

Ungekürzte Fassung des Beitrages für:

BuB. Forum für Bibliothek und Information, Heft 9 (September) 2004, S. 598-600.

Harry und Hermine, Jeanette und Yu-Gi-Oh

Zauberhafte Magier, super Stars, coole Kämpfer und kleine Prinzessinnen: die beliebtesten "Medienfreunde" unserer Kinder.

Horst Heidtmann

Die Medienvorlieben von Kindern sind nicht statisch, sie verändern sich oftmals schneller als dies Erwachsene, Vermittler, Pädagoginnen oder Bibliothekarinnen wahrnehmen. Um die beliebtesten Medienfiguren bei Kindern im Alter von 4 bis 13 Jahren zu ermitteln, ist vor knapp 10 Jahren an der - damaligen - Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen, Stuttgart, eine Umfrage an Kinder- und Jugendbibliotheken durchgeführt worden. (Heidtmann, 1996) Im Jahr 1995 dominierten Mediencharaktere, die sich durchweg zu den Klassikern der populären Kinderkultur zählen ließen: Benjamin Blümchen, Bibi Blocksberg, Pumuckl, Donald Duck, Asterix, Micky Maus, Pippi Langstrumpf etc. Vorrangiges Medium der Begegnung mit diesen Figuren waren TV-Zeichentrickserien. Nicht zuletzt zeigte das Ergebnis der damaligen Trendbefragung auch, dass mit der gewachsenen Vielfalt von Angeboten eine Ausdifferenzierung der Vorlieben einherging.

Die Medienlandschaft hat sich innerhalb von 10 Jahren durch neue Medien sowie durch die zunehmende Verwertung von Stoffen und Charakteren in medienübergreifenden Verbundsystemen weiter verändert. Derzeit bemühen sich die Medienanbieter anhaltend darum, mit neuen TV-Formaten, Tonträgern, Zeitschriften oder Buchreihen vermehrt Kinder im Vorschul- und Kleinkindalter zu erreichen. Gleichzeitig partizipieren heute Kinder aller Altersgruppen mehr denn je an der aktuellen Popularkultur für das erwachsene Publikum; sie sind bei abendlichen Casting- und Container-Shows ebenso dabei wie bei den Daily oder Weekly Soaps. Marktforscher ermitteln mittlerweile zwar kontinuierlich Absatzzahlen oder TV-Einschaltquoten bei Drei- bis 13-Jährigen (z.B. Feierabend/Klingler, 2004), aber um differenzierter belegen zu können, welche Figuren tatsächlich im Medienalltag wichtig sind, um damit auch Schlußfolgerungen ziehen zu können, welche Charaktere und Charaktereigenschaften für Kinder vorbildhaft oder prägend wirken, hat das Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) an der Stuttgarter Hochschule der Medien im Winter 2003/2004 eine eigene Trendbefragung in Stuttgart sowie in den umliegenden Mittel- und Kleinstädten durchgeführt (nicht nur in Bibliotheken, sondern auch in Schulen und Kindertageseinrichtungen). Durch Kurzinterviews wurden insgesamt 1.246 Kinder im Alter von 3 bis 13 Jahren (davon 650 Mädchen) befragt. Sinngemäß ist dabei zum einen gefragt worden, mit welchen Figuren sich die Kinder vorrangig identifizieren: "Wenn du zaubern, dich verwandeln könntest, in wen, in welche Figur würdest du

dich am liebsten verwandeln?“ Und da sich die Relevanz von Mediencharakteren nicht nur durch Identifikation, sondern auch durch parasoziale Beziehungen erschließen lässt, ist des weiteren stets gefragt worden: “Wenn du jemanden aussuchen könntest, wen hättest du gern als Freund oder Freundin, mit wem wärest du am liebsten befreundet?“ Gleichzeitig sind noch die vorrangigen Trägermedien ermittelt worden: “Woher kennst du diese Figur, vor allem aus dem Fernsehen, von einer Hörspielkassette, aus einem Buch, oder...?“

Die beliebtesten Figuren

Dank der gewachsenen Vielfalt und der zunehmenden Segmentierung von Medienangeboten teilen sich heute die Vorlieben von jüngeren wie älteren Kindern auf erheblich mehr Figuren als 1995 auf. Von den 1246 Befragten wurden insgesamt 660 verschiedene Charaktere als Identifikationsfiguren und als Lieblingsfreunde genannt. An der Spitze liegt erwartungsgemäß Harry Potter, aber nicht so überwältigend wie bei früheren Befragungen, da er nur knapp 8% der Nennungen auf sich vereint. Etwa drei Viertel der Figuren werden jeweils nur einmal oder von maximal zwei Kindern genannt.

