

**TV-Serien, Soaps, Telenovelas.  
Zur Bedeutung der Formate im  
Kinderalltag und in öffentlichen  
Bibliotheken**

**Diplomarbeit**

im Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement  
der  
Fachhochschule Stuttgart – Hochschule der Medien

**Marion Fleischmann**

Erstprüferin: Prof. Susanne Krüger

Zweitprüfer: Dipl.-Bibl. Bernhard Bendig

Bearbeitungszeitraum: 11. Juli 2005 bis 10. Oktober 2005

Stuttgart, Oktober 2005

## Kurzfassung

Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist eine Einschätzung der Relevanz und Akzeptanz von Serienformaten wie TV-Serien, Daily Soaps und Telenovelas im Kinderalltag und in öffentlichen Bibliotheken.

Im Alltag von Heranwachsenden stellen die Formate eine immer größere Bedeutung dar. Bibliotheken, Buchverlage und Sendeanstalten reagieren unterschiedlich auf dieses spezielle Medienverhalten von Kindern. Anhand von fachkundigen Stellungnahmen wird die Relevanz von Serienformaten in öffentlichen Bibliotheken untersucht und als wichtiges Instrument zur Annäherung an die intendierte Zielgruppe erkannt. Ein zusammenfassender Ausblick wird die zukünftige Veränderung des Medien- und Lektüerverhaltens von Kindern aufzeigen.

Die Arbeit soll Verständnis schaffen für das manchmal ausgeprägte Serienverhalten von Kindern zwischen 6 und 13 Jahren.

**Schlagwörter:** Serienformate, Relevanz, Kinderalltag, öffentliche Bibliotheken

## Abstract

Topic of this paper is the assessment of relevance and acceptance of serials as like as TV-soaps, Daily-soaps and Telenovelas in child everyday life and public libraries.

In everyday life of adolescents, these serials represent a rising up meaning. Libraries, book publishing companies and broadcasting stations react differently to this special media behaviour of children. On the basis of skilled statements the relevance is examined by serials in public libraries and when important instrument is recognized to the approach by the intended target group. A comprising view will indicate the future change of the media behaviour and reading behaviour of children.

This paper shall help to understand the sometimes distinctive relationship to serials of children between 6 and 13 years.

**Keywords:** serials, relevance, child everyday life, public libraries.

## Inhaltsverzeichnis

<b>Kurzfassung .....</b>	<b>2</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>2</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>3</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>5</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>5</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>6</b>
<b>2 Mediennutzung von Kindern im Alter von 6-13 Jahren .....</b>	<b>9</b>
2.1 Motive und Funktionen .....	9
2.2 Mediennutzung – ermittelte Daten .....	10
2.2.1 Medienausrüstung und Medienbesitz .....	10
2.2.2 Medienbindung .....	11
2.3 Fernsehverhalten von Kindern .....	12
2.3.1 Fernsehnutzung .....	12
2.3.2 Medienschemata .....	12
2.3.3 Senderpräferenzen .....	15
2.4 Genhverhalten der intendierten Zielgruppe .....	16
2.4.1 Spartenutzung .....	17
<b>3 Formate .....</b>	<b>20</b>
3.1 TV-Serie .....	20
3.2 Soap Opera .....	21
3.3 Telenovela .....	22
<b>4 Serienformate und deren Bedeutung für Kinder .....</b>	<b>25</b>
4.1 Faszination Serie, Daily Soap, Telenovela .....	25
4.2 Aktuelle Umfragen zur Serienbedeutung .....	33
4.3 Hitliste aktueller Serien .....	35
<b>5 Programmstruktur und aktuelle Serienformate, Themen und Titel einzelner Sendeanstalten in Auswahl – Konzepte und Bedeutung für Kinder .....</b>	<b>37</b>
5.1 ARD .....	37
5.2 ZDF .....	43
5.3 RTL .....	45
5.4 Sat.1 .....	48
5.5 KI.KA .....	50
5.6 Super RTL .....	53

---

<b>6</b>	<b>Zukunftsaspekt der Sendeanstalten und einschlägig tätigen Buchverlage .....</b>	<b>55</b>
6.1	Sendeanstalten: Vor der Ausstrahlung stehende Serienformate in Auswahl.....	55
6.2	Buchverlage: Vor der Veröffentlichung stehende Serienformate, Themen und Titel in Auswahl.....	66
6.3	Begleitbücher zu Daily Soaps.....	70
<b>7</b>	<b>Relevanz der Serienformate in Bibliotheken.....</b>	<b>73</b>
7.1	Einschätzungen von Bibliothekarinnen.....	73
7.2	Stellungnahme der Einkaufszentrale Reutlingen (ekz) .....	81
<b>8</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>84</b>
	<b>Anhang A: Umfrage von Bibliothekarinnen zu Serientiteln in öffentlichen Bibliotheken.....</b>	<b>88</b>
A.1	Anfrage bei Bibliothekarinnen.....	88
A.2	Umfrage zu Serientiteln in Bibliotheken.....	89
A.3	Umfrage zu Serientiteln in der Einkaufszentrale Reutlingen, Herr Bendig .....	91
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>92</b>
	<b>Erklärung .....</b>	<b>96</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Logo "Verbotene Liebe" .....	38
Abbildung 2: Logo "Marienhof" .....	39
Abbildung 3: Logo "Gute Zeiten - Schlechte Zeiten" .....	46
Abbildung 4: Logo "Unter uns" .....	47
Abbildung 5: Logo "Verliebt in Berlin" .....	49
Abbildung 6: Logo "Schloss Einstein" .....	51
Abbildung 7: Logo "Spongebob - Schwammkopf" .....	53

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Aktuelle Fernsehserien .....	75
Diagramm 1: Medieneinkauf .....	77
Diagramm 2: Auswahlkriterien .....	78
Diagramm 3: Medienbedeutung .....	80
Diagramm 4: Medienpräsentation .....	81

## Abkürzungsverzeichnis

AV-Medien	Audiovisuelle Medien
GZSZ	Gute Zeiten – Schlechte Zeiten
ekz	Einkaufszentrale für öffentliche Bibliotheken Reutlingen
ID	Informationsdienst
IK	Interessenskreis
ViB	Verliebt in Berlin
vollst.	vollständig

# 1 Einleitung

In einer Fernsehwelt, die zusehends schneller und unübersichtlicher wird und sich eine größere Ausdifferenzierung von TV-Serien entwickelt, sind Kinder dem Fernseh-Geschehen Tag für Tag ausgeliefert. Die aktuelle Mediennutzung von Kindern wird vorrangig durch das Fernsehen bestimmt.

Gerade Serien und Soaps sind bei Kindern sehr beliebt und zählen zu den Favoriten unter den Fernsehformaten. Deren Inhalte und Personen haben häufig eine wichtige Bedeutung für die Heranwachsenden in der Bewältigung des Alltags. Kinder übernehmen Handlungen oder Charaktere als Vorbilder und planen diese zu einer ganz bestimmten Zeit in ihren Tagesrhythmus ein. Sie lassen sich zwar von den Geschichten über Liebe, Freundschaft und Intrigen fesseln, können aber dennoch überwiegend zwischen Realität und Seriengeschehen unterscheiden.

Warum es gerade diese Serienformate sind, die Kinder tagtäglich vor den Fernseher locken und mit ihren Endlosgeschichten begeistern, erläutern und diskutieren bereits Überlegungen und Erkenntnisse in Forschungsberichten und Fachliteratur. Darauf aufbauend stellte sich mir aber die Frage, wie Bibliothekarinnen und Mitarbeiterinnen<sup>1</sup> in öffentlichen Bibliotheken und der Einkaufszentrale Reutlingen (ekz) mit diesem speziellen Medienverhalten von Kindern umgehen. Die Untersuchungen haben die Zielstellung, folgende Fragen zu klären: In welchem Umfang und in welcher Vollständigkeit sollen diverse Titel zu Serien und Soaps in öffentlichen Bibliotheken vorhanden sein? Worauf kann verzichtet werden und was darf im Bestand nicht fehlen?

Doch nicht nur Bibliotheken fühlen sich für die Medienkompetenz von Kindern besonders verantwortlich. Auch in Sendeanstalten und Buchverlagen gilt ein besonderes Augenmerk der Zielgruppe der Soap-Fans im Alter von 6-19 Jahren. Es werden immer wieder neue Serien, Themen und Titel auf den Markt gebracht, die sich häufig an bereits laufenden Formaten orientieren. Diesen Zukunftsaspekt und die Weiterentwicklung von Soaps, Telenovelas

---

<sup>1</sup> In dieser Arbeit wird zur sprachlichen Vereinfachung für Personen ausschließlich die weibliche Sprachform verwendet. Es sind stets auch männliche Personen gemeint.

u.ä. werde ich in meiner Arbeit besonders fokussieren. Auch die Reaktionen von Bibliothekarinnen auf dieses spezielle Serienverhalten der Zielgruppe Kind und der Umgang mit den genannten Serienformaten in Bibliotheken werden näher betrachtet und untersucht.

Ich beziehe mich bei meinen Ausführungen auf TV-Serien, Soaps und Tele-novelas, die in Deutschland produziert und dort auch ausgestrahlt werden. Amerikanische und englische Serien spielen zwar bei der Entstehung von deutschen TV-Serien eine wichtige Rolle, sind aber nicht Bestandteil dieser Arbeit. Des Weiteren beschränke ich mich auf die Zielgruppe „Kind“ im Alter von 6-13 Jahren. Bei dieser Altersspanne orientierte ich mich an den Programmstrukturen von Sendeanstalten, welche die 6-13 Jährigen als ein Segment zusammenfassen und als Zielgruppe „Kind“ darstellen.

Ich beginne meine Arbeit mit einem Überblick über das Fernsehverhalten und die Sehgewohnheiten von Kindern. Um die alltäglichen Bezeichnungen verständlich zu machen und Verwechslungen auszuschließen, definiere ich im Anschluss die Unterschiede der genannten Serienformate. Ein weiteres Kapitel befasst sich mit der Beziehung „Kinder und Serien“ und wie die Faszination „Soap“ entsteht.

Aus den letzten Jahren liegen bereits repräsentative Ergebnisse von Kinderumfragen zur Bedeutung von Serien in deren Alltag vor. Anhand dieser, sowie Recherchen zu aktuellen und vor der Ausstrahlung stehenden Serienformaten bei Sendeanstalten und einschlägig tätigen Buchverlagen, untersuche ich die Relevanz und Akzeptanz von genannten Formaten in öffentlichen Bibliotheken. Zu dieser Einschätzung ziehe ich fachkundige Meinungen und Stellungnahmen von Bibliothekarinnen und Mitarbeitern der ekz hinzu. Hierfür erstellte ich einen Fragebogen, den Frau Krüger dankenswerterweise über die Verteilerliste der Zeitschrift „GIRAFFE“ verschickte.

*GIRAFFE. Bibliotheken für Kinder und Jugendliche im Blick* ist die einzige deutschsprachige Zeitschrift für die Praxis der Kinder- und Jugendbiblio-

theksarbeit und eine Chance zum kinderbibliothekarischen Informationsaustausch im deutschsprachigen Raum.<sup>2</sup>

Die Recherchen beziehen sich auf eine Auswahl von Sendeanstalten, die momentan die Hitliste der deutschen Soaps anführen. Neben den vier beliebtesten deutschen Daily Soaps – „Gute Zeiten - Schlechte Zeiten“, „Unter uns“, „Marienhof“ und „Verbotene Liebe“ – betrachtete ich noch weitere aktuelle und zukünftige Titel. Bei den Recherchen zu Serienformaten, Themen und Titeln, die vor der Ausstrahlung stehen oder als erste Ideen noch in Planung sind, beziehe ich mich ebenfalls auf die bereits erwähnte Auswahl von Sendeanstalten und Buchverlagen.

Die vorliegende Arbeit wird zeigen, wie wichtig das Verständnis und die Akzeptanz des Medienverhaltens von Kindern gerade im Bezug auf Serien ist und dass ein komplettes Unterdrücken oder Verbot von Serienvorlieben bei Kindern nicht möglich und auch durchaus nicht sinnvoll erscheint. Es muss natürlich individuell abgewogen werden, in wieweit TV-Serien, Soaps und Telenovelas in öffentlichen Bibliotheken berücksichtigt und vertreten werden sollten. Wichtig ist allerdings die Erkenntnis, dass Kinder nicht nur Spaß an pädagogisch wertvoller Lektüre haben, sondern gerade an Unterhaltungsformaten, die Spannung, Comedy und große Gefühle bieten.

---

<sup>2</sup> vgl. Bibliotheksdienst Heft 10/2000, Ehemaliges deutsches Bibliotheksinstitut, URL: <http://deposit.ddb.de/>, Zugriff am 02.08.05

## **2 Mediennutzung von Kindern im Alter von 6-13 Jahren**

### **2.1 Motive und Funktionen**

Betrachtet man die Motive und Funktionen der Mediennutzung von Kindern im Alter von 6-13 Jahren, ist durch die Spannweite dieser Altersgruppe eine sehr große Vielfältigkeit zu erkennen. Anhand von Untersuchungen wurden dennoch Anhaltspunkte erarbeitet, die sowohl für Grundschul Kinder als auch für ältere Kinder in Betracht kommen. Im Folgenden fasse ich die wichtigsten Motive und Funktionen der Mediennutzung der Zielgruppe zusammen.

#### **Motive der Mediennutzung**

Das am häufigsten auftretende Motiv bei Kindern ist eine andauernde und verlässliche Unterhaltung und somit eine Vermeidung von Langeweile. Das Gefühl von Langeweile wird bei Kindern oft als sehr unangenehm empfunden und kann durch unterschiedlichste Mediennutzung schnell behoben werden. Die Häufigkeit und Dauer der Mediennutzung hängt entscheidend „von den Anregungen ab, die die nichtmediale Umwelt Kindern bietet“.<sup>3</sup>

Weitere Motive der Mediennutzung sind die durch Medien erzeugten Stimmungen und Gefühle bei Kindern. Unliebsame und schwierige Alltagserfahrungen werden durch die mediale Darstellung einer „Heilen-Welt“ kompensiert und erträglicher gemacht. Starke und immer gut gelaunte Medienhelden können durch Identifikation helfen, das eigene Selbstbewusstsein und persönliche Auftreten zu stärken.<sup>4</sup>

#### **Funktionen der Mediennutzung**

Durch mehrfach wiederholten Konsum bestimmter Medienarten werden bei Kindern Gefühle der Bekanntheit und Vertrautheit hervorgerufen. Gefährlich ist es allerdings, wenn emotionale und kognitive Eindrücke vom Kind nicht

---

<sup>3</sup> teach Sam Medienpädagogik, Überblick Mediennutzung von Kindern, URL: [http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien\\_1\\_3\\_2.htm](http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien_1_3_2.htm), Zugriff am 09.08.05

<sup>4</sup> vgl. ebd., Zugriff am 09.08.05

selbstständig verarbeitet werden können. Hier setzt die notwendige Präsenz der Eltern oder Erzieher durch die Aufklärung fraglicher Medieninhalte ein.<sup>5</sup>

Auch für Kinder wichtige soziale Funktionen werden häufig von Medien übernommen. „Sie liefern die gewünschte Geräuschkulisse, die hilft, sich nicht allein zu fühlen, liefern Gesprächsstoff und regen Kinder zu gemeinsamem Spiel an“.<sup>6</sup> Des Weiteren werden Medien in vielen Fällen als Ersatz für fehlende soziale Kontakte angenommen.

Eine eher kritische Funktion von Mediennutzung, die aber im Alltag nicht selten zutrifft, ist die Rolle des Babysitters.<sup>7</sup> Eltern überlassen die Medienerziehung ihrer Kinder dem Fernseher, Computer oder Radio und ziehen sich aus ihrer Verantwortung, die Medienkompetenz der Kinder zu fördern, zurück. Mit schwierigen Medieninhalten überfordert, werden die Kinder allein gelassen, ohne die Möglichkeit, nachzufragen und zu verarbeiten.

## **2.2 Mediennutzung – ermittelte Daten**

### **2.2.1 Medienausstattung und Medienbesitz**

In den letzten 15 Jahren ist die Medienausstattung in den Kinderzimmern stark angestiegen. Kinder wachsen zunehmend in multimedialen Haushalten auf. So sind Fernsehgeräte und Videorekorder heute bereits in nahezu jedem deutschen Haushalt zu finden. Digitales Fernsehen, Computer, Internetzugang und DVD-Player stellen den dynamischsten Zuwachs der letzten Jahre dar. Die Mediennutzung in diesem Bereich wird auch in den nächsten Jahren weiterhin deutlich ansteigen. Die Quote der Medienausstattung hängt allerdings sehr von der finanziellen und sozioökonomischen Situation der Haushalte ab.<sup>8</sup>

In der Altersgruppe der 6-13 Jährigen besitzt etwa jedes zweite Kind die notwendige technische Ausstattung zur gewünschten Mediennutzung. In den

---

<sup>5</sup> vgl. teach Sam Medienpädagogik, URL:

[http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien\\_1\\_3\\_2.htm](http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien_1_3_2.htm), Zugriff am 09.08.05

<sup>6</sup> ebd., Zugriff am 09.08.05

<sup>7</sup> vgl. ebd., Zugriff am 09.08.05

<sup>8</sup> vgl. ebd., Zugriff am 09.08.05

Kinderzimmern stehen schon sehr früh eigene Fernsehgeräte, Radio oder Stereoanlagen, die von den Kindern selbstständig und unbeaufsichtigt jederzeit genutzt werden können. Auch ein eigener Computer, eine Spielekonsole oder ein Handy sind heute größtenteils selbstverständlich und aus dem Kinderalltag oft nicht mehr wegzudenken. Aus den vorliegenden Untersuchungen geht hervor, dass Kinder der Altersgruppe in Ostdeutschland deutlich mehr Medien besitzen und nutzen, als Gleichaltrige in Westdeutschland.<sup>9</sup>

Anhand von Studien der vergangenen Jahre ist der Medienbesitz bei Kindern meist nur leicht, aber kontinuierlich angestiegen. Handys haben weiterhin eine starke Zuwachsrate, tendenziell rückläufig ist die Ausstattung, aufgrund technischer Fortschritte, bei Kassettenrekordern und Walk-/Discman.<sup>10</sup>

### **2.2.2 Medienbindung**

Durch den hohen Stellenwert, den Medien im Alltag von Kindern haben, ist die Verzichtbarkeit auf bestimmte Medienarten in der Altersgruppe der 6-13 Jährigen oft sehr schwierig. Eine Untersuchung des Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs) aus dem Jahre 2003 bestätigt dies. Die Befragten machten deutlich, dass sie am wenigsten auf das Fernsehen verzichten könnten. In diesem Bereich gab es kaum Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen. Die Behauptung des Fernsehens als beliebtestes Medium bei Kindern veränderte sich in den letzten Jahren kaum. Mit zunehmendem Alter können Kinder allerdings leichter auf das Fernsehen verzichten. Die Wichtigkeit des Computers dagegen steigt parallel dazu an.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> vgl. teach Sam Medienpädagogik, Mediennutzung von Kindern, Daten 1, URL: [http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien\\_1\\_3\\_3\\_1.htm](http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien_1_3_3_1.htm), Zugriff am 09.08.05

<sup>10</sup> vgl. Forschungsberichte mpfs, KIM-Studie 2003, Kinder und Medien, URL: <http://www.mpfs.de/studien/kim/KIM03.pdf>, Zugriff am 09.08.05

<sup>11</sup> vgl. ebd., Zugriff am 09.08.05

## 2.3 Fernsehverhalten von Kindern

### 2.3.1 Fernsehnutzung

Die vorliegenden Untersuchungen zur Mediennutzung bei Kindern belegen den nach wie vor hohen Stellenwert des Fernsehers in der Altersgruppe der 6-13 Jährigen. „Diese Bindung reicht vom reinen Zeitvertreib bis hin zum Mitfiebern können oder beispielsweise auch der Aufnahme bisher unbekannter Informationen.“<sup>12</sup> Um die Spannweite der relevanten Zielgruppe unter entwicklungspsychologischen Gesichtspunkten verständlich zu machen, werde ich eine Aufteilung in folgende Altersspannen vornehmen:

1. jüngere Altersgruppe: 6-9 Jährige
2. ältere Altersgruppe: 10-13 Jährige

Obwohl das explizit an Kinder gerichtete Programmangebot stetig zunimmt, zeichnet sich die Fernsehnutzung von Kindern in den letzten Jahren durch eine hohe Stabilität aus. Trotz der größeren Angebotsfülle an Kinderprogrammen, schwankt die durchschnittliche Sehdauer bei Kindern zwischen 90 und 100 Minuten täglich.<sup>13</sup>

Zwar variiert die Fernsehnutzung von Kindern aufgrund des Altersunterschieds im Laufe des Tages, interessant ist jedoch, dass die Hauptfernsehzeit abends von 18:00 Uhr bis 20:00 Uhr, bzw. 21:00 Uhr ist und viele Serien und Soaps genau in diesem Zeitfenster ausgestrahlt werden.

### 2.3.2 Medienschemata

„Die Fernsehnutzung durch Kinder setzt die Entwicklung von altersspezifischen Kompetenzen (Schemata) voraus.“<sup>14</sup> Diese hängen eng zusammen mit

---

<sup>12</sup> Feierabend, Sabine; Klingler, Walter: Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2004 – Was Kinder sehen. In: Media Perspektiven. Heft 4/2005. S. 163

<sup>13</sup> vgl. Schwanebeck, Axel; Cippitelli, Claudia (Hrsg.): Käpt'n Blaubär, Schloss Einstein & Co - Kinderfernsehen in Deutschland / Axel Schwanebeck / Claudia Cippitelli (Hrsg.). – München : R. Fischer, 2000. S. 57

<sup>14</sup> teach Sam Medienpädagogik, Mediennutzung von Kindern, Medienschemata, URL: [http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien\\_1\\_3\\_3\\_3\\_3\\_9\\_1.htm](http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien_1_3_3_3_3_9_1.htm), Zugriff am 12.08.05

sozial-kognitiven Entwicklungsstufen und eigenen kindlichen Erfahrungen, die durch die Fernsehrezeption gemacht werden. Im Laufe der Altersentwicklung wird die Ausbildung und Differenzierung folgender Schemata festgelegt:

### **Einteilung in Schemata**

1. Personenschema: Das Personenschema ist der Versuch von Kindern, Verständnis für Fernsehsendungen und deren Inhalte zu entwickeln. Zentrale Medienfiguren oder Elemente, die immer wieder auftauchen und die Kinder, gewissermaßen an der Hand nehmend, durch die Sendung führen, werden mit großer Aufmerksamkeit angenommen. Die jüngere Zielgruppe kann Personen "nur physisch, nicht aber psychisch voneinander unterscheiden."<sup>15</sup> Das heißt, sie sind prinzipiell auf eine Handlungsperspektive zentriert. Mit zunehmendem Alter können Kinder einzelne Figuren und Personen als individuelle Charaktere verstehen und unterscheiden. Erst ab dem 10. Lebensjahr erkennen und verstehen Kinder die Darstellung einer Figur oder eines Charakters durch einen Schauspieler.<sup>16</sup>
2. Szenenschema: Zum kindlichen Verständnis tragen kleiner, in sich abgeschlossene Handlungsepisoden bei, denen die Zielgruppe mühelos folgen kann.<sup>17</sup> Kinder ab sechs Jahren sind bereits fähig, die dargestellte Handlungsstruktur und die zentralen, wichtigen Szenen und Episoden zu erkennen und nachzuvollziehen. Mit zunehmendem Alter lösen sich Kinder immer mehr von der Fixierung auf bestimmte Szenen und können komplexere Handlungsstränge und kombinierte Episoden besser verstehen.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Sutter, Timann (1999): Entwicklungspsychologische Grundlagen der Mediensozialisation. Drei Ebenen der Theorie, in: Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln (1999), S.73-81

<sup>16</sup> vgl. teach Sam Medienpädagogik, [http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien\\_1\\_3\\_3\\_3\\_3\\_9\\_1.htm](http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien_1_3_3_3_3_9_1.htm), Zugriff am 12.08.05

<sup>17</sup> vgl. ebd., Zugriff am 12.08.05

<sup>18</sup> vgl. ebd., Zugriff am 12.08.05

3. Formatschema: Das Formatschema dient dazu, das in den Medien Dargestellte einer realen oder fiktionalen Welt zuzuordnen. Ab dem Grundschulalter ist es Kindern durchaus möglich, die Realität einer Nachrichtensendung von der Fiktion eines Zeichentrickfilms oder einer Daily Soap zu unterscheiden.<sup>19</sup>
4. Narrationsschema: Als viertes Medienschema, welches bei Kindern erst im Laufe ihrer Entwicklung Anwendung findet, bietet das Narrationsschema Orientierung und Verständnis bei komplexeren Erzählstrukturen und parallel laufenden Handlungssträngen.<sup>20</sup>

Je nach Alter eignen sich Kinder individuell und sukzessive Methoden dieser Bereiche auf die verschiedensten Arten und Weisen an und machen sie sich dadurch verfügbar. Daraus entwickelt sich ein Pool von Medienschemata, der für das Medienverständnis von Kindern notwendig ist. Dieser Pool dient als „Orientierungsrahmen jeder medienbezogenen Handlung und Kommunikation“.<sup>21</sup>

### **Verstehen von Medieninhalten**

Auf Grund der oben dargestellten Medienschemata lassen sich Anhaltspunkte für das kindliche Verstehen von Medieninhalten ableiten.

