

„Ich gucke alle Filme. Außer Erwachsenenfilme“¹ Fernsehen, Film, Internet: Was Kinder zwischen 3 und 6 Jahren sehen

Gruppenerhebung und Einzelinterviews mit
3- bis 6-Jährigen, ihren Eltern und Erzieherinnen

1 Ziel der Untersuchung

Kinder wachsen heute von Beginn an mit Medien auf. Bilderbücher, Hörgeschichten und elektronisches Spielzeug gehören in den meisten Familien ebenso zum Alltag wie Smartphones und Tablets. Die Lieblingshelden der Mädchen und Jungen laufen am Computer, auf mobilen Geräten oder im TV. Für Eltern stellt sich mehr denn je die Frage, was für kleine Kinder angemessen ist.

Aus diesem Grund widmen sich beide Kinderbefragungen des Jahres 2014 ausschließlich jungen Kindern, den 3- bis 6-Jährigen. Gerade vor dem Hintergrund der veränderten technischen Zugänge zu audio-visuellen Angeboten, ist es drei Jahre nach der letzten Studie mit dieser Altersgruppe und ihren Bezugspersonen an der Zeit, die 3- bis 6-Jährigen und ihren Fernseh- und anderen Medienumgang erneut in den Blick zu nehmen.

Da in dieser Altersgruppe die Fernseherfahrung, vor allem aber die Verstehens- und Verbalisierungsfähigkeiten noch sehr von ihrem Entwicklungsstand abhängig sind, wird zwischen jüngeren und älteren Kindern unterschieden, um so in Fragestellung und Methoden den jeweiligen Voraussetzungen, Umgangsweisen der Kinder gerecht zu werden. Von daher konzentriert sich jede Befragung auf jeweils eine Altersspanne: In einem ersten Schritt wurden die 3- bis 4-Jährigen, im zweiten die Vorschulkinder, die 5- bis 6-Jährigen, erhoben. Beide Befragungswellen schließen immer die Eltern der befragten Kinder sowie Fachkräfte aus der Einrichtung der Kinder ein. Um die Antworten rund um das Fernseherleben, Rezeptionssituationen und familiäre Einbettung einordnen zu können, sind gerade in dieser Altersgruppe Aussagen von Eltern und Erzieherinnen notwendig.

1 David, 4 Jahre, auf die Frage, was er alles anschaut.

Die FLIMMO-Befragung will beleuchten

- Welche audio-visuellen Angebote werden aktuell von der Altersgruppe favorisiert?
- Auf welchen Trägermedien, über welche Kanäle sehen die Kinder ihre Lieblinge an?
- Welche Elemente, Figuren und Themen sind den Kindern wichtig?
Was gefällt ihnen daran? Wie reagieren sie darauf?
- Inwiefern sind mehrfach vermarktete Angebote ein Thema?
- Welche Rolle spielen andere Medien im Vergleich – allen voran die
Zuwendung zu mobilen Medien?
- Wie werden die Mädchen und Jungen bei der Rezeption begleitet?
Wie schätzen Eltern das Fernseherleben und -verständnis ihrer Kinder ein?
Was erlauben sie, was nicht und warum?
Wie stehen sie zu mobilen Medien und deren Angebote?
- Wie werden Medienerlebnisse und -erfahrungen der Kinder in den Einrichtungen,
in denen sie betreut werden, wahrgenommen?
Wird ihnen Raum gegeben, zur Verarbeitung und spielerischen Auseinandersetzung?



2 Profil der Studie

Stichprobe

Kinder: Befragt wurden insgesamt 36 Mädchen und Jungen im Alter von 3 bis 6 Jahren in drei verschiedenen Einrichtungen. Die Kinder wurden in altershomogenen Gruppen befragt: 5 Gruppen 3- und 4-Jährige sowie 5 Gruppen 5- und 6-Jährige. Die Gruppengröße lag bei 3 bis 4 Kindern.

	3-Jährige	4-Jährige	5-Jährige	6-Jährige	gesamt
Mädchen	2	6	6	4	18
Jungen	6	3	5	4	18
gesamt	8	9	11	8	36

Eltern: Zusätzlich wurden 19 Elternteile vertieft befragt. Bei den Befragten handelt es sich, außer einem Vater, ausschließlich um Mütter.

Pädagogische Fachkräfte: In den Einrichtungen wurden 4 Erzieherinnen befragt.

Methoden

Kinder: Gruppenerhebung mit spielerischen Methoden wie Handpuppe und Bildanreizen zum Einstieg in die Thematik (ca. 20 Minuten), anschließende Einzelbefragung anhand eines Leitfadens unter Einsatz spielerisch-kreativer Narrationsanreize (ca. 30 Minuten). Zusätzlich haben die befragten Kinder zu ihren Favoriten gemalt, gebastelt, geknetet. Gruppen- wie Einzelinterviews wurden aufgezeichnet.

Eltern: Telefonische Befragung anhand eines Leitfadens (Interviewlängen variieren zwischen 30 und 60 Minuten durchschnittlich) mit digitaler Aufzeichnung.

Fachkräfte: Die Erzieherinnen wurden anhand eines Leitfadens face-to-face in der Einrichtung befragt.

Erhebungszeitraum

Es wurde in zwei Wellen befragt:

die 3- bis 4-Jährigen, ihre Eltern und Erzieherinnen zwischen Juli und Dezember 2014;

die 5- bis 6-Jährigen sowie Eltern und Erzieherinnen zwischen Dezember 2014 und März 2015.

Erhebungsorte

3 Kindertagesstätten in München

3 Ergebnisse

Im folgenden Kapitel (3.1) werden zunächst die zentralen Ergebnisse aus den beiden Befragungswellen mit den 3- bis 6-Jährigen präsentiert. Auch wenn die jüngeren und die älteren Kindergartenkinder getrennt befragt wurden, werden die Ergebnisse nicht nach Alter differenziert aufgeführt. Auf festgestellte Altersunterschiede in der Rezeption wird an entsprechender Stelle jeweils hingewiesen, ebenso wie auf sich abzeichnende Unterschiede zwischen den Geschlechtern.

Das darauffolgende Kapitel (3.2) fasst die Kernresultate aus den Leitfadeninterviews mit den befragten Eltern zusammen. Die Sicht der Eltern wird benötigt, um die Aussagen der Kinder kontextuell einbetten und Uneindeutiges aufklären oder Zusatzfragen stellen zu können. Zudem werden die Eltern befragt, um Genaueres über die familiäre Fernseh-situation und über die Einstellung bzw. medienerzieherischen Maßnahmen der Eltern zu erfahren.

Die kurze Zusammenfassung zu der Sicht der befragten Fachkräfte (Kapitel 3.3) ist als ein Schlaglicht auf das Thema Medien in Einrichtungen der Kinderbetreuung zu verstehen. Es dient als Einbettung und soll zeigen, wie unterschiedlich Medienthemen in Einrichtungen behandelt werden – und damit die Medienerlebnisse und -erfahrungen der Kinder Raum und pädagogische Begleitung finden.

3.1 Die 3- bis 6-Jährigen

3.1.1 „So zwei oder drei oder eins“ – welche Kanäle nutzen Kinder?

Den Zugang zu ihren Lieblingssendungen finden die Befragten in der Regel über die Eltern oder ältere Geschwister. Dabei werden unterschiedliche Zugangswege besprochen (zu den Angaben der Eltern zu diesem Thema, siehe auch 3.2.1). Ob die Sendung oder der Film im aktuellen Fernsehprogramm, als YouTube-Clip oder als Aufzeichnung von der Festplatte rezipiert wird, ist den Kindern – vor allem den 3-/4-Jährigen – nicht unbedingt klar. Dagegen konnten einige der älteren Kinder die Zugangswege genau beschreiben. So berichtet Sebastian (6 Jahre) auf die Nachfrage, ob er *Mickey Maus* im Fernseher anschaut:

„Nein, ich schau das auf dem iPad. Da gibt es so eine Geheimnummer, da kann ich das dann nicht immer anschauen. Da muss man auf so einen Knopf drücken und da kann man sich entscheiden, was man will.“ Die gleichaltrige Greta berichtet von einer ihrer Lieblingsserien, *H₂O – Plötzlich Meerjungfrau*: „Und wir gucken das außerdem auf dem iPad und da haben wir so ein grünes Ding und dann können wir da drauf drücken und dann kann man Kindersachen anschauen. Und dann müssen wir gucken wo *Plötzlich Meerjungfrau* ist und dann können wir das angucken.“

Eine selbstständige Nutzung mobiler internetfähiger Geräte wie dem iPad findet bei den befragten Kindern nicht statt. „Man muss erstmal fragen, meine Mama meistens, weil mein Papa meistens nicht da ist. Ich darf nicht alles, nicht so viel. So zwei oder drei oder eins“, so erklärt Ludwig, 5 Jahre, auf welchem Weg er zum Anschauen seiner Favoriten kommt.

