



# Deutscher Bundestag

Ausschuss für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend

Kommission zur Wahrnehmung der Belange der  
Kinder (Kinderkommission)

## Wortprotokoll der 31. Sitzung

### **Kommission zur Wahrnehmung der Belange der Kinder (Kinderkommission)**

Berlin, den 30. September 2015, 16:00 Uhr

Paul-Löbe-Haus

2.200

Vorsitz: Susann Rüthrich, MdB

## Tagesordnung

### **Tagesordnungspunkt 1** **Seite 6**

Öffentliches Expertengespräch zum Thema „Öf-  
fentlichkeit kindgerecht gestalten“

### **Tagesordnungspunkt 2** **Seite 16**

Stellungnahmen zum Thema „Medienkompetenz  
und Jugendmedienschutz. Möglichkeiten zum  
Schutz der Kinder im Netz“ sowie Stellungnahme  
zum Schwerpunktthema „Kinder und ihre Rechte“

### **Tagesordnungspunkt 3** **Seite 16**

Anliegen an die Kinderkommission

### **Tagesordnungspunkt 4** **Seite 16**

Verschiedenes



## Inhaltsverzeichnis

Anwesenheitslisten	Seite 3
Sprechregister	Seite 5
Wortprotokoll	Seite 6



Tagungsbüro

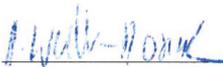


Deutscher Bundestag

**Sitzung des Unterausschusses Kinderkommission (13. Ausschuss)**  
Mittwoch, 30. September 2015, 16:00 Uhr

**Anwesenheitsliste**

gemäß § 14 Abs. 1 des Abgeordnetengesetzes

Ordentliche Mitglieder	Unterschrift	Stellvertretende Mitglieder	Unterschrift
CDU/CSU Pols, Eckhard		CDU/CSU Launert Dr., Silke	_____
SPD Rüthrich, Susann		SPD Bahr, Ulrike	_____
DIE LINKE. Müller (Potsdam), Norbert	_____	DIE LINKE. Wunderlich, Jörn	
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Walter-Rosenheimer, Beate		BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Dörner, Katja	_____

Stand: 24. September 2015  
Referat ZT 4-Zentrale Assistenzdienste, Luisenstr. 32-34, Telefon: +49 30 227-32659, Fax: +49 30 227-36339



**Anwesenheitsliste der Sachverständigen  
für das öffentliche Expertengespräch zum Thema  
„Öffentlichkeit kindgerecht gestalten“  
am Mittwoch, dem 30. September 2015, 16.00 Uhr**

Name	Unterschrift
<b>Dr. Matthias Huff</b> Kinderkanal von ARD und ZDF	
<b>Ansbert Kneip</b> Redaktionsleiter Dein Spiegel	



## Sprechregister der Abgeordneten und Sachverständigen

### Abgeordnete

Vors. Susann Rüttrich	6, 8, 9, 12, 13, 14, 16
Abg. Beate Walter-Rosenheimer	10, 12

### Sachverständige

Dr. Matthias Huff	7, 9, 10, 11, 13, 14, 15
Ansbert Kneip	6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15



## Tagesordnungspunkt 1

### Öffentliches Expertengespräch zum Thema „Öffentlichkeit kindgerecht gestalten“

**Vorsitzende:** Herzlich willkommen sehr geehrter Herr Kneip, Herr Dr. Huff zu unserer heutigen Kinderkommissionssitzung. „Öffentlichkeit kindgerecht gestalten“ haben wir sie genannt, wir sind gerade in dem Themenbereich „Beteiligung von Kindern und Jugendlichen“. Wir hatten letzte Woche „Beteiligung beim Zugang zum Arbeitsmarkt/Berufswahl“. Davor hatten wir uns Beteiligung an Wahlen bzw. Nichtwahlen und Projekte angeschaut. Heute freue ich mich, Sie bei uns zu haben, denn um sich beteiligen zu können, muss man ja auch eine Vorstellung davon haben, wie die Welt rundherum aussieht, und dazu gehört Information. Und wo informieren wir uns, wenn nicht über die Medien? – zum einen, indem Kinder und Jugendliche Medien selbst machen, aber auch indem ihnen Informationen in einer altersgerechten Art und Weise aufbereitet werden. Da freue ich mich, dass Sie uns Ihre Ansätze, Ihre Überlegungen vorstellen und wir dann in den Austausch und die Fragen übergehen können.