Obwohl Kinder ab dem 6. Lebensjahr bereits mehreren Erzählsträngen einer Handlung folgen können und sich nicht unbedingt durch weitere Nebengeschichten verwirren lassen, stellen TV-Serien, Daily Soaps und Telenovelas ein für Grundschul Kinder ungeeignetes Fernsehformat dar. Denn zu viele kombinierte Episoden und nicht abgeschlossene Szenen, die für reichlich Verwirrungen und Verwechslungen sorgen, sind Merkmale von Serien und Daily Soaps und übersteigen häufig das kindliche Verständnis. Weitere

---

<sup>19</sup> vgl. teach Sam Medienpädagogik,

[http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien\\_1\\_3\\_3\\_3\\_9\\_1.htm](http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien_1_3_3_3_9_1.htm), Zugriff am 12.08.05

<sup>20</sup> vgl. ebd., Zugriff am 12.08.05

<sup>21</sup> Paus-Haase, Ingrid (1999): Medienrezeption und Medienaneignung von drei- bis zehnjährigen Kindern und daraus resultierende Ansatzpunkte für die Förderung von Medienkompetenz, In: Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln (1999), S.81-91

Merkmale in den genannten Formaten sind filmische Montagetechniken, wie Raum- und Zeitsprünge. Aufgrund der genannten Faktoren, können Kinder der Handlung und dem Ablauf dieser Serienformate nur mit erhöhter Konzentration folgen. Kinder der jüngeren Altersgruppe sind allerdings, im Gegensatz zu Vorschulkindern, die meist nur einfache emotionale Äußerungen der Darsteller nachvollziehen können, bereits in der Lage, große, übertriebene Serien-Gefühle und Stimmungen, zu verstehen. Weiterhin sind Kinder ab etwa sechs Jahren fähig, Medienakteure als Schauspieler und Handlungen als erdachte Geschichten zu verstehen und zu akzeptieren.<sup>22</sup>

### 2.3.3 Senderpräferenzen

Auch hier lassen sich je nach Alter und Interessen der Zielgruppen unterschiedliche Senderpräferenzen erkennen.<sup>23</sup>

Bei Grundschulkindern spielt der Fernsehsender Super RTL die wichtigste Rolle, aber auch der öffentlich-rechtliche KI.KA ist bei der jüngeren Zielgruppe sehr beliebt. Mit zunehmendem Alter wird das Senderrepertoire deutlich breiter und vielfältiger. Nicht nur Super RTL und KI.KA, sondern auch ARD, ZDF und die Dritten Programme konkurrieren um die Fernsehgunst der Kinder. Bei den älteren Kindern gestaltet sich die Fernsehwelt wiederum anders. RTL, Sat.1 und ProSieben gewinnen an Bedeutung, der KI.KA ist für diese Altersgruppe dann kaum noch ein Thema.

Zusammenfassend stelle ich fest, dass Super RTL und KI.KA die dominanten Fernsehsender der 6-9 Jährigen sind, wohingegen RTL für die Altersgruppe der 10-13 Jährigen das attraktivste Programmangebot darstellt.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> vgl. teach Sam Medienpädagogik, Fernsehen im Vorschulalter, Verstehen von Inhalten, URL: [http://www.teachsam.de/medien/medienpaed/medienpaed\\_3\\_2\\_3.htm](http://www.teachsam.de/medien/medienpaed/medienpaed_3_2_3.htm), Zugriff am 12.08.05

<sup>23</sup> vgl. Feierabend, Sabine; Klingler, Walter: Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2004, Heft 4/2005. S. 177

<sup>24</sup> vgl. ebd., S. 177

## **Fernsehen als Chance, Medienkompetenz zu erlernen**

Das Medium Fernsehen sollte nicht von vornherein in die Kategorien Gut und Böse eingeteilt werden. Wenn der Fernseher sinnvoll und überlegt in den Alltag von Kindern eingebaut wird, der Medien- und besonders der Fernsehkonsum der Altersgruppe von Eltern unterstützt und gefördert wird, geht von Medien keine bedeutende Gefahr aus. Vielmehr bietet sich durch überlegten Medienkonsum eine Chance auf Information, Wissen und Weiterbildung. Besonders Kindern sollte die Möglichkeit nicht versperrt werden, Medienkompetenz zu erlernen und anzuwenden.

„Richtig genutzt kann der Bildschirm ein Fenster zur Welt sein, das Neugierde auf weitere Erfahrungen weckt.“<sup>25</sup>

## **2.4 Genreverhalten der intendierten Zielgruppe**

Um Aussagen über genutzte Fernsehinhalte machen zu können, gibt es die Möglichkeit, Programmsparten in verschiedene Genre zu unterteilen. Dafür werden einzelne Programme inhaltlichen Kriterien zugeordnet.<sup>26</sup>

Durch die Einteilung entsteht eine Vielzahl von Genre, aus denen Kinder täglich auswählen können. Doch nicht alle dieser Bereiche sind für Kinder gleichermaßen interessant. Manche werden von den Heranwachsenden vollständig ignoriert, andere wiederum begeistern sie grenzenlos. Eine vollständige Abgrenzung der einzelnen Genre ist oft nicht möglich, da die Übergänge in vielen Fällen fließend sind<sup>27</sup>. Die Auswahl des Fernsehprogramms, die Kinder täglich selbstständig vornehmen, liefert erste Hinweise auf die Bedeutung der Fernsehformate, Themen und Titel für Kinder.

---

<sup>25</sup> medienpädagogischer forschungsverbund südwest, mpfs-Materialien, Fernsehen – 10 Antworten, URL: <http://www.mpfs.de/materialien/infozet/fernsehen.html>, Zugriff am 12.08.05

<sup>26</sup> vgl. teach Sam Medienpädagogik, URL: [http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien\\_1\\_3\\_3\\_3\\_3\\_5\\_1.htm](http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien_1_3_3_3_3_5_1.htm), Zugriff am 12.08.05

<sup>27</sup> vgl. Theunert, Helga / Gebel, Christa. Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung : Serienrezeption zwischen Kindheit und Jugend, S. 26

Folgende Einteilung der Fernsehinhalte in verschiedene Genre kann man im Kinderprogramm erkennen:<sup>28</sup>

- Abenteuer- / Detektivgeschichten / Krimi
- Action / Superhelden / Abenteuerserien
- Alltagsgeschichten / Familienserien / Soaps
- Humor / Slapstick / Comedy
- Infosendungen und Dokumentationen für Kinder
- Magazine / Clubs / Edutainment
- Phantastische Welten / Märchen
- Spielshows und Ratesendungen

### **2.4.1 Spartennutzung**

Die befragten Kinder und Jugendlichen bedienen sich, trotz der großen Genrebreite, lediglich einem vergleichsweise kleinen Ausschnitt des Angebots. „Die Nutzung konzentriert sich auf [...] Soap und Comedy, die montags bis freitags im täglichen Rhythmus gesendet werden.“<sup>29</sup> Besonders beliebt sind „erstens das witzig aufbereitete Gemeinschaftsleben der Comedies, zweitens die sich alltagsnah gebende Darstellung des Beziehungslebens vor allem junger Leute in den Soaps und drittens die aufregenden Fälle der Spannungsgenres.“<sup>30</sup>

### **Geschlechtsspezifische Unterschiede der Genrenutzung**

Dem weiblichen Typ entsprechend favorisieren Mädchen vor allem gefühlbetonte Geschichten, in denen es um soziale Themen, zwischenmenschliche

---

<sup>28</sup> vgl. Baacke, Dieter; Lenssen, Margrit; Röllecke, Renate: Von Mäusen und Monstern – Kinderfernsehen unter der Lupe. Beschreibungen, Analysen, Hintergründe, Praxismodelle. – Bielefeld, 1997, S. 22 ff.

<sup>29</sup> Theunert, Helga / Gebel, Christa. Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung, S. 37

<sup>30</sup> ebd., S. 37

Beziehungen, Liebe und Leidenschaft geht. Deshalb stehen hier die Genre Soap, Comedy und Familienserien an erster Stelle.<sup>31</sup>

Umfragen zufolge nennen Mädchen aller Altersstufen drei der deutschen Daily Soaps als ihre beliebtesten Serien, alleiniger Spitzenreiter der Hitliste ist Deutschlands erfolgreichste Soap „Gute Zeiten – Schlechte Zeiten“. 12-13 Jährige stellen mit 83%<sup>32</sup> die größte Gruppe der Soapfans dar, da sich in diesem Alter viele Mädchen für Themen wie Liebe, Partnerschaft und Freundschaft interessieren. Den Soaps folgen die Comedies, in denen Familiengeschichten, Probleme und Konflikte auf ironische und lustige Weise gelöst werden. Allerdings wenden sich viele weibliche Zuschauer mit zunehmendem Alter schnell wieder von den komischen und witzigen Darstellungen ab. Spannung und Action erzielen bei Mädchen nicht annähernd die gleiche Beliebtheit wie beziehungsbetonte Gefühlsgeschichten. Ihren Bedarf an spannender Unterhaltung deckt die weibliche Zielgruppe am ehesten mit Mystery- und Krimiserien.<sup>33</sup>

Auch Jungen finden Interesse an Geschichten, in denen es um Familie, Freundschaft und Liebe geht. Doch bevorzugen sie im Gegensatz zu Mädchen die ironische und parodistische Art der Darstellung. An der Hitliste stehen somit Comedies, gefolgt von Soaps, wobei Jungen in Fernseherlebnissen Witz und Situationskomik, Gefühlen und Beziehungsstress vorziehen. In der Zielgruppe der 12-13 Jährigen sind ähnlich wie bei den Mädchen ebenfalls Soaps unter den bevorzugten Genre zu finden, allerdings in einer gemäßigteren Größenordnung, als bei den weiblichen Rezipienten. Den Geschlechterunterschieden entsprechend sind Jungen von spannungsgeladenen Action- und Krimiserien, Sciencefiction- und Abenteuererien besonders fasziniert.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> vgl. Theunert, Helga / Gebel, Christa. Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung,, S. 39

<sup>32</sup> vgl. ebd., S. 40

<sup>33</sup> vgl. ebd., S. 40

<sup>34</sup> vgl. ebd., S. 42

### **Altersspezifische Unterschiede der Genrenutzung**

Die bei Kindern am stärksten genutzte Sparte ist der fiktionale Bereich. Für die jüngere Altersgruppe spielen animierte Inhalte, also Zeichentrickfilme und Sendungen, die mit Lerninhalten begeistern, die Hauptrolle. Bei den älteren Kindern sind vor allem komödiantische, spannende und unterhaltende Inhalte von großer Bedeutung. Doch auch Informations- und Unterhaltungsangebote, wozu Daily Soaps zählen, sind bei der intendierten Altersgruppe sehr beliebt. „Ab etwa dem Alter von sechs Jahren fangen Kinder damit an, sich für ihre Geschlechtsrolle zu interessieren. Daher entwickelt sich der Medienkonsum in einer geschlechtsbedingten Differenzierung.“<sup>35</sup> Im Alter von 12 Jahren werden TV-Serien, Daily Soaps und Telenovelas mit Themen über Liebe, Intrigen und das jugendliche Leben ein wichtiger Bestandteil der Fernsehnutzung.<sup>36</sup>

### **Zusammenfassung**

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass viele Formate aus dem Erwachsenenprogramm bei Kindern sehr beliebt und regelmäßig rezipiert werden, obwohl oft nicht kindgerechte Lebens- und Verhaltensweisen dargestellt werden. Dennoch bieten gerade Serien und Soaps Kindern aller Altersstufen Orientierung, sowie spannende und lustige Fernsehunterhaltung. Welchen bestimmten Genres sich Kindern zuwenden, hängt auch zu einem Großteil vom elterlichen Umfeld und den Beziehungen zu Gleichaltrigen ab.

---

<sup>35</sup> teach Sam Medienpädagogik, URL:

[http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien\\_1\\_3\\_3\\_3\\_3\\_5\\_1.htm](http://www.teachsam.de/medien/mediennutzung/medien_1_3_3_3_3_5_1.htm), Zugriff am 12.08.05

<sup>36</sup> vgl. ebd., Zugriff am 12.08.05

## **3 Formate**

### **3.1 TV-Serie**

TV-Serien oder Fernsehserien sind eine Reihe von inhaltlich und thematisch zusammengehörenden Sendungen, Episoden<sup>37</sup> oder filmischen Segmenten. Diese werden zur selben Zeit an festgelegten Tagen im Fernsehprogramm ausgestrahlt.

#### **Merkmale von Serien**

Das Typische an Serien sind feste Charaktere, die Abenteuer erleben, sowie kleine und größere Hindernisse des Alltags bewältigen. Weiterhin sind die feste Dauer eines Segmentes oder der Serie und normalerweise ein Happy End signifikant für TV-Serien. Dadurch und aufgrund ihres Wiedererkennungswertes sind Serien für Zuschauer jeden Alters interessant.

#### **Entstehungsgeschichte von Serien**

In den Anfängen der Serienausstrahlung in Deutschland wurden zum einen Serienvorbilder aus Amerika übernommen, zum anderen nutzten Fernsehsender aber auch immer erfolgreicher einheimische Produktionen, um das Format der „Serien“ im deutschsprachigen Fernsehen bekannt und beliebt zu machen. Nachdem sich das Privatfernsehen in der Fernsehlandschaft etabliert hatte, entwickelte sich eine größere Ausdifferenzierung von Serien. Einige Sender bevorzugten weiterhin US-amerikanische Serien, während andere Sendeanstalten vorwiegend eigene Produktionen oder Auftragsproduktionen vorzogen.

#### **Genreeinteilung**

Serien werden häufig in unterschiedliche Genre eingeteilt, z.B. Reality-TV, Seifenoper, Sitcom, Krimiserie, Zeichentrickserie, u.a. Sendeanstalten setzen ganz bewusst auf die Attraktivität und Beliebtheit von TV-Serien, da durch

---

<sup>37</sup> vgl. xipolis.NET, URL:

[http://www.xipolis.net/suche/abstract.php?shortname=felix&artikel\\_id=48058](http://www.xipolis.net/suche/abstract.php?shortname=felix&artikel_id=48058), Zugriff am 29.09.05

dieses Fernsehformat Zuschauer einfacher und erfolgreicher an den jeweiligen Fernsehsender gebunden werden können.<sup>38</sup>

## 3.2 Soap Opera

Seifenopern oder Soaps, so die englische Kurzform, bezeichneten Hörspielsendungen mit banal-familiärem Charakter, die ab 1932 in Amerika als Fortsetzungsgeschichten im Radio ausgestrahlt wurden.

### Entstehungsgeschichte von Daily Soaps

Zielgruppe der Soap Operas war ein überwiegend weibliches Publikum, denn „[im] Tagesprogramm dienten die so genannten ‚Daytime serials‘ zur Unterhaltung der Hausfrau.“<sup>39</sup> Werbesponsoren zur Finanzierung dieser Langzeitgeschichten waren meist Waschmittel- und Seifenhersteller, durch deren entsprechende Werbung die Serien unterbrochen wurden. Die Soap Operas entwickelten sich zu einem sehr populären Format dieser Zeit und wurden mit der Erfindung des Fernsehens in visueller Form weitergeführt.<sup>40</sup>

Soap Operas gehören zu den Fernsehserien und bezeichnen regelmäßig ausgestrahlte Endlosgeschichten, die einmal pro Woche, genannt Weekly, oder täglich, als Daily Soap, zur Hauptsendezeit zwischen 18:00 Uhr und 21:00 Uhr im Programm laufen.

### Merkmale von Soaps

Drei entscheidende Merkmale kennzeichnen Soaps:

1. Unendlichkeit: Im Gegensatz zur Telenovela, haben Soaps keinen festen Anfang und kein festes Ende. Der Erzählfluss scheint nie stehen zu bleiben, da immer mehrere Handlungsstränge parallel verfolgt werden.

---

<sup>38</sup> vgl. Wikipedia Die freie Enzyklopädie, Fernsehserie, URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/TV-Serie>, Zugriff am 02.08.05

<sup>39</sup> Cippitelli, Claudia; Schwanebeck, Axel (Hrsg.): Pickel, Küsse und Kulissen: Soap Operas im Fernsehen. München: R.Fischer 2001, S.12

<sup>40</sup> vgl. wissen.de Seifenoper, URL :

<http://www.wissen.de/xt/default.do?MENUENAME=Suche&SEARCHTYPE=topic&query=soap+operas>, Zugriff am 02.08.05

Am Ende jeder Folge wird der so genannte Cliffhanger eingesetzt.<sup>41</sup> Dieser zeigt ein spannendes und dramatisches Ereignis, dessen Ausgang zunächst offen und ungewiss bleibt.

2. Rolle der Zeit: Da bei Daily Soaps täglich eine Folge der Serie ausgestrahlt wird, muss ein relativ langsames Erzähltempo eingehalten werden. Dadurch und durch die Beachtung einer Zeitkontinuität hat der Zuschauer das Gefühl, keine Handlungen oder Ereignisse der verschiedenen Charaktere zu verpassen.
3. Zopfdraturgie: Der dramaturgische Aufbau einzelner Folgen, in denen parallel mehrere Handlungsstränge erzählt werden, ist sehr signifikant für Soap Operas.<sup>42</sup> Jeder Handlungsstrang wird in kleine Sequenzen unterteilt, die immer abwechselnd erzählt und weitergeführt werden. Die Handlungen einzelner Sequenzen können sich über mehrere Folgen verteilen. Das Ende jeder Serienfolge bleibt grundsätzlich offen.

„Gemeinsam ist allen Seifenopern, dass sie mit einem überschaubaren, immer wiederkehrenden Personal arbeiten und ihre meist häuslichen Themen melodramatisch-sentimental behandeln.“<sup>43</sup> Große, opernhafte Theatralik und ein Happy End, sind weitere Merkmale, durch die sich dieses Format auszeichnet.

In Deutschland produzierte und sehr populäre Soap Operas, auf die ich in meiner Arbeit näher eingehen werde, sind „Gute Zeiten - Schlechte Zeiten“, „Unter Uns“, „Verbotene Liebe“ und „Marienhof“.

### 3.3 Telenovela

Eine spezielle Form der Fernsehserie stellt die Telenovela, der Fernsehroman, dar. Diese Art der TV-Serie stammt aus dem spanischsprachigen

---

<sup>41</sup> vgl. Heidtmann, Horst: Fernsehzeit ist Serienzeit – Von der zunehmenden Notwendigkeit des Seriellen im Fernsehen, In: Praxis Deutsch Heft 121, Seelze, 1993. S. 2, URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Serie.PDF>, Zugriff am 29.09.05

<sup>42</sup> vgl. ebd., S. 2

<sup>43</sup> wissen.de Seifenoper, URL : <http://www.wissen.de/xt/default.do?MENUNAME=Suche&SEARCHTYPE=topic&query=soap+operas>, Zugriff am 02.08.05

Raum und wurde seit 1990 auch in anderen Regionen zu einem populären Format. So etablierte sich die Telenovela vor allem in Osteuropa und Nordafrika als eigenständiges Serienformat. Aus Mexiko, Brasilien sowie Argentinien, Venezuela und Kolumbien stammen sehr erfolgreiche Produktionen dieses Serienformats.

### **Merkmale von Telenovelas**

Typische Merkmale von Telenovelas sind ein fester Anfang, ein festes Ende und die Festlegung der Ausstrahlung auf höchstens ein Jahr.<sup>44</sup> Nach dieser geplanten Zeit wird die Geschichte immer mit einem Happy End abgeschlossen. Erfolgreiche Produktionen können problemlos um weitere Folgen verlängert werden, ebenso verschwinden gescheiterte Telenovelas schnell wieder vom Programmplatz, um Platz für erfolgreichere Serien zu machen.<sup>45</sup>

Ebenso wie bei der Soap Opera gibt es bei der Telenovela eine Vielzahl von Handlungssträngen die gleichzeitig erzählt werden. Dennoch wird der Zuschauer dadurch nicht verwirrt, da die Haupthandlung immer im Vordergrund steht. Die Protagonisten und die Nebenfiguren sind durch verschiedenste Geschichten und Ereignisse miteinander verbunden und gestalten so ein Netzwerk.<sup>46</sup> Die Ausstrahlung von einem Kapitel täglich und die Verwendung eines Cliffhangers sind weitere Gemeinsamkeiten der beiden genannten Serienformate. Themenwahl, Dramaturgie und Länge einzelner Folgen unterscheiden sich dagegen von US-amerikanischen Daily Soaps.<sup>47</sup>

Hauptdarsteller von Telenovelas sind meist weibliche Personen, die in der Ich-Form aus ihrem Leben erzählen. In den einzelnen Folgen geht es häufig um junge, unerfüllte Liebe, Hoffnung, Enttäuschung und Freude.

---

<sup>44</sup> vgl. [www.telenovela.de](http://www.telenovela.de), Telenovelas in Mexiko, URL: <http://www.tele-novela.de/>, Zugriff am 13.09.05

<sup>45</sup> vgl. ebd., Zugriff am 13.09.05

<sup>46</sup> vgl. ebd., Zugriff am 02.08.05

<sup>47</sup> vgl. [www.wissen.de](http://www.wissen.de), Telenovela, URL: <http://www.wissen.de/xt/default.do?MENU=Suche&SEARCHTYPE=topic&query=telenovela>, Zugriff am 02.08.05

Darüber hinaus ist deutlich zu erkennen, dass sich Telenovelas sehr häufig klassischer Märchenelemente bedienen. Die bekannten Märchentitel „Aschenputtel“ und „Schneewittchen“ werden häufig als Grundlage für darauf aufbauende Telenovelas herangezogen.<sup>48</sup>

### **Entstehungsgeschichte von Telenovelas**

Ursprünglich stammen Telenovelas aus Kuba. Die früheste Telenovela, ein in ein Hörspiel umgestalteter Roman, wurde 1930 erstmals im Radio ausgestrahlt. Die in Fortsetzungen erzählten Romane entwickelten sich im Laufe der Zeit auch in Europa zu einem populären und beliebten Serienformat. Ab 1950 wurde die Telenovela für das Fernsehen als gut geeignet entdeckt und weiterentwickelt.

Aus Südamerika stammend wurde die Telenovela zu einem rund um die Welt erfolgreichen und beliebten Serienformat. Seit 2004 werden lateinamerikanische Drehbücher neu verfilmt und somit sind jetzt auch im deutschen Fernsehen die ursprünglich mexikanischen Fernsehromane zu bewundern.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> vgl. [www.telenovela.de](http://www.telenovela.de), URL: <http://www.tele-novela.de/>, Zugriff am 13.09.05

<sup>49</sup> vgl. ebd., Zugriff am 02.08.05

## 4 Serienformate und deren Bedeutung für Kinder

### 4.1 Faszination Serie, Daily Soap, Telenovela

1942 behauptete ein New Yorker Psychiater, Daily Soaps könnten krank machen, da ihr Konsum Angstzustände, Schlaflosigkeit, Schweißausbrüche, Schüttelfrost, Schwindel, Herzrhythmus- und Verdauungsstörungen verursachen könne.<sup>50</sup> Trotz dieser Warnung waren Soaps von Anfang an beliebt und sind es bis heute geblieben.

#### Warum sind diese Fernsehformate so erfolgreich?

Die Begeisterung von Kindern an täglich ausgestrahlten Endlosgeschichten, in denen es um Liebe, Leid, Intrigen und ungewöhnliche Schicksale geht, ist seit vielen Jahren ungebrochen. Vor allem für weibliche Zuschauer sind die auf den ersten Blick wenig qualitativ wirkenden Serienproduktionen von hoher Bedeutung und fest in ihren Tagesablauf eingebunden. Der große Erfolg von Daily Soaps ist eigentlich nur schwer zu erklären und nachzuvollziehen.<sup>51</sup>

Zur Fragestellung nach der Begeisterung und Bedeutung von Serienformaten im Kinderalltag liegen bereits ausführliche Befragungen und Untersuchungen verschiedenster Institute vor. Im Folgenden beziehe ich mich einerseits auf Forschungsergebnisse einer Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) zur Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. In den Jahren 2000 und 2001 wurde die Bedeutung der vier deutschen Daily Soaps – „Marienhof“, „Verbotene Liebe“, „Gute Zeiten - Schlechte Zeiten“ und „Unter Uns“ - durch Umfragen

---

<sup>50</sup> vgl. Wiegard, Daniela, Die ‚Soap Opera‘ im Spiegel wissenschaftlicher Auseinandersetzung / von Daniela Wiegard – Marburg : Tectum-Verlag, 1999, S. 7

<sup>51</sup> vgl. Götz, Maya, Warum Kinder und Jugendliche sich für Soaps begeistern. Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (Hrsg.), In: tv-diskurs - Verantwortung in audiovisuellen Medien. Ausgabe 19. Baden-Baden 2002. S. 24-27. URL: [http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz\\_soap/goetz\\_soap.html](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz_soap/goetz_soap.html), Zugriff am 14.08.05

bei 6-19 Jährigen untersucht. Die Studie ermöglicht interessante Einblicke in die Soap-Begeisterung von Kindern und Jugendlichen.<sup>52</sup>

Andererseits ziehe ich für die Diskussion meiner Arbeit Überlegungen und Untersuchungen einer Schriftenreihe der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hinzu. Die Studienergebnisse legen Befragungen und Erkenntnisse im Bereich der Kinder- und Jugendmedienforschung dar. Die Untersuchungen widmen sich der Zielgruppe der 9-15 Jährigen und deren bevorzugten Fernsehgenre. Schwerpunkte der Studie sind die Funktion, der Stellenwert und die orientierende Bedeutung von Realserien bei Kindern und Jugendlichen.<sup>53</sup>

### **Beitrag zur Alltagskommunikation**

Ein Großteil der Rezipienten verarbeitet das Seriengeschehen durch Gespräche und Diskussionen, die meist in der Peer-Group geführt werden. Dies geschieht häufig während oder unmittelbar nach der Serie, so dass die Nähe zu Serienhelden, aber auch deren Gefühle und Handlungen nochmals erlebt und mit Freunden geteilt werden können. Oftmals entstehen durch Gespräche unter Serien-Fans neue soziale Kontakte, die sich ohne das gemeinsame Thema nicht oder viel langsamer entwickelt hätten. Dazu gehören Internetseiten, Fan-Clubs, Chatrooms, in denen sich die Kinder mit anderen Soap-Begeisterten austauschen können. Gefährlich ist es, wenn Kinder bei bestimmten Themen nicht mitreden können und dadurch schnell von anderen isoliert werden. Wissen, worüber die anderen reden und das eigene Einbringen zu diesem Thema, sind für Kinder und Jugendliche ganz besonders wichtig.<sup>54</sup> In manchen Fällen kann auch die Mutter oder Schwester der erste Ansprechpartner für die täglichen Seriengespräche sein. "Hier wird die Serie zum symbolischen Material, mit dem nicht nur soziale Beziehungen; sondern

---

<sup>52</sup> vgl. Götz, Maya, Warum Kinder und Jugendliche sich für Soaps begeistern, URL: [http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz\\_soap/goetz\\_soap.html](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz_soap/goetz_soap.html), Zugriff am 14.08.05

<sup>53</sup> vgl. Theunert, Helga / Gebel, Christa. Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung. – München : R. Fischer 2000. S. 3

<sup>54</sup> vgl. ebd., S. 47

auch Werte und verdeckt eigene Probleme (symbolisch) bearbeitet werden."<sup>55</sup>

### **Strukturierung des Alltags**

Durch die Wichtigkeit und Relevanz der Serienformate für Kinder entstehen in ihrem Alltag eine gewisse Regelmäßigkeit und Strukturierung des Tagesablaufs. Täglich um die gleiche Zeit werden sie verlässlich in ihre Serienwelt entführt und für eine halbe Stunde wird die Realität um sie herum unwichtig. Dennoch sind bei Kindern im Grundschulalter während des Seriengeschehens die Gemeinsamkeit und die Integration in das Familienleben sehr wichtig. Mit zunehmendem Alter bevorzugen Kinder allerdings die ungestörte Rezeption ohne jeglichen Kontakt zu anderen. Sie versetzen sich komplett in das Seriengeschehen und erleben Emotionen alleine intensiver als mit Eltern oder Geschwistern.

