Bachelorarbeit

Maria Brennecke

Das ewige Scheitern

Jugendfernsehen in Deutschland

Bachelor + Master Publishing

Maria Brennecke
Das ewige Scheitern
Jugendfernsehen in Deutschland
Originaltitel der Abschlussarbeit: Das ewige Scheitern - Jugendfernsehen in Deutschland

ISBN: 978-3-95549-533-6
Herstellung Bachelor + Master Publishing, ein Imprint der Diplomica® Verlag GmbH,
Hamburg, 2013

Zugl. Universität Osnabrück, Osnabrück, Deutschland, Bachelorarbeit, April 2008

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Bachelor + Master Publishing, ein Imprint der Diplomica® Verlag GmbH,
Hamburg, 2013

http://www.diplom.de, Hamburg 2013
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung 1

2. ´Jugendfernsehen` und das eigentliche Bestimmungsproblem 3

3. Geschichte des deutschen Jugendfernsehens 6

3.1 Jugendprogramme im Überblick 7

3.1.1 Die Ruhe vor dem Sturm 7

3.1.2 Die Experimentierphase 11

3.1.3 Neue Konkurrenz 19

3.2 Was vom Jugendfernsehen übrig blieb 26

3.2.1 „Bravo TV“ – Das Aussterben der letzten Jugendsendung 26

3.2.2 Jugendprogramme im Überblick 30

3.3 Gründe fürs Scheitern 30

4. Das aktuelle Angebot 34

4.1 ´Verstecktes` Jugendfernsehen 34

4.2 1Live - Erfolgreiches regionales Jugendradio 38

4.3 Neon - Eine Jugendzeitschrift, die ankommt 42

5. Wege zum erfolgreichen Jugendfernsehen? 45

5.1 Starke Geldgeber 45

5.2 Zielgruppenkenntnisse 46

5.3 Konstante Grundstruktur 49

5.4 Nähe zum Publikum 50

6. Schlussfolgerung 51

7. Quellenverzeichnis 53

1. Einleitung

„Jugendprogramm in der BRD – Ein Programm zwischen den Stühlen“
„Gute Unterhaltung – aber nicht für die Jugend“
„Stationen einer Dauerkrise“

Diese Titel versprechen nichts Positives für das deutsche Jugendfernsehen, und doch sind es die bekanntesten Aufsätze, die zu diesem Thema existieren.
Die Zeit, in der man über deutsches Jugendfernsehen sprach, scheint schon längst vergangen zu sein. Das ist bereits an der veralteten Fachliteratur zu sehen, die es dazu gibt. Kaum ein Autor beschäftigt sich noch ausführlich mit dieser Sparte und wenn, dann reicht das Interesse nur noch für knappe Aufsätze, die in Medienzeitschriften veröffentlicht werden. Doch anstatt Sendungen vorzustellen oder das Jugendfernsehen neu zu diskutieren, wird hier in die Vergangenheit zurückgeblickt und erzählt, wie das Angebot einst mal ausgesehen hat. Im Gegensatz dazu gibt es zahlreiche Fachbücher, Ratgeber, Artikel, Studien, Internetseiten, Dokumentationen und TV-Sendungen, die sich mit Jugendlichen beschäftigen. Man kann also nicht gerade behaupten, dass die Zielgruppe Jugend keinen mehr interessiert. Sie besitzt sogar höchste Aktualität. Schlechte Bildungsergebnisse im Pisatest, frühe Arbeitslosigkeit und Zunahme von Jugendgewalt sind nur wenige Themen, die heute mit jungen Menschen verbunden werden. Meines Erachtens fehlt ein Ausgleich, der öfters positive Jugendbilder zeigt. So scheinen erfolgreiche Projekte, Vereine und andere Entwicklungen keinen zu beschäftigen, am aller wenigsten die Medien. Es stellt für mich eine Kuriosität dar, dass Jugendliche zwar im Zentrum des öffentlichen Interesses stehen und auch für die Werbeindustrie ein recht attraktives Publikum darstellen, und doch niemand dem ´Jugendfernsehen` Bedeutung zuspricht. Diesem Phänomen wird die vorliegende Bachelor-Arbeit nachgehen. Sie findet Antworten darauf, warum deutsches Jugendfernsehen bisher gescheitert ist, und überlegt, ob es überhaupt erfolgreich sein kann.