Ich weise darauf hin, dass wir eine öffentliche Sitzung haben, d. h., die Protokolle einsehbar sind. Was Sie nicht möchten, dass es irgendwo geschrieben steht, sollten Sie einfach nicht sagen, aber wir möchten, dass die Menschen an den Diskussionen, die wir hier führen, teilnehmen können. Am Ende der Themenkomplexe erstellen wir Stellungnahmen. Wir in der Kinderkommission haben das Privileg und die Herausforderung, einstimmig zu agieren; es ist sowohl unsere Stärke als auch die Herausforderung, aus allen Expertengesprächen gemeinsame Forderungen herauszuarbeiten.

Ich bin Susann Rührich und aktuell die Vorsitzende von der SPD-Fraktion, Herr Pols von der CDU/CSU-Fraktion hat den Staffelstab an mich übergeben, Herr Wunderlich ist heute als Stellvertreter für Herrn Müller, das ordentliche Mitglied, anwesend. Herr Wunderlich, schön, dass Sie für die Linken da sind. Den Abschluss im Vorsitz wird dann Frau Walter-Rosenheimer für die Grünen machen. Das zur Einordnung, wer wir hier

vorne sind. Damit würde ich es bei der Vorrede belassen und Ihnen das Wort geben, damit Sie beschreiben, wie sich Ihre Arbeit für die Kinder und Jugendlichen gestaltet.

**Ansbert Kneip** (Redaktionsleiter „Dein Spiegel“): Mein Name ist Ansbert Kneip, ich arbeite bei „Dein Spiegel“. Das Magazin „Dein Spiegel“ gibt es seit sechs Jahren. Wir haben unsere erste Ausgabe zur Bundestagswahl 2009 gemacht. Die Überlegung, ein Kindermagazin, ein Kindernachrichtenmagazin zu machen, gab es im „Spiegel“ schon relativ lange. Wir haben uns gefragt, ob wir das überhaupt können, ob die Welt nicht möglicherweise zu kompliziert ist, um sie Kindern zu erklären, und ob es Sinn macht, ob wir das schaffen. Wir hatten Arbeitsgruppen, die ich „Man-müsste-mal-Arbeitsgruppen“ nenne: Man traf sich, man sagte, „man müsste mal“ – und man vertagte sich. Irgendwann kam ein Kollege aus den USA, brachte einen Stapel Kinderzeitschriften mit und sagte, „da drüben funktioniert das“, und dann haben wir losgelegt. Wir sind ein sehr kleines Team, fünf Redakteure mit mir zusammen. Wir versuchen, die Inhalte des „großen Spiegel“ kindgerecht umzusetzen. Das heißt, in jedem Heft gibt es immer ein oder zwei Politikgeschichten und eine Geschichte, die irgendwie an Wirtschaft angelehnt ist. Aber wir legen auch ein großes Gewicht auf Sport, Kultur und neue Kinofilme. Wir haben außerdem Rätsel und Comics, was man im „großen Spiegel“ nicht findet. Unser Ziel ist vor allen Dingen, die komplizierte Welt so herunterzubrechen, dass Kinder sie verstehen können. Unsere Zielgruppe war am Anfang die Gruppe der 8- bis 12-Jährigen. Wir verfehlen diese Zielgruppe ein bisschen. Von den 8-Jährigen bekommen wir nur relativ wenige, und das sind dann die echt Pfiffigen. Es geht so mit neun, zehn Jahren los, mit 13/14 Jahren hören sie auf, das zu lesen. Ein 14-Jähriger liest in der Regel gar nichts mehr, es sei denn Bravo oder Sport oder ähnliches. Die Idee des Verlages ist natürlich auch, zu schauen, ob wir den Namen „Spiegel“ so bei Kindern einpflanzen können, dass sie später auch zu dem großen Magazin greifen. Ich bezweifle, dass das funktioniert, weil diese Lücke von 14 Jahren bis Studienanfang da ist. Kinder aus bildungsfernen Schichten erreichen wir nicht, das muss man direkt sagen. Das Magazin wird von Eltern gekauft. Bei dem Kaufpreis kauft sich das kein Kind von seinem Ta-



schengeld, das wird von Eltern mitgebracht oder von Eltern abonniert. Damit ist relativ klar, welche Schicht von Kindern wir erreichen. Wir haben einen sehr hohen Anteil von Kindern an Gymnasien oder an höheren Bildungseinrichtungen und relativ wenig Hauptschüler. Wir wissen auch gar nicht, wie wir das ändern können und ob wir an diese irgendwie herankommen können.