### **Emotionalisierung**

Daily Soaps werden durch ihre großartigen Spannungsbögen und die dargestellten dramatischen und interessanten Beziehungen für viele Kinder zum emotionalen Resonanzboden.<sup>56</sup> Sie können mit den Hauptdarstellern lachen und weinen, kämpfen und aufgeben, gewinnen und verlieren. Die Serien können Kinder in ihrem Selbstverständnis, ihren Wunschvorstellungen und Bedürfnissen beeinflussen.<sup>57</sup>

### **„Binnenstruktur“**

Die Soap-Begeisterung von Kindern erklärt sich weiterhin aus unterhaltsamen und spektakulären Handlungssträngen, die ein wichtiges Merkmal der Serienformate sind. In mehreren parallel laufenden Spannungsbögen werden

---

<sup>55</sup> Götz, Maya, Warum Kinder und Jugendliche sich für Soaps begeistern. URL: [http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz\\_soap/goetz\\_soap.html](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz_soap/goetz_soap.html), Zugriff am 14.08.05

<sup>56</sup> vgl. ebd., Zugriff am 14.08.05

<sup>57</sup> vgl. SCHAU HIN! Was Deine Kinder machen., Elternabend: Materialien und Hintergrundinformationen zum Thema Daily Soaps, S. 3, URL: [http://www.schauhin.info/fileadmin/content/Material\\_DailySoaps.pdf](http://www.schauhin.info/fileadmin/content/Material_DailySoaps.pdf), Zugriff am 13.08.05

dramatische Schicksalsdarstellungen und übertriebene Beziehungsentwicklungen einzelner Personen erzählt. Am Ende jeder Folge wird durch einen Abbruch der Filmszene in einem besonders erwartungsvollen Moment, dem sogenannten Cliffhanger, die Spannung auf die Fortsetzung der Endlosgeschichten aufrechterhalten. Diese Momente der spannenden Ungewissheit sind für Soap begeisterte Kinder wichtig. Sie können sich nun selbst einen möglichen Ausgang der Geschichten überlegen und diese Aspekte und Gedanken mit Freunden besprechen. Hier wird wieder die anfangs erwähnte Relevanz der Seriengespräche deutlich. Hauptsächlich Mädchen der jüngeren Altersgruppe begründen die Serienbegeisterung mit ihrer Neugier auf die Fortsetzung der Geschichten um Liebe, Leid, Hass und Intrigen. Cliffhanger und eine offene Erzählstruktur sind Merkmale der typischen Dramaturgie der Serienformate und eine, für Sendeanstalten leicht realisierbare Möglichkeit, Zuschauer an einen Sender oder einen bestimmten Serientyp zu binden.<sup>58</sup>

Für einige Kinder sind aber gerade dies Gründe, eine Serie abzulehnen. Die Vielzahl der Hauptdarsteller, ihre verwickelten Beziehungen und die Soap typische Zopfdraturgie, erschweren gelegentlich den Einstieg in eine Serie und lassen sie, nach mehrmaligem Versuch, dem Seriengeschehen zu folgen, oft uninteressant werden.<sup>59</sup> Serienproduzenten versuchen, dem Bedürfnis des kindlichen Zuschauers nach Regelmäßigkeit und Wiedererkennen, durch eine Mischung aus Vertrautem und Neuem entgegen zu kommen ohne langweilig oder wiederholend zu wirken.<sup>60</sup>

### **Identifikation**

Für viele Kinder sind Daily Soaps deshalb so interessant und anziehend, weil ihnen das Gefühl vermittelt wird, dass in Serien wichtige Themen dargestellt und spannende Erlebnisse und Erfahrungen, die sie selbst auch betreffen könnten, aufgezeigt werden. Realitätsnähe wird besonders von den Rezi-

---

<sup>58</sup> vgl. Theunert, Helga / Gebel, Christa. Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung, S. 52

<sup>59</sup> vgl. ebd., S. 52

<sup>60</sup> vgl. ebd., S. 11

pienten geschätzt, die aus der Serie bedeutsame Informationen ziehen und diese soweit möglich auf ihr eigenes Leben anwenden möchten.<sup>61</sup>

Vor allem weibliche Zuschauer betonen, „Soaps, Comedies oder Familienseerien seien lebensnah und hätten Bezüge zu ihrer eigenen Lebenswelt“.<sup>62</sup>

Themen in Serien sind häufig Krankheiten, Behinderungen, soziale Beziehungen und Kontakte, aber auch Liebe, Hass und Eifersucht.<sup>63</sup> Diese zwischenmenschlichen Aspekte werden von Kindern oft in ihrem eigenen Alltag wiedergefunden. Durch die Alltagsnähe erhöht sich die Glaubwürdigkeit der Serie und ihrer Geschehnisse für Kinder. Kindliche Fragestellungen, Probleme und Lebenskonzepte sind auch in Daily Soaps oft von großer Bedeutung.<sup>64</sup> "Es ist wie ein Fenster in eine Welt, von der sie annehmen, dass sie potentiell auch ihre Zukunft betreffen könnte."<sup>65</sup>

### **Problemlösung**

In Daily Soaps werden den Kindern überwiegend ideale Muster für Problemlösungen und Konfliktfälle angeboten und vermittelt. Die dargestellten Ideale werden häufig von Kindern übernommen, woraus diese dann ihre eigenen Lösungsansätze für die realen Probleme und zwischenmenschlichen Schwierigkeiten entwickeln. Die intendierte Zielgruppe findet sich in ihren Serienvorbildern und deren Handlungen wieder. Dieser Aspekt liefert weitere Erklärungen für die kindliche Faszination von Soaps.<sup>66</sup>

---

<sup>61</sup> vgl. Theunert, Helga / Gebel, Christa. Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung, S. 48

<sup>62</sup> ebd., S. 48

<sup>63</sup> vgl. Götz, Maya, Warum Kinder und Jugendliche sich für Soaps begeistern, [http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz\\_soap/goetz\\_soap.html](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz_soap/goetz_soap.html), Zugriff am 14.08.05

<sup>64</sup> vgl. SCHAU HIN! Was Deine Kinder machen., URL: [http://www.schauhin.info/fileadmin/content/Material\\_DailySoaps.pdf](http://www.schauhin.info/fileadmin/content/Material_DailySoaps.pdf), Zugriff am 13.08.05, S. 3,

<sup>65</sup> Götz, Maya, Warum Kinder und Jugendliche sich für Soaps begeistern, [http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz\\_soap/goetz\\_soap.html](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz_soap/goetz_soap.html), Zugriff am 14.08.05

<sup>66</sup> vgl. ebd., Zugriff am 14.08.05

## Parasoziale Beziehungen

"Eine weitere typische Medienaneignungsform ist die parasoziale Beziehung zu den Medienfiguren."<sup>67</sup> Kinder entwickeln im Laufe der Soap-Begeisterung eine persönliche, in ihrer Phantasie existierende Beziehung zu einzelnen Serienfiguren. Ob es nun rein freundschaftliche oder sogar sexuelle Kontakte sind, die sich manche Kinder wünschen, spielt dabei keine Rolle. Es entstehen Gefühle von Verbundenheit und Freundschaft gegenüber den Schauspielern. Die Hauptdarstellerin wird in der kindlichen Vorstellung zur besten Freundin, der Hauptdarsteller zum geliebten Freund. Oft werden dadurch Gefühle, die in der Realität fehlen, aber dringend von den Kindern gebraucht werden, kompensiert und übertragen.<sup>68</sup> Viele Kinder identifizieren sich mit den Charakteren einer Serie "und bekommen somit ein Leben und manchmal mögliche Lösungsansätze für Probleme vorgelebt."<sup>69</sup>

## Orientierung

Ein weiterer Aspekt, der die Serienbegeisterung von Kindern erklären könnte, ist der in Serien dargestellte Lebensstil und die bewegte Atmosphäre, die oft im Mittelpunkt stehen. Kinder orientieren sich an Trends, Mode, Styling und Lebenswandel der Soap und ganz speziell der Schauspieler, was natürlich häufig sehr übertrieben dargestellt wird.<sup>70</sup> Auch hier weisen die Aussagen der befragten Kinder geschlechterspezifische Unterschiede auf. So begeistern Mädchen vor allem „[c]oole Kleider“, „toller Schmuck“ und „trendige Schau-

---

<sup>67</sup> Götz, Maya, Warum Kinder und Jugendliche sich für Soaps begeistern, [http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz\\_soap/goetz\\_soap.html](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz_soap/goetz_soap.html), Zugriff am 14.08.05

<sup>68</sup> vgl. ebd., Zugriff am 14.08.05

<sup>69</sup> SCHAU HIN! Was Deine Kinder machen., URL: [http://www.schauhin.info/fileadmin/content/Material\\_DailySoaps.pdf](http://www.schauhin.info/fileadmin/content/Material_DailySoaps.pdf), Zugriff am 13.08.05, S. 4

<sup>70</sup> vgl. Götz, Maya, Warum Kinder und Jugendliche sich für Soaps begeistern, URL: [http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz\\_soap/goetz\\_soap.html](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz_soap/goetz_soap.html), Zugriff am 14.08.05

plätze“<sup>71</sup>, während dagegen Jungen eindrucksvolles technisches Zubehör und außergewöhnliche Fahrzeuge gefallen.<sup>72</sup>

### **Spannung und Entspannung**

Soaps bieten Kindern viele Aspekte, die zur täglichen Unterhaltung und Entspannung im kindlichen Alltag beitragen. Die intendierte Zielgruppe erwartet vom gewählten Fernsehprogramm Spaß, Unterhaltung, Action und Comedy. Werden diese Komponenten gut kombiniert und überlegt eingesetzt, werden Wiedererkennungswerte und Spannung versprechende Momente in nicht enden wollenden Fortsetzungsgeschichten eingebaut, ist gerade das junge Publikum als feste Zuschauerschaft an eine Serie oder einen Sender effektiv zu binden.

Erstaunlich, aber doch beruhigend, ist die Tatsache, dass vor allem weibliche Serien-Zuschauer "das enorme Maß an Tragik und Stress ausblenden und den glückbringenden Gehalt herausfiltern"<sup>73</sup> können. Dadurch haben Soap-Fans ein für sie optimales Rezept gegen Frustration und Langeweile im Alltag gefunden.

### **Zusammenfassung**

Die Begeisterung für eine bestimmte Serie und die sich daraus entwickelnde Bedeutung im Alltag von Kindern ist stark alters- und geschlechtsabhängig. Was die einen schön und ansprechend finden, empfinden die anderen bereits als langweilig und schnulzig. Die Soap-Begeisterung von Mädchen lässt sich durch große Schwärmerei für bestimmte Charaktere, zwischenmenschliche Beziehungen und die Neugier auf Fortsetzung der Endlosgeschichten erklären. Bei Jungen sind vor allem Witz, Humor und coole Sprüche die Ursachen für die tägliche Rezeption und die Alltagsbedeutung von Serien, besonders von Comedies. Davon unabhängig ist die Wichtigkeit der Realitäts-

---

<sup>71</sup> Theunert, Helga / Gebel, Christa. Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung, S. 52

<sup>72</sup> vgl. ebd., S. 53

<sup>73</sup> vgl. SCHAU HIN! Was Deine Kinder machen., URL: [http://www.schauhin.info/fileadmin/content/Material\\_DailySoaps.pdf](http://www.schauhin.info/fileadmin/content/Material_DailySoaps.pdf), Zugriff am 13.08.05, S. 8,

nähe, die hauptsächlich bei Realfilmserien zur Orientierung und Identifikation dient.<sup>74</sup>

### **Pädagogische Konsequenzen**

Trotz der kindlichen Begeisterung für Soaps, die erkannt und akzeptiert werden sollte, gibt es auch problematische Aspekte der Serienrezeption.

Die große Bedeutung, die Kinder und Jugendliche den Serienformaten oft zuweisen, muss vor allem den Produzenten der Soaps und Telenovelas bewusst und wichtig sein. Die damit verbundene Verantwortung, Medienkompetenz zu lehren und zu fördern, muss von allen Beteiligten vorrangig beachtet werden. Denn Kinder nutzen Soaps nicht selten "als Lehrprogramm und als ein Fenster in die Welt. Sorgfältige Recherchen und Überwindung von unangebrachten Stereotypen und Klischees sind dringend notwendig."<sup>75</sup> Da ein beachtlicher Teil der Soap-Fans Kinder der jüngeren Altersgruppe sind, ist es unerlässlich, gewaltvolle und erotische Szenen im Vorabendprogramm zu vermeiden. Oft bleiben solche, nicht für Kinder bestimmte Bilder, über Jahre hinweg in den kindlichen Köpfen bestehen.

Regelmäßiges Sehen einer Soap kann bei manchen Kindern zu einem ansteigenden Konsum und größeren Konsumwünschen führen. Markenklamotten und Modeartikel, die von den Protagonisten in den Serien täglich vorgeführt werden, sind oft von Kindern begehrte Güter, die sie gerne übernehmen würden. Wenn dann aber die Realität nicht so problemlos verläuft wie dies in der Serie geschieht, setzt häufig Frustration und Enttäuschung ein. In diesem Fall sollten Eltern die Serien-Begeisterung ihrer Kinder als Chance nutzen, wahre Werte und wichtige Ziele im Leben zu vermitteln.<sup>76</sup>

Viele Angebote im deutschen Fernsehen erweisen sich als wenig geeignet für die tägliche kindliche Rezeption. Handlungsmuster und Konfliktlösungen

---

<sup>74</sup> vgl. Theunert, Helga / Gebel, Christa. Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung, S. 54

<sup>75</sup> Götz, Maya, Warum Kinder und Jugendliche sich für Soaps begeistern, URL: [http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz\\_soap/goetz\\_soap.html](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz_soap/goetz_soap.html), Zugriff am 14.08.05

<sup>76</sup> vgl. SCHAU HIN! Was Deine Kinder machen., URL: [http://www.schauhin.info/fileadmin/content/Material\\_DailySoaps.pdf](http://www.schauhin.info/fileadmin/content/Material_DailySoaps.pdf), Zugriff am 13.08.05, S. 5

werden häufig nur oberflächlich dargestellt und erscheinen nicht immer nachahmungsfähig. Dies trifft häufig bei Serien, Daily Soaps und ähnlichen Formaten zu, die nicht speziell für Kinder konzipiert und dennoch von diesen rezipiert werden. Doch durch ihre unerschöpfliche Phantasie und ihre Wünsche und Träume, die Kinder in einzelne Fernsehprogramme projizieren, schaffen es Kinder dennoch immer wieder, die geringsten Ansatzpunkte aus Geschichten, Figuren und Handlungen zu entdecken und diese zur Orientierung in ihrem eigenen Leben einzusetzen.<sup>77</sup>

Manche Kinder sind an Fernsehinhalte nicht immer anspruchsvoll, aber kritisch sind sie auf jeden Fall. Deshalb sollte tägliche spannende Unterhaltung, die Kinder besonders fasziniert, wohl dosiert und auf die intendierte Altersgruppe abgestimmt sein.<sup>78</sup>

## 4.2 Aktuelle Umfragen zur Serienbedeutung

### Freizeitbeschäftigung Fernsehen

„Einen besseren Lehrer kann sich ein Kind doch kaum vorstellen: Er ist zuverlässig, klug, fast immer verfügbar, weiß interessante, lustige und manchmal gruselige Geschichten zu erzählen und stellt seinerseits kaum Forderungen. Ist es verwunderlich, dass manche Kinder bis zu sechs Stunden täglich mit ihm beschäftigt sein wollen?“<sup>79</sup>

Laut Umfragen zufolge gehen gerade in der Primetime des Fernsehens, zwischen 18:00 Uhr und 20:00 Uhr, am Wochenende sogar bis 22:00 Uhr, viele Kinder ihrer liebsten Freizeitbeschäftigung, dem Fernsehen, nach.

Da ein Großteil der in einer Studie befragten Kinder einen eigenen Fernseher zur Verfügung hat, wird das Fernsehen häufig als Alleinunterhaltung im Kinderzimmer genutzt. Daraus ergibt sich, dass die überwiegende Mehrheit der Kinder im Alter von 7-13 Jahren ihr Fernsehprogramm selbstständig und oh-

---

<sup>77</sup> vgl. Schwanebeck, Axel; Cippitelli, Claudia (Hrsg.): Käpt'n Blaubär, Schloss Einstein & Co, S. 124

<sup>78</sup> vgl. ebd., S. 54

<sup>79</sup> Winterhoff-Spurk, Peter: Fernsehen. Psychologische Befunde zur Medienwirkung, Bern u.a. 1986

ne Einfluss der Eltern auswählt. Andere Gruppen geben an, das von Eltern vorgegebene Programm anzuschauen oder mit Eltern und Geschwistern gemeinsam fernzusehen.<sup>80</sup>

### **Fernsehvorlieben 7-13 Jähriger**

Anhand einer von FLIMMO, der Programmberatung für Eltern, durchgeführten Umfrage, wurden Fernsehvorlieben von Kindern im Alter von 7-13 Jahren untersucht und ausgewertet.

Die 7-9-jährigen Kinder favorisieren explizit für Kinder produzierte Formate, wie die Kinder-Soap „Schloss Einstein“, Märchenverfilmungen oder Zeichentrickserien. In diesen Sendungen sind häufig Kinder Hauptdarsteller, was die dargestellten Probleme und Alltagsentwicklungen realitätsnah und glaubwürdig werden lässt. Mit zunehmendem Alter interessieren sich Kinder immer stärker für Erwachsenenprogramme, wozu Realfilmserien, Soaps, Comedy-Serien oder gewalthaltige Anime-Angebote zählen. Schwerpunkte sind in diesem Alter vor allem jugendliche Probleme und soziale zwischenmenschliche Beziehungen.

Die Fernsehvorlieben von Kindern müssen altersspezifisch betrachtet und ausgewertet werden. Die jüngere Altersgruppe hat selbstverständlich andere Favoriten als ältere Kinder. Dennoch gibt es eine Sendung, die Kinder jeden Alters begeistert: die Zeichentrickserie „Spongebob – Schwammkopf“ wird von den 7-13 Jährigen als beliebte Sendung genannt.<sup>81</sup> Ältere Kinder schätzen hierbei vor allem den Wortwitz der Sendung, wohingegen Jüngeren die kurzen, in sich abgeschlossenen Episoden entgegen kommen.

In den letzten 25 Jahren hat sich an der Beliebtheit bestehender Fernsehformate insofern etwas geändert, als dass sich neue Formate, z.B. Daily Soaps und Telenovelas, vor die bis heute erfolgreichen Programmformen wie Zeichentrickserien, Actionserien und Unterhaltungsshow geschoben ha-

---

<sup>80</sup> vgl. Programmberatung für Eltern, FLIMMO, Ergebnisse zum Thema „Fernsehen am Abend“, URL: <http://www.flimmo.de/downloads/BerichtFSamAbend.pdf>, Zugriff am 17.08.05, S. 2

<sup>81</sup> vgl. ebd., Zugriff am 17.08.05, S. 6

ben.<sup>82</sup> Somit konkurrieren klassische mit modernen Formaten um die tägliche Gunst der Kinder.

### **Motive zur Fernsehnutzung**

„Ein Motiv für die Kinder fernzusehen, ist, dass sie dort Dinge erfahren, die ihnen neu sind und sie ihren Wissensdurst stillen können.“<sup>83</sup> Deshalb stehen ganz oben auf der Favoriten-Hitliste der jüngeren Altersgruppe Sendungen, die Informationen und wichtige Themen kindgerecht vermitteln oder spielerisch und kreativ eigene Lösungsansätze aufzeigen. Allen voran wird hier „Die Sendung mit der Maus“ bei den befragten Kindern am häufigsten genannt. Aber auch die bekannte Sendung „Löwenzahn“, sowie die vom ZDF speziell für Kinder produzierte Serie „Anja und Anton“ sind beliebte und die Zielgruppe ansprechende Fernsehprogramme.<sup>84</sup>

Da sich Kinder während des Fernsehens gefühlsmäßig voll und ganz auf ihre Helden auf dem Bildschirm konzentrieren, gibt es allerdings immer wieder Situationen, Inhalte und Personen, die Kinder verunsichern oder ihnen Angst einjagen. Oft reichen kurze Sequenzen in eigentlich kindgerechten Sendungen aus, um Kinder völlig aus der Fassung zu bringen. In diesem Fall sind sie auf die Erklärungen und Unterstützung der Eltern angewiesen.<sup>85</sup>

### **4.3 Hitliste aktueller Serien**

Obwohl sich aktuelle Hitlisten der bei Kindern beliebtesten Serien, aufgrund regionaler Unterschiede oder kurzzeitigen sprunghaften saisonalen Anstiegen, nur mit Vorbehalten erstellen lassen,<sup>86</sup> habe ich im Anschluss eine Tabelle aktueller Befragungen vom März und April diesen Jahres zusammen-

---

<sup>82</sup> vgl. Heidtmann, Horst: Kindermedien, S. 84

<sup>83</sup> FLIMMO, Ergebnisse zum Thema „Fernsehen im Vorschulalter“, URL: <http://www.flimmo.de/downloads/BerichtVorschulalter.pdf>, Zugriff am 17.08.05, S. 3

<sup>84</sup> vgl. ebd., Zugriff am 17.08.05, S. 3

<sup>85</sup> vgl. ebd., Zugriff am 17.08.05, S. 5

<sup>86</sup> vgl. Heidtmann, Horst, Fernsehzeit ist Serienzeit. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Serie.PDF>, Zugriff am 12.09.05, S. 9

gestellt. Diese soll einen möglichst zeitnahen Überblick über die beliebtesten Serientitel bei Kindern geben.

### **Favorisierte Sendungen der Altersgruppe der 7-13 Jährigen<sup>87</sup>**

Die hier dargestellte Auflistung entspricht nicht der Reihenfolge der beliebtesten Sendungen der Altersgruppe. Es stellt lediglich eine Übersicht genannter Formate und deren Sendeanstalten dar.

<b>Sendungen</b>	<b>Sendeanstalten</b>
Schloss Einstein	ARD
Spongebob – Schwammkopf	Super RTL
Gute Zeiten – Schlechte Zeiten	RTL
Friends	Pro7
Sabrina... total verhext!	Pro7
Heidi	ORF / ZDF
Wicki und die starken Männer	ORF / ZDF
Dragon Ball Z	RTL II

Stand: März / April 2005

---

<sup>87</sup> vgl. FLIMMO, URL: <http://www.flimmo.de/downloads/BerichtFSamAbend.pdf>, Zugriff am 17.08.05, S. 6

## **5 Programmstruktur und aktuelle Serienformate, Themen und Titel einzelner Sendeanstalten in Auswahl – Konzepte und Bedeutung für Kinder**

Da Serien, Soaps und Telenovelas im heutigen Programmangebot tägliche Massenwaren darstellen, ist es schwierig, sich einen Überblick über das momentane Serienangebot zu verschaffen. Einige Serien sind als Dauerbrenner über Jahre hinweg im Programm eines Senders verankert und werden vielleicht sogar zum Quotenknüller, andere dagegen versinken als Eintagsfliegen nach einiger Zeit wieder in der Versenkung. „Eine Analyse des Angebots kann daher immer nur eine Momentaufnahme sein.“<sup>88</sup>

Nachfolgende Darstellungen beschreiben allerdings Formate, Themen und Titel, die sich im Laufe der Zeit zu einem festen Teil des Programmangebots entwickelt haben und aus den Senderprofilen oft nicht mehr wegzudenken sind.

### **5.1 ARD**

#### **Allgemeine Grundsätze der ARD**

Die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland, kurz ARD, besteht aus neun selbstständigen und staatsunabhängigen Landesrundfunkanstalten. Deren Aufgaben sind die Veranstaltung und Verbreitung von Hörfunk- und Fernsehsendungen für die Allgemeinheit. Dadurch sollen sie zur Information, Unterhaltung und Bildung aller Bürger beitragen und diese bei ihrer Meinungsbildung unterstützen.<sup>89</sup>

#### **Programmstruktur**

Die ARD hat sich von Anfang an auf die Zielgruppe Familie festgelegt. Daraus folgend entstanden auf diese bestimmte Zuschauerschaft ausgerichtete

---

<sup>88</sup> Theunert, Helga / Gebel, Christa. Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung, S. 25

<sup>89</sup> vgl. ARD intern, Organisation, URL: <http://www.ard.de/intern/organisation/-/id=8036/rnvfb8/index.html>, Zugriff am 19.08.05

Formate.<sup>90</sup> Regelmäßige Nachrichten, Krimis, Sportsendungen, kritische Magazine, Spielfilme und vor allem unterhaltsame Serien sind Schwerpunktformate der ARD.<sup>91</sup> Noch heute ist die ARD eine der Sendeanstalten, die täglich zwei von vier beliebten deutschen Daily Soaps ausstrahlt.