3.1.2 „Weil der Pupsi so lustig ist“ – außergewöhnliches Geschehen macht Spaß

Figuren, die sich ungewöhnlich verhalten, die mit ihren Aktionen die Grenzen des Möglichen überschreiten oder einfach Witziges veranstalten, bleiben den Kindern im Gedächtnis und bereiten ihnen besonders Spaß. Für die 4-jährige Zoe war eine Szene aus *Die Sendung mit der Maus* besonders witzig: „Die hat schon mal ihren Bauch aufgemacht und nen Stift rausgeholt.“ Diese Aktion findet Zoe komisch, sie muss beim Nacherzählen nochmals lachen. Die kurzen Szenen mit der Maus und dem Elefanten haben es ihr generell angetan, die Maus ist ihre Lieblingsfigur. Während sie ein Bild von der Sendung malt, berichtet sie, dass sie auch einen „Spielkasten“ davon hat. Auf Nachfrage, erklärt sie: „Der Elefant ist innen drin und die Ente auch und die Maus auch.“

Für die 6-jährige Luisa ist Willi aus *Biene Maja* am lustigsten: Auf die Nachfrage, warum sie Majas besten Freund witzig findet, antwortet sie sehr anschaulich: „Weil der nur essen möchte und schlafen. Weil das ist so lustig. Der tut immer schlafen und mag Nektar essen – und der ist zu faul zu arbeiten. Der will immer nur essen und schlafen, aber nicht arbeiten! Aber die sind ja auch noch Kinder!“ Die Begründung, dass Maja und Willi noch Kinder sind, unterstreicht, wie eng das Medienerleben der Vorschulkinder mit dem eigenen Alltag und der eigenen Erlebniswelt verknüpft sind.

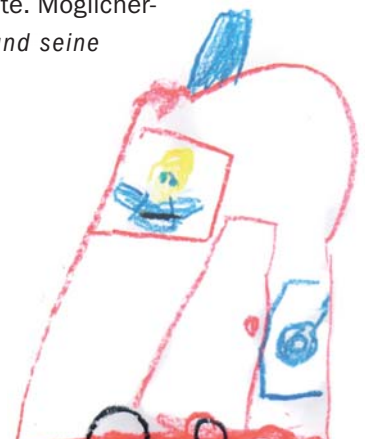
Das *Kikaninchen* ist für Rosa (4 Jahre) und Lukas (5 Jahre) besonders amüsant, weil es „immer so lustige Dinger“ macht. Lukas erklärt, was für ihn das Lustige ist: „Das [Kikaninchen] macht Theater mit Mama und Papa. Wackelt mit dem Kopf macht eine Bewegung mit seiner Nase.“ Der Hinweis auf die Eltern ist von daher interessant, da die Trickfigur Kikaninchen immer im Zusammenspiel mit zwei menschlichen Moderatoren agiert, die in der Sendung als eine Art „erwachsene Freunde“ fungieren. Für Lukas füllen die beiden die Rolle der Eltern aus.

Die 3-jährige Lilli mag besonders den Hasen Felix aus *Briefe von Felix*, denn „der hat so lustige Ohren, der Felix“. Wie sich Kinder über ungewöhnliche Äußerlichkeiten amüsieren können, veranschaulicht auch die Aussage von Martin, 5 Jahre, zu *Bernd, das Brot*: „Die kurzen Ärmeln, die sind witzig.“

3.1.3 „Der muss immer zu einem Notruf“ – helfende Freunde kommen an

Besonders bei den 3- und 4-Jährigen und bei den Mädchen ist das Thema Hilfsbereitschaft, anderen zu Hilfe eilen und sich gegenseitig unterstützen wichtig. Dies spiegelt sich in den Figuren wieder, die bei ihnen besonders beliebt sind, wie z. B. *Feuerwehrmann Sam*, aber auch in der Nacherzählung von Szenen und Geschichten.

Der 4-jährige Benjamin zum Beispiel erzählt im Einzelinterview sehr ausführlich von seiner Lieblingssendung *Thomas und seine Freunde*. Er berichtet, wie die Lokomotive Thomas Personen befördert, von Bahnhof zu Bahnhof fährt, aber auch, dass Thomas immer wieder anderen Zügen aus der Not oder einer Gefahr hilft: „Zum Beispiel ist da mal ein anderer Zug an einen Baum gefahren.“ Interessant ist, dass Benjamin nach eigener Aussage noch nie selbst mit dem Zug gefahren ist, dies aber gerne einmal tun möchte. Möglicherweise ist das auch ein Grund für die Faszination, die die Sendung *Thomas und seine Freunde* auf ihn ausübt.



Die 3-jährige Lilli knetet in der Einzelerhebung den Hasen Felix aus der Zeichentrickserie *Briefe von Felix*. Sie berichtet, wie Felix mit seinen Freunden Fußball spielt und was ihr an der Sendung gut gefällt: „Die anderen, die helfen dem Felix und der Felix hilft den anderen Tieren.“ Am Ende des Gesprächs erzählt sie, dass sie selbst einen echten „Kuschelhasen“ hat, und dass ihr der Felix auch deshalb so gut gefällt. Außerdem berichtet sie, dass sie ein „Spielbuch“ mit Felix hat, mit dem man die Uhr lernen kann.

Die 4-jährige Laura kann sich vor allem für *Feuerwehrmann Sam* begeistern, „weil der muss immer zu einem Notruf. Da kann es brennen oder der Norman fällt vom Felsen runter.“ Sie erklärt, dass Norman ein Junge ist, der mit Feuerwehrmann Sam befreundet ist. Außerdem ist da noch Penny, eine Kollegin von Sam, die es Laura ebenfalls sehr angetan hat. Die Grundstruktur der Animationsserie bringt Laura folgendermaßen auf den Punkt: „Der rettet Menschen und dann geht alles gut aus.“ Auch für *Benjamin Blümchen* kann sie sich aus dem gleichen Grund begeistern, denn seine Hauptbeschäftigung ist „den anderen helfen – und Otto auch“.

Der 6-jährige Sebastian ist dagegen ein Fan von *Mickey Maus*: „Wenn sie die brauchen, dann hilft die bei den Freunden. Und auch diesem Bösen, der manchmal auch lieb ist.“ Nach zahlreichen Nachfragen im Einzelinterview stellt sich heraus, dass es sich bei dem „Bösen“ um Kater Karlo handeln muss, dem Gegenspieler von Mickey Maus. Dass Mickey seinem Widersacher auch mal hilft, wenn dieser selbst in Gefahr gerät, imponiert dem Jungen. Gemein findet er es, dass Kater Karlo im Gegenzug „dann manchmal zur Mickey gemein ist“.

Felicitas (5 Jahre) erzählt eine Szene aus dem Disney-Film *Susi und Strolch*, die die Thematik des füreinander Einstehens deutlich macht: „Die Susi wurde von einer Tante eingefangen und wurde dann halt mit etwas angekettet. Aber Strolch ist mit Susi abgehauen und dann ist Strolch mit ihr zum Biber gegangen und der hat das dann zerbissen.“

3.1.4 „Dann könnte ich alles so machen, wie es mir gefällt“ –

Fantasiebezug zum eigenen Alltag

In zahlreichen Einzelerhebungen klingt an, dass die Kinder die Geschichten ihrer Lieblingshelden mit eigenen Erlebnissen und Details ihrer Alltagswelt verknüpfen. Das können Dinge sein, die sie sich selbst wünschen, oder Elemente, die ihre Lebenswelt prägen. Wenn sie Anknüpfungspunkte entdecken, haben einzelne Szenen und Konstellationen besondere Bedeutung für sie, was sich beim Malen, Basteln und Erzählen in den Gruppen- und Einzelerhebungen in interessanten Details niederschlägt.

Für Carlotta (4) ist bei *Kikaninchen* vor allem das Versteckspielen ein wiederkehrendes Element, was ihr gefällt. Auf Nachfrage antwortet sie, dass sie auch selbst gerne Verstecken spielt. Die 4-jährige Bella malt ein Bild von Caillou, einer Zeichentrickserie, die sie „so fünfmal oder so“ gesehen hat. Darauf sind *Caillou*, seine Eltern, die jüngere Schwester und ein Papagei zu sehen. Das Geschwisterchen ist Bella wichtig, sie kennt das Thema Geschwisterzwist aus ihrer eigenen Familie: „Er [Caillou] schimpft immer mit der Rosie. Weil die nimmt ihm immer alles weg.“ Und auch ein weiteres Familienmitglied hat sie auf das Bild gemalt, nämlich einen Papagei. Dass dieser in der Serie nicht vorkommt, stört sie nicht weiter. Sie erklärt, dass ihr Cousin einen Papagei hat und findet, die Familie von Caillou sollte auch einen haben.

Feuerwehrmann Sam-Fan Laura (siehe auch 3.1.3) stellt ebenfalls Bezüge zu sich und ihrem eigenen sozialen Umfeld her. Bei ihr sind Feuerwehrmann Sam und seine Kollegin und Freundin Penny auch deshalb so angesagt, „weil rot meine Lieblingsfarbe ist und Sam hat rote Haare. Und Penny hat so blonde Haare wie ich. Kurze Haare wie meine Mama“.

Wie zentral bei den Kindern die fantasievolle Verknüpfung von Fernsehinhalten mit eigenen Wünschen und Träumen ist, veranschaulicht die 6-jährige Franziska. *Bibi und Tina* ist bei ihr unter anderem wegen der Pferde besonders beliebt, das „Hexen können“ findet sie aber noch spannender. Sie wünscht sich, selbst hexen zu können, „dann könnte ich alles so machen, wie es mir gefällt. Zum Beispiel könnte ich mir dann ein Haustier hexen! Meer-schweinchen oder Katze oder Kaninchen oder Hund oder so was. Hauptsache ein Tier! Meine Mama will kein Tier, weil sie sagt, dann müssen wir uns drum kümmern. Aber dann könnte ich halt, ene-mene-eins-zwei-drei ...“ Der Wunsch nach einem eigenen Haustier zeigt sich hier deutlich in den Hexenfantasien des Mädchens. Die Geschichten um die zaubernde Bibi fungieren als Projektionsfläche für eigene konkrete Alltagswünsche.