Wir haben in jedem Heft mindestens ein Kinderinterview. Diese Interviews werden tatsächlich von Kindern geführt, die Kinder werden von uns also nicht vorgeschickt und lesen einen von uns verfassten Fragezettel ab. Eines der Kinderinterviews wird immer mit einem Schauspieler oder Sportler geführt, also eher ein etwas leichtes Thema, und das andere immer mit einem Politiker oder einem Wirtschaftschef. Wir haben schon einige von den Regierungsmitgliedern dabei gehabt. Zuletzt hatten wir Sigmar Gabriel im Kinderinterview. Das Interessante an diesen Kinderinterviews ist, dass die Fragen sehr einfach sind, die Antworten die Befragten aber wirklich vor Probleme stellen. Wenn Herr Zetsche von Mercedes gefragt wird, „warum hat Mercedes eigentlich nicht das Elektroauto erfunden?“, dann gerät er ein bisschen ins Schwimmen. Als Wolfgang Schäuble gefragt wurde, „können Sie uns das mit Griechenland mal in drei Sätzen erklären?“, geriet er sehr ins Schwimmen. Wir betreuen die Kinder, die sich für ein Kinderinterview bei uns melden. Sie schicken uns die Fragen, die sie gerne stellen würden. Wir sortieren die Fragen ein bisschen um. Klassisch kommt immer die Frage, „haben Sie ein Haustier?“ und ähnliches, das lassen wir dann weg. Vor dem Interview treffen wir uns mit den Kindern und gehen den Fragekatalog, den wir leicht bearbeitet haben, durch. Bei komplizierten Interviews spielen wir das auch mal durch, dann spiele ich Gregor Gysi, oder wen auch immer, und beantworte die Fragen, und übe mit den Kindern auch, an welcher Stelle man vielleicht eine Zwischenfrage stellen oder nachfragen kann. Das sind ja keine Profis, sie machen das zum ersten Mal und sind sehr aufgeregt, was sich dann relativ schnell legt. Sie haben in der Regel immer den „Tag ihres Lebens“. Also wenn sie in so ein Gebäude wie dieses herein kommen, ist das alles schon aufregend, und es braucht ein bisschen Zeit, bis sich diese Aufregung gelegt hat. Und hinterher braucht es Bearbeitung. Wenn wir ein Interview autorisieren lassen, das

wir ja wirklich in kindgerechter Sprache zusammenfassen, ist für uns die Schwierigkeit, dass – und das betrifft gerade Politiker – nicht wieder zu viel relativiert und korrigiert wird, sondern wirklich in einfachen und klaren Sätzen das gesagt wird, was sie sagen wollen – ziemlich kompliziert. Also der Umgang mit Ihrer „Klasse“ ist der schwierigste.

**Dr. Matthias Huff** (Kinderkanal von ARD und ZDF): Ich habe mir etwas aufgeschrieben und versuche, die Philosophie des KiKA ein bisschen mit dem heutigen Thema „Öffentlichkeit kindgerecht gestalten“ zu verbinden und ein paar Ableitungen aus unseren Erfahrungen in diesem Bereich zu geben. Zu den Kernfakten: Wir sind im 19. Jahr, wir haben also am 1.1.97 begonnen zu senden. Wir senden von 6.00 bis 21.00 Uhr. KiKA heißt ausgeschrieben mit vollem Namen: Kinderkanal von ARD und ZDF. Das bedeutet zunächst ganz praktisch, dass etwa ein Drittel unseres Programms vom ARD-Kinderprogramm sowie ein Drittel vom ZDF kommt, und ein Drittel machen wir am Standort Erfurt selbst. Der Kinderkanal wurde gegründet, weil die Existenz der Kinderprogramme in den Hauptprogrammen von ARD und ZDF etwas wackelig wurde. Insofern ist hier schon die Frage angesprochen, wie sehr man ein Angebot für Kinder verspartet. Wir haben ein großes Interesse daran, dass das Kinderprogramm im Hauptprogramm von ARD und ZDF erhalten bleibt, weil wir von dort auch die starken Programme herbekommen und wir durchaus der Meinung sind, dass es nicht schaden kann, wenn Kinder auch im Hauptprogramm vorkommen. Hier haben wir programmplanerisch für eine kindgerechte Öffentlichkeit schon einen ganz relevanten Sachverhalt. Als wir 1997 begannen zu senden, hatten wir eine Zielgruppe von 10 Millionen potenziell unter 14-Jährige. Das ist nach heutigem Stand auf 6,9 Millionen geschrumpft. Es gibt schlicht weniger Kinder bzw. respektive Familien, die erreicht werden können. Die Stimme von Kindern wird quantitativ leiser in unserer Gesellschaft. Das wirkt sich nicht auf unsere Marktanteile aus, da es ja nur Anteile sind. Wir sind gerade, Stand 2015, Marktführer mit 19 Prozent. Wir liefern uns seit einiger Zeit ein Duell mit Super RTL. Wir haben nie unbedingt die Marktführerschaft beansprucht. Es hieß immer Meinungsführerschaft oder qualitative Marktführerschaft. Das hat auch etwas damit