### „Verbotene Liebe“



Abbildung 1: Logo  
"Verbotene Liebe"

*„'Verbotene Liebe' – das sind mittlerweile mehr als 10 Jahre voller Liebe, Sehnsucht, Freundschaft, Neid, Hass und Intrigen. 10 Jahre leidenschaftliche Geschichten über die großen Gefühle des Alltags in einer ganz und gar nicht alltäglichen Welt.“<sup>92</sup>*

Sich in eine Welt von Adel, Luxus, Macht, Reichtum und Eleganz zu versetzen und mit seinen Serienhelden zu kämpfen und zu verlieren, dafür verfolgen drei Millionen Zuschauer täglich die Serie „Verbotene Liebe“. Die Alltagsgeschichten der adeligen Schlossbesitzer, der chaotischen WG-Bewohner und der intriganten Freunde drehen sich um Liebe, Geld und den Wunsch nach dem Unerlaubten und Unerreichbaren. Gerade dieses, oft aussichtslose Streben nach Wünschen und unerfüllten Bedürfnissen, fasziniert Millionen von Soap-Fans täglich aufs Neue<sup>93</sup>.

„'Verbotene Liebe'[...]: jung und sexy – glamourös und edel – die Diva unter den deutschen Soaps.“<sup>94</sup>

### Serienstruktur

Im Gegensatz zu den anderen deutschen Daily Soaps ist „Verbotene Liebe“ die luxuriöseste und adeligste Serie im Vorabendprogramm. Probleme und

---

<sup>90</sup> vgl. ARD intern, Organisation, URL: <http://www.ard.de/intern/organisation/-/id=8036/rnvfb8/index.html>, Zugriff am 19.08.05

<sup>91</sup> vgl. ARD intern, Erstes Deutsches Fernsehen, Das Erste, URL: [http://www.ard.de/intern/programme/das\\_20erste/-/id=54752/djm9gf/index.html](http://www.ard.de/intern/programme/das_20erste/-/id=54752/djm9gf/index.html), Zugriff am 19.08.05

<sup>92</sup> Programmheft Verbotene Liebe, Programmdirektion Erstes Deutsches Fernsehen / Presse und Information, Editorial, 2005, S. 2/3

<sup>93</sup> vgl. ebd., 2005, S. 2/3

<sup>94</sup> ebd., 2005, S. 2/3

Lebensweisen von Durchschnittsbürgern und Familien ohne Adelstitel werden hier nur marginal behandelt. Schwerpunkt ist das Leben und Schaffen von reichen, adeligen Familien mit Wohnsitzen in prächtigen Schlössern. Dadurch setzt sich „Verbotene Liebe“ von den anderen Soaps deutlich ab.

### **Bedeutung für Kinder**

Neben der Hauptzielgruppe der Serie, weibliche Zuschauer zwischen 14 und 29 Jahren<sup>95</sup>, lassen sich jedoch auch immer mehr Kinder von der täglichen Dosis Luxus und Intrigen, Macht und Liebe fesseln. Eine mögliche Erklärung für die kindliche Begeisterung für die Serie könnte die dargestellte Welt und das Umfeld sein, in denen die Geschichten der Adligen spielen. Eine Welt, von der viele Kinder nur träumen können. Wünsche und Bedürfnisse werden im Leben der Seriendarsteller problemlos verwirklicht, während im eigenen kindlichen Alltag oft so manche Träume unerfüllt bleiben. „Verbotene Liebe“ weist die charakteristischen Merkmale einer typischen Daily Soap auf, die den Reiz des Seriellen ausmachen und gerade auch jüngere Zuschauer täglich begeistern. Identifikationsmöglichkeiten und Realitätsbezüge, aber gleichzeitig auch unerfüllte Wünsche und Träume machen die Daily Soap „Verbotene Liebe“ zu einem beliebten Vorabendprogramm, das Entspannung und Unterhaltung für alle Altersstufen bietet.

### **„Marienhof“**



Abbildung 2: Logo "Marienhof"

*„Der tägliche Hype, der tägliche Sog, die gesunde Alltagsdroge Daily Soap war in den TV-Markt gestartet.“<sup>96</sup>*

Der „Marienhof“ ist eine in einem Kölner Stadtviertel spielende Serie, in dem verschiedenste Bevölkerungsschichten zusammen arbeiten, wohnen, lieben und streiten. Flippige und dynamische junge Darsteller stellen gerade für Kinder und Jugendliche den Bezug zur eigenen Realität her, mit den in diesem Alter wichtigen Problemen und Wünschen. „Marienhof“ stellt eine sehr abwechs-

---

<sup>95</sup> vgl. Programmheft „Verbotene Liebe“, Mediadaten, 2005, S. 4/5

<sup>96</sup> Programmheft „Marienhof“, Programmdirektion Erstes Deutsches Fernsehen / Presse und Information, Editorial, 2005, S. 4/5

lungsreiche Soap dar, in der vermehrt sozialkritische Themen aufgegriffen und dargestellt werden.

### **Besonderheiten der Soap**

Das Besondere am „Marienhof“ ist seine Nähe zu den Zuschauern, denn dort ist es „[m]anchmal ruppig, manchmal Heimat bietend, aber immer ganz nah dran am echten Leben, an den Jugendlichen, an ihren Eltern. Aufgehängt zwischen Stadtteilmief und Heimat.“<sup>97</sup> Hier geht es vor allem um Freuden und Sorgen normaler Durchschnittsbürger und dem ganz alltäglichen Familienchaos. Umfragen zufolge betonen vor allem Kinder den Realitätsbezug der Serie, da durch das Aufgreifen brisanter Themen wie Krankheiten, Intrigen, Schulstress, Drogenmissbrauch oder Ausländerfeindlichkeit und durch die Vermeidung von Tabus, auch die negativen und schwierigen Seiten des Lebens und deren Bewältigung gezeigt werden. Aber auch alltägliche Gefühle wie Liebe, Hass und Eifersucht kommen im „Marienhof“ nicht zu kurz.

„Es entsteht das Gefühl, Problemlagen zu erkennen und zu beherrschen. In der Komplexität der Individualisierung bietet dies Orientierung und bestärkt die eigenen Perspektiven [...].“<sup>98</sup> Trotz realistischer Darstellung verwechseln Kinder die Soap „Marienhof“ nicht mit der Realität, sondern sie stellen das Serien-Geschehen lediglich in Bezug zu ihrem wahren Leben und ihren kindlichen Problemen und Gefühlen.<sup>99</sup>

### **Nachteile der Rezeption**

Die tägliche Soap-Rezeption hat aber auch Nachteile, die nicht übersehen werden dürfen. Das Aufgreifen heikler Themen kann Kindern im alltäglichen Verständnis durchaus behilflich sein, dennoch werden in Serien oft nur Teilaspekte angesprochen, die dann wiederum zu Irrtum und Verwirrung führen können.<sup>100</sup> Nichtsdestotrotz entwickeln viele Kindern durch die Rezeption von

---

<sup>97</sup> Programmheft „Marienhof“, Editorial, 2005, S. 4/5

<sup>98</sup> Götz, Maya (Hrsg.), Alles Seifenblasen?, S. 176

<sup>99</sup> vgl. ebd., S. 149

<sup>100</sup> vgl. ebd., S. 176

„Marienhof“ „ein Problembewusstsein und Einstellungen, die an einem liberalen gesellschaftlichen Konsens orientiert sind.“<sup>101</sup>

## **„Berlin, Berlin“**

*„Die teilweise absurden, tragikomischen Geschichten um WG-Leben, Jobsuche und Liebeskummer haben alle ein gemeinsames Gefühl: Das Leben ist zum Heulen schön.“<sup>102</sup>*

### **Besonderheit der Serie**

Die Geschichten sind im Gegensatz zu oft langatmigen Soaps, pointiert erzählt und fantastisch inszeniert.<sup>103</sup> Dies geschieht durch extravagante und perfekt in Szene gesetzte Stilmittel, wie Voice-Over-Technik und Zeichentrick-Animationen.

### **Inhaltliche Darstellung**

Inhaltlich könnte man schon eher eine Parallele zu typischen Daily Soaps ziehen: Eine 3-5-köpfige Wohngemeinschaft in Berlin-Kreuzberg, in der die 20-30-jährigen Hauptdarsteller zusammen leben, sich lieben und streiten. Sie erzählen von ihrem Leben, ihren Sorgen und Wünschen in der Hauptstadt Berlin mit viel Witz und Charme.

### **Bedeutung für Kinder**

Durch peinliche Momente, die einem manchmal erschreckend realistisch erscheinen, bietet die Serie für Kinder und Jugendliche ein sehr hohes Identifikationspotenzial. Der für Kinder in Serien wichtige Realitätsbezug wird in „Berlin, Berlin“ etwas verschleiert, da alltägliche, aber auch verfängliche Situationen durch besonders betonte Zeichentrickeinschübe, an Glaubwürdigkeit und Realität verlieren. Die Serie gewinnt aber Dank der seltenen und eigenen Stilmittel an Komik und Witz.<sup>104</sup>

---

<sup>101</sup> Götz, Maya (Hrsg.), Alles Seifenblasen?, S. 176

<sup>102</sup> Radio Bremen, Berlin, Berlin (Die 3. Staffel), URL: <http://www.radiobremen.de/tv/berlin-berlin/>, Zugriff am 23.08.05

<sup>103</sup> vgl. ebd., Zugriff am 23.08.05

<sup>104</sup> vgl. ebd., Zugriff am 23.08.05

Laut FLIMMO, der Programmberatung für Eltern, ist die Serie gerade für die Altersgruppe der 11-13 Jährigen sehr bedeutend. In „Berlin, Berlin“ werden anspruchsvolle und heikle Themen, wie Liebe, Sexualität und Eifersucht angesprochen, die humorvoll verpackt, den älteren Kindern wichtig und interessant erscheinen.<sup>105</sup>

### **Auszeichnungen**

2004 wurde die Vorabendserie „Berlin, Berlin“ in New York mit dem Emmy ausgezeichnet.<sup>106</sup> Eine offensichtlich ausgezeichnete Serie im deutschen Vorabendprogramm, die Kinder prima finden und die auch von Eltern als problemlos eingeschätzt wird.

### **„Die Sendung mit der Maus“**

*„Im März 1971 startete ein neues Fernsehmagazin im Westdeutschen Rundfunk: ‚Lach- und Sachgeschichten‘. Hier hatte die Maus ihren allerersten Fernsehauftritt.“<sup>107</sup>*

„Die Sendung mit der Maus“ stellt für Kinder eine äußerst beliebte Fernsehunterhaltung dar. Nicht nur das Format des Fernsehmagazins, sondern auch die kurzen lustigen Maus-Spots, die die einzelnen Lach- und Sachgeschichten miteinander verknüpfen, sprechen besonders jüngere Zuschauer und Fernsehanfänger ganz ohne Worte an.<sup>108</sup>

### **Serienstruktur**

Die Maus-Spots sind kleine Einschübe von ca. 30 Sekunden, die vor allem durch ihre kindgerechte Länge und die gemalten und mit Text beschriebenen Geschichten, Kinder der jüngsten Altersgruppe begeistern. Das Format des Fernsehmagazins ist für Kinder besonders interessant und spannend, da sie von einem guten Fernsehprogramm nicht nur Unterhaltung, sondern auch Wissen und Informationen erwarten.

---

<sup>105</sup> vgl. FLIMMO, Liebe und Lust im Fernsehen, Nr. 2, 2004, S. 4ff.

<sup>106</sup> vgl. ebd., Zugriff am 23.08.05

<sup>107</sup> WDR Die Seite mit der Maus, Rund um die Maus, URL:  
<http://www.wdrmaus.de/rundumdiemaus/geschichte/?lang=de>, Zugriff am 24.08.05

<sup>108</sup> vgl. ebd., Zugriff am 24.08.05

Die Lach- und Sachgeschichten der „Sendung mit der Maus“ begeistern Zuschauer jeden Alters sonntäglich aufs neue und werfen durch die Erklärung einer Frage schon wieder mehrere Fragen und Antwortmöglichkeiten auf. Dadurch wird die Sendung noch viele Jahre weiter bestehen, denn Kinderfragen und das Bedürfnis nach Antworten gehen wohl nie aus.

## **5.2 ZDF**

ZDF, die Abkürzung für Zweites Deutsches Fernsehen, ist derzeit die größte Sendeanstalt in Europa. Das ZDF ist der nationale Sender aller Bundesländer mit einem einheitlichen Programm bundesweit.<sup>109</sup>

### **Programmstruktur**

Das ZDF ist neben der ARD die zweite Säule der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten im Gegensatz zum privatrechtlichen Rundfunk. Das ZDF betreibt in Zusammenarbeit mit weiteren Rundfunk- und Fernsehanstalten eine vielfältige Programmpalette. 3sat, Phoenix, ARTE und KI.KA gehören zu den gemeinsamen Produkten, die das ZDF in Kooperationen vertreibt.

### **Schwerpunkt Jugendmedienschutz**

Bei ARD und ZDF haben der Jugendmedienschutz und die Förderung der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen einen sehr hohen Stellenwert. „Vorrangig ist ein kindgerechtes, gewalt- und werbefreies Programmangebot, wie es im KI.KA erfolgreich produziert wird.“<sup>110</sup>

### **Vielfältiges Programmangebot**

Ein erfolgreiches Programm für alle Altersgruppen und jeden Geschmack, spricht die täglichen Zuschauer an und bindet diese durch Spielfilme, Serien und Magazine an das ZDF. 2005 wurde das ZDF vom Bundesministerium für

---

<sup>109</sup> vgl. ZDF, Grundlagen, URL: <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/10/0,1872,1020650,00.html>, Zugriff am 23.08.05

<sup>110</sup> ZDF, Schau hin, Jugendmedienschutz bei ARD und ZDF, URL: <http://www.zdf.de/ZDFde/download/0,1896,2000950,00.pdf>, Zugriff am 23.08.05

Familie, Senioren, Frauen und Jugend als „eines der familienfreundlichsten Unternehmen Deutschlands“ ausgezeichnet.<sup>111</sup>

### **„Anja & Anton“**

Die wöchentlich ausgestrahlte Umweltserie „Anja & Anton“, die Geschichten über Tiere und Freundschaften, über Natur und Technik in einer humorvollen und witzigen Spielhandlung erzählt, ist gerade für 7-8-jährige Kinder besonders wertvoll.

#### **Programmstruktur**

Das kindgerechte Aufbereiten von wissenswerten Informationen und Antworten auf alltägliche Fragen kommt der jüngeren Altersgruppe sehr entgegen. Im Gegensatz zu anderen Formaten, die Wissenswertes für Kinder vermitteln, werden Konfliktlösungen und Antworten in einer in sich geschlossenen Spielhandlung mit Serien typischen Spannungsbögen dargestellt.

Mit zunehmendem Alter finden Kinder die Umweltserie und deren Themen und Problemstellungen langweilig und uninteressant. Dort stehen dann vermehrt Gefühle und Gedanken, sowohl das eigene, als auch das andere Geschlecht betreffend, im Vordergrund.

### **„Dunya und Desie“**

*„Die Freundschaft ist von großem Wert, darum hüte sie, dass nichts sie zerstört.“<sup>112</sup>*

Gerade für Kinder ist der beste Freund oder die beste Freundin etwas sehr Wichtiges im Leben. Diesem Menschen kann man vertrauen, er ist da, wenn er gebraucht wird und kennt auch die intimsten Geheimnisse des anderen.

#### **Inhaltliche Darstellung**

In der Serie „Dunya und Desie“, die wöchentlich im ZDF ausgestrahlt wird, geht es um Freundschaft zwischen zwei Welten. Die beiden 15-jährigen Pro-

---

<sup>111</sup> vgl. ZDF, ZDF-Auszeichnung, URL:

<http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/6/0,1872,2328006,00.html>, Zugriff am 23.08.05

<sup>112</sup> ZDFtivi, Dunya und Desie, Wir sind Freunde, URL:

<http://www.tivi.de/fernsehen/dunyaunddesie/artikel/07597/index2.html>, Zugriff am 23.08.05

tagonistinnen sind allerbeste Freundinnen. Sie teilen jeden Tag ihre Gedanken, Gefühle, Probleme und Wünsche. Doch trotzdem sind die beiden Mädchen grundverschieden.<sup>113</sup>

### **Bedeutung für Kinder und Jugendliche**

Die Serie behandelt Themen, die Kindern und Jugendlichen wichtig sind. Es geht um Jungs, Gefühle, trendige Outfits und die alltäglichen Streitereien unter Freundinnen. Vor allem die Zielgruppe der 10-13 Jährigen kann Parallelen zu ihrem eigenen Leben ziehen. „Das Leben ist wie eine Achterbahn, aber die beste Fahrkarte dazu ist dein Optimismus!“<sup>114</sup> Das Motto der ZDF-Serie spricht Kindern und Jugendlichen aus der Seele und macht Lust auf mehr Irrungen und Wirrungen, Streitereien und Versöhnungen unter besten Freundinnen. Die preisgekrönte Serie spiegelt das Leben der Jugendlichen auf frische und fröhliche Art wider. Eine sehr gelungene Unterhaltung für die Zielgruppe zwischen Kindheit und Jugend.

Seit Mitte August 2005 läuft die Teenagerserie „Dunya und Desie“ im Programm des KI.KA.

## **5.3 RTL**

Der 1984 gegründete Sender RTL Television hat sich mit vielen weiteren Institutionen und Kooperationspartnern zu einer sehr erfolgreichen Unternehmensgruppe zusammengeschlossen.

### **Programmstruktur**

In der Zielgruppe der 14-29 Jährigen ist RTL seit zwölf Jahren der beliebteste Fernsehsender mit sehr erfolgreichen Sendungen und Formaten. Doch auch bei jüngeren Zuschauern steht RTL hoch im Kurs. Gerade Daily Soaps, Quizsendungen und Unterhaltungsmagazine begeistern das junge und alte

---

<sup>113</sup> vgl. ZDFtivi, Dunya und Desie, URL:

<http://www tivi.de/fernsehen/dunyaunddesie/artikel/07597/index2.html>, Zugriff am 23.08.05

<sup>114</sup> ebd., Zugriff am 23.08.05

Publikum.<sup>115</sup> „Ausschlaggebend für den Erfolg von RTL Television ist der richtige Mix aus Unterhaltung und Information, aus Bekanntem und Innovation, aus Zuverlässigkeit und Event-Fernsehen.“<sup>116</sup>

### „Gute Zeiten – Schlechte Zeiten“ (im Folgenden GZSZ)



Abbildung 3: Logo  
"Gute Zeiten -  
Schlechte Zeiten"

*„Ich seh’ in dein Herz – sehe Gute Zeiten, schlechte Zeiten.“<sup>117</sup>*

Die Daily Soap „Gute Zeiten – Schlechte Zeiten“ wird seit Mai 1992 täglich bei RTL ausgestrahlt. GZSZ ist damit die erste und bis heute erfolgreichste deutsche Soap.

#### **Serienstruktur**

Wie in den meisten Serien dreht sich auch bei GZSZ alles um Liebe und Hass, Spaß und Intrigen, Freundschaft und Familie. Die größtenteils jungen Hauptdarsteller müssen sich mit alltäglichen Problemen und zwischenmenschlichen Beziehungen auseinandersetzen, sowie außergewöhnliche Ereignisse und schwere Schicksalsschläge bewältigen.

#### **Bedeutung für Kinder**

Neben der Identifikation mit den Darstellern und deren Problemen und Handlungen nutzen Kinder die Rezeption von GZSZ weiterhin zur Strukturierung ihres Tagesablaufs. Die Daily Soap wird zum Fixpunkt am Abend, „zum angenehmen, ritualisierten Ereignis, das von Kindern [...] selber gewählt wird“<sup>118</sup>. Umfragen zufolge findet die Rezeption von GZSZ häufig als gemeinsame Abendunterhaltung mit Eltern und Geschwistern statt.<sup>119</sup> Die tägliche Ritualisierung, mit der GZSZ von vielen Fans in ihren Abend eingebunden wird, ist allerdings aus pädagogischer Sicht nicht ganz unproblematisch.<sup>120</sup> Ein gewisses Maß an Routine ist besonders in der kindlichen Alltagsbewälti-

---

<sup>115</sup> vgl. RTL Television, Die Marke RTL, URL: <http://www.rtl-television.de/>, Zugriff am 07.09.05

<sup>116</sup> ebd., Zugriff am 07.09.05

<sup>117</sup> Götz, Maya (Hrsg.), Alles Seifenblasen?, S. 98

<sup>118</sup> ebd., S. 101

<sup>119</sup> vgl. ebd., S. 102

<sup>120</sup> vgl. ebd., S. 107

gung nötig, dennoch sollte sich nicht alles zeitlich an der Serie ausrichten müssen und die Soap nicht als einziges zentrales Abendthema gesehen werden. Laut Umfragen unter 6-19 Jährigen sind die gespielten Emotionen bei GZSZ intensiver und überzeugender als bei anderen Soaps. Für Grundschulkindern oft schwer zu verdauen sind daher gewalthaltige Szenen, die sie manchmal sogar noch in ihren Träumen verfolgen.<sup>121</sup> Trotz der kindlichen Erkenntnis der Konstruiertheit der Geschichten und in manchen Fällen schwer verdaulichen Inhalten, hat die Soap GZSZ eine hohe Bedeutung für Kinder und Jugendliche.

### „Unter Uns“



Abbildung 4: Logo "Unter Uns"

*„Liebe und Intrige, Freundschaft und Fremdgehen, Karriere und Kinder, Betrügereien und Beistand, heile und kaputte Familien, Zerwürfnisse und Versöhnungen“<sup>122</sup>.*

Die Daily Soap „Unter Uns“ spielt in der fiktiven Kölner Schillerallee und thematisiert alle Probleme und Ereignisse, die in jeder Familie und in jeder Freundschaft auch im realen Leben passieren könnten. Seit Oktober 1994 wird die Serie täglich im Vorabendprogramm von RTL ausgestrahlt.

Wie bei den bereits vorangehenden Beschreibungen von Daily Soaps sind neben der intendierten Zielgruppe auch besonders Kinder im Alter von 8-13 Jahren von den Geschichten um Liebe und Intrigen begeistert. Die dargestellten Familien, in denen alltägliche Probleme und Schwierigkeiten zu lösen sind, kommen Kindern bekannt und authentisch vor. Sie können die Geschichten aus der Schillerallee problemlos auf ihr eigenes Leben mit allen Höhen und Tiefen übertragen.

### Bedeutung für Kinder

Die kindliche Begeisterung für die Soap „Unter Uns“ gründet, neben den Genre typischen Elementen, weiterhin in der Auswahl der Hauptdarsteller.

---

<sup>121</sup> vgl. Götz, Maya (Hrsg.), Alles Seifenblasen?, S. 138

<sup>122</sup> Soapsworld, Unter uns, URL: <http://www.soapsworld.de/soaps/unteruns/>, Zugriff am 07.09.05

Diese sind jung, schön und haben meist intakte Familien und liebe Freunde, die jederzeit für sie da sind. Häufig versetzen sich Kinder in diese beneidenswerten Figuren, um fehlende Kontakte und gewünschte Gefühle zu erleben. Für eine halbe Stunde täglich können sie ihre Wünsche und Träume zusammen mit ihren Protagonisten ausleben.

## **5.4 Sat.1**

„Mit dem Start von Sat.1 im Januar 1984 begann die Geschichte des privaten Fernsehens in Deutschland.“<sup>123</sup> Sat.1 gehört neben ProSieben, Kabel1 und n24 zur ProSiebenSat.1 Media AG, dem führenden deutschen TV-Unternehmen. Im August 2005 übernahm der Verlagskonzern Axel Springer die ProSiebenSat.1 Media AG und führt somit den größten Zeitungskonzern Deutschlands mit der größten TV-Gruppe Deutschlands zusammen.<sup>124</sup>

### **Programmstruktur**

Sat.1 vertritt den Anspruch, innovatives und qualitativ hochwertiges Programm für jede Altersgruppe anzubieten. Die vielfältige Programmstruktur von Sat.1 reicht von spannenden TV-Spielfilmen, über Sportübertragungen, Comedy-Shows, bis hin zu eigenproduzierten Fernsehformaten wie Serien, Soaps und Telenovelas.<sup>125</sup> „Wir wollen den Zuschauern Vertrautheit und Verlässlichkeit bieten. Unser Programm soll sie unterhalten und an uns binden. Dazu gestalten wir ein Programm aus Filmen, Serien, Shows, Nachrichten, Magazinen und Sport.“<sup>126</sup>

---

<sup>123</sup> ProSiebenSat.1 Media AG, Sat.1, URL: <http://www.prosiebensat1.de/aktivitaeten/sat1/>, Zugriff am 07.09.05

<sup>124</sup> vgl. Fernsehjunkies, Nachrichten, URL: <http://www.fernsehjunkies.de/news/1033.html>, Zugriff am 13.09.05

<sup>125</sup> vgl. ebd., Zugriff am 07.09.05

<sup>126</sup> ProSiebenSat.1 Media AG, Grundsätze, URL: <http://presse.sat1.de/propresselounge/start/Sat1index.html?sender=14&start=1>, Zugriff am 07.09.05

## „Verliebt in Berlin“ (im Folgenden ViB)



Abbildung 5: Logo  
"Verliebt in Berlin"

Die Telenovela „Verliebt in Berlin“ erzählt die Geschichte eines jungen unscheinbaren Mädchens, das sich im Laufe der Zeit und vieler Irrungen und Wirrungen vom naiven

Lande in eine schöne und selbstbewusste Frau verwandelt.

Dies klingt fast wie im Märchen Aschenputtel, aber es ist der Überraschungserfolg des Jahres. Deutschlands erfolgreichste Telenovela ViB läuft seit Februar 2005 allabendlich im Vorabendprogramm von Sat.1 und begeistert täglich über 4 Millionen Fans. Mit einem Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe von deutlich über 20%<sup>127</sup> lässt ViB sogar die beliebteste deutsche Daily Soap GZSZ hinter sich. Und es geht mit steigenden Marktanteilen und einem Millionenpublikum weiter kontinuierlich aufwärts.

