Medium, so wie dies heutzutage häufig der Fall ist. Damals wurde sich bewusst für bestimmte Sendungen Zeit genommen und das Fernsehgerät danach auch wieder abgedreht. Kleinkindern wurde (auch aufgrund des fehlenden kindgerechten Angebots) das Sitzen vor dem Fernsehgerät in den meisten Fällen gänzlich verboten. Im Jahr 2016 sieht dies anders aus: drei Viertel der Kinder zwischen sechs und zehn Jahren haben das Fernsehgerät täglich laufen. Bei der Frage, auf welche Geräte sie am allerwenigsten verzichten könnten, liegt das Fernsehgerät an erster Stelle. Mit großem Abstand auf Platz zwei liegt das Smartphone (Vgl. Education Group, 2016a).

Fernsehen gehört immer noch zu den Top-Freizeitbeschäftigungen von Kindern. In einer bereits erwähnten Studie (Vgl. Education Group, 2016a), die zwischen März und Mai dieses Jahres an rund 500 Kindern im Alter zwischen sechs und zehn Jahren in Oberösterreich durchgeführt wurde, zeigt sich dies eindeutig. Die Tätigkeit „draußen spielen“ belegt hier zwar den ersten Platz, wird aber dicht gefolgt von „fernsehen“, auf Platz zwei (Vgl. Education Group, 2016b).

Ob dieser Fakt nun positiv oder negativ zu bewerten ist, soll unter anderem auch Gegenstand der Analyse in dieser Arbeit sein. Kinder zwischen sechs und zehn Jahren sind mitten in ihren ersten Schuljahren. Wird der mögliche Lerneffekt von Fernsehen hervorgehoben, könnte man sagen, dass Fernsehen zur Bildung von Kindern beiträgt. Hier müssen aber die Formate, beziehungsweise Sendungen, unterschieden werden. Wird das klassische Kinderfernsehprogramm ausgeklammert, bleiben sehr wenige Sendungen, die für Kinder in dieser Altersgruppe geeignet sind. Bedenklich ist in diesem Zusammenhang, dass einige Kinder heutzutage zur „Beschäftigungstherapie“ vor das Fernsehgerät gesetzt werden. Viele Eltern selektieren nicht, was ihre Kinder in dieser Zeit vermittelt bekommen. Der Lerneffekt ist beim Kinderprogramm allerdings nicht bei jeder Sendung gegeben. Denn nicht jede Kindersendung ist auch zum Lernen bestimmt oder geeignet.

Zur Frage ob Kleinkinder (Drei- bis Sechsjährige) überhaupt fernsehen sollen, sagte Thomas Brezina, der für eine Vielzahl der Kindersendungen im ORF verantwortlich ist, bereits vor 10 Jahren folgendes:

„Wenn Eltern Kindern den Umgang mit Medien zeigen, ist das immer sinnvoll. Wir leben im Jahr 2006. Meine Erfahrung in meinem relativ großen Freundeskreis ist: Familien, die Fernsehen nicht verbieten, aber klar und bedacht damit umgehen, dort gehen auch die Kinder am lockersten damit um. Je mehr verboten wird, je mehr ein Mysterium daraus gemacht wird, umso interessanter wird es. Gesamtheitliches, sinnliches Erfahren der Welt ist wahrscheinlich die wichtigste Bildung, die wir Kindern geben können.“

(Fidler, 2006)

Diese Aussage verdeutlicht die Wichtigkeit des achtsamen und aufmerksamen Umgangs mit dem Medium Fernsehen. Speziell kleinen Kindern muss Fernsehen mit dem Bewusstsein näher gebracht werden, dass ein bedachter Umgang damit wichtig für ein späteres besseres und kritisches Medienverständnis ist.

Die jetzige Elterngeneration ist schon mit Kinderfernsehen aufgewachsen. Damals gab es allerdings noch kein Kinderprogramm im heutigen Sinn, sondern Serien, die für Kinder gemacht wurden. „Lassie“, der Collie, welcher stets zu Hilfe kam, war eine dieser Serien, die Kinder sehr gerne geschaut haben.

Heutzutage existieren zwar noch Serien für Kinder, aber es hat sich etwas, für damalige Verhältnisse, völlig Neues entwickelt – ein komplettes Kinderprogramm. Dies wird im ORF ausschließlich am Vormittag gesendet, dafür sieben Tage die Woche. Was früher „Confetti TiVi“ hieß, wird seit September 2008 „Okidoki“ genannt. Hier wird für Kinder einiges geboten: von Serien, über Kochshows und Zeichentricksendungen, bis hin zu Wissenssendungen ist alles dabei. Thomas Brezina ist für eine Vielzahl dieser Sendungen verantwortlich. Speziell die Sender-Seher-Bindung der Kleinsten ist ihm ein Anliegen (Vgl. Die Presse, 2008).

In den Anfängen des Fernsehens für Kinder beklagten Redakteure, dass sie wenig Wissen über ihre Zielgruppe haben. Sie bemühten sich zwar um den Kontakt zu Kindern, häufig jedoch wurde Wissen über die eigenen Kinder auf die gesamte Gruppe „der Kinder“ hochgerechnet. Dieses Wissen war dann die Basis auf der gearbeitet wurde. Früher fehlte auch die Vermittlung der Ergebnisse der Wissenschaft zu den Redakteuren und Fernsehanstalten, um von den gewonnenen Nutzungsdaten positiv profitieren zu können (Vgl. Erlinger, 1982: 19).

In Zeiten von Smartphones, Tablets und Internet stellt sich außerdem die Frage, wie sehr sich Kinderfernsehen an diese Entwicklungen und „Konkurrenten“ anpassen, beziehungsweise weiterentwickeln muss, um im Wettbewerb mithalten zu können.

Weitere Konkurrenten sind die Spartensender, die sich ausschließlich auf Kinderfernsehen spezialisiert haben. Allein im deutschsprachigen Raum gibt es einige Sender, deren Zielpublikum unter anderem noch ein einstelliges Alter angeben kann. Seit 1997 betreiben die deutschen Sender ARD und ZDF einen öffentlich-rechtlichen Kindersender – „KiKA“. Das Sendungsangebot richtet sich an Kinder von drei bis 13 Jahren. Von 06:00 bis 21:00 Uhr gibt es täglich Serien, Dokumentationen, Eigenproduktionen und Magazine zu sehen (Vgl. KiKA, 2016a).

Ein weiteres Thema, das Einzug ins Kinderfernsehen gefunden hat, ist die Tierwelt und Dokumentationen darüber. Tiere und deren natürliche (manchmal auch unnatürliche) Umgebung werden kindgerecht aufbereitet und bieten Wissen für Kinder in verschiedenen Altersgruppen an.

Kinderfernsehen steht heutzutage vor einigen Herausforderungen. Im Zuge dieser Arbeit soll anhand des Beispiels der Sendung „Miniversum“ herausgefunden werden, wie sich die Sendung im Laufe der Jahre verändert hat/verändern musste. Gibt es Veränderungen schon seit längerer Zeit, oder kamen diese erst vor kurzem auf?

Im Speziellen sollen die Themen der Sendung genauer unter die Lupe genommen und unter anderem folgenden Fragen nachgegangen werden:

- Wie haben sich die Themen im Laufe der Jahre entwickelt? -> Wurden die Tiere „exotischer“? bzw. Wurden klassische Haustiere in späterer Zeit überhaupt noch thematisiert?
- Gab es pro Sendung nur ein Tier das thematisiert wurde?
- Wurden die Themen mit der Zeit anspruchsvoller? -> Mussten die Themen anspruchsvoller werden, weil Kinder aufgrund von Internet über Tiere schon mehr wussten als zu den Anfangszeiten der Sendung?

Um die Beziehung beziehungsweise die Sehnsucht von Kindern nach (Haus-)Tieren besser verstehen zu können, wird in dieser Arbeit auch dieses Phänomen genauer beleuchtet. Die Beziehung von Menschen zu Tieren hat eine sehr lange Geschichte. Früher waren Tiere allerdings nicht zu Haustieren bestimmt, sondern wurden gejagt und anschließend

gegessen. Langsam wurde das Tier als Beschützer der Familie gesehen und Hunde beispielsweise zu Herdenschutzhunden ausgebildet. Bis Tiere, so wie heutzutage, als reine Haustiere gehalten wurden und durch Tierschutzgesetze geschützt wurden, war es allerdings ein langer Weg.

Es gibt einige Studien die belegen, dass Haustiere bedeutsamer für Kinder sind als Eltern vielleicht glauben. Tiere sind für Kinder nicht nur Spielgefährten, Beschützer und Freunde, sondern wirken sich auch direkt auf die kindliche Entwicklung aus. Sie tragen zur Stärkung des Selbstbewusstseins bei, sind sowohl emotionale, als auch soziale Hilfe und helfen dabei Empathie zu entwickeln (Vgl. Prothmann, 2010).

Auch speziell bei geistig behinderten Kindern kann der Einsatz von Tieren bei der Erziehung beziehungsweise Betreuung ermutigende Ergebnisse bringen. Untersuchungen haben gezeigt, dass der Einsatz von Hunden zu positiven Veränderungen im Verhalten führen kann. Ein Hund braucht jemanden der sich um ihn kümmert, er muss gefüttert und geliebt werden. Dieses Gefühl des Gebrauchtwerdens und der Verantwortlichkeit für ein Lebewesen bringt Kindern Mut und Lebensfreude. Körperlich beeinträchtigte Kinder profitieren ebenso von Haustieren. Sie werden von ihren eigenen Beeinträchtigungen abgelenkt und versuchen ihr Möglichstes, um dem Hund von einem Raum in den anderen zu folgen. Und da sowohl gesunde als auch kranke Kinder von Tieren gleichermaßen begeistert sind, gibt es immer ein Gesprächsthema, bei dem alle mitreden können (Vgl. Lachner, 1979: 52).

Um herauszufinden, wie sehr Kinder von Tieren und Tiersendungen beeinflusst werden, ist es notwendig, sich mit der Entwicklungspsychologie auseinanderzusetzen. In welchem Alter Kinder zu welchen Wahrnehmungen und Empfindungen im Stande sind ist essentiell, um festzustellen, wie sehr sie Tiersendungen aufnehmen und davon lernen können. Dies zu erfahren ist wiederum im Hinblick auf die Zukunft und Herausforderungen des Kinderfernsehens wichtig.

Kinder sind unsere Zukunft. Dieser häufig verwendete Satz wird berechtigterweise immer seine Gültigkeit haben und aus diesem Grund ist es wichtig, sich mit Fernsehen für Kinder auseinanderzusetzen. Die Tatsache, dass es heutzutage nahezu unendlich viele Medienangebote für Kinder gibt ist Grund genug, sich über die Zukunft des klassischen Kinderprogramms Gedanken zu machen.

2. Worin besteht das Problem?

Fernsehen, in diesem Fall Kinderfernsehen, hat schon seit einiger Zeit große Konkurrenz bekommen. Wenngleich auch Fernsehen im Vergleich zu Computer und Radio immer noch das Medium Nummer eins ist (Vgl. Statistik Austria, 2012), holen Smartphone, Tablet und Internet immer mehr auf. Für Kinder bieten diese Medien vielfältige Unterhaltungsmöglichkeiten. Netflix beispielsweise hat eine eigene Kinderkategorie, in der Eltern gezielt Filme und Serien auswählen können. Dies ist ein großer Vorteil gegenüber dem „klassischen“ Fernsehen. Wollen Eltern ihren Kindern vor dem Schlafengehen noch eine Serie zeigen, ist dies mit dem Programm des ORF nicht möglich. Zumindest für die Zielgruppe der Sechs- bis Elf-Jährigen gibt es ab der Mittagszeit kein alters-adäquates Programmangebot mehr. Hier müssen sie auf Spartensender oder Angebote wie Netflix zurückgreifen.

Im Bezug auf die Sender-Seher-Bindung stellt sich nun die Frage, ob diese heutzutage noch so funktioniert wie früher, zu Beginn des Kinderfernsehens. Damals gab es keine Konkurrenzmedien im heutigen Sinn (YouTube, Netflix & Co.). Kinder wuchsen mit einem Sender auf und dadurch wurde auch die Bindung zu einem bestimmten Kanal sehr früh und eindeutig festgelegt. Heutzutage gibt es nicht mehr den einen Sender, den Kinder sehen. Favoriten gibt es eventuell dennoch, aber die Unterhaltungs- und Wissensaneignungsmöglichkeiten sind vielfältiger, einfacher und schneller zugänglich geworden. Jedes Kind kann heutzutage zu jeder Tages- und Nachtzeit Zugriff auf eine kindgerechte Sendung bekommen.

3. Warum Medienforschung betreiben?

Diese Fragen stellen sich auch Medienproduzenten. Um den Herausforderungen des Kinderfernsehens gewachsen sein zu können, müssen sie all diesen Fragen nachgehen. Die Medienwissenschaften bieten heutzutage etliche Studien an, die sowohl auf die Nutzungsgewohnheiten, als auch auf die Motivationen der fern sehenden Kinder eingehen. Diese Daten spielen eine immer größer werdende Rolle, um im „Wettlauf“ mit den Konkurrenten mithalten zu können.

Ebenso für Mediennutzer kann die Beantwortung interessant sein. Die eigenen Fernsehgewohnheiten zu beleuchten und zu hinterfragen, bringt einen reflektierten Nutzer hervor, der wiederum für anspruchsvolle Medienangebote offen ist.

4. Was kann diese Arbeit leisten?

Die Sendung „Miniversum“ soll im Zuge dieser Arbeit als Beispiel für ein über viele Jahre erfolgreiches Format dienen, das mit Ende des Jahres 2015 abgesetzt worden ist (Bis Ende März 2016 wurden noch Wiederholungen gesendet). Anhand dieser Sendung soll untersucht werden, was sich im Segment Kinderfernsehen geändert hat und warum nun neue Sendungen gezeigt werden (müssen) und alte, bislang erfolgreiche, abgesetzt werden. Interessant ist es zu hinterfragen, warum es seit 24. September 2016 eine neue Tiersendung im ORF-Kinderprogramm gibt und was daran „besser“ ist als an „Miniversum“. „Tolle Tiere“ wird aus dem Tiergarten Schönbrunn gesendet – das Maskottchen von „Hallo okidoki“, Kater Kurt, nimmt Kinder auf eine Reise in die spannende Welt der Tiere mit. Die Sendung wird jeden Samstag und Sonntag um 8:25 Uhr in ORF eins gesendet und ist für eine Zielgruppe von fünf bis elf Jahren geeignet (Vgl. Tiergarten Schönbrunn, 2016).

„Okidoki“-Mastermind Thomas Brezina sagte über diese neue Sendung folgendes:

„Wenn Kinder fasziniert sind, wenn sie begeistert sind für etwas, ganz besonders für Tiere, dann werden sie diese Tiere auch gerne schützen, und sie werden mit ihnen auch respektvoll umgehen. Kurt ist das, was jedes Kind ist, neugierig und begeisterungsfähig. Und er begeistert sich für Tiere und präsentiert die verschiedenen Arten vom Haustier angefangen über seine Sammlung von allem, was toll ist an Tieren, die tollsten Ohren, die tollsten Augen etc., und er präsentiert es mit einer Freude – und das ist so wichtig.“

(Tiergarten Schönbrunn, 2016)

In den Experteninterviews wird der Frage nachgegangen, was die Unterschiede beziehungsweise Innovationen dieser neuen Sendung im Vergleich zu „Miniversum“ sind. Warum müssen Formate, die jahrelang gute Zuschauerzahlen haben, durch neue, im Inhalt sehr ähnliche, Sendungsformate ersetzt werden?

Untersuchungsmaterialien dieser Arbeit sind einerseits die Episoden der Sendung, wo auf die Themenauswahl über die Jahre hinweg und auch auf die Zuschauerzahlen eingegangen wird. Andererseits sind Experteninterviews Gegenstand der Analyse. Diese gehen sowohl

auf die Sendung ein (Interview mit einem langjährigen Gestalter der Sendung: Werner Kohl), als auch auf das Kinderfernsehen an sich (Interview mit Redaktionsleiterin des ORF-Kinderfernsehens: Alexandra Schlögl). Um die Zukunftsaussichten des Kinderfernsehens in die Arbeit miteinzubeziehen, ist ein Interview mit Thomas Brezina geführt worden. Er ist mit seiner Produktionsfirma Tower 10 Kids TV für die Eigenproduktionen im Kinderprogramm zuständig.

Mit den Analysedaten der Sendung und den ausgewerteten Interviews wird beantwortet, wie sich die Sendung seit ihrem Start verändert hat/verändern musste und was die Herausforderungen für die Zukunft im Allgemeinen und ohne „Miniversum“ im Speziellen sein werden.

5. Mensch und Tier

5.1 Historisch betrachtet

Die Geschichte der Beziehung zwischen Menschen und Tieren ist länger und miteinander verwobener als es auf den ersten Blick scheint. Wenn man an die Landwirtschaft denkt, stellt sich die Frage, ob diese sich ohne Ochsen und Pferde so entwickelt hätte, wie sie es getan hat. Die Fortbewegung mit Kutschen wäre nicht möglich gewesen. Durch domestizierte Tiere wurde die Jagd erleichtert. Die Kriegsführung wäre eine andere gewesen – ohne die vielen Elefanten, Pferde und Brieftauben. Eine unschöne, aber in den Anfangszeiten dennoch wahrscheinlich nicht zu vermeidende, Seite der Beziehung zwischen Menschen und Tieren ist die der Tierversuche. Ohne diese wäre die Entwicklung der Medizin vielleicht nicht so schnell vorangegangen wie es der Fall war. Philosophisch gesehen hat das Tier auch definiert, was es im Unterschied dazu bedeutet ein Mensch zu sein (Vgl. Brantz/Mauch, 2010: 7).

Blickt man auf diese wenigen Beispiele, wird klar, dass der Werdegang des Menschen maßgeblich von Tieren geprägt wurde. Auch gesellschaftliche Veränderungen in Europa sind öfters auf tierische Themen zurückzuführen. Wurde über die religiöse Freiheit im Kaiserreich diskutiert, war auch immer das Schächten ein großes Thema. Wie bereits angesprochen, gab es relativ früh Tierversuche und diese waren schon damals umstritten. Der Forschungsdrang in der Medizin und die Frage der Ethik waren nicht immer unter einen Hut zu bringen. Im 19. Jahrhundert wurden dann Schlachthöfe reformiert, wodurch gleichzeitig über die Versorgung der Bevölkerung mit Nahrung und die öffentliche Hygiene diskutiert worden ist. Um die Bevölkerung zu bilden und einen Platz für Erholung anzubieten, wurden schließlich Tiergärten geschaffen (Vgl. Brantz/Mauch, 2010: 10).

Tiere wurden in der Geschichte auch zu Symbolen für bestimmte Zeiten oder Gesinnungen gemacht. Schäferhunde beispielsweise sind eng mit der deutschen Geschichte und dem Dritten Reich verbunden. Um Identität, sowohl nationale als auch rassische, zu definieren, wurde der Schäferhund herangezogen. Einigkeit und Disziplin waren damals ehrbare Werte und die Beziehung von Hund und Besitzer war ein Vorbild dafür (Vgl. Skabelund, 2010: 63).

Auch in der Raumfahrt war es ein Tier, genau genommen ein Hund, der der Sowjetunion zu einem Meilenstein verholfen hat. Laika, ein Mischlingshund, umkreiste als erstes

Lebewesen die Erde. Die Tatsache, dass sie nicht wie behauptet ohne Schmerzen, sondern aufgrund von großer Hitze und Panik gestorben ist, wurde erst viel später bekannt. Schon damals waren Tierschützer über das Vorgehen der Sowjetunion erbost. Doch im Wettlauf um die Herrschaft im Weltall war dieser Raumflug ein wichtiger Schritt. Nach weiteren Testflügen mit Hunden fand dann schließlich von Jurij Gagarin im April 1961 der erste bemannte Raumflug statt (Vgl. Nelson, 2010: 103).

Tiere als klassische Haustiere waren schon im 16. und 17. Jahrhundert in den Niederlanden auf Gemälden zu sehen. Als Teil der Familie sind Hunde und Katzen in den Wohnungen und neben Kindern spielend abgebildet. Im 19. Jahrhundert gab es dann bereits Bücher über die Pflege von Haustieren. Speziell für die Mittelklasse spielten Hunde als Beschützer des Heims eine große Rolle. Hunde stellten teilweise eine Art Kinderersatz dar. Heutige Bücher über Hundeerziehung sind dagegen so geschrieben, dass sie Familien ansprechen, in denen schon Kinder vorhanden sind. Hunde wurden früher teilweise sogar als „bessere“ Kinder beschrieben. Genauso wie Kinder verlangten Haustiere nach Liebe, Pflege und Aufmerksamkeit, allerdings waren sie im Gegenzug ihr ganzes Leben lang treu ergeben. Das neue moderne Leben brachte damals eine Einsamkeit mit sich, die durch Haustiere versucht wurde zu füllen. Wenn ein Tier verstarb, wurde es nicht einfach entsorgt, sondern auf Friedhöfen speziell für Tiere begraben.

Speziell die Popularität von Hunden als Haustiere zeigt sich in der heutigen Zeit recht deutlich. Statt Babyparties werden Hundeparties veranstaltet und in eigenen Hundekuchen-Bäckereien lassen sich Leckerlies für die Lieblinge erstehen. Neben dem mittlerweile riesigen Markt für Tierspielzeuge hat sich noch ein weiterer Trend entwickelt – Kleidung für Hunde. Die bis Oktober 2015 in China herrschende Ein-Kind-Politik führte zu einem Haustier-Boom. Auch hier wurde allerdings von der Regierung begonnen, die Anzahl der Haustiere auf eines zu beschränken und große Hunderassen überhaupt zu verbieten. Die Neigung mancher Menschen, Tiere Kindern gleichzusetzen, wird in einigen psychologischen Studien näher erläutert. Erwiesen ist, dass der Blutdruck durch Reden mit einem Tier gesenkt werden kann (Vgl. Kete, 2010: 129-133).

Um das Thema Umwelt und Lebensraum kurz anzuschneiden, bringt folgendes Zitat die Bedeutung für Tiere sehr gut auf den Punkt:

„Über die Begegnung mit dem Lebendigen bauen wir uns einen Zugang, eine standfeste Brücke zum Verständnis für unsere Umwelt, die allen gehört – den Menschen wie den Tieren.“ (Lachner, 1979: 10)

Je bewusster Menschen Tiere wahrnehmen, je bewusster sie mit ihnen umgehen, desto achtsamer werden sie auch mit der Umwelt und der Natur umgehen, um deren Lebensraum zu schützen. Dieses Wissen sollte schon den Kleinsten mitgegeben werden, um deren Bewusstsein dafür so früh wie möglich zu wecken.

Menschen begegnen Tieren heutzutage auf vielen verschiedenen Stufen: angefangen beim ersten Stofftier, das man als Kind geschenkt bekommt, bis hin zu Tieren im Zirkus, der in Kindertagen besucht wird. Tierbegegnungen finden sowohl im Haus als auch im Garten, im Wald oder beispielsweise im Tiergarten statt. Diese Tiere können klein, groß, selten, gewöhnlich, harmlos oder gefährlich sein (Vgl. Lachner, 1979: 11). Die Vielfalt der Möglichkeiten an Tierbegegnungen zeigt, dass Kinder wie Erwachsene es gar nicht „vermeiden“ könnten, in irgendeiner Weise Kontakt mit Tieren zu haben – selbst wenn sie dies wollten.

6. Kind und Tier

Es gibt kaum ein Kind, das nicht von Tieren fasziniert ist und von diesen wie magisch angezogen wird. Die Angst vor sogenannten „gefährlichen“ Tieren wird in den meisten Fällen erst später anerzogen oder durch schlechte Erfahrungen gelernt. Die Welt der Kinder besteht aber nicht nur aus echten Tieren, sondern vor allem auch aus Tieren in Märchen, Bilderbüchern und Fernsehserien. Das Bild von Tieren wird dadurch schon sehr früh geprägt.

Da es derzeit keine offiziellen Zahlen und Statistiken zu Haustieren in österreichischen Haushalten gibt, können diese hier nicht erwähnt werden. Fakt ist allerdings, dass Haustiere für Kinder von großer Bedeutung sind.

Kinder fühlen sich auch deswegen besonders zu Tieren hingezogen, da ihr Verhalten dem tierischen ähnelt. Katz beschreibt diese Verbindung mit folgendem Zitat sehr treffend:

„Je jünger das Kind, um so [sic!] mehr ist es noch Naturwesen, um so [sic!] näher steht es seelisch dem Tier.“ (Katz, 1948: 60)

Diese, eher dem Tier als dem Erwachsenen, dargebrachte Sympathie stellte auch schon Graber im Jahr 1946 fest als er sagte, dass das Kind eine *„Zwischenstellung zwischen dem Tier und dem erwachsenen Kulturmenschen“* (Graber, 1946: 35) ist und das Kind, ausgenommen der Mutter, eher mit dem Tier als mit den Erwachsenen sympathisiert.

Ein Zitat von Sigmund Freud bringt diese Überlegungen sehr gut auf den Punkt:

„Das Kind zeigt noch keine Spur von jenem Hochmut, welcher dann den erwachsenen Kulturmenschen bewegt, seine eigene Natur durch eine scharfe Grenzlinie von allem anderen Animalischen abzusetzen. Es gesteht dem Tiere ohne Bedenken die volle Ebenbürtigkeit zu;“ (Westerink, 2013: 167)

Wenn diese Zuneigung zu Tieren nicht in eine eher bedenkliche Richtung, so wie weiter oben beschrieben, als späterer Kinderersatz geht, so ist diese eine große Bereicherung für Kinder. Diese Liebe zu einem Tier sollte allerdings in keinem Fall Ersatz für menschliche Nähe und Fürsorge sein. Kaufen Eltern ihrem Kind ein Haustier nur, um deren fehlende Zeit für ihr Kind zu kompensieren, dann ist dies definitiv der falsche Weg. Ein Tier sollte nie Ersatz für soziale Beziehungen sein, sondern immer einen Zusatz bieten (Vgl. Gebhard, 2013: 131).

6.1 Tiergestützte Therapien

Die Hauptgründe, dass Tiere für Therapien herangezogen werden sind folgende:

- Sicherheit
- Vertrautheit
- Körperlicher Kontakt
- Konstanz (das Wesen eines Tieres bleibt sein Leben lang ähnlich) (Vgl. Gebhard, 2013: 133)

Laut ESAAT (European Society for Animal Assisted Therapy) versteht man unter tiergestützter Therapie folgendes:

„Tiergestützte Therapie umfasst bewusst geplante pädagogische, psychologische und sozialintegrative Angebote mit Tieren für Kinder, Jugendliche, Erwachsene wie Ältere mit kognitiven, sozio-emotionalen und motorischen Einschränkungen, Verhaltensstörungen und Förderschwerpunkten. Sie beinhaltet auch gesundheitsfördernde, präventive und rehabilitative Maßnahmen. (European Society for Animal Assisted Therapy, 2016)

Speziell Hunde werden in Therapien sehr häufig eingesetzt. Um ein Bild davon zu bekommen, auf welche vielfältige Weise Hunde helfen können, soll hier ein kurzer Überblick über die Einsatzmöglichkeiten gegeben werden:

- Assistenzhunde:
 - Einzelassistenz:
 - Rehabilitationshunde: Diese Hunde wurden so ausgebildet, um Menschen mit speziellen Bedürfnissen helfen zu können. Es gibt mehrere Arten von Rehabilitationshunden:
 - *Blindenführhunde*
 - *Signalhunde* (für gehörlose oder Anfall-gefährdete Hundeführer)
 - *Servicehunde* (führen motorische Tätigkeiten durch, dienen als Stützen)
 - *Kombinationshunde* (führen kombinierte Tätigkeiten der vorhin genannten durch)

- Mehrfachassistenz:
 - Therapiebegleithunde: Der Hund und seine Besitzerin sind ein geprüftes Team, welches für tiergestützte Therapien in Kindergärten, Schulen oder Altersheimen eingesetzt wird. Der Unterschied zum Rehabilitationshund ist, dass Therapiebegleithunde nicht nur für einen, sondern für viele Menschen eingesetzt werden (Vgl. Tiere als Therapie, 2014).

Auf die Vorteile des Einsatzes von Hunden in der Psychotherapie wird in einem späteren Kapitel (6.2.2.1) noch genauer eingegangen.

6.2 Wie Kinder von Tieren lernen

Tiere haben auf Kinder verschiedene Wirkungen. Sie können ihnen sowohl auf sozialer, als auch auf psychischer Ebene etwas beibringen. Dies wird von Kindern allerdings nicht als klassisches „Lernen“ wahrgenommen, sondern erfolgt spielerisch beziehungsweise unbewusst, wodurch ein umso größerer Lerneffekt gegeben ist.

Unter dem Begriff „Lernen“ wird meistens der Erwerb von schulischem Wissen verstanden. Wissenschaftlich wird dieser Begriff jedoch weiter gefasst und unter „Lernen“ folgendes verstanden:

„Erwerb neuer und/oder die Änderung bestehender Verhaltensweisen als Folge von Erfahrung und Übung.“ (Hobmair u.a., 1996: 78)

6.2.1 Soziale Effekte

6.2.1.1 Verantwortung übernehmen

Der sehnliche Wunsch nach einem Haustier ist das eine, die damit einhergehende Verantwortung dafür zu übernehmen das andere. Vielfach haben Eltern Angst davor, dass die Fürsorge für ein Tier nach der aufregenden ersten Zeit anschließend allein an ihnen hängen bleibt. Doch genau von dieser Übernahme der Verantwortung für ein Tier können Kinder profitieren. Wenn Eltern in diesem Fall Vorbilder für ihre Kinder sind und ihnen zeigen, dass ein Tier auch nach Pflege verlangt und Verpflichtungen mit sich bringt, stellt dies einen positiven Lerneffekt dar. Wenn Eltern Geduld aufbringen und dem Kind zeigen,

was es zu tun hat, wird es mit der Zeit seine Aufgaben ganz von alleine erfüllen. Dass dieser Lernprozess nicht ganz ohne Konflikte zwischen Eltern und Kindern vor sich geht, ist verständlich (Vgl. Bergler, 1994: 53).

6.2.1.2 Umgang mit Krankheit

Erkrankt ein geliebtes Tier, sind Kinder erst einmal tief betroffen, da dies oftmals der erste Kontakt mit dem Begriff „Krankheit“ ist. Meistens weichen sie dem Haustier dann nicht mehr von der Seite, begleiten es zum Tierarzt und bemühen sich umso intensiver um das Tier. In solch einem Fall sind Kinder meist offener für Informationen was die Pflege des Tieres betrifft. Sie lernen durch ein krankes Tier was „Krankheit“ eigentlich bedeutet, nämlich für jemanden da zu sein. So wissen sie später auch was es heißt, wenn ein Mensch krank ist (Vgl. Bergler, 1994: 55).

6.2.1.3 Umgang mit Tod

Noch schlimmer als die Krankheit eines Tieres ist für Kinder dessen Tod. Dass dieser zum Leben dazugehört, erfahren Kinder in einigen Fällen erstmals durch den Verlust eines geliebten Haustieres. Dieser Verlust und die Trauer über einen Freund der nun nicht mehr da ist, ist für Kinder eine einschneidende Erfahrung. Für Eltern ist dies ein Ansatzpunkt, mit ihren Kindern erstmals ein Gespräch über Leben und Tod zu führen. Das Thema Tod wird in unserer heutigen Gesellschaft manchmal gemieden und verschwiegen. Um schon früh einen offenen Zugang zu den unvermeidbaren Themen des Lebens (Geburt, Krankheit, Tod, etc.) zu bekommen, ist die Erfahrung mit und durch ein Haustier hilfreich. Um das Leben verstehen zu lernen, können Tiere zu unterstützenden Begleitern werden (Vgl. Bergler, 1994: 55-56).

6.2.1.4 Kommunikation / Interaktion zwischen Kind und Tier

Tiere, speziell Hunde, unterstützen Kinder bei deren Entwicklung der Gefühle und beeinflussen die Beziehungsfähigkeit. Die Kommunikation und Interaktion zwischen diesen beiden wurde von Filiatre, Millot und Montagner in einer Studie (Vgl. Filiatre u.a.,

1983: 53-61) untersucht und unterstützt die zuvor aufgestellte Behauptung. Einige interessante Ergebnisse sollen hier nun vorgestellt werden:

Um eine klare Vorstellung zu bekommen, was hier genau unter „Kommunikation“ und „Interaktion“ verstanden wird, ist eine Definition dieser beiden Begriffe notwendig:

Kommunikation:

„Unter Kommunikation versteht man jegliches Verhalten mit Signalcharakter, das für den Beobachter eine objektivierbare Veränderung im Verhalten des Empfängers hervorruft, ohne daß [sic!] diese Reaktion notwendigerweise vom Sender wahrgenommen wird oder eine objektivierbare Reaktion des Senders bedingt.“ (Filiatre u.a., 1983: 54)

Interaktion:

„Unter Interaktion versteht man die Wechselwirkung im Verhalten des Senders und des Empfängers, egal, ob die Antwort die gleiche Form hat oder nicht.“ (Filiatre u.a., 1983: 54)

Die bereits erwähnte Studie aus dem Jahr 1983 untersuchte 18 Kindergartenkinder in Frankreich zwischen zwei und fünf Jahren. Sie wurden durchschnittlich 20 Minuten bei der Interaktion mit dem Familienhund im Wohnzimmer gefilmt. Dabei wurde auf zwei Kategorien des Verhaltens der Kinder geachtet: Beschwichtigungsverhalten und Aggressionsverhalten.

In der Analyse des Videomaterials kristallisierten sich vier Kategorien von Variablen heraus:

- Variablen, die unabhängig von Kind und Hund auftreten

Die Beobachtungen zeigten, dass die Interaktion beziehungsweise Beziehung zwischen Kind und Hund intensiver ist, je kleiner die Familie ist (bestehend aus Eltern und Einzelkind). Sind mehrere Geschwister vorhanden, werden die Kommunikationshandlungen des Hundes unter den Kindern aufgeteilt.

- Variablen, die vom Kind abhängen

Hier zeigte sich, dass das Alter der Kinder mit der Neigung zu aggressivem Verhalten zusammen hängt: je jünger das Kind war, desto eher neigte es zu Aggressionshandlungen. Im Gegenzug dazu war die Kommunikation mit einem

Hund von längerer Dauer, je häufiger das Kind Beschwichtigungsverhalten zeigte. Die Hunde berührten die Kinder in den meisten Fällen mit der Schnauze an folgenden Körperstellen: Kopf, Hände, Arme, Rumpf.

- Variablen, die vom Hund abhängen

Für die Interaktion zwischen Kind und Hund erwies sich ein älterer Hund gegenüber einem jüngeren als günstiger. Der Grund dafür ist eventuell in der noch eher stürmischen Art von jungen Hunden zu finden, die kleinen Kindern noch nicht ganz so geheuer ist. Auch zeigte sich ein Unterscheid zwischen den Geschlechtern von Hunden: Hündinnen wurden häufiger gestreichelt als Rüden. Die Größe der Hunde spielte auch eine entscheidende Rolle: je größer ein Hund war, desto weniger häufig war aggressives Verhalten bei Kindern zu beobachten. Folgende Stellen wurden bei Hunden am meisten berührt: Bauch, Flanken, Vorderpfoten und Hals. Der Körperkontakt erfolgte zu 90% mit den Händen.

- Variablen, die von Kind und Hund ausgehen

In der Beobachtung der von den Kindern ausgehenden Kommunikationshäufigkeit zeigte sich, dass sowohl das Alter des Kindes, als auch jenes des Hundes von Bedeutung ist. Wenn der Hund schon vor der Geburt des Kindes in der Familie integriert war, dann war der Kontakt des Kindes zu ihm häufiger.

Schlussfolgernd lässt sich folgendes Profil eines optimalen Familienhundes zeichnen:

- nicht zu jung
- nicht zu klein
- weiblich
- schon vor der Geburt des Kindes in der Familie integriert

Die Studie zeigt, dass der Hund eine aktive Rolle bei der Regulierung der Interaktion mit einem Kind spielt. Kinder erhalten dadurch ein Verhaltensrepertoire, das sozial wirksamer und besser strukturiert ist (Vgl. Filiatre u.a., 1983: 54-57).

6.2.1.5 Einfluss auf nonverbale Kommunikation und soziale Kompetenz

Eine wesentliche Wurzel der Domestikation von Hund und Katze sollen die nonverbale Kommunikation und deren Besonderheiten sein. Individuen, die leichter verständlich waren und die einen auch leichter verstanden haben, wurden in der Selektionsgeschichte bevorzugt. Aus diesem Grund herrscht heutzutage eine hohe Fähigkeit an nonverbaler Kommunikation zwischen Mensch und Tier vor. Anzumerken ist allerdings, dass es hier große Unterschiede zwischen Individuen gibt, die auch von den Faktoren Geschlecht und Alter beeinflusst werden.

Dass Heimtiere einen direkten Einfluss auf die nonverbale Kommunikationsfähigkeit und die soziale Kompetenz von Kindern haben, zeigt eine von Guttmann, Predovic und Zemanek durchgeführte Studie:

Untersucht wurden 455 Kinder im Alter zwischen elf und 15 Jahren, unter denen sowohl Heimtierhalter, als auch Nichtheimtierhalter waren. Unter den Heimtieren waren folgende Arten vertreten: Hunde, Katzen, Nager, Vögel, Fische, Amphibien/Reptilien. Gefühlsdimensionen die von den Kindern erkannt werden mussten waren: Glück, Furcht, Trauer, Abscheu Ärger und Überraschung.

In einem ersten Schritt wurde die Fähigkeit, mimische Ausdrücke des Gegenübers deuten zu können, getestet. Hier zeigten sich sehr deutliche Ergebnisse: Heimtierhalter hatten signifikant bessere Leistungen als Nichtheimtierhalter. Zwei zusätzliche Erkenntnisse sollen hier nicht unerwähnt bleiben:

- Intelligente Personen haben eine grundsätzliche höhere Fähigkeit zum Verständnis von Mimik
- Deutlicher Geschlechtsunterschied: Mädchen schnitten besser ab als Buben (aus diesem Grund war der fördernde Einfluss eines Heimtieres auf die Fähigkeiten der Buben besonders deutlich zu sehen)

Die positiven Effekte von Heimtieren auf das Sozialverhalten von Kindern wurden in einer weiteren Untersuchung bestätigt. In Schulklassen wurden Kinder gefragt, wem sie ein Problem am ehesten anvertrauen würden. Die zweite Frage war nach der Person, mit der sie am liebsten ihre Freizeit verbringen würden. In beiden Fällen wurden jene Kinder mit Heimtieren bevorzugt. Diese Ergebnisse beweisen, *„daß [sic!] das Übernehmen einer Verantwortung soziale Verhaltensweisen fördert, die auch in der mitmenschlichen*

Bezugsgruppe in höherem Maße dafür prädestiniert, Probleme anvertraut zu bekommen!“
(Guttmann u.a., 1983: 66)

Fazit dieser Studie ist, dass sich Heimtierhaltung positiv auf folgende Aspekte auswirkt:

- Verstehen nonverbaler Kommunikation
- Sensibilisierte Aufnahme mimischer Ausdrücke
- Soziale Integration
- Kontaktbereitschaft

(Vgl. Guttmann u.a., 1983: 62-66)

6.2.2 Psychologische Effekte

Angstgefühle sind bei Kindern, wie bei Erwachsenen, auf unzählige mögliche Ursachen zurückzuführen. Nehmen diese Ängste Überhand, wird oftmals eine Psychotherapie als letzter Ausweg gesehen. Um diese Gefühle gar nicht erst aufkommen zu lassen, sind Haustiere, hier wieder im speziellen Hunde, sehr hilfreich. Forscher der Universität Oklahoma, des Bassett Medical Centers in New York und der Dartmouth Medical School in New Hampshire, sind der Frage nachgegangen, ob die Haltung von Haustieren Angstgefühle bei Kindern mindern kann. Untersucht wurde eine Gruppe von 643 Kindern zwischen vier und zehn Jahren.

Die Studienergebnisse, welche im Fachmagazin „Preventing Chronic Disease“ im November 2015 veröffentlicht wurden, zeigten Eindeutiges:

Klinisch relevante Ängste wiesen nur zwölf Prozent der Kinder mit Hunden auf, wohingegen 21 Prozent der Nichttierhalter an Angstsymptomen litten. Speziell auf soziale und Trennungsängste erwiesen sich Hunde als positiver Einfluss. Ein großer Unterschied zeigte sich auch darin, dass Kinder mit Heimtieren eher alleine zu Hause bleiben würden und sich auch eher zutrauen würden, fremde Personen anzusprechen.

Auch Hormone spielen in der Kind-Hund-Beziehung, und der positiven Wirkung dieser, eine Rolle. Interagierten Kinder mit Hunden, war auf beiden Seiten eine erhöhte Ausschüttung des Hormons Oxytocin festzustellen. Dieses Hormon wird treffenderweise auch als „Kuschelhormon“ bezeichnet. Auch das Hormon Cortisol, welches bei Stress vermehrt im Körper vorkommt, wurde durch die Oxytocin-Ausschüttung reduziert.

Die positive Wirkung von tiergestützter Therapie und von Haustieren ist vermutlich auch auf die positiven Effekte auf Hormone zurückzuführen.

Die Studienleiter wiesen allerdings darauf hin, dass es sich um eine Korrelationsstudie handelt und somit keine Kausalaussage getroffen werden kann. Entweder besitzen weniger ängstliche Kinder Hunde oder Hunde machen Kinder mutiger. Um diesen Zusammenhang zu klären, müssen noch Langzeitstudien durchgeführt werden (Vgl. Gadowski u.a., 2015).

6.2.2.1 Der Einsatz von Hunden in der Kinderpsychotherapie

Sogenannte Assistenzhunde kommen, wie in einem vorangegangenen Kapitel beschrieben, bei verschiedensten körperlichen, aber auch seelischen Einschränkungen zum Einsatz. Auf den Einsatz von Hunden in der tiefenpsychologischen Kinderpsychotherapie soll hier nun eingegangen werden. Gerd Ganser, ein Psychotherapeut für Kinder und Jugendliche in Konstanz, beschreibt in seinem Beitrag für das „Psychotherapeutenjournal“, wie sehr ihm seine Hündin Danka bei der Therapie von Kindern behilflich ist. Die Therapiesituation wird durch die Golden-Retriever-Hündin verändert. Durch sie wird die meist unangenehme erste Begegnung mit dem Therapeuten aufgelockert. Die Kinder trauen sich mehr aus sich herauszugehen und öffnen sich. Im Gespräch über den Hund stellen Kinder Verbindungen zur eigenen Situation dar. Der Hund fungiert dabei als Medium, so wie beispielsweise auch Malen, Puppen oder Sandspiel als Medien genutzt werden. Der Unterschied zu diesen Medien ist allerdings, dass der Hund ein lebendiges Wesen ist, das auch Rückmeldungen zu bestimmten Verhaltensweisen gibt.

Durch die Beobachtung des vertrauten Umgangs zwischen Therapeut und Hund baut auch das Kind schneller Vertrauen zum Therapeuten auf. Dies hilft vor allem schüchternen, zurückhaltenden Kindern sich zu öffnen. Der Körperkontakt mit dem Tier entspannt sowohl Patienten, als auch den Therapeuten.

Voraussetzung für die positiven Effekte des Einsatzes von Therapiehunden sind sowohl die Ausbildung des Tieres, als auch des Therapeuten. Wenn dieser den Hund führen und verstehen kann, eröffnet eine derartige Therapie faszinierende Möglichkeiten (Vgl. Ganser, 2014: 17-23).

Dass hier hauptsächlich über die positiven Auswirkungen von Hunden als Haustiere geschrieben wird, hat keinen tieferen Hintergrund. Natürlich haben auch andere Tiere, wie

Pferde, Katzen, Delfine und sogar Meerschweinchen und Hasen positive Effekte auf Kinder. Auf jede einzelne dieser Studien einzugehen würde allerdings den Rahmen der Arbeit sprengen. Anhand der genannten Beispiele lässt sich schon deutlich erkennen, welche Beziehung Kinder zu Tieren aufbauen können und welche positive Effekte diese haben kann.

7. Entwicklungspsychologische Grundlagen

Kindern stehen heutzutage vielfältigere Medienangebote als noch vor einigen Jahren zur Verfügung. Deswegen ist es umso wichtiger, den bedachten Umgang damit zu lernen. Kinderfernsehen bietet mittlerweile für fast jede Altersgruppe ein zugeschnittenes Programm. Um besser abschätzen zu können, in welchem Alter Kinder Dinge wie wahrnehmen und wodurch sie lernen, soll hier ein Überblick über die verschiedenen Entwicklungsstufen gegeben werden.

Entwicklungen sind nicht nur feste Phasen, die jeder Mensch vom Neugeborenen-Alter bis zum Lebensende durchläuft, sondern werden von Individuen auch selbst mitgestaltet. Und zwar auf dreifache Weise:

- Reaktiv: Die Umwelt bekommt von jedem Menschen eine eigene Bedeutung, da jeder Dinge unterschiedlich interpretiert.
- Evokativ: Unterschiedliche Reaktionen in der Umwelt kommen von unterschiedlichen Verhaltensweisen, welche Individuen ausführen.
- Proaktiv: Der Lebensweg ist nicht fix vorgegeben, sondern wird von Individuen durch wichtige Entscheidungen (Beruf, Wahl des Partners,...) selbst gestaltet (Vgl. Krettenauer, 2014: 9).

7.1 Die Entwicklungsstufen nach Jean Piaget

Die Sendung „Miniversum“ ist für die Altersklasse von sieben bis elf Jahren gedacht. (Vgl. Miniversum, 2016) Da es allerdings auch Kinderprogramm für Jüngere gibt, sollen diese Jahre hier nicht ausgeblendet werden. Um die kognitiven Wahrnehmungsfähigkeiten von Kindern vom ersten Lebensmonat bis zum 12. Lebensjahr besser verstehen zu können, bietet sich das Entwicklungsstufenmodell des Psychologen Jean Piaget an. Der Schweizer geht davon aus, dass bereits ein Säugling aktiv mit der Umwelt interagiert. Wie der Name seines Modells schon sagt, entwickelt sich das Denken in Stufen oder Phasen und nicht kontinuierlich.

Es gibt vier wichtige Regeln, die diesem Stufenmodell zugrunde liegen:

- Jede Stufe gilt als Vorbereitung für die nächste.
- Die Reihenfolge der Stufen ist in allen Gesellschaften und Kulturen die gleiche.
- Stufen können nicht übersprungen werden, die Geschwindigkeit des Durchlaufens einer Stufe kann aber variieren. Die höchste Stufe muss nicht zwingend erreicht werden.
- Jede Stufe besteht aus einer Vorbereitungs- und einer Endphase (Vgl. Kasten, 2011: 41, 42).

Die kognitive Entwicklung von Kindern durchläuft vier Stadien:

- Sensumotorisches Stadium (1. und 2. Lebensjahr)
 - Voroperatorisches Stadium (2. bis 7. Lebensjahr)
 - Konkret-operatorisches Stadium (7. bis 11. Lebensjahr)
 - Formal-operatorisches Stadium (ab dem 11. oder 12. Lebensjahr)
- (Kasten, 2011: 42)

Im Folgenden sollen diese Stadien etwas genauer beschrieben werden:

Sensumotorisches Stadium:

In diesem Stadium wird davon ausgegangen, dass aus dem Tun Denken entsteht. Reize werden mit passenden Bewegungsreaktionen verknüpft. Es werden hier sechs Entwicklungsschritte beschrieben:

(1) Reflexe verändern sich (1. Lebensmonat)

Angeborene Reflexe (Greifen, Saugen) werden an neue Reize angepasst.

(2) Primäre Zirkulär- oder Kreisreaktionen treten auf (2. bis 4. Lebensmonat)

Babys verknüpfen bestimmte Verhaltensweisen mit darauf folgenden interessanten Gefühlen und wiederholen diese solange, bis kein Interesse mehr daran besteht. (Greifen – Festhalten – Loslassen – Greifen - ...)

(3) Sekundäre Kreisreaktionen entwickeln sich (5. bis 8. Lebensmonat)

Nun ist die Umwelt, und nicht mehr nur der eigene Körper, im Mittelpunkt. Verhaltensweisen, die in der Umwelt interessante Effekte auslösen, werden wiederholt, bis sie zur Gewohnheit werden.

(4) Erworbene Verhaltensweisen werden koordiniert (8. bis 12. Lebensmonat)

Zufällig erworbene Verhaltensweisen werden koordiniert (Krabbeln – Greifen – Zubeißen)

(5) Tertiäre Kreisreaktionen treten auf (13. bis 18. Lebensmonat)

Das Kind erkundet weitere verborgene Verwendungsmöglichkeiten von Gegenständen. (z.B. Decke: zudecken, darunter verstecken, Dinge heranziehen,...)

(6) Beginn des Übergang zum Denken (19. bis 24. Lebensmonat)

Das Kind kommt nun immer öfter zu Lösungen, ohne davor herumzuexperimentieren. Es hat eine innere Vorstellung von Verhaltensketten. Ein wichtiger Begriff dieses Stadiums ist die Objektpermanenz: Kinder entwickeln ein Wissen über die Existenz von Objekten, auch wenn diese außerhalb ihrer Sichtweite sind (Vgl. Kasten, 2011: 42-46).

Aufgrund der hier beschriebenen Phasen wird deutlich, dass es kein Fernsehprogramm für Kinder unter zwei Jahren geben kann. In den ersten 24 Lebensmonaten sind Babys, beziehungsweise Kleinkinder, noch zu sehr mit dem Erforschen des eigenen Verhaltens und den daraus resultierenden Folgen beschäftigt, um durch Fernsehsendungen beeinflusst beziehungsweise in diesem Erforschungsprozess gestört zu werden.

Voroperatorisches Stadium:

Kinder lernen in diesem Stadium Symbole und Zeichen. Wörter werden bestimmten Gegenständen zugeordnet. Das Kind weiß aber noch nicht, dass ein Objekt verschiedene Bezeichnungen haben kann. Sie glauben noch, dass ein Name das Wesen eines Objekts darstellt. Der Egozentrismus spielt hier eine große Rolle: Kinder können noch nicht zwischen der eigenen Ansicht von Dingen und der anderer Menschen unterscheiden. Sie können sich nicht vorstellen, dass noch eine andere als ihre eigene Perspektive existiert (Vgl. Kasten, 2011: 46-48).

Konkret-operatorisches Stadium:

In diesem Stadium erlangt ein Kind folgende Fähigkeiten:

- Kinder lernen, dass wenn eine Kugel aus Knete in ihrer Form verändert wird, Material aber weder hinzugefügt noch weggenommen wird, die gleiche Menge an Knete erhalten bleibt. Sie lernen, dass derartige Gesetzmäßigkeiten mit Notwendigkeit gelten.
- Das Denken ändert sich von zentriert zu dezentriert. Wenn die Kugel aus Knete verformt wird, wird nicht nur die Dimension der äußerlichen Veränderung realisiert, sondern auch alle anderen Aspekte.
- Kinder erkennen, dass die Knete wieder in ihre ursprüngliche Form, eine Kugel, zurückverwandelt werden kann und erkennen dann, dass sich die Menge an Knete nicht verändert hat. Das Denken ist reversibel geworden.
- Die Orientierung des Denkens erfolgt nicht mehr vorzugsweise an der Wahrnehmung.
- Nicht auf Zustände, sondern auf Vorgänge ist das Denken in diesem Stadium gerichtet (Vgl. Hoppe-Graff, 2014: 165).

Formal-operatorisches Stadium:

In diesem Stadium ist das Kind in der Lage, über gewisse Tatbestände auch hypothetisch nachzudenken, es kann wissenschaftlich denken, kombinieren und Theorien konstruieren. Die Kombinatorik „(...) erlaubt es, auch Ideen oder Aussagen zu kombinieren und deshalb über die gegebene Wirklichkeit nachzudenken, indem diese als nur eine Realisierung von verschiedenen möglichen verstanden wird.“ (Vgl. Hoppe-Graff, 2014: 167)

An Piagets Modell gibt es auch einige Kritikpunkte, die hier nicht unbeachtet bleiben sollen. Er vernachlässigt beispielsweise, dass jedes Kind ein Individuum ist, mit Neigungen und Talenten. Anfangs wurde erwähnt, dass nach Piaget die Reihenfolge der Stufen in allen Kulturen die gleiche ist. Was hier allerdings fehlt, ist die Beachtung, dass ein Mensch von kulturspezifischen Faktoren geprägt wird und sich dadurch differenzierter entwickelt. Und schließlich lässt dieses Modell es nicht zu, dass sich ein Kind gleichzeitig auf mehreren Stufen aufhält, abhängig von der jeweiligen Aufgabe oder Situation, in der es sich befindet (Vgl. Kasten, 2011: 49).

7.2 Kindliche Entwicklungen, in Bezug auf deren Fernsehnutzung

Aufgrund des vorherigen Kapitels ergibt sich nun schon ein umfangreiches Bild davon, was ein Kind in welchem Alter für Fähigkeiten besitzt und wie es die Umwelt wahrnimmt. Zur Umwelt gehören auch Medien und diesen können sich Kinder heutzutage kaum entziehen. Sie bestimmen deren Freizeitgestaltung, Konsumwünsche und auch der Schulerfolg wird vom Fernsehen (positiv oder negativ) beeinflusst (Vgl. Thewalt, 1996: 117). Um zu zeigen wie sich die Fernsehnutzung auf Kinder auswirken kann, sollen einige wichtige kindliche Entwicklungen hier dargestellt werden:

- Wahrnehmungsentwicklung
- Intelligenzentwicklung
- Konzentrationsentwicklung
- Motivationsentwicklung
- Gedächtnisentwicklung

7.2.1 Wahrnehmungsentwicklung:

In den ersten Lebensmonaten „ergreifen“ Kinder ihre Umwelt, sie machen vor allem Erfahrungen im senso-motorischen Bereich. Die Erfahrungsmöglichkeiten erweitern sich dann, wenn das Kind sprechen gelernt hat. Kinder werden in dieser Phase ihres Lebens von unzähligen Dingen beeinflusst: Kindergarten, Schule, Eltern, Fernsehen, Freunde, etc. (Vgl. Thewalt, 1996: 117).

Heldenfiguren spielen im Entwicklungsprozess von Kindern eine große Rolle und haben meist eine wichtige Bedeutung für jeden einzelnen. Diese Helden kommen sowohl in Comics, Märchenbüchern, als auch in Fernsehserien vor. Durch sie erleben Kinder Abenteuer, bekämpfen Bösewichte und überstehen Gefahren. Kinder werden meist von bestimmten Sendungen, in denen ihre Helden vorkommen, angezogen und nicht allgemein von dem „Medium Fernsehen“.

Fast alle Kinder durchlaufen Phasen, in welchen bestimmte Themen Priorität haben, wie zum Beispiel Rivalität, Geborgenheit, Starksein, Angst und verlassen werden. Aber nicht nur Themen, sondern auch Erlebnisse in ihrem privaten Umfeld beschäftigen sie. Mit diesen Dingen müssen Kinder dann umgehen und sie bewältigen. Bevor es die Medien in ihrer heutigen Verbreitung gab, waren es meist nur die Familienangehörigen, mit denen

sich ein Kind über seine Probleme unterhalten konnte. Diese Aussprache mit der Familie ist heutzutage nicht weniger wichtig, allerdings bieten auch die Medien Anregungen zur Lösung von Problemen. Kinder wählen dann, sei es bewusst oder unbewusst, genau jene Medienangebote aus, welche ihnen bei der Problembewältigung behilflich sein können.

Thewalt nennt hier ein Beispiel eines Brüderpaares, das sich viel streitet. Der Jüngere, Daniel, wird von seinem älteren Bruder häufig beherrscht. Daniel sieht sich gerne die Sendung „Tom & Jerry“ an. Jerry, die Hausmaus, wird hier meistens von Tom, dem Kater, gejagt. Jerry entwischt aber jedes Mal und schlussendlich bekommt Tom den Ärger. Daniel identifiziert sich mit Jerry und wünscht sich, dass nicht nur in der Serie die Großen bestraft werden. Seine Eltern helfen ihm bei Streits nämlich nie, sondern drohen ihm auch noch. Daniels Mutter meint, dass es nicht verwunderlich sei, dass ihre Kinder nach dem Konsum dieser Serie aggressiv zueinander seien.

Die Frage ist nun, ob hier das Fernsehen oder etwas anderes der Grund für deren Verhalten ist? Den Medien allein die Schuld an zu viel Aggression zu geben wäre falsch. Ob Aggression ausgelebt, Probleme aggressiv, oder im Zuge von Gesprächen, gelöst werden, hängt vorrangig davon ab, wie Eltern es ihren Kindern vorleben. Wenn Kinder von Eltern lernen, dass nur Gewalt die Lösung aller Probleme ist, dann werden sie auch nie einen friedlichen Weg sehen. Der Einfluss von Medien darf also nicht getrennt von anderen Einflüssen bewertet werden (Vgl. Thewalt, 1996: 117, 118).

7.2.2 Intelligenzentwicklung:

Unter Intelligenz fallen (unter anderen) folgende Fähigkeiten des Menschen:

- Denkvermögen
- Sprache
- Raumerfassung

Die Förderung dieser Fähigkeiten von Eltern, Lehrern und auch Medien ist äußerst wichtig. Piaget stellte fest, dass verinnerlichte Verhaltensweisen ihren Ursprung in äußeren Handlungen haben. Besonders wichtig für Kinder ist, dass diese Handlungen aus „erster Hand“ erfahren werden, indem sie Dinge selbst anfassen und so herausfinden, was eckig, hohl oder weich bedeutet. Werden diese Erfahrungen zu früh und zu oft aus „zweiter Hand“, via Bildschirm, wahrgenommen, wird das spätere Begriffsdenken ohne wichtige

Grundlagen vor sich gehen. Ausreichende Sinneserfahrungen sind eine grundlegende Voraussetzung dafür, dass Lernprozesse ohne Probleme ablaufen können.

Wenn Dinge, die im Fernsehen gezeigt werden, im anschließenden Dialog hinterfragt und diskutiert werden, so kann dies auch zum Lernen beitragen. Wichtig ist hier die Interaktion zwischen dem Lernenden und beispielsweise dem Lehrer.

Denkstile werden in zwei Arten unterschieden:

- Impulsiv
- Reflexiv

Diese Denkstile werden von verschiedenen Medien unterschiedlich geprägt. Fernsehen fördert einen impulsiven Denkstil, der Seher kann die Sendung nicht anhalten um darüber nachzudenken, ohne den Anschluss zu verpassen. Wer impulsiv denkt, kann schnell zwischen Informationen hin- und herschalten. Innere Vorgänge werden durch Handlungen dargestellt, so muss der Seher nicht darüber nachdenken, sondern bekommt diese sogleich präsentiert.

Wer viel liest, fördert damit seinen reflexiven Denkstil. Lesen bietet nicht wie das Fernsehen automatisch Bilder an, sondern diese müssen vom Leser selbst konstruiert werden. Es kann auch inne gehalten, zurückgeblättert und nachgedacht werden.

Dass eine aktive Auseinandersetzung mit Fernsehsendungen positive Auswirkungen auf das Lernen haben kann, zeigt die Sendung „Sesamstraße“. Durch vier wichtige Dinge die hier beachtet werden, trägt diese Kindersendung zum Lernerfolg bei:

- Aufmerksamkeit von Kindern erhalten (zum Beispiel durch Spielpuppen, Zeichentrick, etc.)
- Neuer Lernstoff wird an bereits Bekanntes angeknüpft (Schon Piaget zeigte anhand seines Stufenmodells, dass es wichtig ist, eine bekannte Stufe vor einer unbekannten zu erlernen)
- Wiederholungen fördern den Lernerfolg
- Kinder werden zum Mitmachen angeregt (beispielsweise Nachsprechen von Buchstaben des Alphabets)

Eine solche Sendung kann definitiv positiv zum Lernerfolg beitragen. Wichtig sind jedoch immer auch die Anregung und der Zuspruch der Eltern. Ohne gemeinsame Gespräche

verarmt die Sprache von Kindern und dann helfen keine Sendungen wie „Sesamstraße“ mehr, um diese Defizite wettzumachen. Durch das Fernsehen wird ein anderer Sprachstil als beim Lesen und Radiohören gefördert, nämlich ein audiovisueller. Werden Bücher nacherzählt, sind das meist detailliertere Ausführungen als bei Fernsehsendungen. Die sprachliche Ausdrucksfähigkeit wird geschult. Zur Sprachförderung ist das Fernsehen somit nur bedingt geeignet.

Bezüglich der Raumerfassung ist zu sagen, dass es grundlegend ist, dass Kinder eigene sensomotorische Erfahrungen machen. Sie müssen Dinge selbst angreifen und erfahren, um davon später profitieren zu können. Auch Piaget beschreibt in seinem „Sensorischen Stadium“ die Wichtigkeit, dass Kinder ihre Umwelt selbst erforschen und „begreifen“ lernen. Das Fernsehen kann als Zusatz dazu allerdings auch seinen Beitrag leisten. Visuelle Anregungen sind für Kinder meist hilfreicher, als reine verbale Erklärungen. Von Fußballspielen können sich Kinder beispielsweise sehr viel für die eigene Spieltechnik abschauen (Vgl. Thewalt, 1996: 119-121).

7.2.3 Konzentrationsentwicklung:

Daten zur Aufmerksamkeitsspanne von Kindern:

<u>Alter</u>	<u>Dauer</u>
5-7 Jahre	15 Minuten
7-10 Jahre	20 Minuten
10-12 Jahre	25 Minuten
12-15 Jahre	30 Minuten

(Vgl. Keller/Thewalt, 1991: 65)

Die Möglichkeit der Ablenkung durch innere und äußere Reize ist speziell bei jüngeren Kindern erhöht. Lehrer beobachten häufig, dass Kinder an Konzentrationsstörungen leiden. Fernsehkonsum kann diese mangelnde Konzentrationsfähigkeit noch zusätzlich beeinträchtigen. Im Fernsehen geht alles viel schneller, Tage dauern kürzer als in der Realität und dadurch gewöhnen sich Kinder an die Schnellebigkeit. Aber natürlich wirkt

sich auch Schlafmangel, ausgelöst durch zu langes Fernsehen, negativ auf die Konzentration aus (Vgl. Thewalt, 1996: 122).

Die durchschnittliche Sendungsdauer einer Folge „Miniversum“ beträgt ungefähr zwölf Minuten. Die Zielgruppe sind Kinder von sieben bis elf Jahren (Vgl. Miniversum, 2016). Anhand der oben erwähnten Daten der Aufmerksamkeitsspanne zeigt sich, dass die Länge der einzelnen Folgen gerade so lange ist, dass sich Kinder optimal auf diese konzentrieren können. Wirft man einen generellen Blick auf das Programm für Kinder, lässt sich eines erkennen: die Längen der Sendungen sind so gestaltet, dass sie der eher kurzen Aufmerksamkeitsspanne von Kindern gerecht werden.

7.2.4 Motivationsentwicklung:

Durch Motivation, Bestärkung von richtigem Verhalten und Förderung von Talenten, lernen Kinder umso besser und mit mehr Spaß. Die Entwicklung der eigenen Motivation wird dadurch unterstützt und gekräftigt. Speziell in schulischen Angelegenheiten müssen Kinder häufig motiviert werden. Dieser Motivation bedarf es beim Thema Fernsehen nicht. Im Gegensatz zur Schule ist dieses Medium zumeist für die Unterhaltung zuständig. Hat ein Kind allerdings schon bestimmte Interessen, oder sollen diese geweckt werden, können bestimmte Sendungen dies unterstützen. Um bestmöglich davon profitieren zu können, sollten diese Lerninhalte aber immer an das bereits vorhandene Wissen des Kindes anknüpfen und seine Neugier nach mehr wecken (Vgl. Thewalt, 1996: 123).

7.2.5 Gedächtnisentwicklung:

Durch Wiederholungen von Lernstoff werden Informationen im Langzeitgedächtnis gespeichert. Auch bei Fernsehserien zeigt sich, dass Kinder von sich wiederholenden Inhalten am meisten profitieren. Erlebnisse, die emotional behaftet sind und Informationen, die auf besonders großes Interesse bei Kinder stoßen, werden automatisch länger im Gedächtnis behalten (Vgl. Thewalt, 1996: 124). Daraus ergibt sich die Chance für Fernsehmacher, Kinder für ihre Inhalte zu begeistern und gleichzeitig auch etwas zu deren Wissensstand beizutragen. Wichtig ist hier allerdings, dass neben der spannenden Aufmachung von Sendungen, das Wissen, welches vermittelt werden soll, nicht zur Nebensache wird.

Zusammenfassend könnte man sagen:

Die Entwicklung von Wahrnehmung, Intelligenz, Konzentration, Motivation und Gedächtnis gehört zu den grundlegenden Dingen im Leben eines jeden Kindes. Die Erfahrung von Dingen aus „erster Hand“, das selbstständige Erforschen und Begreifen der eigenen Umwelt, führen zu selbstbewussten und eigenständigen Kindern.

Dass das Medium Fernsehen heutzutage auch schon für kleine Kinder eine große Rolle spielt ist Fakt. Aus diesem Grund sollten Eltern darauf bedacht sein, ihren Kindern den größtmöglichen „Profit“ daraus zu ermöglichen. Fernsehen kann großartige Chancen bieten, man muss nur damit umzugehen wissen. Die Entwicklung eines jeden Kindes kann durch mediale Angebote unterstützt werden und davon wird es schließlich auch als Erwachsener profitieren.

8. Freizeit- und Medienverhalten

8.1 Freizeit- und Medienverhalten von Erwachsenen

Um die Beziehung von Kindern zu Medien, im Speziellen zu Fernsehen, besser verstehen zu können, ist es wichtig, sich deren Freizeitgestaltung genauer anzusehen. Dass Medien heutzutage eine große Rolle im Leben von Kindern spielen, ist unumstritten. Wenn man davon ausgeht, dass Erwachsene, vor allem Eltern, eine Vorbildwirkung für Kinder haben, ist es interessant, sich deren Freizeitnutzung anzusehen. Danach kann bewertet werden, inwiefern diese Auswirkungen auf ihren Nachwuchs hat.