Beliebteste Mediencharaktere 2004

1.	Harry Potter	8 %
2.	Bibi Blocksberg	5 %
3.	Hermine (Freundin von Harry Potter)	3 %
4.	Pippi Langstrumpf	2,6%
5.	Yu-Gi-Oh	2,2%
6.	Wickie	1,7%
7.	Micky Maus	1,6%
8.	Sabrina (Total verhext)	1,5%
9.	Donald Duck	1,4%
10.	Jeanette Biedermann (=Marie in GZSZ)	1,3%

(Basis: Zusammenfassung von Identifikationsfiguren und “Medienfreunden”; 1246 Kinder 3 bis 13 Jahre; IfaK, Stuttgart 2004)

Die Klassiker der populären Kinderkultur haben an Relevanz verloren, wenn sie nicht inhaltlich und formal aktualisiert, dem Zeitgeschmack angepasst worden sind. Die Medienvorlieben sind weiterhin vom Geschlecht der Kinder abhängig. Jungen identifizieren sich fast nie mit weiblichen Charakteren, Mädchen hingegen identifizieren sich immer wieder auch mit männlichen Helden.

Beliebteste Identifikationsfiguren von Jungen 2004

1.	Harry Potter	13 %
2.	Yu-Gi-Oh	4 %
3.	Spiderman	3 %

4.	James Bond	1,5%
4.	Wickie	1,5%
5.	Donald Duck	1,4%
5.	Eminem	1,4%
5.	Superman	1,4%
6.	Micky Maus	1,2
6.	Pumuckl	1,2

(Basis: 596 Jungen 3 bis 13 Jahre; IfaK, Stuttgart 2004)

Die Jungen orientieren sich mehrheitlich weiterhin an tradierten Geschlechtsrollenvorgaben. Wie bei früheren Befragungen (z.B. Theunert, 1993) dominieren Kämpfer mit außergewöhnlichen oder gar übernatürlichen Kräften. Die Typologisierung der - meist einzeln genannten - Lieblingsmedienfiguren von Jungen ergibt folgende Gruppen:

35% sind Helden, Superhelden, starke Kämpfer, mit insgesamt 211 Nennungen und 82 verschiedenen Figurennamen (darunter keine weiblichen Kämpfer).

17% sind Zauberer und Magier, 12 verschiedene Charaktere werden insgesamt 99 mal genannt (davon sind drei Hexen, also weiblich).

13% sind reale Mediencharaktere, vorrangig Fußballspieler, Hitparaden- und Hollywoodstars, das sind deutlich mehr als bei der Befragung 1995.

9% gehören zu den Kleinen und Pffiffigen, sind überwiegend anthropomorphe, kleine Tiere (besonders Mäuse), männlich oder geschlechtsneutral.

Schräge, individualistisch ausgeformte Figuren (wie Bernd das Brot oder SpongeBob), werden von Jungen nur im Einzelfall als Identifikationsobjekt genutzt, etwas häufiger sind sie als Lieblingsfreund gewünscht. Obwohl Animationsserien mit schrägen Figuren im Kinderfernsehen gegenwärtig einen Boom erleben, bleibt ihre Akzeptanz im Kindermedienalltag eher gering (offenkundig werden mit diesen Kinderformaten eher ältere Zielgruppen angesprochen). Vatertypen (wie Pettersson oder Peter Lustig) sowie kluge, intellektuelle Charaktere werden nur im Einzelfall als Identifikationsobjekt von Jungen genutzt (hier gerade durch jemanden wie Merlin vertreten). Noch seltener sind die "neuen Jungen", also sensible, selbstbewusste, sozial kompetente und möglichst noch tapfere Jungen, wie sie sich gelegentlich als Protagonisten in neuerer, ambitionierter Jugendliteratur finden; sie werden in dieser Befragung von niemandem als bevorzugte Medienfigur erwähnt (mit Vorbehalten ließe sich vielleicht der zauberkräftige Harry Potter dazu zählen).