### Inhaltliche Darstellung

ViB erzählt das Leben der liebenswerten grauen Maus Lisa, die sich als unerfahrene, aber fleißige Assistentin in einer Modefirma unsterblich in den Juniorchef verliebt. Große Emotionen, aber auch Selbstzweifel und starker Konkurrenzkampf bestimmen von nun an Lisas Leben.

### Bedeutung für Kinder

Die Telenovela ViB bietet Kindern und Jugendlichen ein sehr hohes Identifikationspotenzial. Die eher unscheinbare Protagonistin ist eine Serien untypische Erscheinung und mit ihren Merkmalen, Brille und Zahnsperre, hält sie vielen Kindern einen Spiegel vor. Manche Kinder fühlen sich besonders angesprochen und können Lisas Probleme und Gefühle nachvollziehen. Sie erkennen, dass es dennoch Möglichkeiten gibt, verstanden und akzeptiert zu werden, obwohl man anders ist als andere. Kinder erkennen, dass es sich lohnt, für etwas zu kämpfen und offen und ehrlich seine Meinung zu sagen, wie die Protagonisten von ViB dies tun. Durch die Identifikation vieler Kinder mit der unscheinbaren Lisa entsteht ein großer Realitätsbezug zu eigenen kindlichen Lebensformen und zwischenmenschlichen Beziehungen.

---

<sup>127</sup> vgl. Programmzeitschrift TV Spielfilm, 15/05, S. 9

Deutschlands erfolgreichste Telenovela „Verliebt in Berlin“ ist nicht umsonst die Quotenüberraschung des Jahres 2005.

## **5.5 KI.KA**

Der Kinderkanal der öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF, genannt KI.KA, ist ein speziell für Kinder ins Leben gerufener Fernsehsender, dessen Verantwortlichen die kindlichen Bedürfnisse kennen und schätzen.

### **Programmauftrag**

Dies betont der Programmauftrag des Senders ganz deutlich: „Das Programm des Kinderkanals von ARD und ZDF ist ein öffentlich-rechtliches Programm für Kinder. Es soll informierende, bildende, beratende und unterhaltende Programmteile enthalten und den spezifischen Bedürfnissen von Kindern Rechnung tragen.“<sup>128</sup> Anhand der Erwartungen und Interessen der Zielgruppe entwickelt der Sender Programmgrundsätze, Ziele und Ideen, die den KI.KA zu einem hochwertigen Qualitätsfernsehen für Kinder machen. Die Programmgrundsätze sind ein Zeichen für die Verantwortung, die der Sender gegenüber der Medienkompetenz der Kinder übernimmt. So ist der KI.KA werbefrei, geht verantwortungsbewusst mit sexuellen und gewaltvollen Inhalten um und vermittelt Kindern durch das Medium Fernsehen Werte und Orientierung.<sup>129</sup> Der KI.KA ist Fernsehen für Kinder auf höchstem Niveau, das Spaß, Unterhaltung, Informationen und Werte vermittelt.

### **„Die Pfefferkörner“**

„Die Pfefferkörner“ ist eine speziell für Kinder produzierte Krimiserie, in der die Hauptrollen von Kindern selbst gespielt werden.

### **Inhaltliche Darstellung**

„Die Pfefferkörner“ sind Schüler aus der fünften Klasse eines Hamburger Gymnasiums. Diese treffen sich jeden Nachmittag in ihrer geheimen Zentrale

---

<sup>128</sup> KI.KA, Sender, Programmauftrag, URL:

[http://www.kika.de/\\_inhalte/ueberkika/eltern/sender/philosophie/index.shtml](http://www.kika.de/_inhalte/ueberkika/eltern/sender/philosophie/index.shtml), Zugriff am 08.09.05

<sup>129</sup> vgl. ebd., Zugriff am 08.09.05

in der Speicherstadt von Hamburg. Von dort ermitteln die Nachwuchsdetektive „mit Grips, Internet und Kombinationsgabe gegen Umweltsünder, Tierhändler und Drogenschmuggler.“<sup>130</sup>

## Bedeutung für Kinder

„Die Pfefferkörner“ sind eine spannende Kinderkrimiserie, die durch Mitdenken und Knobeln zur Interaktion einlädt. Von Kindern aller Altersstufen wird sie deshalb begeistert aufgenommen.

## „Schloss Einstein“



*„Schloss Einstein war von Anfang an nah an der Lebenswelt unserer Zuschauer und begleitet sie in einer sehr wichtigen Entwicklungsphase. Die Serie nutzt die große Chance, als fiktionales Programm die Sorgen, Nöte und Träume der Kinder zu thematisieren.“<sup>131</sup>*

Abbildung 6:  
"Schloss Einstein"

### Konzept der Serie

1998 startete „Schloss Einstein“ als erste Weekly im deutschen Kinderfernsehen und wurde zu einer der bekanntesten Serien des KI.KA. Das Konzept der Serie, Spannung, Comedy und große Gefühle zu kombinieren, führte „Schloss Einstein“ zu Erfolg und setzt damit neue Maßstäbe im Kinderfernsehen. Der Serie ist es durch die Darstellung aktueller Trends, Probleme und Ereignisse gelungen, Kinder immer wieder in den Bann der Geschichten um das Internatleben der Schüler auf Schloss Einstein zu ziehen und diese langfristig an das Format und den Sender zu binden.<sup>132</sup>

Grundidee der Serien-Weekly „Schloss Einstein“ waren Überlegungen, klassische Elemente der Soap Opera kindgerecht aufzubereiten und daraus neue Formate des Kinderfernsehens zu entwickeln.<sup>133</sup> Hauptzielgruppe der

---

<sup>130</sup> Fernsehserien, Die Pfefferkörner, URL:

<http://www.fernsehserien.de/index.php?serie=2950>, Zugriff am 07.09.05

<sup>131</sup> Pressemappe Schloss Einstein, Interview mit Programmgeschäftsführer des KI.KA, 2004

<sup>132</sup> vgl. ebd., 2004

<sup>133</sup> vgl. Television, Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, IZI, Heft 13/2000/2, Fernsehen für die 10-15 Jährigen, URL: [http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/13\\_2000\\_2.htm#](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/13_2000_2.htm#), Zugriff am 08.09.05

Jugendserie sind Kinder zwischen 6 und 13 Jahren.<sup>134</sup> Hohe Akzeptanz und Beliebtheit genießt die Serie allerdings vor allem bei Grundschulkindern, denen der Schauplatz Internat zur Projektion eigener Ideen und Themen dient.

### **Bedeutung für Kinder**

Die kindliche Begeisterung für die Geschichten aus der brandenburgischen Internatsschule gründet größtenteils in der Wahrnehmung, dass „Schloss Einstein“ speziell für Kinder gemacht ist. „Inhaltlich stehen in allen Sendungen dieser Gruppe ältere Kinder bzw. junge Jugendliche - also die Zielgruppe selbst - im Mittelpunkt der Handlung. Sie erleben Geschichten im normalen Alltag von Kindern.“<sup>135</sup> Auch die Kinder selbst bestätigen Umfragen zufolge den altersgerechten Inhalt, der Themen wie Gemeinschaft und soziale Probleme im Kontext von Schule und Elternhaus, wiedergibt.<sup>136</sup>

Viele Kinder sehen „Schloss Einstein“ als „etwas Eigenes, eine Welt, die nicht den Erwachsenen zugeordnet und nicht mehr Kleinkinderprogramm ist“.<sup>137</sup> An der langjährigen Bildschirmpräsenz und dem daraus resultierenden Erfolg der Serie wird deutlich, dass Kinder der heutigen Zeit neben klassischen Kinderprogrammen zusätzlich mit dem Genre Soap abgeholt werden können.<sup>138</sup> Dieses Fernsehformat, angereichert mit kindgerechten Inhalten, spricht Kinder schon sehr früh an und begleitet sie durch alle Altersstufen.

Seit Mitte September 2005 ist die Kinderserie „Schloss Einstein“ täglich morgens um 6:00 Uhr auf SWR zu sehen.<sup>139</sup>

---

<sup>134</sup> vgl. Pressemappe Schloss Einstein, Produktionssteckbrief, 2004

<sup>135</sup> Televiszion, URL: [http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/13\\_2000\\_2.htm#](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/13_2000_2.htm#), Zugriff am 08.09.05

<sup>136</sup> vgl. Götz, Maya (Hrsg.), Alles Seifenblasen?, S. 208

<sup>137</sup> ebd., S. 183

<sup>138</sup> vgl. Pressemappe Schloss Einstein, Studie „Kinder und Medien 2003“

<sup>139</sup> vgl. Fernsehserien, aktuelle Fernsehserien, URL: <http://www.tvserien.de/aktuell.html>, Zugriff am 13.09.05

## 5.6 Super RTL

Der Kölner Kinder- und Familiensender Super RTL ist seit 1995 auf Sendung und zählt zu den privaten deutschen Fernsehsendern. Der Schwerpunkt des beliebten Kindersenders liegt vor allem auf verschiedensten Zeichentrickserien, die Kinder jeden Alters begeistern.

2004 konnte Super RTL ein Rekordjahr bezüglich der Marktanteile verbuchen. 24,1%<sup>140</sup> der 3-13-jährigen Kinder schalteten regelmäßig Super RTL ein. Untersuchungen von 2005 zufolge erzielte Super RTL in der intendierten Zielgruppe somit den doppelten Marktanteil gegenüber dem Kindersender KI.KA.<sup>141</sup> Vor allem am Vorabend schalten viele Familien Super RTL ein, um gemeinsam die kindgerechten Angebote zu rezipieren.

### „Spongebob – Schwammkopf“



Abbildung 7: Logo  
"Spongebob -  
Schwammkopf"

*„Spongebob - Schwammkopf hat etwas für alle Altersklassen: niedliche Situationen und Witze für die jüngeren Fans, anspruchsvolle und intelligente Witze für Teenager und erwachsenen Humor für Erwachsene.“<sup>142</sup>*

Obwohl ich mich bei meinen Ausführungen auf in Deutschland produzierte Formate und Sendungen beschränke, wollte ich dennoch eine Kindersendung nicht außen vor lassen. „Spongebob – Schwammkopf“ ist eine bei Kindern jeden Alters beliebte Serie im deutschen Fernsehen.

### Inhaltliche Darstellung

Der ausgelassene und alberne Spongebob ist einer der Bewohner einer Stadt, die vor der Küste Hawaii unter dem Pazifischen Ozean liegt. Dank

---

<sup>140</sup> vgl. Super RTL, Quoten, Lieblingssender der Kinder, URL: <http://www.SuperRTL.de/library/pdf/Lieblingssender.pdf>, Zugriff am 08.09.05, S. 6

<sup>141</sup> vgl. Super RTL, Quoten, aktuelle Mediadaten, URL: [http://www.toggo.de/mediadaten/pdf/mediadaten\\_lang/mediadaten\\_lang.pdf](http://www.toggo.de/mediadaten/pdf/mediadaten_lang/mediadaten_lang.pdf), Zugriff am 08.09.05, S. 4 ff.

<sup>142</sup> Spongebob – Schwammkopf, Die Serie, URL: [http://www.Spongebob.de/index.php?option=com\\_content&task=view&id=15&Itemid=48](http://www.Spongebob.de/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=48), Zugriff am 08.09.05

verschiedener Arten von Lebewesen, Fischen, Schnecken oder Quallen, geht es dort immer lustig und chaotisch zu. Mit seinem Übereifer und seinem Optimismus geht Spongebob seiner Umwelt jedoch oft ganz schön auf die Nerven.<sup>143</sup> Streitereien und Konflikte bleiben da natürlich nicht aus.

### **Serienentstehung und technische Umsetzung**

Idee der Serie war, weniger bekannte und interessante Unterwasserlebewesen bekannt zu machen und diese im Fernsehen vorzustellen. Es entstand eine bunte und surreale Welt unter Wasser. Das Besondere an der Serie sind die technischen Effekte. Solange Spongebob und seine Freunde unter Wasser agieren, werden sie in klassischer 2-D-Animation dargestellt, erleben die Freunde ihre Abenteuer allerdings an Land, spielen sie vor realen Hintergründen.<sup>144</sup>

### **Bedeutung einzelner Figuren und Handlungen für Kinder**

Während des Fernseherlebens konzentrieren sich jüngere Kinder auf zentrale Figuren, sowie auf deren Aussehen und Handlungen. Die Fähigkeiten und Eigenschaften der handelnden Figuren sind wichtige Erlebnisse während der kindlichen Fernsehrezeption. Bekannte Synchronsprecher verleihen ihre Stimmen den Unterwasser-Freunden und tragen zur Qualität und Beliebtheit der Serie bei.

---

<sup>143</sup> vgl. Spongebob – Schwammkopf, URL:

[http://www.Spongebob.de/index.php?option=com\\_content&task=view&id=15&Itemid=48](http://www.Spongebob.de/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=48),

Zugriff am 08.09.05

<sup>144</sup> vgl. ebd., Zugriff am 08.09.05

## **6 Zukunftsaspekt der Sendeanstalten und einschlägig tätigen Buchverlage**

### **6.1 Sendeanstalten: Vor der Ausstrahlung stehende Serienformate in Auswahl**

In den kommenden Wochen und Monaten wird eine Vielzahl von neuen Serien, Soaps und Telenovelas im deutschen Fernsehen auf Sendung gehen. Die Themenbreite erinnert an bisher bestehende Formate, denn auch in den Neuproduktionen spielen Liebe und Intrigen, alte Rechnungen und neue Affären, Familie und Freundschaft die Hauptrollen.

Im Folgenden gebe ich einen Überblick über eine Auswahl von Neuproduktionen der oben bereits beschriebenen Sendeanstalten. Ich werde mich dabei nicht allein auf explizites Kinderprogramm beschränken, sondern auch Themen und Titel aus dem Erwachsenenprogramm vorstellen, die besonders ältere Kinder ansprechen werden.

Bei der Beschreibung spezieller Kinderprogramme untersuchte ich vor allem innovative, lehrreiche, aber auch unterhaltende Angebote, die sich durch die Umsetzung neuer, kindgerechter Ideen gegenüber der Vielzahl anderer Neuproduktionen auszeichneten. Einige dieser Titel werden von Experten der Programmzeitschrift TV-Spielfilm ausgewählt und können als Empfehlung für altersgerechte Kindersendungen angesehen werden. Die Auswahl der Titel umfasst den Zeitraum September und Oktober 2005. Eine längerfristige Vorschau ist oft nicht möglich, da gerade im Kinderprogramm, auf Grund der Schelllebigkeit einiger Serien, ein aktueller Überblick immer nur eine Momentaufnahme darstellen kann.

#### **ARD**

Die Sender ZDF und Sat.1 bereiteten in Deutschland den Weg zu einem neuen erfolgreichen Fernsehformat. Der ersten deutschen Telenovela „Bianca – Wege zum Glück“ im ZDF folgte Anfang 2005 der Quotenknüller des Jahres auf Sat.1 mit „Verliebt in Berlin“. Ab sofort setzt auch die ARD vermehrt auf das neben Daily Soaps vor allem bei jungen Zuschauern beliebte

Format der Telenovela. In den nächsten Wochen wird die ARD einige neue Titel in ihr Programm aufnehmen, um besonders im Kampf um die Gunst der Zuschauer im Vorabendprogramm, mit anderen Anbietern mithalten zu können.

Mit folgenden neuen Serienstarts eröffnet die ARD die TV-Saison 2005/2006:

### **„Abenteuer 1927 - Sommerfrische“**

Nach dem großen Erfolg der Doku-Serie „Abenteuer 1900“ startet die ARD 2005 mit einem neuen Living-history-Projekt. „Sommerfrische“ lautet der Arbeitstitel und verspricht den Zuschauern Liebe und Hass, Konflikte und Versöhnungen in den 20er Jahren des letzten Jahrtausend. Szenerie ist ein Landsitz an der Ostsee in Norddeutschland.<sup>145</sup> Sechs Wochen lang werden Zeitreisende dort unter den damaligen Bedingungen bezüglich Alltag, Etikette, Haus, Essen und Kleidung wie im Jahre 1927 zusammenleben.

Ab Dienstag, 11. Oktober 2005 ist die neue Doku-Serie „Sommerfrische“, jeweils dienstags bis freitags um 18.50 Uhr, in der ARD zu sehen.<sup>146</sup>

### **„Sturm der Liebe“**

*„Laura will in München einen Neuanfang starten - und trifft die Liebe ihres Lebens!“<sup>147</sup>*

Die Dreharbeiten zur neuen ARD-Telenovela „Sturm der Liebe“ begannen bereits am 01. August diesen Jahres. Ende September 2005 startet die in oberbayerischer Alpenkulisse gefilmte Telenovela und unterhält die Zuschauer zukünftig wochentäglich im Nachmittagsprogramm der ARD. Zu erwarten sind große Gefühle und das Auf und Ab einer jungen und stürmischen Liebe vor malerischer Berglandschaft. Nach den festgelegten 100 Folgen der Telenovela wird die Entscheidung zwischen Herz und Verstand gefallen sein.

---

<sup>145</sup> vgl. ARD-Pressinformation zu „Sommerfrische“, Dezember 2004

<sup>146</sup> vgl. Mittelbayerische Zeitung, TV-Ticker, URL:

[http://www.donau.de/SID\\_accb577385f4eac8645f344eae1f22eb/entertainment/television/ticker/meldung.shtml?rubrik=tschau\\_b&id=158595](http://www.donau.de/SID_accb577385f4eac8645f344eae1f22eb/entertainment/television/ticker/meldung.shtml?rubrik=tschau_b&id=158595), Zugriff am 15.09.05

<sup>147</sup> Just 4 Fun Magazin, Neue Telenovela, URL: [http://www.just4fun-](http://www.just4fun-magazin.de/neue_telenovela_sturm_der_liebe_auf_ard.1677.html)

[magazin.de/neue\\_telenovela\\_sturm\\_der\\_liebe\\_auf\\_ard.1677.html](http://www.just4fun-magazin.de/neue_telenovela_sturm_der_liebe_auf_ard.1677.html), Zugriff am 15.09.05

„Sturm der Liebe“ ist eine Produktion der Bavaria Film im Auftrag der ARD Degeto.<sup>148</sup>

### „Braut wider Willen“

*„Die Serie mit dem Arbeitstitel "Braut wider Willen" führt den Zuschauer zurück ins Jahr 1864, in eine Welt, die klar aufgeteilt ist in Oben und Unten, Reich und Arm.“<sup>149</sup>*

Ab November 2005 ist die Sängerin und Schauspielerin Yvonne Catterfeld in einer neuen Telenovela mit großen Gefühlen und opulenten Bildern zu sehen. Sie spielt die weibliche Hauptrolle in der historischen ARD-Serie, in der sich alles um die Frage dreht, welche Schranken die Liebe überwinden kann.<sup>150</sup> Die Hauptdarstellerin gilt als Teenie-Idol und wird mit einer romantischen Serie in historischem Umfeld neue Trends im deutschen Vorabendprogramm setzen.<sup>151</sup> Die Kombination einer jungen, bekannten Sängerin mit einer Geschichte aus dem 19. Jahrhundert liefert zum einen ein gerade für Kinder hohes Identifikationspotenzial und zum anderen weckt es Interesse und Verständnis für die damalige Gesellschaft und deren Lebensweise.

Die Dreharbeiten zur neuen romantischen ARD-Telenovela beginnen im Spätsommer, die erste Folge wird dann ab November im Vorabendprogramm der ARD zu sehen sein.

Ab Oktober werden neue Serien auch das Kinderprogramm der ARD erweitern:

- **Fungus der Nachtschreck:** Eine verrückt-ironische Geschichte, die in 3-D-animierter Version Kindern ab 7 Jahren spaßige, spannende und anspruchsvolle Unterhaltung bietet.
- **Ein Fall für B.A.R.Z.:** Knifflige Fälle wie Raub oder Brandstiftung werden von Barth, Anja, Ron und Zettel (B.A.R.Z.) souverän gelöst. Die

---

<sup>148</sup> vgl. DasErste.de, Sturm der Liebe, URL: <http://www.daserste.de/sturmderliebe/>, Zugriff am 15.09.05

<sup>149</sup> DasErste.de, Braut wider Willen, URL: <http://www.daserste.de/brautwiderwillen/default.asp>, Zugriff am 15.09.05

<sup>150</sup> vgl. ebd., Zugriff am 15.09.05

<sup>151</sup> vgl. ARD-Werbung, SALES & SERVICES, Pressemitteilungen, URL: <http://www.ard-werbung.de/dokument/3121.phtml>, Zugriff am 15.09.05

spannende Krimiserie für Kinder ab 8 Jahren distanziert sich von brutalen Szenen und zeigt Kindern, dass sich Mut lohnt und Gerechtigkeit meistens siegt.<sup>152</sup>

## ZDF

Das ZDF hat im November 2004 mit dem lateinamerikanischen Format Telenovela ungewisses Neuland betreten. Doch der erste deutsche Titel dieses Formats „Bianca – Wege zum Glück“ erzielte zum Neustart letzten Jahres einen Marktanteil von 17,6 %<sup>153</sup> und ließ dadurch auf einen vielversprechenden Erfolg hoffen. Nicht nur die Zuschauerquoten, sondern auch der Begriff Telenovela passt perfekt zur neuen Erzählform. Romantische, dramatische und melodiose Geschichten<sup>154</sup> um Liebe und gescheiterte Beziehungen, in denen eine weibliche Figur die Hauptrolle spielt, sind geradezu prädestiniert, um Zuschauer jeden Alters vor dem Fernseher zu begeistern.

### „Julia – Wege zum Glück“

Ab Oktober 2005 wird „Julia – Wege zum Glück“ der unmittelbare Nachfolger von „Bianca“ sein. Liebe und Intrigen, alte Rechnungen und neue Affären, die Merkmale der neuen Telenovela unterscheiden sich nicht viel von vorangegangenen Programmen. Trotzdem verspricht der neue Titel wieder großen Erfolg.

Die Geschichte von Julia und ihrer großen Liebe Daniel beginnt in Südafrika, vor traumhafter Kulisse. Dort verlieben sich die beiden Protagonisten ineinander, werden allerdings kurze Zeit später durch unglückliche Umstände wieder getrennt. Es beginnt eine schmerzvolle und unglückliche Zeit, bis die beiden sich zufälligerweise wiedersehen.

Die Telenovela wird nicht nur das erwachsene Publikum begeistern, sondern ganz besonders auch Kinder und Jugendliche ansprechen. Denn vor allem Kinder können sich fantastisch in eine Welt voller Gefühle, Sehnsüchte und

---

<sup>152</sup> vgl. Programmzeitschrift TV-Spielfilm, 20/05, Top Guide Kinder, S. 141

<sup>153</sup> vgl. ZDF.de, Über das ZDF, URL:

<http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/16/0,1872,2204816,00.html>, Zugriff am 15.09.05

<sup>154</sup> vgl. ebd., Zugriff am 15.09.05

Träume versetzen.<sup>155</sup> Das kindliche Fernsehbedürfnis verlangt nach Spannung und Unterhaltung, beides wird hier geboten werden.

Die Telenovela „Julia – Wege zum Glück“ ist auf eine Folgenanzahl von 250 festgelegt.<sup>156</sup> Ausstrahlungsbeginn ist im Herbst auf dem Sendeplatz der dann zu Ende gegangenen „Bianca“ im Nachmittagsprogramm des ZDF.

### „**Monster Allergy**“

*„Monster und Geister gibt es überall um uns herum, nur wissen wir es nicht!“<sup>157</sup>*

Doch der Protagonist der Serie, ein 10-jähriger Junge, kann die Monster ganz deutlich sehen. Zick hat besondere Fähigkeiten, die ihm Einblicke in die außergewöhnliche Welt der Monster ermöglichen. Es gibt verschiedene Arten von Monstern, die einen sind harmlos und nett, die anderen nervig, aber ungefährlich und nur wenige sind wirklich gefährlich. Die braven Monster leben zusammen in einer Stadt. Genau diese Stadt möchte ein Bösewicht, eine Mischung aus Monster und Mensch, erobern. Doch der Monsterjäger Zick versucht, mit Hilfe seiner Freundin, den guten Monstern zu helfen und die Bösen aus der Stadt zu vertreiben. Eine spannende Monsterjagd beginnt.<sup>158</sup>

„Monster Allergy“ ist eine 2-D-Trickserie mit viel Humor, jeder Menge Spannung und Abenteuer. Das originelle Design der Serie, die für Kinder zwischen 7 und 11 Jahren konzipiert wurde, besticht durch hohe Qualität. Die Idee, eine Zeichentrickgeschichte mit Monsterjägern zu produzieren, basiert auf den in Italien sehr erfolgreichen, gleichnamigen Comic-Heften.<sup>159</sup> Produziert wird die neue Serie von Rainbow-Productions und ist voraussichtlich ab November im ZDF zu sehen.

Weitere ZDF-Serien, die kurz vor Ausstrahlungsbeginn stehen:

- „**Fünf Sterne**“: Hotel-Familiensaga, ab Herbst 2005

---

<sup>155</sup> vgl. ZDF.de, Bühne frei für „Julia“, URL:

<http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/20/0,1872,2362612,00.html>, Zugriff am 15.09.05

<sup>156</sup> vgl. ebd., Zugriff am 15.09.05

<sup>157</sup> Vorabinformationen zu „Monster Allergy“, ZDF, 2005

<sup>158</sup> vgl. ebd., 2005

<sup>159</sup> vgl. ebd., 2005

- „**Tropencops**“: ab dem Frühjahr 2006
- „**Feuer und Flamme**“: Vorabendserie, im Programm ab 2006

## RTL

Die Zielgruppen relevanten Marktanteile sind bei RTL in der vergangenen Saison deutlich gesunken. Deshalb setzt RTL ab September wieder vermehrt auf Altbewährtes. In naher Zukunft werden kaum neue Formate, Themen und Titel im RTL-Programm zu sehen sein. Lediglich zwei neue Serien werden ab Anfang 2006 in die Senderstruktur aufgenommen. Auch in anderen Bereichen wie Dokumentation, Krimi und Unterhaltungsshows wird überwiegend Altbewährtes mit Neuem verknüpft.<sup>160</sup>

Die bestehende Programmstruktur, die besonders am Nachmittag und Abend mit Daily Talks und Daily Soaps, Zuschauer binden möchte, bleibt in der Art bestehen. Als Fernsehhöhepunkt des nächsten halben Jahres wird die bereits 3. Staffel von „Deutschland sucht den Superstar“ als Unterhaltungsprogramm für die ganze Familie zu sehen sein. Gerade Kinder werden sich wieder für die musikalische und spannende Abendunterhaltung begeistern und regelmäßig bei den Entscheidungen mitfiebern.