zu tun, dass Disney als Mitspieler aufgetaucht ist und jetzt drei animationslastige Programme – Nickelodeon, Disney und Super RTL – gegen den KiKA dastehen.

Das Wesen des KiKA ist das Vollprogramm und die Vielfalt, also von Wissensprogrammen über Animation, über Spielfilme und über Serien alles. Das halten wir für wichtig, da wir davon ausgehen, dass wir ganz stark eine Genrekompetenz bei den Kindern bilden und sie mit uns auch das Medium TV bzw. jetzt auch online lernen. Da halten wir es für wichtig, dass sie von vornherein mitbekommen, welche verschiedenen Genres es gibt. Damit betrachten wir auch Unterhaltung und Info als kindgerecht. Sie werden bei uns neben den Wissensformaten also schon sehr unterhaltende Programme finden. Beim Begriff von Bildung und von Kindgerechtigkeit geht es nicht nur um die Logo-Nachrichten, Nachrichten für Kinder, die natürlich unser Schmuckstück sind, kindgerecht kann auch gute Unterhaltung sein, und Bildung findet in Spielfilmen mindestens so stark statt wie in Wissensprogrammen. Insofern denke ich, dass wenn eine Gesellschaft kindgerecht sein soll, dann geht es nicht nur um Kinder- und Jugendparlamente, so verdienstvoll diese auch sind, sondern auch um ein kindgerechtes Design einer Gesamtgesellschaft, Umwelt, alles was mitspielt. Das dritte Charakteristikum des Kinderkanals ist unsere – im Unterschied zu Ihnen – sehr weite Zielgruppe. Wir senden für Drei- bis Dreizehnjährige, es ist quasi unmöglich, wie Herr Kneip mir sagen wird, parallel Drei- bis Dreizehnjährige zu erreichen. Das tun wir durch ausgestaltete Programmflächen, vormittags eher das Kikaninchen für die Kleineren, dann Strecken für die Mittleren und Älteren. Ich glaube, wir haben ein sehr gutes Gefühl entwickelt, wie wir bestimmte Zielgruppen ansprechen. Während es im Bereich des Kikaninchens doch ganz stark um Schutz und eine geschützte Zone geht, machen wir die Erfahrung, dass sich je älter die Kinder werden, desto eher schon mal die Frage stellt, eher aus Kinderperspektive oder aus Elternperspektive zu berichten. Auf welche Seite schlagen wir uns? Ich gehe nicht davon aus, dass das unvereinbar ist; aber wenn Sie das Thema Computerspielzeit behandeln, müssen Sie sich schon einen Kopf darüber machen, ob Sie eher aus der Elternperspektive oder aus der Kinderperspektive reden. Je älter unsere Zielgruppe