Im Jahr 2016 veröffentlichte das Institut für Freizeit- und Tourismusforschung eine Studie zur weltweiten Internetnutzung. Im Zuge dessen wurde auch nach den regelmäßigen Freizeitaktivitäten (mindestens einmal pro Woche) in Österreich und Deutschland gefragt. Sowohl in Deutschland (97%), als auch in Österreich (92%), liegt „Fernsehen“ auf Platz eins. Platz zwei belegt in Deutschland „Radio hören“ (90%) und in Österreich „Telefonieren von zu Hause aus (Handy/Mobiltelefon)“ (89%). Bezogen auf das Thema „Tiere“ ist es interessant, dass die Kategorie „Mit Tieren beschäftigen“ nur in der österreichischen Auflistung vorkommt. 48% geben an, in ihrer Freizeit gerne Zeit mit (ihren) Tieren zu verbringen (Vgl. Zellmann/Mayrhofer, 2016).

Schon in einer 2014 veröffentlichten Studie des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung zu den Top 10 Freizeitaktivitäten der Österreicher liegt „Fernsehen“ mit 91% auf Platz eins. Platz zwei und drei belegen „Radio hören“ (85%) und „Telefonieren unterwegs (Handy)“ (75%). Erst an sechster Stelle liegt eine Aktivität, die nichts mit Medien im weitesten Sinne zu tun hat, nämlich „Mit Familie beschäftigen“ (65%). Interessant ist, dass im Bundesländervergleich Platz eins (Fernsehen) und zwei (Radio hören) überall die gleichen sind. Fernsehen war und ist also in ganz Österreich die Nummer eins der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. In Oberösterreich geben mit 94% die meisten Menschen an, am liebsten fernzuschauen (Vgl. Zellmann/Mayrhofer, 2014a).

Eine Zeitverwendungserhebung der Statistik Austria für die Jahre 2008 und 2009 (Personen ab zehn Jahren) liefert sehr ähnliche Ergebnisse: Für Fernsehen wird mit Abstand am meisten Zeit aufgewendet - zwei Stunden täglich verbringen die Österreicher im Schnitt vor der „Flimmerkiste“. Platz zwei belegt „Zeitungen, Zeitschriften lesen“, wofür durchschnittlich elf Minuten täglich aufgewendet werden (Vgl. Statistik Austria, 2010).

Erwähnenswert ist neben der Art der Freizeitbeschäftigungen auch die Anzahl der regelmäßig ausgeübten Aktivitäten. Die im Forschungstelegramm von Dezember 2015 veröffentlichten Ergebnisse des Freizeitforschungsinstituts zeigen, dass in Österreich durchschnittlich 18 Aktivitäten nachgegangen wird. Im Jahr 1996 waren es pro Person mit nur 14,2 Aktivitäten um rund ein Viertel weniger. Aktuell sinkt diese Anzahl allerdings wieder leicht (Vgl. Zellmann/Mayrhofer, 2015).

Im Vergleich zwischen Personen mit, und Personen ohne Kindern unter 15 Jahren im Haushalt zeigt sich, dass der passive Medienkonsum, das Fernsehen, bei allen an erster Stelle liegt. Generell gilt allerdings, dass Haushalte, in denen Kinder unter 15 Jahren leben, aktiver sind, als jene ohne Kindern (Vgl. Zellmann/Mayrhofer, 2014b).

8.2 Freizeit- und Medienverhalten von Jugendlichen

Im Jahr 2014 macht auch bei der Gruppe der 15- bis 19-Jährigen die Freizeitbeschäftigung „Fernsehen“ Platz eins aus. Erfreulich ist, dass ein Anstieg der gehaltvollen Freizeitaktivitäten zu beobachten ist. „Weiterbildung“ hat auch in der Freizeit der Jugendlichen einen hohen Stellenwert, ebenso das „sich mit der Familie beschäftigen“. Eine weitere positive Entwicklung ist, dass fast jeder zweite Jugendliche regelmäßig ein Buch liest (Vgl. Zellmann/Mayrhofer, 2014c).

Bei einer im Jahr 2015 an oberösterreichischen Jugendlichen durchgeführten Studie zeigt sich ein etwas anderes Bild. Jene Freizeitbeschäftigung, der am meisten nachgegangen wird ist „mit Freunden treffen“. Erst auf dem zweiten Platz liegt das „Fernsehen“, Platz drei belegt „Hausaufgaben machen/lernen“. Computer und Smartphone spielen auch eine wichtige Rolle für die Jugendlichen. Bei der Frage nach der Lieblingsbeschäftigung liegt ebenfalls das Treffen mit Freunden auf dem ersten Platz. Auch hier belegt das Fernsehen nur den zweiten Rang. Es ist zu beobachten, dass das Fernsehgerät im Vergleich zu den Jahren davor, weiter an Boden verloren hat. Der TV-Konsum beträgt derzeit knapp über 80 Minuten pro Tag, vor zwei Jahren waren es noch fünf Minuten länger. Computer und Smartphone sind Kategorien, die dagegen einen Aufwärtstrend verzeichnen. Auch beim Leseverhalten ist derzeit eine positive Entwicklung zu verzeichnen (Vgl. Pfarrhofer, 2015).

Da diese Altersgruppe nicht zum Zielpublikum des klassischen Kinderfernsehens im ORF zählt (die meisten Sendungen werden für Kinder ab drei, beziehungsweise ab sechs Jahren

empfohlen (Vgl. Okidoki, 2016)), soll nun näher auf die Gruppe der Jüngeren eingegangen werden.

8.3 Freizeit- und Medienverhalten von Kindern

Um ein ausführliches Bild über das Freizeit- und Medienverhalten dieser Altersgruppe zu bekommen, werden hier die Ergebnisse einiger Studien herangezogen.

Die Education Group veröffentlicht seit 2007 jährlich Studien zu Kindern und Medien in Oberösterreich. Zwischen März und Mai 2016 wurden 503 Kinder zwischen sechs und zehn Jahren befragt. Auch eine kleinere qualitative Untersuchung zu Kindern und Medien, welche zwischen Februar und März 2016 an 24 Kindern aus Wien und Umgebung stattgefunden hat, wird hier Erwähnung finden.

Um noch ein besseres Bild davon zu bekommen, wie diese Altersgruppe „tickt“, fließen auch Untersuchungsergebnisse aus Deutschland ein.

Im Zuge der KIM-Studie (Kinder und Medien, Computer und Internet) untersucht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest seit 1999 das Medienverhalten Sechs- bis 13-Jähriger in Deutschland. Für die Studie von 2014 wurden insgesamt 1209 Schulkinder und deren Erziehungsberechtigte befragt. Ergebnis hat sich ein ziemlich detailliertes Bild der Freizeit- und Mediennutzung dieser Altersgruppe.

Interessen:

Die Frage nach den Themeninteressen ergibt, dass 93% aller Kinder aus Deutschland das Thema „Freunde/Freundschaft“ als am interessantesten erachten. Dieses Ergebnis zeigt auch schon die Befragung der Jugendlichen. Etwas abgeschlagen auf Platz zwei und drei liegen „Internet/Computer/Laptop“ und „Musik“. Drei von fünf Kindern geben „Tiere“ als großes Interessensgebiet an. Bei den Themeninteressen nach Altersgruppen betrachtet, lässt sich feststellen, dass mit dem Alter eine Interessenssteigerung passiert. Einzig bei den Themen „Tiere“ und „Schule“ lässt sich mit steigendem Alter ein Rückgang des Interesses feststellen (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015a).

Bezüglich der Medienausstattung ist eine (nahezu) Vollaussstattung der Sechs- bis Zehn-Jährigen mit Fernsehgerät, Computer und Internetzugang gegeben (Vgl. Education Group, 2016a).

Häufigkeit der Freizeitaktivitäten:

Die Kinder aus Oberösterreich verbringen die meiste freie Zeit mit „draußen spielen“ (91%). „Fernsehen“ folgt knapp dahinter mit 89%. Da die Altersgruppe der Sechs- bis Zehn-Jährigen gerade die Einschulung hinter sich hat, beziehungsweise schon voll im Schulalltag angekommen ist, belegt diese Tätigkeit auch einen der vorderen Ränge (68%) (Vgl. Education Group, 2016b).

In Deutschland steht die Tätigkeit „Hausaufgaben/Lernen“ gar an erster Stelle. Direkt nach den schulischen Pflichten belegt das Fernsehen den zweiten Platz. 79% gehen dieser Freizeitaktivität jeden oder fast jeden Tag nach. Dahinter folgen sozialere Aktivitäten wie „Freunde treffen“, „Drinnen spielen“, „Draußen spielen“. Im Mittelfeld der Freizeitaktivitäten liegt die Beschäftigung mit einem Tier (41% - mindestens einmal pro Woche) (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015a). In Österreich beschäftigen sich mehr als die Hälfte der Kinder (52%) mit Tieren. Im Vergleich zu den Jahren davor nimmt diese Freizeitbeschäftigung immer mehr ab (Vgl. Education Group, 2016b).

Liebste Freizeitaktivitäten:

Neben der Frage nach der Häufigkeiten von Aktivitäten wurde auch gefragt, mit welchen Tätigkeiten am liebsten Zeit verbracht wird. Die befragten Kinder durften hier bis zu drei Nennungen abgeben.

Bei österreichischen Kindern steht das „draußen spielen“, mit großem Abstand zu Platz zwei, an erster Stelle (49%). Danach folgt das „Fernsehen“ (36%), dicht gefolgt von „Freunde treffen“ (34%). Die Kategorie „mit Tieren beschäftigen“ liegt hier auch relativ weit oben. 17% der Kinder zählen dies zu ihren liebsten Freizeitaktivitäten (Vgl. Education Group, 2016b).

In Deutschland belegt Platz eins bei beiden Geschlechtern „Freunde treffen“ (53%). „Draußen spielen“ ist am zweitbeliebtesten, auf Platz drei folgt dann auch schon das „Fernsehen“ (36%). „Mit Tier beschäftigen“ liegt im Mittelfeld, wobei Mädchen diese Tätigkeit häufiger angeben als Buben. Zur Studie von 2012 hat sich an der Reihenfolge der ersten drei Plätze nichts geändert (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015a).

Soziale Aktivitäten liegen also, sowohl bei Kindern in Österreich, als auch bei jenen in Deutschland, hoch im Kurs. In beiden Ländern ist der Prozentsatz der Beliebtheit des Fernsehens gleich hoch (36%).

Selbstständige Nutzung von Medien:

In der selbstständigen Nutzung von Medien zeigen sich Unterschiede zwischen den Ländern:

Auf Platz eins der Geräte, die alleine benutzt werden liegt ein Computer, speziell für Kinder (71%), gefolgt von MP3-Player (67%) und tragbaren Spielkonsolen (65%). Nur 23% der Kinder geben an, das Fernsehgerät alleine zu benutzen. Bei der Nutzung von Geräten gemeinsamen mit anderen, zeigt sich ein komplett gegenteiliges Bild: der DVD-Player teilt sich mit dem Computer den ersten Platz (71%), Fernsehen liegt mit 69% auch relativ weit vorne (Vgl. Education Group, 2016).

Bezogen auf die selbstständige Nutzung von Medien in Deutschland zeigt sich, dass „Fernsehen“ mit Abstand auf Platz eins liegt. 51% der Kinder geben an, dass sie das Fernsehgerät alleine benutzen. Als Medium, welches zusammen mit der ganzen Familie genutzt wird, gilt das Radio. Im Altersverlauf zeigt sich folgendes: je älter Kinder werden, desto selbstständiger werden sämtliche Medientätigkeiten ausgeübt (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015a).

Wichtigkeit von Medien nach Alter:

<u>Alter</u>	<u>Wichtigkeit</u>
• 6-7	1. Fernsehgerät 2. Musikabspielgeräte
• 8-9	1. Fernsehgerät 2. Handy/Tablet 3. Spielkonsole
• 10-12	1. Handy/Tablet 2. Fernsehgerät (Parallelnutzung)

Hier ist zu sehen, dass Fernsehen speziell bei der jüngeren Gruppe der Kinder eine höhere Wichtigkeit hat, als in späteren Jahren. Ferngesehen wird von älteren Kindern zwar nach wie vor, allerdings wird parallel dazu häufig das Handy benutzt. Jüngere Kinder konzentrieren sich noch komplett auf das Fernsehen, es dient der Entspannung und Informationsgewinnung. Ältere dagegen spielen parallel dazu oftmals Spiele oder schreiben über Kurznachrichtendienste mit ihren Freunden (Vgl. IP Österreich, 2016).

Wichtigkeit der Medien im Tagesablauf:

Radio wird zu den „Frühstücksmedien“ gezählt. Je näher der Abend rückt, desto mehr steigt die Wichtigkeit des Fernsehens. Beim Abendessen zählt „Fernsehen“ zu den wichtigsten Medien (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015a).

Fernsehen:

Das Fernsehgerät ist das erste digitale Gerät, das Kinder nutzen. Drei Viertel der Kinder, vor allem ab acht Jahren, besitzen bereits eigene elektrische und elektronische Geräte. Seit 2007 ist diese Menge relativ stabil geblieben. Bei der Frage nach dem Besitz eines eigenen Fernsehgeräts, bejahen dies 20% der oberösterreichischen Kinder. Die tragbare Konsole ist jenes Gerät, welches am häufigsten besessen wird (46%). Bei der Frage, welches Gerät

Kinder gerne häufiger benutzen würden, liegt das Fernsehgerät mit 47%, und großem Abstand zum zweiten Platz (Computer, Laptop – 33%), an der Spitze. Auch bei den Geräten, auf welche Kinder am wenigsten verzichten wollen, ist der Spitzenplatz der Selbe (Vgl. Education Group, 2016a).

Seit dem Jahr 1999, als die erste KIM-Studie in Deutschland durchgeführt worden ist, ist der Anteil der Kinder die täglich fernsehen stabil gleich geblieben. Fast 100% der Sechs- bis 13-Jährigen hat zu Hause Zugriff auf ein Fernsehgerät. Der Besitz eines eigenen Fernsehgeräts steigt im Altersverlauf rapide an. Zwischen sechs und sieben Jahren besitzen nur elf Prozent der Kinder ein Fernsehgerät. Schon 41% der Zehn- bis Elf-Jährigen zählen sich zu den Fernsehgerät-Besitzern.

Dass Fernsehen mittlerweile viel mit Gewohnheit zu tun hat, zeigen die Motive, warum eingeschaltet wird: die Hälfte der Kinder schaltet bei einer bestimmten Sendung ein, die andere Hälfte schaltet einfach so ein und lässt sich überraschen was gerade gesendet wird. Werden die Kinder älter, so schalten sie das Fernsehgerät weniger oft bewusst ein (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015a).

Bezogen auf klassische Kindersender wurden auch interessante Tendenzen sichtbar. Für 36% der sechs- bis zehnjährigen oberösterreichischen Kinder belegt der öffentlich-rechtliche deutsche Kindersender „KiKA“ den ersten Platz der Lieblingssender (Vgl. Education Group, 2016d). In Deutschland liegt die Beliebtheit gar bei 53%. Dies ist nur bei vier Prozent der Zwölf- bis 13-Jährigen der Fall. Je älter Kinder werden, desto eher zählen Vollprogramme zu ihren Lieblingssendern. Zu erklären ist dies mit dem Programmangebot klassischer Kindersender. Dieses ist meist an jüngeres Publikum gerichtet. Bei „KiKA“ ist die Zielgruppe jene der drei- bis 13-Jährigen (Vgl. KiKA, 2016b).

Da „Miniversum“ zu den Sendungen zählt, die Wissen vermitteln, ist die Frage nach der Beliebtheit solcher Sendungen interessant. 53%, also knapp mehr als die Hälfte der Kinder, lernt durch Fernsehserien gerne neue Dinge (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015a).

Bezüglich der TV-Nutzung im Tagesverlauf zeigt sich auch ein recht interessantes Bild. Der ORF beispielsweise sendet sein Kinderprogramm von Montag bis Sonntag, allerdings immer nur in den Vormittags- und Mittagsstunden. Angesichts dessen ist folgende Grafik besonders interessant:

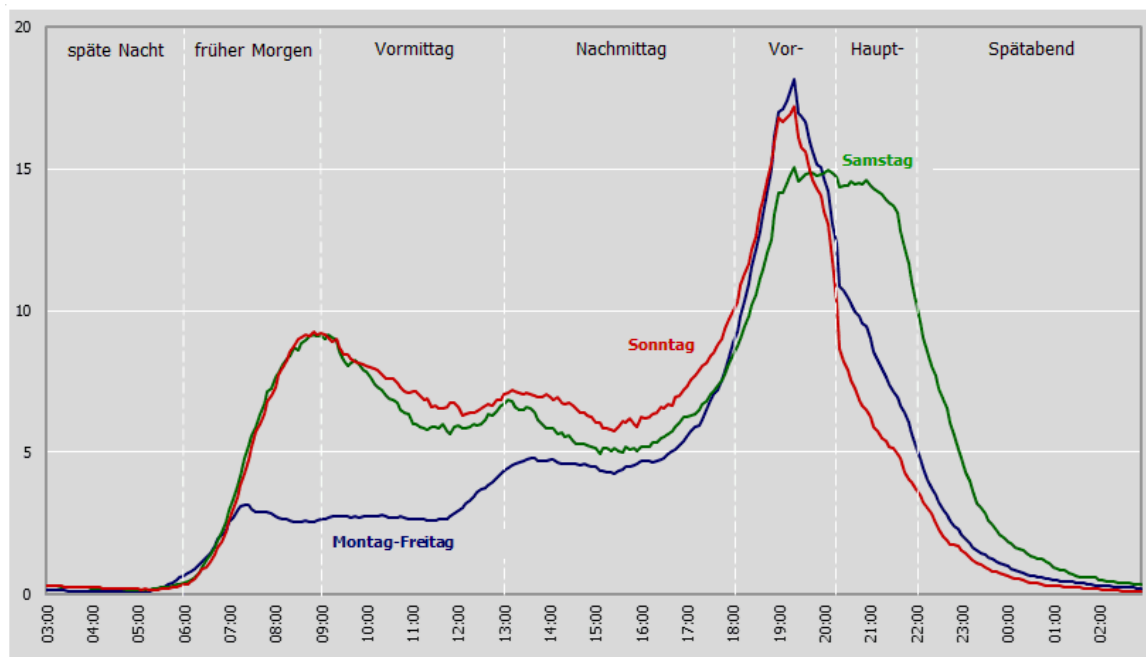


Abb. 1: TV-Nutzung im Tagesverlauf 2015, Kinder von drei bis elf Jahren (Quelle: Mediaresearch ORF, 2015)

Am Wochenende, wenn (Schul-) Kinder auch in den Morgen- und Vormittagsstunden Zeit haben fernzusehen, steigt die TV-Nutzung zu dieser Tageszeit an. Im Vergleich dazu ist die Nutzung von Montag bis Freitag zu dieser Zeit eher gering und vermutlich sind jene Kinder, die dann fernsehen, noch nicht schulpflichtig, beziehungsweise besuchen noch keinen Kindergarten.

Die Tageszeit, zu der Kinder am meisten fernsehen ist an allen Wochentagen der Vorabend, also zwischen 18 und 20 Uhr. Die Tatsache, dass zu dieser Tageszeit im ORF kein klassisches Kinderfernsehprogramm mehr gesendet wird, scheint die Nutzung nicht zu beeinflussen.

Bedeutung der Medien:

Ein sehr aufschlussreiches Resultat brachte die Befragung der Erziehungsberechtigten nach der Bedeutung der einzelnen Medien für ihre Kinder.

„TV/Video/DVD“ schreiben Eltern folgendes zu:

- Gewaltbereitschaft wird dadurch beeinflusst.
- Alltagsrealität wird vermittelt.
- Wichtig, um bei Freunden mitreden zu können.

- Nicht geeignete Dinge werden gezeigt.
- Eine Vorstellung von „gut“ und „schlecht“ wird vermittelt.
- Kinder werden dadurch zu Stubenhockern.

Im Unterschied dazu, werden Büchern die Förderung der Fantasie und der positive Einfluss auf den Schulerfolg zugeschrieben (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015a).

Es zeigt sich also, dass Erziehungsberechtigte, obwohl, oder gerade weil Fernsehen so einen wichtigen Teil der Freizeitnutzung von Kindern ausmacht, nicht gerade das beste Bild davon haben. Eventuell sprechen sie aber auch aus eigener Erfahrung – steht doch auch bei den Erwachsenen das Medium Fernsehen ganz oben auf der Beliebtheitsskala. Wenn Eltern über die Wirkungen nachdenken, die Fernsehsendungen auf sie haben, sind dies womöglich dieselben, die sie bei ihren Kindern erwarten.

8.4 Freizeit- und Medienverhalten von Kleinkindern (zwei bis fünf Jahre)

Die große Rolle, welche Medien heutzutage im Leben von Kindern spielen, dürfte nach den vorangegangenen Ausführungen deutlich zum Ausdruck gekommen sein. Die Diskussion darüber, ob und wie viel Kinder fernsehen sollen, ist dadurch allerdings nicht weniger geworden. Besonders die Kleinsten sollen ihre Welt selbst erfahren dürfen und nicht schon zu viel durch Medien dabei „gestört“ werden. Das Wissen über den (Medien-) Alltag von Kleinkindern kann dabei helfen, Kinder besser in die Medienwelt begleiten zu können. Aus diesem Grund soll hier nun ein kurzer Ausflug in die Freizeit- und Mediengestaltung von Kindern im Alter zwischen zwei und fünf Jahren gegeben werden.

Wichtig zu erwähnen ist, dass, aufgrund der noch mangelnden Ausdrucksfähigkeit, nicht die Kinder selbst befragt worden sind, sondern die Haupterzieher.

Das „Spielen“, sowohl drinnen, als auch draußen, belegt bei den Kleinkindern die ersten beiden Plätze bei den täglichen Aktivitäten. Auf Platz drei folgt allerdings schon das Fernsehen. Weitere tägliche Tätigkeiten, die mit Medien zu tun haben, sind dann erst auf den hinteren Plätzen zu finden. Davor liegen Buch lesen, das Basteln und Freunde treffen. Ab dem Alter von vier zeigen sich in Bezug auf das Fernsehen deutliche Unterschiede zu

den jüngeren Kindern. Es wird ab diesem Alter deutlich häufiger ferngesehen, als in der Gruppe der unter Vierjährigen.

Bezogen auf die Medienbindung, zeigt sich auch wieder ein deutlicher Unterschied zwischen den beiden Altersgruppen (Zwei- bis Drei-Jährige / Vier- bis Fünf-Jährige). Die Jüngeren wollen am wenigsten auf (Bilder-)Bücher verzichten (56%), Fernsehen liegt auf Platz zwei (30%). Bei der Gruppe der Vier- bis Fünf-Jährigen zeigt sich ein genau gegenteiliges Bild: hier liegt das Fernsehgerät auf Platz eins (53%) und die Bücher auf dem zweiten Platz (27%). Die Fernsehnutzung liegt in dieser Gruppe schon bei knapp einer Stunde. Im Vergleich dazu schauen Zwei- bis Drei-Jährige nur 34 Minuten täglich fern (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015b).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass auch bei Familien mit Kleinkindern eine hohe Medienausstattung vorliegt. Das Medium, mit dem Kinder als erstes in Kontakt kommen, ist das Buch. Ab dem Alter von vier Jahren gewinnt das Fernsehen allerdings massiv an Bedeutung. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass Eltern schon in der frühen Kindheit beginnen, den Kindern Medienkompetenz zu vermitteln.

Ab wann es sinnvoll ist Kinder fernsehen zu lassen, kann nicht genau gesagt werden. Wenn es nach den Entwicklungsstufen von Piaget geht, wäre ein Fernsehkonsum von Kindern unter zwei Jahren nicht optimal. In dieser Zeit lernen Kinder ihre reale Umwelt zu erfassen. Zusätzliche multimediale Reizquellen wie das Fernsehen wären bei diesem Prozess eher störend. Ab dem Alter von drei Jahren können Eltern ihre Kinder langsam an die Medien gewöhnen. Wichtig ist, dass sie währenddessen dabei sitzen und ihnen erklärend zur Seite stehen. Vor allem in diesen jungen Jahren ist ein altersgerechtes Programm besonders wichtig. Es muss den Fähigkeiten und Bedürfnissen der Kinder entsprechen.

Auch die Dauer des Fernsehkonsums sollte angepasst werden. Kinder im Alter von fünf bis sieben Jahren haben, wie schon weiter oben erwähnt, eine Aufmerksamkeitsspanne von 15 Minuten. Diese liegt bei Dreijährigen noch darunter und sollte bei der Wahl der Sendung mitbedacht werden. Auch sollte das Ende einer Geschichte einen guten Ausgang haben.

Vergleicht man die Freizeitgestaltung der Erwachsenen mit jener der Kinder/Jugendlichen, zeigt sich, dass es vermutlich eine Vorbildwirkung der Eltern auf ihre Kinder gibt. Die große Rolle, welche Medien im Leben von Erwachsenen spielen, wirkt sich sicherlich

(unbewusst) auf die nächste Generation aus. Die Vorbildwirkung muss Erziehungsberechtigten bewusst sein, um mit dieser Verantwortung bedacht umgehen zu können. Wird die Freizeitgestaltung viel nach draußen ins Freie verlegt, beeinflusst dies auch jene der Kinder. Und auch ob das Fernsehgerät bewusst eingeschaltet wird oder nur nebenbei läuft, wird die Art der Mediennutzung von Kindern bestimmen.

9. Medienpädagogik

9.1 Aufgaben der Medienpädagogik

Medienpädagogik bezeichnet:

- „a) einen wissenschaftlichen Forschungs- und Lehrbereich an Hochschulen und schließt dabei Methodenfragen der Medienforschung (...) ein;*
- b) ein Feld schulischen Unterrichts, in dem die Medien zu Unterrichtsgegenständen werden (...);*
- c) ein praktisches Arbeits- und Handlungsfeld im Sinne eines konkreten Umgangs mit den Medien;*
- d) die Bemühungen um einen funktionsgerechten Einsatz von Medien im Unterricht zum Zwecke eines optimalen Lehr- und Lernerfolgs.*

Vorrangige Ziele der Medienpädagogik sind die Hinführung zur Kommunikationsfähigkeit (als Vermögen, an öffentlicher Kommunikation aktiv und passiv teilzunehmen) und die Vermittlung von Handlungskompetenz im Umgang mit den Massenmedien.“ (Böhm, 2005: 432)

Diese Definition beschreibt sehr gut, dass zu den Aufgaben der Medienpädagogik die Erziehung durch und der Umgang mit den Medien zählt. Das Hauptziel der Medienpädagogen ist, einen mündigen Bürger zu schaffen. Er soll bewusste Entscheidungen treffen, Bedeutungen überlegen und einen kritischen Blick haben. Um dies zu erreichen, müssen folgende Aufgaben bewältigt werden:

- Vermittlung von fachlich fundiertem Wissen über (Massen-)Medien
- Der Seher/Hörer/Leser muss die Möglichkeit bekommen, Aussagen zu verstehen, über diese nachzudenken und die daraus resultierenden Verhaltensweisen mit einem kritischen Blick zu betrachten.
- Der Rezipient muss sich über die Wirkung von Massenmedien bewusst werden (Vgl. Hobmair u.a., 1996: 267).

9.2 Medienerziehung

Mittels Medienerziehung sollen Kinder lernen mit Medien kritisch umzugehen. Geklärt werden muss, wovon es abhängt, was und wie viel von medialen Aussagen verstanden wird. Außerdem geht es um die Frage, welche vorbeugenden Maßnahmen getroffen werden können, um mögliche Gefahren, die von Medien ausgehen zu verhindern.

9.2.1 Verstehen von medialen Aussagen

Wie bereits im Kapitel der entwicklungspsychologischen Grundlagen erwähnt, ist die Aufmerksamkeitsspanne von jüngeren Kindern sehr kurz. Im Alter zwischen fünf und sieben Jahren liegt diese bei 15 Minuten, bei jüngeren Kindern noch darunter. Ob mediale Aussagen verstanden werden, hängt also in einem ersten Punkt von der Länge der gesehenen Inhalte/Sendungen ab.

Daraus lässt sich auch schließen, dass Kinder, die viele Sendungen hintereinander sehen, diese durcheinander bringen. Wie schon Piaget festgestellt hat, sind kleine Kinder noch nicht in der Lage, das im Fernsehen gezeigte von der eigenen Realität zu unterscheiden. Wenn nun mehrere Sendungen mit verschiedenen Inhalten hintereinander geschaut werden, besteht eine Überforderung für das Kind.

Ein weiterer wichtiger Faktor für ein gelungenes Verstehen von Inhalten, ist die Möglichkeit Dinge nachzufragen. Ein Kind, das durch die Antworten der Eltern während des Fernsehens Unklarheiten beseitigen kann, wird mehr verstehen, als Kinder die das nicht können.

Schlussendlich wird die Verständlichkeit von medialen Aussagen auch dadurch beeinflusst, welche Sendungen Kinder sehen. Kindgerechte Serien ohne Fremdwörter und mit kurzen Sätzen erhöhen den Grad des Verstehens.

Zusammengefasst sind folgende Faktoren für das Verstehen von medialen Aussagen von Bedeutung:

- Alter des Kindes
- Menge des Gesehenen
- Umweltfaktor (Gesprächspartner)
- Art der Sendung (Vgl. Hobmair u.a., 1996: 274)

9.2.2 Möglichkeiten der Medienerziehung

Wenn Medien bewusst (von Eltern oder Lehrern) eingesetzt werden, kann dies positiv zur Entwicklung von Kindern beitragen. Vor allem dort, wo ein anschauliches Beispiel fehlt, kann auf mediale Angebote zurückgegriffen werden.

Medien sollten nicht nur bewusst eingesetzt, sondern Inhalte auch bewusst ausgewählt werden. Heutzutage ist für fast jede Fernsehsendung eine Altersgrenze angegeben. An dieser sollten sich Eltern orientieren und gegebenenfalls eine Sendung, bevor die Kinder sie sehen, selbst anschauen.

Darstellungen in Medien können unter anderem bei Kindern starke Gefühle auslösen. Trauer, Angst, aber auch Freude zählen dazu. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass Eltern ihren Kindern dabei helfen, solche Medieneindrücke zu verarbeiten.

Nicht nur über Gefühle sollte gesprochen werden, sondern auch über im Fernsehen vorgelebte Verhaltensweisen. Um die Übernahme von unerwünschten Einstellungen zu vermeiden, liegt es an den Erziehungsberechtigten, diese zusammen mit ihren Kindern zu bewerten.

Werbung für Kinderprodukte wird oftmals kritisiert, weil ihnen eine besonders hohe Beeinflussungschance zugeschrieben wird. Aus diesem Grund zählt es als weitere Aufgabe von Eltern, ihren Kindern eine kritische Sichtweise von Fernsehinhalten beizubringen (Vgl. Hobmair u.a., 1996: 275).

9.3 Wirkung von Massenmedien

Um mögliche Wirkungen des Medienkonsums zu verstehen, gibt es verschiedene Thesen, die dabei helfen können:

- Stimulationsthese:
Rezipienten werden von dem Gesehenen stimuliert und werden zum Nachahmen angeregt.
- Katharsisthese:
Bei der Betrachtung von beispielsweise Gewaltszenen wird die eigene Aggressivität abgebaut.

- Habitualisierungsthese:
Da das häufige Ansehen von Gewaltdarstellungen zu Gleichgültigkeit führt, eignet sich der Rezipient das gezeigte (negative) Verhalten zur Lösung von Konflikten selbst an.
- Inhibitionsthese:
Die Betrachtung von Gewalt in den Medien hat, vor allem wenn die negativen Konsequenzen dieser gezeigt werden, einen abschreckenden Effekt.

Ob Darstellungen in Medien nun tatsächlich Auswirkungen auf Rezipienten haben, hängt von einigen Faktoren ab:

- Inhaltliche Faktoren
- Persönlichkeitsmerkmale des Protagonisten
- Persönlichkeitsmerkmale des Zusehers
- Nutzungssituation
- Art der „Beziehung“, die der Zuseher zum Protagonisten entwickelt

(Vgl. Hobmair u.a., 1996: 268, 269)

Es kann festgestellt werden, dass es nicht so einfach ist, die Art und den Umfang der Wirkung von Massenmedien vorherzubestimmen. Jeder Mensch ist ein Individuum, mit eigenen Erfahrungen, Veranlagungen und Interessen. All das spielt eine Rolle für die Beeinflussbarkeit des Rezipienten.

9.4 Mögliche negative Auswirkungen durch das Fernsehen

Wie schon mehrmals erwähnt, hängen Art und Umfang der medialen Wirkung von vielen verschiedenen Faktoren ab. Spielen einige Faktoren zusammen, so kann das Fernsehen in manchen Fällen auch negative Auswirkungen haben. Hier seien nun einige mögliche Folgen erwähnt:

9.4.1 Isolation

Die Tatsache, dass Eltern als Vorbilder für ihre Kinder agieren, dürfte nun schon bekannt sein. Somit ist klar, dass Eltern, die sehr viel fernsehen, auch ihre Kinder zu hohem Fernsehkonsum leiten. Die Folgen dadurch sind weniger Kommunikation innerhalb der

Familie und weniger gemeinsame Unternehmungen. Dadurch isolieren sich die Familienmitglieder automatisch mehr voneinander. Eine gewisse Vereinsamung findet statt.

9.4.2 Lernen von Gewalt

Weiter oben wurden bereits einige Faktoren beschrieben, von denen abhängig ist, in welchem Ausmaß Medien Wirkungen auf Menschen haben. Spielen diese ungünstig zusammen, so kann durch im Fernsehen gezeigte Gewalt auch eine Verhaltensanpassung entstehen. Hat die gewalttätige Vorgehensweise des Modells Erfolg, so ist es umso wahrscheinlicher, dass dieses Verhalten vom Zuseher übernommen wird.

9.4.3 Körperliche Schäden

Stundenlanger Fernsehkonsum kann nicht nur zu seelischen (Isolation), sondern auch zu körperlichen Schäden führen. Mögliche Folgen können sein:

- „Nervosität
- Verdauungsschäden
- Kreislaufprobleme
- Haltungsfehler
- Beeinträchtigung der Sehschärfe (Augenschäden)
- Kopfschmerzen
- Schlafstörungen“ (Hobmair u.a., 1996: 272)

Um diesen, durch den falschen Umgang mit dem Fernsehgerät ausgelösten, Schäden vorzubeugen, sollten Eltern ihren Kindern ein Vorbild sein. Die Mahlzeiten nicht vor dem Fernsehgerät zu sich zu nehmen kann Verdauungsproblemen vorbeugen. Bewegung nach einer längeren Sendung bringt den Kreislauf wieder in Schwung. Ebenso sollte auf genügend Frischluftzufuhr während einer Sendung geachtet werden.

9.4.4 Angst durch bestimmte Sendungen

Kinder sollten nur kontrolliert Fernsehen – das ist bereits bekannt. Für diese Kontrolle gibt es beispielsweise Altersangaben von Sendungen, an denen sich Eltern orientieren können. Speziell bei jüngeren, sensibleren Kindern, können ungeeignete Sendungen Angstgefühle auslösen. Diese Ängste können sich dann wiederum auf die Gesundheit auswirken (Schlafstörungen, Konzentrationsmangel,...) (Vgl. Hobmair u.a., 1996: 271-273).

9.4.5 Langfristige Auswirkungen von medialem Dauerkonsum

In den Jahren 2010 bis 2016 veröffentlichte Linda Pagani, Professorin für Psychosoziales an der University of Montreal, einige umfangreiche Studien zu den Auswirkungen des medialen Dauerkonsums in früher Kindheit. Diese Studien wurden im Zuge der „Quebec Longitudinal Study of Child Development“ (untersucht wurden Kinder, die in den Jahren 1997 und 1998 in Quebec geboren worden sind) durchgeführt und brachten Ergebnisse, die auch in dieser Arbeit teilweise schon erwähnt worden sind.

Zu Beginn dieser Untersuchung waren die Kinder meist im Alter von 24 Monaten. Als die Auswirkungen des frühkindlichen Fernsehkonsums untersucht wurden, waren sie 13 Jahre alt.

Die Studienergebnisse zeigen, dass jede zusätzliche Stunde, die in der frühen Kindheit vor dem Fernsehgerät verbracht wird, Auswirkungen auf das spätere Leben hat. Kinder, die in jungen Jahren viel ferngesehen haben, engagieren sich zu sieben Prozent weniger während des Unterrichts und werden um zehn Prozent häufiger von ihren Klassenkollegen gemobbt. Der Erfolg im Fach Mathematik senkt sich um sechs Prozent. Überraschenderweise wurde der Leseerfolg nicht beeinflusst.

Außerschulisch hat der frühe Dauerkonsum folgende Auswirkungen:

- Zehn Prozent häufigerer Gebrauch von Videospielen
- Neun Prozent geringere generelle Fitness
- 13 Prozent weniger physische Aktivitäten am Wochenende
- Weniger Obst und Gemüse auf dem Speiseplan, dafür
- mehr Snacks und Soft-Drinks (Vgl. Pagani, 2010).

Der Konsum von teils gewalthaltigen Fernsehsendungen hat sowohl psychische als auch schulische Auswirkungen:

- asoziales Verhalten
- geringes Selbstbild
- emotionaler Stress
- wenig Eigenmotivation
- geringe Aufmerksamkeit während des Unterrichts
- generell geringerer akademischer Erfolg (Vgl. Fitzpatrick, 2012a)

Ebenfalls im Jahr 2012 wurde eine Studie veröffentlicht, die den Zusammenhang von frühkindlichem Fernsehkonsum und späterer körperlicher Fitness untersuchte. An den Kindern wurde der Taillenumfang gemessen und ein Weitsprung-Test durchgeführt. Beides wurde durch Medienkonsum negativ beeinflusst (Vgl. Fitzpatrick, 2012b).

Auch ein Einfluss auf die Schulreife von Kindern konnte nachgewiesen werden. Folgende Auswirkungen zeigen sich:

Reduzierung von:

- Wortschatz
- Engagement in der Klasse
- Bewegungsantrieb

Kinder werden dadurch auch häufiger zu Mobbingopfern (Vgl. Pagani, 2013).

Zum Thema Mobbing wurde noch eine eigene Untersuchung durchgeführt. Das Ergebnis ist nicht erfreulich: Kinder mit hohem Fernsehkonsum werden um elf Prozent häufiger Opfer von Mobbing durch Klassenkollegen. Im Erwachsenenalter kann daraus folgendes resultieren:

- Depression
- Geringe Ausnützung des Potenzials
- Niedriges Selbstvertrauen (Vgl. Watt, 2015)

Linda Pagani sagte über diese Untersuchungsergebnisse folgendes:

„It is plausible that early lifestyle habits characterized by less effortful interactive experiences, such as early televiewing, can ultimately result in social skill deficits. More time spent watching television leaves less time for family interaction, which remains the primary vehicle for socialization.“ (Research Center, 2015)

Diese Aussage unterstützt noch einmal die Erkenntnis, dass Eltern nicht nur Vorbildwirkung für ihre Kinder haben, sondern auch auf deren soziale Fähigkeiten im späteren Leben Einfluss haben. Auch aktuelle, im Jahr 2016 veröffentlichte Studienergebnisse, unterstützen diese Tatsache. Die Folgen von zu hohem Fernsehkonsum in früher Kindheit sind den Ergebnissen früherer Studien sehr ähnlich.

Kinder:

- werden um elf Prozent häufiger zu Mobbingopfern
- werden um zehn Prozent häufiger sozial isoliert
- werden um neun Prozent häufiger aggressiv
- zeigen um sechs Prozent häufiger asoziales Verhalten

Außerdem zeigt sich hier ein negativer Zusammenhang zwischen dem Bildungsgrad der Eltern und der Fernsehdauer von Kindern. Je geringer der Bildungsgrad der Erziehungsberechtigten ist, desto höher ist der Fernsehkonsum der Kinder. Auch die Tatsache, ob Eltern ein Kind zu zweit groß ziehen oder alleinerziehend sind, wirkt sich auf den Fernsehkonsum aus. Kinder alleinerziehender Mütter/Väter sehen häufiger fern als Kinder, die von beiden Elternteilen erzogen werden (Vgl. Pagani, 2016).

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der Lebensstil einer Familie Auswirkungen auf das spätere Leben der Kinder hat. Wer in früher Kindheit Zeit für soziale Interaktionen hat, der ist später einem geringeren Risiko ausgesetzt, Opfer von Mobbing zu werden. Natürlich kann nicht gesagt werden, dass nur Kinder, die viel ferngesehen haben, oder immer noch tun, Mobbingopfer werden können. Auch ein geringerer schulischer Erfolg muss nicht unbedingt das Resultat von höherem Fernsehkonsum sein. Diese Studienergebnisse zeigen lediglich, dass es definitiv einen Zusammenhang zwischen medialem Dauerkonsum in der Kindheit und negativen seelischen und schulischen Zuständen gibt. Auch bei Kindern, die in jungen Jahren womöglich überhaupt nicht fernsehen, besteht die Möglichkeit, dass sie eine oder mehrere der genannten Fernseh-

Auswirkungen zeigen. Allerdings ist die Wahrscheinlichkeit höher, wenn diese einem hohen Fernsehkonsum ausgesetzt sind. Und wieder einmal muss, wie schon so oft in dieser Arbeit, die Wichtigkeit der Verantwortung erwähnt werden, die Eltern gegenüber ihren Kindern haben. Jener Lebensstil der vorgelebt wird, wirkt sich unmittelbar auf den der Kinder aus.

9.5 Mögliche positive Auswirkungen durch das Fernsehen

Liest man Studien beziehungsweise auch nur die Titel von Studien, zu Fernsehkonsum, überwiegt der Eindruck, dass Fernsehen hauptsächlich negative Auswirkungen auf den Rezipienten hat. Doch zu diesen negativen Auswirkungen können auch immer positive Gegenpole gefunden werden, welche hier nun erwähnt werden sollen:

9.5.1 Gemeinschaft

Auch wenn, wie in den negativen Auswirkungen erwähnt, die Isolation von einzelnen Familienmitgliedern eine Folge von zu hohem Fernsehkonsum sein kann, gibt es auch positive Auswirkungen durch das Fernsehen. Bedenkt man, dass gewisse Sendungen von tausenden, wenn nicht sogar von Millionen von Menschen gesehen werden, ergibt sich hier auch ein gewisser Gemeinschaftsaspekt. All diese Menschen, auch wenn sie nicht im selben Raum sitzen, erleben dasselbe Fernsehereignis zur gleichen Zeit. Alleine dieser Gedanke kann einem Menschen helfen, sich weniger einsam zu fühlen (Vgl. Kramp, 2011: 163). Ein gemeinsamer Fernsehabend mit Familie oder Freunden kann ebenso ein Gemeinschaftsgefühl erzeugen.

Aber nicht nur während des Konsums, sondern auch danach, kann Fernsehen zu einem Gemeinschaftsgefühl führen. Denkt man nur an die Gesprächsthemen, welche sowohl Kinder, als auch Erwachsene haben, so ist Fernsehen meistens auch eines davon. Wurden dann dieselben Sendungen geschaut, ergeben sich angeregte Gespräche und ein Gemeinschaftsgefühl entsteht. Sowohl für Kinder, als auch für Erwachsene, können Fernsehsendungen ein gutes Thema sein, um mit weniger bekannten Personen ins Gespräch zu kommen (Vgl. Treumann u.a., 2007: 548).

9.5.2 Bewältigen von Gewalt

Aus Überlegungen der Autorin der Arbeit geht hervor, dass Gewalt im Fernsehen nicht nur negative, sondern durchaus auch positive Folgen haben kann. Werden als Antwort auf Gewalt alternative Lösungsansätze vermittelt, können diese vom Rezipienten wahrgenommen und später eventuell auch angewandt werden. Um aus der Gewaltspirale herauszukommen, können sich Zuseher die positiven Aspekte einer Sendung herausnehmen und so im realen Leben mit Gewalt besser umgehen.

9.5.3 Gesundheitliche Vorteile

Die Autorin der Arbeit hat außerdem festgestellt, dass Fernsehsendungen auch gesundheitliche Vorteile bringen können. Bei Kindern kann die Lust auf Kochen durch Sendungen geweckt werden. In der Sendung „Schmatzo“, welche in einem späteren Teil der Arbeit noch genauer beschrieben wird, werden auch gesunde Mahlzeiten, wie Salate und Getränke, wie Smoothies, zubereitet. Kinder können sich anschließend die Rezepte dazu von der Okidoki-Homepage herunterladen und zu Hause nachkochen. So wird die Bedeutung von selbst gekochtem Essen schon früh vermittelt und Kinder wachsen mit einem höheren Ernährungsbewusstsein auf.

9.5.4 Angstbewältigung

Aus einer im Jahr 2000 veröffentlichten Untersuchung geht hervor, dass sich ängstliche Rezipienten besonders zu angsterregenden Fernsehinhalten hingezogen fühlen. Der Grund dafür könnte sein, dass sich ängstliche Menschen etwas Nützliches aus dem Konsum derartiger Inhalte herausnehmen können. Die Konfrontation mit diesen angsteinflößenden Inhalten erfolgt in einem geschützten Rahmen und kann jederzeit unter- beziehungsweise abgebrochen werden. Dies ist im realen Leben nicht der Fall. So können sich Kinder und Erwachsene schrittweise dieser Angst stellen (Vgl. Vitouch, 2000: 136).

10. Der ORF

10.1 Öffentlich-rechtliches Fernsehen

Öffentlich-rechtliches Fernsehen hat einen öffentlich-rechtlichen Auftrag zu erfüllen. Dieser Kernauftrag ist im ORF-Gesetz festgelegt und umfasst, unter anderen, folgende Punkte:

- Die Allgemeinheit umfassend informieren (politisch, wirtschaftlich, sportlich, etc.)
- Verständnis für alle Fragen, die in einer Demokratie auftreten können, fördern
- Österreichische Identität fördern
- Wichtigkeit der europäischen Integration
- Wichtige Themen: Kunst, Kultur, Wissenschaft
- Unterhaltung darbieten
- Alle Altersgruppen miteinbeziehen
- Behinderte Menschen berücksichtigen
- Einbeziehung von Familie, Kindern
- Gleichberechtigung der Geschlechter
- Volks- und Jugendbildung
- Verständnis für Nachhaltigkeit vermitteln
- Aktive sportliche Betätigung fördern

(Vgl. Bundeskanzleramt, 2015)

Anhand dieser Punkte erkennt man, wie umfangreich der Kernauftrag festgelegt ist. Der ORF hat all diese Punkte in seiner Programmgestaltung zu berücksichtigen. Abgesehen von den Themen, die im ORF-Gesetz niedergeschrieben sind, hat der ORF ein Leitbild, ein sogenanntes Wertegerüst, an dem sich alle Mitarbeiter bei ihrer Arbeit orientieren. Dieses Leitbild umfasst folgende zehn Punkte:

- Programm für Österreich
- Unabhängigkeit
- Universelles Programmangebot
- Vielfalt
- Fenster zu Europa/zur Welt
- Zukunftsorientiert, innovativ
- Informationsvermittlung

- Unterhaltung
- Bildung
- Kultur

(Vgl. ORF, 2016a)

Einige dieser Themen sind schon im ORF-Gesetz festgelegt. Dennoch ist es wichtig, zusätzlich dazu, eigens formulierte Werte, in Form eines Leitbilds, an die Mitarbeiter zu vermitteln. Diese hohen Anforderungen an sich selbst sollen der Transparenz und der Daseinsberechtigung dienen.

Der ORF hat auch sogenannte Programmrichtlinien festgelegt, an die sich alle programmgestaltenden Mitarbeiter halten müssen. Die Programmrichtlinien werden vom Generaldirektor, mit Zustimmung des Stiftungsrats, festgelegt. Das Programm soll sich durch Qualität und Vielfältigkeit auszeichnen. Die Richtlinien gelten für Fernsehen, Hörfunk, Onlineangebote und Teletext (Vgl. ORF, 2016b).

Auch die interne Struktur ist durch einige Gesetze geregelt. So ist zum Beispiel in der Neufassung des ORF-Gesetzes von 2010 ein sogenannter Gleichstellungsplan festgelegt worden. Dieser ist im September 2012 in Kraft getreten und soll die Repräsentanz von Frauen im Unternehmen stärken. Um auf aktuelle Entwicklungen reagieren zu können, erfolgt alle zwei Jahre eine Aktualisierung des Plans (Vgl. ORF, 2016c).

10.1.1 Qualitätsdimensionen

Um seinem Programmauftrag gerecht zu werden und die Erfüllung dessen zu kontrollieren, hat der ORF Qualitätsdimensionen festgelegt. Anhand dieser wird der Nutzen und Wert des Programms für die Zuseher dokumentiert. Die Qualitätsdimensionen sind abgeleitet aus:

- ORF-Gesetz
- ORF-Programmrichtlinien
- ORF-Leitlinien
- Aktuelle Anforderungen

Es handelt sich hierbei um fünf Dimensionen, die in 18 Leistungskategorien unterteilt sind:

Unternehmenswert - ORF

- Innovation (Fernsehen, Radio, online)
- Transparenz
- Kompetenz (der Mitarbeiter)

Internationaler Wert - Welt

- Europa-Integration
- Globale Perspektive (ORF-Korrespondenten)

Österreichwert - Ö

- Identität (z.B. durch Geschichtsdokumentationen)
- Wertschöpfung (durch Förderung von Kultur und Kreativität)
- Föderalismus

Individueller Wert - Ich

- Vertrauen (durch faktentreue Informationen)
- Service (Hilfestellungen in Alltagsfragen)
- Wissen
- Unterhaltung
- Verantwortung (bewusste Gemeinwohlorientierung)

Gesellschaftswert - Wir

- Vielfalt (in der Gesellschaft)
- Orientierung (Hilfe in der Nachrichtenflut)
- Integration (Menschen verbinden)
- Bürgernähe (öffentliche Plattform)
- Kultur (Mehrheiten und Minderheiten verbinden)

(Vgl. ORF, 2016d)

Diese Leistungskategorien fassen die Grundgesamtheit der Dinge, nach denen der ORF arbeitet und anhand dessen seine Qualität beurteilt werden kann, sehr gut zusammen. Speziell in der, heutzutage sehr schnelllebigen, digitalisierten Welt, ist es wichtig, gewisse „Grundpfeiler“ zu haben, nach denen man sich richten und arbeiten kann. Die Herausforderungen eines öffentlich-rechtlichen Senders werden in den nächsten Jahren nicht weniger werden. Auch im Zuge der Zuwanderung hat sich etwas Wichtiges herausgestellt: um ein gemeinsames Miteinander möglich zu machen, müssen Minderheiten integriert werden. Aus diesem Grund ist die Qualitätsdimension „Gesellschaftswert“ wichtiger als je zuvor.

10.1.2 Jugendschutz

Kinder sind das (erwachsene) Publikum von morgen. Aus diesem Grund ist es besonders wichtig, ein kindgerechtes Programm zu gestalten und anzubieten. Um Kinder vor Gewaltdarstellungen und Ähnlichem zu schützen, hat der ORF in seinen Programmrichtlinien folgendes festgelegt:

„Im Licht seiner Verantwortung für Kinder und Jugendliche und um den spezifischen Bedürfnissen und Interessen dieser Zielgruppe gerecht zu werden, hat der ORF gewaltfreie Kinder- und Jugendformate, die in altersgerechter und unterhaltsamer Weise Werte und Wissen vermitteln, anzubieten. Mit fiktionalen Fernsehprogrammen für diese junge Zielgruppe soll die Fantasie der Kinder und Jugendlichen angeregt werden.“

(ORF, 2005a)

Um Kindern diese gewaltfreien Programme bieten zu können, bedarf es einiger Kontrollen und vorbeugender Maßnahmen. Die Möglichkeiten zum Schutz Minderjähriger sind laut ORF folgende:

- Programmeinkauf / Programmproduktion

Die Sendungen werden einzeln, von der dafür zuständigen Redaktion, geprüft und für zulässig/nicht zulässig bewertet. Sowohl beim Erwerb, als auch bei der Produktion von Sendungen, wird auf altersangepasste Formate geachtet.

Im Zuge dessen gibt es sogenannte Alterskennzeichnungen, auf die im nächsten Kapitel noch genauer eingegangen wird.

- Bearbeitung von Programmen

Programme werden, falls diese nicht den Jugendschutzbestimmungen entsprechen, bearbeitet.

- Programmtrailer

Sowohl bei der Herstellung, als auch bei der Platzierung dieser Trailer, herrscht große Sorgfalt.

- Programmierung nach Zeitzonen

Um 20:15 Uhr hat sich der ORF eine klare Zeitgrenze gesetzt. Bis dahin muss ein kindgerechtes Programm, welches auf deren Entwicklungsstufen abgestimmt ist, dargeboten werden. Zusätzlich dazu sendet der ORF ein extra gekennzeichnetes gewaltfreies Kinderprogramm (Okidoki). Nach 20:15 Uhr liegt die Verantwortung für den Fernsehkonsum Minderjähriger hauptsächlich bei den Erziehungsberechtigten.

Die verantwortungsvolle Programmierung wird durch ein Kennzeichnungssystem zum Schutz von Kindern ergänzt.

- Kennzeichnung

Fiktionale Sendungen, die nach etwa 22:00 Uhr gesendet werden, kennzeichnet der ORF folgendermaßen:

X – nicht für Kinder

O – nur für Erwachsene

Damit soll vor allem die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen geschützt werden. Zusätzlich dazu gibt es noch eine Kennzeichnung, die speziell kindgerechte Sendungen, außerhalb des Kinderprogramms „Okidoki“, markiert. Sowohl im Internet, als auch im ORF-Teletext, sind derartige Sendungen mit einem „K“ gekennzeichnet.

Auch die Onlineangebote des ORF und der ORF-Teletext unterliegen strengen Richtlinien. Die Inhalte werden laufend kontrolliert, auch Seiten, auf die verlinkt wird, werden kritisch geprüft.

Die ORF-TVthek hat seit Mai 2016 ebenfalls eigene Richtlinien festgelegt, um den Jugendschutzbestimmungen gerecht zu werden. Bestimmte Sendereihen werden (in Abstimmung mit der jeweiligen Hauptabteilung) nur noch zwischen 20:00 und 06:00 Uhr angeboten (Video on Demand).

Zusätzlich gibt es eine Regelung die besagt, dass auf Werbungen rund um Kindersendungen zu verzichten ist (Vgl. ORF, 2016e).

10.1.2.1 Alterskennzeichnung

Sendungen durch Altersangaben zu kennzeichnen ist ein wesentlicher Bestandteil des Jugendschutzes durch den ORF. Die österreichische Jugendmedienkommission (JMK) des Bundesministeriums für Bildung geht den Redaktionen bei der Entscheidungsfindung zur Hand. Die JMK prüft, auch auf Antrag, Sendungen und gibt Altersempfehlungen ab.

Sendungsformate, Produktionen und Filme werden von der JMK auf zwei Arten gekennzeichnet:

- Alterskennzeichnung (bezogen auf die (vermutete) negative Wirkung)
- Positivkennzeichnung (Hinweis auf geeignete Altersstufe für bestimmten Film)

Alterskennzeichnung:

Laut JMK können nicht altersadäquate Filme einen negativen Einfluss auf folgendes haben:

- *Körperliche Gesundheit* (Filmlänge – siehe dazu u. a. Kapitel zu Konzentrationsentwicklung; Überreizung (visuell/auditiv))
- *Psychische / emotionale Entwicklung* (Angst, Schock)
- *Geistig-kognitive Entwicklung* (Verständlichkeit der Sprache, Identifikationsfiguren, Konfliktlösungsmodelle – siehe dazu u. a. Kapitel zu Medienerziehung)
- *Sozial-ethische und moralische Entwicklung* (Steigerung der Gewaltbereitschaft/Abstumpfen gegenüber Gewalt, etc. – siehe dazu u. a. Kapitel zur Wirkung von Massenmedien)
- *Religiöses Empfinden* (religiöse Intoleranz, Herabwürdigung von Symbolen)
- *Demokratisch-staatsbürgerliche Haltung* (Diskriminierung von Minderheiten, Sexismus, etc.) (Vgl. Bundesministerium für Bildung, 2014)

Positivkennzeichnung:

Alterskennzeichnungen für Filme werden anhand von vielen Gesichtspunkten festgelegt. Im Folgenden sollen die Kennzeichen der verschiedenen Altersbegrenzungen näher beschrieben werden.

- *Für alle Altersstufen geeignet:*

Wie schon im Kapitel zur Konzentrationsentwicklung beschrieben, sollten Sendungen für Kinder nicht zu lange dauern. Laut JMK sollten Filme in dieser Kategorie nicht länger als 90 Minuten dauern und aus möglichst nicht zu schnellen Schnitten bestehen. Aus den vorangegangenen Kapiteln ist ebenfalls schon bekannt, dass die Sprache verständlich sein muss. Auch die Musik darf nicht bedrohlich sein. Inhaltlich gesehen sollte der Film Kindern Spaß bereiten. Interessant ist, dass auch die JMK feststellt, dass Tiere hierbei eine wesentliche Rolle spielen, da sich Kinder verstärkt mit ihnen identifizieren.

Dinge, die Filme in dieser Kategorie nicht aufweisen sollten sind jene, welche Kindern Angst bereiten (Verlassen werden, fremde Umgebung, traurige Situationen).

- *Ab sechs Jahren:*

Mit sechs Jahren sind Kinder gerade am Beginn ihrer Schulzeit und schon im Stande Realität und Fiktion auseinanderzuhalten. Einzelne Filmszenen müssen nicht unbedingt, so wie in der vorangegangenen Altersgruppe, positiv aufgelöst werden. Wesentlich ist allerdings hier, dass der Film einen positiven Ausgang hat. Bei Kindern in dieser Altersgruppe ist auch immer noch das Thema Tiere präsent. Mittlerweile werden auch schon realitätsnahe Darstellungen, wie der Tod von Tieren, verstanden. Sechs- bis Acht-Jährige unterscheiden ihre Welt noch stark in „Gut“ und „Böse“. Aus diesem Grund sollten Filme diese moralischen Kategorisierungen zulassen. Wichtig ist allerdings, dass sogenannte „böse“ Inhalte nicht zu realitätsnah sind. Dann werden diese von Kindern nämlich als weniger angsteinflößend wahrgenommen. Nachrichtensendungen und gewalthaltige Dokumentationen sollten aus diesem Grund von Kindern ferngehalten werden.

- *Ab acht Jahren:*

Kinder in diesem Alter sind, im Unterschied zu Kleinkindern, schon in der Lage, verschiedene Perspektiven einzunehmen. Aus diesem Grund können sie auch schon komplexere Filmhandlungen verstehen. Filme, die Identifikationsfiguren beinhalten und zur Entwicklung eines Rollenbildes (Bub/Mädchen) beitragen, sind für diese Altersgruppe besonders geeignet. Zeitliche Sprünge in Filmen können von Kindern ab acht Jahren schon recht gut verstanden werden, sollten allerdings nicht zu schnell und zu verwirrend gestaltet sein.

Auch zwischen Realität und Fiktion können Kinder ab acht Jahren schon unterscheiden und sich daher vom Gesehenen distanzieren. Es sollte allerdings darauf geachtet werden, dass manche Situationen in Filmen, den Lebensumständen von Kindern sehr ähneln können und diese Kinder sehr betroffen machen können. Spannende Sequenzen können ab acht Jahren schon verarbeitet werden. Dennoch sollte das Ende eines Filmes immer noch positiv sein und auf keinen Fall offen gelassen werden.

- *Ab zehn Jahren:*

Die sogenannte „Angst-Lust“ spielt in dieser Altersgruppe bereits eine große Rolle. Wenn sie von einem intakten Umfeld umgeben sind, können Kinder auch gefährliche Situationen in Filmen genießen. Kinder wählen nun schon bewusst zwischen verschiedenen Genres und Filmen aus. Sie entwickeln individuelle Vorlieben und eine gewisse Medienkompetenz.

- *Ab zwölf Jahren:*

Auf der bildlichen Verstehens-Ebene eines Films haben Zwölf-Jährige keine Probleme mehr. Die Handlung muss nicht mehr rein chronologisch sein um verstanden zu werden. Wichtig ist in dieser Altersgruppe allerdings, Ideologien zu hinterfragen. Zwölf-Jährige stehen vor einigen Herausforderungen (Loslösung von den Eltern, Peergroups, sexuelle Reifung, etc.), wodurch das Hinterfragen von Botschaften umso wichtiger wird.

- *Ab 14 Jahren:*

Hier ist kaum mehr ein Unterschied zu erwachsenen Zusehern auszumachen. In der Pubertät angekommen, wollen die meisten 14-Jährigen ernst genommen werden und verbringen verstärkt Zeit in ihrer „Peergroup“.

Auch wenn diese Altersgruppe über viel Erfahrung mit Medien verfügt, kann es vorkommen, dass sie sich bei bestimmten Filmen nicht distanzieren können. Dies ist besonders dann der Fall, wenn Gefühle angesprochen werden.

Wichtig für diese Lebensphase ist, dass Filme nicht Gewalt als die einzige Lösung predigen beziehungsweise verharmlosen.

- *Ab 16 Jahren:*

Ab 16 Jahren verfügen Jugendliche bereits über eine recht hohe Medienkompetenz. Erst ab dieser Altersgrenze dürfen Filme folgendes beinhalten: Diskriminierung von Gruppen, menschenverachtende Sexualität, Verherrlichung von Gewalt, etc. Auch Rassismus oder die Darstellung von Drogenkonsum darf nicht in Filmen unter dieser Altersgrenze vorkommen (Vgl. Bundesministerium für Bildung, 2014).

Anhand dieser Erläuterungen wird klar, dass auch die Jugendmedienkommission bei ihrer Kategorisierung von Filmen auf die Entwicklungsstufen von Kindern eingeht. Klar muss allerdings auch sein, dass die scharfen Altersgrenzen nicht generell für alle gelten können. Kinder und Jugendliche sind Individuen, mit unterschiedlichen Erfahrungen und Lebenswegen. Aus diesem Grund kommt es auch vor, dass Kinder ihren Altersgenossen voraus sind, oder eben noch etwas hinterherhinken. Wie schon so oft erwähnt, ist also auch in der Einschätzung, ob ein Film dem Alter des Kindes entspricht, der verantwortungsbewusste Umgang der Eltern damit unumgänglich. Sie wissen am besten über den Entwicklungsstand ihres Kindes Bescheid und haben somit die größte Beurteilungskompetenz.

11. Kinderfernsehen im ORF

11.1 Geschichte

Kindersendungen bleiben in den Köpfen der Menschen hängen. Auch Erwachsene unterhalten sich noch über Sendungen, die in der Kindheit rezipiert worden sind. Diese Erinnerungen scheinen zu verbinden.

Die Kinder von heute sind die Programmgestalter von morgen. Das bedeutet aber auch, dass einige der heutigen Fernsehmacher die Anfänge des Kinderfernsehens in Österreich miterlebt haben. Um über zukünftige Herausforderungen des Kinderfernsehens Überlegungen anzustellen ist es daher notwendig einen Blick in die Vergangenheit zu werfen.

11.1.1 Start des Kinderprogramms

Ab 1. August 1955 wurde an einigen Wochentagen in Österreich ein Fernsehversuchsprogramm ausgestrahlt. Die Sender waren damals Wien-Kahlenberg, Linz-Freinberg und Graz-Schöckl (Vgl. ORF, 2016f). Die erste Sendung wurde in einem Klassenzimmer in Wien-Meidling produziert und war eine Gesprächsrunde zu dem Thema „Wird das Fernsehen der Presse schaden?“. Diskutiert haben damals Chefredakteure von vier Tageszeitungen (Vgl. ORF, 2005b).

Da sich in der Anfangszeit des Fernsehens die Menschen noch keine eigenen Geräte leisten konnten, wurde meist im öffentlichen Raum ferngesehen.

„Am 1. August 1955, gegen 17 Uhr, erhellten sich in den Auslagen der Radiohändler die Bildschirme der Fernsehempfänger. Vor den Scheiben bildeten sich dichte Menschentrauben, und aus den improvisiert über den Portalen angebrachten Lautsprechern tönte die Ansage: ‚Hier ist das Fernsehen des Österreichischen Rundfunks mit seinem öffentlichen Versuchsprogramm‘. Auf den Bildschirmen erschien als Markenzeichen der neuen Television der Wiener Stephansdom in einem Buchstabenring mit den Worten: Österreichischer Rundfunk Fernsehen – Versuchsprogramm.“ (Ergert, 1975: 206)

An Programm für Kinder wurde von Anfang an gedacht und die ersten Sendungen wurden sogar live produziert. Dies allerdings auf abenteuerliche Weise: Es wurde nach einem

fertigen Tonband gespielt, die Stimmen der Puppen waren die von Schauspielern. Die ersten Kindersendungen waren Märchen, „Der Froschkönig“ des Wiener Urania Puppentheaters war das erste. Gesendet wurde ebenfalls aus einem Klassenzimmer, welches allerdings für einige Kameraeinstellungen zu klein war. Aus diesem Grund wurde teilweise vom Gang aus gefilmt. Bühne gab es auch keine, dafür mussten Stellagen erhalten, die nebeneinander gereiht wurden. Leiter des Theaters waren damals Marianne und Hans Kraus (Vgl. Kasperl und Pezi, 2016).