## Sat.1

Da Sat.1 in den letzten Wochen große Schwierigkeiten hatte, in der relevanten Zielgruppe zwischen 14 und 49 Jahren gute Quoten zu erzielen, wird jetzt verstärkt auf neue Überraschungen im Fernsehprogramm gesetzt. Mit weiteren Serien will Sat.1 in diesem Bereich nicht langweilig werden und hofft auf guten Erfolg der Titel, die ab Oktober zu sehen sein werden. Auch in den Rubriken TV-Shows, Comedy und Spielfilme wird auf Novitäten gesetzt<sup>161</sup>, die Spaß und Unterhaltung für die ganze Familie bringen sollen. Im Kinderbereich ist bei Sat.1 in den kommenden Wochen nichts Neues geplant, da

---

<sup>160</sup> vgl. Quotenmeter.de, Das Programm der Season 05/06, URL:

<http://www.quotenmeter.de/index.php?newsid=10855>, Zugriff am 20.09.05

<sup>161</sup> vgl. TVBlogger.de, Sat.1, URL: <http://www.tvblogger.de/das-neue-sat1-line-up-20052006/>, Zugriff am 20.09.05

zukünftig besonderes Augenmerk auf der Sat.1-Zielgruppe der 14-49 Jährigen liegen wird.

## **KI.KA**

„KI.KA steht seit mehr als sechs Jahren für ein hochwertiges, kreatives und kindgerechtes Programm für junge Zuschauer bis 13 Jahre.“<sup>162</sup> Der Sender bietet der intendierten Zielgruppe eine breite Vielfalt an Formen und Inhalten des Fernsehprogramms. Dadurch wird der KI.KA zum Meinungsführer des deutschen Kinderfernsehens und trägt damit zur Geschmacksbildung der Heranwachsenden bei.<sup>163</sup>

## **10 + 2 ... Willkommen im Zahlenland, der Welt von...**

Unvorstellbar weit entfernt, an einem unbekanntem Ort liegt das Zahlenland. Dort ist die Schule eines Professors, der immer sehr beschäftigt ist. Doch glücklicherweise hat er einen kleinen Assistenten: 10 + 2. Doch der fleißige Mäuserich ist sehr tollpatschig und sorgt oft für richtig viel Chaos. Gemeinsam mit den anderen Einwohnern des Zahlenlandes, den Zahlen Null bis Neun, von denen jede einzelne etwas ganz besonderes ist, treiben die Freunde in der Dorfschule ihr Unwesen und erleben viele spannende Abenteuer.<sup>164</sup> Die niedlich erzählten Zahlenabenteuer sind empfohlen für Kinder ab 6 Jahren, die Spaß an Zahlen und lustiger Unterhaltung haben.

10 + 2 ist seit 27. September 2005 jeweils montags bis freitags im Morgenprogramm des KI.KA zu sehen.

---

<sup>162</sup> ZDF.de, KI.KA, URL: <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/27/0,1872,2093307,00.html>, Zugriff am 16.09.05

<sup>163</sup> vgl. ebd., Zugriff am 16.09.05

<sup>164</sup> vgl. Kids-TV, 10 + 2, URL: [http://www.eltern-infothek.de/buemedcms/php/Proxy.php/de\\_DE/buemed/Kind/Kidstv/show,540.html](http://www.eltern-infothek.de/buemedcms/php/Proxy.php/de_DE/buemed/Kind/Kidstv/show,540.html), Zugriff am 16.09.05

### **„Blue Water High“**

*„Sportliche Höchstleistungen, flotte Musik und Geschichten vom Erwachsenwerden“<sup>165</sup>*

Im Surferparadies Australien wurde in den letzten Wochen eine neue Serie gedreht, in der vier Mädchen und drei Jungen die Hauptrollen spielen. Die Teenager sind alle Schüler an der angesehenen Sport-Akademie Blue Water High, denn sie haben einen gemeinsamen Traum: Sie möchten den Sprung in die Welt der Surfprofis schaffen. Neid, Intrigen und große Gefühle bestimmen von nun an den Alltag der Jugendlichen. Vor allem für ein 15-jähriges Mädchen aus Hamburg ist die Reise ins unbekannte Ausland ein spannendes Abenteuer.<sup>166</sup>

Neben Geschichten zum Erwachsenwerden kommen auch Themen wie Ehrgeiz, Freundschaft und Liebe nicht zu kurz. Auch Gefühle wie Heimweh und Eifersucht gehören zum jugendlichen Selbstständigwerden und sind für Kinder dieses Alters von Bedeutung. Die Serie wird Kinder ab dem Grundschulalter mit aktuellen Themen, frechen Dialogen und flotter Musik begeistern.

Seit dem 29. September 2005 ist die neue Surfer-Serie „Blue Water High“ immer donnerstags um 20:15 Uhr im KI.KA zu sehen.<sup>167</sup>

### **„KI.KA KRIMI.DE“**

Spannung, Action und Information sind das Motto der Krimiserie „KI.KA KRIMI.DE“. Entstanden ist die Krimiserie für Kinder ab 10 Jahren aus dem ARD-Erfolgsformat „Tatort“. So steht den jugendlichen Detektiven bei der Lösung der Fälle auch der „Tatort“-Kommissar hilfreich zur Seite. Ziel der Serie ist spannende Unterhaltung mit authentischen Themen. Denn die Fälle sind aus der sozialen Realität der Jugendlichen gegriffen – Konflikte in der Schule, im familiären Umfeld oder im Freundeskreis.

---

<sup>165</sup> FLIMMO, URL: <http://www.flimmo.de/index.php?page=4&navID=121&id=98684>, Zugriff am 16.09.05

<sup>166</sup> vgl. ebd., Zugriff am 16.09.05

<sup>167</sup> vgl. ebd., Zugriff am 16.09.05

Neben der Aufklärung der Verbrechen spielt die Vermittlung von Handlungsalternativen und die Prävention von Kriminalität eine wichtige Rolle.<sup>168</sup> Die zweite Staffel des „Tatort“ für Kinder startet im November im KI.KA.

## **Super RTL**

Super RTL eröffnet die Herbstsaison mit viel Schwung und neuen Ideen, was angesichts der letzten Bilanz nicht verwunderlich ist. Mit einem Marktanteil von 30%<sup>169</sup> in der Zielgruppe der 3-13 Jährigen erzielte Super RTL das beste Halbjahresergebnis seit Senderbestehen. Tagsüber unterhalten neue Cartoon- und Action-Serien, sowie das Vorschulprogramm Kinder der jüngeren Altersgruppe. Doch auch im Vorabend- und Abendprogramm werden erfinderrische Ideen umgesetzt. Im Folgenden werden zwei der Neustarts kurz vorgestellt.

### **„Dragon Hunters – Die Drachenjäger“**

Seit dem 5. September 2005 läuft werktäglich am Nachmittag auf Super RTL die neue Trickserie „Dragon Hunters“, in der sich in 26 rasanten Folgen, Komik und Action die Waage halten<sup>170</sup> und dadurch kindlichen Fernsehbedürfnissen nahe kommen. Die Serie ist geeignet für Kinder ab 8 Jahren.

Die Drachenjäger haben die schwierige Aufgabe, ungewöhnliche Drachen, die sich auf Asteroiden breit gemacht haben, zu fangen und diese unschädlich zu machen. Dank komischer Einfälle und Verhaltensweisen der beiden Hautdarsteller des Trickfilms, wird jede noch so düstere und ungewisse Situation gemeistert und aufgelockert.<sup>171</sup> Eine spannende und witzige Unterhaltung im Vorabendprogramm von Super RTL, die von Kindern begeistert angenommen wird.

---

<sup>168</sup> vgl. Neuheiten Herbst 2005, PANINI Verlags GmbH, Stuttgart, 2005, S. 20

<sup>169</sup> vgl. DWDL.de, das [www.medienmagazin.de](http://www.medienmagazin.de), URL:

[http://www.dwdl.de/article/news\\_20496.html](http://www.dwdl.de/article/news_20496.html), Zugriff am 15.09.05

<sup>170</sup> vgl. Programmzeitschrift TV Spielfilm, 18/05, Top Guide Kinder, S. 117

<sup>171</sup> vgl. Fernsehserien.de, Dragon Hunters, URL:

<http://www.fernsehserien.de/index.php?serie=1139&seite=1>, Zugriff am 15.09.05

### **„Immer im Einsatz... Feuerwehrmann Sam“**

*„Sam lässt sich nicht lange bitten und beweist den kleinen Zuschauern, was man mit Mut, Tatkraft, Hilfsbereitschaft und Teamgeist alles schaffen kann.“<sup>172</sup>*

Die Stop-Motion-Animationsserie<sup>173</sup> wird seit 3. September 2005 um 8:15 Uhr im Programm von Super RTL ausgestrahlt.

Der Feuerwehrmann Sam und seine Kollegen retten jeden und alles, was gerettet werden muss und deren Hilfe braucht. Witz und Humor kommen dabei aber trotzdem nicht zu kurz. Dadurch entsteht eine spannende Serie, die kindgerecht Informationen über alltägliche Situationen liefert, ohne das kindliche Verständnis zu übersteigen. Nebenbei wird den jüngsten Zuschauern Wissenswertes über Sicherheiten und Gefahren im Alltag und deren Problemlösung vermittelt.

Die Serie wird von der „Stiftung Lesen“ empfohlen.<sup>174</sup> „Feuerwehrmann Sam“ ist eine spannende, anspruchsvolle und lehrreiche Serie, die jüngeren Kindern im täglichen Fernsehangebot Spaß und Unterhaltung bietet.

### **NICK**

*„NICK zaubert keine lieblos produzierte Unterhaltungsware für Kids aus dem Hut, sondern bietet ein selektives Programm aus dem Besten, was internationales Kinderfernsehen zu bieten hat.“<sup>175</sup>*

NICK ist eine Neuauflage des früheren amerikanischen Kindersenders Nickelodeon und seit 12. September 2005 in Deutschland auf Sendung.

---

<sup>172</sup> vgl. Kids-TV, Inhalt, URL: [http://www.eltern-infothek.de/buemedcms/php/Proxy.php/de\\_DE/buemed/Kind/Kidstv/show,479.html](http://www.eltern-infothek.de/buemedcms/php/Proxy.php/de_DE/buemed/Kind/Kidstv/show,479.html), Zugriff am 15.09.05

<sup>173</sup> Stop-Motion nennt man Filme, bei denen die Figuren Bild für Bild mit kleinen Veränderungen ihrer Pose aufgenommen werden.

<sup>174</sup> vgl. Kids-TV, URL: [http://www.eltern-infothek.de/buemedcms/php/Proxy.php/de\\_DE/buemed/Kind/Kidstv/show,479.html](http://www.eltern-infothek.de/buemedcms/php/Proxy.php/de_DE/buemed/Kind/Kidstv/show,479.html), Zugriff am 15.09.05

<sup>175</sup> Nick.de, Über NICK, URL: <http://www.nick.de/live/index.php?path=/uebernick.html>, Zugriff am 16.09.05

Als vor 7 Jahren Nickelodeon eingestellt wurde, übernahmen andere Kindersender viele der erfolgreichen Serien dieses Senders. Jetzt startet Nickelodeon mit NICK eine Neuauflage und nimmt natürlich einige seiner damals produzierten Serien, Themen und Titel wieder ins Programm. So zum Beispiel die bei Kindern jeden Alters beliebte Serie „Spongebob – Schwammkopf“, die aber parallel weiterhin auch bei Super RTL ausgestrahlt wird.<sup>176</sup>

Doch nicht nur für Kinder bietet der neue Sender jede Menge Spaß und Unterhaltung, sondern es wird ein vielfältiges Programmangebot geben, das der ganzen Familie gefallen wird. Vormittags laufen Serien für die ganz Kleinen mit pädagogisch-wertvollen Inhalten, nachmittags werden die Fernsehbedürfnisse der 6-13 Jährigen mit spannenden und lustigen Formaten wie Abenteuer- oder Cartoonserien bedient. Am Abend wird das Programmangebot mit Serien, Sitcoms und Spielfilmen an die gesamte Familie gerichtet sein.<sup>177</sup> Der Sender steht für gewaltfreies und kindgerechtes Fernsehen mit hohem Qualitätsanspruch. Verantwortungsvoll ausgewählte Inhalte auf einem hohen Niveau werden in Zukunft Kinder aller Altersstufen faszinieren.<sup>178</sup>

Der Sender NICK wird demnächst viele Premieren und deutsche Erstausstrahlungen in seinem Programm haben. Folgende Titel sind lediglich eine Auswahl der zukünftig angebotenen Sendungen und Serien speziell für Kinder:

- **Forscherexpress:** Geschichten aus der Welt des Wissens von Natur, Geschichte und Technik für Kinder ab 7 Jahren. Das Motto Entdecken, Erleben, Forschen und Selbstmachen begleitet die Kinder durch die anspruchsvolle, aber lustige Sendung.<sup>179</sup>
- **Zoey 101:** Schauplatz der neuen Serie für Kinder ab 10 Jahren, ist ein Jungeninternat, das seit kurzem auch Mädchen offen steht. Konflikte

---

<sup>176</sup> vgl. CrossChannel.de, Sehenswürdigkeiten, URL: [http://www.crosschannel.de/2118-Spongebob\\_Schwammkopf\\_rund\\_um\\_die\\_Uhr.htm](http://www.crosschannel.de/2118-Spongebob_Schwammkopf_rund_um_die_Uhr.htm), Zugriff am 16.09.05

<sup>177</sup> vgl. Nick.de, Über NICK, URL: <http://www.nick.de/live/index.php?path=/uebernick.html>, Zugriff am 16.09.05

<sup>178</sup> vgl. ebd., Zugriff am 16.09.05

<sup>179</sup> vgl. Programmzeitschrift TV Spielfilm, 19/05, Top Guide Kinder, S. 131

zwischen den Geschlechtern bleiben da nicht lange aus. Die Hauptdarstellerin, Jamie Lynn Spears, kleine Schwester von Britney Spears, sorgt mit verrückten Aktionen für jede Menge Spaß und Unterhaltung.<sup>180</sup>

- **Dora:** Originaltitel der Serie heißt „Dora, die Forscherin“ und handelt von einem aufgeweckten und hilfsbereiten Mädchen, das nicht nur die Welt erkundet, sondern zum Mitmachen animiert. Die Trickserie wurde mehrfach für den Emmy nominiert und vermittelt spielerisch englische und mathematische Grundbegriffe.<sup>181</sup>
- **Unfabulous:** Die Serie erzählt vom Leben eines Teenagers mit allen Höhen und Tiefen. Egal wie chaotisch das Leben manchmal ist, die Protagonistin lässt sich durch nichts aus der Ruhe bringen.<sup>182</sup> Durch aktuelle Themen und junge Darsteller ist die Serie vor allem bei Kindern ab 10 Jahren beliebt.

## 6.2 Buchverlage: Vor der Veröffentlichung stehende Serienformate, Themen und Titel in Auswahl

Mediale Verbünde gewinnen zusehends an Bedeutung. So haben auch die im Bereich Film- und Fernsehbücher marktführenden Verlage „Egmont vgs Verlagsgesellschaft“ und „Dino-Entertainment AG“, die Notwendigkeit der Medienverbundliteratur erkannt. Trotz aller Kritik von Literaturvermittlern entwickelten sich Film- und Fernsehbücher in den letzten Jahren zu einer wichtigen Form von Massensliteratur für Kinder und Jugendliche. Die Attraktivität und Popularität von Begleitbüchern sind im Gegensatz zu klassischer altersgerechter Kinder- und Jugendliteratur überproportional hoch.

Dementsprechend haben die einschlägig tätigen Buchverlage auf das Umsatzwachstum reagiert. Mittlerweile sind die Serienformate aus den Verlagsprogramme nicht mehr wegzudenken.

---

<sup>180</sup> vgl. Programmzeitschrift TV-Spielfilm, 20/05, Top Guide Kinder, S. 141

<sup>181</sup> vgl. Programmzeitschrift TV-Spielfilm, 18/05, Top Guide Kinder, S. 117

<sup>182</sup> vgl. Nick.de, Unfabulous, URL: <http://www.nick.de/live/index.php?id=206>, Zugriff am 16.09.05

## **„Egmont Ehapa“, Berlin**

Der „Egmont Ehapa Verlag GmbH“ wurde 1951 gegründet und gehört zu den führenden Mediengruppen in Skandinavien. Der Verlag produziert vielseitige Unterhaltung und Bildung für jeden Anspruch und alle Medienarten. Das Angebot des Verlags reicht von Comics, Zeitschriften, Spielen, über Bücher bis zu elektronischer Unterhaltung. Die Koordination aller deutschsprachigen Unternehmen liegt bei der Egmont Holding GmbH. Dieser Holding gehört unter anderem auch die „Egmont vgs Verlagsgesellschaft“ an.<sup>183</sup>

Bei „Egmont Ehapa“ in Berlin erscheinen TV-begleitende Magazine, die im Jahresabonnement bezogen werden können. Hierzu zählen beispielweise „Die Sendung mit der Maus“, „Löwenzahn“ und „Spongebob“, sowie eine Vielzahl an Disney-Verfilmungen. Bücher zu Film und Fernsehen werden von der „Egmont vgs Verlagsgesellschaft“ in Köln vertrieben.

## **„Egmont vgs Verlagsgesellschaft“, Köln**

Die „Egmont vgs Verlagsgesellschaft“ wurde 1970 ursprünglich als Schulbuchverlag gegründet. Im Laufe der Zeit entwickelte sich vgs zu einem der marktführenden Anbieter von Film- und Fernsehbegleitbüchern für Kinder und Jugendliche. Neben Romanen zu amerikanischen Kultserien, veröffentlicht der Verlag regelmäßig Nacherzählungen zu deutschsprachigen TV-Erfolgsproduktionen, wie „Berlin, Berlin“, „Schloss Einstein“, „Verbotene Liebe“ oder der beliebten Kinderserie „Spongebob“. Aktuelle Neuerscheinung sind die ersten vier Bände zur Sat.1 Telenovela „Verliebt in Berlin“.<sup>184</sup>

## **Zukunftsaspekt**

In den folgenden Wochen und Monaten wird der Verlag viele Neuerscheinungen auf den deutschen Buchmarkt bringen. So werden bereits im Oktober und November weitere Bände der erfolgreichen Telenovela „ViB“, sowie Erstauflagen zu neuen TV-Serien, beispielsweise Produktionen von ZDF,

---

<sup>183</sup> vgl. Egmont Ehapa, Über Ehapa, URL:

[http://www.ehapa.de/ehapa/e18/e53/index\\_ger.html](http://www.ehapa.de/ehapa/e18/e53/index_ger.html), Zugriff am 29.09.05

<sup>184</sup> vgl. egmont-vgs, Unsere Verlage, URL: <http://www.egmont-vgs.de/30.jsp>, Zugriff am 29.09.05

Sat.1 und VOX, die erwartungsvollen Fans erfreuen. Obwohl sich einige der Neuerscheinungen als Serie im deutschen Fernsehprogramm erst noch etablieren müssen, greift der Verlag die aktuellen Trends auf und ermöglicht damit begeisterten Zuschauern durch Begleitliteratur von Anfang an die Nähe zur Serie. Auch amerikanische Kultserien finden in der nächsten Zeit ihre Fortsetzung in TV begleitender Literatur des Verlages.

Bei Film- und Fernsehbüchern zu deutschen Serien, ist der Verlag bemüht, sehr zeitnah zur TV-Ausstrahlung zu handeln und neue Bände zu veröffentlichen. Die Anzahl der Neuerscheinungen variiert pro Serie, so dass je nach Beliebtheit und Erfolg der Serie 1-2 Bände, bzw. bei gut laufenden Angeboten, unter anderem zu „ViB“, auch bis zu 4 Bände pro Halbjahr publiziert werden. Bei ausländischen Serienformaten läuft die Veröffentlichung meist nicht parallel zur Ausstrahlung, da das Einholen der Lizenzen und die Übersetzungsarbeit mehr Zeit in Anspruch nehmen, als dies bei deutschsprachigen Serien der Fall ist.

Die „Egmont vgs Verlagsgesellschaft“ wird auch in Zukunft die Thematik und Titel beliebter Serien aufgreifen und möglichst zeitnah mit Veröffentlichungen von Film- und Fernsehbegleitbüchern reagieren. Durch zahlreiche Fernsehproduktionen von neuen Serienformaten, Themen und Titeln, hat der Verlag die Möglichkeit jeweils aktuelle Trends aufzuspüren und die Bedürfnisse und Erwartungen, besonders junger Leser, durch Medienverbundliteratur zu erfüllen.

### **„Dino-Entertainment AG“, Stuttgart**

Der „Dino-Verlag“ ist ein Comicverlag, der vor einigen Jahren von „Panini“ aufgekauft wurde und seitdem Bestandteil der „Panini-Group“ ist. „Dino“ spezialisiert sich auf Nacherzählungen zu populären Serien aus TV und Kino. Kernzielgruppe des Verlags sind 10-16 Jährige, wobei vorrangig weibliche Jugendliche vom Verlagsprogramm angesprochen werden.

So erscheinen unter anderem Begleitbücher zur erfolgreichsten deutschen Daily Soap, GZSZ, im „Dino-Verlag“. Verschiedene Autoren schreiben unter dem Pseudonym Anna Leoni und erzählten in bereits mehr als 30 Bänden der deutschen Erfolgsserie die täglichen Irrungen und Wirrungen nach. Ver-

lagsangaben zufolge erscheinen Begleitbücher zu GZSZ mit einer Erstauf-  
lage von 30.000. Von attraktiven und aktuellen Titeln werden meist über  
100.000 Exemplare verkauft.<sup>185</sup> Weiterhin gehören amerikanische Kultserien,  
wie „Friends“ und deutsche TV-Erfolge zum Programm des Verlags.

Als nicht rentabel erwiesen sich Begleitbücher zu den deutschen Serien „Un-  
ter Uns“ und „Verbotene Liebe“, die, nach erfolgreichen ersten Bänden, we-  
gen mangelnder Nachfrage aus betriebswirtschaftlichen Gründen eingestellt  
wurden.

### **Zukunftsaspekt**

Auch im „Dino-Verlag“ erwarten den Leser zahlreiche Neuerscheinungen,  
von denen die meisten Nacherzählungen aus Film und Fernsehen darstellen.  
Die Serien begeisterte Zielgruppe der 6-13 Jährigen wird besonderes Inte-  
resse an weiteren Bänden zur Daily Soap GZSZ haben, die mit etwa 5 Millio-  
nen<sup>186</sup> Zuschauern pro Sendung und über 1,8 Millionen<sup>187</sup> verkauften Büchern  
zu den umsatzstärksten Büchern im Kinder- und Jugendbereich zählen. Wei-  
terhin sorgen spannende, authentische und unterhaltende Begleitbücher zu  
deutschen und amerikanischen Kultserien, sowie Science-Fiction Erzählun-  
gen für viel Abwechslung auf dem deutschen Buchmarkt. So werden ab No-  
vember die ersten Bände der neuen Krimiunterhaltung für Kinder, „KI.KA-  
KRIMI.DE“ die jungen Leser spannend und informativ begeistern.

Der „Dino-Verlag“ ist seit vielen Jahren einer der marktführenden Verlage  
von Film- und Fernsehbüchern. Erfolgreiche Vermarktung TV-begleitender  
Literatur ist allerdings nur möglich, wenn sowohl das nationale, als auch das  
internationale Fernsehprogramm kontinuierlich verfolgt und auf aktuelle  
Trends zeitnah reagiert wird. Nur so kann den Lesern ein ansprechendes  
Angebot an Serienbegleitliteratur angeboten werden. Durch die Veröffentli-  
chung mehrerer Bände einer Serie können gerade junge Fans auf ein kon-

---

<sup>185</sup> vgl. Bischof, Ulrike, Heidtmann, Horst: „Ich will es einfach nochmals erleben...“ – Begleit-  
bücher zu daily soaps: Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund, In: Texte Nr. 3. Son-  
derheft der Zeitschrift „medien praktisch“: Daily Talks – Daily Soaps – Big Brother, S. 54

<sup>186</sup> vgl. ebd., S. 34

<sup>187</sup> vgl. Neuheiten Herbst 2005, PANINI Verlags GmbH, Stuttgart, 2005, S. 34

sequent aufgebautes Serienangebot zugreifen, das oftmals den Einstieg in anspruchsvollere, altersgerechte Lektüre erleichtert.

### 6.3 Begleitbücher zu Daily Soaps

„Mit Goethe bringt man diese jungen Leute heute nicht mehr zum Lesen. Man muss ihnen etwas aus ihrer Welt bieten.“<sup>188</sup>

Film- und Fernsehbegleitbücher gehören mittlerweile schon seit vielen Jahren zu den von Kindern, aber auch Jugendlichen am intensivsten genutzten Formen von Literatur. Begleitbücher, als Ergänzung und Vertiefung der täglichen Rezeption der Lieblings-Soap, haben bei Heranwachsenden einen sehr hohen Stellenwert und stehen somit in Konkurrenz zu Klassikern der Kinderliteratur.

#### Lektüregratifikationen

Die Lektüregratifikationen von Kindern werden anhand von Umfragen deutlich erkennbar.

Kinder haben Vorstellungen und Wünsche nach zeitgemäßen, romantischen und unterhaltenden Lesestoffen und großes Interesse an spannenden Beziehungs- und Liebesgeschichten. Diesen kindlichen Bedürfnissen kommen Serien-Bücher offenbar mehr entgegen als vorlagenfreie Literatur.