wird, desto eher müssen wir uns für diejenigen positionieren, für die wir dort berichten. Seit dem letzten Jahr machen wir auch Themenschwerpunkte. Das kann man sich wie die ARD-Themenwoche vorstellen, in der wir uns eine Woche einem Thema widmen. In diesem Jahr wird es das Thema Kinderarmut sein, und zum 17. Oktober, dem internationalen Tag zur Beseitigung der Armutstaaten, stattfinden. Im Jahr 2014 hatten wir das Thema „25 Jahre Kinderrechtskonvention“. Dabei fiel uns auf – das geht wiederum in die Richtung „Öffentlichkeit kindgerecht gestalten“ –, dass wenn man über Kinderrechte redet, alle immer Bilder aus Afrika vor ihrem geistigen Auge sehen. Das Haupthindernis, das Thema zu behandeln, war so das Gefühl: „Warum? Die Kinderrechte sind doch bei uns erfüllt.“ Es wird immer auf den Bereich von Leben und Entwicklung reduziert. Daher war die Hauptherausforderung dieser Themenwoche, ein Gefühl dafür zu entwickeln, dass es in unserer Gesellschaft im Bereich Partizipation und Gleichbehandlung durchaus noch Herausforderungen gibt und man nicht von vornherein festlegt, dass bei uns alles im Reinen ist, sondern dass man dahin kommt, Kindern auch zuzuhören, sie zu Wort kommen zu lassen. Und da hat der KiKA tatsächlich eine große Möglichkeit, da wir dauernd mit Kindern drehen und Serien aus Deutschland zeigen, nicht amerikanische Highschool-Serien, sondern „Schloss Einstein“. Damit sind Kinder aus Deutschland stetig im Programm und begegnen stetig unseren Reportern. Ich glaube schon, dass das für die Kinder gut ist, weil sie tatsächlich das Leben in Deutschland aktuell erleben. Und wir erhalten einen sehr starken Input von Kindern, wenn wir mit ihnen drehen. Wir bemühen uns, unser Online-Angebot auszubauen. Wir haben eine eigene Community, eine sehr geschützte Zone, in der wir sehr wertvolle Anregungen bekommen. Die Frage am Anfang ging ein bisschen in die Richtung, was wir uns wünschen. Hier wäre ein Wunsch, unser Angebot wirklich nachhaltig auch für die Zukunft zu positionieren. Dafür ist es von großer Bedeutung, dass wir nicht nur am Fernsehen verhaftet bleiben, das weiterhin wichtig ist, sondern auch in den Bereich Online gehen und dort unser Angebot positionieren können.

**Vorsitzende:** Vielen Dank für Ihre Einleitungen, Einblicke. Ich denke, vieles können wir unter-



schreiben. Mit dem Thema Kinderrechte haben wir uns im letzten Schwerpunkt befasst und den Umsetzungsstand in Deutschland angeschaut. Ich gebe Ihnen vollkommen Recht, da haben wir noch einiges vor uns, um die Kinderrechte in Deutschland vollumfänglich umzusetzen. Dafür ist selbstverständlich das Bekanntmachen der Kinderrechte der erste Punkt, weil sich viele unter Kinderrechten gar nicht so viel vorstellen können. Und wenn die Kinder nicht wissen, was ihre Rechte sind, dann können sie diese auch nicht wahrnehmen. Ein Recht ist ja das auf Beteiligung, und die Frage ist, wie sie in der Öffentlichkeit beteiligt sind. Ich würde mit der ersten Frage einsteigen. Wie schaffen Sie es – als dem Kindesalter ja schon etwas Entrückte, wie wir auch –, den Blick dafür zu wahren, was Kinder von Ihrem Programm oder Ihrer Zeitung wollen und erwarten? Wie organisieren Sie es, dass Kinder tatsächlich einbezogen sind und wie kanalisieren Sie Rückmeldungen? Wie gestalten Sie es, den Blickwinkel der Kinder einzunehmen? Sie sprachen ja bereits das Abwägen an, ob Sie jetzt eher für Erwachsene, für die Eltern oder für die Kinder sprechen. Sie könnten vielleicht ein bisschen näher darauf eingehen, wie Sie so eine Herausforderung angehen. Wie laufen die Abwägungsprozesse ab und für was entscheiden Sie sich in der Regel zum Schluss, um den Kinderblick mitzunehmen?