In den ersten eineinhalb Jahren war der Fernsehbetrieb, was die Wochentage und Uhrzeiten zu denen gesendet worden ist anging, noch unregelmäßig. Ab 1. Jänner 1957 wurde dann der regelmäßige Betrieb gestartet und an sechs Tagen die Woche gesendet (Vgl. ORF, 2016f). Im Oktober 1957 wurden dann auch „Kasperl und Pezi“ ins Programm aufgenommen. Diesmal sogar mit eigener Urania-Bühne. Gesendet wurde aus einem Studio in Schönbrunn. Aus diesem Grund transportierte man die Bühne jedes Mal dort hin. Und es gab eine weitere Neuerung: mittlerweile konnte voraufgezeichnet werden. Somit fiel etwas Anspannung aufgrund der Live-Produktionen weg. Weitere Fernsehproduktionen des Urania Puppentheaters waren beispielsweise Gutenachtgeschichten („Betthupferln“) (Vgl. Kasperl und Pezi, 2016).

Kinder- und Jugendprogramm wurde anfangs meist am Nachmittag gesendet. Unterschieden werden konnte damals schon in Sendungen für Kinder und welche für Jugendliche. Kinderprogramm bestand fast zu 100 Prozent aus Eigenproduktionen (beispielsweise Puppenspiele der Urania Bühne). Sendungen für die Jugend waren zum größten Teil eingekauft, dies waren speziell Serien aus den USA („Fury“, „Lassie“) (Vgl. Rest, 1988: 268).

11.1.2 Eigene Fernsehgeräte für Familien

In den 50er- und 60er-Jahren fand das Fernsehgerät dann Einzug in die privaten Wohnzimmer. Auch wenn er damals aufgrund der enormen Preise als Luxusgut galt, war sein Siegeszug nicht zu stoppen. Das Fernsehgerät bestimmte von nun an die Einrichtung des Wohnzimmers und auch das Beisammensein mit der Familie wurde so erstmals durch die Medien beeinflusst (Vgl. Pensold, 1995: 14).

Schon in den ersten Jahren des Kinderfernsehens, welches hauptsächlich aus Information und Unterhaltung bestand, war die Nachfrage groß. Aus diesem Grund wurde die Sendezeit dafür bald ausgedehnt. Da eigens produzierte Programme bald die Personal- und Studiokapazitäten zu sprengen drohten, wurden immer mehr ausländische Sendungen hinzugekauft. Aufgrund der gemeinsamen Sprache arbeitete man eng mit den beiden deutschen Sendern ZDF und ARD zusammen. Aber auch aus den USA wurden, wie bereits erwähnt, Sendungen zugekauft. Ab dem Jahr 1962 wurden dann die ersten Fremdproduktionen gesendet (Vgl. Geretschlaeger, 1991: 116).

Im Jahr 1969 brachte der ORF sein erstes Jahrbuch heraus, den ORF-Almanach. In diesem ist zu lesen, dass im Jahr 1968 insgesamt 331 Stunden Jugend- und Familienprogramm gesendet worden ist. Auch damals schon teilte man die Kinder und Jugendlichen in Altersgruppen ein:

- Sechs- bis Elf-Jährige (95 Sendestunden)
- Elf- bis 14-Jährige (99 Sendestunden)
- 14-Jährige (19 Sendestunden)
- Erwachsene (118 Sendestunden)

(Vgl. ORF Almanach, 1969: 75)

Aus dieser Statistik ist herauszulesen, dass, innerhalb des Familienprogramms, auf die Sechs- bis 14-Jährigen mehr Sendestunden ausgefallen sind, als auf die Erwachsenen. Dies zeigt wieder einmal, welche Wichtigkeit das Kinderprogramm von Anfang an innehatte.

„Der Froschkönig“ war, wie schon erwähnt, das erste Puppenspiel das gesendet worden ist. Bis zum Jahr 1968 wurde die Anzahl der Puppenspiele stark erhöht (Verdreifachung gegenüber 1966), mittlerweile konnten die Kinder ein Puppenspiel pro Woche bewundern. Neben den schon erwähnten Gutenachtgeschichten bot man den Kleinsten auch Sendungen, die zum Mitmachen anregen sollten (basteln, malen, etc.). Und auch damals schon wurden Sendungen produziert, die für unter Sechs-Jährige Kinder gedacht waren (Vgl. ORF Almanach, 1969: 75).

In den Folgejahren wurde sechs bis acht Stunden Kinderprogramm pro Woche gesendet. Dieser erhöhte Bedarf wurde zwar teilweise durch Fremdproduktionen gedeckt, allerdings stieg gleichzeitig auch wieder die Zahl der Eigenproduktionen. Im Laufe der Jahre waren die eigens produzierten Sendungen dann wieder in der Überzahl (Vgl. Schlaff, 1980: 75).

Ab 1973 gab es „Die Sendung mit der Maus“, welche 25 Minuten dauerte und immer Samstag um 16:50 Uhr in FS 1 (jetzt ORF eins) gesendet worden ist. Diese Sendung bot „Lach- und Sachgeschichten für Kinder“ (ORF Almanach, 1974: 61).

Von 1975 bis 1993 lief Montag bis Freitag um 09:00 Uhr die, vom ORF produzierte, Kindersendung „Am Dam Des“. Diese Sendung war für Kinder ab fünf Jahren geeignet und hatte sogenannte Wochenthemen, die beispielsweise den Körper oder die Bahn behandelten. Auch Thomas Brezina war damals einer der Moderatoren (Vgl. ORF Almanach, 1980: 89, 90). Die für Vorschulkinder gedachte Sendung wurde nach strengen pädagogischen Maßstäben produziert und sollte Kindern die Erwachsenenwelt näher bringen. Aber auch Unterhaltung sollte im Kinderprogramm nicht zu kurz kommen:

„Gerade auch die Kinder haben ein Recht auf Unterhaltung. Natürlich gibt es auch bei Kinderprogrammen eine Informationspflicht im weitesten Sinne, sicherlich ist es leichter zu belehren, als zu unterhalten. Aber der ORF läßt [sic!] die traditionellen Kategorien der Unterhaltung auch im Kinderprogramm nicht außer acht [sic!].“ (ORF Almanach, 1977: 85)

Beispiele für nicht rein pädagogische Sendungen, sondern solche, die auf Massenunterhaltung ausgelegt waren, sind: „Biene Maja“ (Koproduktion mit ZDF) und „Heidi“. Aber auch zum Mitmachen sollten Kinder animiert werden. Dafür waren beispielsweise Sendungen wie „Sport ABC“ gemacht. Kinder sollten hier zum Sport treiben angeregt werden (Vgl. ORF Almanach, 1980: 91).

11.1.3 Aufkommen von Konkurrenz

Innovative Vertriebswege via Kabel und Satellitenrundfunk stellten den ORF, und somit auch das Kinderfernsehen, in den späten 70er-Jahren vor neue Herausforderungen. Somit wurde grenzüberschreitender Rundfunk möglich und die Konkurrenz immer größer. Um gegen die Konkurrenz bestehen zu können, hieß es für den ORF, seine Programme noch publikumsorientierter zu gestalten. Marktnischen sollten sofort ausgenützt werden und die Produktpalette erweitert werden (Vgl. ORF Almanach, 1986/87: 13-17) .

Im Jänner 1985 gab es eine wichtige Programminnovation im ORF-Kinderfernsehen, nämlich die „Mini-ZiB“. Diese zehnminütige Sendung brachte Nachrichten auf kindgerechte Weise und wurde von Moderatoren der „Zeit im Bild“ moderiert. Von Anfang

an wurde eine hohe Durchschnittreichweite erzielt. „Sie enthält nicht allein regionale und nationale Belange, sondern eröffnet einen wissenswerten und informativen „Blick in die Welt“.“ (ORF Almanach, 1986/87: 87)

Ab Februar 1989 gab es ein neues Sendeschema: auf FS 1 (später ORF eins) wurde täglich zwischen 15:00 und 17:00 Uhr Programm für Kinder zwischen vier und elf Jahren geboten. Seit Beginn des Kinderfernsehens in Österreich gab es nun, 34 Jahre später, erstmals eine festgelegte Uhrzeit für kindgerechtes Fernsehprogramm. Um 15: 00 Uhr wurde mit Programm für die Kleinsten (vier bis acht Jahre) begonnen (Zeichentrickserien, „Am Dam Des“, etc.). Jeden Mittwoch wurde „Kasperl“, welcher sich heute noch größter Beliebtheit erfreut, gezeigt. Um 16:00 Uhr wechselte das Zielpublikum dann auf die Acht- bis Elf-Jährigen und das Kinderprogramm endete um 17:00 Uhr (Vgl. ORF Almanach, 1991/92: 52).

Das neue Programm unterschied sich deutlich von jenem der Privatfernsehanstalten, vor allem durch:

- „Information für Kinder (Nachrichten, Reportagen, Diskussionen) und
- Kultur für Kinder (Kindertheater und Kinderfilm, Animation zu Musik, Tanz, Malerei und Bildender Kunst)“ (ORF Almanach, 1991/92: 52)

Das Kinderprogramm wurde täglich, aus einem eigenen Kinderstudio, live abgewickelt und durchmoderiert. Auch die Anzahl der Eigenproduktionen wurde in diesen Jahren stark erhöht. Rein österreichische Serien, also mit Autoren, Regisseuren und Schauspielern aus Österreich, sollten die Kinder begeistern (Vgl. ORF Almanach, 1991/92: 52-54).

Schon damals war den Fernsehmachern also bewusst, dass man sich um sein Publikum und in diesem Fall, vor allem um sein jüngstes Publikum, kümmern musste. Konsumenten sollten durch attraktives Programm davon „abgehalten“ werden, vor allem zur deutschen Konkurrenz abzuwandern. Der damalige Generalintendant Gerhard Zeiler schrieb dazu im ORF-Jahrbuch von 1995/96 folgendes:

„Das heißt für den Fernsbereich: Jüngere Zuseher zurückgewinnen, ohne ältere zu verlieren; die ausländischen Konkurrenten im direkten Vergleich zurückdrängen, um deren Werbeattraktivität zu schmälern; und das vornehmlich mit Programmen, die einen starken Österreich- bzw. Informationsbezug haben, den die nichtösterreichischen Unterhaltungsanbieter nur schwer oder gar nicht herstellen können.“ (ORF Almanach, 1995/96: 15)

11.1.4 „Ich & Du“

Mit „Ich & Du“ wurde im Jahr 1989 die erste eigene Dachmarke für das ORF-Kinderprogramm geschaffen. Zu den Sendungen, welche in dieser Zeit ausgestrahlt worden sind, gehörten folgende:

- Kinderwurlitzer (hier konnten Wünsche für Musikvideos abgegeben werden)
- Vif Zack (unter Zeitdruck mussten Redakteure Publikumsfragen beantworten)
- Unternehmen Octopus (Quizshow)
- Vier gewinnt (Quizshow)
- 7 x Ich & Du (Ankündigungen der Sendungen für die kommende Woche wurden anhand von unterhaltsamen Rahmengeschichten präsentiert)
- Kasperl
- Am Dam Des

(Vgl. E-Mail-Verlauf mit Schlögl, 2016)

11.1.5 „Confetti TiVi“

Im April 1994 erhielt das ORF-Kinderfernsehprogramm einen neuen Namen, nämlich „Confetti TiVi“. Begleitet wurde das gesamte Programm von einer Figur namens „Confetti“, welcher die Zuseher mit folgenden Worten begrüßt hat: „Heute ist es so weit – ein großer Tag für die Knackenten dieser Welt ist angebrochen. Denn ab heute haben meine Familie und ich diesen Laden - äh Fernsehsender – fest im Griff!“ (ots.at, 2004) „Confetti“, ein männliches Tier mit gelbem Fell und grünen Haaren, und sein bester Freund „Rolf Rüdiger“, eine graue Ratte, führten durch das ausgeweitete (36 Stunden wöchentlich) Programm (Vgl. ORF Almanach, 1995/96: 55). Die Produktion fand anfangs im ORF-Zentrum statt, wurde dann vier Jahre später in die Filmstadt am Rosenhügel ausgelagert. Kurz nach dem Beginn von „Confetti TiVi“, startete auch die Sendung „Kids 4 Kids“. Diese, von Kindern für Kinder produzierte Sendung, fand sowohl bei den mitgestaltenden, als auch bei den zusehenden Kindern großen Zuspruch. Die Nachrichtensendung „Mini-ZiB“ wurde durch die „Confetti News“ ersetzt (Vgl. APA, 2004).

Im Jahr 2001 zeigte sich „Confetti TiVi“ in einem neuen Erscheinungsbild. Aus „Confetti Town“ wurde nun das komplette Programm durchmoderiert. Auch eine eigene Website lies die Beliebtheit des Senders weiter ansteigen (Vgl. APA, 2001). Aufgrund der weiter

steigenden Konkurrenz, vor allem von Sendern aus Deutschland, mussten die Sendeplätze am Nachmittag anderen Programmen weichen. Andrea-Bogad-Radatz (verantwortlich für Programmeinkauf) sagte 2007 in einem Interview dazu, dass aufgrund der größer werdenden Konkurrenz, diese beliebten Sendeplätze nun für ein breiteres Publikum gedacht seien. Das Kinderprogramm wurde in Randzonen, vor allem in die Früh- und Vormittagsschiene, verlegt. Auch das Verbot von Werbungen während des Kinderprogramms führte zu dieser Verdrängung. Diese wurden nämlich, speziell in den Abendstunden, zu einer wichtigen Einnahmequelle. Um diese Probleme zu verhindern, haben die deutschen Sender ARD und ZDF den Kinderkanal „KiKA“ gegründet (Vgl. Kremser, 2007: 98, 99).

11.1.6 „Okidoki“

Im September 2008 wurde „Confetti TiVi“ von einem komplett neuen Kinderprogramm abgelöst. Thomas Brezina, der mit seiner Produktionsfirma „KidsTV“ für das neue Programm namens „Okidoki“ verantwortlich ist, sagte bei der Programmpräsentation, er wolle kein Randprogramm und mehr eigenproduzierte Sendungen für Kinder ab drei Jahren bieten. Das bisherige Gesicht des Programms, „Confetti“, wurde durch ein lilafarbenes Wildschwein namens „Franz Ferdinand“ ersetzt (Vgl. Die Presse, 2008).

Die derzeitige Sendefläche setzt sich aus Eigenproduktionen und Serien zusammen und beträgt fünf Mal zwei Stunden von Montag bis Freitag und zwei Mal ungefähr sechs Stunden am Wochenende (Vgl. E-Mail-Verlauf mit Schlögl, 2016).

Das Programm besteht derzeit aus neun Eigen- beziehungsweise Co-Produktionen und zwölf Fremdproduktionen.

11.2 Sendungen von Okidoki

Im Jahr 2015 sendete der ORF 953 Stunden eigenproduziertes Kinderprogramm und damit um 29 Stunden mehr als 2014. Die Sendungen von Okidoki sind für Kinder von drei bis elf Jahren gedacht und sowohl gewalt-, als auch werbefrei. „Die Sendungen sollen Neugierde und Interesse der Kinder wecken, auf breitgefächerte Themen aufmerksam machen und ihr Wissen fördern.“ (ORF, 2016g) Um sich ein besseres Bild über den Ist-Zustand des

Kinderfernsehens im ORF machen zu können ist es notwendig, die darin vorkommenden Sendungen aufzulisten und einige (vor allem die Eigenproduktionen) kurz zu beschreiben:

Eigenproduktionen:

1, 2 oder 3

Diese Co-Produktion zwischen ORF und ZDF wird für Kinder ab sechs Jahren empfohlen. Jede Folge (24 Minuten) steht unter einem bestimmten Motto („Große Vögel“, „USA“, „Von Hunden und Hamstern“, etc.) und wird von dem deutschen Moderator Elton, gemeinsam mit dem Studiomaskottchen Piet Flosse, präsentiert. Drei Teams, bestehend aus jeweils drei Kindern eines Landes, treten in einem Wissensduell gegeneinander an. Zwei der Teams kommen immer jeweils aus Österreich und Deutschland, das dritte Team ist international. Mitmachen dürfen Kinder, die entweder die vierte Klasse Volksschule besuchen, oder in die erste Klasse einer AHS/HS gehen (Vgl. Okidoki, 2016a).

ABC Bär

In jeder der 13-minütigen Folgen bringt der Titelheld, der „ABC Bär“, mit seinen Freunden (Igel, Biber, Kuh, Pinguin, Frösche) Kindern das ABC, die Zahlen von 1 bis 10 und einige englische Wörter bei. Mit Musik, Tanz, Gesang und Zauberei soll Kindern der Spaß am Lernen vermittelt werden. Diese Sendung wird für Kinder ab drei Jahren empfohlen und soll ihnen auch Toleranz und Hilfsbereitschaft vermitteln (Vgl. Tower10 KidsTV, 2016a).

Hallo okidoki

Diese Sendung wird mit einer Länge von ca. 50 Minuten an jedem Wochenende gesendet. Die Moderatoren Christina Karnicnik, Robert Steiner und Maskottchen Kurt, ein Kater, führen durch den Fernsehvormittag und verbinden die einzelnen Sendungen. In „Hallo okidoki“ erhalten Kinder unter anderem Spiele-, Buch- und Freizeittipps und es gibt prominente Studiogäste. Der Zuseherkontakt ist in dieser Sendung besonders wichtig: es gibt Gewinnspiele, Kinder können Videobotschaften schicken oder an verschiedensten Aktionen teilnehmen (Vgl. Tower10 KidsTV, 2016b).

Helmi

Kinder ab drei Jahren bekommen in dieser Sendung wichtige Verkehrsregeln näher gebracht. Jeweils Samstag und Sonntag (fünf Minuten) begrüßen Helmi und sein Hund Sokrates die Zuseher und helfen Ihnen, Verletzungen und Unfällen vorzubeugen. Themen sind klassische Verkehrsregeln, aber auch beispielsweise „Sicher im Netz“, wo Kindern der verantwortungsvolle Umgang mit dem Internet beigebracht wird (Vgl. Helmi, 2016).

Knall genial

Dieses Wissensformat für Kinder ab sechs Jahren beantwortet Fragen wie beispielsweise „Wieso trugen Piraten Augenklappen?“. Jeden Sonntag besucht eine Gruppe von Kindern Thomas Brezina in seinem Kuriositätenladen und erlebt in dieser 15-minütigen Sendung allerlei Tricks, verblüffende Phänomene und spannende Expeditionen (Vgl. Okidoki, 2016b).

Schmatzo

Die 15-minütige, immer sonntags ausgestrahlte Sendung, soll Kinder ab sechs Jahren zum Kochen motivieren. Präsentiert wird die Sendung vom Koch Alexander Kumptner, gemeinsam mit einer Gruppe von Kindern. Einfach nachzukochende Rezepte und ein bewusster Umgang mit Lebensmitteln sollen den Kindern näher gebracht werden. Den Tisch, an dem dann das Essen verspeist wird, dekorieren die Kinder mit Selbstgebasteltem. Sowohl die Rezepte, als auch die Bastelanleitungen sind im Anschluss auf der Okidoki-Homepage zu finden (Vgl. Okidoki, 2016c).

Servus Kasperl

Kasperl, die Kultfigur des Kinderfernsehens, hat auch knapp 60 Jahre nach seinem ersten Auftritt im ORF, noch seine eigene Sendung. Jedes Wochenende können Kinder ab drei Jahren in 25-minütigen Folgen die Abenteuer von Kasperl und seinen Freunden miterleben (Vgl. Tower10 KidsTV, 2016c).

Tolle Tiere

Die Sendung für Kinder ab sechs Jahren ist der Nachfolger von „Miniversum“. In „Tolle Tiere“ (15 Minuten) präsentiert „Hallo okidoki“-Maskottchen „Kater Kurt“ jedes Wochenende heimische und exotische Wildtiere, aber auch Haustiere werden vorgestellt. In jeder Folge dürfen zwei Kinder als Zoohelfer im Tiergarten Schönbrunn die Arbeit von Tierpflegern kennenlernen. Praktische Tipps zu Haus- und Wildtieren bekommen Kinder in der Tierarztpraxis (Vgl. Okidoki, 2016d).

Tom Turbo

Das sprechende, „tollste Fahrrad der Welt“, mit seinen 111 Tricks, begleitet Kinder schon jahrelang. Gemeinsam mit Thomas Brezina erlebt es Abenteuer und legt Gaunern das Handwerk. Die Zuseher (Kinder ab sechs Jahren) können am Ende jeder Folge, wenn sie alle Detektivfragen richtig beantwortet haben, das „streng geheime Codewort knacken“ (Tower10 KidsTV, 2016d).

Fremdproduktionen:

Alvinnn!!! Und die Chipmunks	Gigglebug - Kicherkäfer
Biene Maja	Hexe Lilli
Der kleine Drache Kokosnuss	K 3
Die Helden der Stadt	Lassie
Die Jagd nach dem Kju Wang	Littlest pet shop
Dragons – Die Reiter von Berk	Wickie 3D

11.3 Programmstunden von Okidoki

An folgender Grafik ist die Anzahl der eigenproduzierten ORF Kinderprogrammstunden ersichtlich. Seit dem Start von „Okidoki“ im Jahr 2008, mit Ausnahme des Jahres 2009, sind die Stunden leicht zurückgegangen:

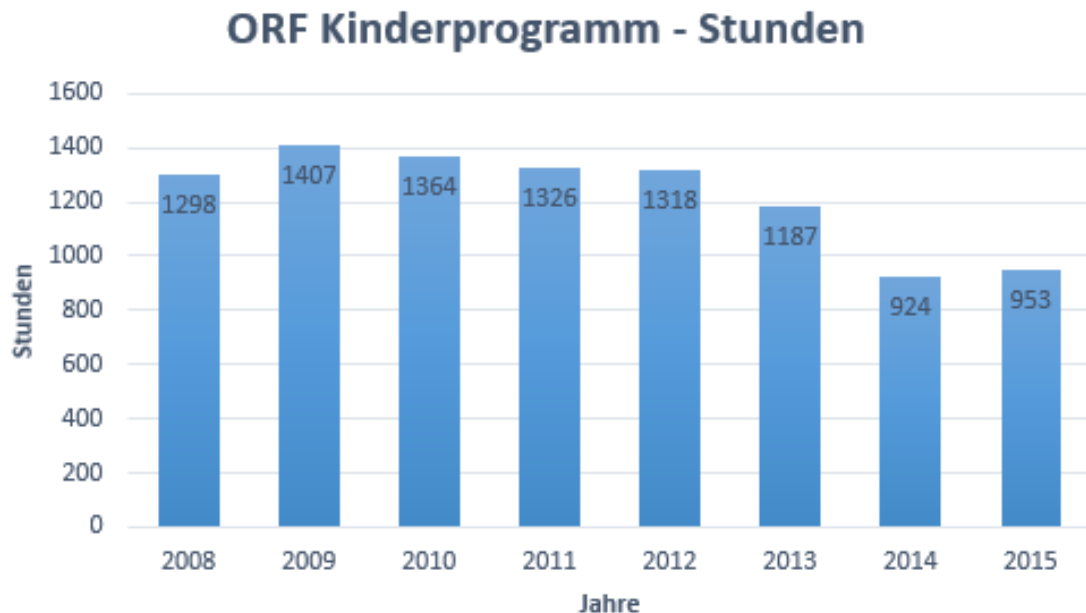


Abb. 2: ORF Kinderprogramm-Stunden (ORF, 2016h)

Den auffallenden Unterschied zwischen 2013 und 2014 begründet Alexandra Schlögl damit, dass Ende 2013 die Mittagsfläche gestrichen worden ist und somit potenziell bespielbare Fläche entfallen ist (Vgl. E-Mail-Verlauf mit Schlögl, 2016).

Über die genauer Quoten von Okidoki kann in dieser Arbeit keine Auskunft gegeben werden, da diese nur ORF-intern weitergegeben werden dürfen.

12. Senderkonkurrenz aus Deutschland

„Konkurrenz belebt das Geschäft“ – dieser Spruch trifft auch auf den Bereich Fernsehen zu. Das Kinderfernsehen im ORF hat mit den deutschen Kinderkanälen große Konkurrenz bekommen. Diese senden nicht nur bis mittags Programm für Kinder, sondern bis in die Abendstunden. Die Gruppe der Drei- bis 13-Jährigen stellt einen hart umkämpften Markt dar und so können österreichische Kinder aus etlichen deutschen Kinderfernsehsendern auswählen. Die drei, laut einer aktuellen Studie des „iconkids & youth“-Instituts, beliebtesten Kinderfernsehsender in Deutschland sind bei den Sechs- bis Neun-Jährigen Super RTL, KiKA und Nickelodeon. Bei den Zehn- bis Zwölf-Jährigen liegen Super RTL und KiKA zwar auch noch auf Platz eins und zwei, auf Platz drei folgt allerdings schon ein Sender, dessen Zielpublikum nicht nur Kinder sind, nämlich Pro7 (Vgl. Iconkids & youth international research GmbH, 2016). Da diese Sender auch von österreichischen Kindern gesehen werden können, sollen diese, als Konkurrenz zum ORF-Kinderfernsehen, nun vorgestellt werden.

12.1 Super RTL

Super RTL ist ein privater deutscher Fernsehsender, der bei Kindern (sechs bis zwölf Jahre) in Deutschland auf Platz eins der Beliebtheitsskala liegt (Vgl. Iconkids & youth international research GmbH, 2016). Von 06:00 Uhr morgens bis 20:15 Uhr wird kindgerechtes Programm gesendet. Super RTL teilt das Fernsehprogramm nach Altersgruppen:

- Von 06:00 bis 11:00 Uhr heißt das Programm „Toggolino“ und ist für Kinder von drei bis fünf Jahren gedacht.
- Ab 11:00 Uhr sollen mit „Toggo“ Kinder zwischen sechs und 13 Jahren unterhalten werden.

Um 20:15 Uhr beginnt die Primetime, die nicht nur für Kinder gedacht ist. Hier werden unter der Woche, Sendungen speziell für weibliches Publikum angeboten (Serien und Reality-Formate). Dienstagabend werden romantische Liebesfilme gezeigt. Der Freitag- und Samstagabend ist mit Animationsfilmen für Familien reserviert.

Da Kinder noch nicht zwischen Werbung und Programm unterscheiden können, ist dies immer ein umstrittenes Thema. Da Super RTL ein privater Sender ist wird zwar Werbung

gezeigt, allerdings mit einigen Einschränkungen: Werbung wird immer audiovisuell gekennzeichnet („Jetzt kommt die Werbung!“). Sendungsunterbrechungen durch Werbung gibt es im Kinderprogramm nicht. Diese wird nur vor oder nach einer Sendung gezeigt.

Um noch flexibler zu sein und Kindern auch nach 20:15 Uhr ein adäquates Programm bieten zu können, hat Super RTL einen zusätzlichen Sender namens „TOGGO plus“. Hier läuft das komplette Tagesprogramm von Super RTL, allerdings eine Stunde später. So können Kinder ihre Lieblingsserien trotzdem sehen, auch wenn sie zur gewohnten Sendezeit beispielsweise noch Hausaufgaben machen müssen. Auch nach 20:15 Uhr gibt es Kinderprogramm, welches aus den beliebtesten Serien von Super RTL besteht. Dies ist vor allem im Hinblick auf die Konkurrenten KiKA und Nickelodeon wichtig, da diese auch nach 20:15 Uhr Kinderprogramm zeigen (Vgl. Super RTL, 2016).

12.2 KiKA

Der öffentlich-rechtliche Kinderkanal „KiKA“ ist ein Programm der beiden deutschen Sender ARD und ZDF und hat am 1. Jänner 1997 seinen Betrieb aufgenommen. Von 06:00 bis 21:00 Uhr bietet KiKA Programm für Kinder zwischen drei und 13 Jahren. Dieses ist werbefrei, zielgruppenorientiert und umfasst Informationssendungen, Filme, Serien, Magazine, Dokumentationen und Thementage.

Vor allem die Medienkompetenz der Kleinsten ist dem Sender ein Anliegen:

„Die Welt der Kinder ist immer stärker durch mediale Einflüsse geprägt. Mit seinem qualitätvollen und vielfältigen Programmangebot ermöglicht KiKA den jungen Zuschauern einen guten Überblick und macht sie mit einem breiten Repertoire an Genres und Medieninhalten bekannt. Das beeinflusst das spätere Verhalten in der Medienwelt positiv, unterstützt die Kinder bei der Entwicklung einer differenzierten Betrachtungsweise und fördert ihre Kritikfähigkeit an den wachsenden Medienangeboten.“ (KiKA, 2016b)

Auf KiKA finden sich auch österreichische Produktionen, wie beispielsweise die von Tower10 Kids TV produzierten Sendungen „ABC Bär“ und „Schmatzo – Der Koch-Kids-Club“.

Neben dem Fernsehangebot bietet KiKA auf der Homepage kika.de Hintergrundinformationen und animiert zum Mitmachen. Wichtig ist KiKA die Anregung der Kinder, sich offline mit dem Gesehenen zu beschäftigen. Auch für die Kleinsten gibt es Online-Angebote: unter der Homepage kikaninchen.de gibt es alles für Vorschulkinder zu finden. Diese Seite ist speziell für Computereinsteiger gemacht.

In dem sozialen Netzwerk „mein!KiKA“ können sich Kinder untereinander austauschen und auch mit ihren KiKA-Stars chatten (Vgl. KiKA, 2016c). Der erste Kontakt mit sozialen Medien sollte wie hier, in geschützter, kindgerechter Atmosphäre stattfinden. Dies ist vor allem in Anbetracht der stetig wachsenden Beliebtheit sozialer Medien von großer Wichtigkeit.

12.3 Nickelodeon

Dieser private Fernsehsender ist, wie Super RTL und KiKA, für Kinder zwischen drei und 13 Jahren gedacht. Wie Super RTL teilt auch Nickelodeon sein Programm nach Altersgruppen:

- Morgens, an Wochentagen, läuft das Programm unter dem Namen „Nick Jr.“ und ist für Kinder von drei bis fünf Jahren gedacht.
- Vom Vormittag weg, bis 21:00 Uhr, wird unter dem Namen „Nickelodeon“ Programm für Kinder bis ungefähr 13 Jahren gemacht.
- Zwischen 21:00 und 06:00 Uhr läuft die Programmschiene „Nicknight“ und richtet sich mit Sitcoms und Reality-Shows an Teenager und junge Erwachsene.

Bis ungefähr 18:00 Uhr setzt sich das Programm hauptsächlich aus Zeichentrick- und Animationsserien zusammen. Danach folgen Serien, die sich mit Themen wie Schule und Freundschaft auseinandersetzen (Vgl. Nickelodeon, 2016).

13. Videoplattformen als Konkurrenz

Zwei Drittel der Kinder zwischen sechs und zehn Jahren haben Zugang zum Internet. Dort bietet sich ihnen eine Vielzahl an Unterhaltungsmöglichkeiten, welche von diesen auch genutzt werden. Vor allem bei Videoplattformen steigt die Nutzung im Altersverlauf stark an. Die Nutzung von „YouTube“ ist die absolute Lieblingstätigkeit, gefolgt von Informationen suchen (Vgl. Education Group, 2016e).

Auf YouTube werden von mehr als der Hälfte der Sechs- bis 19-Jährigen Nutzer am liebsten lustige kurze Videos angesehen. Auf den Plätzen zwei und drei folgen Musikbeziehungsweise, etwas abgeschlagen dahinter, Sportvideos. Vor allem YouTube-Channels, welche sich mit Themen wie Humor und Mode beschäftigen, werden am häufigsten abonniert.

Aber auch kostenpflichtige Plattformen, wie „Netflix“ und „Amazon Prime“, gewinnen zunehmend an Relevanz. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Nutzung bei den Sechs- bis 19-Jährigen um vier Prozent gestiegen. Netflix bietet beispielsweise einen eigenen „Kids“-Bereich, in welchen Kinder bis zwölf Jahren Filme und Serien finden (Vgl. Iconkids & youth international research GmbH, 2016).

Erwähnenswert ist, dass auch der ORF Anteile an einer Videoplattform besitzt. Seit dem Jahr 2014 beteiligen sich die ORF Enterprise und ORS comm (ORF Tochtergesellschaften) mit 25,1% an der österreichischen Online-Videothek „Flimmit“. Hier werden vor allem Produkte aus Österreich und Europa geboten. Das Angebot besteht aus Filmen, Serien, Dokumentationen, Film-Klassikern und auch Filmen für Kinder und Jugendliche. Zusätzlich bietet „Flimmit“ exklusiven Content wie zum Beispiel die Serien „Vorstadtweiber“ (Vgl. Flimmit, 2016).

Der Vorteil dieser Videoplattformen liegt auf der Hand: sie können von unterschiedlichen Endgeräten, zu jeder Tages- und Nachtzeit abgerufen werden. Voraussetzung ist ein Internetzugang und ein (bei kostenpflichtigen Angeboten) angemeldeter Account. Eltern können hier selbst auswählen welche Sendungen sie ihren Kindern zeigen und auch die Uhrzeit kann selbst bestimmt werden. So müssen Kinder für „Gute-Nacht“-Sendungen nicht bis zu der Zeit warten, wenn diese im Fernsehen gesendet werden, sondern können damit zu jeder Uhrzeit „ins Bett geschickt“ werden.

Aber auch Nachteile sind hier auszumachen: Die Tatsache, dass Eltern ihre Kinder jederzeit zur Beschäftigung vor das Fernsehgerät setzen können, birgt die Gefahr der Bequemlichkeit. So können Kinder zwar zu jeder Uhrzeit, auf sie zugeschnittene Sendungen ansehen, aber Eltern haben vielleicht dadurch auch weniger Motivation, mit ihren Kindern außerhalb der „Fernsehwelt“ etwas zu unternehmen.

Auch im Bereich der Videoplattformen heißt es, die Balance zu finden, zwischen Freizeitbeschäftigungen, die online, und jener, die offline stattfinden.

14. Sendung „Miniversum“

14.1 Grundsätzliches Sendungsprofil

Die Sendung „Miniversum“ wird in das Genre der Tier- und Artenschutz-Magazine eingeordnet. Die Folgen hatten eine Länge von zwölf bis 15 Minuten und wurden erstmals immer Sonntagvormittag ausgestrahlt. Die Wiederholung war dann am darauffolgenden Samstag zu sehen. Aufgrund des Wintersports oder von Formel 1-Übertragungen, fielen manche Sendungen aus. Die Anzahl von 35 Erstausstrahlungen (+ Wiederholungen dieser Folgen) konnte aber jedes Jahr (ab 2007) eingehalten werden. In den Jahren davor gab es unterschiedliche Anzahlen an Folgen:

<u>Jahr</u>	<u>Anzahl der Folgen</u>
-------------	--------------------------

1999	11
------	----

2000	16
------	----

2001	16
------	----

2002	10
------	----

2003	10
------	----

2004	20
------	----

2005	36
------	----

2006	25
------	----

Zusätzlich dazu gab es ab 2007 30 weitere Wiederholungstermine, welche aus den Highlights des vorangegangenen Jahres bestanden.

Die Zielgruppe der Sendung waren Kinder zwischen vier und elf Jahren. Aus dem Interview mit dem Gestalter der Sendung, Werner Kohl, geht allerdings hervor, dass die Sendungsinhalte eher an die älteren Kinder dieser Zielgruppe angepasst waren.

Präsentiert wurde das Magazin von Christina Karnicnik, Co-Moderator war bis 2007 der damalige Direktor des Tiergarten Schönbrunn, Helmut Pechlaner. Ab 2007 übernahm diese Rolle die jetzige Direktorin, Dagmar Schratte.

Gedreht wurde im Tiergarten Schönbrunn, sowie in diversen österreichischen Nationalparks.

Die Moderatoren führten durch die Sendung: mit Archivbeiträgen (aus Universum-Folgen) und eigens gestalteten Zuspierungen.

„Miniversum“ ist eine der ältesten und erfolgreichsten Produktionen des ORF-Kinderprogramms. Die erste Folge wurde am 09.07.1999 ausgestrahlt, das letzte Jahr mit Erstaussstrahlungen war 2015. Bis März 2016 wurden noch Wiederholungen gesendet, ehe das Format abgesetzt worden ist (Vgl. Sendungsleitbild, 2014).

14.2 Sendungsprinzipien

Werner Kohl, der Sendungsgestalter, erwähnte im Interview immer wieder, dass das Alterslevel der Sendung eher höher angesetzt worden ist, um Kinder zu fordern und ihnen mehr, als die schon bekannten Dinge, näherzubringen. Auch in den Sendungsprinzipien ist dieser Anspruch zu erkennen:

„MINIVERSUM erzählt Tiergeschichten aus fernen Ländern wie aus der heimischen Tierwelt, zeigt Hintergründe und Zusammenhänge auf und macht diese begreifbar. MINIVERSUM ist keine monothematische Sendung, sondern ein buntes und vielseitiges Magazin, das die faszinierende Welt der Tiere präsentiert. Dabei geht es auch um den Anspruch, dem jungen Publikum kritische Betrachtungen zu Lebensbedingungen und Umwelteinflüssen anzubieten.“ (Sendungsleitbild, 2014)

Diese kritische Betrachtungsweise, welche den Kindern mitgegeben werden soll, hat auch Werner Kohl im Interview erwähnt. Speziell Arten-, Tier- und Umweltschutz waren Themen, die er bewusst in die Sendung integriert hat und die auch in den Prinzipien festgeschrieben sind:

„Informationen rund um Arten- und Tierschutz werden ebenso präsentiert wie die Aufforderung, selber aktiv zu werden. Dabei regt die Sendung auch dazu an, in der Schule und zu Hause die Möglichkeiten auszuschöpfen, um an der Gestaltung unserer Umgebung verantwortungsbewusst mitwirken und so den Umgang mit allen Lebewesen nachhaltig und positiv zu verbessern.“ (Sendungsleitbild, 2014)

Anhand dieses Leibildes können folgende Prinzipien definiert werden:

- Tiere aus fernen Ländern
- Heimische Tierwelt
- Multithematische Folgen
- Wichtige Themen:
 - artgerechte Lebensbedingungen
 - bewusst werden von Umwelteinflüssen
 - Artenschutz
 - Tierschutz
 - Verantwortungsbewusstsein vermitteln
 - Nachhaltigkeit

15. Forschungsinteresse

Das Interesse dieser Arbeit besteht darin, eine über 16 Jahre erfolgreiche Sendung des ORF-Kinderprogramms näher unter die Lupe zu nehmen. Es soll untersucht werden, was der Kern dieser Sendung war und welche Themen den Machern der Sendung wichtig waren. Welche Themen waren bedeutsam genug, um sie Kindern näher zu bringen?

Aufgrund der Absetzung der Sendung Ende 2015 ergaben sich weitere Fragen: Gab es im Laufe der letzten Jahre einen Quoteneinbruch? Kann das Kinderfernsehen überhaupt noch gegen Konkurrenz wie Spartensender für Kinder, Internet und Video-on-Demand-Angebote bestehen? Könnten diese Faktoren eventuell sogar das Ende des klassischen Kinderfernsehens bedeuten? Welche Gegenstrategien gibt es, um weiterhin erfolgreiches Kinderfernsehen im öffentlich-rechtlichen Bereich senden zu können?

Die Beantwortung dieser Fragen ist deswegen so wichtig, weil Kinder das Publikum von heute und zugleich die Programmmacher von morgen sind. Zu untersuchen, wie sich die Fernsehlandschaft für Kinder verändert und weiterentwickelt, ist im Hinblick auf die Zufriedenheit dieser Sehergruppe von großer Bedeutung. Wenn man versteht, warum erfolgreiche Sendungen abgesetzt werden und was im öffentlich-rechtlichen Fernsehen getan werden muss um gegen Konkurrenz bestehen zu können, kann mit diesem Wissen die Zukunft gestaltet werden.

15.1 Forschungsfragen

Aus dem oben genannten Forschungsinteresse haben sich folgende Forschungsfragen ergeben:

Forschungsfrage 1:

Inwiefern haben sich die Themen der Sendung „Miniversum“ im Laufe der Jahre verändert?

Forschungsfrage 2:

Vor welchen Herausforderungen steht das Kinderfernsehen des ORF in Bezug auf Kinder-Tier-Sendungen?

Forschungsfrage 3:

Welche neuen Ideen gibt es, um der großen Konkurrenz (andere Sender, Internet, Netflix & Co.) die Stirn bieten zu können?

Forschungsfrage 4:

Inwiefern könnte der große Markt des Video-on-Demand das Ende des klassischen Kinderfernsehens bedeuten?

16. Untersuchungsmethoden

Die Beantwortung der Forschungsfragen wurde mittels zweier Verfahren durchgeführt:

- Analyse von Experteninterviews
- Analyse von ausgewählten „Miniversum“-Folgen

Um einen besseren Einblick in den Forschungsvorgang zu geben, sollen die Vorgehensweise dieser beiden Analysen nun etwas genauer erklärt werden.

16.1 Analyse der Experteninterviews

Die drei Experteninterviews wurden mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring ausgewertet. Um diese Analyse besser verstehen zu können, soll hier nun ein kurzer Abriss über diese Untersuchungsmethode gegeben werden.

Die Inhaltsanalyse kann mit sechs Punkten zusammengefasst werden:

- Analyse von Kommunikation (aber auch von Musik oder Bildern)
- Die zu analysierende Kommunikation ist in irgendeiner Weise protokolliert, also fixiert, worden.
- Systematische Vorgehensweise
- Damit die Inhaltsanalyse auch von anderen nachvollzogen und überprüft werden kann, muss diese nach Regeln ablaufen.
- Der Analyse liegt eine Theorie zugrunde, nach deren Gesichtspunkten das vorhandene Material untersucht wird.
- Auf bestimmte Aspekte der Kommunikation sollen Rückschlüsse gezogen werden können (Vgl. Mayring, 2010: 12, 13).

Bei der in dieser Arbeit vorliegenden Analyse handelt es sich um eine zusammenfassende Inhaltsanalyse. Vier wesentliche Schritte wurden hierbei durchgeführt:

- Paraphrasierung:
Textbestandteile, welche wiederholend, wenig inhaltstragend oder ausschmückend sind, werden gestrichen. Jene Textstellen, die wichtig sind, werden in eine einheitliche Sprache und in eine Kurzform gebracht.

- Generalisierung:

Die Abstraktionsebene wird bestimmt und die Paraphrasen daraufhin generalisiert. Die alten müssen in den neuen Formulierungen immer noch enthalten sein.

- Reduktion:

Inhaltlich ähnliche Paraphrasen werden zu neuen Aussagen zusammengefasst und ergeben nun ein Kategoriensystem.

Im Zuge der Kategorienbildung ist es wichtig, zu kontrollieren, ob die erhaltenen Kategorien noch das Ausgangsmaterial repräsentieren (Vgl. Mayring, 2010: 69, 70). Ist dies der Fall, so ist der Zweck der (zusammenfassenden) qualitativen Inhaltsanalyse erfüllt: große Mengen an Material wurden so gekürzt, dass diese überschaubar wurden und der wesentliche Kern dennoch erhalten blieb (Vgl. Mayring, 2010: 83).

Die von den drei Interviews erhaltenen Kategorien wurden anschließend miteinander verglichen und auf die Forschungsfragen hin analysiert.

16.1.1 Vorstellung der Experten

Werner Kohl:

Werner Kohl war seit 2001 für Buch, Gestaltung und Redaktion der Sendung „Miniversum“ zuständig. Davor war er für diverse andere Kindersendungen im Show- und Unterhaltungsbereich zuständig.

Daten zum Interview mit Werner Kohl:

Datum: 02. November 2016

Zeit: 14.00 Uhr

Ort: Cafe Weidinger, Lerchenfelder Gürtel 1, 1160 Wien

Das Interview wurde mit einem Sprachrekorder aufgenommen und anschließend transkribiert.

Thomas Brezina:

Thomas Brezina ist ein bekannter Autor für Kinder-, Jugend- und Drehbücher und er moderiert und produziert Fernsehsendungen. Brezina ist sowohl für den Namen des Kinderprogramms „Okidoki“, als auch für das dahinterstehende Konzept verantwortlich.

Daten zum Interview mit Thomas Brezina:

Datum: 17. November 2016

Zeit: 14.00 Uhr

Ort: Tower10 GmbH, Carlberggasse 38/16, 1230 Wien

Das Interview wurde mit einem Sprachrekorder aufgenommen und anschließend transkribiert.

Alexandra Schlögl:

Alexandra Schlögl ist seit 2010 Redaktionsleiterin der eigenproduzierten Programme des ORF-Kinderfernsehens. Davor war sie schon jahrelang als Redakteurin für Sendungen des Kinderprogramms zuständig.

Daten zum Interview mit Alexandra Schlögl:

Datum: 22. November 2016

Zeit: 10.00 Uhr

Ort: ORF-Zentrum, Elisabethallee 99, 1130 Wien

Das Interview wurde mit einem Sprachrekorder aufgenommen und anschließend transkribiert.

16.2 Analyse von ausgewählten „Miniversum“-Folgen

Aufgrund der Dauer von 16 Jahren, in denen diese Sendung im Kinderprogramm gelaufen ist, war es unmöglich, eine komplette Analyse aller Folgen durchzuführen. Alleine die Anzahl der Erstausstrahlungen beträgt 424 Folgen. Da die Analyse all dieser Folgen den Rahmen der Arbeit sprengen würde, wurden drei Jahre ausgewählt: das erste Jahr (1999), ein Jahr in der Mitte (2007) und das letzte Jahr (2015). Von den Jahren 2007 und 2015 wurde jede zweite Erstausstrahlungs-Folge in die Analyse hineingenommen, wodurch sich

dann je 18 Folgen ergaben. Da es im Jahr 1999 insgesamt nur elf Folgen gegeben hat, wurden hier alle für die Analyse herangezogen.

Die Folgen wurden auf ihre Themen hin analysiert, wodurch sich folgende Kategorien ergeben haben:

- Haustiere

In diese Kategorie fielen alle klassischen, in Österreich geläufigen, Haustiere.

- Heimische Nutztiere

Zu heimischen Nutztieren zählten alle, in der österreichischen Landwirtschaft geläufigen, Tiere.

- Heimische Wildtiere

Tiere, die in der österreichischen Wildnis beheimatet und zu finden sind, wurden zu dieser Kategorie gezählt.

- Tiere, die außerhalb Österreichs beheimatet sind

Alle (Wild-) Tiere, deren Verbreitung außerhalb der österreichischen Grenze, definiert ist, zählten in diese Kategorie.

- Heimische Natur und dort beheimatete Wildtiere

Sendungsthemen, welche nicht explizit Tiere als Thema nannten, sondern ein Gebiet in Österreich, in welchem Tiere leben, wurden in dieser Kategorie gelistet.

- Natur rund um die Welt und dort beheimatete Wildtiere

Sendungsthemen, welche nicht explizit Tiere als Thema nannten, sondern ein Gebiet, welches nicht in Österreich gelegen ist, wurden in dieser Kategorie gelistet.

Zusätzlich zur reinen Themenanalyse wurde überprüft, inwiefern sich wichtige Themen, die in den Sendungsprinzipien genannt werden, in den Folgen widerspiegeln. Da das Thema tiergestützte Therapien einen wichtigen Teil in der Theorie dieser Arbeit einnimmt, wurde die Sendung auch auf dieses Themengebiet hin untersucht.

16.2.1 Analyisierte Sendungen

Sendungen, welche Gegenstand der Analyse waren:

1999 – 11 Sendungen:

<i>Datum</i>	<i>Thema</i>
09.07.99	Katzen
16.07.99	Affen
24.07.99	Vögel
30.07.99	Schlangen
06.08.99	(Unterwasser) Haie
13.08.99	Tiere der Unterwelt (Erdtiere)
20.08.99	Alligatoren
27.08.99	Schweine
03.09.99	Elefanten (Rüsseltiere)
10.09.99	Insekten
26.10.99	Spezial – Freiheit für Willy?

2007 – 18 Sendungen:

<i>Datum</i>	<i>Thema</i>
14.04.07	Wunderbare Karibik
28.04.07	Grüne Insel im Taifun
12.05.07	Bedrohte Jäger
26.05.07	Das letzte Paradies
09.06.07	Tierkinder
23.06.07	Im Herzen Europas
07.07.07	Neues Leben

21.07.07	Das heiße Land
04.08.07	Alles was Flgel hat, fliegt
18.08.07	Mensch und Tier
18.08.07	Mensch und Tier
15.09.07	Rund um die Welt
29.09.07	Wasserwelt
13.10.07	Spurensuche
10.11.07	Das Moor
24.11.07	Das Schwarze Meer
15.12.07	Insel am Ende der Welt
29.12.07	Im Winter

2015 – 18 Sendungen:

<i>Datum</i>	<i>Thema</i>
04.04.15	Die Nagetiere 1 – Die Biber und die Hörnchen
19.04.15	Die Nagetiere 3 – Die Stachelschweine und ihre Verwandten
03.05.15	Die Katzenartigen
17.05.15	Die Huftiere 2 – Nicht wiederkuende Paarhufer
07.06.15	Die Supervgel
21.06.15	Die Bestäuber unserer Blumen
05.07.15	Die Hundeartigen
19.07.15	Wilde Wasserwesen
02.08.15	Verblffendes Afrika
16.08.15	Auenland

30.08.15	Artenschutz muss sein
13.09.15	Die Wölfe von Ernstbrunn
03.10.15	Wildes Amerika
11.10.15	Einfach ungeheuerlich
31.10.15	Im Wald
15.11.15	Federvieh
29.11.15	Mensch und Tier
20.12.15	Lebenskünstler

Aufbau der einzelnen Folgen:

Der grundsätzliche Aufbau der Sendung wurde über all die 16 Jahre beibehalten: Beiträge und moderierte Informationen wechseln sich ab. Dennoch zeigen sich in den drei analysierten Jahren leichte Unterschiede, Kategorien wurden hinzugefügt oder durch neue ersetzt.

1999:

- Längerer Beitrag
- Schnappschuss (3 Kurzbeiträge)
- Kürzerer Beitrag
- Filmausschnitt (nicht bei jeder Folge!)
- Quiz

2007:

- Längerer Beitrag
- Schnappschuss (3 Kurzbeiträge)
- Kürzerer Beitrag
- Steckbrief
- Jungtier der Woche
- Quiz

2015:

- Längerer Beitrag
- Schnappschuss (3 Kurzbeiträge)
- Hinter den Kulissen
- Kürzerer Beitrag
- Quiz

17. Ergebnisanalyse „Miniversum“

17.1 Themen der Sendung

Die Themen der einzelnen Folgen variierten: sowohl in der Anzahl, als auch in der Art. Im Jahr 1999 kamen, aufgrund der geringeren Anzahl an Folgen, nur 54 Tiere vor. Ein weiterer Grund für die geringe Anzahl ist, dass es im ersten Jahr der Ausstrahlung nur monothematische Sendungen gegeben hat (Katzen, Affen, Vögel,...). Dies hatte zur Folge, dass die Vielfalt an Tierarten weiter eingeschränkt wurde.

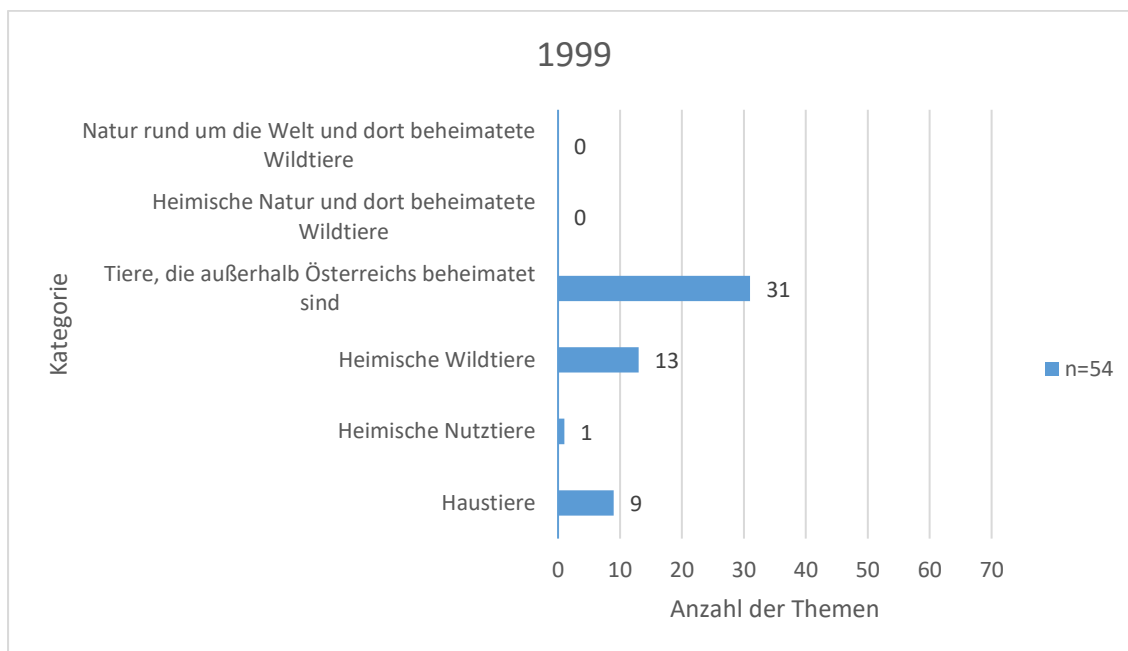


Abb. 3: „Miniversum“-Themen aus dem Jahr 1999

In dieser Abbildung lässt sich erkennen, dass die Kategorie „Tiere, die außerhalb Österreichs beheimatet sind“, die häufigsten Vorkommnisse gehabt hat. Interessant ist, dass die beiden Kategorien „Natur rund um die Welt und dort beheimatete Wildtiere“ und „Heimische Natur und dort beheimatete Wildtiere“ im ersten Sendejahr überhaupt nicht vertreten waren. In der Anfangszeit lag der Fokus demnach auf den Tieren an sich und weniger auf der Natur, in welcher die Tiere leben.

Im Jahr 2007 waren alle Kategorien vertreten:

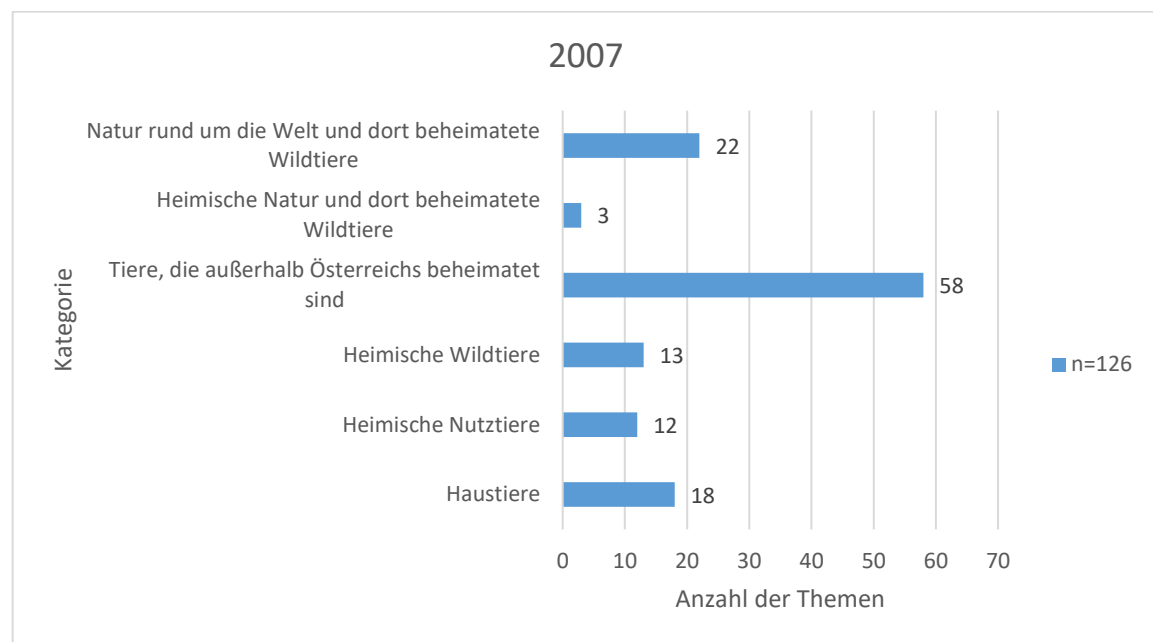


Abb. 4: „Miniversum“-Themen aus dem Jahr 2007

Wie im ersten Sendejahr, nahm auch hier die Kategorie „Tiere, die außerhalb Österreichs beheimatet sind“, den ersten Platz ein. Eine der beiden Kategorien, welche im ersten Jahr noch keine Erwähnung gefunden hat („Natur rund um die Welt und dort beheimatete Wildtiere“), war 2007 sogar am zweithäufigsten vertreten. Die Themenverteilung dieses Jahres zeigt, dass fast doppelt so oft internationale Tiere, beziehungsweise Natur, Gegenstand der Folgen waren, als heimische Tiere oder Natur.

Im Vergleich mit dem Jahr 2015 lässt sich ein gegenläufiger Trend feststellen:

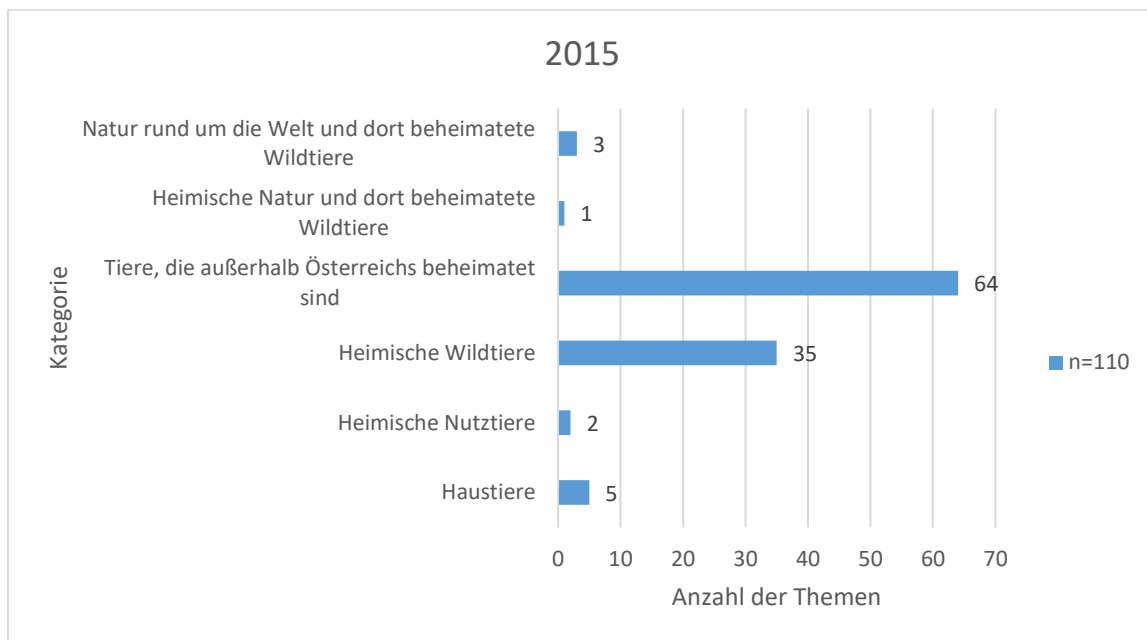


Abb. 5: „Miniversum“-Themen aus dem Jahr 2015

Hier nahmen, wie auch in den beiden anderen analysierten Jahren, Tiere außerhalb Österreichs, zwar immer noch den ersten Platz ein, auf Rang zwei waren allerdings „Heimische Wildtiere“ zu finden. Einen Grund dafür, nannte der Sendungsgestalter Werner Kohl im Interview: Im Jahr 2011 wechselte der „Universum“-Chefredakteur: Andrew Solomon löste Walter Köhler ab (Vgl. Die Presse, 2011). Mit dem Abgang von Köhler änderten sich die Themen von „Universum“. Auch aufgrund eines ab 2011 geringeren Budgets, gab es nun weniger internationale und mehr auf Österreich bezogene Geschichten. Da die Folgen dieser Sendung, für jene von „Miniversum“ herangezogen worden sind, änderten sich somit auch die Themen der Kindersendung in diese Richtung.

Diese Entwicklung ist auch im Vergleich der Grafiken von 2007 und 2015 zu sehen. Der Anteil der Themen, welche zur Kategorie „Natur rund um die Welt und dort beheimatete Wildtiere“ zählen, verringerte sich von 22 auf drei. Zwar vergrößerte sich die Anzahl der Themen, die zur Kategorie „Tiere, die außerhalb Österreichs beheimatet sind“ zählen etwas (sechs mehr), aber dieses Wachstum fällt, im Vergleich mit jenem von 1999 (31) auf 2007 (58), eher gering aus. Die Anzahl der heimischen Wildtiere ist fast um zwei Drittel angewachsen, verringert haben sich hingegen „Heimische Nutztiere“ und „Haustiere“.

Werden nun alle drei Jahre betrachtet, lässt sich erkennen, dass die Kategorie „Tiere, die außerhalb Österreichs beheimatet sind“, am bedeutendsten war:

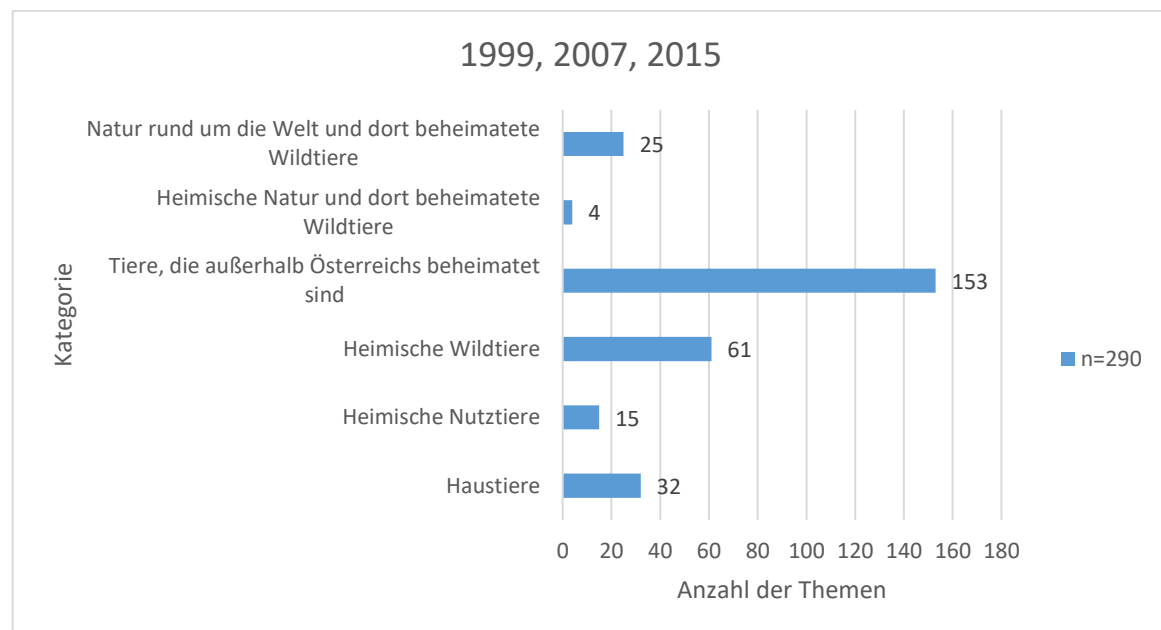


Abb. 6: „Miniversum“-Themen aus den Jahren 1999, 2007 und 2015

An zweiter Stelle liegen „Heimische Wildtiere“, welche in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen haben. Obwohl die Kategorie „Haustiere“ im letzten Jahr geringer ausfiel, als zuvor, ist sie gesamt gesehen auf Platz drei zu finden. Themen, die in die Kategorie „Heimische Natur und dort beheimatete Wildtiere“ fallen, waren am seltensten vertreten. Hier kann gesagt werden, dass es eventuell für wichtiger erachtet worden ist, heimische Tiere in den Vordergrund zu stellen, als heimische Landschaften vorzustellen.

17.1.1 Haustiere

Die Bedeutung von Tieren für Kinder wurde in einem Kapitel weiter vorne schon ausführlich beschrieben und auch in den Experteninterviews immer wieder betont. Speziell zu Haustieren haben Kinder engen Kontakt. Aus diesem Grund wurde die Kategorie „Haustiere“ separat herausgenommen und analysiert, welche Arten von Tieren vorgekommen sind und wie oft diese gezeigt wurden.

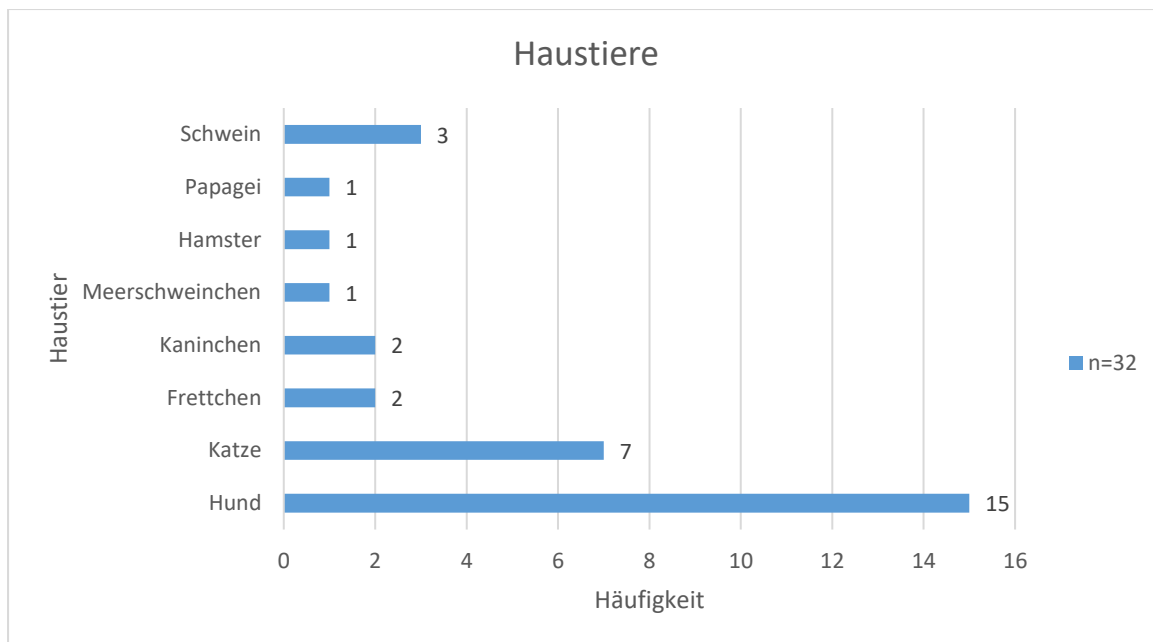


Abb. 7: Kategorie „Haustiere“ aus den Jahren 1999, 2007 und 2015

Der Hund wurde mit 15 Vorkommnissen fast häufiger thematisiert, als alle anderen Haustiere zusammen. Neben geläufigeren Haustieren, wie Katze, Kaninchen, Meerschweinchen und Hamster, wurden auch weniger verbreitete Haustiere gezeigt: (Haus-)Schwein, Papagei und Frettchen. Der Grund dafür könnte darin gesehen werden, dass sich nicht nur Kinder mit populären Haustieren angesprochen fühlen sollten, sondern auch jene, welche weniger geläufige Haustiere ihr Eigen nannten.