Doch zunächst werden, zum besseren Verständnis der Thematik, die Begriffe „Jugendfernsehen“ und „Jugend“ definiert. Dabei bekommt die Lebensphase, mit ihrer Entstehungsgeschichte, der Bestimmungsproblematik und ihren Entwicklungsaufgaben, eine besondere Bedeutung.
Im Hauptteil wird die Geschichte des deutschen Jugendfernsehens vorgestellt. Einzelne Jugendsendungen, ihre Konzepte, Sendeplätze und –zeiten stehen im Mittelpunkt. Einerseits

bemüht sich die Programmdarstellung um Vollständigkeit, doch andererseits muss auch klar sein, dass im Rahmen der Arbeit diese nur eingeschränkt erfolgen kann. Auf Grund von ungenauen Zielgruppenbestimmungen und Genres sind viele Programme nicht eindeutig zuzuordnen. Die geschichtliche Aufarbeitung des deutschen Jugendfernsehens beschränkt sich daher auf Sendungen, die speziell für Jugendliche konzipiert, und als solche ausgewiesen sind. Auch Jugendmagazine werden in die Untersuchung aufgenommen. Auf fiktive Jugendfilme und TV-Serien sowie Musik-, Kinder- und Familiensendungen wird dagegen nicht eingegangen. Ziel dieses Abschnitts ist das Herausarbeiten von Scheiterungsgründen deutscher Jugendsendungen.

Der zweite Teil der Arbeit konzentriert sich auf das aktuelle TV-Angebot für Jugendliche. Wohin hat sich das Jugendfernsehen entwickelt und was bietet es heute an? Bei dieser Untersuchung werden Studienergebnisse einbezogen, die Informationen zu beliebten Medien sowie Lieblingssendungen der jungen Zielgruppe liefern.

Gibt es bereits Formate im deutschen Fernsehen, die überwiegend von Jugendlichen gesehen werden und doch nicht als Jugendsendungen ausgezeichnet sind? Die Aufgabe wird hier sein, solche ausfindig zu machen.

Neben dem Medium Fernsehen werden zum Vergleich die Printmedien und der Hörfunk auf erfolgreiche Jugendangebote untersucht. Als Beispiel dienen hier die Jugendzeitschrift NEON und das Jugendradio Eins Live. Sie werden vorgestellt, ihre Erfolgskonzepte ermittelt und am Ende des Hauptteils mit dem Medium Fernsehen verglichen. Das soll nachweisen, dass Jugendfernsehen nicht grundsätzlich zum Scheitern verurteilt ist, sondern mit richtigen Leitlinien funktionieren kann. Ergebnisse der Bachelor-Arbeit sowie neue Ideen zu dieser ´Sparte` werden in der Schlussfolgerung diskutiert.

2. ´Jugendfernsehen` und das eigentliche Bestimmungsproblem

Die Fachliteratur liefert zur Begriffsbestimmung von Jugendfernsehen eine recht knappe Erklärung, die aus der Ansicht des Medienwissenschaftlers und –Pädagogen Prof. Wolfgang Gast abgeleitet wird. Danach ist unter Jugendfernsehen das TV-Angebot zu verstehen, *was speziell für Jugendliche produziert und ausgestrahlt wird.*[1] Diese Begriffsbestimmung wird oft von anderen Autoren wie z.B. Uwe Mattusch übernommen und kann auf alle Zielgruppenprogramme bezogen werden. Eine etwas andere Erklärung findet sich im Bezug auf das Kinderfernsehen. Die am häufigsten zitierte kommt von Gerd K. Müntefering und lautet: „Kinderfernsehen ist, wenn Kinder fernsehen"[2]. Dieser Satz macht das Dilemma des Kinderfernsehens sichtbar. Einerseits gibt es eigens für Kinder konzipierte Sendungen und andererseits werden von den Kindern auch die so genannten Erwachsenensendungen konsumiert. Diese Problematik ist auch auf das Jugendfernsehen übertragbar. Der Unterschied liegt nur darin, dass im Gegensatz zu Kindern, die Jugendliche heute keine speziell für sie konzipierten Programme haben.

Im Januar 1995 beschließen die Intendanten von ARD und ZDF die Einrichtung eines gemeinsamen werbefreien Kinderkanals. Und genau zwei Jahre später wird sein Sendebetrieb in Erfurt aufgenommen. Der Erfolg ist schon nach wenigen Monaten sichtbar. KI.KA erreicht 10 % Marktanteil in der Zielgruppe.[3] Das programmliche Angebot besteht aus Magazinen, Nachrichtensendungen, Doku-Reihen, fiktiven Serien, Spielfilmen, Zeichentricks uvm., die alle kindgerecht aufbereitet sind. Die Programmverantwortlichen versuchen sich an den Lebenswelten ihrer Rezipienten zu orientieren.