**Ansbert Kneip** (Redaktionsleiter „Dein Spiegel“): Wir versuchen natürlich, möglichst viel Kontakt zu unseren Lesern zu halten. Wir machen Heftkritiken, indem wir in Schulklassen gehen und den Schülern einen Stapel Hefte geben. Wir kommen dann nach einer Woche wieder und fragen, „was hat euch gefallen, was habt ihr überhaupt gelesen, wo hättet ihr noch Fragen?“ Dieses Feedback bringt einiges. Und wir bekommen ziemlich viel Leserpost. Das liegt auch daran, dass das Heft immer zwei kleine Wettbewerbe enthält und die Beteiligung daran sehr gut ist. Und jeder, der uns schreibt, erhält eine Antwort und jeder, der uns schreibt, erhält auch die Frage, „für was würdest du dich interessieren?“ Wenn sich Kinder als Leserreporter bewerben, fragen wir auch, „wofür interessierst du dich?“ Das heißt, wir reden sehr viel mit ihnen und erhalten sehr viele Rückmeldungen. Möglicherweise ist das eine Filterbubble, denn an diejenigen, die sich nicht melden, kommen wir ja nicht heran. Aber meiner Erfahrung nach wün-

schen sich die Kinder ziemlich viel harten Stoff, also wirklich harte Informationen. Natürlich wollen sie von einem Heft auch unterhalten sein, aber niemand sagt, „bitte, baut noch einen Comic ein“, sondern sie haben Nachfragen gerade zu den schwierigeren Themen. Wir stellen fest, dass Kinder in unserem Zielgruppenalter sehr empathiefähig sind und ein unglaublich ausgeprägtes Gerechtigkeitsgefühl haben, d. h., wann immer irgendwo auf der Welt irgendetwas passiert, das in irgendeiner Form ungerecht, böse ist oder sich nicht gehört, erhalten wir sehr viele Rückmeldungen. Deswegen entscheiden wir uns auch immer wieder dafür, schwierige Themen zu bringen. Ein schwieriges Thema kann sein, einen politisch komplizierten Vorgang zu erklären. Ein schwieriges Thema kann aber auch die Frage sein, „würdest du deine Organe spenden?“, oder auch die Reportage über ein Kind, das eine neue Niere bekommen hat. Diese Themen finden sehr viele Leser. Sie sind sehr empathiefähig und fragen in der Tat nach härterem Stoff, als wir ihn eigentlich in der Masse liefern wollen. Also wir drehen das schon ein bisschen herunter und sagen, wir brauchen mehr Spaß, wir brauchen eine optische Strecke und wir brauchen auch ein paar süße Tiere. Beim Mischen des Heftes gibt es eigentlich immer den Kampf, dass wir zu schwer sind, weil das halt sehr nachgefragt wird.

**Dr. Matthias Huff** (Kinderkanal von ARD und ZDF): Also wir sind etwas unterschiedlich im Design, deswegen ...

**Vorsitzende:** Wäre ja auch langweilig, wenn Sie beide dasselbe berichten würden.

**Dr. Matthias Huff** (Kinderkanal von ARD und ZDF): ...deswegen stellt sich bei uns die Frage anders. Ich möchte kurz auf das Recht des Kindes verweisen, einen Spielfilm auch einmal ganz anschauen zu können, ohne interaktiv beteiligt zu werden. Das Fernsehen im klassischen Sinn hat durchaus die Stärke, einfach mal zu fesseln und nicht von vornherein Rückkanäle zu eröffnen. Durch das Programm des KiKA zieht sich die Tatsache, und das ist ein sehr wichtiges Gut, dass wir jetzt und hier in Deutschland produzieren können. Die Rückkanäle zu den Kindern beginnen