3.1.5 „Kämpfen! Gegen die Schlangen“ – Starksein und das Böse besiegen

Für einige Kinder, ausschließlich männlichen Geschlechts, sind starke Kämpfer und (meist männliche) Helden faszinierend. Sie fiebern wie der 5-jährige Jonas mit, wenn Hicks und sein Drache Ohnezahn (aus der Animationsserie *Dragons* bzw. den Filmen *Drachenzähmen leicht gemacht*) Gefahren bestehen und Gegner bezwingen. Jonas gefällt dabei besonders, dass „dieser Drache Feuer und Wasser speien kann und dass die immer die Bösen verjagen“. Lars und Farid (beide 5 Jahre) können sich besonders für *Ninjago*, eine der aktuellen Animationsserien aus dem Lego-Universum, begeistern. Die Kampfkünste der jungen Ninjas haben es ihnen angetan. Dass jeder der Kämpfer eine besondere Rolle ausfüllt und mit besonderen Attributen ausgestattet ist, ist vor allem Lars wichtig. Er malt ein Bild seines Lieblingskämpfers Kai, kann aber auch die Besonderheiten der anderen sehr detailliert beschreiben: „Kai hat das Feuerschwert, Cole hat die Sense der Erde, Zane hat die Wurfsterne, alle haben nur einen, aber außer Zane, der hat zwei, Nya hat gar keine, halt außer später, Sensei Wu hat nen Stock und Jay hat den Nunchaku des Blitzes. Das ist so ne Kette, wo er sie so schwingen kann. Und die Waffen haben auch ne Besonderheit, weil die können sich in Fahrzeuge verwandeln.“

Die Begeisterung für Waffen und Kampffähigkeiten ist nur bei wenigen männlichen Befragten ausgeprägt. Eher ist den Kindern wichtig, dass sich tapfere Helden gegen Widerstände und Widersacher durchsetzen können, sei es mit Grips oder Kampfkraft. Dabei müssen nicht immer nur tapfere männliche Kämpfer im Mittelpunkt stehen. Der 5-jährige Moritz zum Beispiel hat sich eine für Jungen eher untypische Heldenfigur ausgesucht: Burgfräulein Bö aus der Trickserie *Ritter Rost*. Er sagt: „Die Bö mag ich gerne. Sie ist das mutigste Burgfräulein in ganz Schrotland und auch noch stärker als der *Ritter Rost*. Den Ritter Rost kann sie aber nie überreden, der ist ein Sturkopf. Die muss auch jeden Tag den Haushalt machen. Bö macht die meiste Arbeit von allen.“

Das Thema „Klein gegen Groß“ nehmen einige Kinder in den Blick. Der 5-jährige Martin erzählt von einer Szene aus *Tom & Jerry*, die ihn besonders amüsiert hat. Auf Nachfrage stellt er klar, dass er Jerry besser findet: „Ich bin für die Maus. Die ist nämlich schneller und die hat ein kleines Haus. Da geht sie in dieses kleine Haus und der Tom geht außerdem mit dem Kopf ins Haus und dann knallt er gegen die Tür. Ja, der ist richtig groß.“ Für Rocco (4 Jahre) sind die Autos aus *Cars* besonders interessant. Die Rennen, das Tempo und spannende Aktionen faszinieren ihn daran. Besonders die Duelle zwischen Lightning McQueen und Chick Hicks haben ihn beeindruckt. Letzteren beschreibt er folgendermaßen: „Der will gewinnen. Der schlägt immer alle von der Seite, von der Rennstrecke.“ Ein besonderes Augenmerk hat er auch auf den Gesetzeshüter der Filmreihe gelegt, das Polizeiauto, genannt Sheriff: „Der is hier schwarz und weiß. Hier is schwarz und hier noch ne rote Lampe. Und noch ne Antenne.“

3.1.6 „Lillifée ist toll“ – zauberhafte Heldinnen kommen bei Mädchen an

Greta (6 Jahre) hat sich *Prinzessin Lillifée* als Lieblingsfigur gewählt. Für sie ist es faszinierend, „dass sie zaubern kann und so Flöten verzaubern kann. Die (Flöten) können dann ganz schön spielen von alleine. Manchmal macht sie auch Blödsinn.“ Als Musikliebhaberin begeistert sich Greta nicht nur für die verzauberten Instrumente, es sind auch äußerliche Merkmale für sie und die anderen befragten Mädchen wichtig: Die Krone, die schönen Haare, schöne Kleider usw. Die 5-jährige Stella bringt ihre Begeisterung für *Lillifée* folgendermaßen auf den Punkt: „Die kann fliegen und zaubern. Die kann eigentlich fast alles.“ Weil sie so toll ist, kann sich die Prinzessin auch aus brenzligen Situationen befreien, meist mit Hilfe ihrer Freunde. Auch diesen Aspekt findet Stella wichtig: „Und manchmal wird sie gefangen genommen, aber sie kann sich immer wieder befreien – mit ihren Freunden zusammen.“

Auf Nachfrage in den Gruppeneinheiten der Erhebungen waren sich alle Kinder einig, dass *Lillifée* eine Sendung für Mädchen ist. Lediglich ein Junge (Farid, 5) hat schließlich zugegeben, dass er *Lillifée* gemeinsam mit seiner Schwester auch schon gesehen hat und eigentlich ganz gut fand. Die 6-jährige Luisa schwärmt für *Mia and me*, eine Serie, die Real- und Trickelemente vereint: „Weil das ist ein ganz normales Mädchen, die kann sich aber in eine Elfe verwandeln.“ In der Welt von *Mia* gibt es viel Zauberhaftes und viele Fabelwesen, vor allem die Einhörner haben es dem Mädchen angetan. „Weil das Einhörner sind, weil Pferde sind meine Lieblingstiere. Die haben halt Hörner und sind maaagisch!“ Die Begeisterung für magische Elemente, zaubernde Wesen und Einhörner waren insgesamt eher bei den älteren weiblichen Befragten festzustellen.

3.1.7 „Das hat mich mal erschreckt“ – Überforderung im Kinderprogramm

In einigen wenigen Fällen haben die Kinder berichtet, dass sie bei manchen Szenen ein mulmiges Gefühl bzw. (zu) große Spannung verspürt haben (die Sicht der Eltern dazu, siehe 3.2.2) Selbst auf Nachfrage konnten (oder wollten) sich die meisten Kinder nicht erinnern, unangenehme Erfahrungen mit dem Programm gemacht zu haben. Die 6-jährige Luisa hat sich in einer Folge von *Biene Maja* erschrocken. Die Widersacher von Maja und Willi, die Wespen, haben bei ihr für Schreckmomente gesorgt: „Als Biene Maja zum Willi geflogen ist und dann haben die Wespen so geschrien – und dann hab ich mich erschrocken.“ Sie stellt auf Nachfrage allerdings klar, dass sie in dieser Szene keine Angst empfunden hat, denn „das ist ja nur im Fernsehen“. Generell findet das Mädchen die Wespen allerdings doof, „weil die gemein sind. Die wollen immer den Nektar klauen von der Biene Maja.“ Im Gesamtkontext erscheint ihr das aber auch nicht tragisch, denn am Ende geht es ja positiv aus: „Die Lieben gewinnen ja immer!“

Für Ludwig (5) war eine Szene des Animationsfilms *Drachenzähmen leicht gemacht* etwas beklemmend. In den Gefechten gegen die Widersacher müssen Hicks und sein Drache Ohnezahn gefährliche Manöver riskieren. Ludwig beschreibt die Szene: „Die kämpfen gegen andere, dabei sind sie abgestürzt, weil ein Baumast auf den Ohnezahn gefallen ist und der Hicks ist dann ohnmächtig geworden.“ Auf Nachfrage, wie er diese Szene, in der Hicks sein Bein verlor, fand, antwortet der Junge: „Das war nicht sooo tragisch, weil er konnte nur nicht mehr so gut gehen.“

Der 6-jährige Karl dagegen erzählt, dass die Kämpfe bei *Ninjago* manchmal zu spannend für ihn sind. Vor allem eine Szene ist dem Jungen im Gedächtnis geblieben: „Das unfaire Wettrennen von Ninjago. Da waren viele Fahrzeuge mit ganz vielen so Sachen, die man benutzt, um andere auszutricksen. Und dass die anderen nicht weiterfahren sollen. Und dann verlieren sie.“

3.1.8 „Dann schau ich meistens die Lego-Sachen an, die man kaufen kann“ – Mehrfachvermarktung im Kinderzimmer

Die meisten Kinder haben berichtet, dass sie Spielsachen oder Medienprodukte zu ihren Lieblingssendungen und -figuren haben (zur Sicht der Eltern siehe 3.2.5). Bereits die jüngeren können dazu Auskunft geben, wie etwa Batu (3 Jahre), der zum Beispiel ein Spielzeug von *Thomas und seine Freunde* hat: „Einen Spielen-Thomas.“ Auf die Nachfrage, was man damit machen kann, antwortet er: „Spielen. Der kann nicht sprechen.“ Der 3-jährige Oskar erzählt von *Bob, der Baumeister*. Obwohl er die Sendung noch nie gesehen hat, kennt er Bob als Zeitschrift: „Den hab ich einfach als Zeitung. Als Kinderzeitung. Da war auch ne Schaufel dabei. Die liest mir manchmal Papa oder Mama vor.“

Besonders viele zusätzliche Angebote gibt es für die Lego-Animationsserien *Ninjago* und *Legenden von Chima*, die vor allem bei den älteren befragten Jungen angesagt sind.