Für Mädchen sind ebenfalls weiterhin Geschlechtsrollenstereotypen zur Identifikation bedeutsam, aber die früher bei Theunert u.a. (1993) herausgearbeiteten Typen wie "Schöne" oder "Braut" sind ebenso wie die klassischen Mädchenbuchcharaktere vom Typ Hanni und Nanni heute deutlich zurückgedrängt worden:

Beliebteste Identifikationsfiguren von Mädchen 2004

1.	Bibi Blocksberg	9,5%
2.	Hermine (Freundin von Harry Potter)	7 %
3.	Sabrina (Total verhext)	5,4%

4.	Harry Potter	5 %
4.	Pippi Langstrumpf	5 %
5.	Dornröschen	2,6%
6.	Micky Maus	1,7%
6.	Sabrina (Simsalabim)	1,7%
6.	Sarah Connor	1,7%
7.	Jeanette Biedermann	1,5%
7.	Wickie	1,5%

(Basis: 650 Mädchen 3 bis 13 Jahre; IfaK, Stuttgart 2004)

In der Typologie der - überwiegend von einem oder zwei Mädchen genannten - beliebtesten Identifikationsfiguren nehmen in früher wie später Kindheit heute vor allem die Inhaber magischer Kräfte den ersten Rang ein:

40% der Mädchen identifizieren sich vorrangig mit Wesen wie Hexen, Zauberern oder Feen (darunter sind auch männliche wie Harry Potter oder Merlin). Bei 660 Mädchen entfallen 255 Namensnennungen auf Wesen, die mit übernatürlichen Fähigkeiten ausgestattet sind. Hier zeigen neben älteren Kleinkinderserien wie Bibi Blocksberg vor allem die neueren Mystery-TV-Serien (Sabrina, Buffy und Co.) sowie der anhaltende Harry Potter-Boom erkennbare Wirkungen.

15% der beliebtesten Mediencharaktere sind reale Menschen, neben einigen jüngeren Hollywood-Schauspielerinnen entweder die derzeit populären weiblichen Hitparaden-Stars oder die Hauptdarstellerinnen von deutschen TV-Soaps, wobei Jeanette Biedermann oder Yvonne Catterfeld sogar beides verkörpern.

12% der Lieblingsfiguren, besonders bei jüngeren Mädchen, sind Prinzessinnen unterschiedlichster Abkunft, neben den von der Disney Company generierten Dornröschen, Schneewittchen, Arielle finden sich noch Anastasia, Sarah oder Sissi, insgesamt werden 18 verschiedene Namen von Prinzessinnen genannt, die der Zielgruppe von mehreren einschlägigen TV-Zeichentrickserien sowie derzeit mindestens sechs spezifischen, auflagenstarken Kleinmädchenzeitschriften (u.a. "Disneys Prinzessin") nahegebracht werden.

Mit starken Kämpfern oder Kämpferinnen identifizieren sich Mädchen sehr selten (2%), noch weniger allerdings mit mütterlichen Typen (es wird lediglich einmal die Eisbärmutter Greta genannt); schräge Figuren (wie SpongeBob oder Mr. Bean), Sportlerinnen oder weise, kluge Frauen werden auch nur im Einzelfall aufgeführt. Und kaum häufiger als beim anderen Geschlecht die "neuen Jungen" werden von Mädchen die entsprechenden, halbwegs realistischen, selbstbewussten Mädchenfiguren als bevorzugte Identifikationsobjekte genutzt; je einmal tauchen Sprotte und Meggie auf (beides Figuren aus Büchern von Cornelia Funke) sowie Conny, Serienheldin des Carlsen Verlags. Immerhin steht Harry Potters zauberhafte Freundin Hermine auf Platz zwei des Rankings.

Relevanz alter und neuer Medien

Die Dominanz des Fernsehens als Leitmedium im Kindermedienalltag besteht auch im Jahre 2004 unverändert fort. Vorrangiges Medium der Begegnung mit den Lieblingsfiguren sind für etwa 30% der Kinder TV-Animationsserien. Dabei handelt

es sich vorrangig um aktuelle Serien wie Sabrina (Simsalabim) oder Bob der Baumeister, zum Teil um klassisches oder zumindest älteres Material (Wickie, Pippi Langstrumpf). Ein wachsender Teil der zur Identifikation wie als Freund beliebtesten Charaktere stammt aus japanischen Animes, derzeit vor allem aus Yu-Gi-Oh, daneben aus Dragonball und Sailor Moon.

10 % der Lieblingsfiguren kennen die Kinder vorrangig aus Disney-Filmen (König der Löwen, Dornröschen) oder -Serien (Micky Maus), weitere 10% kennen sie aus den Realfilm-Kinderserien (Pfefferkörner) sowie den Früh- oder Vorabendserien des Fernsehens (GZSZ, Unser Charly). Und knapp 10% der Charaktere entstammen den Star-Such- bzw. Casting-Formaten, dem Musik-Clip- und dem TV-Show-Bereich.