bei uns mit den Bildern, die für das Baumhaus eingereicht werden. Es kommen 4.000 pro Monat und wir können nur ungefähr 80 zeigen. Wer es nicht kennt: Wir zeigen jeden Abend um 19.00 Uhr, zu unserer Primetime vier Kinderbilder, die uns geschickt wurden, die am Himmel vorbeiziehen und von Juri oder Singa beobachtet werden. Und wer in der Schatzkiste liegt, bekommt dann noch ein kleines Geschenk. Der Stern bringt das Bild, das Geschenk liegt in der Schatzkiste. Wir drehen sehr viel draußen mit Kindern und bekommen dort Rückmeldungen. Das Format, das ich verantwortete, KiKA LIVE, macht häufiger den sogenannten Trendcheck. Dafür gehen wir auf den Schulhof und fragen nach dem aktuellen Musikgeschmack, aber auch nach Aufregern. Wir drehen sehr viel auf Schulhöfen und bekommen dort das Feedback. Wir bekommen sehr viel Post, die alle beantwortet wird, wie bei Ihnen, das ist klar. Unsere Zuschauerredaktion ist sehr groß, sie ist eine unserer größten Redaktionen. Quoten und Marktanteile machen uns im Kinderprogramm nur bedingt schlau, weil sie nicht so aussagekräftig sind, was die Akzeptanz einer Sendung zu einem Zeitpunkt angeht. Ein qualitatives Feedback über Online zu bekommen und zu schauen, worüber sie reden wollen, ist eine großartige Möglichkeit des Austausches. Wir haben mit der Diakonie den Kummerkasten, von dem jedes Kind, das sich an uns wendet, anonym Lebenshilfe bekommen kann. In Foren können sie sich auch gegenseitig Hilfe geben. Wenn sich 12-, 13-, 14-Jährige auf KiKA-Seiten in einem Forum gegenseitig unterstützen, kommen wir in die Bereiche, wo wir fragen, wo gönnen wir den Kindern auch eine Verwirklichungszone? Wenn im Kummerkasten Selbstbefriedigung thematisiert wird, ergibt sich schon die Frage, wo man die Grenzen des Chats der 13-Jährigen zieht. Dort, wo wir den Kindern, den Zuschauern eine große freie Zone gönnen, ziehen wir unglaublich viel Gewinn und erfahren, was im Augenblick unter den Kindern angesagt ist. Es durchzieht uns ein Netz von Rückkanälen auch durch die Tatsache, dass wir hier und heute auch produzieren.

Abg. **Beate Walter-Rosenheimer** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Sie haben gesagt, dass meistens die Eltern „Dein Spiegel“ abonnieren und die Zeitschrift daher auch nur eine bestimmte Schicht erreicht. Könnte man das ändern, wenn man die

Zeitschrift online stellen würde? Denn dann wäre der Zugang auch für die anderen wesentlich günstiger. Das wäre vielleicht eine Möglichkeit, die Zeitschrift einer breiteren Schar von Kindern und Jugendlichen zur Verfügung zu stellen. Denn die Überlegung, es in die Schulen zu geben, scheitert meistens doch irgendwie. Sie liegen dann da, und eigentlich müsste sie jemand mit den Kindern und Jugendlichen anschauen. Es geht mir um die Frage, warum Sie sich entschieden haben, nicht online zu gehen.

**Ansbert Kneip** (Redaktionsleiter „Dein Spiegel“): Es gibt eine App, man kann das Heft auch auf dem I-Pad und dem Handy lesen, aber dafür muss man bezahlen. Wenn wir unsere Inhalte einfach online stellen würden, könnten wir es nicht finanzieren, das ist ganz simpel. Werbung für Kinder ist eine sehr schwierige Sache. Schon unsere Anzeigen sind ein bisschen vorsortiert. Einerseits sehen wir zu, dass wir manche Werbung nicht aufnehmen. Andererseits haben Werbekunden, die wir vielleicht gerne hätten, weil sie sehr finanzstark sind und große Kampagnen machen, eine Selbstverpflichtung, dass sie sich nicht an unter 12-Jährige richten; Nutella haben wir daher z. B. nicht. Ein Online-Angebot müsste man finanzieren, ohne dass man dafür etwas bekommen würde. Es ist schlicht eine finanzielle Frage. Bei der Gründung haben wir mit Absicht keine Webseite gebaut, und zwar aus der Überlegung heraus, dass die Eltern, die das Heft kaufen, froh sind um jede Minute, die ihr Kind nicht im Internet ist oder nicht am Computer sitzt, sondern etwas liest. Diesen Kampf haben die Eltern mittlerweile, das ist ja sechs Jahre her, komplett verloren. In unserer Zielgruppe hat praktisch jeder ein Smartphone und ist kaum davon loszukriegen, es sei denn, man wechselt das Medium und gibt dem Kind ein Heft in die Hand, das so gemacht ist, dass es das Kind auch fesselt. Wenn es das tut, legt es das Handy auch mal zur Seite. Die App bewerben wir und sehen zu, dass wir immer extra Inhalte haben. Sie verkauft sich nicht sonderlich gut. Das Heft liegt bei etwa 85.000, davon sind 45.000, 46.000 Abonnenten, also das ist sehr solide. Die App gibt es seit einem Jahr und liegt im knapp vierstelligen Bereich.