Lars (6 Jahre) veranschaulicht die Bandbreite des Warenangebots mit seiner Aufzählung: „Davon [Ninjago] gibt's auch Filme und davon hab ich alle. Von Chima hab ich auch Filme. Ja, ich hab davon Fahrzeuge! Da ist so ein Riesenschiff, das hat ne Kanone und das kann auf dem Wasser fahren und oben in der Luft fliegen. Ich hab auch ein Ninja-Kostüm.“

Der 5-jährige Leander erklärt uns in der Gruppenerhebung, woher er die *Legenden von Chima* kennt: „Aus dem Katalog.“ Gemeint ist der Lego-Spielzeugkatalog, den er besitzt und den er zum Befragungszeitpunkt jeden Tag durchblättert, wie seine ebenfalls befragte Mutter erklärt. Er darf die Serie nicht anschauen, der Katalog ist quasi die einzige Alternative seiner Faszination nachzugehen. Mit gleicher Begeisterung schaut er sich das *Star Wars*-Sortiment an, das für ihn besonders attraktiv ist, aber (oder vielleicht gerade deswegen) auch nicht erlaubt ist.



3.2 Die Eltern

3.2.1 „Fernsehen“ aktuell – neue Zugangswege werden genutzt

Mit den Veränderungen in der Fernsehlandschaft was die technischen Möglichkeiten und die Zugangswege zu audio-visuellen Angeboten anbelangt, greifen Eltern verstärkt auf Alternativen zurück, die für sie in verschiedener Hinsicht Vorteile bieten. Lediglich zwei Familien in unserer Stichprobe nutzen ausschließlich das aktuelle Fernsehprogramm, wenn die Kinder ihre Lieblingssendungen anschauen möchten. Der Großteil der befragten Eltern nutzt zwar (mehr oder weniger ausgeprägt) das Fernsehprogramm, setzt aber hauptsächlich auf andere Träger und Zugangswege. Häufig werden diese Möglichkeiten dann kombiniert.

Vielfach kommen DVDs in den Einsatz, die per DVD-Player über das Fernsehgerät oder das Laptop abgespielt werden. So erklärt uns eine Mutter (Sohn, 5 Jahre): „Wir haben einfach mal angefangen [DVDs zu schauen], wir hatten den Eindruck, wir können es viel besser steuern, weil man kann sagen, man kann das jetzt sehen, und dann ein Kapitel oder eine Geschichte und das sind immer überschaubare Häppchen.“ Ein klarer Vorteil liegt für die befragten Eltern des Weiteren darin, sich unabhängig von Ausstrahlungszeiten des aktuellen Fernsehprogramms zu machen: „Weil die Sendungen [im Fernsehen] zu einer bestimmten Uhrzeit sind, zu der ich nicht mag, dass sie sie da sehen. Weil um 19.30 Uhr ist es eben zu spät. Da brauchen sie nicht fernsehen“, so eine Mutter (Tochter, 5 Jahre). Daher werden neben DVDs auch eigene Aufzeichnungen per Festplattenrekorder sowie regelmäßig Online-Angebote wie YouTube, Sender-Mediatheken und zunehmend Video-on-Demand genutzt. Die Mutter eines 4-Jährigen handhabt das folgendermaßen: „Oft nehme ich so Sendungen aus dem Kinderprogramm dann halt auf. Jetzt zum Beispiel hab ich mit der *Pippi Langstrumpf* angefangen, weil ich das zeitlich nicht so schaffe, immer da punktgenau davor zu sitzen. Weil unter der Woche schauen wir im Moment kaum fern, weil wir keine Zeit haben.“

Die Eltern, die von diesen Alternativen Gebrauch machen, schätzen neben der Unabhängigkeit auch, dass sie dadurch lästige Diskussionen mit den Kindern vermeiden, die „ihre“ Sendung nicht verpassen wollen. Die „Sehzeiten“ können so besser dem individuellen Familienalltag mit all seinen Routinen und Abläufen angepasst werden – und nicht umgekehrt. Die Mutter (40 Jahre) einer 4- und einer 6-jährigen Tochter setzt dabei ausschließlich auf das Angebot an Kindersendungen auf YouTube – geschaut wird jedoch über den Fernseher: „Sie schauen übers Tablet, aber am Fernseher. Also sie wählen am Tablet aus und das Bild kommt am Fernseher. Ich könnte mit dem Fernseher zwar in die Mediathek gehen, aber das ist wesentlich träger als am Tablet auf YouTube die Szenen auszuwählen. Also das Tablet ist schneller, der Fernseher größer. Und deshalb ist die Kombination für uns ideal.“

Mehrere Eltern betonen, dass ihnen bzw. ihren Kindern dadurch auch das Haushalten mit Fernsehzeiten besser gelingt. Auch wenn die Vorteile zu überwiegen scheinen: Zwei Eltern berichten dagegen, dass die Online-Angebote es in ihrem Fall eher erschweren, den Konsum zu lenken, seit ihre Kinder bei YouTube und Amazon Prime die Folgenleiste entdeckt haben. So gesteht eine Mutter (Tochter, 6 Jahre): „Auf YouTube ist da schon manchmal die Gefahr, dass da seitlich sehr viel angezeigt wird und die Kinder und man selber natürlich auch neugierig wird und dann manchmal mehr schaut als man eigentlich wollte. Da muss man schon nen Riegel vorwerfen.“

3.2.2 „Fernseh“-Zeit – was die Kinder sehen

Die Interviews mit den Eltern bestätigen die Aussagen der Kinder, dass im Grunde nur explizite Kinderangebote oder familientaugliche Filme (Animationsfilme wie *Cars*, Disney-Verfilmungen etc.) auf dem Programm stehen. Bei den Kinderangeboten sind hier vor allem im Blick: Trickangebote (Klassiker wie *Wickie* und *Das Sandmännchen*, *Benjamin Blümchen*, *Bibi und Tina*, neuere Zeichentrickserien wie *Yakari*, zum Teil mit Wissensvermittlung wie *Jonalu*, das *Kikaninchen* für Fernsehanfänger), Märchen (mehrfach erwähnt werden die Märchenneuverfilmungen der Öffentlich-Rechtlichen), aber auch das eine oder andere Wissensmagazin (z. B. *Die Sendung mit der Maus*, *Löwenzahn*) oder etwa *logo!* Die Kindernachrichten darf ein 4-Jähriger gemeinsam mit den älteren Geschwistern schauen, weil die Mutter die Sendung nützlich findet. Insgesamt zeigt sich ein Unterschied im Repertoire der 3-/4-Jährigen im Vergleich zu den 5-/6-Jährigen: Während die jüngeren Befragten einige wenige Sendungen schauen, weitet sich das Programmspektrum bei den älteren aus.

Auch, wenn im Grunde nur Kindertaugliches auf dem Programm steht, kann es bei der Rezeption zu Überforderungen bei den Kindern kommen, wie sich auch schon an den Aussagen der Mädchen und Jungen weiter oben gezeigt hat (vergleiche 3.1.7). Auch, wenn es nur wenige sind, die von uns befragten Eltern berichten durchaus von Situationen, in denen sie bei ihren Kindern Überforderungsreaktionen beobachtet haben. Eine Mutter beschreibt, dass es ihrer Tochter (6 Jahre) bei *Pippi Langstrumpf* zu spannend wurde, als die Diebe auftauchten. Das Mädchen mag es generell nicht, wenn unerlaubte Dinge getan werden oder es gefährlich wird. Dann schauen sie und auch ihre größere Schwester manchmal sogar weg oder aber, so die Mutter: „Das ist eigentlich immer so, dass die dann irgendwann bei uns auf dem Schoß landen.“ Eine Mutter erzählt, dass es ihrem Sohn (5 Jahre) bei Disney-Filmen immer wieder zu viel wird, „weil da ja immer irgendwo einer stirbt“. Die Eltern reagieren dann mit Trost, Erklärung oder Beruhigung, wie etwa die Mutter einer 4-Jährigen, zu der sie sagt: „Du brauchst keine Angst zu haben, das löst sich bestimmt gleich auf, da passiert nichts Schlimmes. Dann war’s wieder gut.“

Andere Maßnahmen sind, beim erneuten Ansehen einschlägige Folgen zu meiden oder entsprechende Stellen zu überspulen. In der jeweiligen Situation reagieren die Kinder mitunter auch durch weggehen oder weggucken bzw. sie schlüpfen unter die Decke. Mitunter wird auch ad hoc abgebrochen, wie es bei einem 5-jährigen Jungen immer mal vorkommt: „Wenn ich merke, das passt nicht, da sag ich, das geht nicht mehr“, beschreibt die Mutter ihr Vorgehen.



3.2.3 **Alleine oder zusammen? Mit wem die Kinder schauen**

In den seltensten Fällen sind die befragten Kinder ganz alleine und dann handelt es sich um Ausnahmen („Wenn ich bei meinem Papa bin, schau ich manchmal auch *Ninjago*. Wenn der [Vater] duscht“). Eine alleinerziehende Mutter (42 Jahre) berichtet, dass sie „manchmal eine Verschnaufpause braucht“ und ihr Vierjähriger dann auch mal eine Folge seiner Lieblingsendung (die sie aber kennt) alleine anschauen darf, während sie sich ausruht.