Für die Rezeption von Film- und Fernsehbüchern benötigen Kinder keine Motivation von außen durch Eltern oder Lehrer. Denn als Motivation zur Lektüre genügt das Medienereignis an sich. Weiterhin verhelfen Begleitbücher zu einem besseren Verständnis der Serie. Die einzelnen Handlungsfäden werden durch die Nacherzählung überschaubarer und machen Handlungen und Figuren transparenter. Gespräche und Probleme werden von den Kindern durch die ergänzende Lektüre besser verstanden, da auch das Erzähltempo während des Lesens selbst bestimmt werden kann. Die Lektüre von Serien-Büchern ermöglicht den Rezipienten einen vertiefenden Einblick in die Serienwelt und in das Leben der Serien-Stars. So kann durch wiederholte

---

<sup>188</sup> Gollhardt, Heinz, In: Bischof, Ulrike, Heidtmann, Horst: Film- und Fernsehbücher, URL: [http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/TVBuecher09\\_03.pdf](http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/TVBuecher09_03.pdf), Zugriff am 29.09.05, S. 53

Lektüre eines Begleitbuches eine weitergehende und tiefere Auseinandersetzung mit der Serie und den Stars erreicht werden.

„[D]ie Wiedergabe der Gefühlswelt, der Innensicht der Protagonisten“<sup>189</sup> ist eine von Kindern selbst bestätigte häufige Lektüregratifikation. Diese Nähe ist für Kinder besonders wichtig, da ihre Stars Vorbild- und Orientierungsfunktionen besitzen und Werte und Normen vermitteln können. Darüber hinaus tragen Film- und Fernsehbücher zu einer Stimulation der kindlichen Phantasietätigkeit bei. Geschichten können ausgedehnt, umgeformt oder erweitert werden, je nach speziellen Vorstellungen. Von den Kindern werden eigene Handlungsspielräume festgelegt, die phantasievoll ausgestaltet werden können.

Als wichtiger Punkt ist letztendlich die Erleichterung des Lektüreprozesses für leseungeübte Kinder zu nennen. Die bereits im Kopf visualisierten Bilder, Situationen und Handlungsabläufe geben vielen Leseanfängern zusätzliche Impulse und es fällt ihnen dadurch leichter, Zugang zu Literatur und Lesen zu finden.<sup>190</sup>

Umfragen von 2002 zufolge wird unter den beliebtesten Fernseh-Büchern unter anderem begleitende Literatur zu den deutschen Daily Soaps „GZSZ“, „Verbotene Liebe“, „Marienhof“ und der Kinder-Weekly „Schloss Einstein“ genannt.<sup>191</sup>

## **Veränderte Lektüreformen**

Die uninteressierte Haltung gegenüber der Lesekultur, die von Kulturkritikern und Pädagogen bei Kindern und Jugendlichen häufig vermutet wird, kann

---

<sup>189</sup> Bischof, Ulrike; Heidtmann, Horst: Leichter lesen? Film- und Fernsehbücher als Lektüre von Grundschulern. In: Beiträge Jugendliteratur Medien, 55. Jg. 2003, Heft 1, S. 42

<sup>190</sup> vgl. Bischof, Ulrike; Heidtmann, Horst: Warum sind Film- und Fernsehbücher so erfolgreich? Das IfaK forscht zur Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund. In: Buch und Bibliothek, 52 (2000) 6/7, S. 414-417

<sup>191</sup> vgl. Bischof, Ulrike; Heidtmann, Horst, „...man hat schon Bilder im Kopf“ – Film- und Fernsehbücher in Kinder- und Jugendbibliotheken – Ergebnisse einer Umfrage. In: Buch und Bibliothek, Heft 6, 2002, S. 6, URL: [http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/ff\\_buecher.pdf](http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/ff_buecher.pdf), Zugriff am 20.09.05

letztendlich nicht ausnahmslos bestätigt werden. Denn gelesen wird auf jeden Fall, allerdings mit veränderten Formen und Funktionen von Lektüre.<sup>192</sup> Das Medien- und besonders das Lektüerverhalten von Kindern hat sich in den letzten Jahren deutlich geändert und auf Grund eines oftmals ausgeprägten Fanverhaltens in eine andere Richtung verschoben, die vermehrt von Medienverbundliteratur geprägt ist.

---

<sup>192</sup> vgl. Bischof, Ulrike; Heidtmann, Horst: Warum sind Film- und Fernsehbücher so erfolgreich?, S. 414

## 7 Relevanz der Serienformate in Bibliotheken

In diesem Kapitel wird anhand von aktuellen Umfragen unter Bibliothekarinnen und einem Mitarbeiter der ekz, die Relevanz der Serienformate in öffentlichen Bibliotheken untersucht. Die Auswertung der Umfrageergebnisse erfolgt größtenteils in Diagrammen. Bei der Frage zu aktuell in Bibliotheken angebotenen Medien zu Fernsehserien, stellte ich die vielfältigen Ergebnisse in einer Tabelle dar. Die Darstellungen werden darüber hinaus durch weitere Bemerkungen erläutert.

### 7.1 Einschätzungen von Bibliothekarinnen

Neben der Einschätzung der Bedeutung von Serienformaten im Kinderalltag, liegt ein weiterer Themenschwerpunkt meiner Arbeit auf der Untersuchung der Relevanz und Akzeptanz der genannten Formate in öffentlichen Bibliotheken. Hierfür bediente ich mich fachkundiger Meinungen und Erfahrungen. Anhand einer Umfrage unter Bibliothekarinnen, erhielt ich durch sechs vorformulierte Fragen, einen interessanten und vielfältigen Einblick in die tägliche Praxis bezüglich Serienformaten in öffentlichen Bibliotheken. Auf Grund der Reichweite der Verteilerliste konnte ich Antworten und Anmerkungen aus verschiedenen nationalen Systemen unterschiedlicher Größen auswerten.

Um eine bessere Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu erzielen, nahm ich eine Einteilung der befragten Bibliotheken in die Gruppen „klein“, „mittel“, „groß“ und „nebenamtlich“ vor. Dafür wurden einerseits die Bestandszahlen der jeweiligen Bibliothek und andererseits die Einwohnerzahlen der betreffenden Stadt oder Gemeinde hinzugezogen und dementsprechend die Zuteilung durchgeführt.

Insgesamt wertete ich 36 Fragebögen aus, von denen 12 in die Kategorie „klein“, 7 in „mittel“, 16 in die Gruppe „groß“ und ein Fragebogen in „nebenamtlich“ eingeteilt wurden. Die Bestandsgrößen der beteiligten Bibliotheken reichen von etwa 300.000 Medieneinheiten in Großstädten (Ausnahme Stuttgart: ca.1,2 Mio. Medieneinheiten), bis zu 13.000 Medieneinheiten in Kleinstädten. Die erwähnte nebenamtlich geleitete Bibliothek besitzt ca. 3.500 Medieneinheiten.

## **Aktuelle Fernsehserien**

Nachfolgende Tabelle zeigt eine Auswahl der aktuell beliebten Serien und Daily Soaps im deutschen Fernsehen, sowie eine Auflistung der Medienarten und soweit vorliegend, Angaben zur Anzahl der einzelnen Titel in öffentlichen Bibliotheken. Die Zahl der Exemplare reicht von einem Titel bis zur vollständigen Reihe (1-vollst.). Obwohl Medien zur Telenovela „Verliebt in Berlin“ erst seit kurzem auf dem Markt sind, ergänzte ich die Tabelle um dieses immer mehr an Bedeutung gewinnende Format. Einige Bibliotheken erwähnten diesbezüglich die baldige Bestellung der Titel.

Ein Großteil der befragten Bibliotheken bietet seinen Benutzern sowohl eine Vielzahl an Begleitbüchern, als auch Soundtracks und Zeitschriften zum Klassiker der deutschen Soaps, GZSZ, an. In einigen Bibliotheken können junge Benutzer sogar auf ein konsequentes Serienangebot und ein laufendes Zeitschriftenabonnement zugreifen. Häufig hängt die Reaktion, Medien zu aktuellen Serien bereitzustellen, mit vermehrten Nachfragen und speziellen Leserwünschen zusammen, die in öffentlichen Bibliotheken ein oftmals wichtiges Auswahlkriterium darstellen. Weiterhin von Bedeutung sind Begleitbücher zur Kinder-Weekly „Schloss Einstein“, wovon häufig eine große Anzahl an Titeln zur Verfügung steht. Ebenso spielen Bücher und Soundtracks zur Serie „Spongebob – Schwammkopf“ bei den Heranwachsenden aktuell eine Rolle. Über die angegebenen Titel hinaus werden häufig weitere Serien genannt, die in Bibliotheken in den verschiedenen Medienarten im Bestand sind. So begeistern unter anderem Bücher, DVDs und Zeitschriften zu „Löwenzahn“, „Die Pfefferkörner“ oder amerikanischen Serien. Alle befragten Bibliotheken bieten, oft sogar in Vollständigkeit, Themen und Titel zur „Sendung mit der Maus“ an. Die Lach- und Sachgeschichten haben einen gewissen Anspruch, sind informativ und beantworten spielerisch Alltagsfragen von Kindern. Titel zur „Sendung mit der Maus“ sind literarisch wertvoll und unterhaltend und dürfen somit in keinem Bestand fehlen. Diese Art der Serie wird von Bibliotheken auch bevorzugt gefördert.

Anhand des aktuellen Medienbestandes bezüglich Serientiteln, ist eine erste Einschätzung der Relevanz von Serienformaten in öffentlichen Bibliotheken zu erkennen.

	<u>Medienarten</u>	Begleitbücher	DVDs/Videos	Soundtracks	Zeitschriften
<b><u>Serienauswahl</u></b>	<b><u>Bestandsgröße</u></b>				
Berlin, Berlin	groß	1-vollst.	vollst.	0	0
	mittel	ca. 1-5	1	1	0
	klein	ca. 2-5	0	0	0
	ehrenamtlich	0	0	0	0
Sendung mit der Maus	groß	5-vollst.	2-vollst.	ca. 2-10	vollst.
	mittel	ca. 2-10	ca. 2-30	ca. 1-10	0
	klein	ca. 2-10	ca. 1-10	ca. 1-5	0
	ehrenamtlich	2	0	ca. 2-5	0
Marienhof	groß	1-vollst.	0	0	0
	mittel	1	0	0	0
	klein	0	0	0	0
	ehrenamtlich	0	0	0	0
Verbotene Liebe	groß	3-vollst.	0	0	0
	mittel	ca. 3-5	0	0	0
	klein	2	0	0	0
	ehrenamtlich	0	0	0	0
GZSZ	groß	9-vollst.	0	ca. 1-15	1-vollst.
	mittel	ca. 1-45	0	ca. 3-10	vollst.
	klein	ca. 2-30	0	ca. 2-5	0
	ehrenamtlich	0	0	0	0
	<u>Medienarten</u>	<u>Begleitbücher</u>	<u>DVDs/Videos</u>	<u>Soundtracks</u>	<u>Zeitschriften</u>
Unter Uns	groß	2	0	1	0
	mittel	2	0	ca. 1-5	0
	klein	2	0	0	0
	ehrenamtlich	0	0	0	0
Verliebt in Berlin	groß	0, aber bestellt	0	0	0
	mittel	0	0	0	0
	klein	0	0	0	0
	ehrenamtlich	0	0	0	0
Schloss Einstein	groß	1-vollst.	2-vollst.	ca. 2-7	0
	mittel	ca. 6-25	0	ca. 2-10	0
	klein	ca. 1-15	0	0	0
	ehrenamtlich	0	0	0	0
Spongebob	groß	1-vollst.	1-vollst.	vollst.	vollst.
	mittel	2	1	ca. 10-13	0
	klein	0	0	0	0
	ehrenamtlich	0	0	0	0
andere Titel	groß	ca. 2-7	5-vollst.	0	8-vollst.
	mittel	ca. 2-40	ca. 10-13	0	0
	klein	ca. 4-10	0	5	10
	ehrenamtlich	0	ca. 2-4	0	0

Tabelle 1: Aktuelle Fernsehserien

## Relevanz der Serienformate

Die Angaben der einzelnen Bibliotheken zu Ausleihzahlen und Umsatz der Serienformate sind oft sehr unterschiedlich. Die Zahlen variieren je nach Länge der Leihfrist oder Exemplare einer Serie. Für alle Bibliotheken zutreffend ist die Tatsache, dass je älter Medien sind und je länger diese bereits angeboten werden, desto weniger Interesse haben Benutzer daran. Lediglich bei der Daily Soap GZSZ bleibt die Begeisterung erhalten, was durchschnittliche, aber mittlerweile auch fallende Ausleihzahlen von 8-12 Entleihungen pro Jahr bestätigen. In anderen Bibliotheken stagnieren die Zahlen dieser Serientitel wiederum bei 4-5 Ausleihen jährlich. Die Titel werden für die Leser zunehmend uninteressant, nachdem die Medien an Aktualität verloren haben.

Die neueren Serien wie „Berlin, Berlin“, „Schloss Einstein“ oder „Spongebob“, werden im Moment häufiger nachgefragt. Die Ausleihzahlen bewegen sich hier in einer großen Spanne zwischen 5 und 40 Entleihungen jährlich, je nach Verweildauer im Bestand und Bibliotheksgröße. Im Vergleich zu einem durchschnittlichen Umsatz von 3-5, der in großen Kinder- und Jugendbibliotheken erzielt wird, sind die Ausleihzahlen zu Serienformaten überraschend hoch. Staffeln einzelner Titel sind jedoch wegen schwankender Nachfrage nicht relevant.

In fast allen Bibliotheken gleichbleibende Ausleihzahlen erzielen Titel zur „Sendung mit der Maus“. Diese werden überdurchschnittlich oft sogar bis zu 70 mal jährlich ausgeliehen, wobei dies sicherlich eine Ausnahme darstellt. Hierbei spielt Aktualität eine nicht so entscheidende Rolle wie bei Soaps.

Ebenso gute Ausleihzahlen erreicht die Serie „Löwenzahn“. Die beiden Wissensformate für Kinder spielen sowohl im Kinderalltag, als auch in öffentlichen Bibliotheken eine wichtige Rolle.

AV-Medien, vor allem zur „Sendung mit der Maus“ werden häufig nachgefragt und weisen hohe Ausleihzahlen auf. Doch neben Klassikern im Kinderprogramm erfreuen sich gerade neuere Serien bei jungen Benutzern großer Beliebtheit. Auffallend ist, dass die Nachfrage und somit auch die Relevanz von Serientiteln aller Medienarten in großen Bibliotheken eindeutig höher ist, als in Bibliotheken mit kleinerem Bestand. Natürlich können größere Einrich-

tungen auf Grund ihres zwar gesunkenen, aber flexibleren Medienetats, auch spontaner auf Leserwünsche und Nachfragen reagieren.

Zusammenfassend kann man sagen, dass bei Film- und Fernsehbuchbeständen die Ausleihzahlen oft sehr hoch liegen, wobei Aktualität ein wichtiges Kriterium darstellt. Medienbegleitende Literatur ist besonders für junge Benutzer sehr attraktiv und für Bibliotheken eine Möglichkeit, Kinder und Jugendliche an Literatur heranzuführen und sie dafür zu begeistern.

### Medieneinkauf

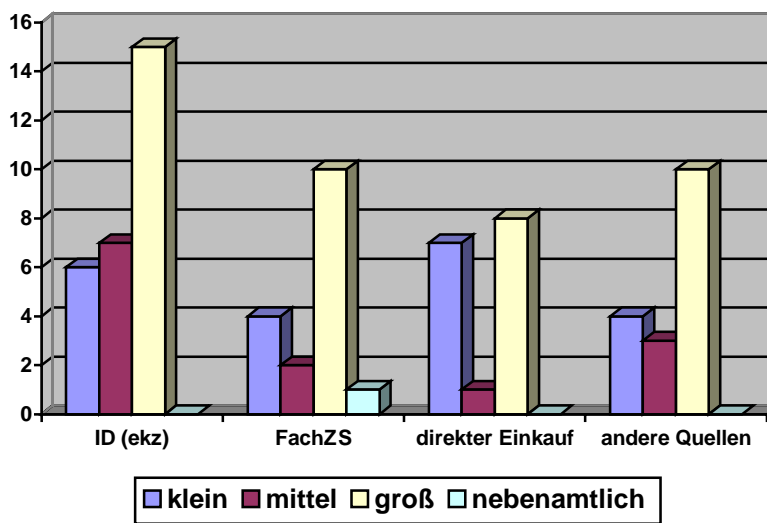


Diagramm 1: Medieneinkauf

Bei der Frage nach den Informationsquellen, auf die Bibliothekarinnen vor dem Medieneinkauf zugreifen, war ganz deutlich, dass sich der Großteil der befragten Bibliotheken anhand des Informationsdienstes (im Folgenden ID) der Einkaufszentrale Reutlingen (im Folgenden ekz) informiert und Medien auswählt. Der von der ekz angebotene Dienst, Medien in Vorauswahl zu sichten und zu bewerten, stellt eine verlässliche und qualitativ hochwertige Quelle dar, derer sich Bibliotheken gerne bedienen. Hierbei spielt die Größe der Institution keine Rolle, lediglich die nebenamtliche Bibliothek bezieht ihre Informationen weitgehend aus Fachzeitschriften.

Die Fachzeitschriften sind auch für kleine, mittlere und große Bibliotheken eine wichtige und informative Bezugsquelle für die Auswahl ihrer Medien. Hier werden vor allem Titel wie „Bulletin“, „Börsenblatt“ und „Eselsohr“ genannt.

Der direkte Einkauf stellt besonders bei kleineren Bibliotheken eine sehr wichtige Informationsquelle dar. Medieneinkäufe finden häufig bei ortsansässigen Geschäften oder großen Einkaufsmärkten statt. Durch direkten Einkauf verringert sich die Bearbeitungszeit der Medien und vor allem Leserwünsche können so schnellstmöglich ausleihfertig angeboten werden.

Gerade bei Bibliotheken mit großen Bestandszahlen werden Informationen zum Medieneinkauf auch aus anderen Quellen bezogen. So bieten Verlagsprospekte oder Zeitungen/Zeitschriften eine weitere Möglichkeit, sich einen Überblick über Mediennovitäten zu verschaffen und themenspezifisch auszuwählen. Weiterhin können durch das Fernsehen TV-Serien wahrgenommen und deren Bedeutung, besonders bei Kindern, besser eingeschätzt werden. Auch das Internet kann zusätzliche Informationen bieten. Ein ganz besonders wichtiger Informationsbezug sind persönliche Empfehlungen oder Leserwünsche, die Nachfragen und Bedarf zu einzelnen Bereichen, Themen und Titeln erkennen lassen. Allerdings sind Leserwünsche häufig kurzlebige Medien zu speziellen Interessensbereichen. Hier muss abgewogen werden, inwieweit besondere Wünsche berücksichtigt werden können.

### Auswahlkriterien

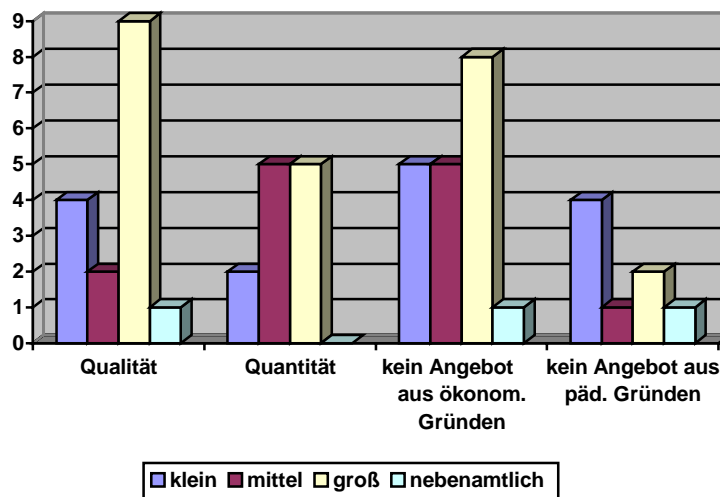


Diagramm 2: Auswahlkriterien

Das wichtigste Kriterium, nach dem Bibliotheken aus dem großen Serienangebot auswählen, ist die Qualität der Medientitel. Da der Begriff Qualität sehr dehnbar ist, gibt es hierzu viele verschiedene Meinungen und Einschätzungen. Oftmals ist Qualität insofern gewährleistet, als nur Serien angeboten

werden, die von der ekz gesichtet, bewertet und im ID besprochen wurden. Weiterhin gibt es Serientitel, die auf Grund von fehlender Qualität in einigen Bibliotheken nicht mehr angeboten werden. So werden hier häufig die vier deutschen Daily Soaps, sowie einige amerikanische Kultserien genannt.

Quantität spielt bei der Medienauswahl im Serienbereich eine eher nebensächliche Rolle, da die Meinungen größtenteils dahin gehen, dass ein Angebot mit wenigen Titeln einer Serie äußerst ineffektiv ist. Bei Serien wird verstärkt auf Vollständigkeit geachtet. Wenn eine konsequente Anschaffung aus ökonomischen Gründen nicht möglich ist, konzentrieren sich Bibliotheken häufig an wenigen Serien, die aber dann komplett angeboten werden. Kinder, die über Medienverbundtitel Zugang zur Literatur gefunden haben, sollten durch ein konsequentes Serienangebot weiterhin in ihren Vorlieben unterstützt werden.

Bei den Bibliotheken, die keine Serien und Soaps anbieten, wird vor allem mit ökonomischen Gründen argumentiert. Gerade kleineren Bibliotheken sind finanzielle Grenzen gesetzt und dadurch konsequente Serien-Anschaffungen in größerem Umfang nicht möglich. Sie investieren ihren ohnehin geringen Etat vorzugsweise in altersgemäße Unterhaltungsliteratur, die Kinder ebenso begeistern kann, was Ausleihzahlen belegen.

Pädagogische Gründe spielen als Ausleihkriterium kaum eine Rolle. In Kommentaren und Hinweisen wird von den befragten Bibliothekarinnen allerdings vermehrt auf den literarischen Auftrag von Bibliotheken hingewiesen, durch den die Notwendigkeit angemessener Unterhaltungsliteratur gegenüber einem Serienangebot betont wird.

## Medienbedeutung

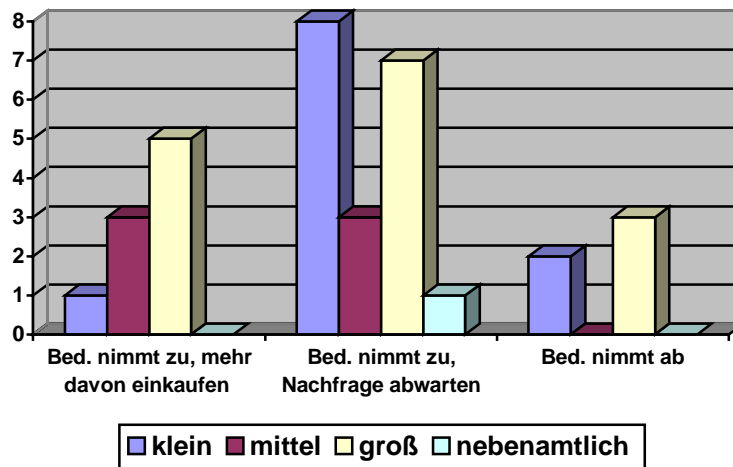


Diagramm 3: Medienbedeutung

Die zukünftige Bedeutung der Serienformate wird vom Großteil der befragten Bibliotheken als zunehmend eingeschätzt. In vielen Anmerkungen konnte ich erkennen, dass diese Zunahme von den Bibliothekarinnen selbst oft bedauert wird. Trotzdem werden in den meisten Fällen Nachfragen und Bewertungen aus ökonomischen Gründen abgewartet, bevor mehr zu einzelnen Serien, Themen und Titeln eingekauft wird. Gerade neue Fernsehserien werden anfangs oft sehr stark nachgefragt, das Interesse lässt dann aber meist schnell wieder nach. Fernsehserien sind äußerst kurzlebig und stellen somit in vielen Fällen lediglich eine Trendercheinung dar.

Wenn der vorhandene Etat dies zulässt, reagieren vor allem größere Bibliotheken auf die zunehmende Bedeutung mit Einkäufen zu speziell gewünschten Themen und Titeln. Sind Nachfragen und somit ein deutlicher Serientrend erkennbar, kann eine Erweiterung des vorhandenen Serienbestandes durchaus sinnvoll sein. Lediglich 5 von 36 befragten Bibliothekarinnen vermuten oder hoffen, dass die Bedeutung der Serienformate in Zukunft abnehmen wird.

Die Relevanz dieser Formate wird auch in Zukunft besonders von den kindlichen Medien- und Fernsehbedürfnissen abhängen und sich aus Trends und Nachfragen entwickeln.

## Medienpräsentation

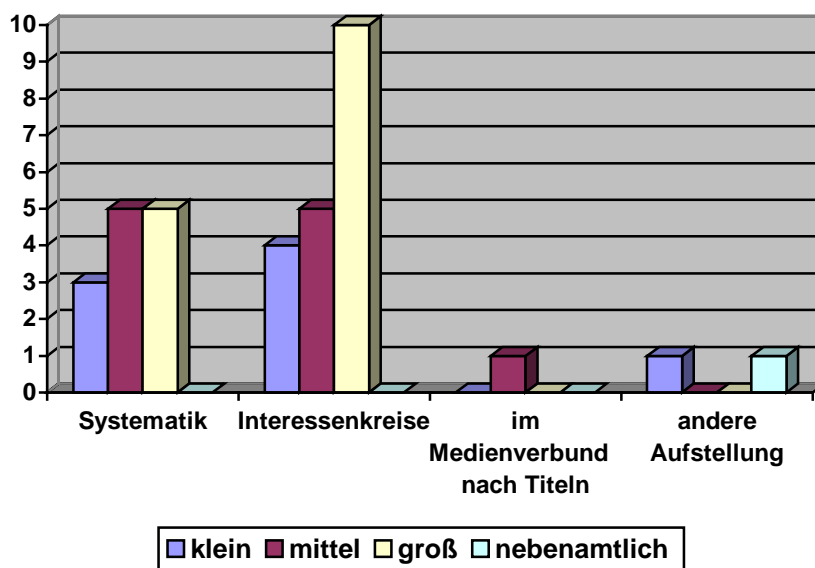


Diagramm 4: Medienpräsentation

Die bevorzugte Präsentationsform der Medien im Fernseh-Serienbereich ist die Aufstellung nach Interessenskreisen (im Folgenden IK). Für die Zuordnung einzelner Titel zu bestimmten IKs gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten. So werden Serienbücher zu GZSZ beispielsweise dem IK „Freundschaft/Liebe“ zugeordnet, wohingegen sich anderswo IKs zu „Film & Fernsehen“ oder „TV-Serien“ anbieten. Die Aufstellung der Medien nach IKs wird unabhängig von der Bibliotheksgröße bevorzugt durchgeführt.