Weniger relevant als Medium für Lieblingsfiguren sind Hörspielserien (wie TKKG), die von 7% genannt werden, sowie Computerspiele (Lara Croft) und Spielzeugfiguren (Barbie, Action Man), die zusammen unter 2% bleiben. Deutlich abgeschlagen sind auch Figuren aus den klassischen Mädchenserien (Hanni und Nanni, Dolly, Bibi und Tina). Gleichwohl hat die erzählende Literatur, auch im Vergleich zur Umfrage von 1995, wieder neue Qualitäten im Kindermedienalltag belegen können, selbst wenn Harry Potter den Zenit seines Erfolges überschritten hat. Neben Potter werden etliche Bilder- wie Kinderbücher (Felix der Hase, Der kleine Eisbär, Herr der Diebe) von Jüngeren wie Älteren zumindest im Einzelfall benannt, über 10% der Kinder finden ihre Lieblingsmedienfiguren in einem Buch.

Resümée

Die Kindermedienangebote sind in den vergangenen Jahr vielfältiger geworden, was aber nicht mit einem entsprechende Zuwachs an inhaltlicher oder ästhetischer Qualität gleichzusetzen ist. Jungen und Mädchen steht heute für die Herausbildung ihrer Medienvorlieben ein größeres Materialangebot als früher zur Verfügung, die Medienpräferenzen können sich also individuell immer stärker ausdifferenzieren. Um die Bedürfnisse jüngerer Zielgruppen angemessen bedienen zu können, sollten Kinder- und Jugendbibliotheken die Individualität der Medieninteressen ihrer jeweiligen Nutzergruppen stärker als früher berücksichtigen, möglichst im Kontakt zu diesen Gruppen auch immer wieder neu überprüfen, evaluieren. Andererseits orientieren sich Kinder heute in immer jüngerem Alter an den aktuellen Trends der Populärmedien. Das Ranking der beliebtesten Mediencharaktere korrespondiert zumindest partiell mit den Befunden der aktuellen TV-Einschaltquotenforschung (Feierabend / Klingler, 2004). Wenn im Jahre 2003 mehrere Folgen der RTL-Castingshow "Deutschland sucht den Superstar" bei der Altersgruppe der Drei- bis 13-Jährigen jeweils Marktanteile von über 70% erreichen konnten, wenn bei den drei- bis 13-jährigen Mädchen 50 Folgen der RTL-Soap GZSZ unter den 200 der bei ihnen erfolgreichsten TV-Sendungen rangieren, dann werden die Kinder in diesen Programmformaten die Charaktere suchen und finden, mit denen sie sich identifizieren, an deren Moral und Verhalten sie sich orientieren. Wenn Kinder- und Jugendbibliotheken für verschiedenartige junge Zielgruppen attraktiv sein wollen, müssten sie dazu auch die aktuell populären Medien und Formate anbieten können.

Da den Medien eine gewichtige Rolle als Sozialisationsfaktor zukommt, lässt sich aus den Ergebnissen dieser Umfrage auch antizipieren, dass die Arbeit der Bibliotheken für oder mit jungen Zielgruppen zukünftig nicht einfacher werden wird.

In der deutlich gestiegenen Beliebtheit von Hexen und Zauberern widerspiegeln sich nicht zuletzt Omnipotenzvorstellungen, die heute möglicherweise intensiver ausgelebt werden und die auch im höheren Alter noch länger anhalten. Die zunehmende Identifikation mit "Superstars" und "kleinen Prinzessinnen" kann bei Kindern eher die ohnehin angelegten Neigungen zum Narzissmus bestärken als deren kognitive oder soziale Kompetenzen fördern.

Literatur:

Feierabend, Sabine / Klingler, Walter (2004). Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2003. Media Perspektiven, H. 4, 2004, 151-162.
Heidtmann, Horst (1996): "Bibi, Pippi, Benjamin - die Medienfreunde der Kinder. Ergebnisse einer Umfrage an Bibliotheken", in: Buch und Bibliothek H. 6/7, S.554-556.
Theunert, Helga (Hrsg.) (1993). "Einsame Wölfe" und "schöne Bräute". Was Mädchen und Jungen in Cartoons finden. München: Reinhard Fischer.