17.1.2 Tier- und Artenschutz

Wichtige Themen, welche in den Sendungsprinzipien festgehalten wurden, sind:

- artgerechte Lebensbedingungen
- Umweltschutz
- Artenschutz
- Tierschutz
- Verantwortungsbewusstsein
- Nachhaltigkeit

Um zu überprüfen, ob diese Prinzipien auch in der Sendung eingehalten worden sind, wurden die Folgen daraufhin analysiert. Von den analysierten Folgen behandelten 17 die oben erwähnten Themen.

Im Speziellen wurde folgendes thematisiert:

- Afrikaner jagen Affen, um durch den Verkauf Geld zu bekommen; asiatische Tiershow: Affen werden zum Boxen gezwungen (Sendung vom 16.07.1999)
- Schlangenbeschwörer in Indien (Sendung vom 30.07.1999)
- Stranden von Walen (Sendung vom 06.08.1999)
- Schutz der Feldmäuse durch Tennisball-Behausung auf Stock (Sendung vom 13.08.1999)
- Grausame Tiertransporte (Sendung vom 27.08.1999)
- Elefanten-Marsch, um auf Elfenbeinhandel aufmerksam zu machen; Waisenhaus für Elefantenbabys (Sendung vom 03.09.1999)
- Film-Wal bekommt riesiges neues Gehege und der Versuch der Auswilderung wird gestartet (Sendung vom 26.10.1999)
- Klimaschwankungen bedrohen den Regenwald in Sri Lanka (Sendung vom 09.06.2007)
- Zuchterfolge beim Weißkopfsaadler in den USA (Sendung vom 07.07.2007)
- Gefährdete Grauschenkel-Kleideraffen in Vietnam entdeckt (Sendung vom 21.07.2007)
- Schutzmaßnahmen für Meeresschildkröten im Libanon (Sendung vom 18.08.2007)
- Proteste gegen japanische Walfänger (Sendung vom 24.11.2007)
- EU-Kadaver-Beseitigungs-Gesetz bedroht Aasgeier (Sendung vom 29.12.2007)
- Tiger durch Regenwald-Rodung in Indonesien bedroht (Sendung vom 03.05.2015)
- Artenschutz lohnt sich: rund 30 Seeadler-Brutpaare wohnen im Nationalpark Donauauen (Sendung vom 16.08.2015)
- Vorstellung bedrohter Arten im Tiergarten Schönbrunn (Großer Panda, Orang Utan, Eisbär) (Sendung vom 30.08.2015)
- Kröten-Rettung; Auswilderung von Bartgeiern; Lionsrock – Gnadenhof für Löwen in Südafrika (Sendung vom 29.11.2015)

Die Sendungsprinzipien wurden somit auf vielfältige Weise in die Folgen eingebaut. In über einem Drittel der analysierten Sendungen wurde der Tier-, Arten- und Umweltschutz thematisiert. Somit wurden Kinder auf artgerechte Lebensbedingungen aufmerksam gemacht und sie konnten Verantwortungsbewusstsein und nachhaltiges Handeln entwickeln. Den Machern der Sendung war es demnach ein Anliegen, Kinder, sowohl mit

weltweiten Themen, als auch Österreich-bezogen, auf diese Missstände aufmerksam zu machen.

17.1.3 Therapeutischer Einsatz von Tieren

Im Theorieteil dieser Arbeit wurde auch auf den therapeutischen beziehungsweise medizinischen Einsatz von Tieren eingegangen. Auch in der Sendung „Miniversum“ wurde dieses Thema behandelt. Konkret anhand folgender Beispiele:

- Blindenhunde für chinesische Paralympics-Athleten (Sendung vom 13.10.2007)
- Pferde als Therapiebegleiter (Sendung vom 24.11.2007)
- Hunde als medizinische Gehilfen: Diabetikerwarnhunde und Krebsfrüherkennungshunde (Sendung vom 05.07.2015)

Jenes Tier, welches hier häufiger Erwähnung fand, ist der Hund. Der Grund dafür ist eventuell auch darin zu sehen, dass Hunde auch in der Kategorie „Haustiere“ am häufigsten vorgekommen sind.

17.1.4 Filmbeispiele

Interessant ist auch, dass, vor allem im ersten Jahr der Ausstrahlung versucht worden ist, einen Bezug zwischen den thematisierten Tieren und Kindern herzustellen. Dies wurde anhand von Filmbeispielen durchgeführt, durch welche Kinder „vertraute“ Tierfiguren mit den lebendigen Tieren verbinden konnten. Einige Beispiele dafür sind:

- König der Löwen (Sendung „Katzen“, vom 09.07.1999)
- Donald Duck (Sendung Vögel, vom 24.07.1999)
- Arielle, die Meerjungfrau (Sendung „(Unterwasser) Haie“, vom 06.08.1999)
- Tom & Jerry (Sendung „Tiere der Unterwelt (Erdtiere)“, vom 13.08.1999)
- Schweinchen Babe (Sendung „Schweine“, vom 27.08.1999)

17.2 Quoten der Sendung

Der Grund für das Absetzen einer Sendung wird meist auch in den Quotenrückgängen gesucht. Auch wenn dem Sendungsgestalter, Werner Kohl, keine wesentlichen Rückgänge der Quoten bekannt waren, erwähnte Alexandra Schlögl im Interview, dass mit dem Gesamtprogramm zunehmend eher das junge Publikum (Drei- bis Sechs-Jährige) erreicht werden konnte. Da „Miniversum“ allerdings eher für die ältere Zielgruppe geschaffen war, musste die Tiersendung angepasst werden. Dies war nur mit einer komplett neuen Sendung sinnvoll und so wich „Miniversum“ schließlich der Sendung „Tolle Tiere“, die sich an das jüngere Publikum richtet. „Tolle Tiere“ wird von einer Puppenfigur, Kater Kurt, moderiert, welche, laut Schlögl, für jüngere Kinder ansprechender ist, als die Moderation durch reale Menschen (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

Wie bereits im Kapitel 11.3 „Programmstunden von Okidoki“ erwähnt worden ist, kann in dieser Arbeit keine genaue Auskunft über die Quoten gegeben werden. Diese dürfen nur ORF-intern weitergegeben werden.

18. Ergebnisanalyse Experteninterviews

18.1 Beschreibung der Kategorien

Die Analyse der Experteninterviews ergab pro Interview eigene Kategorien, welche die Kernaussagen zusammenfassen. Folgende Kategorien haben sich ergeben:

18.1.1 Kategorien aus dem Interview mit Werner Kohl

K1 – Themenvielfalt und Innovation sind wichtig

Die Sendung Miniversum sollte laut dem Gestalter Werner Kohl möglichst „alle“ Tiere thematisieren. Dass das aufgrund des begrenzten Materials aus den Universum-Folgen nicht möglich war, ist verständlich. Allerdings wurde dennoch darauf geachtet, eine Vielfalt in die Themengestaltung hineinzubringen und nicht immer dieselben Tiere vorkommen zu lassen. Aufgrund der erhöhten Sendezeit in den ersten Jahren der Ausstrahlung von Miniversum war es außerdem notwendig, innovatives Programm zu kreieren, um die Sendefläche qualitativ hochwertig füllen zu können (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

K2 – Kinderfernsehen macht Spaß

Den Spaß an der Arbeit betonte Kohl im Interview häufig. Die positiven Auswirkungen dessen lassen sich in folgendem Zitat erkennen: „Und es war lustig, weil es hat uns einen riesen Spaß gemacht und das hat man auch gemerkt, am Programm.“ (Interview mit Kohl, 02.11.2016)

K3 – Kinder als Publikum angenehmer als Erwachsene

Diese Kategorie ergab sich aus einigen Aussagen, welche die Kritikfähigkeit von Kindern betreffen. Im Gegensatz zu den beiden anderen Interviewpartnern war Kohl der Meinung, dass Kinder Kritik noch nicht offen artikulieren, sondern das Fernsehgerät einfach abdrehen, falls sie kein Interesse an einer Sendung finden (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

K4 – Sendungen auf Interessen/Bedürfnisse/Entwicklungen von Kindern abgestimmt

Das Thema „Tiere“, der achtsame Umgang mit gewalthaltigen Sequenzen und der Fokus auf altersgerechte Inhalte zeigte, dass „Miniversum“ auf die Interessen, Bedürfnisse und Entwicklungsschritte von Kindern Acht genommen hat.

K5 – Höheres Alterslevel der Sendungen fordert Kinder auf positive Weise heraus

„Miniversum“ war für eine eher ältere Zielgruppe gedacht, als die des jetzigen Gesamtprogramms von Okidoki. Den Grund dafür nennt Kohl im Interview: „(...) es sollte eine Herausforderung sein, weil sonst lernen sie nichts.“ (Interview mit Kohl, 02.11.2016) Da (fast) jede Folge von „Miniversum“ wiederholt worden ist, konnten sich Kinder kompliziertere Inhalte nochmals ansehen. Kohl war der Meinung, dass durch mehrmaliges Ansehen der Folgen, auch schwierige Themen im Gedächtnis der Kinder bleiben würden (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

K6 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend

Die Bedeutung des Themas Tiere für Kinder betonten alle drei Interviewpartner. Speziell Tierbabys kamen laut Kohl bei Kinder gut an. Und Tiere sind auch ein gutes Vehikel, um Kindern soziales Verhalten oder auch Geografie näher zu bringen (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

K7 – Vorhandenes Material gab Themen vor

Die Beiträge der „Miniversum“-Folgen bestanden hauptsächlich aus Material, welches ursprünglich „Universum“-Folgen angehört hatte. „Das Material, das zur Verfügung war, hat die Themen vorgegeben.“ (Interview mit Kohl, 02.11.2016) Um Kinder nicht zu überfordern, musste Kohl darauf achten, Szenen zu wählen, die in sich geschlossen waren. Sie mussten einen Anfang und ein Ende haben und nicht zu lange dauern (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig

Kohl wollte nicht nur Wissen über Tiere vermitteln, sondern achtete auch besonders darauf, Kindern für sie neue Themen wie Arten- und Klimaschutz näher zu bringen. (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016)

K9 – Vorteile durch geringe Kosten der Sendung

Einer der Gründe warum „Miniversum“ über so viele Jahre produziert werden konnte, waren die relativ geringen Kosten der Sendung. Durch die Kooperation mit dem Tiergarten Schönbrunn konnten viele Tierbilder vor Ort gedreht werden. Die Ausschnitt-Rechte aus den „Universum“-Folgen waren ebenfalls kostenlos. (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016)

K10 – Interaktion mit Kindern wichtig, aber von geringer Qualität

Die Wichtigkeit, Kinder in Sendungen zu integrieren, haben alle drei Interviewpartner hervorgehoben. Mit den Schwierigkeiten, die damit in Zusammenhang stehen könnten, hat Werner Kohl zu kämpfen gehabt: „Und das war eben so, dass wir auf Zuschriften angewiesen waren und da hat nicht funktioniert. (...) Die Qualität der Fotos war nicht gut. Die Qualität der Briefe, der Fragen war nicht gut.“ (Interview mit Kohl, 02.11.2016) Diese Art der Einbeziehung von Kindern wurde nach zwei Jahren wieder eingestellt. Ein wichtiger Kontaktpunkt mit den Zusehern, der von Anfang an seinen fixen Punkt in der Sendung hatte, war ein Quiz. Hier mussten Kinder eine Frage zum Thema der Sendung beantworten, die Antwort einsenden und konnten in Folge dessen Plüschtiere oder ähnliches gewinnen.

K11 – Deutsche Sender als Konkurrenz wahrgenommen

Die Konkurrenz deutscher Sender wird von allen Interviewpartnern gleichermaßen wahrgenommen. Speziell in den Spartensendern KiKA und Super RTL sieht Werner Kohl eine große Konkurrenz (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

K12 – Wissen über Zielpublikum sehr wichtig

Werner Kohl gab zu Protokoll, dass es in jener Zeit als er für „Miniversum“ verantwortlich war, keine wissenschaftliche Begleitung gegeben hat. Dies wäre seiner Meinung nach wichtig gewesen, um mehr Wissen über das Zielpublikum zu erhalten und somit die Produktion noch altersgerechter gestalten zu können (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

K13 – TV-Konsum der Kinder beschränken und durch intaktes Familien-Umfeld und reale Erfahrungen ausgleichen

Ein begrenztes Zeitbudget für Fernsehminuten und Freizeitaktivitäten, welche nichts mit dem Fernsehgerät zu tun haben, sind laut Kohl wichtige Erziehungsregeln, um einen verantwortungsbewussten Umgang mit Medien zu lehren (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

K14 – Tiergarten profitiert von Werbung

Da der Tiergarten Schönbrunn Kooperationspartner der Sendung „Miniversum“ war (und mit „Tolle Tiere“ weiterhin ist), profitierte er von den Bildern, welche dort aufgenommen worden sind und in der Sendung ausgestrahlt wurden. Dadurch wurden laut Kohl viele junge Gäste in den Tiergarten gelockt (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

K15 – Wichtigkeit spezifischer Medienausbildung

Werner Kohl gab zu Protokoll, dass es in seiner Anfangszeit beim Fernsehen nicht die jetzigen spezifischen Möglichkeiten der Medienausbildung gegeben hat. Die Wichtigkeit dieser Ausbildung sei heutzutage allerdings nicht mehr zu leugnen (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

K16 – Video-on-Demand – Angebote als ernstzunehmende Konkurrenz

Nicht nur die Konkurrenz deutscher Spartensender, sondern auch jene von Video-on-Demand-Anbietern, sei mittlerweile zu spüren. Werner Kohl meinte im Interview sogar,

dass das „das Ende vom Fernsehen allgemein“ (Interview mit Kohl, 02.11.2016) bedeuten könnte.

K17 – Spezialisierung und Regionalisierung wichtig für Konkurrenzfähigkeit

Vorteile des klassischen Fernsehens sind laut Kohl, dass man regionale Inhalte bringen könnte. Diese wären ein wichtiger Punkt, wenn es um die Konkurrenzfähigkeit der Produkte geht. Die Spezialisierung, anhand eines Kinder-Spartenkanals, wäre ein weiterer Punkt, um konkurrenzfähig zu bleiben. Dieser sei für den ORF allerdings kein Thema, so Kohl (Vgl. Interview mit Kohl, 02.11.2016).

18.1.2 Kategorien aus dem Interview mit Thomas Brezina

K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms:

- *Vielfalt*
- *Repertoirefähigkeit*
- *Kontinuität*
- *Begeistern, bestärken, begleiten*
- *Wertevermittlung*
- *Originalität*
- *Entspannung*
- *Hohe Qualität*
- *Konkurrenzfähigkeit*
- *Einbeziehen von Kindern*
- *Komprimierte Informationen vermitteln*
- *Unterhaltung*
- *Co-Produktionen*
- *Verantwortungsbewusstsein*
- *Erfüllen von Bedürfnissen*

Brezina erwähnte einige wesentliche Merkmale, welche im ORF-Kinderprogramm zu finden sind. Neben einigen Punkten, welche für einen öffentlich-rechtlichen Sender selbstverständlich sind (Vielfalt, Wertevermittlung, hohe Qualität), gab er auch einige an,

welche speziell im Hinblick auf zukünftige Herausforderungen immer wichtiger werden: Die Repertoirefähigkeit ist eines dieser Merkmale. „Großer Wert wird darauf gelegt, dass all diese Sendungen, also der überwiegende Teil all dieser Sendungen, repertoirefähig ist. Das heißt, das sind Sendungen, die immer wieder gespielt werden können. Und nicht nach einer Ausstrahlung veraltet sind.“ (Interview mit Brezina, 17.11.2016) Um Kinder für Sendungen zu gewinnen gab Brezina außerdem drei wesentliche Merkmale an, welche Kinderprogramm zeigen muss: Es muss Kinder für Geschichten, aber auch für ihre eigenen Fähigkeiten begeistern. Zweitens muss es sie bestärken, vieles machen zu können. Und drittens muss es begleiten, sowohl durch die Kindheitsjahre, als auch durch das Kalenderjahr mit seinen unterschiedlichen Jahreszeiten.

Das Einbeziehen von Kindern hält Thomas Brezina auch für einen wichtigen Punkt. Das Vorgehen von Miniversum (Einsenden von Fotos und Fragen) würde er durch aktive Beteiligung ersetzen. In der Sendung „Tolle Tiere“ bekommen Kinder beispielsweise die Möglichkeit, als Zoohelfer Einblick in die Arbeit von Tierpflegern zu erhalten. So können sich die zusehenden Kinder besser mit dem Gesehenen identifizieren und können leichter einen Bezug dazu herstellen (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

K2 – Kinder und Erwachsene als ähnlich kritisches und anspruchsvolles Publikum

Im Unterschied zu Werner Kohl, war Brezina der Meinung, dass Kinder ähnlich kritisch wie Erwachsene agieren. „Okidoki“-Mastermind Thomas Brezina macht Kinderfernsehen unter anderem deswegen so viel Spaß, „Weil man ein sehr direktes Publikum hat, das auch sehr unumwunden seine Meinung kundtut.“ (Interview mit Brezina, 17.11.2016) Was den Anspruch an das Programm anbelangt, sieht er im Vergleich zu Erwachsenen keinen Unterschied. „Wir reden immer über Menschen!“ (Interview mit Brezina, 17.11.2016)

K3 – Eigenproduktionen für Österreichbezug und Konkurrenzfähigkeit wichtig

Um Kindern ein lokales Programm bieten zu können, sind Eigenproduktionen das wichtigste. Speziell ein öffentlich-rechtlicher Sender hat laut Brezina die Aufgabe, in Sendungen einen Österreichbezug herzustellen. Eigenproduktionen sind außerdem für die Konkurrenzfähigkeit des Programms besonders wichtig, da sie in Österreich den meisten

Marktanteil und somit die meisten Zuseher bringen (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

K4 – Deutsche Kindersender als große Konkurrenz spürbar

Die Verlässlichkeit von deutschen Spartensendern ist einer der Gründe, warum diese als Konkurrenz wahrgenommen werden. Vor allem im Winter, wenn die Wintersport-Übertragungen im ORF gesendet werden, fallen deswegen immer wieder Kindersendungen aus. Spartensender hingegen senden verlässlich zu jeder Uhrzeit (außer Nachts) kindgerechtes Programm. Gibt es also im ORF gerade keine Kindersendung, weichen junge Zuseher meist auf deutsche Spartenkanäle aus (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

K5 – Mehr Angebot bedeutet höhere Aufspaltung des Publikums

Nicht nur bei Kindern, sondern auch bei Erwachsenen, stellt Brezina aufgrund der Angebotsvielfalt eine Aufspaltung des Publikums fest. Allerdings lassen sich auch einige Überschneidungen in den Themen und Sendungen erkennen (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

K6 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil:

- *Für die Kleinsten weiterhin bedeutsam*
- *Verbundene Programmfläche als Vorteil*
- *Internet als paralleles Medium dazu*

Das Ende des klassischen Kinderfernsehens ist laut Thomas Brezina noch nicht in Sicht. Vor allem die jüngsten Zuseher würden sich auf „ihre“ Okidoki-Welt verlassen und die verbundene Programmfläche als Vorteil erachten. Auch das Internet sei für die Kleinsten noch nicht das Nummer eins-Medium, sondern würde wenn, dann parallel dazu benutzt werden (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

K7 – Begrenztes Budget bedingt:

- *Zusätzliches Kaufprogramm*
- *Repertoirefähiges Programm*
- *Wenig fiktionales Eigenprogramm*

Da das vorhandene Budget für Kinderprogramm begrenzt ist, heißt es sorgsam damit umzugehen. Daher ist es unumgänglich, zusätzlich zu aufwändigen Eigenproduktionen, gekaufte Sendungen ins Programm aufzunehmen. Damit die eigenproduzierten Formate nicht nur einmal gesendet werden können, ist ihre Repertoirefähigkeit ein wichtiges Produktionsmerkmal. Da die Kosten für fiktionales Eigenprogramm („Tom Turbo“) relativ hoch sind, wird davon eher weniger produziert (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

K8 – Okidoki:

- *Schafft eine Welt für Kinder*
- *Belehrt nicht*
- *Wissens- und Kreativsendungen wichtig*
- *Hoher Musikanteil*
- *Kann mit KiKA mithalten*

Thomas Brezina, der hinter der Idee von „Okidoki“ steckt, wollte damit eine „Welt“ für Kinder schaffen, die durch Wissenssendungen Neues lehrt, aber niemals belehrt. Dafür seien Eltern und Lehrer zuständig. Auch Musik sei ein wichtiges Element, mit welchem Inhalte für Kinder leichter zugänglich und somit auch merkbarer werden würden (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

K9 – Kenntnisse über (jünger gewordene) Zielgruppe wichtig

Auf die Tatsache, dass die Zielgruppe des ORF-Kinderprogramms jünger geworden ist, müsse man sich einstellen und diese anhand von Marktforschungen näher kennenlernen, so Brezina. Da schon sehr junge Kinder vor dem Fernsehgerät sitzen, sei es besonders wichtig, altersgerechte Sendungen zu produzieren (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

K10 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend

Die Wichtigkeit von Tieren für Kinder begründete Brezina folgendermaßen: „(...) weil sie Lebewesen sind, auf der einen Seite, mit denen sich Kinder sehr gut identifizieren können. Und auf der anderen Seite, wo ich sage, wo es auch so unglaublich wichtig ist, dass wir ein richtiges Verständnis herstellen.“ (Interview mit Brezina, 17.11.2016) In der neuen Sendung „Tolle Tiere“ werden vor allem Haustiere und der richtige Umgang mit ihnen stark hervorgehoben.

K11 – Zunehmende Bedeutung von Video-on-Demand

Thomas Brezina sagte im Interview, dass Video-on-Demand nicht das Ende des klassischen Kinderfernsehens bedeuten würde. Die Bedeutung derartiger Angebote steige allerdings zunehmend und wäre ein großer Zugewinn, um Kindern, beispielsweise in der ORF TV-Thek, Sendungen, die sie verpasst haben, trotzdem noch zur Verfügung stellen zu können (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

K12 – Eigener ORF-Kinderkanal würde hohe Kosten bedeuten

Brezina betonte im Interview die Verlässlichkeit von Spartensendern, sagte aber auch, dass es für den ORF eine Frage des Budgets wäre, solch einen zu produzieren (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

K13 – Veränderungen des Programms und des Publikums:

- *Kürzere Aufmerksamkeitsspanne (dadurch verkürzte Sendezeiten)*
- *Höheres Tempo in Sendungen*
- *Höherer Anspruch (aufgrund vielfältigerer Möglichkeiten)*
- *Wichtigkeit der ausgewogenen Freizeitgestaltung*

Sowohl am Publikum als auch am Programm hat Brezina in den letzten Jahren einige Veränderungen wahrgenommen. Die Aufmerksamkeitsspanne sei bei Kindern heutzutage kürzer, wodurch auch die Sendungslängen angepasst werden mussten. Die kürzeren Sendungen würden, was die Geschwindigkeit der Schnittfolgen anbelangt, ein höheres

Tempo innerhalb der einzelnen Folgen zeigen. Aufgrund der höheren Anzahl an Möglichkeiten, welche sich Kindern in der Medienwelt heutzutage bieten, haben diese auch einen höheren Anspruch an ihr Programm. Um eine moderate Fernsehdauer für Kinder festzulegen sei es wichtig, ihnen Freizeitmöglichkeiten außerhalb der Medienwelt zu bieten (Vgl. Interview mit Brezina, 17.11.2016).

18.1.3 Kategorien aus dem Interview mit Alexandra Schlögl

K1 – Kinderfernsehen macht Spaß und ist spannend

Auch Alexandra Schlögl empfindet Spaß bei der Arbeit fürs Kinderfernsehen und „dann alle paar Jahre wird was Neues entwickelt und das ist auch immer spannend da dabei zu sein.“ (Interview mit Schlögl, 22.11.2016)

K2 – Kinder und Erwachsene haben einen ähnlich hohen Anspruch ans Programm

Da das Medienangebot sowohl für Erwachsene als auch für Kinder heutzutage enorm groß sei, würden Kinder die Möglichkeit haben zu wählen und so auch einen hohen Anspruch an ihr Programm stellen, so Schlögl (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K3 – Liveproduktionen innovativ, aber zu teuer, zu personalintensiv, nicht repertoirefähig

Die Möglichkeit, in Zeiten von „Ich & Du“, Sendungen fast sieben Tage die Woche live zu senden, bewertete Alexandra Schlögl als „toll“ und innovativ. Dass Liveproduktionen in dem Ausmaß heutzutage nicht mehr möglich sind, liegt einerseits an den enormen Kosten und dem erhöhten Personalbedarf. Andererseits war auch die nicht vorhandene Repertoirefähigkeit ein Grund dafür, von Live-Produktionen Abstand zu halten. Wie auch Thomas Brezina betonte, sind repertoirefähige Sendungen heutzutage ein „Muss“ (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K4- Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig

Die Authentizität und der Österreichbezug von Eigenproduktionen machen laut Schlögl unter anderem die Wichtigkeit und Bedeutung dieser aus. „(...) uns ist ganz wichtig, (...), dass klar ist, das ist das österreichische Kinderprogramm für die österreichischen Kinder.“ (Interview mit Schlögl, 22.11.2016) Aufgrund dieser beider Merkmale sei auch die Konkurrenzfähigkeit der Produkte gegeben.

K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms:

- *Aktualität*
- *Hohe Qualität*
- *Co-Produktionen*
- *Repertoirefähigkeit*
- *Vielfalt*
- *Kontinuität*
- *Wecken von Interessen*
- *Erfüllen von Bedürfnissen*
- *Einbeziehen von Kindern*
- *Frei von Gewalt und Werbung*
- *Komprimierte Informationen vermitteln*
- *Weiterentwicklung der Formate*
- *Unterhaltung*
- *Schnelligkeit als Gestaltungsmerkmal*

Die Merkmale des ORF-Kinderprogramms, welche Alexandra Schlögl im Interview genannt hat, decken sich in großen Teilen mit jenen von Thomas Brezina. Vor allem die Aktualität sieht Schlögl als wichtigen Punkt an. Auch wenn diese, aufgrund der nicht mehr vorhandenen ausgedehnten Live-Flächen von früher, etwas schwieriger umzusetzen ist, liegt der Fokus dennoch auf jahreszeitlich angepassten Inhalten. (Sommerferien, Advent, Weihnachten, etc.) Die Weiterentwicklung von Formaten erachtet Schlögl als wichtig, um vorhandene Sendungen „frisch“ zu halten und nicht sofort durch neue ersetzen zu müssen (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K6 – Deutsche Kindersender (erst nach einiger Zeit) als große Konkurrenz wahrgenommen

In Zeiten von „Ich & Du“ hat Alexandra Schlögl deutsche Sender nicht unbedingt als Konkurrenz wahrgenommen, da diese erst angefangen haben, eigene Kindersender zu produzieren. Erst Anfang der 2000er-Jahre wurde die Konkurrenz spürbar: „Und jetzt wussten sie, da gibt es einen Kanal oder zwei oder später auch mehr, wo ich ganz sicher zu jeder Uhrzeit Programm für mich empfangen kann. Und da war natürlich für uns schon eine Schwierigkeit, um die wir aber nicht herumkommen. Und mit der wir bis heute kämpfen, beziehungsweise die wir akzeptieren.“ (Interview mit Schlögl, 22.11.2016)

K7 – Confetti-TiVi:

- *Schaffte eine Welt für Kinder*
- *Programm zum Anfassen*
- *Letztendlich zu kostenintensiv*

Zur Programmfläche „Confetti TiVi“ sagte Schlögl, dass hier erstmals eine richtige Welt geschaffen worden ist, in welche Kinder auch „Zutritt“ hatten: „(...) ein Highlights natürlich dann im Sommer Confetti auf Tour, wo du rausgehst zu den Kindern, nämlich in ganz Österreich. Wo du wirklich dann noch mehr Kinder erreichst und zum Anfassen wirst.“ (Interview mit Schlögl, 22.11.2016)

K8 – Jünger gewordenen Zielpublikum beachten

Auch Alexandra Schlögl hat wahrgenommen, dass das Publikum des Kinderfernsehens immer jünger geworden ist. Darauf hat man reagiert: „Das heißt wir konzentrieren uns jetzt sehr auf die Vorschüler und auf die Schulanfänger. Das heißt wir haben da relativ viel Programm.“ (Interview mit Schlögl, 22.11.2016) Da Sieben- bis Elf-Jährige kaum mehr erreicht werden könnten, konzentrierte man sich mit den vorhandenen Ressourcen nun auf jene Zielgruppe, welche sinnvoll erreicht werden könne, so Schlögl (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K9 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend

Die Bedeutung des Themas Tiere begründete Schlögl folgendermaßen: „(...) abgesehen von Plüschtieren, die jedes Kind zu Hause hat, aber es sind so die ersten Lebewesen, auch mit denen Kinder, abgesehen vom Menschen natürlich, in Berührung kommen. (...) das (...) können schon ganz früh, ganz gute Freunde und wichtige Lebewesen von Kindern werden.“ (Interview mit Schlögl, 22.11.2016) Aus diesem Grund sei es wichtig, Kindern schon sehr früh die richtigen Verhaltensregeln mit auf den Weg zu geben.

K10 – Erfolg von Miniversum, weil:

- *Tolle Tierbilder aus Universum-Reihe*
- *Kooperation mit Tiergarten Schönbrunn*
- *Vielfalt der Tiere*
- *Mehrwert durch neue Themen*
- *Weiterentwicklung der Sendung*

Den jahrelangen Erfolg von „Miniversum“ sieht Alexandra Schlögl darin begründet, dass die Bilder, welche aus den Universum-Reihen herangezogen wurden, besonders imposant waren. Auch die Kooperation mit dem Tiergarten Schönbrunn sieht sie als positiven Punkt an. Die Vielfalt der gezeigten Tiere und auch die Integration von für Kinder oftmals neuen Themen, wie Artenschutztage, sieht sie als großen Pluspunkt. Auch aufgrund der Weiterentwicklung, sowohl des Layouts als auch der Rubriken innerhalb der Sendung, war die Sendung so viele Jahre erfolgreicher Bestandteil des Kinderprogramms (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K11 – Absetzung von Miniversum, weil:

- *Zu viele Informationen in zu kurzer Zeit*
- *Zielgruppe zu „alt“*
- *Wenig Einbeziehung von Kindern, aufgrund von mangelnder Film-Qualität*
- *Finanzielle Gründe schränken Produktionsmöglichkeiten ein*

Die Absetzung von „Miniversum“ sieht Schlögl darin begründet, dass das komplette Kinderprogramm verjüngt worden ist und die Sendung somit nicht mehr zum größten Teil

der Zielgruppe gepasst hat. Die Sendung habe zu viele Informationen in zu kurzer Zeit geboten und sei für die verjüngte Zielgruppe schließlich zu „alt“ geworden. Die fehlende Präsenz von Kindern innerhalb der Sendung sei ein weiterer Grund gewesen, warum sie bei Kindern der jüngeren Altersgruppe weniger gut angekommen ist. Der Mehrwert von selbstgedrehten Bildern aus ganz Österreich sei mit der Zeit dadurch verloren gegangen, da der finanzielle Faktor für solche zusätzlichen Eigendrehes zu hoch geworden sei (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K12 – Vorhandenes Material gab Themen vor

Wie schon Gestalter Werner Kohl, erwähnte auch Alexandra Schlögl, dass das aus den „Universum“-Folgen vorhandene Material die Themen der „Miniversum“-Folgen vorgegeben hat (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K13 – Video-on-Demand:

- *Erst bei älterer Zielgruppe als Konkurrenz wahrzunehmen*
- *Wichtig, in diesen Angeboten dennoch vertreten zu sein*

Auch bezüglich Video-on-Demand und der daraus eventuell resultierenden Konkurrenzsituation, sind sich Schlögl und Brezina einig: für die jüngere Zielgruppe würden diese Angebote noch keine so große Rolle spielen wie für Ältere. Schlögl betonte allerdings, dass es dennoch wichtig sei, in diesen Angeboten, vor allem in der TV-Thek, vertreten zu sein (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K14 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil:

- *Für die Kleinsten weiterhin bedeutsam*
- *Ein öffentlich-rechtlicher Auftrag dafür besteht*
- *Verbundene Programmfläche als Vorteil*

Schlögl sieht das Ende des klassischen Kinderfernsehens noch nicht kommen. Da es vor allem für die Kleinsten bedeutsam sei und außerdem der öffentlich-rechtliche Auftrag bestehe, Programm für Kinder zu produzieren, würde es weiterhin bestehen. Vor allem die

Programmfläche, die im klassischen Kinderfernsehen einzelne Sendungen miteinander verbindet, sei ein großer Vorteil gegen über Video-on-Demand-Angeboten (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K15 – Herausforderungen, vor denen klassisches Kinderfernsehen steht:

- *Vielfältigkeit der Medienangebote*
- *Engeres Zeitkorsett der verfügbaren Freizeit*
- *Ältere Kinder als Publikum schwer zu halten*

Auch wenn das Ende noch nicht naht, steht das klassische Kinderfernsehen laut Schlögl dennoch vor einigen Herausforderungen. Die Vielfalt der Medienangebote und der Fakt, dass Kinder aufgrund von zusätzlichen Kursen oder ähnlichem heutzutage nicht mehr so viel Zeit für Fernsehen aufbringen könnten, stünde im Gegensatz zum Konzept des linearen Medienkonsums (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K16 – Eigener ORF-Kinderkanal kein Thema, weil:

- *Finanzielle Belastung*
- *Dadurch entstehende Notwendigkeit von zusätzlichem Programmangebot*

Ein eigener ORF-Kinder-Spartensender wäre zwar ein Wunsch der Redaktion, allerdings wäre die finanzielle Belastung dadurch zu hoch. Auch der dadurch entstehende erhöhte Bedarf an Programm wäre nur mit etlichen Wiederholungen und mehr Personal machbar (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K17 – Wichtiges in Bezug auf Kinder und Fernsehen:

- *Eltern fungieren als Vorbilder für ihre Kinder*
- *Frühe Beschäftigung mit Medien als Chance*

Die Wichtigkeit der Vorbildwirkung von Eltern auf ihre Kinder betonte Schlögl im Interview und sagte, dass „(...) je weniger die Eltern schauen, desto weniger ist das für das Kind relevant.“ (Interview mit Schlögl, 22.11.2016) Somit erachtet es auch Alexandra Schlögl als wichtig, Kindern einen verantwortungsvollen Umgang mit Medien

beizubringen. In der Beschäftigung mit Medien schon in jungen Jahren sieht sie auch eine Chance, da es nicht schädlich sei, den Umgang damit schon früh zu erlernen (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

K18 – Wissen über Zielpublikum sehr wichtig

Im ORF-Kinderprogramm werde anhand von eigenen Formaten getestet, wie diese beim Zielpublikum ankommen, so Schlögl. Dies würde am meisten Wissen über das Zielpublikum generieren und dabei helfen, Sendungen zu optimieren. Außerdem werden internationale Studien herangezogen, um mehr über die jungen Zuseher zu erfahren (Vgl. Interview mit Schlögl, 22.11.2016).

18.2 Zusammenfassung der Kategorien

Allen drei Interviewpartner bereitet beziehungsweise bereitete, die Arbeit für das Kinderprogramm Spaß. Bezüglich des Unterschiedes zwischen Kindern und Erwachsenen, sagten sowohl Brezina als auch Schlögl, dass diese gleich schwierig oder einfach zufriedenzustellen wären. Laut Brezina handle es sich schlussendlich bei beiden Gruppen um Menschen. Eigenproduktionen werden speziell von Brezina und Schlögl als besonders wichtig angesehen, auch um gegen deutsche Sender konkurrenzfähig zu sein. Speziell der Österreichbezug in eigenproduzierten Sendungen sei wichtig, um österreichische Kinder halten zu können. Der Tatsache, dass deutsche Kindersender aufgrund ihres „Rund-um-die-Uhr-Programms“ zu einer großen Konkurrenz geworden sind, stimmten alle drei Experten zu.

Ebenso sind sich alle drei einig, dass das Zielpublikum heutzutage immer jünger wird und auf diese Veränderung eingegangen werden muss. Vor allem für die Jüngsten sei ein klassisches, lineares Kinderfernsehen weiterhin von großer Bedeutung. Hier spiele Video-on-Demand noch keine so große Rolle wie beim älteren Publikum. Vor allem die durch Moderationen verbundenen Sendungen würden Kinder immer wieder ansprechen und begleiten.

Veränderungen am Publikum seien aber nicht nur am Alter festzustellen, sondern auch an der kürzer gewordenen Aufmerksamkeitsspanne. Dies ist auch damit zu erklären, dass diese Spanne, je jünger Kinder sind, umso kürzer ist.

Bezüglich Video-on-Demand werden zu dessen Zielgruppe eher die älteren Kinder gezählt. Wie schon erwähnt sehen die Kleinsten immer noch am liebsten klassisches, lineares Fernsehprogramm. Was die Experten aber dennoch erwähnten ist, dass das Angebot der ORF TV-Thek einen zusätzlichen Nutzen bringt, um Kinder mit ORF-Kinderprogramm zu versorgen. Somit nutzen sie zwar Video-on-Demand-Angebote, sehen dort aber ORF-Produkte und bleiben so dem Sender treu. Alles in allem sind sich die Interviewten einig, dass Video-on-Demand in Zukunft immer bedeutsamer werden wird.

Das Thema Tiere sehen alle drei Interviewpartner als besonders wichtig für Kinder an. Es wird als bedeutend erachtet, den Umgang mit ihnen und die Verantwortung, welche die Haltung eines Tieres mit sich bringt, schon früh zu lernen. Anhand von Fernsehsendungen, in denen Tiere eine Rolle spielen, sollen diese auch jenen Kindern näher gebracht werden, welche kein eigenes Haustier besitzen. Aus diesem Grund sei auch die Sendung „Miniversum“ so lange erfolgreich gewesen. Alle drei Experten sind sich einig, dass dieses Thema für Kinder immer interessant bleiben wird und auch in Zukunft einen wichtigen Teil des Kinderprogramms darstellen wird.

Über die Gründe der Absetzung von „Miniversum“ sind sich die Interviewten in den meisten Punkten einig. Vor allem für das jünger gewordene Publikum ist die Sendung zu „alt“ geworden und hat somit auch Zuseher verloren. Die neue Tiersendung „Tolle Tiere“ ist aufgrund mehrerer Faktoren auch für die jüngste Zielgruppe attraktiv: Sie fühlen sich durch die moderierende Puppe mehr angesprochen als von realen Menschen. Auch die Einbeziehung von Kindern in die Sendung hilft ihnen einen Bezug dazu herstellen zu können. Vor allem durch den erhöhten Fokus auf Haustiere und den Umgang mit ihnen, stellen Kinder einen Bezug zu ihrer eigenen Lebenswelt dar.

Bezüglich der Merkmale, welche das ORF-Kinderfernsehprogramm aufweist, sind sich die Experten einig. Vor allem hohe Qualität, Vielfalt, Repertoirefähigkeit von Sendungen, Einbeziehung von Kindern, Erfüllen von Bedürfnissen, komprimierte Informationen weitergeben, Unterhaltung bieten und das Vorhandensein von Co-Produktionen sind wichtige Kennzeichen des ORF-Kinderprogramms.

Das begrenzte Budget stellt die Macher der Kindersendungen vor einige Herausforderungen. Vor allem die Produktion von repertoirefähigen Sendungen stellt eine wichtige Strategie dar, um Kosten zu sparen und dennoch qualitativ hochwertige Sendungen ins Programm zu integrieren. Auch aufgrund des Kostenfaktors sehen die Interviewten derzeit keinen eigenen ORF-Kinder-Spartenkanal.

Als besonders wichtigen Punkt erachten alle drei die Kenntnis über das Zielpublikum. Auch aufgrund des sich immer schneller entwickelnden und verändernden Publikums ist es von Vorteil, die eigene Zielgruppe sehr genau zu kennen und über dessen Bedürfnisse, Interessen und Wünsche Bescheid zu wissen. Nur so kann das Programm auf die Zuseher zugeschnitten oder, falls notwendig, adaptiert und längerfristig an den Sender gebunden werden.

19. Beantwortung der Forschungsfragen

Forschungsfrage 1:

Inwiefern haben sich die Themen der Sendung „Miniversum“ im Laufe der Jahre verändert?

Um diese Frage zu beantworten muss hauptsächlich die Sendungsanalyse herangezogen werden. Die Interviews geben aber auch Hinweise darauf, welche Themen den Programmmachern heutzutage wichtig sind.

Aus der Analyse der Sendung lässt sich feststellen, dass in allen drei analysierten Jahren Tiere, die außerhalb Österreichs beheimatet sind, die meiste Beachtung gefunden haben. Hier ist auch eine Steigerung bis zum Jahr 2015 festzustellen. Zusätzlich ist die Thematisierung der heimischen Wildtiere mit den Jahren gestiegen. Sendungsgestalter Werner Kohl betonte im Interview diese Entwicklung und gab zu Protokoll, dass speziell in den letzten Jahren der Sendung der Fokus mehr auf österreichbezogene Inhalte gelegt worden ist. Unter anderem erklärte er diese Entwicklung auch damit, dass es als wichtig erachtet worden ist, für Kinder einen Bezug zu dem Gezeigten herzustellen. Dies war mit Inhalten aus Österreich eher zu erreichen als beispielsweise mit Bildern vom Nil. Der Arten- und Tierschutz wurde im Laufe der Jahre immer bedeutender und häufiger thematisiert.

Bezüglich Haustieren, mit denen Kinder den meisten Kontakt haben, lässt sich ein gegenläufiger Trend feststellen. Von 1999 bis 2007 ist die Anzahl der erwähnten Haustiere zwar gestiegen, dies hat allerdings auch damit zu tun, dass es im ersten Jahr der Sendung um sieben Folgen weniger gegeben hat als 2007. Im letzten Jahr, in welchem Folgen erstausgestrahlt worden sind, findet man nur noch fünf Erwähnungen von Haustieren vor.

Ganz im Gegensatz zu dieser Entwicklung stehen die Inhalte der neuen Tiersendung „Tolle Tiere“. Thomas Brezina erwähnte im Interview, dass der Fokus in dieser Sendung sehr stark auf Haustiere und den guten Umgang mit ihnen gelegt wird. Laut Alexandra Schlögl ist eine ausgewogene Mischung von Haustieren, welche Kinder meist aus ihrem unmittelbaren Umfeld kennen, und exotischen Wildtieren wichtig, da vor allem diese den Reiz einer Tiersendung ausmachen würde.

Aus den vorgetragenen Ausführungen lässt sich schlussendlich folgende Hypothese bilden:

Hypothese 1:

Je näher die Absetzung der Sendung „Miniversum“ im Jahr 2015 gerückt ist, desto mehr wurde auf heimische und exotische Wildtiere gesetzt und desto weniger auf die Darstellung von Haustieren.

Forschungsfrage 2:

Vor welchen Herausforderungen steht das Kinderfernsehen des ORF in Bezug auf Kinder-Tier-Sendungen?

Sowohl die Literaturrecherche als auch die Auswertung der Interviews haben ergeben, dass das Zielpublikum des ORF-Kinderfernsehens immer jünger wird. Alexandra Schlögl erwähnte im Interview, dass vor allem die Drei- bis Sechsjährigen eine starke Zielgruppe darstellen. Auch anhand der weiter oben angeführten Studien zeigt sich, dass die Bedeutung des klassischen Fernsehgeräts bei den jüngeren Kindern noch groß ist, während bei den älteren zunehmend Handy oder Tablet den ersten Platz einnehmen.

Da für die Kleinsten vor allem die unmittelbare Umgebung ihre „Welt“ bedeutet, ist die Aussage von Thomas Brezina nachvollziehbar, wenn er sagt, dass in der neuen Tiersendung „Tolle Tiere“ der Fokus auf Haustiere sehr hoch ist. So können Kinder einen unmittelbaren Bezug zu den Tieren im Fernsehen herstellen und in Folge dann auch an exotischere Tiere im Tiergarten oder in der „großen, weiten“ Welt herangeführt werden. Vor allem dieser direkte Bezug zu Tieren und die daraus resultierende Begeisterung dafür bewirkt, dass Kinder Sendungen treu bleiben.

In der Literaturrecherche hat sich auch herausgestellt, dass Kinder von Tieren sowohl auf sozialer als auch auf psychischer Ebene etwas mitnehmen und lernen können. Ruft man sich nun in Erinnerung, dass die Zuseher von Tiersendung immer jünger werden, dann ist es besonders wichtig, diese Sendungen so zu gestalten, dass diese vom jungen Publikum verstanden und angenommen werden können. Bezogen auf die positiven Auswirkungen von Tieren auf Kinder ist zu sagen, dass aus diesem Grund Tiersendungen vor allem auch für jene Kinder wichtig sind, welche kein Haustier besitzen. So können sie den richtigen und verantwortungsvollen Umgang mit Tieren trotzdem lernen und etwas für ihr weiteres

Leben mitnehmen. Für weitere Arbeiten in diese Richtung wäre es interessant zu erforschen, inwiefern Tiersendungen direkt auf die Psyche von Kindern wirken. Im Zuge der vorliegenden Arbeit kann gesagt werden, dass reale Tiere nachweisbare Wirkungen auf Kinder haben (vor allem auch in der Psychotherapie) und dieses Interesse an ihnen sich vermutlich auch auf die Wahl der Sendungen im Kinderfernsehen auswirkt.

Bezüglich des recht frühen Fernsehkonsums von Kindern ist zu sagen, dass hier besonders die Programmacher gefragt sind, altersgerechte Sendungen zu produzieren. Was auch schon das Kapitel über die Entwicklungsstufen nach Jean Piaget gezeigt hat, ist, dass Kinder vor allem in jungen Jahren einige entwicklungsbedingte Veränderungen meistern müssen. Erst ab einem Alter von etwa sechs Jahren sind Kinder außerdem im Stande Realität und Fiktion zu unterscheiden. Diese Fakten sollten Gestalter von Kinder- und vor allem Tiersendungen stets im Hintergrund behalten, wenn sie Sendungen für ein immer jünger werdendes Zielpublikum gestalten.

Auf die Länge der Sendungen bezogen sei noch gesagt, dass die Aufmerksamkeitsspanne bei kleinen Kindern relativ kurz ist, wodurch auch die Sendungslängen dieser Tatsache angepasst werden müssen.

Hypothese 2:

Wenn Programmacher Tiersendungen produzieren, dann sollten diese vor allem für sehr junges Publikum, verständlich, altersangepasst und mit häufigen Erwähnungen von Haustieren gestaltet sein.

Forschungsfrage 3:

Welche neuen Ideen gibt es, um der großen Konkurrenz (andere Sender, Internet, Netflix & Co.) die Stirn bieten zu können?

Ein Merkmal von Sendungen, welches erst in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat, ist die Repertoirefähigkeit. Wiederholen von Sendungen hilft beim Budget zu sparen und Kindern Inhalte, die beim ersten Zusehen nicht verstanden worden sind, nochmals näherzubringen. Vor allem jene Experten, welche mit dem jetzigen Kinderprogramm betraut sind, Alexandra Schlögl und Thomas Brezina, haben dies in den Interviews immer wieder betont. Sendungen, welche wiederholt werden können, müssen

selbstverständlich eine hohe Qualität aufweisen und auch zeitgemäß bleiben. Diese hohe Qualität ist insofern wichtig, da ein paar Sendungen des ORF auch auf dem deutschen Sender KiKA ausgestrahlt werden. Hier können dann zusätzlich österreichische Kinder erreicht und eventuell sogar zum ORF „zurückgeholt“ werden.

Österreich ist außerdem ein wichtiges Thema, wenn es um regionale Inhalte geht. Um Kindern Inhalte näher zu bringen ist es immer von Vorteil, wenn dies aus ihrer vertrauten Umgebung heraus passiert. Vor allem auch das Kennenlernen der Heimat stellt einen großen Mehrwert des Kinderfernsehens dar. Aber auch die Sprache und deren regionale Färbung sind wichtige Aspekte, welche ein Vertrautheitsgefühl herstellen können. In der Sendung „Tolle Tiere“ beispielsweise spazieren Kinder als Zooforscher durch den Tiergarten. Die jungen Zuseher zu Hause nehmen sowohl die Sprache der Kinder, als auch deren Begeisterung für das Thema wahr.

Hypothese 3:

Je österreichbezogener, repertoirefähiger und qualitativ hochwertiger Sendungen gestaltet sind, desto eher können sie gegen Konkurrenz bestehen.

Forschungsfrage 4:

Inwiefern könnte der große Markt des Video-on-Demand das Ende des klassischen Kinderfernsehens bedeuten?

Die Tatsache, dass die heutige Welt immer mobiler und schneller gestaltet ist, kann kaum noch abgestritten werden. In vielen Dingen ist die Mobilität heutzutage eine grundlegende Anforderung. Auch das klassische Fernsehen kann sich dieser Entwicklung nicht entziehen.

Jener Vorteil des klassischen Fernsehens, den die Experten im Interview genannt haben ist, dass die verbundene Programmfläche, wie sie im ORF-Kinderprogramm zu finden ist, bei Video-on-Demand-Angeboten keinen Platz hat. Hier suchen die Nutzer nach einzelnen Sendungen und sind weniger am linearen Fernsehkonsum interessiert. Vor allem aber für Kinder ist die Fläche, in welcher Sendungen eingebettet sind, ein willkommener Faktor, um zwischen den einzelnen Sendungen „abgeholt“ werden zu können. Sie kennen meist die Moderatoren, das Design und die Musik des Programms. Dies kreiert bei Kindern ein

gewisses Geborgenheitsgefühl. Laut Brezina werden Kinder dadurch auch auf neue Sendungen neugierig und lernen diese kennen.

Die Vorteile von Video-on-Demand-Angeboten sehen die Experten darin, dass Sendungen unabhängig vom Fernsehprogramm ausgesucht und Kindern gezeigt werden können. Diese Unabhängigkeit ist insofern positiv, da Sendungen so nicht mehr verpasst werden, sondern im Nachhinein beispielsweise in der TV-Thek angesehen werden können. Hier spielt allerdings auch die Mobilität wieder eine Rolle: auch unterwegs ist es mittlerweile möglich, Kindern Sendungen anzubieten.

Die Gefahr, dass diese Angebote das Ende des klassischen Kinderfernsehens bedeuten könnten, sahen die Experten in den Interviews als derzeit noch nicht erheblich an. Die jetzige Nutzung dieser Services würde eher als Zusatz und nicht als Ersatz zum klassischen Fernsehen gesehen werden. Alexandra Schlögl erwähnte außerdem, dass solange es den ORF mit seinem ORF-Gesetz, in seiner jetzigen Form gibt, das klassische Kinderfernsehen seine Berechtigung behalten wird.

Hypothese 4:

Wenn Sendungen des klassischen Kinderfernsehens auch auf Video-on-Demand-Plattformen angeboten werden, dann werden diese parallel dazu genutzt, aber ersetzen sie (noch) nicht komplett.

20. Conclusio

Die Entwicklungen des Fernsehprogramms, vor allem des Programms für Kinder, sind vorrangig in der immer jünger werdenden Zielgruppe zu finden. Das Alter der Zielgruppe des ORF-Kinderprogramms ist zwar auf Drei- bis Elfjährige festgelegt, allerdings wird laut Alexandra Schlögl das ältere Publikum der Sieben- bis Elfjährigen kaum mehr erreicht. Dies war auch ein Grund dafür, warum „Okidoki“ „Confetti TiVi“ abgelöst hat – das Programm musste jünger werden.

Eine weitere Entwicklung, die festgestellt werden konnte ist, dass heutzutage anders ferngesehen wird als früher. Das klassische Fernsehen hat zwar immer noch seine Bedeutung und Berechtigung, allerdings ist mittlerweile zu beobachten, dass es zum „Nebenbei-Medium“ geworden ist. Diese Entwicklung betrifft allerdings eher die Fernsehgewohnheiten der Erwachsenen. Vor allem sehr junge Kinder richten ihre Aufmerksamkeit eher auf eine Aktivität als auf mehrere gleichzeitig. Zur Aufmerksamkeitsspanne ist noch zu erwähnen, dass diese laut den befragten Experten heutzutage noch kürzer geworden ist als sie es bei jungen Kindern ohnehin schon war. Dies fordert wiederum die Programmmacher auf, Sendungen zu produzieren, welche Kinder schnell begeistern und überraschen.

Ein wichtiger Faktor in der heutigen Media-Welt ist, das Regionale wieder mehr hervorzuheben. Die Welt von Kindern beschränkt sich in jungen Jahren eher auf ihre unmittelbare Umgebung. Sehen sie dann in Fernsehsendungen Vertrautes, können sie einen Bezug dazu herstellen. Auch für die Konkurrenzfähigkeit ist der Österreichbezug von Sendungen bedeutend. Nicht mit Serien, die in vielen Kinderprogrammen ausgestrahlt werden, können Zuseher lukriert werden, sondern mit eigenständigen Formaten, welche sich von anderen unterscheiden. Hier kommt wieder die Bedeutung von Eigenproduktionen ins Spiel. Nur so kann regionales, qualitativ hochwertiges Programm produziert werden.

Herausforderungen, vor denen Fernsehanstalten heutzutage stehen, sind nicht nur in Video-on-Demand-Angeboten, sondern auch in immer mehr Kinder-Spartensendern zu finden. Auch das begrenzte Budget stellt angesichts der aufkommenden Konkurrenz eine Hürde dar. Dem ist vor allem mit qualitativ hochwertigen und repertoirefähigen Formaten entgegenzuwirken. Die Interviewpartner haben festgestellt, dass das beste Mittel, um gegen

Konkurrenz bestehen zu können, sich auf sein eigenes Programm zu konzentrieren und dieses mit bestem Wissen und Gewissen zu gestalten ist. Vor allem der Fokus auf jene Zielgruppe, die mit dem eigenen Programm noch gut erreicht werden kann, ist bedeutend.

Eine weitere Herausforderung ist, für immer jünger werdende Kinder, immer temporeicherer Programmen zu gestalten und hier nicht die Bedürfnisse dieser außer Acht zu lassen. Auch wenn, wie Brezina sagte, die Schnittfolge deutlich schneller geworden ist, muss darauf geachtet werden, Kinder nicht zu überfordern. Er stellte diese Veränderung allerdings nicht nur beim Kinderprogramm, sondern auch bei jenem für erwachsenes Publikum fest.

Ein durch die heutige Angebotsvielfalt geringer werdendes Interesse an Tieren hat sich im Zuge dieser Arbeit nicht bestätigt. Vor allem für Kinder spielen diese eine besonders wichtige Rolle in ihrem Leben. Auch Kinder ohne Haustiere können durch Fernsehsendungen Zugang zu diesen erhalten und so etwas über den Umgang mit ihnen lernen. Aus diesem Grund ist die Produktion von Tiersendungen auch heutzutage noch von so großer Bedeutung. Tiere unterstützen Kinder nicht nur in ihrer Entwicklung, sondern fördern auch soziale Verhaltensweisen und ein gesteigertes Selbstbewusstsein.

Wenn es um Fernsehprogramm für Kinder geht, lässt sich eines feststellen: Was Kinder von Sendungen für sich mitnehmen können und wie schädlich oder förderlich diese für sie sind, hängt von zwei Faktoren ab. Erstens liegt es an den Programmmachern, verantwortungsbewusst mit dieser Aufgabe umzugehen und qualitativ hochwertige, altersgerechte und vor allem auch unterhaltende Formate zu produzieren. Zweitens sind Eltern gefordert, zu erkennen, dass sie als Vorbilder für ihre Kinder fungieren. Die Verantwortung, welchen Umgang Kinder mit Medien und im Speziellen Fernsehen pflegen, liegt bei ihnen. Kindern schon in jungen Jahren Zugang zum Fernsehgerät zu gestatten, stellt mit dem altersangepassten Programm des ORF kein großes Problem mehr dar. Es liegt allerdings bei den Eltern, eventuelle Fragen und Unklarheiten zu beantworten, die sich aus dem Gesehenen ergeben könnten.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Fernsehpublikum immer jünger wird, die Programmmacher sich dem jedoch zunehmend anpassen und deshalb der Nutzen, den Kinder aus Sendungen für sich gewinnen können, größer ist als zu früheren Zeiten. Vor

allem aber tragen Kinder-Tiersendungen dazu bei, Kindern den richtigen Umgang mit anderen Lebewesen zu vermitteln. Wie Mahatma Ghandi schon sagte, erkennt man am Umgang mit den Tieren den Wert einer Gesellschaft.

21. Quellenverzeichnis

Ahnert, Lieselotte (Hrsg.): Theorien in der Entwicklungspsychologie. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag. 2014.

APA: OTS-Meldung 163: ORF präsentiert TV-Programmhöhepunkte 2002 (9). 11.10.2001. In: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20011011_OTS0163/orf-praesentiert-tv-programmhoehepunkte-2002-9 (20.10.2016)

APA: OTS-Meldung 7: Starkes Programm – gewaltfrei und cool: zehn Jahre „Confetti TiVi“ im ORF. 07.04.2004. In: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20040407_OTS0007/starkes-programm-gewaltfrei-und-cool-zehn-jahre-confetti-tivi-im-orf (20.10.2016)

Bergler, Reinhold: Warum Kinder Tiere brauchen. Informationen, Ratschläge, Tips. Freiburg/Basel/Wien: Verlag Herder. 1994.

Böhm, Winfried: Wörterbuch der Pädagogik. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag. 2005.

Brantz, Dorothee / Mauch, Christof (Hrsg.): Tierische Geschichte. Die Beziehung von Mensch und Tier in der Kultur der Moderne. Paderborn/München/Wien/Zürich: Ferdinand Schöningh. 2010.

Bundeskanzleramt. Rechtsinformationssystem: ORF-Gesetz. 19.08.2015. In: <https://www.ris.bka.gv.at/Dokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Dokumentnummer=NOR40119445> (18.10.2016)

Bundesministerium für Bildung: Alterskennzeichnung von Filmen und vergleichbaren Bildträgern durch die Jugendmedienkommission in Österreich. 2014. In: https://www.bmb.gv.at/schulen/service/jmk/jmk_alterskennzeichnung.pdf?5i82hn (18.10.2016)

DiePresse.com: Andrew Solomon wird neuer “Universum“-Chef. 15.02.2011. In: <http://diepresse.com/home/kultur/medien/634185/Andrew-Solomon-wird-neuer-UniversumChef> (15.11.2016)

DiePresse.com: ORF-Kinderprogramm: Lila Wildschwein statt Confetti. 08.08.2008. In: http://diepresse.com/home/kultur/medien/404888/ORFwbrKinderprogramm_Lila-Wildschwein-statt-Confetti- (06.04.2016)

Education Group: “Ausstattung an technischen Geräten” 2016a. In: https://www.edugroup.at/fileadmin/DAM/Innovation/Forschung/Dateien/2_Kinder_Medienausstattung_2016.pdf (07.10.2016)

Education Group: “Fernsehen” 2016d. In: https://www.edugroup.at/fileadmin/DAM/Innovation/Forschung/Dateien/3_Kinder_Fernsehen_2016.pdf (24.10.2016)

Education Group: “Freizeitverhalten & Medienrelevanz” 2016b. In: https://www.edugroup.at/fileadmin/DAM/Innovation/Forschung/Dateien/1_Kinder_Freizeitverhalten_2016.pdf (07.10.2016)

Education Group: “Internet” 2016e. In: https://www.edugroup.at/fileadmin/DAM/Innovation/Forschung/Dateien/6_Kinder_Internet_2016.pdf (24.10.2016)

Education Group: “Themenblöcke der 5. Oö. Kinder-Medien-Studie.“ 2016c. In: <https://www.edugroup.at/innovation/detail/themenbloecke-der-5-ooe-kinder-medien-studie.html> (07.10.2016)

Ergert, Viktor: 50 Jahre Rundfunk in Österreich. Band II: 1945-1955. Salzburg: Residenz Verlag. 1975.

Erlinger, Hans Dieter: Kinder und Fernsehen. Was sagen Redakteure über ihre Arbeit. Texte – Beispielsendungen – Interpretationen. Tübingen: Max Niemeyer Verlag. 1982.

Fabris, Hans Heinz / Luger, Kurt (Hrsg.): Medienkultur in Österreich. Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der Zweiten Republik. Wien: Böhlau Verlag. 1988.

European Society for Animal Assisted Therapy. 2016. In: <http://www.esaat.org/definition-tiergestuetzter-therapie/> (09.10.2016)

Fidler, Harald: „Thomas Brezina ist kein Unternehmen“ 12.03.2006. In: <http://derstandard.at/2325543/Thomas-Brezina-ist-kein-Unternehmen> (07.10.2016)

Filiatre, J.C. / Millot, J.L. / Montagner, Hubert.: Neue Erkenntnisse über das Kommunikationsverhalten zwischen dem Kleinkind und seinem Hund. In: IEMT – Institut für interdisziplinäre Erforschung der Mensch-Tier-Beziehung (Hrsg.): Die Mensch-Tier-Beziehung – Internationales Symposium aus Anlass des 80. Geburtstages von Nobelpreisträger Prof. DDr. Konrad Lorenz. Wien. Eigenverlag. 1983. S. 53 – 61.

Fitzpatrick, Caroline / Barnett, Tracie / Pagani, Linda: Early exposure to media violence and later child adjustment. 2012a. In: http://journals.lww.com/jrnldb/Abstract/2012/05000/Early_Exposure_to_Media_Violence_and_Later_Child.2.aspx (17.10.2016)

Fitzpatrick, Caroline / Pagani, Linda / Barnett, Tracie: Early childhood television viewing predicts explosive leg strength and waist circumference by middle childhood. 2012b. In: <http://ijbnpa.biomedcentral.com/articles/10.1186/1479-5868-9-87> (17.10.2016)

Flimmit: Über Flimmit. 2016. In: <https://www.flimmit.com/ueber-flimmit/> (29.11.2016)

Gadomski, Anne / Scribani, Melissa / Krupa, Nicole / Jenkins, Paul / Nagykaldi, Zsolt / Olson, Ardis: Pet Dogs and Children`s Health: Opportunities for Chronic Disease Prevention? Preventing Chronic Disease. Volume 12. 30.11.2015. In: http://www.cdc.gov/pcd/issues/2015/15_0204.htm (24.10.2016)

Ganser, Gerd: Der Einsatz eines Therapiehundes in der tiefenpsychologischen Kinderpsychotherapie. In: http://www.psychotherapeutenjournal.de/ptk/web.nsf/id/li_ausgabe_1-2014.html Psychotherapeutenjournal. 13. Jg, Heft 1, 2014. S. 17- 23. (24.10.2016)

Gebhard, Ulrich: Kind und Natur. Die Bedeutung der Natur für die psychische Entwicklung. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer VS. 2013.

Geretschlaeger, Ingrid: Kindermedien. Eine Berg- und Talfahrt in die Wunderwelt. Graz, Budapest: Andreas Schnider Verlags-Atelier. 1991.

Graber, Gustav Hans: Seelenspiegel des Kindes: Einblick in tiefenpsychologische Erziehung und Kinderanalyse. Zürich: Artemis-Verlag. 1946.

Guttmann, Gisela / Predovic, Margarete / Zemanek, Michaela: Einfluss der Heimtierhaltung auf die nonverbale Kommunikation und die soziale Kompetenz bei Kindern. In: IEMT – Institut für interdisziplinäre Erforschung der Mensch-Tier-Beziehung (Hrsg.): Die Mensch-Tier-Beziehung – Internationales Symposium aus Anlass des 80. Geburtstages von Nobelpreisträger Prof. DDr. Konrad Lorenz. Wien. Eigenverlag. 1983. S. 62 – 67.

Haase, Frank / Kutteroff, Albrecht (Hrsg.): Anschlüsse: Begleitbuch zur medienpädagogischen Fernsehreihe „Kinder und Fernsehen“. 1. Auflage. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Schriftenreihe Band 1. Baden-Baden: NOMOS Verlagsgesellschaft., 1996.

Helmi: Alles über Helmi und Sokrates. 2016. In: <http://www.helmi.at/ueber-helmi/> (21.10.2016)

Hobmair, Hermann (Hrsg.) / Altenthan, Sophia / Dirrigl, Werner / Gotthardt, Wilfried / Höhle, Reiner / Ott, Wilhelm / Pöll, Rosemarie / Schneider, Karl-Heinz: Pädagogik. 2. Auflage. Köln: Stam Verlag. 1996.

Hoppe-Graff, Siegfried: Denkentwicklung aus dem Blickwinkel des strukturalistischen Konstruktivismus. In: Ahnert, Lieselotte (Hrsg.): Theorien in der Entwicklungspsychologie. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag. 2014. S. 148 – 173.

Iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids 2016. 2016. In: <http://www.iconkids.com/wp-content/uploads/2016/06/TTK-2016-R-Informationen-zur-Studie.pdf> (24.10.2016)

IEMT - Institut für interdisziplinäre Erforschung der Mensch-Tier-Beziehung: Symposium „Die Mensch-Tier-Beziehung“ anlässlich des 80. Geburtstages von Konrad Lorenz, Abstract-Band. 1983. In: http://www.iemt.at/?i_ca_id=366 (24.10.2016)

IP Österreich: Kinderstudie 2016. 2016. In: <http://www.ip-österreich.at/daten-and-fakten/studiendatenbank/kinderstudie-2016/> (14.10.2016)

Kasperl und Pezi: Wiener Urania Puppentheater. Geschichte des Wiener Urania Puppentheaters. 2016. In: <http://www.kasperlundpezi.at/3-geschichte> (20.10.2016)

Kasten, Hartmut: 0-3 Jahre. Entwicklungspsychologische Grundlagen. 3. Auflage. Berlin: Cornelsen Verlag Scriptor GmbH & Co KG. 2011.

Katz, David: Mensch und Tier. Studien zur vergleichenden Psychologie. Zürich: Morgarten-Verlag Conzett & Huber. 1948.

Keller, Gustav / Thewalt, Brigitte: Praktische Schulpsychologie. Heidelberg: Asanger Verlag. 1991.

Kete, Kathleen: Verniedlichte Natur. Kinder und Haustiere in historischen Quellen. In: Brantz, Dorothee / Mauch, Christof (Hrsg.): Tierische Geschichte. Die Beziehung von Mensch und Tier in der Kultur der Moderne. Paderborn/München/Wien/Zürich: Ferdinand Schöningh. 2010. S. 123 – 137.

KiKA: Angebote. 2016c. In: <http://www.kika.de/erwachsene/ueberuns/angebote/index.html> (24.10.2016)

KiKA: Senderinformationen. 2016a. In: <http://www.kika.de/erwachsene/ueberuns/angebote/kika-im-tv106.html> (03.04.2016)

KiKA: Senderphilosophie. 2016b. In: <http://www.kika.de/erwachsene/ueberuns/philosophie/institution102.html> (13.10.2016)

Kramp, Leif: Gedächtnismaschine Fernsehen. Das Fernsehen als Faktor der gesellschaftlichen Erinnerung. Band 1. Berlin: Akademie Verlag GmbH. 2011.

Kremser, Katharina: Das Kinderfernsehen im ORF: Werte, Wahrnehmung und Veränderungen. Diplomarbeit. Universität Wien. 2007.

Krettenauer, Tobias: Der Entwicklungsbegriff in der Psychologie. In: Ahnert, Lieselotte (Hrsg.): Theorien in der Entwicklungspsychologie. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag. 2014. S. 2 – 25.

Lachner, Rolf: Kinder brauchen Tiere. Melsungen/Berlin/Basel/Wien: Verlag J. Neumann-Neudamm. 1979.

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Weinheim/Basel: Beltz Verlag. 2010.

Mediaresearch ORF: TV-Nutzung im Tagesverlauf 2015, nach Wochentagen. Kinder 2 bis 11 Jahre, Nettoreichweite in % (5-Minutenintervalle). 2016. In: http://mediaresearch.orf.at/c_fernsehen/console/console.htm?y=1&z=7 (17.10.2016)

Medien & Zeit: Forum für historische Kommunikationsforschung. 10. Jg, Heft 4, 1995.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM-Studie 2014. Kinder + Medien. Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. 2015a. In:

http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2014/KIM_Studie_2014.pdf
(13.10.2016)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: miniKIM-Studie 2014. Kleinkinder und Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger in Deutschland. 2015b. In:

http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/miniKIM/2014/Studie/miniKIM_Studie_2014.pdf (13.10.2016)

Miniversum. 2016. In:

<http://der.orf.at/unternehmen/programmangebote/fernsehen/sendungen/sendungen-l-m/miniversum100.html> (11.10.2016)

Nelson, Amy: Laikas Vermächtnis. Die sowjetischen Raumschiffhunde. In: Brantz, Dorothee / Mauch, Christof (Hrsg.): Tierische Geschichte. Die Beziehung von Mensch und Tier in der Kultur der Moderne. Paderborn/München/Wien/Zürich: Ferdinand Schöningh. 2010. S. 103 – 122.

Nickelodeon: Was ist Nickelodeon? 2016. In:

http://www.nickelodeon.at/static/was_ist_nickelodeon (24.10.2016)

Okidoki. Altersempfehlung. 2016. In: <http://okidoki.orf.at/?story=6075> (13.10.2016)

Okidoki: 1, 2 oder 3. 2016a. In: <http://okidoki.orf.at/?story=5762> (21.10.2016)

Okidoki: Knall genial. 2016b. In: <http://okidoki.orf.at/?story=7987> (21.10.2016)

Okidoki: Schmatzo – Koch-Kids-Club. 2016c. In: <http://okidoki.orf.at/?story=9951> (21.10.2016)

Okidoki: Tolle Tiere. 2016d. In: <http://okidoki.orf.at/?story=9956> (21.10.2016)

ORF Almanach. Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): ORF Almanach 1969. Wien. 1969.

ORF Almanach. Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): ORF Almanach 1974. Wien. 1974.

ORF Almanach. Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): ORF Almanach 1977. Wien. 1977.

ORF Almanach. Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): ORF Almanach 1980. Wien. 1980.

ORF Almanach. Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): ORF Almanach 1986/87. Wien. 1986/87.

ORF Almanach. Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): ORF Almanach 1991/92. Wien. 1991/92.

ORF Almanach. Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): ORF Almanach 1995/96. Wien. 1995/96.

ORF: Gleichstellung und Frauenförderung. 2016c. In: <http://der.orf.at/unternehmen/leitbild-werte/gleichstellung/index.html> (18.10.2016) ORF: Leitbild. 2016a. In: <http://der.orf.at/unternehmen/leitbild-werte/leitbild/index.html> (18.10.2016)

ORF: Jahresbericht 2015. 2016g. In: http://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/2016/jahresbericht_2015.pdf (21.10.2016)

ORF: Jugendschutz. 2016e. In: <http://der.orf.at/unternehmen/leitbild-werte/gewalt-jugendschutz/index.html> (18.10.2016)

ORF: Medienforschung. 2016f. In: <http://mediaresearch.orf.at/chronik.htm> (19.10.2016)

ORF: OE1: 50 Jahre Fernsehen in Österreich. Anfang und Zukunft. 07.10.2005b. In: <http://oe1.orf.at/artikel/205673> (19.10.2016)

ORF: Programmrichtlinien. 2016b. In: <http://der.orf.at/unternehmen/leitbild-werte/programmrichtlinien/index.html> (18.10.2016)

ORF: Programmrichtlinien. 2016a. In: <http://der.orf.at/unternehmen/leitbild-werte/programmrichtlinien/orf-programmrichtlinien102.pdf> (18.10.2016)

ORF: Public Value Jahresberichte 2009-2015. 2016h. In: http://zukunft.orf.at/show_content2.php?s2id=170 (21.10.2016)

ORF: Public Value Qualitätsdimensionen. 2016d. In: http://zukunft.orf.at/show_content.php?hid=40 (18.10.2016)

Pagani, Linda / Fitzpatrick, Caroline / Barnett, Tracie / Dubow, Eric: Prospective associations between early childhood television exposure and academic, psychosocial, and physical well-being by middle childhood. 03.05.2010. In: <http://jamanetwork.com/journals/jamapediatrics/fullarticle/383160> (17.10.2016)

Pagani, Linda / Fitzpatrick, Caroline / Barnett, Tracie: Early childhood television viewing and kindergarten entry readiness. 2013. In: <http://www.nature.com/pr/journal/v74/n3/full/pr2013105a.html> (17.10.2016)

Pagani, Linda / Levesque-Seck, Francois / Fitzpatrick, Caroline: Prospective associations between televiewing at toddlerhood and later self-reported social impairment at middle school in a Canadian longitudinal cohort born in 1997/1998. Cambridge University Press. 13.09.2016. In: <https://www.cambridge.org/core/journals/psychological-medicine/article/prospective-associations-between-televiewing-at-toddlerhood-and-later-self-reported-social-impairment-at-middle-school-in-a-canadian-longitudinal-cohort-born-in-19971998/CF1B32A5C1500F9FD90B1C43B12352F9/core-reader> (17.10.2016)

Pensold, Wolfgang: Welt im Wohnzimmer. Eine qualitativ orientierte Projektkonzeption zu Geschichte und Theorie des Fernsehens. In: Medien & Zeit: Forum für historische Kommunikationsforschung. 10. Jg, Heft 4, 1995. S. 3 – 18.

Pfarrhofer, David: Medienverhalten der Jugendlichen aus dem Blickwinkel der Jugendlichen. 2015. In: https://www.edugroup.at/fileadmin/DAM/Innovation/Forschung/Dateien/Charts_Jugendliche_2015.pdf (14.10.2016)

Prothmann, Anke: Warum Tiere Kindern guttun. Pädagogische und therapeutische Effekte von Heimtieren. Fortbildung ProJuventute Salzburg. 14.10.2010. In: http://www.projuventute.at/files/doc/PDF_diverse/FachtagungTiere_Prothmann.pdf (07.10.2016)

Research Center: Toddlers who chill in front of TV are at later risk of being victimized by classmates. 20.07.2015. In: <https://research.chusj.org/en/Communications/Nouvelles/2015/Trop-de-tele-a-2-ans-augmente-le-risque-de-victimi> (17.10.2016)

Rest, Franz: Die Explosion der Bilder. Entwicklung der Programmstrukturen im österreichischen Fernsehen. In: Fabris, Hans Heinz / Luger, Kurt (Hrsg.): Medienkultur in Österreich. Film, Fotografie, Fernsehen und Video in der Zweiten Republik. Wien: Böhlau Verlag. 1988. S. 265 – 315.

Schlaff, Susanne: Kinder und Fernsehen. Berichte zur Medienforschung, Band 21. Wien: ORF. 1980.

Skabelund, Aaron: Rassismus züchten: Schäferhunde im Dienst der Gewaltherrschaft. In: Brantz, Dorothee / Mauch, Christof (Hrsg.): Tierische Geschichte. Die Beziehung von Mensch und Tier in der Kultur der Moderne. Paderborn/München/Wien/Zürich: Ferdinand Schöningh. 2010. S. 58 – 78.

Statistik Austria: KP01. Durchschnittliche Zeitverwendung pro Tag im Rahmen von Freizeitaktivitäten – Haupttätigkeiten aller Personen ab 10 Jahren, 2008/09. 2012. In: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bildung_und_kultur/kultur/kulturelle_beteiligung/063246.html (15.03.2016)

Statistik Austria: Zeitverwendungserhebung der Statistik Austria. Freizeit in Österreich: Fernsehen vor Sport und Lesen. 19.08.2010. In: http://www.statistik.at/web_de/presse/052105.html (13.10.2016)

Super RTL: Unternehmensdaten. 2016. In: <http://www.superrtl.de/unternehmen/index-107.htm> (24.10.2016)

Thewalt, Brigitte: Eltern-Kind-Medien. In: Haase, Frank / Kutteroff, Albrecht (Hrsg.): Anschlüsse: Begleitbuch zur medienpädagogischen Fernsehreihe „Kinder und Fernsehen“. 1. Auflage. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Schriftenreihe Band 1. Baden-Baden: NOMOS Verlagsgesellschaft., 1996. S. 117 – 129.

Tiere als Therapie: Informationsblatt. 2014. In: <http://www.tierealstherapie.at/wp-content/uploads/2014/12/Definition-von-Tiergest%C3%BCtzter-Therapie.pdf> (09.10.2016)

Tiergarten Schönbrunn: Neue TV-Sendung über „Tolle Tiere“ 14.09.2016. In: <https://www.zoovienna.at/news/neue-tv-sendung-uber-tolle-tiere/> (08.10.2016)

Tower10 KidsTV: ABC Bär. 2016a. In: <http://www.tower10kidstv.com/produkte/abc-baer/index.html> (21.10.2016)

Tower10 KidsTV: Hallo okidoki. 2016b. In: <http://www.tower10kidstv.com/produkte/hallo-okidoki-relaunch/index.html> (21.10.2016)

Tower10 KidsTV: Servus Kasperl. 2016c. In: <http://www.tower10kidstv.com/produkte/servus-kasperl/index.html> (21.10.2016)

Tower10 KidsTV: Tom Turbo. 2016d. In: <http://www.tower10kidstv.com/produkte/tom-turbo-10/index.html> (21.10.2016)

Treumann, Klaus Peter / Meister, Dorothee M. / Sander, Uwe / Burkatzki, Eckhard / Hagedorn, Jörg / Kämmerer, Manuela / Strotmann, Mareike / Wegener, Claudia: Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2007.

Vitouch, Peter: Fernsehen und Angstbewältigung. Zur Typologie des Zuschauerverhaltens. 2. Auflage. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH. 2000.

Watt, Emmalyne / Fitzpatrick, Caroline / Derevensky, Jeffrey / Pagani, Linda: Too much television? Prospective associations between early childhood televiewing and later self-reports of victimization by sixth grade classmates. 2015. In: http://journals.lww.com/jrnldbp/Abstract/2015/07000/Too_Much_Television__Prospective_Associations.4.aspx (17.10.2016)

Westerink, Herman: Sigmund Freuds Werke. Sigmund Freud. Totem und Tabu. Göttingen: V & R unipress GmbH. 2013.

Zellmann, Peter / Mayrhofer, Sonja: IFT – Institut für Freizeit- und Tourismusforschung. Forschungstelegramm Dezember 2015. 2015. In: http://freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2015/147.%20FT%2013-2015_Freizeitkonjunktur.pdf (13.10.2016)

Zellmann, Peter / Mayrhofer, Sonja: IFT – Institut für Freizeit- und Tourismusforschung. Forschungstelegramm Oktober 2014. 2014a. In: http://freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2014/131.%20FT%208-2014_Freizeit%20BL.pdf (13.10.2016)

Zellmann, Peter / Mayrhofer, Sonja: IFT – Institut für Freizeit- und Tourismusforschung. Forschungstelegramm September 2016. 2016. In: http://freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2016/157.%20FT%2010-2016_Internet.pdf (13.10.2016)

Zellmann, Peter / Mayrhofer, Sonja: IFT – Institut für Freizeit- und Tourismusforschung. Forschungstelegramm 5/2014. 2014b. In: http://freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2014/128.%20FT%205-2014_Freizeit%20Familien.pdf (13.10.2016)

Zellmann, Peter / Mayrhofer, Sonja: IFT – Institut für Freizeit- und Tourismusforschung.
Forschungstelegramm 6/2014. 2014c. In:
http://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2014/129.%20FT%206-2014_Freizeit%20Jugendliche.pdf (13.10.2016)

Sonstige Quellen

Interview mit Brezina, Thomas am 17.11.2016 in Wien. Gesamtes Interview befindet sich im Anhang.

Interview mit Kohl, Werner am 02.11.2016 in Wien. Gesamtes Interview befindet sich im Anhang.

Interview mit Schlögl, Alexandra am 22.11.2016 in Wien. Gesamtes Interview befindet sich im Anhang.

Miniversum-Sendungsleitbild, 2014. Sendungsleitbild befindet sich im Anhang.

Schlögl, Alexandra (2016): *AW: Interview* (E-Mail). (Alexandra.schloegl@orf.at; 22.11.2016). Gesamter E-Mail-Verlauf befindet sich im Anhang.

22. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: TV-Nutzung im Tagesverlauf 2015, Kinder von drei bis elf Jahren	45
Abb. 2: ORF Kinderprogramm-Stunden	78
Abb. 3: „Miniversum“-Themen aus dem Jahr 1999	97
Abb. 4: „Miniversum“-Themen aus dem Jahr 2007	98
Abb. 5: „Miniversum“-Themen aus dem Jahr 2015	99
Abb. 6: „Miniversum“-Themen aus den Jahren 1999, 2007 und 2015	100
Abb. 7: Kategorie „Haustiere“ aus den Jahren 1999, 2007 und 2015	101

23. Anhang

23.1 Transkripte der Interviews

Interview mit Werner Kohl

I: Interviewerin

B: Interviewter (Werner Kohl)

1 *I: Ab welchem Jahr waren Sie mit der Sendung betraut?*

2 B: Es war ein fließender Einstieg, ab 2001, da hab ich dann am Anfang Beiträge gemacht.
3 Kurze Beiträge, also ich war davor bei diversen anderen Kindersendungen im Show- und
4 Unterhaltungsbereich und da ist eine Sendung ausgelaufen und es hat dann geheißen...

5 *I: Welche Sendung war das?*

6 B: Rätselburg (-) Die jetzt wiederholt worden ist, zehn Jahre später. (-) Und dann wurde
7 eine Redakteurin von den Kindernachrichten, Confetti News, die auch bei Miniversum tätig
8 war, wurde zur Chefin und die hat dann halt irgendwie gesagt „Willst das nicht du
9 machen?“. Und ich wollte eh Kindernachrichten machen und das war das Ding eigentlich
10 für mich. Und Miniversum ist mitgelaufen als (-) Also wir waren ein Team von vier Leuten,
11 die halt beide Sendungen gemacht hat, gemacht haben. (-) Und (-) am Anfang waren es wie
12 gesagt nur ein paar Kurzbeiträge und später ist dann Drehbuch dazugekommen und am
13 Ende war es dann alles. Also am Ende war es dann von Konzeptionierung bis zu
14 Themenauswahl, komplette Recherche, sogar Produktionsleitung von der Produktion.

15 *I: Quasi eine Ein-Mann-Produktion?*

16 B: Ein Ein-Mann-Team, weil alles schon so eingespielt war in 16 Jahren, also in der langen
17 Zeit, dass das alles irgendwie auch irgendwie Standardabläufe waren. Also wir haben dann
18 später schon (-) also auch, es gibt natürlich ein Kamerateam, Kameramann, Tontechniker,
19 die Moderatorin und so weiter, aber wir haben uns dann halt irgendwie die Sache schwerer
20 gemacht, damit uns nicht fad wird. Also wir haben uns dann halt irgendwie diese
21 Nationalparksendungen ausgedacht, damit wir halt nicht nur im Tiergarten drehen können,
22 sondern halt auch in den diversen Nationalparks. (-) Ja, und das hat halt 2001 begonnen
23 und so richtig übernommen habe ich es dann 2004, so also komplett.

24 *I: Ja, Ihre Aufgaben haben Sie eh schon erklärt. (-) Warum Kinderfernsehen?*

25 B: Warum Kinderfernsehen, weil es möglich war. Also ich habe vorher einen unglaublich
26 langweiligen Bürojob gehabt, der (-) also das kann man sich gar nicht vorstellen. Ein

27 Freund von mir der hat beim Kinderfernsehen schon gearbeitet. Das hieß damals Ich und
28 Du. Und das war grandios! Also das war ein extremer narrischer Haufen, mit einem Chef
29 der gesagt hat (-) er hält den Kopf hin (-) das sollen wir berücksichtigen, bei allem was wir
30 tun, dass er eine Ane am Deckel griegt, aber er vertraut uns. Und wir sollen machen was wir
31 wollen. Und wir haben natürlich mit dem Wissen, dass wir den Chef halt irgendwie
32 brauchen und dass wir dem jetzt nicht irgendwie schaden wollen, haben wir natürlich
33 gewisse Regeln eingehalten, aber sind halt irgendwie ziemlich (-) ziemlich an die Grenzen
34 gegangen. Und es war lustig, weil es hat uns einen riesen Spaß gemacht und das hat man
35 auch gemerkt, am Programm.

36 *I: Vor Miniversum, welche Sendungen waren da schon, die Sie betreut haben?*

37 B: Ah (-)

38 *I: Also Kinderfernsehen!*

39 B: Ja ich hab nur Kinderfernsehen, ich hab nie was anderes gemacht. Ja also, ja genau,
40 warum Kinderfernsehen? Also Kinderfernsehen hat auch noch einen tollen Aspekt.
41 Dadurch, dass es in der Hack-Ordnung beim ORF eher unten ist und Information, Sport
42 und Unterhaltung oben ist (-) ist eine gute, ein gutes Team gewesen. Also es gab keine
43 Ellenbogen-Menschen, es gab keine karrieregeilen Menschen, es war (---) Es hat zwar jeder
44 einen Zuständigkeitsbereich gehabt, eine bestimmte Sendung, teilweise in Kleinteams oder
45 auch alleine, aber in dem Moment wo irgendwer Hilfe gebraucht hat und wir waren in
46 einem Großraumbüro, hat man das gehört und dann hat man sofort geholfen. Und das war
47 auch immer lustig, den anderen zu helfen, weil man halt bei den (-) teilweise
48 schwachsinnigen, lustigen Sachen immer dabei war. Also es war, es war super!

49 *I: Ja, welche Sendungen waren davor noch, außer Miniversum?*

50 B: Unternehmen Oktopus, Mini-Quiz, dann Confetti (-) nein, Confetti-Show, dann
51 irgendeine Sendung namens Alles paletti (lacht) und die Game-Show, das war überhaupt
52 der absolute Wahnsinn. Und (--) die Confetti-Sketches. Das war, das waren Puppen-
53 Sketches, die irgendwie im ganzen Gebäude gespielt habe, mit mehreren Handpuppen und
54 dem Rolf Rüdiger natürlich und das war recht lustig.

55 *I: Und hat das Kinderfernsehen, jetzt abgesehen vom Team, auch einen besonderen Reiz,
56 das man sagt „Ich mach das jetzt für Kinder und quasi“ (-) Kann man das irgendwie
57 ausmachen?*

58 B: Naja, also Kinder sind halt ein angenehmes Publikum. Weil da sind noch keine
59 Querulanten darunter, die gibt's erst später. Wenn es sie nicht interessiert, dann schauen sie
60 nicht zu, dann drehen sie ab. Also so diese artikuliert Kritik oder so oder dieses

61 herummosern, das gibt's nicht. Ahm (-) Wir haben eigentlich hauptsächlich Sendungen
62 gemacht, die wir auch selber gerne angesehen hätten, wenn wir Kinder gewesen wären.
63 Also dadurch, dass jeder Mal ein Kind war, kennt sich auch jeder mit den Bedürfnissen
64 aus. Und (-) dadurch, dass wir oft auch unterbudgetiert waren, haben wir halt auch immer
65 irgendwie um die Ecke denken müssen und halt (-) irgendwie versuchen müssen, wie kann
66 man mit einem Packerl Luftballons um zwei Schilling fünfzig, wo dann 20 Luftballons
67 drinnen sind, wie kann man damit irgendwie fünf Minuten Spaß im Fernsehen machen.
68 Und das war halt auch ein Spaß, dass wir da (--) uns austoben haben können.

69 *I: Und welchen Publikum glauben Sie, ich meine, wenn Sie sagen Sie haben nur*
70 *Kinderfernsehen gemacht, haben Sie vielleicht nur die eine Seite, aber welches ist*
71 *schwieriger zufrieden zu stellen? Erwachsene oder Kinder?*

72 B: Ich glaube Erwachsene! Ja, auf jeden Fall! Weil wie gesagt Kinder (---) sind noch nicht
73 so kritikfähig. Denen ist, also wenn da irgendwas (-) ich mein okay, es ist ihnen schnell
74 fad, das stimmt. Aber wenn man das berücksichtigt, wenn sich was tut, dann tut sich was.
75 Und dadurch, dass sie noch relativ wenig wissen, erwischt man sie immer. Das Problem ist
76 bei Kindern, dass natürlich mit fast jedem Jahr eine andere Entwicklungsstufe ist. Das heißt
77 man kann das nicht verallgemeinern. Deswegen haben wir auch immer ein bisschen höher
78 angesetzt. Also bei Miniversum sowieso, aber bei allen Sendungen ein bisschen höher
79 angesetzt, weil wir uns gedacht haben für die ganz kleinen, ich mein die lernen es auch,
80 aber man muss es eh wiederholen. Das heißt die sehen drei Mal irgendwie irgendwas, was
81 sie noch nicht kennen und beim dritten Mal sickert es. Und (-) vorher schauen sie halt zu,
82 weil sie eh sowieso interessiert sind was schauen sich, was wollen die älteren, was schauen
83 die sich an. Das heißt ich würde Kinderprogramm auch nie am untersten Alterslevel
84 ansetzen, so wie es jetzt gerade ist. Finde ich, ist zu weit unten. Sondern es sollte eine
85 Herausforderung sein, weil sonst lernen sie nichts. Wenn ich ihnen sage was sie eh schon
86 wissen, wozu brauche ich das dann?

87 *I: Und wie haben Sie das Kinderfernsehen, als Sie dort begonnen haben, wahrgenommen?*
88 *Eher noch quasi in der Entwicklung oder schon innovativ?*

89 B: Extrem innovativ! Weil wir eben, wie gesagt, wir hatten (-) also es ist (-) Ich und du,
90 wir waren da fünf Tage die Woche und es gab so eine Testphase, die, mit ein paar
91 Sendungen, die alle sehr clever und sehr lustig waren. Und der neue Chef, der Edgar Böhm
92 damals, war so begeistert und konnte auch den Marboe überzeugen, dass das eine gute
93 Geschichte ist, sodass wir auf einmal irrsinnig viel Sendefläche bekommen haben. Und
94 dann auch am Wochenende Sendefläche bekommen haben. Das heißt, wir waren ja täglich

95 live. Und deswegen wurde extrem schnell, extrem viel Personal gebraucht, und auch
96 Quereinsteiger. Das war mein Glück dann. Und (---) und das innovative war eigentlich, war
97 eigentlich notwendig, damit man die Fläche füllt. Das heißt wir haben halt (-) damals hatte
98 jede Sendung das Wort Mini im Titel. Also Mini-Atelier, Mini-Quiz, Miniversum, also
99 Miniversum erst später eigentlich. Und so (-) Mini-Club, so eine Diskussionssendung, wo
100 Kinder halt auf Club 2 halt diskutieren, was sie nicht können, weil das ist zu früh. Aber
101 halt, verschiedenste Aspekte sind halt (-) Zweifelszeitzone-Zwirbler (???), eine
102 Geschichtssendung mit Weltraum-Science-Fiction-Setting, also grandiose, irre Sachen.
103 Und es war eigentlich schon sehr innovativ. Und das ist später dann alles professionalisiert
104 worden, auf Vermarktbarkeit, dadurch ist das innovative ein bisschen zurückgegangen.
105 Aber es war am Anfang eigentlich, am Anfang war es sehr kreativ.

106 *I: Miniversum war eine der längsten laufenden Kinder-Tiersendungen...*

107 B: Überhaupt Sendungen im Kinderprogramm!

108 *I: Was war das Besondere an Miniversum?*

109 B: Tiere! (lacht) Die Sendung war relativ, also an der obersten Altersgrenze, teilweise auch
110 darüber. Das war der Plan auch. Also die Confetti News und Miniversum waren (-) Also
111 das Sendeschema war sowieso so, es hat angefangen mit Kasperl und Biene Maja und so
112 weiter für die ganz kleinen. Und je länger halt der Sendenachmittag gedauert hat, desto
113 erwachsener sind die Sendungen geworden, weil eben nachher dann Österreich heute oder
114 Willkommen Österreich oder wie auch immer diese diversen Sendungen geheißen haben,
115 gekommen ist. Und das heißt Miniversum war relativ erwachsen, also Zwölf-Jährige. Es
116 haben aber auch Senioren zugeschaut und haben sich sehr gefreut. (-) Die Frage war jetzt
117 noch einmal?

118 *I: Was war das Besondere an Miniversum?*

119 B: Was war das Besondere? Tiere in freier Wildbahn, also darum, es ist nie um Haustiere
120 gegangen. Ich habe mich auch immer gewehrt gegen Haustiere, weil Haustier-Sendungen
121 gibt es tausend.

122 *I: Aber die erste Sendung war Thema Katze.*

123 B: Ja da habe ich es ja noch nicht gemacht. Also ich bin ja erst später dazugekommen. Also
124 und ich habe das dann auch irgendwie (-) Am Anfang war es auch monothematisch. Die
125 erste Sendung war Katze, dann gab es eine Sendung Hund, dann gab es eine Sendung Pferd
126 und so. Und dann hat man halt irgendwann einmal die Tiere durch gehabt. Und was macht
127 man dann im nächsten Jahr? Macht man dann wieder Katze, Hund, Pferd? (--) Dann gab es
128 eine Sendung Ameisen und dann gab es eine Sendung Spinnen und so und dann ist es schon

129 obskur geworden. Weil eine Sendung Spinnen schaut sich kein Kind so gerne an. Die
130 Spinne muss man irgendwie unterjubeln, in einer multithematischen Sendung. Das heißt,
131 wir sind von dem monothematischen abgegangen und die Sendungen haben zwar Titel
132 gehabt, aber der Titel hat sich eigentlich immer auf den ersten Beitrag, auf den
133 Hauptbeitrag, auf den langen Beitrag bezogen, und nicht auf den kompletten Inhalt. Das ist
134 dann erst später wieder, hat sich im letzten Jahr wieder geändert. Das letzte Jahr waren
135 eigentlich monothematische Sendungen, 2015, oder es gab Spezialsendungen, wo man halt
136 irgendwie sich auf ein bestimmtes Thema draufgestürzt hat, weil so viel Material da war.

137 *I: Haben Sie gemerkt, weil mit der Zeit, wenn das Internet größer wird und die Kinder sich*
138 *mehr informieren, dass die Sendungen anspruchsvoller werden müssen?*

139 B: Nein. Das was man im Internet, wenn man jetzt recherchiert, Tierinformationen für
140 Kinder, dann kommt man halt auf Vorschul- oder Early-Volkschul-Informationen und das
141 war es. Also alles andere ist dann schon, da müssen sie dann schon die selber Literatur
142 lesen wie Erwachsene. Und das war für uns sowieso das, was ich vorausgesetzt habe. Weil
143 dass die Giraffe einen langen Hals hat, das weiß man mit zwei. Also (-) das jetzt irgendwie
144 zum Thema einer Fernsehsendung zu machen, halte ich für Blödsinn. Weil eigentlich sind
145 die Informationen, die darüber hinausgehen, die interessanteren. Und das war eben der
146 Anspruch auch von dieser älteren Sendung.

147 *I: Wurden die Themen der Sendungen speziell auf die Jahreszeiten abgestimmt? Also ich*
148 *habe gesehen es gibt schon ein paar winterliche, aber selten.*

149 B: Ganz selten, ganz selten. Also wir haben zweimal glaube ich war das, haben wir eine
150 Weihnachtssendung gemacht. Die wir aber dann auch irgendwie im Dezember gedreht
151 haben, in der Hoffnung, dass es Schnee gibt. Natürlich hat es keinen Schnee gegeben. Und
152 dann haben wir uns gedacht, wozu machen wir eine...also wenn wir jetzt Schnee hätten,
153 im Tiergarten, oben am Tirolerhof, oben bei diesem Bauernhof, das würde super aussehen.
154 Aber es hätte genauso gut Oktober sein können. Also wozu das tun? Nein, selten. (.) Wir
155 hatten einen Senderhythmus von 35 Folgen pro Jahr. Am Anfang waren es zehn, dann sind
156 es immer mehr geworden. Dann waren es irgendwann einmal 26. Und dann hat es sich
157 eingebürgert...

158 *I: Wurden es mehr, weil es so erfolgreich war?*

159 B: Ja, und weil es so gut war, weil es erfolgreich war. Weil es einfach das Bedürfnis
160 gegeben hat und weil es einfach irgendwie ein Selbstläufer war. Also (-) und weil es nicht
161 viel gekostet hat. Also das war auch noch ein Punkt der ganz entscheidend ist.

162 *I: Warum hat es nicht so viel gekostet?*

163 B: Weil wir eine Kooperation mit dem Tiergarten Schönbrunn gehabt haben. Der hat quasi
164 einen Produktionskostenzuschuss gezahlt. Und das Material, das wir verwendet haben, war
165 kostenfrei. Wir haben ja diese ganzen (-) Löwen aus Afrika et cetera, et cetera, das kommt
166 alles aus Universum-Dokus, die von BBC sind, oder von irgendwelchen anderen
167 Produzenten. Und die hat der ORF früher gekauft, mit Ausschnitt-Rechten auf drei
168 Minuten. Und drei Minuten reichen mir.

169 *I: Das heißt Eigendreh-Material war nie so ein großer Anteil?*

170 B: War nie so ein großer Anteil. Also die Moderationen im Tiergarten waren Eigendreh.
171 Und natürlich, wenn es um ein bestimmtes Tier geht, das im Tiergarten vorhanden ist, dann
172 haben wir das Tier natürlich gedreht, das ist eh klar. Oder wenn wir ein Expertengespräch
173 gehabt haben, mit der Dagmar Schratter, oder mit irgendwelchen anderen Experten. Oder
174 mit Helmut Pechlaner, wo es um ein bestimmtes Tier geht, dann haben wir natürlich das
175 alles mit den Bildern aus dem Tiergarten bebildert. Und wenn es uns nicht möglich war,
176 dann halt aus Fremdmaterial. Aber in der Regel (-) die Zuspelungen, das waren zirka sechs
177 Minuten, also die Hälfte war sicher Fremdmaterial.

178 *I: Wie wichtig war der Österreich-Bezug der Themen? Es gibt zum Beispiel Vogelparadies*
179 *Neusiedlersee. War das so ein wichtiger Punkt?*

180 B: Ich habe halt geschaut, dass es einen Mix gibt. Ich habe halt dann wirklich geschaut,
181 nach Kontinenten. Also dass nicht nur Österreich (-) Also, am Anfang (-) Warum ich diese
182 Sendung so gut gefunden habe ist, weil es ein Blick heraus ist aus dieser engen kleinen
183 Welt. Die Kinder kommen ja jetzt in ein Alter, wo sie wahrnehmen, dass ihre Welt nicht
184 nur aus ihrem Spielzeug besteht, und aus der eigenen Wohnung, aus Mama und Papa,
185 sondern, dass es da irgendwie was anderes auch noch gibt. Und wenn man Tiere als Vehikel
186 nimmt, dann kann man ihnen Geografie beibringen, man kann ihnen soziales beibringen,
187 man kann ihnen extrem viel beibringen. Und das Tier ist eigentlich ein (-) ein Teaser, weil
188 es einfach süß ist. Und die würden sonst nicht wissen, wie es in Afrika aussieht, oder in
189 Asien oder sonst wo. Und deswegen ein Mix. Also klar, Österreich muss irgendwie immer
190 drin sein (-) aber so, möglichst gerecht verteilt. Das halt irgendwie gleich viele Geschichte.
191 Der Schwerpunkt war schon Afrika lustigerweise. Und Australien ist nie vorgekommen,
192 weil BBC-Australien sich das Material sauteuer abgelten lässt, weil sie die einzigen sind,
193 die dort drehen. Also gibt es keine Kängurus, was natürlich bitter war.

194 *I: Und wie viel Brutalität ist Kindern zumutbar? Also wenn Tiere andere Tier fressen?*

195 B: Also das (-) das Fressen und so, das spritzende Blut haben wir nicht gezeigt. Aber das
196 Erbeuten, also, dass da jetzt was passiert, das haben wir schon auch gezeigt. Aber wenn es

197 möglich war, dass das kleine Tier entkommt und das große jetzt irgendwie blöd
198 dreinschaut, dann haben wir das natürlich schon gemacht und haben gesagt „Der Schlaue
199 hat sich durchgesetzt und ist entkommen“. Also so ganz weglassen wollte ich es nicht, weil
200 (-) es gehört dazu, aber ich kann mich erinnern, dass mir das als Kind immer extrem weh
201 getan hat, wenn...

202 *I: Mir tut es jetzt noch weh! (lacht)*

203 B: Ja aber ich denke mir dann auch (-) Weil jeder mag den kleinen Löwen und dass der
204 erwachsene Löwe dann irgendwie andere kleine Löwen frisst...

205 *I: Und wie wichtig war es, aus der Lebenswelt des Kindes, also mit Haustier und*
206 *Kinderzimmer und so, heraus dann die Themen zu generieren? Also es gibt eine Sendung*
207 *mit Haustiere und ihre wilden Verwandten. Gab es da immer einen Bezug zur Lebenswelt*
208 *des Kindes? Oder wurde versucht den herzustellen?*

209 B: Also ich weiß jetzt nicht genau was das für eine Sendung war. Wir haben das immer
210 wieder versucht, dass wir vom Hund auf den Wolf gekommen sind. Oder von der Katze
211 auf einen Tiger. Das Problem bei allem was, bei allen Themen, bei allen Beiträgen (-) die
212 Frage ist immer, die Themen werden jetzt nicht von mir erfunden, weil ich sage „Jetzt hätte
213 ich gerne eine Geschichte über den Tasmanischen Teufel!“ Sondern unsere
214 Produktionssaison endet, hat geendet, so im November und wieder begonnen Ende März,
215 Mitte März. Und dazwischen habe ich mir einfach Kassetten vom Archiv geholt, wo
216 sämtliche Universum-Sendungen des letzten Jahres waren. Weil Universum haben wir
217 quasi ausgeschlachtet. Im wahrsten Sinne des Wortes. Also wirklich wie a hinnigs Auto,
218 das ma ausbandelt. (lacht) Und habe mir angeschaut, was gibt's. Was für Orte, was für
219 Tiere. Was für Geschichten kann man daraus machen. Und dann habe ich, noch vor
220 Drehbeginn im März habe ich einfach 70 lange Geschichten gemacht, also geschnitten mit
221 dem Cutter und betextet und alles drum und dran. Also ich habe einfach (-) Das Material,
222 das zur Verfügung war, hat die Themen vorgegeben. Also es ist nicht so, dass ich mir das
223 wünschen habe können, sondern ich musste mit dem arbeiten was geht. Und am Anfang,
224 unter Walter Köhler von Universum, der dann leider zu Servus TV gegangen ist, war ein
225 großer Schwerpunkt auf spektakuläre, internationale Geschichten. Und der Köhler ist
226 gegangen, dann ist der Andrew Solomon gekommen und dem haben sie als
227 Einstandsgeschenk gleich mal das Budget halbiert. Und daraufhin gab es dann sehr viele
228 Österreich-Geschichten, einfach weil es billiger ist vor die Haustür zu gehen. Die halt ja (-
229) Hundert mal Hirsche, hundert Mal, meistens dann mit einem österreichischen Skifahrer,
230 der durch die Sendung führt. Es ist dann irgendwann einmal ein bisschen verknapp, das

231 Material. Und daher dann mehr Österreich-Geschichten eigentlich. Also es war eigentlich
 232 eine Not-Geschichte. Und es war dann auch so viel Material da, dass man sagen konnte,
 233 okay ich kann jetzt zu jedem Bundesland eine Sendung machen. Weil ich zu jedem
 234 Bundesland irgendwie fünf, sechs Universum-Dokus habe. Das heißt, da ist dann auch...

235 *I: Da gab es dann eh die Schwerpunkt-Sendungen mit den Bundesländern.*

236 B: Ja, da gibt's dann eben auch eine Vielfalt. Weil wenn du nur eine Doku hast, dann kannst
 237 du nur Hirsche machen, da schlafen dir alle ein. Aber wenn du dann den Siebenschläfer
 238 und den Marder hast oder so, dann kann man halt ein bisschen mischen und so. Und dann
 239 wird es okay. Aber im Prinzip, das Material das da ist, bestimmt was passiert. Und da suche
 240 ich dann halt irgendwie, wenn es einen roten Faden gibt, wenn man das herstellen kann, ja.
 241 Wenn ich weiß, aha ich habe 20 Tierbabys, dann teile ich die auf und tue sie nicht alle in
 242 eine Sendung rein. Weil sonst habe ich eine Sendung, wo alle auszucken und die anderen
 243 Sendungen sind Tierbaby-frei. Das geht nicht, das kann man nicht machen. Das heißt
 244 gewisse Sachen kommen auch jedes Jahr vor. Also einfach weil es (-) Entweder weil es das
 245 einzige Mal ist, dass man das Känguru hat. Dann muss ich halt einfach jedes Jahr dasselbe
 246 Känguru nehmen. Also es ist irgendwie (-) Ich hatte schon ein eigenes Archiv, mit Listen,
 247 wo finde ich welches Tier. Einfach weil ich das dann auch schon gekannt habe und gewusst
 248 habe, ich komme an der Sendung nicht vorbei, wenn ich über das berichten will.

249 *I: Und wie viele neue Sendungen wurden pro Jahr produziert? Also gab es da genaue*
 250 *Vorgaben?*

251 B: Ja! 35.

252 *I: Also nicht so viel produziert, wie es machbar war sondern...*

253 B: Nein. Sendeplätze! Der Ursprung ist immer ein Sendeschema, da gibt's dann
 254 Sendeplätze. Das heißt dann 35 Folgen. Das hat dann eh auch damit zu tun, dass wenn der
 255 Wintersport aufhört, dann fängt Miniversum an. Und dann muss man schauen, dass einem
 256 Formel 1 nicht in die Quere kommt, weil das ist auch noch zur selben Zeit. Und da kommt
 257 man dann auf die 35 Folgen. Und im Prinzip haben wir die jedes Jahr geschafft. Manchmal
 258 war es knapp, weil wenn dann öfters auf einmal irgendwie ein Sport-Event ist, mit dem
 259 man nicht rechnet, dann (-) Und wir haben einen Vertrag, wir müssen die 35 Folgen
 260 irgendwie vor Ende Dezember ausstrahlen.

261 *I: Waren die 35 Folgen das Maximum?*

262 B: Einmal gab es 36, in einem Jahr, das war 2005.

263 *I: Und das Wissen über die Tiere und die Länder kam aus den Universum-Folgen oder*
 264 *haben Sie...*

265 B: Zum Teil! Also natürlich haben wir eine Bibliothek gehabt (???), dieses ganze
266 wissenschaftliche Zeug und dann natürlich auch die diversen Kinder- und Jugendlexika.
267 Weil das hilfreich war bei der Formulierung. Weil es nicht einfach ist so komplexe Sachen
268 wie Tiergeschichten, ich meine bei Säugetieren geht es. Aber wie erklärt man Plankton,
269 damit es ein Kind irgendwie versteht? Aber was das geografische betrifft „Wo sind wir?“,
270 da braucht man dann natürlich den Text von der Doku. Also wo sind wir? Was ist das für
271 ein Tier? Was sehe ich im Hintergrund? Und so weiter. Welche Jahreszeit? Und...

272 *I: Ja die Frage bezüglich der Österreich-Specials, was der Grund dafür war...das war*
273 *wegen Universum? Weil die Österreich-Specials hatten?*

274 B: Weil sie mehr Österreich-Specials hatten. Aber weil es natürlich dann irgendwann auch
275 einmal, wenn man weiß, aha jetzt zahlt es sich aus, jetzt machen wir ein Österreich-Special.
276 Warum nicht? Zum Beispiel die Donau. Da haben wir glaube ich einmal zwei oder drei
277 Folgen über die Donau gehabt. Was ja okay ist, weil das ist vor unserer Haustür, ist der
278 größte Fluss und so. Und das ist ja genauso interessant wie der Nil. Detto die Bundesländer,
279 weil das dann auch für die Kinder irgendwie ein Bezug ist. Ich komme ja von da und so
280 schaut es bei mir aus und so. (--) Und sonst, die Nationalparks, wir hatten sechs
281 Nationalpark-Folgen. Die waren einfach so, weil es sich dann gegen Ende (-) Ich habe dann
282 halt immer mehr auf Artenschutz und Tierschutz irgendwie hingearbeitet, weil ich mir
283 gedacht habe das, und Klima, diese Geschichten. Also ich habe einfach mehr, unter
284 Anführungszeichen, Politik reingebracht, weil ich es einfach wichtig finde.

285 *I: Und gab es in den 16 Jahren, Sie waren nicht ganz 16 Jahre dabei, grundlegende*
286 *Veränderungen? Reformen? Welche waren das?*

287 B: Es gab zwei. Also die Sendung hat der Helmut Pechlaner eigentlich quasi geboren. Also
288 es war glaube ich seine Idee. Und es war immer moderiert von ihm und der Christina
289 Karnicnik, die das bis zum Ende gemacht hat. Und es gab dann eben eine Reform, ich
290 glaube 2004, 2005 glaube ich war das, (---) wo wir vom ursprünglichen Konzept etwas
291 abgewandert sind und das eben ausprobiert haben mit mehr Haustiere, mehr Kinder
292 einbeziehen.

293 *I: Inwiefern einbeziehen?*

294 B: Kinder schicken Fotos von ihren Haustieren ein und wir stellen die Haustiere vor. Kinder
295 schreiben einen Brief, stellen eine Frage an den Helmut Pechlaner. Helmut Pechlaner
296 beantwortet sie quasi im Tiergarten. Und wir besuchen Kinder zu Hause und (---) Das war
297 eine Rubrik namens Steckbrief, wo halt ein bestimmtes Tier vorgestellt wird und wie kann
298 man das zu Hause halten und wie fügt sich das in der Mietwohnung ein, wie kann man das

299 zu Hause machen. Und das war eben so, dass wir auf Zuschriften angewiesen waren und
300 das hat nicht funktioniert. Das hat nicht funktioniert. Die Qualität der Fotos war nicht gut.
301 Die Qualität der Briefe, der Fragen war nicht gut. Ich war dagegen, dass wir uns die Fragen
302 selber schreiben, weil es Blödsinn ist. Aber im Endeffekt hätte wir das machen müssen.
303 Also wir haben das eigentlich mit hängen und würgen zwei Jahre lang durchgezogen und
304 dann einschlafen lassen. Als die Chefredakteurin (Anm.: Isabella Henkel) dann gegangen
305 ist, die das so wollte, haben wir das dann einschlafen lassen und wieder dasselbe gemacht
306 wie vorher.

307 *I: Also es gab nicht den Bedarf der Kinder, mehr eingebunden zu sein, sondern es war*
308 *einfach eine Idee der Chefredakteurin?*

309 B: Es war eine Idee etwas zu ändern, damit man etwas ändert. Es war eigentlich nicht
310 notwendig, weil der Hit war einfach, dass man jetzt die Löwen und Elefanten sieht. Um das
311 ist es gegangen, um nichts anderes. Und nicht darum, dass man ein Kind sieht, das sich
312 kaum artikulieren kann und vom dem man dann erwartet, dass es was über sein Haustier
313 erzählt, das wir dann skripten haben müssen. Dann haben wir dem Kind beibringen müssen
314 „Bitte sag diesen Satz.“ und das Kind kann den Satz gar nicht sagen, weil es einfach noch
315 nicht alt genug ist. Und das war einfach eine Geschichte, die (-) Es war gestellt und das
316 sieht man. Und wenn etwas gestellt ist, dann ist das nicht gut.

317 *I: Ab wann wurde das versucht?*

318 B: 2005, 2006.

319 *I: Und was war die zweite Reform?*

320 B: Das war eigentlich die Änderung. Das wir versucht haben, die Wildtiere loszuwerden.
321 Was eigentlich die unique-selling-proposition dieser Sendung war. (--) Ja war ein Fehler
322 sage ich einmal.

323 *I: Was genau war jetzt ein Fehler?*

324 B: Ja diese Reform. Es war im Endeffekt ein riesen Krampf, weil es einfach nicht
325 funktioniert hat. Es klingt schön, wenn man zehn Kollegen hat, die dann durchs Land fahren
326 und die geeigneten Kinder mit den geeigneten Haustieren casten. Aber wir haben nicht
327 gecastet, weil wir das Budget nicht zum casten hatten. Wir sind, der Kollege mit der
328 Kamera, der das selber gedreht hat, ist dann nach Tirol gefahren und hat halt vorher gehofft,
329 dass das was wird. Er hat nicht gewusst, wie es dort wirklich aussieht. Und einmal haben
330 wir einen Freak gehabt, also (-) Nichts gegen Freaks, aber der war wirklich spooky. Der
331 eine ganze Wohnung mit giftigen Tieren drinnen gehabt hat und für keines bekommt man
332 in Österreich eine Haltungsgenehmigung. Also er hat einfach Tiere gehabt, die man in

333 Österreich gar nicht haben darf. Das heißt, das komplette Drehmaterial, das haben wir dann
334 wirklich gekübelt. Weil wir konnten nichts herzeigen, wo nicht ein Gesetzesbruch zu sehen
335 war. Und das war dann zum Glück auch das Argument, mit dem wir sagen haben können
336 „Leute das ist ein Fehler, wir machen da ganz was falsches!“ Wir wollen den Leuten sagen,
337 wie man es richtig macht und zeigen ihnen das falsche, das geht nicht. So haben wir uns
338 dann wieder auf die Wildtiere beschränkt.

339 *I: Und ansonsten einfach immer quasi der Linie treu geblieben?*

340 B: Magazin mit Hauptbeitrag. Kurze, lustige Schnappschüsse halt. Expertengespräch und
341 noch ein Beitrag und aus. Einfach auf Information setzen und nicht auf Show und nicht auf
342 erzwungene Mitwirkung von Leuten, die es nicht können.

343 *I: Warum wurde gegen Ende hin, ich habe gesehen Anfangs wurde auch montags gesendet,*
344 *warum dann nur noch Wochenende?*

345 B: Das muss ein Wiederholungstermin gewesen sein.

346 *I: Waren die Erstaussstrahlungstage immer Samstag, oder immer Sonntag?*

347 B: Es hat sich mehrmals geändert. Also an Montage kann ich mich gar nicht erinnern. Ich
348 kann mich erinnern, dass Erstaussstrahlungstage Samstag waren, mit Wiederholung am
349 Sonntag. Das war für alle Wochenendmagazine Standard. Und später sind wir dann dazu
350 übergegangen, dass wir am Montag in der ersten Woche, ah am Sonntag in der ersten
351 Woche Erstaussstrahlung gehabt haben und der Wiederholungstermin dann am Samstag
352 darauf war. Sodass, wenn jetzt ein Kind auf Urlaub ist oder so, und das komplette
353 Wochenende nicht schauen kann, dass es diese Sendung dann nachschauen kann. Wobei
354 das mit der TV-Thek dann mittlerweile eh auch schon wurscht ist.

355 *I: Warum wurde sie Sendung abgesetzt?*

356 Weil sie nicht mehr in dieses Okidoki-Format reingepasst hat. Also Okidoki ist eben auf
357 sehr kleine Kinder, ich sage einmal bis sieben, konzipiert. Von drei bis sieben würde ich
358 einmal großzügig schätzen. Und Miniversum und auch die News waren für Kinder bis
359 zwölf und sicher nicht für Kinder im Vorschulalter oder so. Auf keine Fall. Also das war
360 zu kompliziert. Und jetzt ist aber Okidoki (--) Jetzt ist das Programm quasi sukzessive
361 immer jünger geworden. Und Miniversum war dann quasi die einzige Sendung, die nicht
362 in diese Zielgruppe reingepasst hat. Und das war mit Sicherheit der Grund. Der offizielle
363 Grund war „Naja, jetzt machen wir das schon so lange, jetzt machen wir was neues.“

364 *I: Die neue Tiersendung ist jetzt Tolle Tiere. Was ist daran besser, moderner, innovativer,*
365 *außer dass vielleicht die Zielgruppe jünger ist?*

366 B: Das ist jetzt einmal der große Unterschied. Ah (-) die Grafik, das es also keine
367 Moderation mehr gibt, sondern einen gezeichneten Kater, finde ich eigentlich sehr
368 entzückend. Ist auch nicht schlecht. Es gibt so ein Mitspiel-, Mitrade-Element für die
369 Kinder, sodass man halt so (-) eigentlich zwei so Elemente. Das ist auch noch irgendwie
370 unterschiedlich. Aber so diese Haustier-Geschichte ist im Prinzip dieselbe. Vielleicht
371 weniger Information, aber im Prinzip ist der Ansatz derselbe, für die Zielgruppe halt.

372 *I: Also, dass man sie auch miteinbezieht?*

373 B: Ja das gibt's, ja. Also, das ist (-) Ich habe heute noch eine Folge gesehen, vom letzten
374 Wochenende: Kind bei Tierärztin. Man redet über die Ratte und bringt drei Informationen
375 zur Ratte. Also nicht am Schwanz halten und riecht ein bisschen komisch. Ist aber sehr
376 gescheit und sehr sozial. Und das war halt so dieser Block. Also es gibt, es sind so Rubriken,
377 wo ich dann halt auch denke, irgendwann einmal gehen ihnen die Viecher aus, zu denen
378 sie die Frage stellen werden. Also damit müssen sie dann leben. Da brauchen sie dann neue
379 Rubriken. Und da gibt's dann halt noch so eine gestellte Geschichte, wo halt zwei Kinder
380 gescripted durch den Tiergarten gehen und eine Frage beantworten. (---) Ich weiß nicht, es
381 ist so expertenlos. (---) Du hast im Endeffekt irgendwie eine Katze, die dir die
382 Informationen liefert und ja (-) Ich finde es, für die Zielgruppe ist es gut, aber ich finde es
383 (-) Es werden halt der Zielgruppe bekannte Sachen aufgewärmt. Und das ist dann eigentlich
384 zu wenig, wäre mir zu wenig.

385 *I: Da geht es eh dann wieder um das Thema Neues erfahren, neues Wissen, nehme ich an.
386 Wie wichtig ist es denn Kindern wirklich neues Wissen in Fernsehsendungen zu vermitteln?*

387 B: Ich finde es extrem wichtig, weil ich persönlich der Meinung bin, dass man mit Hilfe
388 der Bilder und der Musik und allem drum und dran, eine Bereitschaft erzeugen kann, die
389 Lehrer nicht erzeugen können. Also ich glaube, dass Fernsehen für Wissensvermittlung
390 extrem unterschätzt wird. Es geht ja auch um die Bereitschaft zu lernen, um Interessen zu
391 wecken. Und ich glaube das schafft man, wenn man was Neues bringt. Wenn man sich
392 nicht auf die fünf bekanntesten Tiere stürzt und die drei bekannten Details sagt, sondern
393 wenn man einen extremen Aha-Effekt auslöst. Also ich finde Wissensvermittlung (--) Das
394 war eigentlich der Anspruch von Miniversum. Dass man, auch wenn es beim ersten Mal
395 nicht hängen bleibt (-) Es ist mal gut, wenn man es überhaupt einmal gehört hat. Und ein
396 zweites Mal hört man es vielleicht auch noch, vielleicht von jemand anderem.

397 *I: Wurde aus die Sendung aus diesem Grund auch immer wiederholt?*

398 B: Also erstens einmal hat man wiederholt, weil man Sendefläche gratis füllen kann. (lacht)
399 Und wir haben ja auch in der Zeit wo keine Neuproduktionen gezeigt worden sind. Also

400 diese 35 Folgen Neuproduktionen pro Jahr. Das heißt es gibt da noch ein paar
401 Wochenenden, wo vielleicht kein Sport ist, da haben wir einfach die Sendungen vom
402 Vorjahr, die besten zehn, zwölf sind sich ausgegangen, halt irgendwie einzeln wiederholt.
403 Eine Wiederholung ohne Doppeltermin, sondern einzeln wiederholt. Das hat auch gut
404 funktioniert, die Quoten waren ident wie unterm Jahr, also wie bei der Erstaussstrahlung.
405 Einfach weil auch alle gewusst haben, das sind jetzt so die Highlights des Jahres. Und das
406 schaut man sich gern an. (-) Es geht nicht darum, dass die Kinder die Informationen jetzt
407 nur aus Miniversum haben, sondern es geht einfach darum, wenn sie die Informationen von
408 irgendwo anders noch einmal hören, oder wenn der Lehrer redet, dass sie schon mal was
409 wissen. Und das ist einfach gut.

410 *I: Und gab es gegen Ende hin, also Ende 2015, auch Quotenrückgänge? Das man gemerkt*
411 *hat, okay...*

412 B: (schüttelt Kopf)

413 *I: Immer stabil.*

414 B: Keine mir bekannten. Also ich habe keine (-) Also diese Quoten haben mich nie
415 interessiert, weil erstens einmal sind Quoten da, um Werbepreise zu berechnen und das
416 interessiert mich nicht. Zweitens haben wir gar keine Werbung im Kinderprogramm
417 gehabt, weil man nicht darf. Und es geht um die Gesamtquote. Und im Verhältnis zu RTL
418 II oder Super RTL, KiKA und so weiter und so fort und da (-) Miniversum war innerhalb
419 unseres Kinderprogramms immer so unter den Top drei, meistens an zweiter Stelle. Das
420 war super. Und das Gesamtkinderprogramm war eigentlich nicht schlecht. Ich mein, klar
421 in Summe, alle anderen zusammen, waren recht gut. Also natürlich KiKA und Super RTL
422 mit den Serien, das war natürlich schon eine Konkurrenz. Aber jetzt nicht
423 sendungsbezogen, sondern allgemein.

424 *I: Vorgaben bei den Themen gab es ja dann nicht, wenn es von Universum quasi festgelegt*
425 *wurde?*

426 B: Nicht wirklich, nein.

427 *I: Worauf besonders geachtet wurde, es wurde einfach das genommen was da war nehme*
428 *ich an?*

429 B: Naja, es ist auch vieles nicht genommen worden.

430 *I: Wie wurde dann entschieden was rein kommt oder was genommen wird?*

431 B: Ja wenn ich mir jetzt eine 50 Minuten Doku anschau, und da ist eine abgeschlossene
432 Geschichte drinnen, die ich in drei Minuten erzählen kann. Luchsbaby verlässt Mama und
433 Geschwisterchen und erkundet den Wald. Und kommt zu einem Baum der über einem Bach

434 liegt, versucht über diesen Baum drüber zu klettern. Entdeckt das Spiegelbild im Wasser,
435 schaut ganz begeistert das Spiegelbild im Wasser an. Platsch. Und dann strampelt es und
436 rennt wieder ans Ufer. Schüttelt sich und geht wieder zurück nach Hause. Okay, wunderbar,
437 süße Geschichte. Kann man in drei Minuten erzählen. Im Original hat sie fünf Minuten
438 gedauert, dann kürzt man das halt, dann hat man eine schöne Geschichte. Und das waren
439 halt so die Kriterien, das man (-) Man muss irgendetwas (-) Es braucht einen Anfang und
440 es braucht ein Ende. Einfach nur eine Herde Giraffen oder Zebras irgendwie über den
441 Horizont spazieren lassen, ohne, dass sie irgendetwas tun, geht nicht. Das ist halt so ein
442 Kriterium. Die Zebras macht man dann, wenn man so eine Art Tier-ABC hat, das hatten
443 wir auch, das man halt das Tier vorstellt. Dann braucht man eh nur möglichst gute Bilder,
444 wo sich das Tier nicht viel bewegt, damit man sieht wie es aussieht und alles drum und
445 dran. War oft so, für Hauptbeiträge war die Geschichte wichtig. Ich habe das halt gesichtet
446 und die Zeiten aufgeschrieben. Bei jedem Band, was habe ich da? Und, kann ich das
447 kombinieren mit einer anderen Sendung, wo das Tier auch vorkommt? Und ah, selbe
448 Jahreszeit, super, dann kann ich da eine Geschichte daraus machen und so tun als ob das
449 jetzt irgendwie dasselbe Zebra wäre. Und das waren eigentlich die Entscheidungskriterien.
450 Und die Bildqualität war natürlich wichtig. Und ja, das ich halt möglichst den Bereich
451 abdecke. Also, dass ich nicht immer dasselbe Viech habe, sondern, dass ich halt möglichst
452 alles habe, was es halt gibt.

453 *I: Welche Themen oder Tiere kamen bei den Kindern besonders gut an?*

454 B: Tierbabys! (lacht) Und natürlich alles das, was sie schon einigermaßen kennen. Katzen,
455 auf jeden Fall. Alles, was süß ist. Pferde. Also so Sachen wie Mustangs, oder so
456 amerikanische Wildpferde. Esel, auch gut. Aber zum Beispiel so Bisons weniger, es ist
457 komisch. Es hängt ja auch davon ab, mit wem man redet. Es gibt da leider keine (--) Wir
458 hatten nie eine wissenschaftliche Begleitung. Also das heißt, wir wissen eigentlich gar
459 nichts, das ist das Problem.

460 *I: Warum ist das Thema Tiere Ihrer Meinung nach so wichtig für Kinder? Oder warum*
461 *zieht das so bei Kindern?*

462 B: (überlegt lange) Ja das ist eine gute Frage. Das hat auch etwas mit der Erweiterung des
463 Lebensumfeldes zu tun. Das ist irgendwie ein Organismus, der auch funktioniert wie wir,
464 aber irgendwie anders. Und man kann über die Verhaltensweisen von dem Organismus
465 immer so auf sich selber schließen, oder auf die Umwelt. Ich weiß nicht genau wie man das
466 formulieren soll.

467 *I: Vor welchen Herausforderungen steht das Thema Tiersendungen heutzutage?*

468 B: Na das es bald keine Tiere mehr gibt. (lacht)

469 *I: Aber bezogen auf Internet, was immer mehr wird. Muss es mehr bieten, als vor zehn*

470 *Jahren?*

471 B: Ich weiß es nicht. Ich meine, wenn ich mir anschau (-) Von allen Kindern in meinem

472 Umfeld weiß ich, die sitzen am Abend mit den Eltern und schauen sich Universum an.

473 Einen 45-Minüter. Ziemlich lange. Aber das schauen sie an. Vielleicht gibt es

474 Konzentrationslöcher in der Zwischenzeit, aber es ist die Geschichte. Natürlich kann man

475 jetzt irgendwie eine Facebook-Seite von der Katze einblenden, oder was weiß ich was. Aber

476 ich glaube nicht, dass das das Ding ist. Sondern es geht um die Geschichte. Weil die halt

477 irgendwie exemplarisch ist und (--)

478 Ich glaub nicht, dass man grundsätzlich mit Aktionismus und irgendwelchen flashenden Dingen irgendwie arbeiten muss, sondern

479 wenn man etwas gut macht und gut erzählt und gut filmt, dann ist es das. Ein altmodischer

480 Zugang. (lacht)

481 *I: Das heißt Tiere bleiben eigentlich immer interessant für Kinder?*

482 B: Ja!

483 *I: Im deutschen Fernsehen gibt es ja etliche Tiersendungen die auch nicht nur für Kinder*

484 *sind, sondern auch für Erwachsene. Wurden diese Sendungen auch als Konkurrenz, oder*

485 *vielleicht sogar als Vorbilder ab und zu wahrgenommen? Oder nicht?*

486 B: Naja es gibt diese beliebte (-) Wir begleiten den Pfleger ins Gehege und sehen ihm bei

487 der Arbeit zu. Das hat eigentlich, das Format hat eigentlich eh auch der Pechlaner erfunden.

488 Das gab es, ganz schön wild hieß das, eine ORF-Produktion. Und die ist dann von allen

489 öffentlich-rechtlichen in Deutschland irgendwie nachgemacht worden. Was ja auch legitim

490 ist. Und da gibt es ja, Tiger, Katze und Co., Hund, Bär und Co, Ente, Löwe und Co, und so

491 weiter. Die heißen alle irgendwie sehr ähnlich, ich verwechsel die immer. Das System ist

492 immer dasselbe, das System ist genial. Also das ist großartig. Wir haben das natürlich auch

493 versucht irgendwie zu machen, im Tiergarten Schönbrunn. Aber Produktionsbedingungen

494 bei uns waren zwei Folgen pro Tag, pro Drehtag. Da hatten wir nicht die Zeit das irgendwie

495 richtig zu machen. Das ist sich einfach nicht ausgegangen. Ich weiß, wenn der ZDF im

496 Tiergarten Schönbrunn dreht, für so eine Geschichte, dann sind die drei Tage dort. Für zehn

497 Minuten oder so. Und das können wir nicht machen. Also das konnten wir nicht machen.

498 Wir haben es so gut wie möglich gemacht und immer wieder geschaut, wenn irgendwo eine

499 Pause war, wenn wir warten haben müssen, bis irgendwer daher kommt, haben wir halt

500 geschwind mit der Kamera irgendwo draufgehalten. In der Hoffnung, dass wir das Bild

501 dann verwenden können, bei einer größeren Geschichte. Aber so, dass wir das in dem

502 Umfang (-) Wir haben es probiert, aber das hat uns die Drehplanung völlig zusammen
503 gehaut und wir sind dann immer in Überstunden gewesen. Irgendwann einmal bekommt
504 man halt einen Anruf und wird gefragt „Wieso schon wieder Überstunden?“

505 *I: Und worauf muss bei Sendungen für Kinder besonders geachtet werden? Also Universum*
506 *ist ja doch für Erwachsene gestaltet und produziert. Worauf muss man da...*

507 B: Naja, die Verständlichkeit ist natürlich klar. Also die Sprache, die allgemeine
508 Verständlichkeit. Auch so, dass man vorurteilsfrei und diese blöden alten Klischees
509 irgendwie weglässt und so weiter. Dann sind Kinder extrem wichtig als Multiplikatoren,
510 jetzt bei diesem Arten-, Umwelt-, Klimaschutz und so weiter. Dass man ihnen das halt
511 versucht so beizubringen, wie man glaubt. Ich meine, das ist natürlich auch gefährlich, weil
512 da muss man sich ja auch informieren. (--) Es ist immer so eine Gratwanderung. Es ist wie
513 mit den Tieren die gegessen werden von anderen Tieren. Oft hängt das dann davon ab, wie
514 es im Bild ist. Ist es Vollbild, dann kann ich es nicht machen. Sieht man im Hintergrund
515 irgendwie 20 Aasgeier, die irgendwo sitzen und herumpecken und man sieht vielleicht zwei
516 Ripperl oder so, dann kann ich es schon machen. Es ist ein Gespür.

517 *I: Was hat sich seit Ihrer Anfangszeit beim Kinderfernsehen, laut Ihrem Empfinden, oder*
518 *wie Sie es mitbekommen haben, am stärksten verändert? Bezogen jetzt auf*
519 *Fernsehentwicklung, Konkurrenzmedien und Medienverhalten von Kindern?*

520 B: Also beim Kinderprogramm war es so, früher hat es einen administrativen Chef gegeben,
521 mit einem Team von 30 Kreativen. Und heutzutage gibt es einen kreativen Chef, mit einem
522 Team von zehn Erfüllungsgehilfen, die einen all-inclusive Vertrag haben, mit 60
523 Wochenstunden und sechs Arbeitstagen. Das heißt der einzelne Redakteur hat heute
524 eigentlich keinen Spaß mehr an der Arbeit, sondern muss halt das tun, was ihm gesagt wird.
525 Also das ist die Entwicklung und das sieht man beim Fernsehen, weil es schaut alles gleich
526 aus.