In der Regel wird gemeinsam mit Geschwistern – ältere wie jüngere – oder den Eltern geschaut. Etwas häufiger geben die Eltern jedoch an, dass sie zumindest „drumherum“ sind, wenn die Kinder ihre Lieblingsangebote gucken. Ist Letzteres der Fall, gehen die Eltern Tätigkeiten nach wie bspw. der Zubereitung des Abendessens oder anderen Hausarbeiten: „Wir sind alleine. Wenn ich was machen muss, was länger dauert, bügeln oder so, dann kriegt sie ihr iPad und darf da was anschauen“ (Mutter mit 4-jähriger Tochter).

3.2.4 **Kriterien und Informationsstrategien für die Auswahl**

In der Regel suchen die Eltern aus bzw. geben die Erlaubnis, was geschaut werden darf. Alle Eltern kennen – mehr oder weniger gut – die Favoriten ihrer Kinder und haben schon mal mit- bzw. die Sendung vorher angeschaut. Eine Mutter fasst dies so zusammen: „Also er schaut nichts an, was ich nicht kenne!“

Im Grunde sind die meisten Eltern zunächst offen für die Wünsche der Kinder: „Wenn sie von einer Sache extremst schwärmen, dann versuch ich schon, das mal zu beschaffen“, erklärt die Mutter von 6-jährigen Zwillingmädchen. Die Mutter eines 5-Jährigen geht zwar auch auf die Interessen ihres Sohnes ein, schränkt jedoch ein, „was ich für total hohl halte. Da gibt’s ja so Sachen wie dieses *SpongeBob*, das finde ich ganz furchtbar, das muss er sich nicht anschauen“.

Die Mutter eines 5-jährigen *Ninjago*- und *Spiderman*-Fans hat die Sendungen mittlerweile verboten: Ihrer Meinung nach verknüpft er sie zu sehr mit der Wirklichkeit und die Mutter hat bei *Spiderman* die Befürchtung, dass er das Gesehene nachmacht: „Er denkt das ist wirklich – zum Beispiel, da sagt er: ‚Ich spring vom Fenster, ich bin Spiderman.‘“

Bei der Auswahl lassen sich die Eltern von zeitlichen und inhaltlichen Kriterien leiten. Bei den 3- bis 6-Jährigen achten die Eltern auf:

- die Dauer der Angebote („nicht länger als eine halbe Stunde“, „ein Film ist ja länger, dann schauen wir in Häppchen“) oder Ausstrahlungszeit, wenn auf das TV-Programm zugegriffen wird (nicht zu früh oder zu spät),
- bestimmte Inhalte – wie Gewalt – sind tabu („zu viel Action“, „gewaltfrei“),
- die Gestaltung („muss eine gewisse Langsamkeit haben, damit man mitkommen kann“, „soll optisch nicht extrem bedrohlich daherkommen“), teils anhängig vom Geschmack der befragten Eltern („ich guck einfach, was ich schön finde“)

Vielfach angewandt wird die Strategie, den Kindern Bekannte aus der eigenen Fernseh-Kindheit nahezubringen: Von *Biene Maja*, *Heidi* und *Wickie*, über Disney-Filme bis hin zu den verfilmten Klassikern von Astrid Lindgren (*Wir Kinder aus Bullerbü* etc.). Zu diesen Sendungen haben die Eltern selbst einen Bezug und verbinden unbeschwerte Fernseherlebnisse damit. Sie bewerten die Angebote aus ihrem eigenen Erfahrungsschatz heraus als „kindgerecht“: „[W]ir waren damit sicher, dass wir ne kindgerechte Sendung ausgesucht haben, die gewaltfrei ist und auch auf ihre Bedürfnisse und auch auf die Fähig-

keiten abgestimmt ist“, erklärt eine Mutter, warum Die Sendung mit der Maus bei ihrer 4-jährigen Tochter auf dem Programm steht. Das eine oder andere befragte Elternteil setzt sich dann auch gerne mal dazu und schaut gemeinsam mit Tochter oder Sohn den Heldinnen und Helden von damals zu.

Mintunter werden Tipps von anderen Eltern angenommen oder Hinweise aus anderen Medien aufgegriffen. Für die Mutter eines 4-Jährigen ist die Zeitung eine gute Quelle: „Wir lesen manchmal Tageszeitungen und wenn da ein bestimmter Tipp zu einem guten Film ist, dann schauen wir das auch zusammen.“ Die Mutter eines 5-Jährigen nutzt verschiedene Quellen und gleicht das mit ihrem eigenen Geschmack ab: „Eine Mischung aus Litfaßsäule, Kinovorspann, Filmvorspann und vermutlich im Internet, wo ich drüber stolpere und sage, das könnte nett sein.“

Nicht wenige Eltern können die Perspektive der Kinder auf ihre Heldinnen und Helden nachvollziehen bzw. sich hineinversetzen, was die Kinder daran fasziniert – selbst, wenn sie die Sendung selbst nicht so gut finden oder sie sogar nicht erlauben. Mehrere Eltern berichten, dass sie, zum Teil nach anfänglicher Skepsis, den Favoriten ihrer Kinder durchaus etwas abgewinnen können, weil sie sie für nützlich oder lehrreich halten – auch wenn es sich bei den Beispielen zum Teil nicht um explizite Wissenssendungen für Kinder handelt. So zum Beispiel die Zeichentrickserie *Conni*, der die Mutter einer 6-Jährigen zuschreibt, dass sie bei der Alltagsbewältigung hilft: „Da wusste sie [die Tochter], ich muss einen Hörtest machen, einen Sehtest machen, und so weiter und so fort, ohne dass ich das nochmal großartig aufarbeiten musste.“ Eine andere Mutter (Sohn, 4 Jahre) gesteht den Zeichentrickgeschichten um den kleinen Indianerjungen *Yakari* zu: „Also, man kann dabei auch so was lernen, find ich.“ Die Mutter einer Tochter findet *Wir Kinder von Bullerbü* in Sachen soziales Lernen nützlich: „Also, diese ganze Atmosphäre in Bullerbü, Freundschaft und sowas wie, dass man mit seinen Freunden Sachen entdeckt. Das ist ein schöner Input für sie, dass sie vielleicht selber sowas erleben.“

3.2.5 Heldinnen und Helden rundum vermarktet – konvergente Angebote sind ein Thema Fast alle der von uns befragten Mädchen und Jungen besitzen Produkte und/oder Medien zu ihren favorisierten Angeboten (vgl. 3.1.8) – allerdings in noch überschaubarem Umfang wie sich aus den Interviews mit den Eltern ergab. Meist handelt es sich um weitere Medienprodukte – und zwar vor allem um Buch- oder Audioangebote. Einige Mädchen und Jungen haben auch Print-Magazine (das zusätzlich Spielzeug enthält) zu einer bestimmten Sendung. Des Weiteren im Besitz sind Gebrauchsgegenstände (wie *Lillifee*-Zahnbürste, *Mia and me*-Rucksack, *Cars*-Trinkflasche oder der Bleistift mit Batman), Bettwäsche oder eben Kleidung wie T-Shirts, Socken oder Schlafanzüge mit Prints oder Applikationen der jeweiligen Film- und Fernsehfiguren.

Aber auch Spielzeug ist vorhanden: Plüsch- oder Plastikfiguren, aber allen voran sind in diesem Zusammenhang derzeit Angebote aus dem Lego-Universum zu nennen. *Ninjabo* und seine diversen Ableger sowie *Die Legenden von Chima* sind Animationsserien in Lego-Optik zu denen es wiederum ein fast unüberschaubares Angebot an Bausätzen gibt. Die geschickte Vermarktungsstrategie führt bei mehreren befragten Jungen zu Begehrlichkeiten und zu Diskussionen mit den Eltern – ob es dabei um die Anschaffung der mitunter teuren Bausätze oder um andere Produkte geht: „Die Marketing-Macht von Lego, die sind ja nicht blöd, das ist ja Wahnsinn, wie die das machen! Die haben ja jetzt auch ‚Lego wear‘ – und ich hab ja auch eine Freundin auf die ich immer sauer bin, weil ungefragt schenkt die jedes Mal meinem Sohn irgendein scheiß T-Shirt mit so einem Ding drauf – und fragen Sie mal, was es da jeden Morgen vor dem Kleiderschrank gibt“, beschwert sich die Mutter des 5-jährigen Leander (vergleiche auch 3.1.8). Serie wie Spielzeug lehnen sie und ihr

Mann strikt ab. Da aber auch Lego als solches für den Jungen interessant ist, behilft er sich mit einer ungewöhnlichen Alternative. Die Mutter erklärt hierzu: „Wir hatten auch eine Phase, das ist noch nicht lange her, da haben wir jeden Abend nicht eine Geschichte gelesen, sondern den Lego-Katalog durchgeschaut und diskutiert wie jetzt die Männchen heißen, was er jetzt gerne hätte als nächstes und so weiter – ich würde sagen, da sind wir noch am Anfang einer Diskussion.“

Eine andere Familie geht in Sachen Lego mit, aber auch aus dem Grund, weil der Vater sich selbst für Lego begeistert. So erklärt uns die Mutter von Lars, 6 Jahre: „Lego-Sets, die sind hoch im Kurs, das ist auch die Sammelsucht meines Mannes. Er ist ein großer Lego-Fan.“ Für Vater und Sohn ist das ein gemeinsames Hobby.