Auch Jugendprogramme müssen auf die Bedürfnisse und Interessen der Jugendlichen eingehen und diese in den für sie konzipierten Sendungen aufgreifen. Dabei gilt es die Themenpalette so breit wie möglich zu gestalten. Ähnlich des Angebotes im Kinderfernsehen müssen die Inhalte altersgerecht aufgearbeitet und präsentiert werden. Und dabei kann man auch hier auf alle gängigen Gattungsformen zurückgreifen. Jugendprogramme können so angelegt werden, dass sie für andere Altersgruppen interessant sind. Dabei dürften sie die primäre Gruppe, die Jugendlichen, nicht vernachlässigen.

Das Grundlegende, was bei der Gestaltung von Zielgruppenfernsehen zu beachten wäre, ist die Zielgruppe selbst. Was charakterisiert einen Jugendlichen? Und gibt es typische Merkmale für dieses Alter? Wann ist der Übergang von ´Jugend` zum ´Erwachsensein`? Es gibt

[1] Gast, Wolfgang (1979): Stationen einer Dauerkrise. S. 194
[2] Cippitelli, Claudia/ Schwanebeck, Axel (Hrsg.) (2000): Käpt'n Blaubär, Schloss Einstein & Co. S. 11
[3] http://www.digitalfernsehen.de/news/news_173125.html (Stand vom: 28.03.08)

zahlreiche Literatur, die sich mit dieser Lebensphase beschäftigt. Besonders ihrer Bestimmung wird große Aufmerksamkeit geschenkt. So erhält man z.B. bei „Google“[4] 2.140.000 Ergebnisse[5] zum Begriff ´Jugendlicher`. Alle kennen und gebrauchen diesen Ausdruck, doch außer der Gesetzbücher der Bundesrepublik Deutschland (BRD) scheint keiner in der Lage zu sein ihn eindeutig zu definieren. Im Artikel VIII, §7 des Sozialgesetzbuchs (SGB) ist ein „Jugendlicher, wer 14, aber noch nicht 18 Jahre alt ist.“ Gesetzlich ist eine solche Altersabgrenzung berechtigt, aber wenn man in die Fachliteratur der Erziehungswissenschaft, Soziologie und Psychologie schaut, wird einem schnell bewusst, dass eine Definition von ´Jugendlicher` weitaus komplexer ist als die des SGB`s.

Heute erscheint es selbstverständlich, dass zwischen Kindheit und Erwachsenenalter die ´Jugend` eine gesonderte Lebensphase ergibt. Doch ein Blick in sozialhistorische Analysen zeigt, dass sich eine so strukturierte Jugendphase nach dem Beginn im 18. Jahrhundert, erst im 19. Jahrhundert in Europa herausgebildet hat. „Mehrere Umstände fördern diese Entwicklung: (…) die europäischen Gesellschaften werden komplexer und differenzieren immer mehr funktionale Teilsysteme aus.“[6] Damals entsteht Jugend als ein privilegierter Schonraum einer kleinen bildungsbürgerlichen Schicht, der gesondert nur für männliche Jugendliche gilt. Nach Zinnecker zu urteilen, hält dieser Zustand bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts an,[7] so dass Jugend als Lebensphase für alle, von ihren Ursprüngen bis zum Zeitpunkt einer universellen Relevanz, etwa 200 Jahre Entwicklungszeit braucht.
Mittlerweile hat sich die Jugendphase in den Gesellschaften etabliert. Sie folgt unmittelbar nach der Kindheit. Ihr Beginn wird oft durch das Einsetzen der Geschlechtsreifung festgelegt und durch die Übernahme einer Erwachsenenrolle beendet. In diesem Zeitraum sieht sich der junge Mensch mit unzähligen körperlichen, psychischen und sozialen Veränderungen konfrontiert. Die Reifung der Geschlechtteile setzt ein, die Stimme, die Körperformen und die Gesichtszüge verändern sich. Der Jugendliche versucht sich von seinen Eltern abzulösen und seine eigene Persönlichkeit zu definieren. Langakzeptiertes wie z.B. der Lebens- und Erziehungsstil sowie Werte und Normen der Eltern, wird hinterfragt und kritisiert. Dabei bekommt plötzlich die Gruppe der Gleichaltrigen eine wichtige Position, weil sich Jugendliche hier angenommen und verstanden fühlen.

---

[4] http://www.google.de/ (eine Suchmaschine im Internet)
[5] http://www.google.de/search?hl=de&q=Jugendfernsehen&meta= (Stand vom: 25.02.08)
[6] Sander, Uwe: Jugend. S. 257
[7] Zinnecker, Jürgen: Jugend der Gegenwart. S. 24-26