527 *I: Und waren Veränderungen beim Kinder-Publikum merkbar, im Laufe der Jahre?*

528 B: Das kann ich leider nicht sagen, weil dazu der Kontakt (.) Also wir hatten früher eine
529 lange Zeit eine Hotline, wo Kontakt mit Kindern gepflegt worden ist. Da waren auch zwei
530 Personen Vollzeit beschäftigt. Das ist dann irgendwann einmal aus Kostengründen
531 abgestellt worden.

532 *I: Inwiefern Kontakt mit Kindern?*

533 B: Anrufen.

534 *I: Zur Sendung Miniversum?*

535 B: Alle Sendungen! Aber die haben auch die schriftliche Post beantwortet und die Mails
536 beantwortet und was weiß ich was. Da gab es wirklich einen regen Kontakt. Es gab
537 Stammkunden unter den Kindern. Es gab auch ältere Leute, Senioren, die halt die
538 Kindernachrichten angeschaut haben, weil das haben sie verstanden. Weil wir halt erklärt
539 habe, worum es geht. Und danach hat (-) Der Kontakt ist dann (-) Ich weiß nicht genau,
540 wer den Kontakt hält oder wer das beurteilt. Ich war einmal beim ZDF und die haben
541 gesagt, sie vergeben, das Kinderprogramm beim ZDF, vergibt jedes Jahr 17
542 Forschungsaufträge an Medienstudenten und Studentinnen von der Medien-FH in Mainz.
543 Jedes Jahr 17! Das Kinderprogramm vom ORF hat in 25 Jahren keinen einzigen vergeben.
544 Und wenn sich früher jemand so wie Sie gemeldet hat, hat man geschaut, dass das nichts
545 wird. Weil man verrät keine Interna und so. Und das ist was seltenes, dass das passiert. Und
546 die haben halt wissenschaftliche Begleitung zu den ganzen Sendungen gemacht. Auch zu
547 den Tiersendungen, auch zu den Nachrichtensendungen. Die hatten eigene Psychologen,
548 die halt geschaut haben, inwiefern ist diese Nachrichtensendung jetzt möglicherweise
549 traumatisierend oder nicht. Oder die haben das Personal geschult. Wir haben das alles dann
550 von denen, wir haben die Unterlagen vom ZDF irgendwie bekommen und haben uns das
551 selber beigebracht.

552 *I: Das heißt es ist schon so, dass geografische Nähe, Deutschland-Österreich, auch auf die*
553 *Nutzungsdaten und die psychologische Verfassung von Kindern in einem gewissen Alter,*
554 *übertragbar ist, auf die österreichischen Kinder?*

555 B: Das glaube ich schon, dass das übertragbar ist. Ich glaube bei Kindern generell. Aber
556 was ich nur sagen wollte ist, da sind halt Fragen dabei, die mich auch interessieren, aber
557 wenn keine unsere Zielgruppe erforscht, dann werden wir die nie wissen. Das ist halt
558 einfach das traurige.

559 *I: Wie viel sollten Kinder Ihrer Meinung nach fernsehen?*

560 B: Schwierig zu beantworten, weil das individuell unterschiedlich ist. Es kommt aufs
561 Umfeld an. Wenn es in einem intakten Umfeld aufwächst, dann ist es eigentlich wurscht,
562 ob es jetzt mehr fernschaut. Ich meine was ist die Alternative zum fernschauen? Also wenn
563 die Alternative ist, im abgedunkelten Raum sitzen und nichts tun, dann ist fernschauen
564 besser. Wenn die Alternative ist, soziale Kontakte mit Gleichaltrigen oder mit einer
565 funktionierenden Familie oder was weiß ich was, oder Ansprechpersonen zu haben... Nein
566 aber ich bin auch der Meinung, dass es irgendwie ein Zeitbudget geben sollte, in jedem
567 Haushalt, das man nicht überschreiten darf. Damit die Erfahrungen nicht nur virtuell sind

568 oder (-) Ich meine, bei uns hat es immer geheißen, Kinder können zwischen Wirklichkeit
569 und Fiktion unterscheiden und ich behaupte, dass das nicht immer stimmt.

570 *I: Es kommt auch aufs Alter drauf an.*

571 B: Es kommt aufs Alter drauf an, aber (-) Also ich bin zum Beispiel einer, der findet, dass
572 Teletubbies super sind. Ich finde das ist großartig, weil was würden die Kinder tun wenn
573 es Teletubbies nicht gäbe? Sie würden sich etwas anschauen, was für ihr Alter nicht
574 geeignet ist. Weil alles außer Teletubbies ist für ein Kleinkind nicht geeignet. Das heißt
575 wenn sie schon schauen (-) Ich mein, da gab es den Fall, wo eine Familie ihre Kinder
576 irgendwie mit Klebeband auf Sesseln gepickt hat und vor den Fernseher gesetzt hat, in
577 Österreich ja, um sie einfach ruhig zu stellen. Dann sollen sie wenigstens etwas
578 Altersgemäßes sehen und nicht das A-Team oder irgendeinen Blödsinn.

579 *I: 2008 ist ja von Confetti TiVi auf Okidoki umgestellt worden. Ergaben sich in diesem*
580 *Jahr, oder in den Jahren danach, Veränderungen bei Miniversum? Jetzt abgesehen davon,*
581 *dass es abgesetzt wurde?*

582 B: Nein, nein. Nein, weil Miniversum weiterhin von derselben Produktionsfirma betreut
583 worden ist, wie vorher. Also Okidoki wird von der Firma Tower 10 produziert, die dem
584 Brezina gehört. Und Miniversum ist von der Talk TV produziert worden, die früher das
585 komplette Kinderprogramm gemacht hat. Und eigentlich war ursprünglich geplant, dass
586 Miniversum damals schon eingestellt wird, oder komplett zum Brezina rüber wandert und
587 irgendwie neu gemacht wird. Aber das war dann irgendwie so mit dem Tiergarten
588 Schönbrunn, dadurch, dass die irgendwie Co-Produktionspartner waren, ist das irgendwie
589 nicht gegangen. Weil die Vertragsauflösung wäre zu kompliziert gewesen oder man hat
590 sich gedacht, lassen wir es auslaufen und machen wir es nächstes Jahr. Nur wollte der
591 Tiergarten das weiter haben und dann ist es weiter gegangen.

592 *I: Warum wollte der Tiergarten das unbedingt weiter haben? Also wurden dadurch auch*
593 *Gäste zum Tiergarten gelockt?*

594 B: Na sicher! Naja, jedes Wochenende zwei Mal 15 Minuten am Schirm sein, natürlich.
595 Also das ist eine gute Werbung und es war mir auch ein Anliegen den Tiergarten irgendwie
596 bei Laune zu halten. Also ich habe auch immer geschaut, dass wir Tiergarten-Inhalte (-)
597 Also klar, wenn das neue Pandababy da ist, natürlich. Wir wären blöd, wenn wir uns nicht
598 darauf gestürzt hätten. Also wir hatten in jeder Sendung eigentlich einen Tiergarten-Inhalt,
599 einen exklusiven Tiergarten-Inhalt drinnen. Mit viel Information, mit der Direktorin, oder
600 vorher noch mit dem Pechlaner. Einfach, weil es für mich auch klar ist. Ich meine, das ist

601 der Drehort, die ermöglichen uns das. Wir haben die tollen Motive, wir wollten eh
602 möglichst viel Eigendreh machen.

603 *I: Und wie wichtig war der Switch von Confetti TiVi zu Okidoki? Bezogen auf die*
604 *Konkurrenzfähigkeit des Programms, damit es mithalten kann mit KiKA und Co?*

605 B: Das weiß ich nicht. Also ich habe keine Zahlen. Aber mit KiKA können sie nicht
606 mithalten. Also KiKA ist toll, aufwendig. Die kleckern nicht, die glotzen. Und das sieht
607 man auch. Und man sieht eben auch, dass da wirklich viele gute Leute mitarbeiten. Also
608 wie gesagt, das Büro in Mainz, die Produktionsbedingungen dort, ich habe solche Augen
609 gemacht. Und das merkt man halt.

610 *I: Ich nehme an, da spielt auch mit, dass sie diese ganzen Studien haben, worauf sie dann*
611 *das Programm abstimmen?*

612 B: Ja natürlich, natürlich. Und sie haben auch eine Medienausbildung. Das hat es ja in
613 Österreich bis vor kurzem gar nicht gegeben. Also so, dass es Fernsehausbildung, zum
614 Fernsehjournalisten, Redakteur, wie auch immer gegeben hat, das ist in Deutschland gang
615 und gebe. Und bei uns... Also ein Freund von mir, der mir damals den Tipp gegeben hat,
616 zum Kinderfernprogramm zu kommen, der eben dort gearbeitet hat, der hat Publizistik
617 studiert. War im dritten Semester, hat einen Ferialjob gesucht, hat sich dort gemeldet, also
618 allgemein beim ORF. Und da hat man ihn gefragt „Wir machen jetzt das neue
619 Kinderprogramm, ob ihn das nicht interessiert, so für ein Monat im Sommer.“ Ist er
620 hingegangen und am Ende des Monats hat der Chef gesagt „Willst jetzt wirklich noch fertig
621 studieren, oder willst nicht gleich da bleiben? Weil was Besseres bekommst du
622 wahrscheinlich nach dem Studium auch nicht mehr, als einen Job beim ORF.“ Und er ist
623 dort geblieben, er hat nicht fertig studiert. Und er ist quasi noch immer in der Branche und
624 er hat nie eine Sekunde daran gedacht, das fertig zu studieren, weil er ja eh schon drinnen
625 war. Und im Endeffekt hat man dort alles gelernt von den alten Hasen halt. Also man geht
626 halt mit und schaut und (-) Was schön ist, aber was halt dann auch (-) Als dann die ersten
627 Leute von Krems gekommen sind, von der Medien-Fachhochschule, und dann bei uns so
628 ein kurzes Praktikum gemacht haben, haben sich alle gedacht „Oh scheisse! Die wissen
629 Sachen, von denen haben wir noch nie gehört.“ Rechtliche Aspekte und so weiter. Das hat
630 uns halt niemand gesagt. Also das ist dann schon (-) Naja (---) Naja, teilweise denk ich mir,
631 das ist eigentlich ein Wahnsinn, dass das so gegangen ist bei uns. (---) Sie waren bei der
632 Frage zu Okidoki oder?

633 *I: Ja also, bezüglich Switch. War er notwendig?*

634 B: Eigentlich nein, er war nicht notwendig. Ich finde nicht, dass er notwendig war. Es gab
635 halt diese drei Phasen. Also zuerst diese Ich und Du-Phase. Das war diese absolut kreative,
636 wahnsinnige Phase, die halt irrsinnigen Spaß gemacht hat. Dann gab es die Confetti-TiVi-
637 Phase, wo das ganze professionalisiert worden ist. Was eigentlich sehr gut war, aber auch
638 schon sehr auf Marketing und Promotion und (-) Aber es war, es war super. Und dann gab
639 es halt dann diese Okidoki-Phase, oder gibt es noch immer, diese Okidoki-Phase, wo dann
640 halt diese Zielgruppen-verengung stattgefunden hat, die ich nicht richtig finde.

641 *I: Sind da Gründe auszumachen? Warum die Zielgruppe so viel jünger geworden ist?*

642 B: Ich glaube, dass das eine ORF-Entscheidung war. Also es hat damit angefangen, dass
643 sie das Jugendprogramm komplett eingestellt haben, das war das erste. Das war noch in
644 den 90ern. Wo auf einmal diese ganzen, X-Large und diese Formate für Jugendliche dem
645 Sport geopfert worden sind, weil man den Sendeplatz gebraucht hat. Das war ja auch am
646 Wochenende. Und so nach und nach ist halt, gibt man eine komplette Zielgruppe auf. Was
647 natürlich ein Wahnsinn ist, weil die gehen alle weg und kommen nie wieder. Und das
648 spüren sie jetzt. Und ich weiß nicht, warum man da nicht dagegen steuert. Ich verstehe es
649 nicht. Damals haben sie es begründet „Ja die Kinder sind eh nur mehr im Internet“. Aber...

650 *I: Kurz noch zur Konkurrenz, wie Netflix und Co. Ich weiß nicht, ob Sie das irgendwie*
651 *mitbekommen haben, aber hat man das vielleicht, während Ihrer Zeit noch bei Miniversum*
652 *irgendwie mitbekommen?*

653 B: Nein, also ich weiß gar nicht ob Netflix und Amazon, ob die irgendein Angebot haben
654 für Kinder.

655 *I: Haben sie! Planet Erde und so weiter. Und es gibt auch eine eigene Kinderschiene, wo*
656 *sie nur Kinderprogramm haben.*

657 B: Aber das ist dann Zeichentrick oder Serien?

658 *I: Unter anderem. Und ja, Planet Erde zum Beispiel ist jetzt nicht in dieser*
659 *Kinderkategorie, aber es ist einfach Universum-mäßig produziert... Noch zu Ihrer eigenen*
660 *Meinung: Wie sehr glauben Sie, könnte das das Ende des klassischen Kinderfernsehens*
661 *bedeuten?*

662 B: Ich glaube das ist das Ende vom Fernsehen allgemein. Weil ich glaube, dass die
663 Produktionen (-) Also öffentlich-rechtliche Sender können sich das eh nicht leisten, das
664 was HBO macht oder so. Das geht nicht, das ist einfach zu aufwendig. Die einzige Chance,
665 die ich sehe ist, dass es Spartenkanäle gibt, also öffentlich-rechtliche Spartenkanäle, so wie
666 es eben KiKA gibt, oder wie es eben Sportkanäle gibt oder so, oder Informationskanäle.

667 Also, dass man das bündelt. Aber ich glaube so dieser Eigenproduktionsteil, das wird
668 irgendwann einmal...

669 *I: Das heißt auf lange Sicht wäre es produktiver und besser einen Spartenkanal für Kinder*
670 *vom ORF aus zu machen?*

671 B: Ja, ja. Der ORF wollte eh immer schon (-) Der wollte sich bei KiKA reinkaufen. Also
672 es hat jedes Jahr geheißen: „Ja und nächstes Jahr sind wir dann bei KiKA.“ Und die wollen
673 das aber glaube ich nicht. Ich glaube sie haben es auch nicht notwendig, weil sie so viele
674 gute Sachen haben.

675 *I: Und gibt es Ihrer Meinung nach auch Vorteile vom klassischen Kinderfernsehen,*
676 *gegenüber Netflix und Co?*

677 B: Ja das Regionale wäre ein Vorteil. Aber das haben wir halt aufgegeben. Ich glaube eine
678 Zeit lang hat es das bei Confetti TiVi noch gegeben. Bei Ich und Du war eben der ganze
679 Tag, das waren glaube ich viereinhalb Stunden, ab 13 Uhr oder so hat das angefangen, das
680 war durchmoderiert. Es gab quasi zwischen jeder Serie beziehungsweise zwischen jeder
681 Eigenproduktion, gab es Studioaction, irgendwas. Mit einem Moderator, mit einer
682 Moderatorin und mit Gästen oder was weiß ich was. Und das Ganze war irgendwie ein
683 Paket. Und da konnte man einsteigen und es war alles sehr vertraut. Man hat einfach
684 irgendwie so ein heimeliges Wohlfühl-Teil gehabt. Man hat die Gesichter gekannt, man hat
685 das Studio gekannt und die Deko und so weiter. Man hat genau gewusst, um die und die
686 Zeit passiert das und das. Das war alles irrsinnig verlässlich und es war natürlich regional.
687 weil man hat ja Sendungen mit Gästen aus dem eigenen Land, aus den Bundesländern
688 gehabt. Das gibt es eigentlich nicht mehr. Das gibt es eigentlich alles nicht mehr. Das finde
689 ich schade. Also das wäre eigentlich die einzige Möglichkeit, dass man das rechtfertigt,
690 was man macht.

691 *I: Das heißt, das wäre auch die einzige Möglichkeit, dass man gegen solche Konkurrenten*
692 *bestehen kann?*

693 B: Ja, ja, ja. Aber dafür ist dann der österreichische Markt zu klein, dass man so etwas dann
694 im großen Stil irgendwie macht für Abo-Fernsehen. Das kann ich mir ehrlich gesagt nicht
695 (-) Also das ist ein Zuckerl vielleicht irgendwie, aber ja.

696 *I: Herzlichen Dank für das Gespräch!*

Interview mit Thomas Brezina

I: Interviewerin

B: Interviewter (Thomas Brezina)

1 *I: Was stellt denn für Sie den besonderen Reiz am Kinderfernsehen dar?*

2 B: (---) Ich sag es Ihnen ganz ehrlich, das ist eine Frage, mit der ich mir sehr schwer tue,
3 weil ich auch persönlich nicht weiß, warum ich den Großteil meines Lebens hauptsächlich
4 für Kinder gearbeitet habe. ‚Weil es mir Spaß macht‘ ist jetzt eine viel zu einfache Aussage.
5 Weil es mich fasziniert. Weil man unglaublich viel machen kann. Weil man manchmal
6 relativ komplexe Sachen einfacher erklärt, in Wissenssendungen, so dass sie wirklich
7 begreifbar werden und nicht nur für Kinder, auch für Erwachsene. Weil man Geschichten
8 erzählen kann, mit denen man Kinder berühren möchte, die eben auch fantastisch sein
9 können. Ganz klar. Weil man ein sehr direktes Publikum hat, das auch sehr unumwunden
10 seine Meinung kundtut. Ich glaub das sind einige Gründe dafür.

11 *I: Und welches Publikum, glauben Sie, ist schwieriger zufrieden zu stellen: Erwachsene*
12 *oder Kinder?*

13 B: Beide gleich! Ich sag Ihnen auch gleich (???) Wir reden immer über Menschen! Und
14 manche sind etwas jünger, manche sind etwas älter. Manche haben die und jene Wünsche,
15 und die und jene Ansichten oder die und jene Zugänge, auf die man spezieller Rücksicht
16 nehmen muss. Und Erwachsene sind halt etwas größer. Aber wir reden immer über
17 Menschen.

18 *I: Wie haben Sie das Kinderfernsehen in Ihrer Anfangszeit, als Sie begonnen haben,*
19 *wahrgenommen? Eher noch in den Kinderschuhen steckend oder eher schon wirklich*
20 *innovativ?*

21 B: Wann habe ich in Ihren Augen angefangen? Von welcher Zeit reden Sie?

22 *I: Die Anfangszeit von Tom Turbo und so weiter. Also wo das dann wirklich größer*
23 *geworden ist.*

24 B: (lacht) Als Tom Turbo rausgekommen ist, hab ich schon acht Jahre, neun Jahre
25 Kinderfernsehen gemacht. Also das war schon eine lange Zeit davor. Und (-) die Frage ist
26 so nicht zu beantworten. Das Kinderprogramm der BBC ist jetzt glaube ich 70 Jahre alt
27 ungefähr. Da hat sich unglaublich viel getan, am Kontinent war alles etwas langsamer. Es

28 kamen dann immer verschiedene Strömungen auf. Aber ich muss jetzt ganz ehrlich sagen:
29 Als ich (--) Ich hab mit 16 Jahren als Puppenspieler angefangen beim Fernsehen. Ich war
30 mit 20 Jahren Regieassistent, sogar Regisseur schon beim Kinderprogramm. Und so ging
31 das immer weiter. Deswegen tu ich mir da ein bisschen schwer, einen Zeitpunkt
32 festzulegen.

33 *I: Und wie wichtig waren zu dieser Zeit, als Regieassistent und Regisseur,*
34 *Eigenproduktionen des Kinderfernsehens?*

35 B: Naja, Eigenproduktionen ist immer das wichtigste, ganz klar. Ein öffentlich-rechtlicher
36 Sender ganz besonders, hat die Aufgabe, lokales Programm für Kinder zu schaffen.

37 *I: Hat sich an dieser Wichtigkeit im Laufe der Jahre, Ihrer Meinung nach, etwas geändert?*
38 *Also wenn zum Beispiel in Deutschland Produktionen zugekauft worden sind, aus Amerika*
39 *und so weiter, ist das dann wichtiger geworden, oder hat man trotzdem weiter auf*
40 *Eigenproduktionen gesetzt?*

41 B: (--) Also, wenn Sie sich Deutschland anschauen, die produzieren schon eine große
42 Menge selbst. Dann muss man sich aber auch die Unterschiede anschauen zwischen
43 privaten Sendern und öffentlich-rechtlichen Sendern. Die öffentlich-rechtlichen Sender
44 legen ein wesentlich größeres Augenmerk auf Eigenproduktionen. Aber selbst für
45 Privatsender sind Eigenproduktionen sehr, sehr wichtig. Hier bei uns in Österreich ist es
46 so, dass die Eigenproduktion extrem wichtig ist. Und wir mit den Eigenproduktionen auch
47 im Schnitt der Marktanteile über dem Durchschnitt liegen. Das heißt auf gut Deutsch: die
48 bringen den Marktanteil.

49 *I: Ein anderes Überthema jetzt: Warum wurde damals Confetti TiVi, diese Übermarke,*
50 *entwickelt?*

51 B: Dazu kann ich Ihnen nicht viel sagen, weil ich habe es nicht entwickelt.

52 *I: Und wie nehmen Sie, oder haben Sie in Ihrer Anfangszeit, die Konkurrenz, die deutsche*
53 *Konkurrenz, aber auch damals, als das Internet größer geworden ist, wahrgenommen?*
54 *Wurde die wahrgenommen, als Konkurrenz?*

55 B: Ja natürlich. Schauen Sie, Heute, also es ist so: Es sind ja immer mehr und mehr Sender
56 dazugekommen. Heute, und jetzt auch durch die Spaltung von Super RTL und Disney, ist
57 noch einmal ein sehr starker Konkurrent dazugekommen. Dazu kommt, dass sich das

58 Publikum auch mit den Erwachsenen immer mehr aufbreitet. Konkurrenz ist ein Ausdruck.
59 Das andere ist, die Angebotsvielfalt ist da. Die Frage ist, womit kann man sich dort
60 abheben? Und da kommen wir wieder dazu: Mit Programm, das einen Lokalkolorit hat.
61 Aber auch mit Formaten, die konkurrenzfähig sind. Und mein Ziel war immer in meiner
62 Arbeit, Formate zu schaffen, die eben konkurrenzfähig sind, gegenüber dem restlichen
63 Angebot. Und Internet spielt für Kinder unter zehn Jahren nach wie vor nicht die Mega-
64 Rolle schlechthin. Es ist ein zusätzliches Angebot. Alle Tablet-Spiele, also Telefonspiele
65 und so weiter, ist ein nächstes Angebot. Wir leben in einer Zeit, wo einfach das Angebot
66 immer größer und vielfältiger wird. Wobei sich vieles ja dann überschneidet.

67 *I: Das stimmt, ja. 2008 ist dann aus Confetti TiVi Okidoki geworden. Was sind die größten*
68 *Unterschiede zwischen diesen beiden Programmschienen? Kann man die irgendwie*
69 *ausmachen?*

70 B: Mhm! Absolut! Es ging bei der Kreation von Okidoki darum, eine
71 Kinderprogrammdachmarke zu schaffen, unter der möglichst viele, verschiedenartige
72 Eigenproduktionen, für verschiedene Altersgruppen und in verschiedenen Genres
73 zusammengefasst werden können. Gemischt natürlich mit Kaufprogramm, das notwendig
74 ist, weil das Budget ja sonst nicht ausreichen würde. Und genau das ist auch geschehen.
75 Großer Wert wird darauf gelegt, dass all diese Sendungen, also der überwiegende Teil all
76 dieser Sendungen, repertoirefähig ist. Das heißt, das sind Sendungen, die immer wieder
77 gespielt werden können. Und nicht nach einer Ausstrahlung veraltet sind. Oder nicht mehr
78 gespielt werden können, weil Live-Anteil dabei war, oder so etwas. Und das war das Gebot
79 der Stunde. Damals. Erstens schrumpfen die Budgets. Und zweitens einmal war das auch
80 etwas sehr, sehr wichtiges, wiederum, für die Konkurrenzfähigkeit.

81 *I: Und wie wichtig war dieser Switch von Confetti TiVi zu Okidoki, bezogen auf die*
82 *Konkurrenz? War das notwendig, zu dieser Zeit?*

83 B: Das war eine Entscheidung des ORF, des Senders. Tatsache war, dass die Marktanteile
84 damals deutlich hinuntergegangen sind und als dann Okidoki begonnen hat, sie wieder
85 deutlich gestiegen sind.

86 *I: Gibt es eine kurze, zusammenfassende Programmphilosophie von Okidoki? Kann man*
87 *das in ein paar Sätzen zusammenfassen?*

88 B: Ja! Das Credo, das dahinter gesteckt ist, das ich auch immer über alles drüber stelle,
89 lautet: Unsere Aufgabe ist es, Kinder zu begeistern. Zu begeistern für die Welt. Zu
90 begeistern was es gibt. Zu begeistern für ihre eigenen Fähigkeiten. Für Geschichten
91 natürlich auch. Das Zweite ist, sie zu bestärken! Sie zu bestärken, dass in ihnen viel steckt,
92 und sie auch vieles machen können. Und das dritte ist, sie zu begleiten. Sowohl durch die
93 Jahre ihrer Kindheit zu begleiten, als auch durch das Jahr zu begleiten. Was sich alles tut,
94 was es alles gibt. Unsere Aufgabe ist es nicht, Kinder zu belehren. Wir sind keine Schule.
95 Wir sind kein verlängerter Arm von Eltern oder so etwas. Unsere Aufgabe ist es, und als
96 solches habe ich Okidoki auch immer gesehen, ein Treffpunkt zu sein, zu dem Kinder gerne
97 hingehen. Wo sie Freunde treffen, die sie gerne treffen. Und wo sie nachher sagen: ‚Das
98 war schön und ich habe auch etwas mitgenommen. Und ich habe auch eine entspannende
99 Zeit gehabt.‘ Weil auch das ist wichtig!

100 *I: Und wie ist das Verhältnis zu reinen Kindersendern? Also die wirklich nur*
101 *Kinderprogramm anbieten. Schaut man sich da auch etwas ab? Wie nimmt man die wahr?*
102 *Also KiKA zum Beispiel, der ist auch öffentlich-rechtlich.*

103 B: Also es ist so, dass wir bei unserem Programmangeboten sehr darauf schauen, welche
104 Angebote, welche Programmfarben wir schaffen können. Wir haben ja schon etliches und
105 wir haben eben etliches im Repertoire, das auch immer wieder ausgestrahlt werden kann.
106 Womit ergänzt man das? Was bringt zusätzlich etwas rein? Natürlich, schaut man sich auch
107 an: Das sind Inhalte die man gerne bringen möchte. Der ABC-Bär ist ein Paradebeispiel.
108 Wir hatten für sehr junge Zuschauer, also unter Sechs-Jährige, nicht sehr viel im Angebot.
109 Und gerade das Programm für Vorschüler ist eine große öffentlich-rechtliche Aufgabe, die
110 eben auch einen lokalen Flair haben kann. Vor allem in der Sprache natürlich. So, und da
111 geht's dann darum eine Sendung zu entwickeln und wiederum, die konkurrenzfähig ist.
112 Und es ist so, dass wir zusammenarbeiten mit Experten auf verschiedenen Gebieten. Nicht
113 nur in Österreich, sondern vor allem auch in England, wo sehr viel Kinderprogramm
114 gemacht wird. Es geht darum sich technisches Know-How zu holen, auf das man aufbauen
115 kann. Man muss die Welt nicht ständig neu erfinden. Die Kreationen aber, die sind
116 selbstverständlich original, die Idee dahinter. Jetzt muss ich aber ganz kurz Ihre Frage
117 beantworten: Es gibt einen riesen Unterschied, damit man das nur auch festlegt, zwischen
118 dem Programm, das ein Vollsender, wie der ORF, entweder in der Früh oder vor allem
119 Samstag, Sonntag in der Früh bringt, und einem Spartensender für Kinder. Der
120 Spartensender für Kinder läuft immer. Ist verlässlich da. Das Problem bei einem Vollsender

121 ist, dass zum Beispiel das Kinderprogramm des ORF sehr oft wegen Sportübertragungen
122 ausfällt. Das verschafft dem Ganzen einen riesigen Nachteil, über den wir nicht
123 hinwegkommen.

124 *I: Hat sich das klassische Kinderfernsehen im ORF seit dieser Einführung von diesen*
125 *Spartensendern verändert, oder verändern müssen?*

126 B: Naja, schauen Sie, mein Credo lautet immer: Aus dem Budget, das zur Verfügung steht,
127 die höchstmögliche Qualität zu schaffen. Und ich sag es immer wieder: konkurrenzfähig.
128 Das heißt, wir müssen in der optischen Präsenz, in der Frische, aber natürlich genauso auch
129 von den Inhalten, etwas bieten. Und es muss uns bewusst sein: Da ist viel Konkurrenz da.
130 Und wir leben nicht mehr im Zeitalter, wo es am Mittwoch um halb fünf den Kasperl
131 gegeben hat und sonst nichts.

132 *I: Welche Kindersendung haben Sie am liebsten? Und warum?*

133 B: Von meinen eigenen, oder überhaupt?

134 *I: Sagen wir einmal von dem, was im ORF Kinderprogramm läuft.*

135 B: Also dazu werde ich sicher keine Aussage machen, weil sie können einen Vater nicht
136 fragen, welches Kind er am liebsten hat. Das würde ich niemals tun. Also ich muss ganz
137 ehrlich sagen: Eine der Kindersendungen, die ich am meisten bewundere, sind die
138 Teletubbies. Weil die sind erfunden worden von wahrscheinlich einer der tollsten
139 Kinderprogramm makerinnen der Welt, die Anne Wood, die das BBC-Kinderprogramm
140 ich glaube 25 Jahre lang geleitet hat. Die den Mut gehabt hat, zum ersten Mal zu sagen, es
141 muss uns klar sein, dass Zweijährige vor dem Fernseher sitzen. Und wir können das jetzt
142 leugnen und sagen, die Eltern dürfen sie dort nicht hinsetzen. Oder wir liefern etwas, das
143 diese Kinder anspricht. Und die hat den Mut gehabt, zu studieren, was spricht diese Kinder
144 an. Die hat viel mit Kindergärtnerinnen gearbeitet und hat daraus die Teletubbies
145 entwickelt. Als die herausgekommen sind, hat es parlamentarische Anfragen gegeben, ob
146 die BBC verrückt geworden ist. Diese Frau hat alles durchgestanden. Vor allem deswegen,
147 weil sie die Kindergärtnerinnen hinter sich stehen hatte, die gesagt haben ‚Das passt genau
148 so. Und das schauen wir mit den Kindern auch gerne im Kindergarten jetzt an. Und es
149 funktioniert. Und es bringt den Kindern sehr viel. Und es löst sehr viel in ihnen aus.‘ Diesen
150 Mut zu haben, diesen Weg zu gehen, das habe ich zutiefst bewundert.

151 *I: Wie planen Sie die verschiedenen Themen im Kinderfernsehen? Also gibt es Themen, wo*
152 *Sie sagen: Die müssen vorkommen, weil Kinder besonders darauf „abfahren“?*

153 B: ‚Müssen‘ würde ich jetzt nicht gerne verwenden. Es ist so, dass wir in den letzten Jahren
154 sehr stark auf Wissensthemen gesetzt haben. Und auf Kreativthemen. Das heißt, sowohl in
155 den Wissenssendungen sind immer viele Dinge drinnen, die man nachmachen kann. Bei
156 den Kreativsendungen sind Dinge drinnen, die interessant sind. Und vieles, was man
157 nachmachen kann. Der Faktor, etwas sehen und es dann selber ausprobieren können, das
158 sehen wir, ist einfach ein ganz hoher, der auch mit großer Begeisterung angenommen wird.
159 Wir haben sehr viel Musik. Weil auch das etwas ist, was Kinder begeistert, was sie auch
160 gerne wollen. Also beim ABC-Bär ist einfach vieles, wie soll man sagen, gesungen leichter
161 rüber zu bringen. Wir haben selbstverständlich Information auch drinnen. Wobei wir hier
162 schon uns bewusst sind und auch darauf Rücksicht nehmen, dass wir sagen: Wir haben ein
163 Publikum von, wir sagen heute ungefähr bis neun Jahren. Die Welt von ungefähr
164 Neunjährigen (-) Der wichtigste Radius ist ja ungefähr hundert Meter rund um sie. Und
165 damit haben sie alle Hände voll zu tun, den wirklich gut zu machen. Darauf nehmen wir
166 Rücksicht. Das heißt, dass wir sehr viel darüber berichten, darüber zeigen. Natürlich, wir
167 geben sehr viel an Tipps. Vor allem im Wochenendprogramm. Verschiedene Sachen, die
168 man machen kann. Bücher natürlich, aber genauso Apps, Spiele, alles. Also eine sehr große
169 Bandbreite. Und fiktionales Programm, eigenproduziertes, das ist hauptsächlich Tom
170 Turbo, das ist ein Kostenfaktor. Da würden wir gerne mehr machen, aber das geht leider
171 nicht.

172 *I: Und wie wichtig ist das Thema Tiere im Kinderfernsehen?*

173 B: Sehr wichtig! Weil Tiere für Kinder sehr wichtig sind. Und das meine ich jetzt nicht nur,
174 weil sie kuschelig und lieb sind, sondern weil sie Lebewesen sind, auf der einen Seite, mit
175 denen sich Kinder sehr gut identifizieren können. Und auf der anderen Seite, wo ich sage,
176 wo es auch so unglaublich wichtig ist, dass wir ein richtiges Verständnis herstellen.

177 *I: Vor welchen Herausforderungen, glauben Sie, steht das Thema Kinderfernsehen? Sind*
178 *Tiere noch interessant genug für Kinder, in der heutigen Zeit, wo wirklich viel mediales*
179 *Angebot für Kinder herrscht?*

180 B: Absolut! Absolut und der Erfolg für Tolle Tiere (-) Also die Sendung ist aus dem Stand
181 gut geworden. Wird sehr gut angenommen.

182 *I: Apropos Tolle Tiere: In meiner Arbeit geht es ja auch um Miniversum, der Vorläufer*
183 *quasi. Was war das Besondere an Miniversum?*

184 B: Dazu kann ich keine Stellung nehmen.

185 *I: Ok. Und was ist an der neuen Tiersendung Tolle Tiere so innovativ, oder besser, als an*
186 *Miniversum? Kann man das sagen?*

187 B: Ich würde jetzt nicht sagen. So möchte ich es nicht ausdrücken. Ich möchte gerne sagen,
188 was der Gedanke dahinter war. Der Gedanke dahinter war folgendes: Das wir sagen, wir
189 wollen verschiedene Bereiche abdecken. Nicht nur exotische Tiere, sondern sehr stark auch
190 heimische Tiere. Wir wollen den Aspekt des Haustieres und des guten Umgangs mit
191 Haustieren sehr stark hervorheben. Und natürlich, da als Partner auch der Tiergarten dabei
192 ist, geht es darum, beim Tiergarten nicht nur zu zeigen, welche unglaublichen Tiere es dort
193 gibt. Sondern auch, was für diese Tiere getan wird. Weil das ist sehr faszinierend und das
194 zeigt natürlich auch, was notwendig ist, damit sich Tiere (--) damit man Tiere richtig
195 behandelt. Nennen wir es einmal so. Natürlich fühlen sie sich dann wohl. Aber es geht um
196 die richtige Behandlung. Das heißt es waren viele verschiedene Aspekte, die wir in einer
197 Sendung, also pro Sendung, gerne abdecken wollten.

198 *I: Wie schwierig ist es Kindern dieses Wissen zu vermitteln? Also muss man das quasi*
199 *bisschen herunterbrechen, damit es verständlich wird? Oder wird trotzdem darauf*
200 *geachtet, dass es ein höheres Level hat, wo Kinder dann trotzdem mitkommen?*

201 B: Also: fachlich ist alles richtig, was wir sagen. Selbstverständlich! In der Darstellung und
202 im Ausdruck, achten wir sehr darauf, dass es von ihnen, im wahrsten Sinne des Wortes,
203 begriffen werden kann. Und, dass wir uns auf das Spezielle konzentrieren, um sie nicht zu
204 überfrachten oder zu überfordern. Das ist ganz wichtig. Dazu muss man auch sagen: Die
205 Sendung wird am Samstagvormittag ausgestrahlt. Nach dem jedes Kind eine Woche
206 Schule, oder auch Kindergarten, hinter sich hat und sich auch entspannen möchte. Das
207 heißt, was immer sie hier sehen, muss für sie interessant sein und auch einen
208 Unterhaltungsfaktor haben. Ganz klar.

209 *I: Noch zur Konkurrenz ein bisschen: Wie sehr spüren Sie, in Ihrer Produktionstätigkeit,*
210 *Video-on-Demand-Konkurrenz? Also Netflix, Amazon Prime und so weiter, wo natürlich*
211 *auch spezielle Kindersparten geboten werden.*

212 B: Diese Sender (-) Also, was Sie gerade erwähnt haben, Amazon Prime, Netflix,
213 produziert sehr viel jetzt. Aber produziert hauptsächlich in der Animation. In der sind wir
214 nicht tätig. Nehmen uns diese Angebote Zuschauer weg? Wir wissen es nicht, weil es nicht
215 gegenseitig gemessen wird. Wir können uns nur das anschauen, was gleichzeitig läuft und
216 gemessen wird.

217 *I: Und glauben Sie, dass dieser Markt das Ende des klassischen Kinderfernsehens bedeuten*
218 *könnte?*

219 B: Nein! Ich glaube (-) Das es genau wie beim erwachsenen Fernsehen sein wird. Man wird
220 lineares Programm weiterhin haben. Vor allem auch zur, wie soll man sagen, um Dinge zu
221 etablieren. Und ich glaube, das wird auch wichtig sein in Zukunft. Ich bin allerdings ein
222 ganz großer Fan von Video-on-Demand. Und nicht jetzt nur Netflix und Amazon Prime,
223 sondern vor allem auch wie der ORF die TV-Thek hat zum Beispiel. Weil heute keiner
224 mehr so fernschaut wie früher. Wenn man sich jetzt eine genauere Zeit vornimmt und dann
225 unbedingt davorsitzt oder so, halte ich schon für die Ausnahme. Und ich glaube, dass es
226 heute eher so ist, dass zum Beispiel Kinder oder Familien jetzt immer am Samstag mal
227 einschalten, das sehen. Dann müssen sie mal schnell weg, dann müssen sie in der Mitte
228 aushören. Dann sagen sie, das ist lustig, vielleicht gibt's noch was. Ja dann geht man auf
229 Demand, auf die TV-Thek und findet dort. Hervorragend!

230 *I: Und was sind dann die Vorteile des klassischen Kinderfernsehens, gegenüber diesen*
231 *Video-on-Demand-Angeboten?*

232 B: Ich muss jetzt ganz ehrlich sagen, ich würde da jetzt nicht mehr von Vorteilen oder so
233 etwas reden. Die Video-on-Demand konzentriert sich natürlich auf etwas, auf einzelne
234 Sendungen. Eine Programmfläche hat sehr viel an Trailern. Man kann sehr viel
235 kennenlernen. Man wird auf Sachen neugierig gemacht. Am Wochenende haben wir diese
236 vielen Hallo Okidoki-Einstiege, wo wir eine Mischung aus verschiedenem bringen.
237 Allerdings ist das jetzt auch schon wieder auf Demand. Und es wird auch sehr gut
238 angenommen. Eine solche Fläche anzuschauen, gibt natürlich noch ein bisschen einen
239 anderen Reiz, wenn man verschiedenes hat. Wobei ich glaube eben bei Kindern, denen
240 geht's hauptsächlich um den Inhalt, um das Format, und das wollen sie sehen.

241 *I: Gibt es neue Konzepte oder Ideen, um Video-on-Demand-Konkurrenz, Internet, die Stirn*
242 *bieten zu können?*

243 B: Das einzige was sie dafür tun können, ist, konkurrenzfähige, gute Sendungen zu
244 produzieren.

245 *I: Und wäre es, Ihrer Meinung nach, eine Option, das Kinderprogramm komplett auf einen*
246 *reinen Spartensender, wie ARD und ZDF das mit KiKA gemacht haben, auszulagern? Um*
247 *jetzt zum Beispiel Entfälle durch Sportsendungen zu verhindern?*

248 B: Das wäre wünschenswert. Das ist eine Budget-Frage.

249 *I: Ok. Wo würden Sie sagen steht das ORF-Kinderfernsehen, im Vergleich zu anderen*
250 *öffentlich-rechtlichen Kindersendern. Zum Beispiel KiKA eben. Kann man das irgendwie*
251 *vergleichen?*

252 B: Also im Vergleich zu KiKA, das ist ein Vollprogramm. Das muss man jetzt schon einmal
253 sagen. Und KiKA versucht wirklich Zuschauer zu erreichen, von zwei bis, allerdings bis
254 hinauf in die early Teenager. Was eine sehr große (???) ist. KiKA hat sehr viel an
255 Eigenproduktion. Was wunderbar ist. Im direkten Vergleich läuft das ORF
256 Kinderprogramm gegenüber KiKA besser. Mit einem deutlich höheren Zulauf und einen
257 deutlich höheren Marktanteil. Gleichzeitig ist es so, dass ja einige Sendungen, wie ja ABC-
258 Bär, Schmatzo, in der Vergangenheit Trickfabrik, Co-produziert werden. Am KiKA
259 ausgestrahlt werden und das mit großem Erfolg.

260 *I: Welche Rolle spielt das klassische Kinderfernsehen im Vergleich zum Internet? Also zu*
261 *Apps auf Tablets, auf Handys und so weiter?*

262 B: Das kann ich jetzt nur mit einer Gegenfrage beantworten. Welche Rolle spielt das
263 Fernsehen für Erwachsene gegenüber einer App? Welche Rolle spielt das Fernsehen
264 gegenüber einem Buch et cetera? Es sind verschiedene Medien.

265 *I: Wie stehen Sie zu der Entwicklung, dass Kinder schon in sehr, sehr jungen Jahren, wie*
266 *zum Beispiel Teletubbies ab zwei Jahren, vor dem Fernseher sitzen?*

267 B: Das ist eine Tatsache. Und ich muss ganz ehrlich sagen, ich habe einigen Symposien
268 beigewohnt, wo ich gesprochen habe, wo dann lange darüber geredet wird was Kinder
269 sollen und nicht sollen. Nicht einmal die Experten sind sich einig, was es wirklich sein soll.
270 Und ich glaube, eine Verantwortung der Eltern, die gibt es. Die Verantwortung der
271 Programmacher, sage ich noch einmal, von öffentlich-rechtlichem Fernsehen, ist es,

272 etwas anzubieten, wo man mit ruhigem Gewissen sagen kann, die Eltern können ihre
273 Kinder davor sitzen lassen und es ist in Ordnung.

274 *I: Wie muss sich Kinderfernsehen, Ihrer Meinung nach, entwickeln, um in der heutigen*
275 *Internetwelt noch hochwertiges Programm bieten zu können? Gibt es eine Richtung, wo*
276 *man sagt, ok das muss passieren?*

277 B: (---) Ich kann Ihnen von unserer Erfahrung nur etwas sagen: Wir werden in den
278 Sendelängen deutlich kürzer. Weil wir sehen, dass die Aufmerksamkeitsspanne sinkt und
279 kürzere Formate mit großer Freude angenommen werden. Ich glaube (-) es bleibt immer
280 gleich: Es müssen Inhalte sein und Sendungen sein, die von der Produktionsart, der
281 Machart, der Begreifbarkeit des Themas so sind, dass man sagt, ja damit kann man Kinder
282 erreichen. Wie gut, muss man sich anschauen. Also wir haben ja zum Beispiel bei
283 Sendungen wie ABC-Bär oder so, Marktforschungen laufen. Wo wir uns ganz genau
284 anschauen, was funktioniert, wie funktioniert das? Der berühmte Bär beim ABC-Bär, ich
285 schwenk da kurz ab, war in der ersten Staffel etwas anders, als er jetzt ist. Weil das kam
286 bei der Marktforschung heraus, dass er gar nicht der Star der Sendung war für die Kinder.
287 Und wir waren fassungslos zu erfahren, dass dieser kleine Pinguin, der gar nichts kann, der
288 Superstar war. Der Bär war ihnen zu behäbig. Und dann haben wir ab der zweiten Staffel,
289 wir produzieren jetzt schon die fünfte glaube ich, haben wir ihn flotter dynamischer
290 gemacht. Auch von seiner Art nicht immer so freundlich belehrend, sondern ein bisschen
291 auch fehlerhafter, menschlicher und so weiter. Das war ganz wichtig und ganz großartig.
292 Das schauen wir uns an. Das muss man immer machen. Aber im Endeffekt brauchen sie
293 dann Formate. Und was wird passieren: Sie werden auf on-Demand oder im Internet oder
294 sonst wo stehen und man wird sie sich auch dort anschauen.

295 *I: Das wäre eh schon meine nächste Frage gewesen, zum Medienverhalten von Kindern,*
296 *was sich da am stärksten verändert hat. Die Aufmerksamkeitsspanne ist gesunken?*

297 B: Naja, die Aufmerksamkeitsspanne ist eindeutig gesunken. Also das brauchen wir gar
298 nicht. Dann muss man schon wissen, dass sie deutlich anspruchsvoller geworden sind, weil
299 sie einfach zu so viel mehr Zugang haben. Das ist ganz klar. Die Welten, die sie
300 wahrnehmen, auch das verändert sich auf eine Art und Weise, die ich faszinierend finde.
301 Auch Länder-abhängig. Also da staune ich immer wieder, was in manchen Ländern
302 hervorragend geht und in manchen überhaupt nicht. Da tut sich enorm viel. Ich glaub, dass
303 zum Beispiel, es ist so, was die Schnitte angeht, was das Tempo angeht und so weiter,

304 deutlich schneller geworden sind. Aber da ist das Erwachsenen-Programm auch (-) Da ist
305 kein Unterschied. Ich sag Ihnen immer wieder, es geht um Menschen. Und da ist kein
306 Unterschied.

307 *I: Wie wichtig ist es Ihnen, die Entwicklung von Kindern zu fördern? Eben mit zum Beispiel*
308 *Sendungen wie ABC-Bär.*

309 B: Also (-) Ich würde das gerne anders ausdrücken. Wie wichtig ist es mir Kinder zu
310 begleiten oder ihnen Inhalte anzubieten, die ihnen Spaß machen und die ihnen Freude
311 vermitteln, mit Themen wie Zahlen, Buchstaben, oder jetzt macht der ABC-Bär Englisch.
312 Oder Sachthemen haben wir auch schon mit ihm gehabt. Wie wichtig mir das ist? Extrem
313 wichtig! Aber wir sind keine Schule, wir sind keine Eltern. Wir müssen als Fernsehen etwas
314 bieten, wo sich ein Kind von selbst davorsetzen würde.

315 *I: Und wie wichtig ist es Ihnen ein Medienbewusstsein zu vermitteln?*

316 B: Was ist das?

317 *I: Das man von sich aus selbst entscheiden kann, bei Kindern ist es noch schwieriger, als*
318 *bei Erwachsenen, aber einfach zu vermitteln, okay, das mag ich, das mag ich nicht. Also*
319 *so eine Richtung quasi vorzugeben?*

320 B. Das ist bitte eine Aufgabe von Eltern, Kindergarten, Schule et cetera. Wir müssen
321 anbieten und wir müssen verantwortungsvoll anbieten.

322 *I: Wie viel sollten Kinder Ihrer Meinung nach fernsehen?*

323 B: Ich sage Ihnen ja, da sitzt man in Symposien und da streiten sich die Experten und es
324 geht von einer halben Stunde bis unbegrenzt alles. Und ich glaube jetzt auch, dass es da
325 keine (-) der Paracelsus, der berühmte Mediziner hat immer gesagt: Alles ist Gift. Auf die
326 Dosis kommt es an. Und ich glaube ehrlich gesagt, dass das stimmt. Und es gibt Kinder,
327 für die wahrscheinlich eine Viertelstunde fast schon zu viel ist. Und es gibt andere, die drei
328 Stunden ohne Probleme schauen können. Dann ist auch die Frage: Ist das jeden Tag? Ist
329 das am Wochenende? Brauchen sie das zur Entspannung? Was tut das Kind sonst den
330 ganzen Tag? Wie viel bewegt sich das Kind? Welche anderen Medien benutzt es? Was ist
331 der Kanon von Medien?

332 *I: Einfach worin es eingebettet ist?*

333 B: Genau! Von nichts zu viel!

334 *I: Worauf muss bei Sendungen für Kinder besonders geachtet werden? So als*
335 *Abschlussfrage. Gibt es da ein paar Kriterien, wo Sie sagen, das muss eine Sendung haben?*

336 *B: Ja! Also was muss eine Sendung haben, so würde ich es nicht ausdrücken. Aber eine*
337 *Sendung muss sich einfach sehr, sehr bewusst sein, wen sie ansprechen will. Eine Sendung*
338 *muss eine Sprache führen, die Kinder erreichen kann. Auch von der Wortwahl. Die Astrid*
339 *Lindgren hat etwas Wunderbares gesagt. Sie hat gesagt: Der größte Verrat an Kindern, ist,*
340 *wenn sich erwachsene über ihre Köpfe hinweg, gegenseitig zuzwinkern. Das darf nicht*
341 *passieren. Die Sendung muss Werte vermitteln. Und zwar, nicht vermitteln mit erhobenem*
342 *Zeigefinger. Nicht vermitteln, als Thema. Sondern eine Sendung muss prinzipiell Werte*
343 *haben. Und ein Programm muss Werte vertreten. Und das sind Grundwerte:*
344 *Zusammenhalt, keine Ausgrenzungen, sondern Verständnis für Andersartigkeit,*
345 *Freundschaft, Verständnis prinzipiell. Das sind einige davon. Das aus meiner Sicht muss*
346 *drinnen sein. Und dann soll es eine Originalität besitzen, um ein Thema auf eine, nicht*
347 *ungewöhnliche, aber doch besondere Art darzustellen, zu bringen und so auch in der*
348 *Erinnerung zu bleiben.*

349 *I: Das waren eigentlich alle Fragen. Herzlichen Dank für das Interview!*

Interview mit Alexandra Schlögl

I: Interviewerin

B: Interviewte (Alexandra Schlögl)

1 *I: Ist es richtig, dass Sie 1992 in der Redaktion des „Wurlitzer“ angefangen haben?*

2 B: Ja, ich habe Ferialpraxis gemacht 1992, beim „Wurlitzer“ eben und hatte vorher nichts
3 mit Fernsehen am Hut und habe das natürlich sehr, sehr spannend gefunden. Also so, wie
4 Sie auch schon gesagt habe, ja wenn man einmal in die Welt eintaucht, dann ist das sehr
5 faszinierend. Und habe halt dann nach dem einen Monat gesagt, wenn sie jemals wen
6 brauchen, egal wofür, ich komme gerne wieder. War nämlich auch gerade so der Schritt
7 von Schule zu Studium, was ich eigentlich gar nicht so wollte. Also die Arbeitswelt hat mir
8 gleich Spaß gemacht. Und ich hatte dann das Glück, dass sie mich ein paar Monate später
9 angerufen haben und eine Volontärin gebraucht haben. Und da war dann beim
10 „Kinderwurlitzer“. Und da ging es halt darum, Post zu beantworten, Preise verschicken,
11 Gäste betreuen bei der Live-Sendung, das waren so die ersten Aufgaben. Und ja, je mehr
12 ich mich da hineingetigert habe, und damals waren die Zeiten noch etwas einfacher, weil
13 da war auch alles auf freier Mitarbeiter-Basis. Da war auch nicht so streng reguliert mit wie
14 viele Mitarbeiter darf eine Abteilung haben. Ja, war ich relativ schnell dann bei, „Ich &
15 Du“ hat das ja damals geheißen, also in der Gesamtkinderredaktion, als Helferlein. Also
16 alles, was halt so angefallen ist. Aber dann nach und nach auch dann, also eine Zeit lang
17 habe ich noch Casting gemacht. Also Casting, das war für die diversen Game- und
18 Spieshows, also Spiel- und Quizshows. Da bin ich in Schulen gefahren, die sich beworben
19 haben. Habe den Kindern halt erzählt, wie so etwas abläuft. Und wir haben dann die
20 Kandidaten ermittelt, die dann aktiv in den Team spielen werden. Das war so auch eine
21 meiner ersten Hauptaufgaben. Ja und dann habe ich wie gesagt bei „Tom Turbo“, oder
22 „Heiße Spur“ hat es damals geheißen, Redaktion gemacht. Bei unterschiedlichen
23 Sendungen, also es hat sich dann wie gesagt relativ schnell ergeben und das hat mich halt
24 alles interessiert und ich habe überall mitgemacht. Und so kam es halt über die Jahre.
25 „Kiddy Contest“ war noch eine große Geschichte ja, „Forscherexpress“. Meine Sendungen
26 waren eigentlich in erster Linie immer die mit dem Thomas Brezina. Abgesehen jetzt vom
27 „Kiddy Contest“. Und dann bei Confetti war ich auf der Tour mit. Ich habe so all diese
28 Welten Kinderprogramm miterlebt und ja, seit 2010 habe ich jetzt hier die
29 Redaktionsleitung der eigenproduzierten Programme und freue mich, dass das aus meiner

30 Geschichte heraus möglich war in so eine Position zu kommen. Weil ja, es war wirklich
31 Interesse, Engagement und ja, es hat sich schön ergeben und war nie so wirklich geplant
32 ehrlich gesagt. Und das interessante im Kinderbereich ist, dass es natürlich um eine
33 Programmfläche geht, die man mit unterschiedlichen Formaten, unterschiedlichen
34 Inhalten, bestücken kann. Wir haben auch oft gesagt, weil wir haben ja ein
35 Programmschema für unsere Tage, das ist eigentlich wie ein eigener, also bisschen
36 übertrieben formuliert, aber es ist wie ein eigener kleiner Sender. Natürlich mit begrenzter
37 Sendezeit, aber die gilt es zu programmieren. Für die Kleineren, für die Größeren, mit
38 Promotion, mit Gewinnspielen. Und das ist halt das Schöne, dass man nicht nur für eine
39 Sendung und ein Thema arbeitet, sondern die Vielfalt, die unterschiedlichen Zielgruppen,
40 die unterschiedlichen Themen. Ja, das ist halt, zusätzlich macht es das spannend meine ich.
41 Also es wird nie fad eigentlich. Und dann alle paar Jahre wird was Neues entwickelt und
42 das ist dann auch immer spannend da dabei zu sein.

43 *I: Welches Publikum, finden Sie, ist schwieriger zufrieden zu stellen: Erwachsene oder*
44 *Kinder?*

45 B: Ja also die Kinder sicher nicht einfacher. Ob sie jetzt wirklich schwieriger
46 zufriedenzustellen zu sind, traue ich mich auch nicht zu beurteilen, weil das Angebot ist für
47 Klein und Groß heute enorm. Jetzt nicht nur auf den vielen Fernsehkanälen, sondern
48 natürlich auch im Internet. Was alles geboten wird, auch an sonstigen
49 Freizeitmöglichkeiten. Also natürlich haben die Kinder die Möglichkeit zu wählen.
50 Deswegen ist es schon wichtig, dass man sie relativ schnell mit einem Thema begeistern
51 kann, dass sie dran bleiben. Und das ist auch unsere Aufgabe. Ob jetzt die einen leichter,
52 schwerer, das will ich so nicht beurteilen. Aber es ist sicher nicht so, dass man den Kindern
53 alles vorsetzen kann. Wollen wir auch nicht. Sie sind kritisch und haben die Wahl. Und
54 wenn man nicht ihre Interessen, ihre Wünsche und ihre Erwartungen erfüllt, dann werden
55 sie schnell beim anderen Sender sein. Oder überhaupt bei einer anderen Beschäftigung.

56 *I: Und wie haben Sie das Kinderfernsehen in Ihrer Anfangszeit, Praktikum, Volontariat,*
57 *wahrgenommen? War es noch in den Kinderschuhen oder wirklich schon innovativ?*

58 B: Also Kinderschuhe würde ich eher beurteilen die Zeit, die ich noch als Konsumentin
59 erlebt habe. Also das ist jetzt dann sagen wir 40 Jahre, oder 35, 40 Jahre her. Weil das gab
60 es einzelne Sendungen und das war's. Also toll, dass es die gab, aber in erster Linie Serien,
61 den Kasperl und „Am Dam Des“. Also mehr gab es zu meiner Zeit nicht. „Ich & Du“ würde

62 ich nicht sagen Kinderschuhe, weil das tolle war damals, und das ist schon lange nicht mehr
63 denkbar, dass wir ja ein Studio hatten, sechs Tage die Woche. Oder fünf bis sechs Tage die
64 Woche. Jeden Tag live auf Sendung waren, also um drei glaube ich war der Start mit einer
65 Begrüßung durch einen Moderator oder Moderatorin und die haben dann durchs Programm
66 geführt. Da gab es dann auch Serien, aber auch eigenproduziertes Programm. Also, es war
67 ganz anders, es war sichtlich mehr Geld da, weil fünf oder sechs Tage Studio fürs
68 Kinderprogramm, das ist absolut nicht mehr denkbar. Aber es war sehr lebendig und sehr
69 aktuell. Also aktuell, nicht, dass wir täglich über Aktuelles berichtet haben. Aber du
70 musstest nicht Monate vorher Staffeln von einem Format aufzeichnen, sondern du bist am
71 Tag rein, natürlich wurde es vorbereitet, aber es war sehr (-) Auch für die Mitarbeiter, wir
72 haben alle in diesem Studio, oder davor, gelebt und ja. Also es war ganz anders, aber ich
73 würde nicht sagen Kinderschuhe. Weil es gab viele Eigenformate damals schon. Anders
74 halt und viel live. Und das ist heute wie gesagt überhaupt kein Thema mehr. Also bei uns
75 sicher nicht.

76 *I: Und wie wichtig waren eben in dieser Zeit die Eigenproduktionen?*

77 B: Schon, also, weil dadurch, dass wir gesagt haben, das ist „Ich & Du“, das ist die ORF-
78 Kinderprogrammfläche. Ich rede jetzt von etwas, wo ich ja noch nicht so an der Spitze
79 dabei war, aber das war halt mein Empfinden und das war auch sicher so. Das war eine
80 Fläche, die sehr authentisch rüber kam, mit allen Gesichtern die das Programm präsentiert
81 haben und die Formate die es täglich gab. Also das hat schon einen wichtigen Stellenwert
82 gehabt.

83 *I: Auch für die Wiedererkennung?*

84 B: Ja, also. Ja es war jetzt nicht so, es hat damals kein Maskottchen gegeben. Also das war
85 zur Zeit von Confetti TiVi dann natürlich tausendmal stärker. Aber ich denk für die Kinder
86 von damals. Und was man auch dazusagen muss, es gab ja noch nicht so viel Konkurrenz.
87 Also den KiKA gibt es zum Beispiel erst seit 1997. Also zu „Ich & Du“-Zeiten war es
88 sicher nicht so, dass man sich da wahnsinnig um die Konkurrenz gekümmert hat. Da war
89 das ORF-Kinderprogramm „Ich & Du“ und man hat für die Kinder täglich produziert. Und
90 das war schon ein Stellenwert, der toll ist, für einen Vollprogrammsender, der ja alle
91 Zielgruppen bedienen muss. Also würde ich jetzt vom Stellenwert her nicht sagen, dass
92 sich da was, also dass damals was schlechter war, oder geringer war. Sicher nicht. Aber es
93 war halt auch mehr Geld und andere Rahmenbedingungen, auch vom Personal her, das darf

94 man ja nicht vergessen. Es gab eine Freie Mitarbeiter-Schar von, ich kann es jetzt nicht
95 genau sagen, aber sicher 30 Personen, die jetzt nicht jeden Tag von früh bis spät da waren.
96 Aber Regisseure, Gestalter, also das gesamte Team, Drehbuchautoren, Redakteure, war
97 schon ein großes Team. Also das ist heute nicht mehr so. Aber gut, so ist die Zeit, so ist es.

98 *I: Sie sind ja seit 2010, wenn ich das richtig recherchiert habe, Sendungsverantwortliche.*
99 *Was waren die Aufgaben in der Anfangszeit in dieser Position?*

100 B: Also eigentlich das gleiche wie heute auch noch. Ich bin grundsätzlich für alles
101 verantwortlich, was auf den Schirm geht. Das heißt wir sprechen jede Formatidee im
102 Vorfeld ab. Also was Sie wahrscheinlich eh wissen, dass der Thomas Brezina den Auftrag
103 für, also 2008 hat ja der Thomas Brezina den Auftrag bekommen, mit Okidoki, was seine
104 Idee war, das neue Programm als kreativer Kopf zu gestalten. Das heißt, all diese Formate
105 wurden und werden mit dem ORF abgesprochen. Seine Ideen werden präsentiert, wir sagen
106 dann ja super oder nein, ein bisschen anders oder ganz was anderes, dieses Thema wäre uns
107 lieber. Dann wird das Ganze pilotiert, eh klar, vorbereitet. Und wie es jetzt im Alltag aber
108 ist, dass wir jedes Drehbuch, jeden Beitrag, also alles, was in einer Sendung vorkommt,
109 schon vor der Produktion abnehmen. Also das mache ich und meine Redaktion. Oder meine
110 Redaktion und ich, besser gesagt. Und die einzelnen Schritte in der Produktion. Also alles,
111 was wir vorher abgenommen haben, wird dann produziert. Dann haben wir
112 Schnittabnahmen, also nach dem Rohschnitt kommt die Rohschnittabnahme. Das heißt das
113 Bild wird von uns freigegeben oder gesagt da bisschen was anders. Die Off-Texte, die dann
114 dazukommen und dann geht das Ganze noch in die Tonendbearbeitung und dann schauen
115 wir uns das Endprodukt noch einmal an. Und dann erst geht es auf den Schirm. Weil alles
116 ja auswärts produziert wird, im Gegensatz zu früher auch, Auftragsproduktionen. Das heißt,
117 alles was gemacht wird, wird vorher von uns abgesegnet. Und natürlich so Dinge wie: die
118 Grafik liegt im ORF, die Pressestelle, die Enterprise. Also alles, wo wir quasi Pressearbeit
119 haben. Gewinnspiele, Kooperationen, Signations brauchen, für neue Formate, da sind wir
120 sozusagen die Schnittstelle zu den einzelnen ORF-Abteilungen. Also es geht dann alles
121 über uns sozusagen. Oder auch Marketing, bei Off-Air-Veranstaltungen, also es sollte
122 nichts passieren, wovon wir nichts wissen und tut's auch eigentlich nicht. Bis auf ganz ab
123 und zu vielleicht eine Kleinigkeit. Nein, also wie gesagt, es muss alles abgesprochen sein,
124 und wir sind die, die das dann absegnen. Und ja, auch bezahlen. Also der ORF ist der
125 Auftraggeber und deswegen ist auch diese enge Zusammenarbeit mit der Produktionsfirma.

126 *I: Hat sich an der Wichtigkeit der Eigenproduktionen irgendetwas verändert, im Laufe der*
127 *Jahre?*

128 B: Vom Stellenwert würde ich jetzt nicht sagen. Natürlich von der Machart, von den
129 Rahmenbedingungen, eben wenn ich die finanzielle Situation anspreche, also das schon.
130 Es ist ja auch heute so, dass wir auch den Auftrag haben, repertoirefähig zu produzieren,
131 also im Vergleich zu damals. Darum ist auch dieses live, abgesehen vom Geld, kein Thema
132 mehr. Das Geld ist weniger, deswegen war der Auftrag wir sollen so produzieren, dass wir
133 die Sendungen, qualitativ hochwertig, dass wir es auch wiederholen kann. Das tun wir auch
134 oft und zum Glück funktioniert es aber auch. Die Kinder nehmen Wiederholungen gut an,
135 weil, generell bei kleinen Kindern, die sehen sowieso etwas gerne öfters, das Zielpublikum
136 wächst nach und wir arbeiten viel mit Wiederholungen, das war damals sicher nicht in dem
137 Ausmaß, aber auf der anderen Seite haben wir das ganze Jahr über zu bestücken, jede
138 Woche. Und ja, da braucht man viel Programm und so viel ist undenkbar das mit
139 Neuproduktionen zu befüllen, aus finanzieller Sicht. Das sind wie gesagt die
140 Rahmenbedingungen. Das dem ORF die Eigenproduktionen wichtig sind und waren, das
141 war immer so. Nämlich auch aus dem Grund, dass wir der öffentlich-rechtliche Sender von
142 Österreich sind und natürlich ein österreichisches Programm, oder heimische Farbe in das
143 Programm bringen wollen. Deswegen ist ganz klar, dass wir nicht nur kaufen. Wir brauchen
144 die Serien, das macht die FD7, die kauft die Serien fürs Kinderprogramm. Aber uns ist ganz
145 wichtig, dass wir auch, dass klar ist, das ist das österreichische Kinderprogramm für die
146 österreichischen Kinder. Weil der ORF ja auch den Auftrag hat, für alle Zielgruppen
147 Programm zu machen.

148 *I: Es wurde dann aus „Ich & Du“ „Confetti TiVi“. Warum wurde das entwickelt?*

149 B: Auch da war ich jetzt nicht an vorderster Front dabei, aber es war natürlich ein wichtiger
150 Schritt, um nämlich eine wirkliche Welt für Kinder zu schaffen. Weil „Ich & Du“ war zwar
151 ein Titel, der die Kinder täglich übers Fernsehen erreicht hat, aber Confetti TiVi war dann
152 viel mehr. Erstens einmal gab es den Confetti, als Host, oder als Maskottchen des Ganzen.
153 Dann gab es den Confetti-Club, mit Aktivitäten, mit einem eigenen Magazin, Club-
154 Magazin. Dazu muss man aber auch sagen, ich mein, brauche ich wahrscheinlich gar nicht
155 sagen, das hatte alles eigene Mitarbeiter. Das hat man nicht so nebenbei mitgemacht,
156 sondern dafür gab es eigene Leute. Und ein Highlights natürlich dann im Sommer Confetti
157 auf Tour, wo du rausgehst zu den Kindern, nämlich in ganz Österreich. Wo du wirklich

158 dann noch mehr Kinder erreichst und zum Anfassen wirst. Also es Programm zum
159 Anfassen ist. Das war sicher der größte Unterschied. Und sicher ein wichtiger Unterschied.
160 Um sich nämlich auch dann am Markt behaupten zu können. Und das war auch eine sehr
161 erfolgreiche Zeit.