Wie kommen die Kinder an die Produkte und Medien? Wünsche diesbezüglich werden, laut der befragten Eltern, durchaus von den Kindern geäußert. Begehrligkeiten werden geweckt etwa beim Einkauf im Super- oder Drogeriemarkt (etwa Zahnpasta mit *Prinzessin Lillifee*-Aufdruck), durch Werbung (im Fernsehen oder online), aber auch weil andere Kinder im Kindergarten solche Produkte besitzen, sie mitbringen, anhaben oder davon erzählen. Vor allem im letzteren Fall berichten einige der älteren Kinder – die Interviews mit Eltern und Erzieherinnen bestätigen dies – von Anlässen wie Fasching, wo manche Kinder als ihre Lieblingsfiguren kostümiert waren, zum Beispiel als Elsa aus dem Animationsfilm *Eiskönigin – Völlig unverfroren*, als Superhelden wie *Spiderman* oder Helden aus dem *Star Wars*-Universum (z. B. Darth Vader). Hier sei hinzugefügt, dass Verkleidungen rund um Action-Helden bei den erwachsenen Befragten auf wenig Gegenliebe stoßen, da manche Kinder, so berichten Eltern und Erzieherinnen, durch die Verkleidungen verängstigt wurden.

Nicht immer, so schätzen zwei Eltern ein, ist die mediale Vorlage jedoch für Wünsche von Seiten der Kinder verantwortlich. Eine Mutter meint zur Vorliebe ihres Sohnes für alles, was mit Autos und Fahrzeugen zu tun hat: „Ich glaub nicht, dass das vom Film gesteuert ist. Also eher interessiert ihn dieses Thema Cars und die Motive. Der findet einfach die Sachen, wo das drauf ist, schön – ob das jetzt Bettwäsche ist, ein Rucksack oder Schuhe oder was weiß ich.“ Ein Vater beschreibt, dass das Interesse seiner Tochter für *Prinzessin Lillifee* erst geweckt wurde, als „wir Kleider von Freunden bekamen und da viel von Lillifee dabei war“. Interessanterweise ist die Zeichentrickserie nicht bekannt und wurde von daher nicht verlangt, stattdessen wurden Hörspiele ausgeliehen und: „Im Urlaub haben wir alle mal Zeitschriften gekauft und da bekam sie auch eine von Lillifee.“

Wie kommen die Kinder an die Produkte und Medien? Wenn, dann sorgen die Eltern selbst oder das Umfeld der Kinder, die nähere Verwandtschaft (Großeltern, Paten, Onkel, Tanten) oder Freundinnen und Freunde der Kinder oder Eltern, für die Erfüllung der Wünsche. „Also ich muss sagen, bei diesen Zeitschriften sage ich da eher nee. Das ist dann eher so ein Oma-Vergnügen. Oma darf denen das dann kaufen, wenn sie mal da ist“, erklärt uns eine Mutter ihre Haltung zu dem Thema. Wird ein Gegenstand oder Produkt gebraucht, dann drücken die Eltern auch mal ein Auge zu: „Bei Zahnpasta [mit Lillifee] oder sowas, also wenn ich finde, dass es nicht extremst überteuert ist, dann geb' ich da schon nach.“

Medienbezogene Wünsche werden auch konkret zu Anlässen wie Geburtstagen oder Feiertagen geäußert oder erfüllt, zum Teil wird das auch so befürwortet (und abgesprochen): „Zum Geburtstag darf man sich alles wünschen. Und ich finde, für schräge Wünsche sind Tanten zuständig. Da muss halt die Tante oder der Onkel ran“, erklärt uns eine Mutter. Manchmal werden medienbezogene Geschenke auch ‚einfach so‘, ohne konkreten Wunsch des Kindes, geschenkt. So erzählt uns eine Mutter, ihre 4-jährige Tochter „hat sol-

che Produkte, aber nicht weil sie sich selbst gewünscht hat. Weil die Mama [einer Kindergartenfreundin] sie gut fand. Weil sie eine Freude machen wollte und das mitgebracht hat.“ Nicht immer stößt dieses Vorgehen auf Gegenliebe bei den Eltern, wenn dadurch bei den Kindern erst recht Begehrlichkeiten geweckt werden.

3.2.6 Bücher, Audio, Apps – Medien, die die Kinder noch in Gebrauch haben

Wichtig sind für die befragten Kinder (und Eltern) neben den audio-visuellen auch die „klassischen“ Medien. Allen voran gehören hierzu (Bilder-)Bücher, die angeschaut oder vorgelesen werden, und zwar oft als Gutenachtritual. Nur zum Teil haben diese Printangebote Bezug zu Figuren aus Film und Fernsehen (etwa die Pixie-Bücher zu *Conni*).

Ebenso wichtig sind für den Großteil der Kinder Audioangebote, die tagsüber oder abends vorm Zubettgehen gehört werden. So berichtet die Mutter einer 4-jährigen Tochter: „Sie hat so einen kleinen MP3-Player mit Lautsprechern und mit dem geht sie auch in der Nachbarschaft spazieren. Also sie hört bis zum Exzess. Bis wir sagen, es muss jetzt einfach mal Pause sein.“ Die Audio-Geschichten drehen sich oft rund um Lieblingsfiguren aus Film und Fernsehen, aber auch Musik- und Lieder-CDs werden angehört. Die Audioangebote werden tagsüber, aber auch abends – oft vorm Zubettgehen alternativ zum Vorlesen – genutzt. Interessant waren hier die Berichte von zwei Müttern von Vorschulkindern, die erzählten, dass ihr Sohn/ihre Tochter manche Hörgeschichten abends nicht zum Einschlafen hören möchten, da sie sie für sich selbst als zu aufregend einschätzen.

Auch die Beschäftigung mit Apps gehört bei der Mehrheit der Eltern dazu. In Gebrauch bei den Kindern sind dann altersangemessene Angebote wie Lern-Apps (Zahlen oder die Uhr lernen) oder Kreativ-Apps (Malen) Manche Kinder nutzen auch Apps mit Bezug zu ihren Fernseh- und Filmfavoriten. Meist wurde das Spielen an mobilen Geräten wie Smartphone oder Tablet zu bestimmten Gelegenheiten eingeführt. So erzählt eine Mutter, dass ein *Pettersson und Findus*-Spiel zur Überbrückung einer langen Autofahrt zum Einsatz kam. Danach wurde das Spielen immer wieder nachgefragt, was die Mutter eher ärgerlich fand: „Weil da fahren die ja total drauf ab! Da kriegt man die ja gar nicht mehr weg von dem Ding.“ Letztendlich wurden zeitliche Regeln für die Nutzung von App-Spielen eingeführt. Meist werden die Spiele eher als Lückenfüller zur Überbrückung von Wartezeiten oder daheim zwischendurch zum Zeitvertreib eingesetzt.

Manchen Kindern genügt der sporadische Umgang mit Apps, wie die Mutter einer 4-Jährigen beschreibt: „Sie kennt Computer und Tablet – die Faszination ist [aber] nicht so groß. Apps, Spiele – sind nett mal, die spielt sie schon gerne, wenn jetzt nichts anderes ist. Keine Ahnung, wenn man im Restaurant sitzt und gegessen hat und die Erwachsenen wollen sich noch unterhalten, dann spielt sie schon was. Aber so, dass es Dauerthema ist, nee.“ Andere Kinder wiederum hantieren gerne mit den Apps, wie etwa Lars (6), der sich laut seiner Mutter gut mit Smartphone und iPad auskennt: „Die sind ja unheimlich flink, was die schon können! Das würde er am liebsten den ganzen Tag machen.“

Manche Eltern sind sich durchaus bewusst, dass ihr eigener Gebrauch mobiler Medien die Kinder neugierig macht. Eine Mutter beschreibt dies für ihre Familie folgendermaßen: Ihr Mann nutzt das Smartphone und Tablet aus Arbeitsgründen auch zu Hause rege – „also, wenn man's implantieren kann, hat er's bestimmt implantiert“. Auch für sie selbst ist das Smartphone wichtig. Die Kinder sehen, dass für sie das Smartphone die Schnittstelle für „Musik, Geschichten, Einkaufszettel, Kalender, Adressbuch“ ist – und „sehen natürlich auch den Spaß daran“.