Sehr häufig ist auch die konventionelle systematische Aufstellung in Bibliotheken zu finden, bei der die Medien keinem bestimmten Themenbereich zugeordnet, sondern alphabetisch in den laufenden Bestand integriert werden. So findet sich Serien begleitende Literatur meist in der Systematik der Jugendbücher, die Jugendliche ab 12 Jahren ansprechen soll. Die Aufstellung von Medienverbundliteratur nach Titeln, sowie andere Präsentationsformen werden nur vereinzelt angewandt.

### 7.2 Stellungnahme der Einkaufszentrale Reutlingen (ekz)

Um die Einschätzung der Relevanz von Serienformaten in Bibliotheken aus verschiedenen Blickwinkeln zu untersuchen, bat ich Herrn Bendig, Mitarbeiter der ekz und Spezialist im Bereich „filmische Medien“, mit Hilfe einiger

vorbereiteter Fragen und telefonischer Beantwortung, ebenfalls um seine fachkundige Meinung. Da bei Serien-Begleitbüchern das Angebot der ekz und die Nachfrage der Bibliotheken relativ ausgewogen und unproblematisch ist, beziehen sich die folgenden Antworten auf den Teilaspekt Non-Book-Medien. Dazugehörige Videos werden allerdings Ende des Jahres bei der ekz eingestellt.

Da sich, wie oben bereits erwähnt, viele Bibliotheken auf die von der ekz ausgewählten und bewerteten Medienangebote beziehen, stellte sich mir die Frage, welche Informationsquellen die ekz, als direkter Zulieferer für Bibliotheken, benutzt. Die Quellen sind meist Medienhersteller, die durch Prospekte, Kataloge, E-Mails, auf ihre Neuerscheinungen vorab aufmerksam machen. Darin enthalten sind Informationen zu Titeln, Erscheinungsort, -jahr und den Preisen. Allerdings finden sich in den Vorabinformationen keine detaillierten Einzelheiten, die inhaltliche Aussagekraft besitzen. So wird beispielsweise zur Erstellung der Bewertungen, beim Hersteller jeweils ein Musterexemplar angefordert, anhand dessen durch Zusammenfassung der Vor- und Abspanne, inhaltliche Bewertungen erstellt werden. Weiterhin werden verschiedenste Quellen, wie Lexika, Datenbanken, Kritikerstimmen, zur Beurteilung herangezogen. Aus diesen formalen und inhaltlichen Daten entstehen die Beschreibungen und Bewertungen der Medien. Anhand derer können Bibliotheken wichtige Hintergründe erstellen oder Informationen zu Medienverbundtiteln erhalten.

Das wichtigste Kriterium zur Medienauswahl der ekz, ist die Relevanz der Medien in Bibliotheken. Dazu zählen einerseits ein gewisses „Niveau“ der angebotenen Titel, wobei die Festlegung des Anspruchs keine Zensur der ekz darstellt. Andererseits muss das Medium die gesamte Breite des Publikums erreichen und ansprechen. Spezielle Themen und Titel werden deshalb oft nicht ausgewählt. Gerade bei der Auswahl politischer, religiöser und ethnischer Titel sind Bibliotheken meist zögerlich, da sich diese in öffentlichen Bibliotheken oft als sehr brisante Themen erweisen.

Viele Bibliotheken bieten nur wenige Videos und DVDs zu aktuellen Serien und Soaps an. Danach richtet sich auch das derzeitige Angebot der ekz an Serienformaten im Non-Book Bereich und fällt dementsprechend gering aus.

Allerdings hat die ekz in den letzten Jahren vermehrt Versuche unternommen, den Bibliotheken Serien und Soaps auf audiovisuellen Medien schmackhaft zu machen. Gründe, derartige Formate in öffentlichen Bibliotheken nicht anzubieten, sind zum einen die alltäglichen Serienthemen, die oft als zu platt und belanglos erscheinen. Zum anderen ist die komplette Anschaffung aller Titel einer Serie oftmals zu teuer. Die finanziellen Grenzen, die Bibliotheken angesichts der Etatkürzungen gesetzt sind, stellen eindeutig den Hauptgrund dar, warum audiovisuelle Serientitel nur geringfügig angeschafft werden.

Als Mitarbeiter der ekz schätzt Herr Bendig die Relevanz von Serienformaten in öffentlichen Bibliotheken, besonders im audiovisuellen Bereich, sehr hoch ein. Bibliotheken könnten mit einem derartigen Angebot seiner Meinung nach sicherlich große Erfolge erzielen. Allerdings setzt dies eine konsequente Medienanschaffung im Serienbereich voraus. Gerade große Bibliotheken hätten dadurch die Möglichkeit, junge Benutzer frühzeitig an ihre Einrichtung zu binden. Dies ist aber wiederum aus oben genannten Gründen, vor allem finanziellen Grenzen, nicht immer möglich. Die Realität lässt also im Gegensatz dazu ein sinnvolles, konsequentes Angebot oft nicht zu.

Bezüglich der Zukunftsentwicklung von Serien und Soaps rechnet Herr Bendig mit einer erhöhten Nachfrage in öffentlichen Bibliotheken. Deshalb wird er, als Mitarbeiter der ekz weiterhin den Versuch unternehmen, öffentlichen Bibliotheken derartige Themen und Titel anzubieten. So wird es dieses Jahr im Winter eine Action der ekz geben, in der wegweisende, bedeutende Serien, wie beispielsweise die deutschen Daily Soaps, aber auch populäre amerikanische Serien, „Sex and the city“, von der ekz bewertet und angeboten werden.

## 8 Zusammenfassung und Ausblick

### Leseförderung im Medienverbund

Durch die Mediatisierung der Kindheit, die im Laufe der Jahre immer früher beginnt, verändert sich auch die Lesekultur von Kindern. Für diese Zielgruppe ist ein Nebeneinander aller zur Verfügung stehenden Medien selbstverständlich. Deshalb bedienen sich Kinder auch einer breiten Angebotspalette an Medien, die zur Unterhaltung und Entspannung ebenso beitragen wie zur Information und Wissensvermittlung.

Zur Vermittlung von Lesekompetenzen bei Kindern ist es entscheidend, audiovisuelle Medien als Ergänzung und nicht als Konkurrenz zu Printmedien anzuerkennen. Kinder sollen Zugang zu den Texten haben, die für sie attraktiv und interessant sind, egal welche Medienarten ihre Erwartungen und Bedürfnisse erfüllen.<sup>193</sup>

Die in manchen Fällen oftmals schwer verständlichen kindlichen Leseinteressen können auch als Chance dienen, Kinder auf dem Weg zu Lektüre dort abzuholen, wo sie gerade stehen. Leseförderung beginnt bereits da, wo die Interessen des Lesers anfangen. Bei Kindern besteht oftmals großes Interesse an Medienbegleitliteratur, der viele Pädagogen, Verleger, Bibliotheken oder Literaturwissenschaftler häufig kritisch und ablehnend gegenüberstehen und die Serien-Begleitbücher als niveaulose und literarisch wertlose Literatur betrachten.

Film- und Fernsehbücher können, wie bereits angesprochen, durch Erkennen der veränderten Werte im Alltag von Kindern, sowie der sich wandelnden Formen und Funktionen von Lektüre, verstärkt zur Leseförderung von Kindern beitragen.

---

<sup>193</sup> Heidtmann, Horst: Medienverbünde - Herausforderungen und Chancen, in: Werner Stark, Thilo Fitzner u. Christoph Schubert (Hg.): Von der Alphabetisierung zur Leseförderung. Stuttgart, u.a., 2000, S. 189

## **Relevanz der Serienformate in öffentlichen Bibliotheken**

Serienformate sind bei Kindern und Jugendlichen zur Unterhaltung und Entspannung im Alltag, aber auch zur Orientierung und Strukturierung einer eigenen Lebensphase von großer Bedeutung. Die Popularität und Attraktivität von Film- und Fernsehbüchern sind Umfragen zufolge in der Zielgruppe mittlerweile ähnlich hoch wie bei mancher anspruchsvoller Kinder- und Jugendliteratur. Weiterhin wurde, innerhalb der Umfrage, von den Bibliothekarinnen selbst vermehrt auf die bestehende Nachfrage von Lesern hingewiesen, die den Bedarf an Serienformaten aufzeigt. Obgleich Film- und Fernsehbücher nicht kulturell herausragend und literarisch wertvoll sind, kann auch mit diesen Formaten Leseförderung für Kinder und Jugendliche geleistet werden.

Daraus folgend erkenne ich eine wichtige Bedeutung von Serienformaten in öffentlichen Bibliotheken. Ein Angebot an Serienformaten, das sich an der Konzeption der Bibliothek oder Abteilung orientiert, kann bereits die jüngsten Benutzer ansprechen und auf die Lektüre anspruchsvoller Literatur vorbereiten. Haben Bibliotheken sich entschlossen, Serienformate in ihren Bestand aufzunehmen, sollte vor allem auf Vollständigkeit geachtet werden. Da dies, häufig aus finanziellen Gründen nicht möglich ist, erscheint ein konsequentes Angebot an ausgewählten Serien sicher sinnvoller als viele verschiedene Einzeltitel anzubieten.

Entgegen den Argumenten für einen Bestand an Serienformaten stehen verständliche Gründe, die ein derartiges Angebot ausschließen. Viele Bibliotheken betonen besonders den literarischen Auftrag ihrer Einrichtung und bevorzugen ein Angebot an angemessener und niveauvoller Unterhaltungsliteratur. In dieses Konzept passen TV-Serien, Daily Soaps und Telenovelas nur bedingt. Denn die alleinige Förderung wertvoller unterhaltender Literatur für Kinder und Jugendliche schließt demzufolge ein konsequentes Angebot an Serienformaten aus. Ausleihzahlen spielen gegenüber Qualität eine untergeordnete Rolle. Leseförderung für Kinder und Jugendliche findet folglich in anderen Themenbereichen und mit anderen Mitteln statt.

Meiner Ansicht nach besteht eine der Hauptaufgaben von öffentlichen Bibliotheken sicherlich darin, medienpädagogische Verantwortung zu übernehmen. Eine kritische Abwägung kann darüber entscheiden, ob ein Medienfor-

mat zum aktuellen Zeitpunkt pädagogisch wertvoll erscheint und somit in den Bestand aufgenommen werden sollte. Dennoch vertrete ich auch die Meinung, dass eine zukunftsorientierte öffentliche Bibliothek einerseits als Ort von Wissen und Information, andererseits aber auch als Treffpunkt und Raum für Unterhaltung und Entspannung, besonders für Kinder und Jugendliche, dient.

Aus den genannten Gründen, ist es für Bibliotheken wichtig, gerade die Zielgruppe junger Benutzer anzusprechen und für Literatur zu begeistern. Dazu eignen sich auch teilweise Medienformate, die weniger der pädagogischen Förderung, als vielmehr der Unterhaltung dienen. Die schwierige Aufgabe öffentlicher Bibliotheken sollte darin bestehen, ein angemessenes Verhältnis zwischen anspruchsvollen, altersgerechten Medien und Unterhaltungsformaten, die in einem gewissen Rahmen auch literarisch wertlos sein dürfen, zu schaffen.

### **Ausblick**

Die Medienmärkte werden sich auch zukünftig weiter verändern. Da Kinder und Jugendliche neuen Medien grundsätzlich offener und unvoreingenommener gegenüberstehen als Erwachsene, werden die Heranwachsenden immer die gesamte Breite der Unterhaltungsmöglichkeiten nutzen. Neue Medien werden aber auch weiterhin die alten Medien, besonders das Buch, nicht verdrängen oder diese vollständig ersetzen. Es findet lediglich eine Verschiebung einiger, spezifischer Funktionen statt.

Die weit verbreitete Meinung, Kinder würden nicht mehr lesen, kann so nicht bestätigt werden. Denn Kinder und Jugendliche werden auch weiterhin lesen, obwohl sich neue Medien zukunftsorientiert entwickeln und etablieren. Somit bleibt, trotz der Konkurrenz der AV-Medien, die unterhaltende Funktion des Jugendbuches weiter bestehen. Studien zufolge reduzieren sich allerdings Reichweite und Nutzungsdauer der Lektüre von Kindern zunehmend.<sup>194</sup>

Um das Medien- und besonders das Lektüerverhalten von Kindern verstehen und fördern zu können, muss die bisherige Erklärung des Begriffs Lesekultur

---

<sup>194</sup> vgl. Heidtmann, Horst: Medienverbünde - Herausforderungen und Chancen, S. 186

überarbeitet, modernen Verhaltensweisen angepasst und neu definiert werden. Denn die „Lesekultur kann heute nicht mehr auf den Umgang mit ästhetisch gestalteten fiktionalen Texten eingegrenzt werden.“<sup>195</sup>

---

<sup>195</sup> Heidtmann, Horst: Medienverbände - Herausforderungen und Chancen, S. 189

## **Anhang A: Umfrage von Bibliothekarinnen zu Serientiteln in öffentlichen Bibliotheken**

### **A.1 Anfrage bei Bibliothekarinnen**

Sehr geehrte Damen und Herren,

zurzeit arbeite ich an meiner Diplomarbeit „TV-Serien, Soaps, Telenovelas. Zur Bedeutung der Formate im Kinderalltag und in öffentlichen Bibliotheken“ an der Hochschule der Medien in Stuttgart, betreut von Frau Prof. Krüger.

Mit meiner Arbeit möchte ich die Relevanz der genannten Serienformate in öffentlichen Bibliotheken darstellen und die Zukunftsperspektiven und Pläne einzelner Sendeanstalten und Buchverlage bezüglich der verschiedenen Formate aufzeigen. Hierzu recherchiere ich bei Sendeanstalten wie ARD, ZDF, RTL, KI.KA, ... und einschlägig tätigen Buchverlagen (Dino-Verlag, ...) die aktuellen und vor der Ausstrahlung stehenden Serienformate, Themen und Titel.

Zielgruppe meiner Untersuchungen sind Kinder im Alter von 5-13 Jahren. Ein Schwerpunkt der Arbeit wird eine Einschätzung der Relevanz dieser Serienformate in öffentlichen Bibliotheken sein. Für diese Einschätzung bin ich auf Erfahrungen und fachkundige Stellungnahmen von Bibliothekaren/Innen bezüglich des Bestandes, der Relevanz, des Medieneinkaufs und der Präsentation der genannten Serienformate angewiesen.

Deshalb bitte ich Sie, den im E-Mail Anhang enthaltenen Fragebogen zu beantworten und baldmöglichst an mich zurückzusenden:

[mf038@iuk.hdm-stuttgart.de](mailto:mf038@iuk.hdm-stuttgart.de)

Durch die Möglichkeit Antworten anzukreuzen oder lediglich kurz zu begründen, habe ich versucht, den Zeitaufwand für Sie relativ gering zu halten. Um bei der Menge der aktuellen Serienangebote nicht den Überblick zu verlieren, habe ich bereits einige Serien ausgewählt, auf die Sie sich bei der Beantwortung der Fragen beziehen können. Darüber hinaus können Sie aber gerne noch eigene Anmerkungen oder Ergänzungen hinzufügen.

Ich bedanke mich schon vorab ganz herzlich für Ihr Bemühen und Ihre Zusammenarbeit.

## A.2 Umfrage zu Serientiteln in Bibliotheken

### Serienauswahl

1. Berlin, Berlin (ARD)
2. Die Sendung mit der Maus (ARD)
3. Marienhof (ARD)
4. Verbotene Liebe (ARD)
5. Gute Zeiten - schlechte Zeiten (RTL)
6. Unter uns (RTL)
7. Verliebt in Berlin (Sat.1)
8. Schloss Einstein (KI.KA)
9. Spongebob – Schwammkopf (Super RTL)
10. andere Titel bitte selbst nennen

### Aktuelle Fernsehserien

Was bietet Ihre Bibliothek an aktuellen Fernsehserien für Kinder an (Nummer des Titels, falls oben genannt, und ca. Anzahl)?

1. Begleitbücher
2. DVDs, Videos
3. Soundtracks
4. Zeitschriften

### Relevanz dieser Medien

Können Sie Aussagen über Ausleihzahlen / Umsatz dieser Formate machen?

### Medieneinkauf

Woher beziehen Sie beim Medieneinkauf Ihre Informationen?

1. ID (ekz)
2. Fachzeitschriften
3. direkter Einkauf
4. andere

### Auswahlkriterien

Da Sie sicher nicht alle angebotenen Serien kaufen können, was sind Ihre Auswahlkriterien?

1. Qualität, „untere Grenze“   
Beispieltitel, den Sie nicht mehr kaufen:
  
2. Quantität   
z.B. nur wenige Titel einer Serie
  
3. Serien werden nicht angeboten   
aus ökonomischen Gründen   
  
aus pädagogischen Gründen

Wie schätzen Sie die Zukunftsentwicklung der Formate ein und wie werden Sie in Ihrer Bibliothek darauf reagieren?

1. Bedeutung nimmt zu   
Reaktion:
  - a. werden mehr davon einkaufen müssen
  
  - b. warten Nachfrage ab
  
2. Bedeutung nimmt ab   
Reaktion:  
z.B. Serien-Titel werden schnell ausgesondert

### **Medienpräsentation**

Wie präsentieren Sie diese Medien?

1. konventionell nach Systematik
  
2. nach Interessenkreisen
  
3. im Medienverbund nach Titel
  
4. andere Aufstellung

### **Weitere Bemerkungen zum Thema**

### **A.3 Umfrage zu Serientiteln in der Einkaufszentrale Reutlingen, Herr Bendig**

1. Viele Bibliothekare beziehen ihre Informationen zum Medieneinkauf über die ekz. Woher erhält die ekz ihre Informationen, die sie dann überarbeitet weitergibt?
  
2. Es können ja von der ekz nie die kompletten, sich derzeit auf dem Markt befindlichen Medienneuheiten angeboten werden. Nach welchen Kriterien wählen Sie aus? Eventuell auch im Hinblick auf die Interessen und Möglichkeiten der Bibliotheken, die davon Gebrauch machen.
  
3. Wie sieht das derzeitige Angebot der ekz bezüglich Serientiteln im Non-Book Bereich aus?
  
4. Was sind die Gründe der Bibliotheken für eine Entscheidung gegen ein Angebot von Serienformaten?
  
5. Wie schätzen Sie die Relevanz von Serienformaten in öffentlichen Bibliotheken Ihrer Meinung nach, aus der Sicht eines Mitarbeiters der ekz, ein?
  
6. Wie schätzen Sie die Zukunft solcher Serienformate ein und wie werden Sie als ekz darauf reagieren müssen?
  
7. Weitere Bemerkungen zum Thema

## Literaturverzeichnis

- Baacke, Dieter; Lenssen, Margrit; Röllecke, Renate:** Von Mäusen und Monstern – Kinderfernsehen unter der Lupe. Beschreibungen, Analysen, Hintergründe, Praxismodelle. – Bielefeld : AJZ-Druck & Verlag, 1997
- Bischof, Ulrike; Heidtmann, Horst:** Leichter lesen? Film- und Fernsehbücher als Lektüre von Grundschulern. In: Beiträge Jugendliteratur Medien, 55. Jg. 2003, Heft 1, S. 42
- Bischof, Ulrike; Heidtmann, Horst:** „...man hat schon Bilder im Kopf“ – Film- und Fernsehbücher in Kinder- und Jugendbibliotheken – Ergebnisse einer Umfrage. In: Buch und Bibliothek, Heft 6, 2002, S. 6
- Bischof, Ulrike; Heidtmann, Horst:** Warum sind Film- und Fernsehbücher so erfolgreich? Das IfaK forscht zur Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund. In: Buch und Bibliothek, 52 (2000) 6/7, S. 414-417
- Cippitelli, Claudia; Schwanebeck, Axel (Hrsg.):** Pickel, Küsse und Kulissen: Soap Operas im Fernsehen. – München : R. Fischer, 2001
- Feierabend, Sabine; Klingler, Walter:** Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2004 – Was Kinder sehen. In: Media Perspektiven. Heft 4/2005. S. 163-177
- Götz, Maya (Hrsg.):** Alles Seifenblasen? : die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. – München : KoPäd-Verl., 2000
- Götz, Maya:** Warum Kinder und Jugendliche sich für Soaps begeistern. Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (Hrsg.), In: tv-diskurs - Verantwortung in audiovisuellen Medien. Ausgabe 19. Baden-Baden 2002. S. 24-27.  
[http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz\\_soap/goetz\\_soap.html](http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/goetz_soap/goetz_soap.html) (Zugriff am 14.08.05)
- Heidtmann, Horst:** Fernsehzeit ist Serienzeit: Von der zunehmenden Notwendigkeit des Seriellen im Fernsehen. In: Praxis Deutsch Heft 121, Seelze, 1993, S. 9. <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Serie.PDF> (Zugriff am 12.09.05)

- Heidtmann, Horst:** Kindermedien. – Stuttgart : Metzler, 1992
- Heidtmann, Horst:** Medienverbünde - Herausforderungen und Chancen, in: Werner Stark, Thilo Fitzner u. Christoph Schubert (Hg.): Von der Alphabetisierung zur Leseförderung. Stuttgart, u.a., 2000, S. 181-195
- medien praktisch:** Texte Nr. 3. Sonderheft der Zeitschrift „medien praktisch“: Daily Talks – Daily Soaps – Big Brother, Frankfurt/M., 2000, S. 54-60
- PANINI Verlags GmbH:** Neuheiten Herbst 2005, Stuttgart, 2005
- Paus-Haase, Ingrid:** Medienrezeption und Medienaneignung von drei- bis zehnjährigen Kindern und daraus resultierende Ansatzpunkte für die Förderung von Medienkompetenz. In: Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln, 1999, S. 81-91
- Pressemappe „Marienhof“:** Programmdirektion Erstes Deutsches Fernsehen / Presse und Information
- Pressemappe „Schloss Einstein“:** Mitteldeutscher Rundfunk – Kommunikation und Marketing, 2004
- Pressemappe „Verbotene Liebe“:** Programmdirektion Erstes Deutsches Fernsehen / Presse und Information
- Programmberatung für Eltern (Hrsg.):** FLIMMO. – München : Heft 2/2004
- Programmzeitschrift TV Spielfilm:** 14/05
- Programmzeitschrift TV Spielfilm:** 15/05
- Programmzeitschrift TV Spielfilm:** 18/05, Top Guide Kinder
- Programmzeitschrift TV Spielfilm:** 19/05, Top Guide Kinder
- Saldecki, Dieter:** „Schloss Einstein“; Ein deutsches Format – weltweit. In: Television: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, IZI, Heft 13/2000/2, Fernsehen für die 10-15 Jährigen, URL: [http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/13\\_2000\\_2.htm#](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/13_2000_2.htm#) (Zugriff am 08.09.05)

- Schwanebeck, Axel; Cippitelli, Claudia (Hrsg.):** Käpt'n Blaubär, Schloß Einstein & Co. : Kinderfernsehen in Deutschland. – München : R. Fischer, 2000
- Sutter, Timann:** Entwicklungspsychologische Grundlagen der Mediensozialisation. Drei Ebenen der Theorie. In: Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln, 1999, S. 73-81
- Theunert, Helga; Gebel, Christa (Hrsg.):** Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung : Serienrezeption zwischen Kindheit und Jugend. – München : R. Fischer, 2000
- Wiegard, Daniela:** Die ‚Soap Opera‘ im Spiegel wissenschaftlicher Auseinandersetzung. – Marburg : Tectum Verlag, 1999
- Winterhoff-Spurk, Peter:** Fernsehen: psychologische Befunde zur Medienwirkung. 1., Aufl. - Bern; Stuttgart; Toronto : Huber, 1986

## **Telefongespräch**

Gespräch mit Herrn Bernhard Bendig von der ekz, Reutlingen, am 20.09.05

## Internetquellen

<http://www.ard.de>

<http://www.br-online.de/>

<http://www.crosschannel.de/>

<http://www.dwdl.de/>

<http://www.ehapa.de/>

<http://www.eltern-infothek.de>

<http://www.fernsehserien.de>

<http://www.flimmo.de>

<http://www.ifak-kindermedien.de>

<http://www.just4fun-magazin.de/>

<http://www.kika.de>

<http://www.mpfs.de>

<http://www.prosiebensat1.de>

<http://www.quotenmeter.de/>

<http://www.radiobremen.de>

<http://www.rtl-television.de>

[http://www.schau-hin.info/fileadmin/content/Material\\_DailySoaps.pdf](http://www.schau-hin.info/fileadmin/content/Material_DailySoaps.pdf)

<http://www.soapsworld.de>

<http://www.Spongebob.de>

<http://www.Super RTL.de>

<http://www.teachsam.de>

<http://www.tele-novela.de>

<http://www.tivi.de>

<http://www.toggo.de/>

<http://www.tvblogger.de/>

<http://www.tvserien.de>

<http://www.wdrmaus.de>

<http://www.wissen.de>

<http://www.xipolis.net/>

<http://www.zdf.de>

## Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig angefertigt habe. Es wurden nur die in der Arbeit ausdrücklich benannten Quellen und Hilfsmittel benutzt. Wörtlich oder sinngemäß übernommenes Gedankengut habe ich als solches kenntlich gemacht.

---

Ort, Datum

---

Unterschrift