162 *I: Wie wurde die Konkurrenz, also die deutschen Sender, aufkommendes Internet, damals*
163 *wahrgenommen?*

164 B: Ja wie gesagt am Anfang, also auch zu Confetti TiVi, war das (-) Ich wüsste gar nicht,
165 also vielleicht blöd, dass ich das nicht weiß, aber ich wüsste gar nicht wann das (-) Jetzt ist
166 es ein Thema und in den letzten Jahren.

167 *I: Aber damals wurde es überhaupt nicht wahrgenommen?*

168 B: Damals, also wie der KiKA begonnen hat, natürlich hat man gesagt, da gibt's jetzt den
169 KiKA, aber das war noch lange nicht so, dass der wirklich für uns also (-) Ja, also damals
170 waren wir so gut aufgestellt, nämlich auch mit dem Programm unter der Woche noch und
171 am Nachmittag auch noch und das Wochenende sowieso. Also, damals habe ich es ehrlich
172 gesagt nicht so vernommen. Gegen Ende dann von Confetti TiVi, also sagen wir mal ab
173 dem 2000er-Jahr vielleicht, oder Anfang der 2000er-Jahren. Aber in dieser Zeit kann ich
174 mich nicht erinnern, aber vielleicht war es auch nicht meine Priorität Nummer eins, könnte
175 auch sein ja. (lacht)

176 *I: 2008 ist dann Okidoki entstanden. Was waren die größten Unterschiede zwischen diesen*
177 *beiden Programmschienen?*

178 B: Ja eben auch die Tatsache, dass wir von dieser Welt, ich weiß nicht, ob Sie das wissen,
179 also wir saßen ja lange Zeit auch am Rosenhügel in der Filmstadt Wien. Und dort hatten
180 wir auch ein Studio für fünf Tage die Woche. Das war die Confetti-Welt. Ich weiß nicht ob
181 Sie, nein Zielgruppe wird sich nicht ausgehen, dass Sie dort jemals gewesen sind.

182 *I: Nein, dort war ich nicht drinnen.*

183 B: Aber das war wie gesagt ein Studio, das im ganzen Look die Confetti-Welt eben war,
184 wo täglich Sendungen produziert worden sind. Und das Ganze hat dem nicht mehr
185 standgehalten. A, waren es zu viele Mitarbeiter, B, war das Programm zu teuer. Und
186 deswegen dann der Auftrag, also erstens einmal was Neues ist immer gut nach einigen
187 Jahren. Also das ist ja auch nichts Böses, das heißt nicht, dass man das gemacht hat, weil

188 Confetti nicht mehr funktioniert hat oder schlecht war oder wie auch immer. Eine neue
189 Dachmarke zu schaffen war eben die (-) Wobei der Aufruf nach mehreren Konzepten war.
190 Also es war nicht so, dass man nur an den Thomas Brezina. Also es gab auch ein anderes
191 Konzept, aber man hat sich dann für das vom Thomas eben entschieden. Und
192 ausschlaggebend war sicher die Tatsache der Repertoirefähigkeit. Also, dass man so
193 effizient produziert, dass man eine Vielfalt an Formaten hat, die aufgrund ihrer Machart die
194 Kinder begeistern, eh klar, und ansprechen, aber auch lange haltbar sind. Und von diesen
195 Formaten die 2008 oder in den ersten Jahren von Okidoki entstanden sind, leben wir
196 teilweise heute noch. Oder, man kann auch weiter zurückgehen und es ist ein Brezina
197 Format, das lässt sich nicht leugnen, diese „Heiße Spur“, der Tom Turbo. Das gibt es seit
198 über 20 Jahren und wir wiederholen jetzt Folgen, also nicht die von vor 20 Jahren, aber von
199 vor zehn, 15, ich weiß jetzt nicht genau wie weit sie zurückgehen und das funktioniert auch
200 heute noch. Und das war halt jetzt die Aufgabe, dass man halt solche Formate schafft, die
201 man wirklich auch Jahre später noch gerne sieht. Und ja, das ist uns glaub ich gelungen.
202 Hat vielleicht aber jetzt für den, nicht am Schirm, am Schirm glaube ich nicht, dass man es
203 merkt. Aber wenn man natürlich diese Welt von früher kennt, so wie Sie sagen, Confetti
204 auf Tour und den Confetti-Club, dann kann man natürlich fragen ‚Und wo ist das heute
205 alles?‘ Wir konzentrieren uns auf das, was am Schirm ist, auch im Hinblick auf unseren
206 Co-Partner, das ZDF, weil wir haben ja einige Sendungen, die am KiKA laufen. Und das
207 ist schon auch mit eine Aufgabe, dass man Formate schafft und so schafft, dass sie auch,
208 aufgrund unserer begrenzten Sendezeit, freuen wir uns natürlich, wenn wir am KiKA, wo
209 wir auch die österreichischen Kinder erreichen, sie dort ausstrahlen. Und das haben wir
210 geschafft und das war wie gesagt auch die Aufgabe, Co-Produktionen, Repertoirefähigkeit
211 und qualitativ hochwertig. Und natürlich aber trotzdem eine Vielfalt. Also begonnen haben
212 wir mit neun Formaten damals im Jahr 2008. Und aufgrund der Streichungen, Budget-
213 Reduzierungen, sind wir jetzt auch nicht mehr bei neun. Jetzt haben wir nur mehr fünf, die
214 wir aktuell produzieren. Aber wie gesagt, mit den Wiederholungen schaffen wir ein buntes
215 Programm und das war das Ziel. Also, dass wir geschafft haben, sagen wir so. (lacht)

216 *I: Wie wichtig war der Switch von Confetti TiVi zu Okidoki, bezogen auf die*
217 *Konkurrenzfähigkeit des Programms?*

218 B: Ja, dass man eben Formate macht, die österreichisch sind, aber doch auch von der
219 Umsetzung und von der Sprache und von der Gesamtqualität, dass sie auch

220 konkurrenzfähig sind und eben zum Beispiel in Deutschland auch laufen können. Ja, was
221 Neues zu machen und das in einer Qualität, die gut funktioniert, oder die gut rüberkommt.

222 *I: Und wie ist das Verhältnis zu den reinen Kindersendern? Also KiKA zum Beispiel, der*
223 *ist auch öffentlich-rechtlich und ein reiner Kindersender. Schaut man sich da etwas ab?*

224 B: Naja, man weiß natürlich, was die spielen, also welche Themen dort sind. Aber
225 abschauen würde ich jetzt in den Sinn nicht sagen. Weil zum Beispiel ein Puppenformat
226 gibt es seit vielen Jahren. Da waren wir glaube ich sogar die ersten mit dem Kasperl. Jetzt
227 haben wir halt auch den ABC-Bären. Man ist informiert und schaut sicher auch ab und zu,
228 aber, dass wir jetzt nur denen hinterherjagen, also das sicher nicht. Also wir wollen unser
229 eigenständiges Programm machen und schaffen das auch gut. Aber es ist natürlich auch,
230 wenn man die Kollegen vom ZDF kennt, dann weiß man auch, was machen die gerade.
231 Also man bekommt es mit, aber es ist nicht so, dass man dann (-) Vielleicht noch am
232 ehesten der Thomas, der ja auch in London lebt, dass er auch bei der BBC oder CBBC die
233 Programme kennt und sich dort Ideen vielleicht holt. Aber abschauen, dass wir eins zu eins
234 das gleiche machen, würde ich nicht sagen, weil wir wollen ja doch eigenständig sein.

235 *I: Hat sich das Kinderfernsehen, seit der Einführung von diesen reinen Kindersendern,*
236 *irgendwie verändert?*

237 B: Naja, das Verhalten der Kinder sicher, ja. Weil auf einmal haben sie sieben Tage die
238 Woche, von früh bis spät die Möglichkeit, durch Druck auf die Fernbedienung,
239 Kinderprogramm zu empfangen. Das ist halt etwas, wo wir auch nicht mithalten können.
240 Und das haben wir natürlich sicher auch gespürt. Weil früher halt, wo die Auswahl noch
241 nicht so groß war, nämlich nicht nur aufs Kinderprogramm bezogen, sondern ich glaube
242 die Kinder haben dann auch andere ORF-Sendungen geschaut, weil es halt nicht so viele
243 Kanäle gab. Und jetzt wussten sie, da gibt es einen Kanal oder zwei oder später auch mehr,
244 wo ich ganz sicher zu jeder Uhrzeit Programm für mich empfangen kann. Und da war
245 natürlich für uns schon eine Schwierigkeit, um die wir aber nicht herumkommen. Und mit
246 der wir bis heute kämpfen, beziehungsweise die wir akzeptieren. Weil natürlich hätten wir
247 auch gerne Fernsehzeit von früh bis spät, nur nachdem wir, wie ich schon vorher gesagt
248 habe, alle Zielgruppen bedienen muss, sind wir froh, dass wir unsere
249 Wochenendprogrammfläche haben, am Vormittag. Obwohl auch da, brauche ich nicht
250 sagen, kaum ist Sport, Skifahren und Formel 1, sind wir leider nicht da. Das sind schon
251 Dinge unter denen wir, die Macher, leiden. Nur, das ist so, da können wir jetzt weinen, aber

252 letztendlich muss man es akzeptieren und wir machen das Beste daraus und wir schauen
253 halt, auch, wenn wir nur kurze Zeitspannen haben, dass wir halt vertreten sind. Dass wir
254 die befüllen und, dass uns die Kinder dort auch finden. Aber natürlich, sie wissen, wo sie
255 es immer finden und das ist halt auch dann die Schwierigkeit, wenn man kein Spartenkanal
256 ist für diese Zielgruppe.

257 *I: Haben Sie eine Kindersendung, die Sie am liebsten haben?*

258 B: Alle von Okidoki! (lacht) Alle von Okidoki! Wobei ich, weil es meine erste eigene
259 Sendung war und über viele, viele Jahre ist der Tom Turbo (-) Also ich mag sie wirklich
260 sehr und (???) Jetzt so den meisten Bezug, also vom Werdegang, von der (-) habe ich eben
261 zu Tom Turbo gehabt. Weil es halt meine erste eigene Sendung war und noch dazu so eine
262 Sendung, die ich wirklich großartig finde vom Konzept, heute noch. Aber heißt nichts, ich
263 liebe den ABC-Bären genauso und Schmatzo sowieso!

264 *I: Zu den Themen im Kinderprogramm: Wie werden die geplant? Also gibt es Themen, wo
265 Sie sagen, die müssen vorkommen, damit wir die Kinder besser noch erreichen?*

266 B: Ja wichtig ist sicher die Vielfalt. Also, dass man eben die unterschiedlichsten Themen
267 hat, so wie wir es eben derzeit haben mit kochen, Tiere eben. Dann ganz wichtig, für die
268 Vorschüler. Weil, was ich noch gar nicht erwähnt habe: Es ist ja erwiesen von der
269 Medienforschung, nämlich auch aufgrund der ganzen Veränderungen in der Fernsehwelt,
270 oder auch digitalen Welt, dass unser Zielpublikum immer jünger geworden ist. Das heißt
271 wir konzentrieren uns jetzt sehr auf die Vorschüler und auf die Schulanfänger. Das heißt
272 wir haben da relativ viel Programm. Eine Wissenschaftssendung hat es auch immer
273 gegeben, also von Forscherexpress über genauso geht's, sieben Wunder hat es dann noch
274 gegeben. Heute ist es Knall Genial, was auch wieder sehr gut funktioniert. Vielfalt, eben
275 die unterschiedlichen Bereiche, Musik haben wir auch immer sehr viel im Programm. Und
276 Hallo Okidoki, also das, und das ist das einzige, was uns da geblieben ist, was aktuell
277 produziert wird, also einmal in der Woche. Da kann man auch auf aktuelle Themen
278 eingehen, weil du es nicht ein halbes Jahr vorher schon vorproduzierst. Und so ein Format
279 ist schon sehr wichtig, weil ich will halt auch (-) Also wenn es um die Jahreszeiten geht.
280 Ich will auch dort spüren jetzt ist Advent, jetzt kommt bald Weihnachten, jetzt sind die
281 Sommerferien. Also, dass man diese Themen schon auch aufgreift, um einfach die Kinder
282 das ganze Jahr über zu begleiten und das woran man nicht vorbei kommt, auch darüber zu
283 berichten. Wobei, muss ich schon auch ehrlicherweise dazusagen, das wissen Sie eh, es ist

284 keine Nachrichtensendung. Also die haben wir verloren im Laufe der Jahre. Auch aus
285 Kostengründen muss ich ehrlich sagen, weil es halt eine für ganz aktuelle (-) Also es
286 braucht viele Leute um gute Kindernachrichten zu machen. Und das war dann weder
287 finanziell drin, noch war so (-) Es war dann die Sendung, die auch am schlechtesten
288 angekommen ist. Was nicht heißt, dass sie schlecht war, sondern, dass halt Kinder und
289 Nachrichten nicht wie soll ich sagen (-) Nicht an erster Stelle des Interesses stehen. Also es
290 geht einfach um die Vielfalt und die Themen haben wir alle im Programm und ich denke
291 das ist schon das wichtigste. Wo man quasi die Interessen der Kinder weckt und ihnen
292 Informationen darüber gibt und sie bestärkt, dass sie sich halt auch dafür interessieren,
293 nachfragen, all diese Themen. Und sie motiviert zum Selbermachen auch. Gewinnspiele
294 haben wir viele. Also das ist natürlich auch ein Thema, dass die Kinder selber sich auch
295 noch einbinden können, indem sie irgendeine Aufgabe erfüllen oder ein Quiz lösen, ein
296 Rätsel lösen.

297 *I: Und wird bei dieser Auswahl der Themen auf irgendetwas besonders geachtet?*

298 B: Naja, sie müssen auf jeden Fall kindgerecht sein, eh klar. Also das ORF-
299 Kinderprogramm ist natürlich, also das weiß man eh, gewaltfrei und werbefrei. Das heißt,
300 das ist für uns öffentlich-rechtlich ganz, ganz wichtig, dass da, auch die Werbung, dass da
301 keine Logos im Bild sind, Gewalt sowieso nicht. Also gerade jetzt bei Hallo Okidoki, oder
302 eigentlich bei allem, dass es eine bunte Mischung aus allem ist. Das man Informationen
303 gibt, die unterhaltsam umgesetzt werden, egal jetzt zu welchem Thema, und die Kinder
304 etwas mitnehmen können. Dass sie sich was merken, also, dass sie was lernen dabei, oder
305 auch angeregt und motiviert werden, dass sie es selber machen. Das ist uns eigentlich das
306 Wichtigste. Und je vielfältiger die Themen sind, desto besser natürlich. Und da haben wir
307 zum Glück eine gute Redaktion bei Kids TV, die uns da auch Vorschläge liefert, oder wir
308 bringen sie ein. Aber das ist halt eine Zusammenarbeit von vielen Menschen, die dann quasi
309 versuchen das Spannendste zu finden. Bei vielen Folgen ist es dann halt auch so, was
310 machen wir jetzt noch? Aber es fällt uns immer was ein und irgendwann wird ein Format
311 sowieso dann durch ein neues ersetzt. Weil wir ja aber einer Zahl von 50, 60 Folgen, wo
312 man dann ein Jahr lang gut auch wiederholen kann, macht es schon Sinn, nicht bei jedem
313 Format, aber bei manchen, dass man dann einfach was Neues macht. Das ist je nach Format
314 unterschiedlich. ABC-Bär haben wir jetzt über 100 Folgen produziert und produzieren wir
315 auch weiter. Aber auch nicht eins zu eins. Wir haben da jetzt das Konzept zum Beispiel
316 geändert, dass wir englische Sprache eingeführt haben, indem wir eine Figur haben, die

317 englisch spricht und die den Bewohnern, den Freunden des Baumhauses englisch beibringt.
318 Also Zahlen, Buchstaben, einfache Worte, also jetzt nicht die ganze Sendung. Also was ich
319 damit sagen will: Sendungen die es länger gibt, müssen natürlich in sich weiterentwickelt
320 werden, um sie spannend und frisch zu halten.

321 *I: Gibt es Themen, die bei Kindern besonders gut ankommen? Also zum Beispiel das Thema*
322 *Tiere, wie wichtig ist das im Kinderfernsehen?*

323 B: Na das ist schon sehr wichtig und das kommt auch gut an, wobei ich jetzt nicht sagen
324 würde, das ist das, was sie am allermeisten interessiert. Ich denke Themen, die gut
325 ankommen, es hängt immer sehr von der Umsetzung ab. Je „gschmackiger“ du es umsetzt,
326 du kannst mit jedem Thema, oder mit fast jedem Thema ein Kind begeistern. Es hängt nur
327 wirklich davon ab, das klassische Schulfernsehen, wo du lange in Beiträgen erzählst über
328 ein Thema, ist glaube ich eher ein Abschaltimpuls. Weil sie wollen überrascht werden, sie
329 wollen sehen, was möglich ist. Und je attraktiver das aufbereitet ist, desto mehr werden sie
330 gefesselt und desto eher kannst du damit auch ihr Interesse wecken. Aber zurück zu den
331 Tieren: Tiere sind ganz sicher wichtig. Weil, abgesehen von Plüschtieren, die jedes Kind
332 zu Hause hat, aber es sind so die ersten Lebewesen, auch mit denen Kinder, abgesehen vom
333 Menschen natürlich, in Berührung kommen. Egal, ob das ein Besuch im Zoo ist, oder ob
334 man ein eigenes Haustier hat, das sind schon ganz früh, oder können schon ganz früh, ganz
335 gute Freunde und wichtige Lebewesen von Kindern werden. Und das finde ich total
336 wichtig. Verhaltensregeln auch zu geben oder über die Pflege, wie geht man mit einem Tier
337 um. Das ist ein Lebewesen und zu dem muss ich genauso lieb sein. Das muss ich füttern,
338 das muss ich pflegen. Und einem Kind so etwas schon sehr früh mit auf den Weg zu geben,
339 warum ich das jetzt so auch ein bisschen aus erster Hand sagen kann, weil ich eine Zwei-
340 Jährige Tochter habe und eine Katze zu Hause. Und ich sehe einfach, was dieses
341 Miteinander bedeutet und bewirkt. Und deswegen ist das sicher auch als Fernsehformat,
342 nämlich vielleicht auch für die Kinder, die es nicht zu Hause haben, ein ganz ein wichtiges
343 Element. Das wir ja auch bewusst sein Jahren im Fernsehen haben, auch, wenn sich das
344 Format jetzt geändert hat.

345 *I: Gibt es Herausforderungen, vor denen das Thema Tiersendungen steht? Also kann es*
346 *sein, dass Tiersendungen irgendwann einmal nicht mehr interessant genug sind, in der*
347 *heutigen Media-Welt, wo es wirklich viele Einflüsse auf die Kinder gibt?*

348 B: Naja, es gibt ja auch, wenn man jetzt wieder die Privaten hernimmt. Oder nicht Privaten,
349 sondern die anderen Kindersender, es gibt natürlich auch viel Angebot, was das betrifft.
350 Das heißt, auch hier gilt es wieder die Machart interessant zu machen. Ich glaube nicht,
351 dass das Thema aussterben wird, oder das Interesse aussterben wird. Die Frage ist nur, wie
352 kann man es umsetzen? Und das war auch jetzt im Hinblick, das war zwar jetzt ehrlich
353 gesagt während meiner Karenz, aber ich habe das schon mitbekommen warum und wieso
354 sich das jetzt verändert hat und warum man sich entschieden hat ein neues Format zu
355 machen. Ganz ausschlaggebend war auch hier die Zielgruppe. Weil dadurch, dass wir
356 jünger werden und Miniversum ein gutes Format war, aber doch ein sehr
357 informationslastiges Format war, mit Material aus Universum, was wunderschön und
358 großartig ist. Nur wenn das dann mit vielen, vielen Infos zugetextet wird, hat man gesehen,
359 die Kinder haben es nicht mehr so angenommen, wie es früher vielleicht war. Und schon
360 gar nicht unsere Hauptzielgruppe. Also wir sind ja gesplittet. Also insgesamt drei- bis elf-
361 Jährige und das ist aufgeteilt auf drei bis sechs und sieben bis elf. Und die drei- bis sechs-
362 Jährigen, die funktionieren in unserer Programmfläche nach wie vor ungebrochen gut. Die
363 sieben- bis elf-Jährigen verschwinden muss man ehrlich sagen. Und das ist aber ein Grund,
364 danach richten wir uns. Wir versuchen jetzt nicht krampfartig jemanden zu erreichen, den
365 wir nicht mehr erreichen können. Wir wollen das Geld auch nicht verpulvern. Wir
366 konzentrieren uns mit unseren Ressourcen auf die Zielgruppe, die wir haben, die wir
367 sinnvoll erreichen können. Und das war dann letztendlich auch ein Grund, warum man
368 Miniversum, also warum man auch zu Tollte Tiere gewechselt hat. Weil dort ist jetzt der
369 Moderator der Kater Kurt, eine Puppe, die sicher für die Kleinen schon einmal
370 ansprechender ist und das meine ich sicher nicht wertend. (lacht) Weil ich liebe, also liebe,
371 aber die Christina kenne ich seit sie ein Kind war, die Christina Karnicnik und ich bin froh,
372 dass wir sie noch in Hallo Okidoki im Programm haben. Die Frau Direktor Schratte ist
373 auch eine Fachfrau, brauchen wir gar nicht sagen, wo ich froh bin, dass sie uns auch nach
374 wie vor hinter den Kulissen mit Rat und Tat zur Seite steht. Aber ansprechender für Kinder
375 ist sicher die Puppe, der Kater Kurt. Und jetzt auch, die Sendung ist lebendiger geworden.
376 Also erstens einmal sind Kinder selbst involviert, was ich ganz wichtig finde. Das haben
377 wir ja auch bei anderen Formaten, dass die Kinder dabei sind, auch als
378 Identifikationsfiguren, als diejenigen, die es gleich ausprobieren können. Wie jetzt eben
379 auch die Zooforscher, die ja dann auf der Suche nach dem Tier der Woche sind. Oder aber
380 auch mit den Pflegern ins Gehege zum Teil dürfen und dort Sachen selbst ausprobieren
381 können. Also da sind wir sicher näher an der Welt der Kinder dran und das war auch der

382 Grund für die Umstellung letztendlich. Und das ist aber auch etwas, wo ich glaube, wenn
383 es jetzt wieder im Vergleich zu anderen Tiersendungen, oder anderen Sendern, das sind
384 Dinge, die funktionieren, die die Kinder ansprechen. Und wo wir auch wieder den
385 Österreichbezug haben. Weil abgesehen davon, es ist einerseits der Tiergarten Schönbrunn,
386 den zumindest die Kinder aus Wien und Umgebung kennen, oder auch die anderen, wenn
387 sie mal in Wien waren. Die österreichischen Kinder die integriert sind und involviert sind.
388 Also es ist ein eigenständiges ORF-Format, mit dem wir uns durchaus, glaube ich, im
389 Vergleich zu anderen Tiersendungen, und es funktioniert auch gut. Also, dass wir gut
390 unterwegs sind ja.

391 *I: Die Themen der Sendung Miniversum: Wurden die nur aufgrund der Universum-*
392 *Sendungen von Werner Kohl bestimmt, oder gab es vom ORF auch Vorgaben?*

393 B: Nein, das war schon, nachdem der Werner Kohl auch ein (-) langjähriger, lieber Kollege,
394 ich wollte jetzt eigentlich sagen „alter Hase“. (lacht) Aber das meine ich natürlich sehr
395 positiv, weil ich habe ihn jahrelang sehr geschätzt in dieser Zusammenarbeit. Also er hat
396 das schon sehr eigenständig befüllt. Weil er eben den Kontakt mit den Universum-Kollegen
397 hatte, mit der Rechtfertigung, also weil alles durften wir ja auch nicht verwenden. Und wenn
398 ein Mitarbeiter das jahrelang macht, dann hat auch er den besten Überblick über die
399 Themen. Also wir haben natürlich in der Redaktion eine Kollegin, die dann von ORF-Seite
400 dafür zuständig war. Das war jetzt aber nicht ich, deswegen habe ich auch gar nicht über
401 jede Sendung im Detail Bescheid gewusst. Und auch über die Veränderungen bei
402 Miniversum: Ich habe mitbekommen, also zu meiner Zeit sowieso, natürlich wenn
403 Rubriken geändert wurden, hat man das natürlich vorher abgesprochen. Und wir haben
404 auch geschaut, dass jetzt nicht zehn Jahre alles gleich ist. Es wurde auch das Layout einmal
405 geändert. Dann natürlich die Präsentation, irgendwann war der Wechsel von Direktor
406 Pechlaner zu Direktor Schratter. Und die Rubriken haben sich zum Teil verändert. Aber
407 thematisch hat das der Werner in seiner Hand gehabt und nachdem wir ihn seit langem
408 kennen und wir ja auch früher miteinander gearbeitet haben, als wir alle noch freie
409 Mitarbeiter waren, hatte er da schon sehr freie Hand. Aber natürlich auch wieder alles unter
410 Aufsicht. Also Aufsicht, nein nicht unter Aufsicht, aber in ihrer Funktion als ORF-
411 Verantwortliche, eine Kollegin eben hier in der Redaktion, die auch die Texte vorm Dreh
412 abgenommen hat, die Moderationstexte, die Zuspelungstexte vorher abgenommen hat.
413 Und die fertige Sendung. Also wir hatten da schon auf alles ein Auge, aber er konnte sehr
414 eigenständig vorschlagen und auch machen.

415 *I: Und was war das Besondere an Miniversum? Weil es war doch die erste Sendung mit*
416 *echten Tieren im ORF.*

417 B: Naja toll war halt wie gesagt die Sache mit dem Universum-Material. Also, dass du tolle
418 Tierbilder bekommst, die du nie selber machen könntest. Auch da schon der Bezug zum
419 Tiergarten, also mit dem haben wir ja immer eng zusammengearbeitet, auch Backstage
420 Sachen schon gezeigt. Ich glaube es gab auch dort, was wir heute auch haben. Die Rubrik,
421 das eigene Haustier, das war zwar nicht lange, weil das ein bisschen kompliziert ist, die
422 Kinder ihr eigenes Haustier vorstellen zu lassen. Heißt natürlich auch da muss jemand
423 hinfahren und drehen, weil die selbstgedrehten Sachen nicht immer zur Ausstrahlung
424 optimal waren. Also es war in jeder Hinsicht attraktiv, aber wie gesagt, im Vergleich zu
425 heute zu erwachsen. Es war einfach, ich glaube wirklich und das kann man wahrscheinlich
426 auch belegen, dass sich das Erwachsene mehr, als Kinder angeschaut haben.

427 *I: Gab es Entwicklungen bezüglich der Themen, beziehungsweise der Tiere? Mussten die*
428 *irgendwie anspruchsvoller werden, um für Kinder interessant zu bleiben?*

429 B: Wir hatten da immer eine bunte Mischung. Also es waren immer heimische Tiere und
430 exotische Tiere, wenn man das so nennen will. Also Wildtiere ja. Diese Mischung gab es
431 immer, da hat man jetzt nicht bewusst einen Wechsel gemacht. Ich wollte eigentlich, ich
432 sage es Ihnen ganz ehrlich, über diese Punkte auch mit dem Werner reden, weil er das alles
433 sicher besser, also wenn Sie da von ihm Informationen haben, traue ich mich zu sagen, das
434 sind die vollständigeren. Weil ich in Miniversum zwar als Hauptverantwortliche dann
435 schon, aber ich habe bei dieser Sendung nie aktiv mitgearbeitet. Ich kenne sie, ich weiß so
436 grob über die Entwicklungsschritte Bescheid, aber ich kann Ihnen jetzt nicht sagen wir
437 hatten am Anfang diese Tieren, dann diese Tiere. Meiner Erinnerung nach war es immer
438 eine bunte Mischung und das macht es dann ja letztendlich auch aus. Also ich finde eine
439 Katze oder einen Hund genauso wichtig und informativ, wie den Tiger, den Elefanten, das
440 Krokodil. Und das würde ich auch nicht ändern. Also das würde ich heute auch nicht
441 ändern. Weil das eine ist aus dem unmittelbaren Umfeld und das andere kenne ich wie
442 gesagt entweder aus dem Tiergarten oder, keine Ahnung ob es so etwas auch im Zirkus
443 noch gibt, weiß ich nicht. Bin ich nicht so ein Fan davon. Aus Büchern, also Tiere kommen
444 einem immer unter, egal jetzt welche. Jedes Spiel hat Spielfiguren aus (???) Aber das ist
445 die Katze genauso wichtig, wie der Pandabär und deswegen finde ich auch, dass diese
446 Themenvielfalt wichtig ist. Sowohl heute bei Tolle Tiere, als auch damals bei Miniversum.

447 Und wir waren dort sicher aber auch immer wieder vom Material auch abhängig. Weil das,
448 was wir nicht haben, selber drehen, konnten wir nur im Tiergarten.

449 *I: Und gab es in diesen 16 Jahren Miniversum Veränderungen, an die Sie sich erinnern*
450 *können?*

451 B: Ja die Rubriken, wie gesagt, aber (-) Layout und die Moderation. Es war vom Look, es
452 war irgendwie immer dieses Format, also ich finde nicht, dass sich da der Inhalt komplett
453 geändert hat. Was mir schon noch einfällt zu Miniversum: Wir hatten natürlich so Themen
454 wie die Artenschutztage, oder auch, dass wir in der Au unterwegs waren. So etwas war
455 dann immer ein zusätzlicher Wert. Weil wir rausgegangen sind, aber das war natürlich auch
456 ein finanzieller Faktor, der nicht so oft möglich, also warum das nicht so oft möglich war.
457 Aber an diese Dinge erinnere ich mich schon, weil das waren immer dann Highlights ehrlich
458 gesagt. Wo wir halt nicht aus der gewohnten Umgebung, sondern halt auch im Land
459 unterwegs waren. Und sowas ist halt schon wichtig.

460 *I: Was für Gründe gab es für die Absetzung?*

461 B: Ja eben diese Zielpublikumssache, die ich gesagt habe. Dass, wenn man beim
462 Gesamtprogramm und das war ja nicht nur bei Miniversum so, feststellt, du erreichst die
463 jungen eher, oder nur noch die jungen, dann war das nur ein logischer Schluss, Miniversum
464 jünger zu machen. Und das war schon am einfachsten mit einem kompletten Relaunch, also
465 nicht Relaunch, mit einer Komplettveränderung. Ich persönlich habe auch sehr lange an
466 dieser Sendung festgehalten, weil ich eben (-) so langjährige gute Formate mir dann auch
467 schwer fällt, mich davon zu trennen. Aber rückblickend, es ist dann in der Zeit wo ich nicht
468 da war wie gesagt, verändert worden, natürlich in Absprache mit allen Vorgesetzten. Also
469 das war nicht nur unsere eigene Entscheidung. Aber jetzt sehe ich es als richtigen Schritt.
470 Weil es funktioniert und weil, wenn ich mir die Sendung anschau, ich weiß, das ist für
471 unser Zielpublikum und das passt auch in unsere Programmfläche. Miniversum ist schon
472 durch die Machart und das eher getragene (-) Also es war einfach (-) Ja wenig Unterhaltung,
473 wenig Spaß. Und jetzt nicht, dass ich Unterhaltungsprogramme nur will, aber ich finde
474 beides in einem, beides vermischt. So, dass es die Kinder aufnehmen. Und das ist bei Tolle
475 Tiere gelungen und deswegen finde ich es gut, dass dieser Schritt gemacht wurde. Ohne
476 das jetzt negativ gegen Miniversum zu meinen.

477 *I: Und diese Verjüngung nehme ich an ist auch das, was Sie als besser gegenüber*
478 *Miniversum empfinden würden?*

479 B: Ja! Und auch die Inhalte wie gesagt, die wir vorher schon gesagt haben, dass es die
480 Zooforscher gibt im Tiergarten und die unterwegs sind. Also es ist viel, die Kinder sind
481 viel mehr integriert und werden auch, sie stellen ihr Lieblingstier vor. Also das hat es wie
482 gesagt eben eine Zeit lang bei Miniversum auch gegeben, aber die Kinder sind schon mehr
483 miteinbezogen. Bis hin zum, gut Gewinnspiel hatten wir auch bei Miniversum, aber ja.
484 Also für jüngere und sicher das lebendigere und für Kinder ansprechendere Format.

485 *I: Ja in diesen Sendungen wird eben auch Wissen vermittelt, über Tiere. Wie wichtig,*
486 *beziehungsweise schwierig ist es, Kindern dieses Wissen in einer Fernsehsendung zu*
487 *vermitteln? Muss man da etwas beachten?*

488 B: Ja, die (-) Präsentationsweise! Also alles, was verpackt ist in unterhaltsame, spielerische
489 Präsentation, nehmen die Kinder sicher eher auf und behalten es, als wenn sie einen
490 Monolog haben von einem Moderator oder einem Sprecher. Aber man darf ihnen auch
491 nicht zu viele Informationen geben, das ist ja das nächste. Und wir schauen in unseren
492 Zuspelungen auch bewusst drauf, dass da jetzt zwei, drei Sachen sind, die sie mitnehmen
493 können und, dass wir jetzt nicht alles über den Elefanten erzählen. Weil das können sie
494 nicht behalten. Und das ist auch nicht unsere Aufgabe, dass wir jetzt (-) Kann man alles im
495 Internet, in Büchern, wo auch immer nachlesen. Wir wollen und können das nicht in einem
496 Beitrag alles unterbringen, weil da wären die Kinder überfordert. Es geht ganz sicher darum
497 und das ist in jeder unserer Sendungen enthalten, diese Wissensvermittlung. Aber halt auf
498 diese spielerische Art. Und sie nehmen es an und sie behalten es auch. Und das ist eigentlich
499 finde ich ein großer Erfolg und der zieht sich durch all unsere Formate. Egal jetzt in
500 welchem (-) ob es jetzt ums Essen, um Sprache und Wissenschaft geht, um Geschichte, um
501 Tiere in dem Fall, sie behalten es, weil es eben nicht zu viel ist und attraktiv umgesetzt.

502 *I: Das ist schön! Ein bisschen zur Konkurrenz noch: Wie seht spürt man diese immer mehr*
503 *aufkommende Video-on-Demand-Konkurrenz, also Netflix, Amazon Prime und so weiter?*

504 B: Also laut Ergebnissen, die wir intern bekommen, sind die für uns, und jetzt gehe ich aber
505 wieder aufs kleinere Zielpublikum, keine Konkurrenz, noch keine Konkurrenz. Weil, das
506 ist jetzt wiederum eine Studie von Super RTL, sechs- bis neun-Jährige, für die ist der
507 Fernseher zum Beispiel immer noch die Nummer eins. Natürlich, teilweise schon Video-
508 on-Demand, deswegen ist auch wichtig, dass wir mit unseren Formaten in der TVThek
509 vertreten sind. Aber für die Jüngeren ist das noch nicht so das Thema. Natürlich, die Eltern
510 bestimmen es oft, das ist klar. Weil die haben ja auch DVDs zu Hause, oder lassen ganz

511 gezielt sie nur einzelne Sendungen anschauen. Aber für unser Zielpublikum ist es jetzt noch
512 nicht so ein Thema würde ich sagen. Und wenn, ist es wichtig, dass wir dort vertreten sind.
513 Und der ORF hat ja jetzt, das sollte ich jetzt besser wissen, aber es gibt ja auch dieses
514 Flimmit. Das ist eine Plattform, in Zusammenarbeit mit dem ORF, und da weiß ich nur,
515 dass auch Sendungen von uns abrufbar sind. Also wir schauen da schon, oder nicht wir,
516 sondern die Enterprise, dass das Kinderprogramm da auch vertreten ist. Aber man muss
517 halt schon aufpassen, weil dadurch, dass wir wie gesagt Co-Produktionen mit dem ZDF
518 haben und am KiKA laufen, dass wir viel selber wiederholen und DVDs produzieren. Also
519 ich würde jetzt unser Programm ungern in alle Richtungen verstreuen, weil sonst schauen
520 sie es irgendwann wirklich nicht mehr bei uns. Aber derzeit, es ist sicher mehr im Kommen,
521 das ist mir schon klar und bei den größeren ist es sicher so, aber die kleinen sind schon
522 noch froh, wenn sie wissen zu der Uhrzeit, an dem Tag empfangen ich meinen Kasperl oder
523 den ABC-Bären. Oder wenn es die Eltern wissen ehrlich gesagt. Weil die ganz kleinen
524 Kinder haben da noch nicht so das Auge drauf. Aber ja, es ist sicher alles in Veränderung
525 und da sollte man auch mithalten. Nur, ich weiß jetzt gar nicht ob die Frage noch kommt
526 oder nicht, aber Sie haben vielleicht auch auf unsere Homepage geschaut, das ist alles, was
527 wir in dem Bereich haben. Wir haben weder eine App, wir haben keine Spiele auf der
528 Homepage, wir haben keine Videos auf der Homepage. Also wir hinken da sehr, sehr nach.
529 Und das hat aber auch wieder viele Gründe, allen voran natürlich finanzielle, teilweise
530 rechtliche Gründe. Ja, das heißt auch hier muss ich ganz ehrlich sagen, wir konzentrieren
531 uns auf unser Programm, das in ORFeins läuft, das am KiKA läuft und in der TVThek. Und
532 bei den anderen Bereichen kann ich derzeit nicht wirklich mithalten.

533 *I: Und glauben Sie, dass Video-on-Demand irgendwann in Zukunft das Ende des*
534 *klassischen Kinderfernsehens, für öffentlich-rechtliche Sender, bedeuten könnte?*

535 B: Naja, für öffentlich-rechtliche, sage ich jetzt einmal: so lange es im Gesetz steht, denke
536 ich nicht. Vielleicht wird es reduzierter, was ich auch nicht hoffe natürlich. Weil, außer das
537 Wochenende, die Vormittage sind wir eh (-) Also in der Früh, die Zeit haben wir auch zwei
538 Stunden jeden Tag. Aber von sechs bis acht (-) Ja, sei dahingestellt. Also, traue ich mich
539 nicht zu beurteilen, aber komplett würde ich nicht sagen. Weil der ORF, solange es den
540 ORF in dieser Form gibt und das im Gesetz steht, wird auch das Kinderprogramm sicher
541 ein Thema sein. Und sicher nicht nur Serien, weil eben dadurch sind wir dann wiederum
542 nicht so unterscheidbar von den anderen Kindersendern.

543 *I: Wo sehen Sie die Vorteile des klassischen Kinderfernsehens, gegenüber diesen Video-*
544 *on-Demand-Angeboten?*

545 B: Naja, eben, dass man eine Fläche hat, die wiedererkennbar ist. Dass ich nicht nur
546 einzelne Formate ohne davor und danach habe, sondern wir sind eine Welt mit all unseren
547 Kurzprogrammen. Also, Serien, Trailern, Gewinnspielen. Das hat ja auch alles eine Farbe,
548 ein Design. Ich glaube, wenn man sich das regelmäßig anschaut, dann weiß man schon, das
549 ist unsere Fläche für Kinder, die jetzt, speziell am Wochenende, mit Hallo Okidoki auch
550 sehr verbunden ist, die einzelnen Formate. Also das war ja auch ein grundwichtiger Schritt,
551 dass man diese Welt wieder lebendiger hält, indem man sich nach jeder Sendung meldet:
552 Du kannst jetzt mitspielen, da kannst du hinschreiben. Also einfach die Kinder wieder auch
553 mehr anspricht zwischen den einzelnen Formaten. Und das ist natürlich etwas, was mir nur
554 am Schirm gelingt. weil die ganze Fläche habe ich ja nicht eins zu eins irgendwo abrufbar.
555 Und ich glaube, wenn man eine Welt mag und an sie gewöhnt ist, dann suche ich die auch
556 immer wieder. Und das kann mir dann keine DVD geben, auch, wenn ich die Sendung mag.
557 Aber so dieses ‚Wir sind dort zu Hause‘, der Rahmen, das wollen wir halt schon so
558 beibehalten, solange wir die Möglichkeit haben. Und hoffen auch den Kindern diesen
559 Wohlfühlfaktor irgendwie da mitzugeben.

560 *I: Gibt es neue Ideen, um eben der Konkurrenz die Stirn bieten zu können?*

561 B: Ja derzeit keine komplett neuen. Also wir haben bei (-) Wir entwickeln die eine oder
562 andere Sendung weiter, so wie wir eben heuer das mit dem ABC-Bären in Englisch
563 gemacht haben, gibt es jetzt für Schmatzo ab nächstem Jahr, also für die Kochsendung,
564 neue Ideen. Es wird quasi, also die Formate derzeit, also es wird sich schon wieder einmal
565 komplett ändern, aber das ist jetzt nicht in den nächsten ein, zwei Jahren angedacht. Jetzt
566 haben wir eh gerade die Tollen Tiere neu, also jedes Jahr haben wir jetzt auch nichts neues.
567 Aber ich sage einmal wenn, dann 2019 wahrscheinlich. Bis dahin planen wir eher mit den
568 Formaten zu arbeiten, die wir haben. Und die aber in sich weiter zu entwickeln oder zu
569 adaptieren und neue Elemente einzufügen. Um sie quasi wieder frisch zu halten.

570 *I: Wäre es eine Option, Ihrer Meinung nach, das Kinderprogramm, so wie ARD und ZDF*
571 *das gemacht haben mit KiKA, komplett auf einen eigenen Sender auszulagern, um eben*
572 *Ausfälle durch Sport, et cetera, zu verhindern?*

573 B: Das war jetzt natürlich eine Idee, die es schon gab, aber bei uns, intern, muss ich ehrlich
574 sagen. Es gab dann auch einmal Gespräch, hausintern, aber die waren nie realistisch. Also

575 man hat das Thema nicht ernsthaft angedacht. Wir haben wie gesagt überlegt, dass das
576 schön wäre, genau aus den Gründen, die Sie sagen. Weil man dann mehr Fläche hat und
577 kontinuierlich auch für die Kinder da ist. Aber, fragen Sie mich jetzt wo, es war irgendwo
578 gar kein Thema und somit glaube ich auch nicht dran. Vor allem sieht man es jetzt eher so,
579 da es uns gelungen ist, diese Co-Produktionen zu schaffen, unter denen wir ja federführend
580 sind. Also es ist ja so, dass das ORF-Produktionen sind. Aber aufgrund dessen, dass das
581 Co-Produktionen sind und wir dadurch am KiKA laufen, sieht man das jetzt glaube ich,
582 oder was heißt glaube ich. (-) Das ist schon ein wichtiger Schritt gewesen, dass man den
583 eigenen Sender, abgesehen davon, also das ist natürlich schon auch wichtig: Wenn es
584 diesen Sender gäbe, wie viele Stunden auch immer, den täglich zu befüllen, frage ich mich
585 auch, wie wir da schaffen würden. Also ja, eigentlich würde es da sehr, sehr viele
586 Wiederholungen geben und nein, das ist sicher nicht machbar. Einerseits glaube ich nicht
587 gewünscht, oder entspricht nicht der Philosophie oder was auch immer. Aber es gibt sicher
588 auch nicht das Geld dafür. Aber für die Macher wäre es natürlich schön! Wir würden jede
589 Sendefläche nehmen, die man uns gibt! (lacht) Aber es ist unrealistisch.

590 *I: Wo steht das ORF-Kinderfernsehen, Ihrer Meinung nach, im Vergleich zu den reinen*
591 *Kindersendern in Deutschland? Auch den privaten jetzt zum Beispiel?*

592 B: Für die österreichischen Kinder meinen Sie?

593 *I: Ja!*

594 B: Naja, da gibt es so Auswertungen. Wir bekommen halbjährlich einen Bericht von der
595 ORF-Medienforschung und demnach sind wir am Wochenende an zweiter Stelle, was ich
596 sehr positiv finde. Weil wir A nicht jedes Wochenende sind und man uns, also wie gesagt,
597 nicht diese tägliche Kontinuität haben, die die anderen Sender haben und dieses Angebot.
598 Und von daher finde ich es super, dass wir an zweiter Stelle sind ehrlich gesagt. Also es
599 war auch schon schlechter muss man dazu sagen. Also wir waren auch schon einmal auf
600 Platz drei, vier. Von daher muss ich sagen, behaupten wir uns ganz gut mit unserer kleinen,
601 aber feinen, Fläche. Aber das spricht auch wiederum fürs Programm, weil, wenn es Kinder
602 gibt, die das jede Woche, trotz des anderen Angebots anschauen, ja, das ist eigentlich, wie
603 man es sich vorstellt.

604 *I: Wodurch unterscheidet sich das ORF-Programm Okidoki von KiKA? Gibt es da große*
605 *Unterschiede?*

606 B: Ja, Unterschiede, es ist wie gesagt das österreichische, was durchdringt. Sicher auch die
607 Formate, die schon anders ausschauen, eh klar. Die Themen hat der KiKA genauso wie
608 wir. Serien haben wir auch teilweise die gleichen. Also KiKA hat auch ein super tolles
609 Layout, also auch eine Welt. Brauchen wir gar nicht sagen, der braucht das ja viel mehr als
610 wir mit seiner vielen Sendezeit. Also, abgesehen jetzt von den Sendungen und dem
611 Österreichbezug, ist der KiKA, nachdem er auch öffentlich-rechtlich ist und keine Werbung
612 hat und auf ähnliches Wert legt, wie wir, und ja auch einen Auftrag zu erfüllen hat, was das
613 Zielpublikum betrifft. Ja gut, der KiKA hat die Nachrichten die täglichen, mit Logo. Das
614 ist natürlich super. Aber, um sieben am Abend, wo wir ja schon längst nicht mehr senden.
615 Also man muss schon auch immer abwägen, zu welcher Zeit schaut wer und was bietet
616 man dort an. Und da versuchen wir halt das bestmögliche zu machen und für uns ist es wie
617 gesagt ein gutes Zeichen, wenn unsere Sendungen auch dort funktionieren. Aber das wir
618 jetzt komplett (-) Die haben mehr Möglichkeiten ja, aber natürlich sind es ähnliche Themen,
619 die wir behandeln. Weil wir halt beide öffentlich-rechtlich sind und fürs gleiche
620 Zielpublikum arbeiten.

621 *I: Generell noch zu Kindern und Fernsehen: Welche Rolle, glauben Sie, spielt das*
622 *klassische Fernsehen, in Zeiten des immer mehr aufkommenden, oder immer präsenter*
623 *werdenden Internets, auch für junge Kinder?*

624 B: Naja, sie sind es schon gewohnt. Ich denke jede Familie hat einen Fernseher zu Hause,
625 oder jeder Haushalt hat einen Fernseher und die Kinder bekommen schon mit, dass das so
626 das tägliche (-) Also nicht bei jedem, so ein tägliches Fenster nach außen vielleicht ist. Dass
627 sie aber auch dieses mobile, wenn ich unterwegs bin, oder am Handy, am iPad, wo auch
628 immer, am Tablet, oder im Internet abrufen können, das bekommen die auch sehr früh mit.
629 Also ich denke für die Kinder von heute ist das einfach selbstverständlich, dass sie auf
630 unterschiedlichen Kanälen, oder auf unterschiedlichen Geräten, Programm, teilweise
631 unterschiedliches, teilweise dasselbe, abrufen können. Das gehört für die schon mit einer
632 Selbstverständlichkeit dazu. Da hängt's halt wahrscheinlich eher davon ab, wie das zu
633 Hause praktiziert wird. Weil, je weniger die Eltern schauen, desto weniger ist das für das
634 Kind relevant. Und wenn jemand ständig vorm Computer sitzt, wird es das Kind auch eher
635 zum Computer ziehen. Ich bin selber sehr neugierig, wie sich das die nächsten Jahre
636 entwickelt. Aber noch, und wie gesagt, das ist ja auch in Studien bestätigt, ist angeblich bis
637 neun-Jährigen, der Fernseher das Gerät Nummer eins. Ich meine es ist halt bei vielen, zum
638 Beispiel so Sachen wie Facebook, weil natürlich haben wir uns auch damit befasst. Das ist

639 aber offiziell erst ab 13. Das heißt, das ist für uns zum Beispiel gar kein Thema. Wir sind
640 ein Fernsehsender und konzentrieren uns auf das Fernsehprogramm und sind froh, dass wir
641 in der TVThek abrufbar sind. Aber ansonsten haben die Kinder natürlich die anderen
642 Angebote und da müssen wir selber schauen, wie sich das entwickelt. Aber noch erreichen
643 wir sie.

644 *I: Und was denken Sie über die Entwicklung, dass Kinder schon in sehr jungen Jahren, wie*
645 *sie auch gesagt haben, Okidoki ist verjüngt worden, vor dem Fernseher sitzen?*

646 B: Ich denke, dass man daran nicht vorbeikommt. Also das ist einfach so. Die Frage ist
647 natürlich, in welchem Ausmaß? Das gilt es von den Eltern zu regulieren. Also ich sehe es,
648 und das auch wieder jetzt, früher hätte ich das vielleicht anders gedacht, aber ich sehe es
649 jetzt auch, es ist mit zwei Jahren und das hat natürlich (-) Also auf meine Tochter bezogen.
650 Und es war auch schon vor einem halben Jahr so, es ist unvermeidbar, ihr das Handy nicht
651 in die Hand zu geben. Das hätte ich früher vielleicht anders beurteilt und mir gedacht ‚Um
652 Himmels Willen, was machen die?‘ Es geht heutzutage nicht. Weil, wenn man selber mit
653 dem Handy gesehen, also egal ob telefonierend, fotografierend, oder einfach ja (-) Und es
654 ist auch okay, weil ich meine die Kinder haben in der Schule den Computer und das wird
655 in Zukunft noch viel anders werden. Wir werden schon mit dem iPad in die Schule gehen.
656 Es ist einfach anders und deswegen wollen wir uns da auch nicht (-) Also das sehe ich auch
657 nicht als falsch, aber es geht um die Zeit. Und das ist aber beim Fernseher genauso, wie
658 vorm Tablet. Also das müssen die Eltern regulieren. Aber eine gewisse Erfahrung schon in
659 frühen Jahren damit zu machen sehe ich jetzt eigentlich nicht als schädlich.

660 *I: Wie muss sich Ihrer Meinung nach das Kinderfernsehen entwickeln, damit es eben in*
661 *dieser heutigen Internet-Medien-Welt noch hochwertiges Programm bieten kann?*

662 B: Naja, nach wie vor ein wichtiges Augenmerk auf die einzelnen Formate legen. Dann
663 Themen so anzubieten, dass sie bei den Kindern gut ankommen. Also ehrlich gesagt, eh so
664 wie wir es jetzt schon versuchen. Wie sehr sich das entwickeln wird, oder in welche
665 Richtung, kann man nur beobachten und dann nachziehen. Also nicht nachziehen,
666 mitziehen! Aber in Wirklichkeit denke ich, dass mit gutem Programm (-) Man kann es nur
667 mit gutem Programm versuchen und hoffen, dass man nicht verdrängt wird von allen
668 anderen.

669 *I: Was hat sich seit Ihrer Anfangszeit an dem Medienverhalten der Kinder entwickelt?*
670 *Haben Sie das irgendwie mitbekommen?*

671 B: Naja, sicher auch die Tatsache, dass es früher nur den Fernseher gab. Das kenne ich ja
672 auch von mir. Und jetzt viele andere Faktoren und ich meine jetzt nicht nur den Computer.
673 Also es ist vielleicht, die ganzen Tagesabläufe sind vielleicht jetzt anders bei einem Kind,
674 oder ganz sicher. Sie kommen später von der Schule, sie haben Hobbies, sie haben Kurse.
675 Also das heißt, sie haben A, nicht mehr so viel Zeit wahrscheinlich. Und B, sind es natürlich
676 die anderen Themen, wie wir eh schon gesagt haben. Computer, Internet, die sie fesseln
677 und die ihnen auch ein spannendes Freizeitangebot bieten. Also sie brauchen den Fernseher
678 nicht mehr so 100%ig. Und was natürlich auch die Frage ist, wenn wir jetzt zurückgehen
679 zur Sendezeit: Früher, wie wir die Sendezeit hatten, weiß ich nicht, das war bis fünf, oder
680 auch mal bis sechs viel früher glaube ich. Da siehst du natürlich auch wenn du nach Hause
681 kommst noch Kinderprogramm. Wenn ich heute Kinderprogramm sehen will am
682 Nachmittag oder am frühen Abend, dann kann ich es nur auf den Spartenkanälen oder
683 abrufen in diversen Foren. Das wissen die Kinder und so leben sie auch. Ja, es ist so, der
684 klassische Fernseher, also sie machen einfach die Entwicklung mit, die die Zeit ihnen
685 vorgibt, die wir alle mitmachen in Wirklichkeit. Es ist ja bei den Erwachsenen nichts
686 anderes in Wirklichkeit. Weil die empfangen, oder die schauen auch gezielter.

687 *I: Ja es wird einfach anders. Wie wichtig ist es dem ORF-Kinderprogramm, die*
688 *Entwicklung von Kindern zu fördern oder zu unterstützen?*

689 B: Ja sehr wichtig! Also in Form von unseren, auch aufgrund unserer Formate, die wir
690 haben zu den unterschiedlichsten Themen. Jetzt, auch, wenn ich den ABC-Bären wieder
691 hernehme: Da geht es um soziale Geschichten, die jeder erlebt. Wie: Freunde streiten,
692 Lügen. Also Themen einfach im menschlichen Zusammenleben, die wir den Kindern da
693 schon vermitteln. Das ist auch beim Kasperl schon vermittelt worden. Also ich sage einmal
694 für jedes Alter, für jede Lebenslage sollen die Kinder etwas mitnehmen. Und nicht nur aus
695 dem Wissensbereich, sondern auch für das ganz normale Alltagsleben. Und das kommt bei
696 uns in vielen Sendungen vor. Aber halt jetzt auch nicht so, dass wir sagen ‚So und heute
697 geht es darum‘ und es erzählen lang und breit. Sondern umgesetzt in einer Geschichte, wo
698 man quasi indirekt aufnimmt, was man ihnen mitgeben will.

699 *I: Ist es auch ein Thema Kindern ein Medienbewusstsein zu vermitteln? Kann man das so*
700 *jungen Kindern schon vermitteln?*

701 B: Naja in den Sendungen selber (-) Wir machen in Hallo Okidoki vielleicht den ein oder
702 anderen Beitrag darüber, also wir haben zum Beispiel die App-Tipps auch. Da behandeln

703 wir die Welt, die die Kinder interessiert und stellen ihnen da spannende Apps zum Beispiel
704 vor. Oder übers Internet haben wir auch hin und wieder das ein oder andere Thema. Aber
705 das man jetzt sagt wir berichten, oder behandeln das laufend, nein sicher nicht.

706 *I: Welche Veränderungen nehmen Sie in den letzten 20 Jahren am Kinderpublikum wahr?*

707 B: Es wird jünger. Sie haben natürlich auch vom (-) Was die Machart betrifft, es ist sicher
708 alles viel schneller geworden. Also im Vergleich auch wiederum zu früher. Weil wenn man
709 sich alte Sachen anschaut, Serien vor allem, das ist ja betont langsam. Es werden ja auch
710 die Serien neu. Animationsfilme wie die Biene Maja, der Wickie, die Heidi, ist ja auch alles
711 im neuen Look heute. Also, es muss schon an die Zeit angepasst werden. Also wir wollen
712 eben die Sendungen so machen, dass sie die Kinder von heute aufnehmen, also auch in
713 ihrer Machart her. Was eben die Geschwindigkeit, die Deko, die Farbe, die Welt einfach
714 ansprechender, zum heutigen Leben passend. Und die Veränderungen sind sicher die, dass
715 sie mehr, also eh was wir eigentlich schon gesagt haben, dass sie viel mehr Möglichkeiten
716 haben. Oder viel mehr Aufgaben vielleicht auch haben, als jetzt nur klassisch fernzusehen.

717 *I: Apropos Fernsehen: Wie viel sollten Kinder Ihrer Meinung nach fernsehen?*

718 B: Ja da gibt's ja viele kluge Aussagen, nach Altersstufen. Also ich habe sie mir jetzt nicht
719 alle einverleibt, aber ich sage einmal eine Stunde sehe ich als ausreichend ehrlich gesagt.
720 Oder vielleicht am Wochenende einmal zwei. Aber sicher keinen halben Tag. Ist jetzt aber
721 meine Meinung, die genaue Zahl von Experten, die da genannt wird, habe ich jetzt nicht
722 im Kopf. Vor allem das ist ja aufbauend aufs Alter.

723 *I: Ein bisschen noch zur Auswahl von Sendungen: Nach welchen Kriterien werden die*
724 *Sendungen ausgewählt?*

725 B: Naja man schaut natürlich was hat man schon. Und (--) Für mich sind manche Sachen
726 einfach ganz wichtig. Die Puppensendung, das Wissenschaftsformat. Dann so etwas wie
727 Hallo Okidoki, wo ich noch aktuell reagieren kann. Tiere, Kochen, also ich finde das ist
728 schon eine Vielfalt. Was wir jetzt nicht eigens produzieren, da haben wir aber auch „1, 2,
729 oder 3“ als Co-Produktion, ist eine Gameshow. Hat vielleicht auch den
730 Wiederholungsfaktor. Also kann man schon wiederholen, aber fünf Jahre später, wenn die
731 Kinder dann schon erwachsen sind. Also das hatten wir auch, wir hatten den Drachenschatz,
732 der wirklich gut gemacht war und eine spannende Quiz-Show war für Kinder. Aber den
733 haben wir Jahre später noch wiederholt, bis wir dann beschlossen haben (-) Man muss es

734 auch auf Richtigkeit dann überprüfen. Weil es ändern sich doch gewisse Dinge, wo dann
735 auch vielleicht die Fragen nicht mehr stimmen. Oder die Antworten der Fragen nicht mehr
736 stimmen. Und es war dann auch eine Frage Kosten, Nutzen, Repertoire. Deswegen haben
737 wir das aktuell nicht. Ja und was leider auch aus Kostengründen auf der Strecke geblieben
738 ist, ist der Tom Turbo als Fiktionalprogramm. Also so etwas hätte ich natürlich schon auch
739 gerne. Nur da bin ich halt jetzt auch realistisch genug, um zu wissen, gibt es nicht, wird es
740 auch so schnell nicht mehr geben. Aber dadurch glaube ich, dass wir thematisch sehr gut
741 aufgestellt sind. Wir haben viel Musik, also innerhalb unserer Sendungen wird sehr viel
742 gesungen, getanzt. Oder da gibt es auch eigene kurze Formate, wie die Freddy-Lieder, dass
743 ich denke, dass wir thematisch sehr gut und sehr vielseitig aufgestellt sind. Also es gibt
744 jetzt, außer das Fiktionale und Quiz und Game, wo ich aber wie gesagt aus den genannten
745 Gründen jetzt auch nicht so die Notwendigkeit sehe, weil wir eh „1, 2, oder 3“ haben (-) Ja
746 und Nachrichten, das habe ich aber eh schon gesagt. Nachrichten wäre ein Luxus, der schön
747 und auch nicht unwichtig wäre, aber den wir uns jetzt eben nicht leisten können.

748 *I: Und wer wählt diese Themen aus?*

749 B: Das ist unterschiedlich. Also wir bekommen die Vorschläge, oder wir bringen sie ein.
750 Und in Form von Sitzungen beschließt man dann, ja so, so, so oder man verbindet zwei.
751 Also das ist halt ein Prozess. Wir haben ja regelmäßigen Austausch, regelmäßige Treffen.
752 Nicht nur mit dem Thomas, sondern auch mit seinem Team, also in der Produktionsfirma
753 meine ich jetzt von der Kids TV, oder Tower10 heißen sie jetzt. Also wir können dort
754 natürlich als Auftraggeber alles vorgeben. Und das tue ich auch, im Sinne von: Wenn es
755 Themenschwerpunkte gibt, wie jetzt Mutter Erde, bewusst gesund, zur Licht ins Dunkel-
756 Zeit. Auch immer ein bisschen in diese Richtung gehen, soziale Geschichten vermehrt zu
757 machen. Also das sind so Vorgaben, die geben wir. Und dann kommen Vorschläge, das
758 und das und das hätten wir gefunden und dann entscheidet man sich einfach. Aber so ist
759 diese regelmäßige Zusammenarbeit.

760 *I: Und welche Rolle spielen die Entwicklungsstufen bei Kindern? Also jetzt bei der*
761 *Sendungsauswahl oder der Altersempfehlung?*

762 B: Naja, wir orientieren uns wie gesagt eher an Schulanfängern, oder rund um die
763 Schulanfänger. Weil da die Kleinen auch zuschauen. Also wir wollen es nicht zu niedrig
764 ansetzen, das will ich eigentlich dazu sagen, damit wir nicht die Schulanfänger dann schon
765 wieder verjagen. Also die Kleinen schauen bei den Programmen der Größeren auch zu. Mit

766 größer meine ich aber jetzt wie gesagt so sechs, sieben, acht. Da schauen die drei-, vier-
767 Jährigen genauso zu, auch wenn sie jetzt noch nicht alles eins zu eins verstehen. Aber es
768 wird ihnen auch nichts passieren. Also wir werden sicher nicht irgendetwas erzählen oder
769 inhaltlich haben, was für Kleine gar nicht geeignet ist. Ich sage einmal in unserer
770 Programmfläche kann klein und groß zuschauen, von der Umsetzung her und von den
771 Themen her. Die Frage ist, nach oben hin, irgendwann erreicht man sie halt einfach nicht
772 mehr. Aber das ist auch Sendezeit bedingt und deswegen konzentrieren wir uns auf das was
773 wir wie gesagt haben. Aber wir machen es in erster Linie für Schulanfänger, so aber auch,
774 dass die Kleineren schon etwas davon haben und die Größeren auch noch etwas mitnehmen.
775 Solange es ihnen nicht zu kindisch ist, sagen wir es so. Weil ich denke es geht dann weniger
776 um die Programme, die die Kinder nicht mehr wollen, als, es ist nicht mehr cool,
777 Kinderprogramm zu schauen. Das ist glaube ich eher dann etwas wozu ich mich nicht mehr
778 bekennen würde, auch, wenn ich die eine oder andere Sendung durchaus in Ordnung finde.

779 *I: Wie werden die Vorlieben des Zielpublikums festgestellt? Gibt es da Studien, die sie*
780 *heranziehen?*

781 B: Ja, aber das sind eher keine eigenen Studien, die vom ORF gemacht werden, sondern da
782 informieren wir uns eher über internationale Studien, die es immer wieder gibt. Oder was
783 wir auch, aber auch nur vereinzelt machen, das war zuletzt beim ABC-Bären vor ein paar
784 Jahren, dass wir Formate, die wir haben, abtesten lassen, mit der Zielgruppe natürlich und
785 dann sehen, was ist besonders interessant, was nehmen sie besonders mit, was weniger.
786 Welche Spiele sind zu schwierig, was zu einfach? Also anhand eines Formats schauen, sind
787 wir da richtig unterwegs, wo können wir noch ansetzen, um es zu optimieren. Ja, das
788 passiert aber jetzt nicht jedes Jahr mit jedem Format. Aber das sind natürlich sehr
789 interessante, also das bringt einem dann eigentlich am meisten, am eigenen Produkt zu
790 schauen, wie kommt es in der Zielgruppe an. Ansonsten sind es offizielle internationale
791 Studien, wo wir uns informieren.

792 *I: Ein bisschen noch zu den Sendungsstunden: Ich habe da eine Aufstellung gemacht, mit*
793 *Daten, die ich gefunden habe. 2009 waren es 1407 und das war der letzte Höhepunkt, seit*
794 *dem ist es*

795 B: Und Sie meinen ausstrahlungsmäßig? Also das, was der ORF ausstrahlt?

796 *I: Das war in den Public Value-Berichten drinnen.*

797 B: Okay. Und das ist dann weniger geworden? Mhm.

798 *I: Also es gab von 2014 auf 2015 wieder einen leichten Anstieg.*

799 B: Und das wundert mich aber an sich, weil es war 2013, oder spätestens (-) Also es ist so:
800 Ich kann es jetzt nur rückblickend von Okidoki und das kommt eh ziemlich genau hin. Weil
801 2008 war es so, dass wir gehabt haben die Früh zwei Stunden, zu Mittag zwei Stunden.
802 Und das Wochenende war aber immer in diesen zwölf Stunden wie jetzt. Also maximal
803 zwölf Stunden, es sind am Samstag sechs und am Sonntag fünfeinhalb. Aber sprich, am
804 Wochenende hat sich in der Fläche von der Länge nichts verändert. Unter der Woche waren
805 es vier Stunden täglich, also zwei mal zwei. Und dann war aber 2013, und deswegen ist mir
806 das mit 2009 nicht ganz klar, 2013 auf 2014, irgendwann in dem Zeitraum hat man dann
807 den Nachmittag gestrichen. Zuerst auf eine Stunde gekürzt und dann komplett gekürzt.
808 Also dann ist es ganz sicher um diese zehn Stunden unter der Woche weniger geworden.
809 Die Public Value-Berichte, nachdem die ja mit uns zusammen, oder wir geben ja die
810 Informationen vor, die setzen sich so zusammen (-) Also das ist das einzige, was ich jetzt
811 als Anhaltspunkt habe, zu dem was Sie sagen, dass wir die Eigenproduktionen, dass das
812 jetzt gar nichts mit der Sendezeit an sich zu tun hat, sondern, dass wir die ausgestrahlten
813 Eigenproduktionen uns anschauen. Wurscht, ob Neuproduktion oder Wiederholung, und
814 so auf die Minuten kommen. Also ich sehe, jetzt habe ich so und so viele Wochenenden
815 Tom Turbo, mit 25 Minuten ausgestrahlt. Und man müsste jetzt schauen, wie man (-) Also,
816 das stimmt sicher, nur ich kann es jetzt nicht genau sagen, wie man auf das kommt. Aber
817 eigentlich werden die Eigenproduktionen zusammengerechnet, über das ganze Jahr. Ich
818 weiß nur, dass wir das immer so zusammengerechnet haben, welche Sendungen gab es, in
819 welcher Folgenanzahl. Und irgendwer wird sich dann die Arbeit gemacht haben, das noch
820 in Minuten umzurechnen, oder in Stunden letztendlich. Aber für Sie zur Information, es
821 wurde nicht weniger, mehr. Weniger wurde es definitiv da 2013 oder 2014 mit der
822 Streichung des Nachmittags. Dann wurde es ganz sicher weniger. Und was ich jetzt auch
823 nicht weiß, ob das da einfließt, aber meiner Meinung nach nicht, auch diese Sportsachen.
824 Also wie viele Wochenenden man weniger hat. Nur das ist eigentlich fast jedes Jahr gleich.
825 Also wir entfallen immer zur selben Zeit, ähnlich oft. Außer es sind dann noch olympische
826 Spiele oder WM oder was weiß ich.