3.2.7 Elterliche Strategien der Fernseh- und Medienerziehung

Die Eltern der von uns befragten Kindergartenkinder legen Wert darauf, den Fernsehkonsum ihrer Töchter und Söhne zu begleiten. Eine Mutter beschreibt ihre Strategie folgendermaßen: „Also ich bin offen, aber ich schau drauf, was sie gucken. Also wenn was Neues ist, ich guck das immer mit denen dann an. Und wenn es nichts ist, wird es auch ausgemacht. Bei Sachen die ich kenn, die dürften sie dann auch schon mal alleine gucken, aber ich guck mir an, was die gucken. Und gewisse Sachen schau ich auch mit denen an, damit ich auch was erklären kann. Weil ich find auch, die müssen da auch verstehen, was da läuft.“ Eine andere Mutter fasst ihr sehr am Kind orientiertes Vorgehen so zusammen: „Man muss Kinder auch fragen, was sie gerne mögen. Die mögen was anderes als ich.“

Alle Eltern verfolgen Regeln und setzen auf Konsequenz, nur in einem bestimmten Rahmen lassen sie den Kindern zum Teil Verhandlungsspielraum. Die Mutter (45 Jahre) eines 5-Jährigen mit älteren Geschwistern handhabt das so: „Ich sag immer, ihr dürft gucken, wenn ich abends Abendessen mache, in der Küche bin, die Hausaufgaben alle fertig sind – dann darf man mal eine halbe Stunde gucken. Ich bin dann auch immer rigoros beim Abschalten: Wenn das Essen fertig ist und auf dem Tisch steht, dann wird gegessen und die Glotze wird ausgemacht. Da lass ich auch nicht mit mir verhandeln!“ Bei einigen wenigen Eltern fällt auf, dass sie zwar klare Vorstellungen haben, diese jedoch situativ ausführen und von ihrem momentanen Ermessen abhängig machen („Wenn ich denke, es reicht jetzt, dann wird ausgeschaltet“). Bewusst an audio-visuelle Angebote heranführen will ein Vater seine Tochter mit folgender Methode: „Wir haben ‚Fernsehtaler‘. Das ist pro Tag eine Viertelstunde. Die kann sie sammeln, dann kann sie einen Film anschauen, einen längeren – klar, vier Tage, das sind eine Stunde, da müsste sie schon die ganze Woche sammeln. Sie macht es zurzeit so: sie sammelt zwei und dann schaut sie eine Folge *Bibi und Tina*.“ Mit dieser Methode soll die 5-Jährige auch lernen, ihre Medienzeit selbst einzuteilen – und nach Auskunft des Vaters lässt sich der Konsum seiner Tochter dadurch gut lenken, es gibt dadurch kaum mehr Streitereien nach „noch mehr“.

Auch, wenn sich fast nur Mütter für die Befragung zur Verfügung stellten: In der Regel teilen sich die Eltern die Verantwortung in Sachen Fernseh- und Medienerziehung, haben eine abgestimmte Linie und ziehen an einem Strang. Die Durchführung scheint jedoch eher bei den Müttern zu liegen, da diese, zumindest in unserer Stichprobe, mehr Zeit zu Hause verbringen als die Väter.

Zu Konflikten kommt es dennoch immer wieder zwischen Eltern und Kindern: Entweder weil die Kinder mehr gucken oder nicht aufhören wollen, zu einem ungünstigen Zeitpunkt schauen möchten oder aber – in den Augen der Eltern – für sie ungeeignete Inhalte sehen wollen. So beschreibt die Mutter eine 5-jährigen Sohnes: „Da ist es ihm dann auch egal was, da will er einfach länger in diesem Mode bleiben, hier auf der Couch sitzen und sich berieseln lassen.“ Einige Eltern schildern auch Situationen, wo ältere und jüngere Kinder gleichzeitig schauen wollen und sich nicht einigen können, was geschaut wird. Eine Mutter löst eine solche Situation pragmatisch und rigoros: „Ich sage einfach: Entweder ihr einigt euch oder es wird nicht geguckt!“ Finden die Kinder keinen Kompromiss, dann greift sie ein: „Da werde ich dann ehrlich gesagt immer auch ein bisschen rabiat im Sinne von *Tabula rasa* – das mag ich überhaupt nicht, wenn man sich wegen so nem Mist derart streitet. Dann ist bei mir Ende Gelände, dann wird gar nicht geguckt, dann krieg ich auch nen Rappel“. Einem 5-Jährigen und seinen Geschwistern droht „Fernsehentzug als Strafe“, laut der befragten Mutter „das einzige, was wirkt“.

Andere Eltern wiederum bleiben wiederum konsequent, bieten aber Alternativen oder Kompromisse an, um mit den Kindern zu einer gütlichen Einigung zu kommen – auch, wenn das mitunter zum Verhandeln und zu Diskussionen führt: „Natürlich will er immer verhandeln! Ich sag immer: Du darfst nur eine [Folge] aussuchen. Wir wollen ein bisschen begrenzen. Das heißt, ich spiele mit den Kindern zusammen oder lese“, erklärt uns eine Mutter ihre Strategie. Eine Mutter berichtet, dass ihr Sohn (4 Jahre) momentan kein großes Interesse am Fernsehen hätte: „David will schon immer gerne fernsehucken. Aber sein großer Bruder hatte dann irgendwie beschlossen, dass Fernsehen dumm macht und hat gesagt, er will lieber spielen – und dann hat der David mitgemacht und dann hat er es auch nach ner Weile gar nicht weiter erwähnt.“

Des Weiteren wurden die befragten Eltern auch um eine Selbsteinschätzung in Sachen ihrer eigenen Fernseh- bzw. Medienerziehungskompetenz gebeten. Die meisten halten sich für relativ sicher. Einig sind sich die Eltern darüber, dass die 3- bis 6-Jährigen – im Vergleich zu ihren älteren Kindern – noch besser zu lenken sind. Eine Mutter (Sohn, 5 Jahre) bringt dies folgendermaßen auf den Punkt: „Den Kleinen hab ich noch gut in Griff.“ Eine Mutter, die sich selbst als resolut bezeichnet, gibt sich „die Note 2“. Sie setzt auf Konsequenz: „Ich denk mir jedes Mal, wenn ich wieder so einen Bericht lese, wo eine Mutter verzweifelt ist, weil ihr Sohn zu viel spielt am Computer: Warum zieht die nicht den Stecker?“ Die Mutter einer 3-jährigen Tochter sagt, sie „verlässt sich auf ihre Intuition“ und fährt auch gut damit – allerdings „bleiben immer kleine Restzweifel“. Die junge Mutter (25 Jahre) eines 5-jährigen Sohnes erzählt offen, dass sie früher nachgiebiger war, jedoch mit der Konsequenz: „Er [der Sohn] hat das immer genutzt, er weint und dann sagt die Mama Ja.“ Mittlerweile ist sie konsequenter und erklärt ihm in Ruhe, warum es nicht für ihn geeignet ist – sie sagt: „Ein Nein bleibt aber immer ein Nein.“

Mehrere Eltern berichten aber auch, dass es in besonderen Situationen auch mal Ausnahmen zu den Regeln gibt: Es darf mal mehr geschaut werden, weil die Kinder krank sind oder das Wetter schlecht ist. Eine Mutter erklärt uns hierzu: „Es muss ein bisschen dosiert sein. Wenn jetzt mal Regenwetter draußen ist, wo man wirklich sagt, ok, da kann man ein bisschen mehr.“ Ausnahmen werden auch mitunter zu besonderen Ereignissen im Fernsehen gemacht – nicht ohne Konsequenzen allerdings, wie die Mutter einer 4-jährigen Tochter schildert: „Es gab während der WM ein bisschen Diskussion, weil dauernd durfte sie immer Fußball mitschauen und dann wollte sie natürlich auch die Abendspiele am liebsten auch mit anschauen, die da um 22 Uhr stattgefunden haben. Da hatten wir ein bisschen eine Diskussion, weil sie dann vorher ins Bett musste.“



3.3 Die pädagogischen Fachkräfte

3.3.1 Medien in den befragten Einrichtungen

Medien als Thema nehmen in den drei Einrichtungen, in denen die Erhebungen mit den Kindern stattfanden, einen sehr unterschiedlichen Stellenwert ein. Während in einem Kindergarten regelmäßig Medienprojekte mit medienpädagogischer Fachunterstützung durchgeführt werden, kommen Medien in den beiden anderen Einrichtungen bisher wenig zum Einsatz: „Klar, wir haben Medienangebote. Wir haben jetzt einen Fernseher, aber damit wird kein Fernsehen geguckt. Vor 4 Jahren hatten wir die WM, hatten wir da das Thema, damit wurde dann auch ein Fußballspiel angeguckt. So was haben wir gemacht. Aber sonst: CDs werden angehört, Zeitschriften werden angeschaut.“

Zwei der befragten Erzieherinnen sind der Auffassung, Medien haben keinen Platz in der Kita, weil die Kinder sich daheim schon zu viel mit Medien beschäftigen: „Meine Kollegin und ich sind der Meinung, dass halt die Kinder schon sehr viel Fernsehen schauen und wir das deshalb hier nicht noch weiter machen. Also der Hort z. B. hat in den Ferien immer so einen Thementag, wo sie dann mal Playstation spielen dürfen oder DVD schauen dürfen, aber die sind dann halt schon älter. Wir finden unsere noch zu jung dazu und finden, dass sie zu Hause sehr viel konsumieren. Daher haben wir gesagt: Im Kindergarten keinen Fernseher.“

Auch wenn Fernseher und digitale Medien tabu sind, kommen andere Medien durchaus zum Einsatz: „Den CD-Player, also den benutzen sie auch alleine. Die Großen dürfen den ein- und ausschalten und können auch die CD aussuchen. Da wissen wir auch, dass die das können. Und sie kriegen auch mal den Fotoapparat – meine Kinder – und dürfen auch Fotos machen. Aber nur wenn ich sie noch im Auge habe.“

