

Kinder beim Fernsehen am Drücker

01.01.2004, 10:00 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *Fraunhofer IMK*

»Kinder an die Macht«, forderte Herbert Grönemeyer vor einigen Jahren in einem seiner Lieder. Zumindest bezogen auf die Fernbedienung sind die Kleinen große Herrscher: Nach Angaben der Fachzeitschrift Media Perspektiven sitzen deutsche Kinder täglich rund 100 Minuten vor der Flimmerkiste. Viele haben ein eigenes Fernsehgerät und werden beim Durchzappen oft mit wenig altersgerechten Inhalten konfrontiert. Eine attraktivere Gestaltung von Kindersendungen durch mehr Möglichkeit zur Interaktion könnte diesen Effekt abmildern.

Im Rahmen eines jährlich stattfindenden Workshops des American Film Institute AFI entwickelte das Fraunhofer-Institut für Medienkommunikation IMK gemeinsam mit dem Disney-Channel und anderen Partnern ein Konzept für die Comic-Serie »Kim Possible«. Sie soll Kinder stärker in den Ablauf der Sendung einbinden. Das IMK war der erste deutsche Teilnehmer des halbjährigen Enhanced TV Workshops, der im Dezember 2003 endete. Kern des dabei entstandenen Prototyps ist eine Art Quartettspiel: Während der laufenden Sendung sammeln die Zuschauer per Fernbedienung Karten mit den Charakteren der Comic-Serie. Über den Rückkanal der Settop-Box können die Karten mit anderen Kindern getauscht werden. Vollständige Sammlungen beschern dann Bonus-Folgen der Serie per Video-on-demand oder Zugangscodes zu Online-Spielen. Das IMK entwickelte dafür eine Software, welche die Steuerung des Spiels und die Belastbarkeit des Systems auch mit einer großen Anzahl an Teilnehmern simuliert.

»Natürlich trachtet der Disney-Channel nach stärkerer Zuschauerbindung«, räumt Thomas Tikwinski vom IMK-Competence Center Interactive TV ein. In einem anderen Projekt entwickelt das Institut derzeit ein ähnliches Konzept für die Sendung »Blue's Clues« des US-Kindersender Nickelodeon. Zwei- bis Achtjährige werden darin vor Rätsel des Alltags gestellt. Per Fernbedienung sollen die Kinder zukünftig Einfluss auf die Lösung und den Verlauf der Sendung nehmen. »Da die Zielgruppe noch nicht gut lesen kann, müssen wir eine passende Symbolik für die Interaktion finden«, nennt Tikwinski eine wesentliche Aufgabe. Auch in Deutschland existiert ein ernst zu nehmendes Interesse an interaktivem Fernsehen. »Das Nadelöhr dafür ist jedoch die fehlende Verbreitung einer einheitlichen technischen Plattform«, weiß Thomas Miles, Redakteur und Projektleiter für die Spielentwicklung beim Kinderkanal von ARD und ZDF. »Kinder finden es immer spannend, wenn sie mitmachen können.« Jedoch: »Ein schlechtes Format wird durch interaktive Elemente nicht attraktiver!«

Ansprechpartner: Dipl.-Wirtsch.-Inf. Thomas Tikwinski
Telefon 0 22 41 / 14-21 43 Fax 0 22 41 / 14-24 49

Fraunhofer-Institut für Medienkommunikation IMK
Schloss Birlinghoven 53754 Sankt Augustin

Portrait

ARD: Fernsehnutzung im Überblick

News-ID: 24751 • Views: 1884 (Stand: 21.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/24751/Kinder-beim-Fernsehen-am-Druecker.html>