827 *I: Herzlichen Dank für dieses informative Gespräch*

23.2 Auswertung nach Mayring

Auswertung Interview Werner Kohl

Zeile	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
20-22	1	Haben uns Nationalparksendungen ausgedacht, damit nicht nur Drehs im Tiergarten.	Mehr Drehorte für mehr Vielfalt	K1 – Themenvielfalt und Innovation sind wichtig
25-28	2	Bürojob war langweilig, Kinderfernsehen mit der Programmschiene Ich und Du war grandios.	Spaß an der Produktion von Kinderfernsehen	K2 – Kinderfernsehen macht Spaß
30-33	3	Konnten machen was wir wollen: gewissen Regeln wurden eingehalten, aber trotzdem an Grenzen gegangen.	Hohe Kreativität beim Kinderfernsehen	K2 – Kinderfernsehen macht Spaß
33-35	4	Hat Spaß gemacht, was sich auch auf Programm ausgewirkt hat.	Spaß an der Produktion von Kinderfernsehen	K2 – Kinderfernsehen macht Spaß
43-48	5	Jeder hatte seinen Zuständigkeitsbereich, aber große Hilfsbereitschaft gegenüber Kollegen. War super, hat Spaß gemacht.	Hohe, Hilfsbereitschaft, Spaß an der Produktion von Kinderfernsehen	K2 – Kinderfernsehen macht Spaß
58-61	6	Kinder sind angenehmes Publikum, da sie bei Desinteresse abschalten. Artikulieren Kritik noch nicht direkt.	Keine direkte Kritik von Kindern	K3 – Kinder als Publikum angenehmer als Erwachsene
61-63	7	Haben Sendungen gemacht, die wir als Kindern auch selbst gerne gesehen hätten.	Bedürfnisse von Kindern bestimmen Sendungsinhalte	K4 – Sendungen auf Interessen/Bedürfnisse/Entwicklungen von Kindern abgestimmt
64-68	8	Waren unterbudgetiert und mussten deswegen um die Ecke denken.	Hohe Kreativität beim Kinderfernsehen	K2 – Kinderfernsehen macht Spaß
72-73	9	Kinder sind noch nicht so kritikfähig.	Keine direkte Kritik von Kindern	K3 – Kinder als Publikum angenehmer als Erwachsene
73-75	10	Kinder ist schnell langweilig, aber wenn sich etwas tut, dann bleiben sie aufmerksam.	Kinder einfacher als Erwachsene	K3 – Kinder als Publikum angenehmer als Erwachsene
75-77	11	Kinder sind mit fast jedem Jahr in einer neuen Entwicklungsstufe.	Bedürfnisse von Kindern bestimmen Sendungsinhalte	K4 – Sendungen auf Interessen/Bedürfnisse/Entwicklungen von Kindern abgestimmt

78-81	12	Alter der Zielgruppe höher angesetzt, da durch Wiederholungen „Lernstoff“ irgendwann hängen blieb.	Höheres Alterslevel fördert Lernen	K5 – Höheres Alterslevel der Sendungen fordert Kinder auf positive Weise heraus
83-86	13	Kinderprogramm sollte nicht am untersten Alterslevel ansetzen, sondern eine Herausforderung sein.	Höheres Alterslevel fördert Lernen	K5 – Höheres Alterslevel der Sendungen fordert Kinder auf positive Weise heraus
91-97	14	Haben viel Sendeﬂäche bekommen, innovatives Programm war notwendig.	Innovation notwendig	K1 – Themenvielfalt und Innovation sind wichtig
103-105	15	Programm war sehr innovativ und kreativ, wurde später professionalisiert und ging zurück.	Innovation notwendig	K1 – Themenvielfalt und Innovation sind wichtig
109-110	16	Themen waren Tiere - für Kinder an der obersten Altersgrenze	Höheres Alterslevel fördert Lernen von Tier-Inhalten	K5 – Höheres Alterslevel der Sendungen fordert Kinder auf positive Weise heraus
115-116	17	Miniversum war relativ erwachsen, es haben auch Senioren zugeschaut.	Hohes Alterslevel	K5 – Höheres Alterslevel der Sendungen fordert Kinder auf positive Weise heraus
119-121	18	Themen waren Tiere, hauptsächlich Tiere in freier Wildbahn	Tiere als Thema	K6 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
124-127	19	In der Anfangszeit der Sendung gab es monothematische Folgen.	Wenig Vielfalt in Folgen der Anfangszeit	K7 – Vorhandenes Material gab Themen vor
129-133	20	Multithematische Folgen waren notwendig, um auch unbeliebtere Tiere unterbringen zu können.	Wichtigkeit der Themenvielfalt	K1 – Themenvielfalt und Innovation sind wichtig
133-136	21	Vorhandenes Material führte im letzten Sendejahr wieder zu monothematischen bzw. Spezial-Sendungen.	Wenig Vielfalt in Folgen des letzten Jahres.	K7 – Vorhandenes Material gab Themen vor
139-142	22	Gewisses Vorwissen wurde vorausgesetzt – Alter der Zielgruppe wurde höher angesetzt.	Hohes Alterslevel	K5 – Höheres Alterslevel der Sendungen fordert Kinder auf positive Weise heraus
144-146	23	Die interessanten Informationen sind die, die über bereits gespeichertes Wissen hinausgehen.	Neues Wissen wichtig	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig

149-154	24	Saisonale Folgen waren unter anderem aufgrund der Wetterbedingungen nicht möglich.	Keine saisonalen Folgen	Saisonale Folgen waren unter anderem aufgrund der Wetterbedingungen nicht möglich.
159-160	25	Miniversum erfolgreich, weil: deckte Bedürfnisse ab und war ein Selbstläufer.	Bedürfnisse von Kindern berücksichtigt	K4 – Sendungen auf Interessen/Bedürfnisse/Entwicklungen von Kindern abgestimmt
160-161	26	Geringe Kosten waren auch entscheidender Punkt.	Geringe Kosten	K9 – Vorteile durch geringe Kosten der Sendung
163-165	27	Geringe Kosten durch: Produktionskostenzuschuss vom Tiergarten und Verwendung von kostenfreiem Material	Geringe Kosten	K9 – Vorteile durch geringe Kosten der Sendung
176-177	28	Hälfte war Fremdmaterial	Fremdmaterial kostet nichts	K9 – Vorteile durch geringe Kosten der Sendung
181-185	29	Miniversum erfolgreich, weil: bietet Kindern einen Blick heraus aus ihrer kleinen Welt	Bedürfnisse von Kindern berücksichtigt	K4 – Sendungen auf Interessen/Bedürfnisse/Entwicklungen von Kindern abgestimmt
185-190	30	Tiere erfolgreiches Thema, weil sie süß sind und man durch sie Geografie und soziales vermitteln kann.	Tiere wichtiges Vermittlungsthema	K6 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
195-201	31	Erbeuten von Tieren wurde gezeigt, aber wenn Tier entkommen ist, wurde diese Sequenz vorgezogen.	Bedürfnisse von Kindern berücksichtigt	K4 – Sendungen auf Interessen/Bedürfnisse/Entwicklungen von Kindern abgestimmt
221-223	32	Das Material, das zur Verfügung war, hat die Themen vorgegeben.	Themen aus vorhandenem Material	K7 – Vorhandenes Material gab Themen vor
223-228	33	Zu Beginn mehr internationale Geschichten, später durch geringeres Universum-Budget Fokus auf Österreich.	Universum-Folgen gaben Themen vor	K7 – Vorhandenes Material gab Themen vor
230-234	34	Vielzahl an Universum Folgen mit Österreich-Fokus, brachte auch mehr Miniversum Folgen mit Österreich-Fokus.	Universum-Folgen gaben Themen vor	K7 – Vorhandenes Material gab Themen vor
239-243	35	Das Material das da ist, bestimmt was passiert.	Themen aus vorhandenem Material	K7 – Vorhandenes Material gab Themen vor

		Sonst habe ich eine Sendung mit allen Tierbabys und den Rest ohne, das geht nicht.	Tiere sehr beliebt	K6 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
276-280	36	Durch Sendungen zu Bundesländern können Kinder einen Bezug dazu herstellen.	Interessen von Kindern berücksichtigt	K4 – Sendungen auf Interessen/Bedürfnisse/Entwicklungen von Kindern abgestimmt
281-284	37	Habe auf Artenschutz, Tierschutz und Klimaschutz hingearbeitet.	Neue Themen vorstellen	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig
296-301	38	Einbeziehung von Kindern hat aufgrund der mangelnden Qualität der Einsendungen (Fotos, Briefe) nicht funktioniert.	Einbeziehung von Kindern funktioniert nicht	K10 – Interaktion mit Kindern wichtig, aber von geringer Qualität
309-315	39	Einbeziehung von Kindern hat aufgrund der mangelnden Artikulierfähigkeit nicht funktioniert.	Einbeziehung von Kindern funktioniert nicht	K10 – Interaktion mit Kindern wichtig, aber von geringer Qualität
340-342	40	Informationen vermitteln ist wichtig, nicht Show oder Erzwungene Mitwirkung von Leuten.	Wissen vermitteln ist wichtig	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig
352-353	41	Wiederholungen auch für Kinder wichtig, die Erstausrstrahlung verpasst haben.	Keinen Wissenserwerb verpassen	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig
356-360	42	Okidoki für sehr kleine Kinder - Miniversum für Kinder an der obersten Altersgrenze.	Hohes Alterslevel	K5 – Höheres Alterslevel der Sendungen fordert Kinder auf positive Weise heraus
376-379	43	Irgendwann gehen Themen von Tiersendungen aus.	Begrenzung von Tierthemen	K7 – Vorhandenes Material gab Themen vor
383-384	44	Der Zielgruppe bekannte Sachen aufwärmen ist zu wenig.	Neues Wissen vermitteln	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig
387-390	45	Fernsehen vereinfacht (durch Bilder und Musik) Wissensvermittlung.	Einfache Vermittlung von neuem Wissen	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig
390-393	46	Die Bereitschaft, Interessen zu wecken erreicht man, wenn man Neues bringt.	Neues Wissen vermitteln	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig
406-409	47	Kinder sollen, wenn sie Informationen vom Lehrer bekommen, über diese Dinge schon	Einfache Vermittlung von neuem Wissen	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig

		einmal etwas gehört haben.		
418-423	48	KiKA und Super RTL war schon eine Konkurrenz.	Konkurrenz aus Deutschland	K11 – Deutsche Sender als Konkurrenz wahrgenommen
439-442	49	Es braucht einen Anfang und es braucht ein Ende.	Bedürfnisse von Kindern berücksichtigt	K4 – Sendungen auf Interessen/Bedürfnisse/Entwicklungen von Kindern abgestimmt
450-452	50	Die Bildqualität ist wichtig und auch Themenvielfalt.	Themenvielfalt wichtig	K1 – Themenvielfalt und Innovation sind wichtig
454-457	51	Große Beliebtheit von Tierbabys und bereits vertrauten Tieren.	Tiere sehr beliebt	K6 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
457-459	52	Wissen nichts über Zielpublikum, was wichtig wäre.	Zielpublikum kennen	K12 – Wissen über Zielpublikum sehr wichtig
462-465	53	Tiere beliebtes Thema bei Kindern, weil gewisse Ähnlichkeit mit ihnen und Feedback auf Verhaltensweisen gegeben wird.	Tiere sehr beliebt	K6 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
471-476	54	Es ist die Geschichte die zählt, nicht die Show.	Neues Wissen vermitteln	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig
477-480	55	Informationen gut erzählen und gut filmen, keine flashenden Dinge.	Neues Wissen vermitteln	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig
490-497	56	Deutsche Sender haben aufgrund der besseren Produktionsbedingungen besseres Programm.	Deutsche Sender besser	K11 – Deutsche Sender als Konkurrenz wahrgenommen
507-509	57	Wichtig für Kinderprogramm: Verständlichkeit, ohne Vorurteile oder Klischees arbeiten.	Bedürfnisse von Kindern wichtig	K4 – Sendungen auf Interessen/Bedürfnisse/Entwicklungen von Kindern abgestimmt
509-512	58	Wichtige Themen: Artenschutz, Umweltschutz, Klimaschutz	Neue Themen vorstellen	K8 – Neues Wissen vermitteln ist wichtig
520-526	59	Programm war sehr innovativ und kreativ – später durch Professionalisierung weniger geworden.	Hohe Kreativität	K1 – Themenvielfalt und Innovation sind wichtig
528-531	60	Kontakt mit Kindern war früher sehr wichtig.	Kontakt mit Kindern früher wichtig	K10 – Interaktion mit Kindern wichtig, aber von geringer Qualität
535-539	61	Damals gab es regen Kontakt.	Kontakt mit Kindern früher wichtig	K10 – Interaktion mit Kindern wichtig, aber von geringer Qualität
540-543	62	ZDF vergibt jedes Jahr 17 Forschungsaufträge.	Zielpublikum kennen	K12 – Wissen über Zielpublikum sehr wichtig

545-551	63	Sie hatten wissenschaftliche Begleitung zu den Sendungen.	Zielpublikum kennen	K12 – Wissen über Zielpublikum sehr wichtig
561-565	64	Intaktes Umfeld für Kinder, die fernsehen, sehr wichtig.	Intaktes Umfeld wichtig	K13 – TV-Konsum der Kinder beschränken und durch intaktes Familien-Umfeld und reale Erfahrungen ausgleichen
565-567	65	Begrenzen des TV-Konsums und reale Erfahrungen für Kinder sehr wichtig.	Beschränkung und reale Erfahrungen wichtig	K13 – TV-Konsum der Kinder beschränken und durch intaktes Familien-Umfeld und reale Erfahrungen ausgleichen
568-569	66	Unterscheidung zwischen Wirklichkeit und Fiktion bei Kindern nicht vorhanden.	Keine Unterscheidung Fiktion-Realität	K13 – TV-Konsum der Kinder beschränken und durch intaktes Familien-Umfeld und reale Erfahrungen ausgleichen
571-574	67	Kinder würden sich etwas anschauen, das für ihre Alter nicht geeignet ist.	Entwicklungen von Kindern berücksichtigen	K4 – Sendungen auf Interessen/Bedürfnisse/Entwicklungen von Kindern abgestimmt
594-596	68	Jedes Wochenende zwei Mal 15 Minuten am Schirm sein ist eine gute Werbung.	Werbung für Tiergarten	K14 – Tiergarten profitiert von Werbung
597-602	69	Wir haben tolle Motive, wir wollten viel Eigendreh machen.	Werbung für Tiergarten	K14 – Tiergarten profitiert von Werbung
605-609	70	Mit KiKA können sie nicht mithalten.	Konkurrenz aus Deutschland	K11 – Deutsche Sender als Konkurrenz wahrgenommen
612-615	71	Sie haben auch eine Medienausbildung.	Medienausbildung wichtig	K15 – Wichtigkeit spezifischer Medienausbildung
622-626	72	Im Endeffekt hat man dort alles gelernt.	Früher learning by doing	K15 – Wichtigkeit spezifischer Medienausbildung
635-640	73	Anfangsphase war sehr kreativ.	Innovatives Programm	K1 – Themenvielfalt und Innovation sind wichtig
642-647	74	Durch Streichung des Jugendprogramms, Verlust einer potenziellen Rezipientengruppe an (deutsche) Sender.	Konkurrenz aus Deutschland	K11 – Deutsche Sender als Konkurrenz wahrgenommen
662-664	75	Ich glaube das ist das Ende vom Fernsehen allgemein.	Konkurrenz durch Video-on-Demand	K16 – Video-on-Demand – Angebote als ernstzunehmende Konkurrenz
664-667	76	Spartenkanäle als Möglichkeit zur Konkurrenzfähigkeit.	Spezialisierung wichtig	K17 – Spezialisierung und Regionalisierung wichtig für Konkurrenzfähigkeit
677-678	77	Das Regionale wäre ein Vorteil.	Regionalität wichtig	K17 – Spezialisierung und Regionalisierung wichtig für Konkurrenzfähigkeit

678-688	78	Man hatte Sendungen mit Gästen aus dem eigenen Land.	Regionalität wichtig	K17 – Spezialisierung und Regionalisierung wichtig für Konkurrenzfähigkeit
693-694	79	Österreich ist für regionale Sendungen in Video-on-Demand Angeboten zu klein.	Konkurrenz durch Video-on-Demand	K16 – Video-on-Demand – Angebote als ernstzunehmende Konkurrenz

Auswertung Interview Thomas Brezina

Zeile	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
5-8	1	Kinderfernsehen fasziniert, bietet viele Möglichkeiten, erläutert Komplexes begreifbar, berührt Kinder.	Kinderfernsehen muss vieles können.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Vielfalt
9-10	2	Kinder-Publikum ist sehr direkt, gibt Meinung kund.	Kinder haben eigene Meinung.	K2 – Kinder und Erwachsene als ähnlich kritisches Publikum
13	3	Erwachsene und Kinder sind gleich schwierig zufrieden zu stellen.	Kinder und Erwachsene sind gleich anspruchsvoll.	K2 – Kinder und Erwachsene als ähnlich kritisches Publikum
35-36	4	Eigenproduktionen sind das wichtigste, da sie lokales Programm für Kinder bieten.	Eigenproduktionen sind für den Österreichbezug wichtig.	K3 – Eigenproduktionen für Österreichbezug und Konkurrenzfähigkeit wichtig
43-45	5	Öffentlich-rechtliche, aber auch private Sender, legen großen Wert auf Eigenproduktionen.	Eigenproduktionen sind für alle Sender wichtig.	K3 – Eigenproduktionen für Österreichbezug und Konkurrenzfähigkeit wichtig
45-48	6	In Österreich bringen Eigenproduktionen den größten Marktanteil.	Eigenproduktionen generieren Zuseher.	K3 – Eigenproduktionen für Österreichbezug und Konkurrenzfähigkeit wichtig
56-57	7	Durch die Spaltung von Super RTL und Disney ist ein sehr starker Konkurrent dazugekommen.	Starke Konkurrenz aus Deutschland spürbar.	K4 – Deutsche Kindersender als große Konkurrenz spürbar
58-59	8	Publikum breitet sich wegen Konkurrenz bzw. Angebotsvielfalt immer mehr auf.	Angebotsvielfalt differiert Publikum.	K5 – Mehr Angebot bedeutet höhere Aufspaltung des Publikums
59-60	9	Lokal gefärbtes Programm hebt Produkte von anderen ab.	Österreichbezug wichtig für Unterscheidbarkeit.	K3 – Eigenproduktionen für Österreichbezug und Konkurrenzfähigkeit wichtig
61-63	10	Konkurrenzfähige Formate sind aufgrund der restlichen Angebote wichtig.	Konkurrenzfähigkeit ist wichtig.	K4 – Deutsche Kindersender als große Konkurrenz spürbar

63-64	11	Für Kinder unter zehn ist das Internet nur ein zusätzliches Angebot, aber nicht die Nummer eins.	Klassisches Kinderfernsehen für die Kleinsten noch bedeutsam.	K6 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil: für die Kleinsten weiterhin bedeutsam
65-66	12	Das Angebot wird größer und vielfältiger, überschneidet sich aber auch.	Mehr Angebot, aber etliches gleich.	K5 – Mehr Angebot bedeutet höhere Aufspaltung des Publikums
70-73	13	Okidoki fasst verschiedene Eigenproduktionen, Altersgruppen und Genres zusammen.	Okidoki: Eigenproduktionen mit vielen Genres für verschiedene Altersgruppen.	K8 – Okidoki: schafft eine Welt für Kinder
73-74	14	Kaufprogramm ist aufgrund des begrenzten Budgets notwendig.	Kaufprogramm ist notwendig.	K7 – Begrenzttes Budget bedingt: zusätzliches Kaufprogramm
75-77	15	Es wird großer Wert auf die Repertoirefähigkeit der Sendungen gelegt.	Wichtigkeit der Repertoirefähigkeit.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Repertoirefähigkeit
79-80	16	Repertoirefähigkeit ist aufgrund des begrenzten Budgets und für die Konkurrenzfähigkeit äußerst wichtig.	Repertoirefähigkeit aufgrund Budget und für Konkurrenzfähigkeit.	K7 – Begrenzttes Budget bedingt: repertoirefähiges Programm
83-85	17	Mit dem Start von Okidoki sind die Marktanteile wieder nach oben gegangen.	Okidoki kommt gut an.	K8 – Okidoki: kann mit KiKA mithalten
88-93	18	Die wichtigsten Programmaufgaben sind: zu begeistern, zu bestärken, zu begleiten.	Aufgaben: begeistern, bestärken, begleiten	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: begeistern, bestärken, begleiten
94	19	Es ist nicht unsere Aufgabe, Kinder zu belehren.	Belehren kein Thema.	K8 – Okidoki: belehrt nicht
95-97	20	Okidoki soll ein Treffpunkt für Kinder sein.	Okidoki schafft Welt für Kinder.	K8 – Okidoki: schafft eine Welt für Kinder
98-99	21	Kinder sollen eine entspannende Zeit beim Fernsehen haben.	Entspannung ist wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Entspannung
108	22	Wir hatten für sehr junge Zuseher nicht sehr viel im Angebot.	Junge Zuseher werden mehr.	K9 – Kenntnisse über (jünger gewordene) Zielgruppe wichtig
109-110	23	Ein öffentlich-rechtlicher Sender hat die Aufgabe, speziell	Österreichbezug ist für junge Zuseher wichtig.	K3 – Eigenproduktionen für Österreichbezug

		Programm für Vorschüler zu machen, welches lokales Flair hat, vor allem in der Sprache.		und Konkurrenzfähigkeit wichtig
120	24	Ein Spartensender für Kinder ist immer verlässlich da.	Konkurrenz der Spartensender ist hoch.	K4 – Deutsche Kindersender als große Konkurrenz spürbar
121-123	25	Es ist ein Nachteil, dass im ORF Kinderprogramm oft wegen Sportübertragungen ausfällt.	Programmausfälle schaden Kontinuität des Programms.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Kontinuität
126-127	26	Aus dem verfügbaren Budget muss höchstmögliche Qualität geschaffen werden, die konkurrenzfähig ist.	Hohe Qualität und Konkurrenzfähigkeit sind wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: hohe Qualität, Konkurrenzfähigkeit
129-131	27	Es gibt heutzutage viel Konkurrenz, früher gab es nur sehr wenig anderes.	Viel Konkurrenz heutzutage.	K4 – Deutsche Kindersender als große Konkurrenz spürbar
153-154	28	In den letzten Jahren wurde stark auf Wissens- und Kreativthemen gesetzt.	Wichtigkeit von Wissens- und Kreativsendungen.	K8 – Okidoki: Wissens- und Kreativsendungen wichtig
157-158	29	Etwas selbst ausprobieren zu können, wird mit großer Begeisterung angenommen.	Einbindung von Kindern ist wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Einbeziehen von Kindern
159-161	30	Wir haben viel Musik, weil vieles gesungen leichter zu vermitteln ist.	Musik ist wichtig.	K8 – Okidoki: hoher Musikanteil
163-166	31	Wir berichten sehr viel über die kleine Welt, in der Kinder leben.	Einbindung von Kindern ist wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Einbeziehen von Kindern
166-168	32	Wir geben viele Tipps über Freizeitaktivitäten, Bücher, Apps und Spiele.	Kinder Tipps für ihre Freizeit geben ist wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Einbeziehen von Kindern
169-171	33	Eigenproduziertes Fiktionalprogramm, wie Tom Turbo, ist aus Kostengründen nur begrenzt möglich.	Eigenproduziertes Fiktionalprogramm ist teuer.	K7 – Begrenztes Budget bedingt: wenig fiktionales Eigenprogramm

173-176	34	Tiere sind für Kinder sehr wichtig, weil sie sich mit ihnen identifizieren können und ein richtiges Verständnis wichtig ist.	Tiere sind wichtige Sozialpartner.	K10 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
180	35	Tiere sind auch heutzutage noch interessant genug.	Tiere sind interessant.	K10 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
189-190	36	In Tolle Tiere thematisieren wir sehr stark die heimischen Tiere.	Heimische Tiere sind wichtig.	K10 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
190-191	37	Haustiere und der Umgang mit Haustieren sind sehr wichtig.	Thema Haustiere ist wichtig.	K10 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
191-195	38	Wir wollen auch die Tiere im Tiergarten und was für sie getan wird zeigen.	Tiergarten ist wichtig.	K10 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
201-203	39	Fachlich richtiges, aber in der Darstellung und im Ausdruck von Kindern begreifbares vermitteln.	Begreifbare Informationen bringen.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: komprimierte Informationen vermitteln
203-204	40	Wir konzentrieren uns auf das Spezielle, um sie nicht mit zu viel Informationen zu überfrachten und zu überfordern.	Komprimierte Informationen bringen.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: komprimierte Informationen vermitteln
207-208	41	Wissen muss interessant und gleichzeitig unterhaltsam sein.	Unterhaltsame Wissensvermittlung.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Unterhaltung
212-214	42	Amazon Prime und Netflix produzieren hauptsächlich Animation, in der sind wir nicht tätig.	Keine Konkurrenz im Animationsbereich.	Keine Konkurrenz im Animationsbereich.
219-221	43	Klassisches Kinderfernsehen wird weiterhin bestehen, da lineares Programm wichtig ist, um Dinge zu etablieren.	Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil lineares Programm wichtig ist.	K6 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil: verbundene Programmfläche als Vorteil
224-229	44	Es ist mittlerweile die Ausnahme, dass man so fernsieht wie früher. Die TV-Thek ist deswegen hervorragend.	Video-on-Demand wird immer wichtiger.	K11 – Zunehmende Bedeutung von Video-on-Demand

233-239	45	Video-on-Demand konzentriert sich auf einzelne Sendungen, bei ganzen Programmflächen hat man verschiedenes. Das gibt noch einen anderen Reiz.	Vorteil von klassischem Kinderfernsehen ist die Programmfläche.	K6 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil: verbundene Programmfläche als Vorteil
239-240	46	Kindern geht es hauptsächlich um den Inhalt und um das Format.	Kindern sind Inhalte wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
243-244	47	Konkurrenzfähige Sendungen können Video-on-Demand die Stirn bieten.	Konkurrenzfähigkeit wichtig.	K3 – Eigenproduktionen für Österreichbezug und Konkurrenzfähigkeit wichtig
248	48	Ein eigener Kinder-Spartensender ist eine Frage des Budgets.	Spartensender ist teuer.	K12 – Eigener ORF-Kinderkanal würde hohe Kosten bedeuten
255-257	49	Das ORF-Kinderprogramm hat im Vergleich zu KiKA einen höheren Zulauf und einen höheren Marktanteil.	ORF-Kinderprogramm mehr Zulauf als KiKA.	K8 – Okidoki: kann mit KiKA mithalten
257-259	50	Co-Produktionen von ORF und KiKA laufen im deutschen Fernsehen mit großem Erfolg.	Co-Produktionen wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Co-Produktionen
262-264	51	Klassisches Fernsehen und Internet kann man nicht vergleichen, da es verschiedene Medien sind.	Klassisches Fernsehen und Internet sind Parallelmedien.	K6 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil: Internet als paralleles Medium dazu
267	52	Es ist eine Tatsache, dass schon sehr junge Kinder vor dem Fernseher sitzen.	Publikum wird jünger.	K9 – Kenntnisse über (jünger gewordene) Zielgruppe wichtig
270-273	53	Öffentlich-rechtliches Fernsehen muss Programm anbieten, welches Kindern mit ruhigem Gewissen gezeigt werden kann.	Verantwortungsvolles Programm wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Verantwortungsbewusstsein
277-279	54	Die Sendelängen werden deutlich kürzer, da die Aufmerksamkeitsspanne sinkt.	Verkürzung der Sendezeiten aufgrund kurzer Aufmerksamkeitsspanne.	K13 – Veränderungen des Programms und des Publikums: Kürzere Aufmerksamkeits-

				spanne (dadurch verkürzte Sendezeiten)
280-282	55	Sendungen müssen so gestaltet sein, dass Kinder damit erreicht werden können.	Bedürfnisse der Kinder beachten.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
283-284	56	Durch Marktforschungen erfahren wir, was funktioniert und was nicht.	Wichtigkeit der Kenntnis über Zielgruppe.	K9 – Kenntnisse über (jünger gewordene) Zielgruppe wichtig
290-291	57	Es war wichtig, den Bären in ABC-Bär menschlicher und fehlerhafter zu machen, damit er bei Kindern ankommt.	Bedürfnisse der Kinder beachten.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
293-294	58	Gute Formate werden sich Kinder auch on-Demand ansehen.	Hohe Qualität wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: hohe Qualität
297	59	Die Aufmerksamkeitsspanne von Kindern ist eindeutig gesunken.	Kurze Aufmerksamkeitsspanne.	K13 – Veränderungen des Programms und des Publikums: Kürzere Aufmerksamkeitsspanne (dadurch verkürzte Sendezeiten)
298-299	60	Kinder sind anspruchsvoller geworden, da sie auf viel mehr Zugang haben.	Gesteigerter Anspruch bei Kindern.	K13 – Veränderungen des Programms und des Publikums: höherer Anspruch (aufgrund vielfältigerer Möglichkeiten)
303-304	61	Die Schnitte und das Tempo in Sendungen sind deutlich schneller geworden.	Sendungen werden schneller.	K13 – Veränderungen des Programms und des Publikums: höheres Tempo in Sendungen
304-306	62	Es gibt keinen Unterschied in der Entwicklung von Kinder- und Erwachsenenprogramm.	Kinder und Erwachsene entwickeln sich gleich.	K2 – Kinder und Erwachsene als ähnlich kritisches Publikum
309-313	63	Es ist mir extrem wichtig, Kindern Inhalte anzubieten, die ihnen Spaß machen.	Spaß ist wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Unterhaltung

313-314	64	Wir müssen Programm bieten, wo sich Kinder von selbst davor setzen würden. Wir sind keine Schule und keine Eltern.	Bedürfnisse der Kinder beachten.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
320-321	65	Wir geben keine Richtung vor, das ist die Aufgabe der Eltern. Wir müssen aber verantwortungsvoll arbeiten.	Verantwortungsvolles Programm wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Verantwortungsbewusstsein
325-333	66	Bei der Dauer, die Kinder Fernsehen sollten, kommt es auf die Dosis an und darauf, was das Kind sonst noch in seiner Freizeit treibt.	Ausgewogene Freizeitgestaltung wichtig.	K13 – Veränderungen des Programms und des Publikums: Wichtigkeit der ausgewogenen Freizeitgestaltung
336-337	67	Eine Sendung muss eine Sprache führen, die Kinder erreichen kann.	Kindgerechte Gestaltung wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
341-343	68	Eine Sendung muss Werte vermitteln, ohne erhobenem Zeigefinger. Eine Sendung muss Werte haben und diese vertreten.	Werte kindgerecht vermitteln.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Wertevermittlung
343-345	69	Grundwerte im Kinderfernsehen sind: Zusammenhalt, keine Ausgrenzungen, Verständnis, Freundschaft.	Wichtige Werte: Zusammenhalt, keine Ausgrenzungen, Verständnis, Freundschaft	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Wertevermittlung
346-348	70	Themen müssen mit einer Originalität umgesetzt werden, um in der Erinnerung zu bleiben.	Originalität wichtig.	K1 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Originalität

Auswertung Interview Alexandra Schlögl

Zeile	Nr.	Paraphrase	Generalisierung	Reduktion
38-40	1	Es ist schön, nicht nur für eine Sendung und ein Thema zu arbeiten, sondern die Vielfalt.	Vielfalt im Kinderfernsehen macht Spaß.	K1 – Kinderfernsehen macht Spaß und ist spannend
41-42	2	Es wird nie fad. Alle paar Jahre wird etwas Neues entwickelt, hier dabei zu sein ist auch spannend.	Ständige Weiterentwicklung ist spannend.	K1 – Kinderfernsehen macht Spaß und ist spannend
45-46	3	Kinder sind nicht einfacher zufriedenzustellen, aber auch nicht schwieriger.	Kinder und Erwachsene sind gleich anspruchsvoll.	K2 – Kinder und Erwachsene haben einen ähnlich hohen Anspruch ans Programm
49-51	4	Kinder haben die Möglichkeit aus enormem Angebot zu wählen. Deswegen muss man sie schnell mit einem Thema begeistern, damit sie dran bleiben. Das ist auch unsere Aufgabe.	Interesse bei Kindern wecken, um sie zu halten.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Wecken von Interessen
52-53	5	Kann Kindern nicht alles vorsetzen. Sie sind kritisch und haben die Wahl.	Kinder sind kritisch und wählerisch.	K2 – Kinder und Erwachsene haben einen ähnlich hohen Anspruch ans Programm
54-55	6	Wenn man Interessen, Wünsche, Erwartungen nicht erfüllt, werden sie schnell bei einem anderen Sender sein.	Bedürfnisse erfüllen, um Kinder zu halten.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
61-64	7	„Ich & Du“ war nicht mehr „Kinderschuhe“, weil das Tolle war, da gab es sechs Tage die Woche ein Studio, wo wir jeden Tag live auf Sendung waren.	Livesendungen im Studio waren innovativ.	K3 – Liveproduktionen innovativ
65-66	8	Moderator oder Moderatorin haben durchs Programm geführt, es gab Serien und eigenproduziertes Programm.	Moderator, Serien und Eigenproduktionen waren wichtig.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig
67-68	9	Es war mehr Geld vorhanden, fünf oder sechs Tage Studio ist nicht mehr denkbar.	Livestudio war sehr teuer.	K3 – Liveproduktionen innovativ, aber zu teuer, zu personalintensiv, nicht repertoirefähig

68-70	10	Es war sehr lebendig und sehr aktuell. Musste nicht Monate vorher Staffeln von einem Format aufzeichnen.	Aktualität in den Formaten war vorhanden.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Aktualität
73-74	11	Es gab damals schon viele Eigenformate, vieles live. Das ist heute überhaupt kein Thema mehr.	Liveproduktionen heutzutage nicht machbar.	K3 – Liveproduktionen innovativ, aber zu teuer, zu personalintensiv, nicht repertoirefähig
80-82	12	Eigenproduktionen in Kinderprogrammfläche „Ich & Du“ kamen sehr authentisch rüber, das hatte einen wichtigen Stellenwert.	Hoher Stellenwert von Eigenproduktionen.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig
84-85	13	Es hat damals kein Maskottchen gegeben. Deswegen war der Wiedererkennungswert zu Zeiten von Confetti TiVi tausendmal stärker.	Maskottchen für Wiedererkennungswert wichtig.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig
87-90	14	Zu „Ich & Du“-Zeiten war es nicht so, dass man sich um Konkurrenz gekümmert hat. Da gab es das ORF-Kinderprogramm und man hat täglich produziert. Dieser Stellenwert war toll für einen Vollprogrammsender.	Keine Konkurrenz in der Anfangszeit.	K6 – Deutsche Kindersender (erst nach einiger Zeit) als große Konkurrenz wahrgenommen.
93-97	15	Es war mehr Geld vorhanden und andere Rahmenbedingungen, auch vom Personal her. Es war ein großes Team, das ist heute nicht mehr so.	Heutzutage weniger Geld und weniger Personal.	K3 – Liveproduktionen innovativ, aber zu teuer, zu personalintensiv, nicht repertoirefähig
116	16	Alles wird auswärts produziert, im Gegensatz zu früher, Auftragsproduktionen.	Heutzutage Auftragsproduktionen.	K3 – Liveproduktionen innovativ, aber zu teuer, zu personalintensiv, nicht repertoirefähig
123-125	17	Es muss alles abgesprochen sein. Der ORF ist der Auftraggeber und deswegen auch diese enge Zusammenarbeit	Enge Zusammenarbeit ORF und Produktionsfirma.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig

		mit der Produktionsfirma.		
128-129	18	Vom Stellenwert hat sich an der Wichtigkeit der Eigenproduktionen nichts verändert. Aber von der Machart, von den Rahmenbedingungen, der finanziellen Situation.	Wichtigkeit von Eigenproduktionen.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig
130-132	19	Wir haben, im Vergleich zu damals, den Auftrag, repertoirefähig zu produzieren. Auch darum ist „live“ kein Thema mehr.	„Live“ kein Thema wegen mangelnder Repertoirefähigkeit.	K3 – Liveproduktionen innovativ, aber zu teuer, zu personalintensiv, nicht repertoirefähig
132-133	20	Das Geld ist weniger, deswegen sollen wir so produzieren, dass wir qualitativ hochwertige Sendungen auch wiederholen können.	Wichtigkeit der Repertoirefähigkeit.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Repertoirefähigkeit
134-136	21	Kinder nehmen Wiederholungen gut an, speziell kleine Kinder und das Zielpublikum wächst nach.	Publikum nimmt Wiederholungen an.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Repertoirefähigkeit
137-139	22	Wir haben das ganze Jahr mit Sendungen zu bestücken, das kann nicht alles mit Neuproduktionen befüllt werden, das wäre zu teuer.	Wichtigkeit von Wiederholungen.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Repertoirefähigkeit
140-143	23	Eigenproduktionen sind wichtig, weil ORF der öffentlich-rechtliche Sender Österreichs ist und wir österreichisches Programm und heimische Farbe hineinbringen wollen.	Eigenproduktionen wichtig für Österreichbezug.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig
149-150	24	Confetti TiVi war ein wichtiger Schritt, um eine wirkliche Welt für Kinder zu schaffen.	Kinderwelt Confetti-TiVi war wichtig.	K7 – Confetti-TiVi: schaffte eine Welt für Kinder
156-160	25	Mit Confetti auf Tour wurden dann noch mehr Kinder erreicht. Es wurde Programm	Nähe zu Kindern wichtig für Konkurrenzfähigkeit.	K7 – Confetti-TiVi: Programm zum Anfassen

		zum Anfassen. Das ist wichtig, um sich am Markt behaupten zu können.		
172-173	26	Erst Anfang der 2000er-Jahre wurden deutsche Sender als Konkurrenz wahrgenommen.	Deutsche Sender erst später als Konkurrenz.	K6 – Deutsche Kindersender (erst nach einiger Zeit) als große Konkurrenz wahrgenommen.
183-187	27	Confetti-Welt wurde durch Okidoki ersetzt, weil es zu viele Mitarbeiter gab und das Programm zu teuer war.	Kinderwelt Confetti-TiVi zu kostenintensiv.	K7 – Confetti-TiVi: letztendlich zu kostenintensiv
190-192	28	Ausschlaggebend für Konzept von Thomas Brezina war die Repertoirefähigkeit.	Wichtigkeit der Repertoirefähigkeit.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Repertoirefähigkeit
193-194	29	Vielfalt an Formaten, die Kinder begeistern und ansprechen, aber auch lange haltbar sind.	Wichtigkeit Vielfalt und Repertoirefähigkeit.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Vielfalt, Repertoirefähigkeit
207-209	30	Aufgabe, Formate so zu schaffen, dass sie auch auf KiKA ausgestrahlt werden, wo wir auch österreichische Kinder erreichen.	Wichtigkeit hoher Programmqualität, um sich in Deutschland behaupten zu können.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: hohe Qualität
210-211	31	Aufgaben war: Co-Produktionen, Repertoirefähigkeit, qualitativ hochwertig, Vielfalt.	Wichtig: Co-Produktionen, Repertoirefähigkeit, hohe Qualität, Vielfalt	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Co-Produktionen, Repertoirefähigkeit, hohe Qualität, Vielfalt
218-220	32	Wichtig waren neue österreichische Formate, die aufgrund von Umsetzung, Sprache und Gesamtqualität so konkurrenzfähig sind, dass sie auch in Deutschland laufen können.	Wichtigkeit hoher Programmqualität, um sich in Deutschland behaupten zu können.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: hohe Qualität
227-234	33	Man ist über Programm der reinen Kindersender informiert, aber wir machen nicht eins zu eins das gleiche, weil wir eigenständig sein wollen.	Wichtigkeit des eigenständigen Programms.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig

237-240	34	Kinder können seit der Einführung von reinen Kindersendern fast rund um die Uhr Kinderprogramm empfangen. Da können wir nicht mithalten, das haben wir auch gespürt.	Konkurrenz durch reine Kindersender ist hoch.	K6 – Deutsche Kindersender (erst nach einiger Zeit) als große Konkurrenz wahrgenommen.
240-243	35	Kinder haben früher nicht nur Kinderprogramm im ORF geschaut, weil es generell nicht so viele Kanäle für sie gab.	Früher beschränktes Programmangebot.	Früher beschränktes Programmangebot.
244-246	36	Kanäle die zu jeder Uhrzeit Kinderprogramm bieten sind eine Schwierigkeit für uns. Mit der kämpfen wir und müssen sie akzeptieren.	Konkurrenz durch reine Kindersender ist hoch.	K6 – Deutsche Kindersender (erst nach einiger Zeit) als große Konkurrenz wahrgenommen.
249-251	37	Wir leiden unter Programmausfällen am Wochenende durch Sport.	Programmausfälle schaden Kontinuität des Programms.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Kontinuität
252-254	38	Schauen, dass wir auch in ganz kurzen Zeitspannen trotzdem vertreten sind.	Wichtigkeit der Ausnützung jeder Programmfläche.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Kontinuität
254-256	39	Kinder wissen, wo sie Kinderprogramm immer finden, das ist die Schwierigkeit, wenn man kein Spartenkanal ist.	Konkurrenz durch reine Kindersender ist hoch.	K6 – Deutsche Kindersender (erst nach einiger Zeit) als große Konkurrenz wahrgenommen.
266-268	40	Wichtig ist die Vielfalt und Programm für Vorschüler.	Wichtigkeit der Vielfalt und des adäquaten Programms.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Vielfalt, Erfüllen von Bedürfnissen
270-272	41	Zielpublikum ist immer jünger geworden, deswegen haben wir viel Programm für Vorschüler und Schulanfänger.	Programm an jüngeres Publikum anpassen.	K8 – Jünger gewordenen Zielpublikum beachten
276-282	42	„Hallo Okidoki“ ist wichtig, da dadurch auf aktuelle Themen eingegangen werden kann und die Kinder	Wichtigkeit der Themenaktualität.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Aktualität

		das Jahr über begleitet werden können.		
288-289	43	Nachrichtensendungen stehen bei Kindern nicht an erster Stelle des Interesses.	Wenig Interesse an Nachrichten.	Wenig Interesse an Nachrichten.
293-296	44	Kinder sollen zum Selbermachen motiviert werden, sie sollen sich einbinden können (Gewinnspiele, Rätsel)	Wichtigkeit der Involvierung von Kindern.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Einbeziehen von Kindern
298-301	45	ORF-Kinderprogramm muss kindgerecht, gewaltfrei und werbefrei sein.	Wichtigkeit von kindgerechtem, gewaltfreiem und werbefreiem Programm.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Frei von Gewalt und Werbung
302-305	46	Informationen geben, die unterhaltsam umgesetzt werden und Kinder etwas lernen und zum selber machen motiviert werden.	Wichtigkeit von Informationsvermittlung.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Komprimierte Informationen vermitteln
306	47	Je vielfältiger die Themen sind, desto besser.	Wichtigkeit der Vielfalt.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Vielfalt
319-320	48	Sendungen die es länger gibt, müssen in sich weiterentwickelt werden, um sie spannend und frisch zu halten.	Wichtigkeit der Weiterentwicklung von Sendungen.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Weiterentwicklung der Formate
324-329	49	Es hängt von der Umsetzung ab, wie Themen bei Kinder ankommen. Sie wollen überrascht werden.	Bedürfnisse von Kindern bestimmen Themenumsetzung.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
331-335	50	Tiere sind ganz sicher wichtig und können schon ganz früh gute Freunde von Kindern werden.	Tiere wichtige Sozialpartner.	K9 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
336-338	51	Kindern Verhaltensregeln gegenüber Tieren schon früh mitzugeben ist sehr wichtig.	Tiere wichtige Sozialpartner.	K9 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
341-343	52	Tiere in Fernsehformaten sind, auch für Kinder ohne Haustiere, ein wichtiges Element, das wir bewusst seit Jahren haben.	Tiere als wichtiges Fernsehthema.	K9 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend

350-352	53	Das Interesse an Tiersendungen wird nicht aussterben, die Frage nach der Umsetzung ist wichtig.	Tiere als wichtiges Fernsehthema.	K9 – Thema Tiere ist für Kinder bedeutend
355-359	54	Miniversum war für die jünger gewordene Zielgruppe zu informationslastig und wurde dadurch nicht mehr so angenommen.	Zu viele Informationen in Miniversum.	K11 – Absetzung von Miniversum, weil: zu viele Informationen in zu kurzer Zeit
361-363	55	Drei- bis Sechs-Jährige funktionieren gut, Sieben- bis Elf-Jährige verschwinden aus unserer Zielgruppe.	Zielgruppe zunehmend jünger.	K8 – Jünger gewordenen Publikum beachten
365-367	56	Wir konzentrieren uns mit unseren Ressourcen auf die Zielgruppe, die wir sinnvoll erreichen können.	Jüngere Zielgruppe bestimmt Programm.	K8 – Jünger gewordenen Publikum beachten
368-370	57	Die Puppe, der Kater Kurt, ist für Kinder ansprechender, als ein menschlicher Moderator.	Puppen ansprechender als Menschen.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
376-382	58	Kinder sind selbst involviert und dadurch Identifikationsfiguren, das ist wichtig. Da sind wir näher an der Welt der Kinder dran und da war der Grund für die Umstellung.	Wichtigkeit der Involvierung von Kindern.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Einbeziehen von Kindern
384-387	59	Haben Österreichbezug durch Tiergarten Schönbrunn und integrierte österreichische Kinder.	Wichtigkeit des Österreichbezugs.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig
403-406	60	Wir haben geschaut, dass in der Sendung Miniversum nicht zehn Jahre alles gleich ist: Rubriken, Layout und Präsentation wurden geändert.	Weiterentwicklung bei Miniversum wichtig.	K10 – Erfolg von Miniversum, weil: Weiterentwicklung der Sendung
417-420	61	Miniversum war toll wegen: Durch Universum-Material haben wir tolle Tierbilder bekommen; Bezug zum Tiergarten Schönbrunn	Erfolg von Miniversum wegen: Tolle Tierbilder, Tiergarten Schönbrunn	K10 – Erfolg von Miniversum, weil: Tolle Tierbilder aus Universum-Reihe, Kooperation mit Tiergarten Schönbrunn

421-424	62	Selbstgedrehte Haustier-Filme waren für die Ausstrahlung nicht optimal, deswegen musste jemand hinfahren und drehen und das war kompliziert.	Einbeziehung von Kindern funktionierte, aufgrund mangelnder Qualität, nicht.	K11 – Absetzung von Miniversum, weil: wenig Einbeziehung von Kindern, aufgrund mangelnder Film-Qualität
424-425	63	Miniversum war im Vergleich zur heutigen Tiersendung zu erwachsen.	Miniversum für älteres Zielpublikum.	K11 – Absetzung von Miniversum, weil: Zielgruppe zu „alt“
437-442	64	Miniversum-Themen waren immer eine bunte Mischung. Tiere aus dem unmittelbaren Umfeld sind genauso wichtig, wie Tiere, die Kinder aus dem Tiergarten kennen.	Vielfalt der Tiere wichtig.	K10 – Erfolg von Miniversum, weil: Vielfalt der Tiere
447-448	65	Wir waren vom Material abhängig, weil das, was wir nicht hatten, konnten wir nur im Tiergarten drehen.	Abhängigkeit vom Material.	K12 – Vorhandenes Material gab Themen vor
453-455	66	Themen, wie Artenschutztage oder die Au brachten einen zusätzlichen Wert.	Mehrwert durch Vorstellung neuer Themen.	K10 – Erfolg von Miniversum, weil: Mehrwert durch neue Themen
455-459	67	Im Land unterwegs zu sein, aus der gewohnten Umgebung herauszukommen, war wichtig, aber selten, weil es auch ein finanzieller Faktor war.	Finanzieller Faktor schränkte Produktionsmöglichkeiten ein.	K11 – Absetzung von Miniversum, weil: finanzielle Gründe schränkten Produktionsmöglichkeiten ein
461-465	68	Wir haben mit dem Gesamtprogramm eher die Jüngeren erreicht, deswegen musste Miniversum einer Kompletteränderung unterzogen werden.	Miniversum wurde für Zielpublikum zu „alt“.	K11 – Absetzung von Miniversum, weil: Zielgruppe zu „alt“
472-475	69	Information und Unterhaltung in einem ist wichtig, damit es Kinder aufnehmen können, das ist mit Tolle Tiere gelungen.	„Tolle Tiere“ bringt Information und Unterhaltung.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Unterhaltung
480-484	70	Kinder sind bei Tolle Tiere mehr einbezogen, als bei	Miniversum fehlte höhere Involvierung von Kindern und altersadäquate Machart.	K11 – Absetzung von Miniversum, weil: wenig Einbeziehung von Kindern, aufgrund

		Miniversum und es ist für jüngeres Publikum.		mangelnder Film-Qualität, Zielgruppe zu „alt“
488-493	71	Informationen müssen komprimiert, unterhaltsam und spielerisch präsentiert werden, damit Kinder sie behalten können.	Komprimierte, unterhaltsame, spielerische Präsentation von Information.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Komprimierte Informationen vermitteln
495-496	72	Unsere Aufgabe ist es nicht, alle Informationen in einem Beitrag unterzubringen. Das überfordert Kinder.	Komprimierte Informationen wichtig.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Komprimierte Informationen vermitteln
505-507	73	Video-on-Demand ist, bezogen auf unser jüngeres Publikum noch keine Konkurrenz, Fernseher ist hier noch die Nummer eins.	Keine Video-on-Demand-Konkurrenz bei jüngeren Publikum.	K13 – Video-on-Demand: erst bei älterer Zielgruppe als Konkurrenz wahrzunehmen
507-509	74	In TV-Thek mit Formaten vertreten zu sein ist dennoch wichtig.	Wichtig, in Video-on-Demand-Angeboten vertreten zu sein.	K13 – Video-on-Demand: Wichtig, in diesen Angeboten dennoch vertreten zu sein
518-520	75	Will Programm nicht in alle Richtungen verstreuen, sonst schauen es die Kinder irgendwann nicht mehr bei uns.	Kinder sollen gewisses Programm nur im ORF finden.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig
521-523	76	Die kleinen Kinder sind schon noch froh, wenn sie wissen zu welcher Uhrzeit, an welchem Tag sie ihre Sendung empfangen.	Klassisches Kinderfernsehen für die Kleinsten noch bedeutsam.	K14 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil: für die Kleinsten weiterhin bedeutsam
527-532	77	Wir hinken in den Bereichen Apps, Spiele, Video auf der Homepage aufgrund von finanziellen und rechtlichen Gründen hinterher.	Finanzielles und Rechtliches verhindert Ausbau der Homepage.	Finanzielles und Rechtliches verhindert Ausbau der Homepage.
535-536	78	Solange Kinderprogramm im Gesetz steht, wird es weiter bestehen, eventuell reduzierter.	Durch öffentlich-rechtlichen Auftrag, keine Gefahr des Verschwindens von Kinderfernsehen.	K14 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil: ein öffentlich-rechtlicher Auftrag dafür besteht
541-542	79	Nicht nur Serien im Kinderprogramm, weil dadurch wäre man von anderen Sendern	Eigenproduktionen für Unterscheidbarkeit wichtig.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert,

		weniger unterscheidbar.		Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig
545-550	80	Wiedererkennbare, verbundene Programmfläche ist wichtig und ein Vorteil von klassischem Kinderfernsehen.	Durchgehende Programmfläche Vorteil von klassischem Kinderfernsehen.	K14 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil: verbundene Programmfläche als Vorteil
551-554	81	Kinder sollen zwischen den Formaten angesprochen werden, das geht nur im klassischen Fernsehen.	Durchgehende Programmfläche Vorteil von klassischem Kinderfernsehen.	K14 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil: verbundene Programmfläche als Vorteil
557-559	82	Den Rahmen, das „zu Hause sein“-Gefühl, wollen wir beibehalten.	Durchgehende Programmfläche Vorteil von klassischem Kinderfernsehen.	K14 – Klassisches Kinderfernsehen bleibt bestehen, weil: verbundene Programmfläche als Vorteil
567-569	83	Bis 2019 entwickeln wir keine neuen Formate, sondern adaptieren bereits bestehende, um sie frisch zu halten.	Weiterentwicklung von Formaten wichtig.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Weiterentwicklung der Formate
574-578	84	Ein eigener Kindersender würde mehr Fläche und Kontinuität bringen, stand aber nie ernsthaft zum Thema.	Kinderkanal, trotz höherer Kontinuität und höherem Angebots, kein Thema.	K16 – Eigener ORF-Kinderkanal kein Thema
584-588	85	Programmfläche eines reinen Kindersenders zu befüllen, wäre nur mit vielen Wiederholungen und mehr Geld schaffbar.	Kinderkanal bräuchte mehr Geld und mehr Programm.	K16 – Eigener ORF-Kinderkanal kein Thema, weil: finanzielle Belastung, dadurch entstehende Notwendigkeit von zusätzlichem Programmangebot
600-603	86	Wir behaupten uns gegen deutsche Kindersender aufgrund unseres Programms sehr gut.	Konkurrenzfähigkeit des ORF-Kinderprogramms.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig
606-607	87	Wir unterscheiden uns von KiKA durch das Österreichische und einigen Formaten, die anders sind.	Österreichbezug für Konkurrenzfähigkeit wichtig.	K4 – Eigenproduktionen für Wiedererkennungswert, Konkurrenzfähigkeit und Österreichbezug wichtig
618-620	88	ORF und KiKA behandeln ähnliche Themen, fürs gleiche Zielpublikum.	Ähnlichkeit mit deutschem, öffentlich-rechtlichem, Kinderkanal.	Ähnlichkeit mit deutschem, öffentlich-rechtlichem, Kinderkanal.

629-632	89	Für Kinder von heute ist es selbstverständlich, von überall, auf unterschiedlichen Kanälen, Programm empfangen zu können.	Vielfältigkeit der Empfangbarkeit von Medienangeboten.	K15 – Herausforderungen, vor denen klassisches Kinderfernsehen steht: Vielfältigkeit der Medienangebote
633-634	90	Je weniger die Eltern schauen, desto weniger ist es für das Kind relevant.	Eltern als Vorbilder für ihre Kinder.	K17 – Wichtiges in Bezug auf Kinder und Fernsehen: Eltern fungieren als Vorbilder für ihre Kinder
657-659	91	Die Eltern müssen die Zeit vorm Fernseher zwar regulieren, aber damit Erfahrungen schon in frühen Jahren zu machen ist nicht schädlich.	Frühe Beschäftigung mit Medien kann nützlich sein.	K17 – Wichtiges in Bezug auf Kinder und Fernsehen: Frühe Beschäftigung mit Medien als Chance
663-668	92	Wichtig ist, gutes Programm zu produzieren und Themen so anzubieten, dass sie bei Kindern gut ankommen.	Wichtigkeit von Programmqualität.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: hohe Qualität
675-677	93	Der Unterschied zu früher ist, dass Kinder nicht mehr so viel Zeit zur Verfügung haben und es neben dem Fernseher viele andere Medien zur Freizeitgestaltung gibt.	Weniger Zeit und mehr Vielfalt der Freizeitgestaltung von Kindern.	K15 – Herausforderungen, vor denen klassisches Kinderfernsehen steht: engeres Zeitkorsett der verfügbaren Freizeit
681-683	94	Im ORF ist es nicht möglich am Nachmittag oder Abend Kinderprogramm zu sehen, da rufen Kinder dann Spartenkanäle auf.	Konkurrenz durch reine Kindersender ist hoch.	K6 – Deutsche Kindersender (erst nach einiger Zeit) als große Konkurrenz wahrgenommen.
693-695	95	Kinder sollen aus den Formaten für jedes Alter und jede Lebenslage etwas mitnehmen können.	Auf Bedürfnisse von Kindern eingehen.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
702-703	96	Wir behandeln mit App-Tipps die Welt, die Kinder interessiert.	Auf Bedürfnisse von Kindern eingehen.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
707-714	97	Kinderprogramm ist jünger, schneller, zeitgemäßer, lebendiger geworden.	Gestaltung von Kinderprogramm: jung, schnell, zeitgemäß, lebendig	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Schnelligkeit als Gestaltungsmerkmal

715-716	98	Kinder haben heutzutage mehr Möglichkeiten und mehr Aufgaben, als nur klassisches Fernsehen.	Vielfalt der Freizeitgestaltung von Kindern.	K15 – Herausforderungen, vor denen klassisches Kinderfernsehen steht: engeres Zeitkorsett der verfügbaren Freizeit
726-742	99	Puppensendung, Wissenschaftsformat, aktuelle Formate, Tiere, Kochen und Gameshow, Musik sind wichtige Punkte.	Wichtigkeit der Vielfalt.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Vielfalt
743-744	100	Wir sind thematisch sehr gut und sehr vielseitig aufgestellt.	Wichtigkeit der Vielfalt.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Vielfalt
746-748	101	Nachrichten wären schön und nicht unwichtig, aber sie sind nicht leistbar.	Nachrichten nicht leistbar.	Nachrichten nicht leistbar.
756-757	102	Themenschwerpunkte, wie Mutter Erde, Bewusst gesund oder Licht ins Dunkel, werden ins Programm integriert.	Mehrwert durch Aktualität der Themen.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Aktualität
764-766	103	Programm soll nicht zu niedrig angesetzt sein, um keine Schulanfänger zu verjagen.	Auf Bedürfnisse von Kindern eingehen.	K5 – Merkmale des ORF-Kinderprogramms: Erfüllen von Bedürfnissen
776-780	104	Irgendwann ist es nicht mehr cool, Kinderprogramm zu schauen; unabhängig von der Qualität der Programme.	Ältere Zielgruppe schwer zu halten.	K15 – Herausforderungen, vor denen klassisches Kinderfernsehen steht: ältere Kinder als Publikum schwer zu halten
790-792	105	Am eigenen Produkt auszutesten, wie es in der Zielgruppe ankommt, bringt einem am meisten.	Wichtigkeit der Kenntnis über Zielgruppe.	K18 – Wissen über Zielpublikum sehr wichtig

23.3 Sendungsleitbild „Miniversum“



Sendungsleitbild 2014

Genre:	Tier- und Artenschutz-Magazin		
Länge / Format:	12 bis 15 min / 16:9 / HD		
Sendeplatz:	Erstausstrahlung (EA) am Sonntag	08:15 Uhr	
	Wiederholung (WH) am folgenden Samstag	09:50 Uhr	
Anzahl der Sendungen:	35 Folgen EA + WH, sowie 30 weitere Wiederholungstermine		
Zielgruppe:	Kinder im Alter von 4 -11 Jahren		
Präsentation:	Christina Karnicnik		
Konsulenz + Co-Präsentation:	Dr. Dagmar Schratter / Tiergarten Schönbrunn		
Buch / Gestaltung / Redaktion:	Werner Kohl		
Drehorte:	Tiergarten Schönbrunn sowie Nationalparks in Österreich		
Aufbau der Sendung:	Archivbeiträge und eigen gestaltete Zuspieldungen bilden mit den Moderationen ein buntes, abwechslungsreiches Magazin		

MINIVERSUM ist eine der ältesten, erfolgreichsten und beliebtesten Produktionen des ORF-Kinderprogramms. Die erste Folge von MINIVERSUM wurde vor 15 Jahren am 09.07.1999 ausgestrahlt.

MINIVERSUM erzählt Tiergeschichten aus fernen Ländern wie aus der heimischen Tierwelt, zeigt Hintergründe und Zusammenhänge auf und macht diese begreifbar. MINIVERSUM ist keine monothematische Sendung, sondern ein buntes und vielseitiges Magazin, das die faszinierende Welt der Tiere präsentiert. Dabei geht es auch um den Anspruch, dem jungen Publikum kritische Betrachtungen zu Lebensbedingungen und Umwelteinflüssen anzubieten.

Informationen rund um Arten- und Tierschutz werden ebenso präsentiert wie die Aufforderung, selber aktiv zu werden. Dabei regt die Sendung auch dazu an, in der Schule und zu Hause die Möglichkeiten auszuschöpfen, um an der Gestaltung unserer Umgebung verantwortungsbewusst mitzuwirken und so den Umgang mit allen Lebewesen nachhaltig und positiv zu verbessern.

23.4 E-Mail-Verlauf mit Alexandra Schlögl

Von: alexandra.schloegl@orf.at

Gesendet: Donnerstag, 24. November 2016 14:35

An: JuliaHiessberger@gmx.at

Betreff: AW: AW: AW: AW: AW: Interview

Liebe Frau Hießberger,

der Start von „Ich & du“ war im Jahr 1989, davor gab es noch keine eigene Dachmarke im ORF-Kinderprogramm.

Liebe Grüße

Alexandra Schlögl

Von: "Julia Hießberger" [mailto:JuliaHiessberger@gmx.at]

Gesendet: Mittwoch, 23. November 2016 15:22

An: Schlögl Alexandra - FD 5

Betreff: Aw: AW: AW: AW: AW: Interview

Liebe Frau Schlögl,

Herzlichen Dank für die Infos zu Ich & Du! Wenn Sie noch herausfinden könnten, wann Ich & Du gestartet ist, wäre das eine große Hilfe!

Liebe Grüße,

Julia Hießberger

Gesendet: Dienstag, 22. November 2016 um 14:00 Uhr

Von: alexandra.schloegl@orf.at

An: JuliaHiessberger@gmx.at

Betreff: AW: AW: AW: AW: Interview

Die Sendung „7 x Ich & Du“ ist mir noch eingefallen, da wurden jede Woche mit einer lustigen Rahmengeschichte, die von Redaktionsmitarbeitern präsentiert wurde, Sendungen für die darauffolgende Woche angekündigt.

Liebe Grüße

Alexandra Schlögl

Von: Schlögl Alexandra - FD 5

Gesendet: Dienstag, 22. November 2016 13:53

An: "Julia Hießberger"

Betreff: AW: AW: AW: AW: Interview

Ende war auf jeden Fall Anfang 1994, als Confetti TiVi gestartet ist. Ob sich jemand an den Zeitpunkt des Beginns erinnern kann, versuche ich noch herauszufinden.

Dazugehört haben u.a. Sendungen wie Kinderwurlitzer (Musikvideowünsche), Vif Zack (Mitarbeiter der Redaktion mussten Fragen des Publikums in vorgegebener Zeit beantworten), Unternehmen Octopus (Game/Quizshow), Vier gewinnt (Game/Quizshow) sowie auch Kasperl und Am Dam Des. An diese Sendungen erinnere ich mich, da ich tw. auch selbst mitgearbeitet habe, es gab aber auch noch ein paar andere.

Lieben Gruß,

Alexandra Schlögl

Von: "Julia Hießberger" [mailto:JuliaHiessberger@gmx.at]

Gesendet: Dienstag, 22. November 2016 12:30

An: Schlögl Alexandra - FD 5

Betreff: Aw: AW: AW: AW: Interview

Liebe Frau Schlögl,

Herzlichen Dank für die Infos!

Bezüglich "Ich & Du" habe ich noch eine Frage: haben sie hierzu Infos über Anfangsjahr und Endjahr dieser Programmschiene? Beziehungsweise zu Sendungen dieser Schiene? Dazu konnte ich in der Literatur nämlich nichts finden und ich denke es wäre ein wesentlicher Punkt in meinem Kapitel zur Geschichte des ORF Kinderfernsehens.

Liebe Grüße,
Julia Hießberger

24. Abstract

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit den Entwicklungen und den daraus resultierenden Herausforderungen, welchen das ORF-Kinderfernsehen gegenübersteht. Anhand der Analyse der mittlerweile abgesetzten Sendung „Miniversum“ und dreier Experteninterviews (Werner Kohl: Sendungsgestalter, Thomas Brezina: „Okidoki“-Mastermind, Alexandra Schlögl: Redaktionsleiterin der eigenproduzierten ORF-Kinderprogramme) soll herausgefunden werden, welche Veränderungen es in den letzten Jahren gegeben hat und mit welchen Mitteln der immer größer werdenden Konkurrenz die Stirn geboten werden kann.

Die zentralen Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass sich im Kinderprogramm-Bereich in den letzten Jahren einiges getan hat. Das Alter der Zielgruppe, die hauptsächlich erreicht werden kann ist niedriger geworden und die Anzahl der Konkurrenten größer. Daraus resultiert ein immer wichtiger werdender Fokus auf regionale, repertoirefähige, eigenproduzierte Sendungen, welche auf die Zielgruppe zugeschnitten sind. Vor allem auf die Interessen der Kinder, wozu in der heutigen „Media-Welt“ immer noch die Tiere zählen, muss in der Sendungsproduktion eingegangen werden.

Das Absetzen der Sendung „Miniversum“ liegt vor allem in der Verjüngung des Gesamtprogramms begründet und hat seine Wurzeln im jünger werdenden Publikum. Die Experten waren sich alle einig, dass diese Sendung qualitativ hochwertige Informationen für Kinder geboten hat, aber für die heutige Zielgruppe, welche hauptsächlich aus Drei- bis Sechsjährigen besteht, gegen Ende hin zu „alt“ geworden ist.