3.3.2 Medienfiguren im Spiel immer präsent

Dagegen haben alle befragten Erzieherinnen betont, dass das Interesse an beliebten Medienfiguren von den Kindern häufig in die Einrichtung hineingetragen wird. So erzählt eine Erzieherin von Figuren, die für Mädchen bzw. Jungen in ihrer Einrichtung derzeit besonders beliebt sind: „Das Thema Lillifée, das war also letztes Jahr sehr präsent bei den Mädels. Man merkt einfach, das ist bei den Mädels Lillifée, bei Jungs war es so das Cars-Thema oder Ritter und so was und Wickie war auch ganz beliebt. Das sind so die Figuren, die da vorkommen, und das wird dann im Rollenspiel im Prinzip wiedergegeben.“

Für eine andere Erzieherin ist nicht genau ersichtlich, woher die Figuren kommen, die die Kinder in ihre (Rollen-)Spiele einbauen: „Ich bin mir nicht ganz sicher, ob es vom Fernsehen ist oder vom Hörspiel. Weil die spielen dann diese Sabrina und die Pferde und galoppieren hier als Schneller Blitz und Roter Hengst oder wie auch immer die heißen. Sie spielen das schon, aber da ich da nicht so nah bin in dieser Sparte, weiß ich halt nicht, was Fernsehen und was Hörspiel ist. Aber sie spielen schon die Sachen vereinzelt nach, also dann hörst du es auch.“

Für eine Erzieherin hat die Beschäftigung mit Medienfiguren eher an Bedeutung verloren. Vor dem Hintergrund ihrer eigenen Berufsbiografie nennt sie Beispiele aus vergangener Zeit, die für besonders intensive Debatten geführt haben (He-Man, Power Rangers, Pokémon usw.). Aus ihrer Sicht hat sich die Diskussion um solche Angebote für Kinder eher entspannt.

3.3.3 Medienfiguren in der Kita – was Kinder mitbringen

Nach übereinstimmender Aussage der befragten Erzieherinnen bringen viele Kinder Medienprodukte mit in die Einrichtung: „Manchmal viel zu viel, ob es jetzt Plastikfiguren sind, meistens gibt es die ja bei McDonald's oder so, Figuren oder Stofftiere. CDs ganz viele, Bücher ganz viele, also das wird wirklich immer regelmäßig mitgebracht. Also von *Ninjago*, dann diese *Ninja Turtles* und *Star Wars* teilweise. Aber überwiegend wirklich dieses *Ninjago*. Und *Lego Chima* oder wie das heißt.“

In einer Einrichtung wird das Mitbringen von Medienprodukten und Spielsachen mit Medienbezug erlaubt, jedoch zeitlich reglementiert: „Am Freitag immer. Da ist unser Spielzeug-Tag und da dürfen sie immer was mitbringen. Wir haben halt im Moment das Thema ‚Disney‘ und das ist natürlich auch durch Fernsehen und da ist eben auch mit Kino.“

3.3.4 Konflikte rund um die Medienfiguren

Eine Erzieherin berichtete, dass mehrere Jungen sehr intensiv Batman und Superman gespielt haben bzw. vor allem die Kampfkaktionen der Superhelden nachgespielt haben: „Wir haben letztens das Thema Batman und Superman gehabt, weil das ganz groß war bei einem Kind. Und da haben wir erklärt, wer was ist und was der macht und haben Bilder gezeigt von denen.“ Das Thema wurde zudem mit der Mutter des betreffenden Jungen besprochen: „Mit der Mama mal geredet. Und die hat dann auch erzählt, warum das vielleicht so sein kann. Und jetzt schauen wir, dass wir das wieder reduzieren. Dass er wieder zu sich selber findet, also auch er selber ist.“

4 Fazit

Audio-visuelle Angebote sind für die von uns befragten Kindergartenkinder zentraler Teil ihres medialen Alltags. Sie sehen fast ausschließlich explizite Kinderangebote und schauen diese in unterschiedlichen Konstellationen regelmäßig an. Die Mädchen und Jungen erweitern mit zunehmendem Alter ihr Spektrum an entsprechenden Sendungen. Dabei handelt es sich um Klassiker des Kinderprogramms, aber auch um neuere Angebote aus dem fiktionalen Bereich wie Trickserien. Für die gesamte Altersspanne wird sowohl bei den Gruppen- als auch in den Einzelerhebungen deutlich, dass die Mädchen und Jungen sich auf die Eigenschaften, Besonderheiten und äußerlichen Merkmale ihrer Lieblingsfiguren konzentrieren – und dies stark mit ihren Entwicklungsthemen und handlungsleitenden Themen korrespondiert. Deutlich zeigt sich, dass sich die 3-/4-Jährigen und die 5-/6-Jährigen in ihren Fähigkeiten, Inhalte zu verstehen und Botschaften zu entschlüsseln, unterscheiden. Während die Jüngeren an den direkten Augenschein gebunden sind und Szenen unverbunden wahrnehmen, gelingt es den Älteren mit zunehmender Seherfahrung schon leichter, Unterschiede festzustellen, Muster von Sendungen zu erfassen und zu benennen. Dabei zeichnen sich bereits bei unseren jüngsten Befragten unterschiedliche Vorlieben der Geschlechter ab: Während sich bereits die 3- und 4-jährigen Jungen starken Helden zuwenden, die zum Teil auch kämpferische Anteile haben (besonders ist hier die *Lego*-Serie *Ninjago* zu nennen), kommen bei den Mädchen die Abenteuer zaubernder Heldinnen, die anderen helfen, an. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig festzuhalten, dass die Kinder nicht nur mit einseitigen Rollenbildern konfrontiert werden, die ihnen in manchen ihrer Favoriten präsentiert werden.

Stark verändert innerhalb kürzester Zeit haben sich die Zugänge zu audio-visuellen Inhalten. Deutlich anders als noch als bei der letzten Befragung mit den Kleinsten zeigt sich hier eine Verschiebung weg vom aktuellen TV-Programm hin zu einer individueller gestalteten Rezeption, einhergehend mit den neuen technischen Entwicklungen. In älteren Kinder- und Elternbefragungen und auch bei Elternabenden wurde von Seiten der Eltern oft die Ausstrahlungszeiten des Fernsehprogramms (etwa dass die Programmschienen für kleine Kinder häufig sehr früh oder am Vormittag ausgestrahlt werden) kritisiert. Die neuen Möglichkeiten – Video on Demand, eigene Aufzeichnungen, Mediatheken usw. – scheinen den Eltern in dieser Hinsicht entgegenzukommen und das Problem zu entschärfen. Wobei es für die Kinder keine Rolle spielt, über welche Kanäle sie zu ihren Lieblingsserien oder -filmen kommen. Zwar berichten einige Eltern, dass sich der Konsum mit den neuen technischen Möglichkeiten besser steuern lässt, doch nicht alle Kinder sind mit diesen Regeln immer einverstanden und so gibt es in mehreren Familien vor allem dann hin und wieder Krach, wenn die Kinder länger fernsehen wollen als erlaubt. Dennoch geben die Eltern in unserer Stichprobe an, relativ sicher bei der Begleitung und Medien-erziehung ihrer Kinder zu sein – auch wenn das Diskussionen oder Verhandlungen miteinschließt. Bei der Auswahl der Angebote haben die Eltern relativ genaue Vorstellungen, gehen aber auch auf die Wünsche ihrer Kinder ein. Sie verlassen sich stark auf ihre eigenen Einschätzungen und Medienerfahrungen, nehmen aber auch Tipps von anderen Eltern an oder informieren sich über andere mediale Quellen.

Neben dem Bewegtbild sind im Repertoire der Kinder nach wie vor das (Bilder-)Buch sowie Audioangebote, die durchaus Bezug zu aus Film und Fernsehen bekannten Figuren haben. Auch mobile Medien und deren Anwendungen haben bei der Mehrheit der von uns befragten Kinder Einzug gehalten. Es werden kindgerechte Angebote genutzt, dennoch stehen im Vergleich Serien und Filme (sowie Bücher und Hörgeschichten) bei der überwiegenden Mehrheit der Kinder in unserer Stichprobe in der Gunst an vorderster Stelle. Beim Thema Mehrfachvermarktung stellen sich die Aussagen der Eltern auf den ersten Blick etwas konträr zu denen der Kinder dar. Bis auf die Situationen, in denen es um die Lego-Angebote im Medien- und Produktmarkt geht, scheint für den Großteil der Eltern die Mehrfachvermarktung kein großes Thema zu sein, die Eltern zeigen eher eine kritische Haltung diesbezüglich. Für die Kinder sind deshalb die Produkte und Medien, die sie durchaus zu ihren Film- und Fernsehlieblingen besitzen (wenn noch in überschaubarer Anzahl), nicht weniger wichtig und bedeutsam. Auch wenn die Eltern die Kinder und ihre Wünsche diesbezüglich reglementieren, ist der Medien- und Konsumverbund für die Mädchen und Jungen ein Zugangsweg, um sich mit ihren Lieblingsfiguren zu umgeben und sich mit ihnen zu beschäftigen.

Die Bedeutsamkeit der Medienfavoriten von Kindern zeigt sich auch in den Aussagen der befragten Erzieherinnen. Dennoch herrscht bei ihnen eher eine skeptische Einstellung vor, was das Thematisieren von Medieninhalten angeht. Auch wenn die Befragung der Erzieherinnen nur als zusätzliche Informationsquelle für die Interpretation der Kinderaussagen gedacht war, werfen die Aussagen der Fachkräfte ein interessantes Licht auf den Stellenwert von Medien im Kindergarten. Zum Teil hat sich gezeigt, dass nach wie vor große Skepsis besteht, dem Thema in den Einrichtungen Raum zu geben.