**Dr. Matthias Huff** (Kinderkanal von ARD und ZDF): Da sind wir durch die werbefreie Finanzie-



rung über Gebühren in einer privilegierten Stellung. Ich denke dennoch, dass „Dein Spiegel“ und wir an einer Stelle in einer ähnlichen Position sind, nämlich indem wir in einer ganz deutlichen Konkurrenz zur Nutzung von Online-Angeboten von Youtube und anderen stehen. Ich weise aber darauf hin – auch ein bisschen mit Ihrer Erfahrung übereinstimmend –, dass Kinder, die sich online durchaus sehr viel Trash mit großer Begeisterung anschauen, von Markenprodukten wie dem KiKA oder „Dein Spiegel“ nicht unbedingt dieselbe leichte Kost erwarten. Ich glaube, man würde einen Fehler machen, wenn man sich in dieser Online-Welt unerkennbar machen würde. Wir punkten, weil wir wirklich Qualitätsprodukte liefern, diese werden bei uns deutlich gesucht, und da bin ich bei Ihnen. Wir haben schon Heidegger für Kinder gemacht, ich habe die abrahamitischen Religionen in Jerusalem für Kinder erklärt. Wir haben mit dem Bundestag Politibongo, das heute noch eingesetzt wird, mit den Puppen im Reichstag gemacht. Ich glaube durchaus, dass man in einer sich unglaublich aufspaltenden Landschaft seinem Stil treubleiben muss, um erkennbar zu sein.

**Ansbert Kneip** (Redaktionsleiter „Dein Spiegel“): Zur Frage, wie wir Kinder über die Schule erreichen, möchte ich noch etwas ergänzen. Theoretisch würden wir uns das sehr wünschen und haben das auch versucht. Es ist in der Tat so, wie Sie es angedeutet haben, dass wenn wir an jede Schule zwei Hefte schicken würden, dann hätten wir keinerlei Kontrolle darüber, wo das Heft liegt. Das nimmt vielleicht der Direktor oder die Sekretärin mit nach Hause oder es liegt vielleicht im Lehrerzimmer herum. Wir wissen das schlicht nicht und erhalten auch keine Rückmeldung. Wir wissen, dass wir relativ viel von Schulen abonniert sind, unseren Abonnentenstamm kennen wir ja. Das Heft liegt dann in der Schulbibliothek und wird in der Pause gelesen – allerdings auch nur von denjenigen, die in der Pause in den Leseraum gehen, um sich ein Heft auszuleihen. Wir wissen, dass viele der Texte in der Schule eingesetzt werden. Es gibt im Heft eine Rubrik „Dafür/Dagegen“. Das ist im Grunde die klassische Erörterung und wie gemacht für einen Lehrer, der gerade die Erörterung durchnimmt: Man hat ganz klar ein Dafür, ein Dagegen, zwei Leute, zwei Meinungen. Wir merken das daran, dass wir manchmal 25 Leserbriefe

aus demselben Dorf erhalten, die alle zu diesem Thema Stellung nehmen. Dann wissen wir, wieder hat ein Lehrer die Hausaufgabe gegeben, „fasse das zusammen, bilde deine eigene Meinung und schreibe einen Leserbrief.“ So zweimal im Monat etwa erhalten wir dann aus einem Dorf 20, 25 Briefe. Ansonsten ist es sehr schwer, in die Schulen hineinzugehen. Wir haben uns etwas anderes überlegt, wie wir an die Zielgruppe insgesamt herankommen können – über die Kieferorthopäden. Unsere Zielgruppe sitzt beim Kieferorthopäden und trägt Zahnklammern. Das heißt, wir versuchen, das Heft in den Wartezimmern zu positionieren, da haben wir dann tatsächlich alle Schichten.

**Dr. Matthias Huff** (Kinderkanal von ARD und ZDF): Kurz zu einem weiteren, für uns wiederum eher vorteilhaften Unterschied. Es ist zweifelsohne so, dass wir bei den 11-, 12-Jährigen, 13-jährigen Jungs auch etwas schwächer und in gewissem Maße schichtspezifisch werden. Da der KiKA ab drei sendet, hat er den großen Vorteil, dass er mit dem öffentlich-rechtlichen Angebot sehr breit aufgestellt ist, je jünger die Kinder sind. Bei den 4-Jährigen ist anhand der Zahlen eine schicht- oder geschlechtermäßige Differenzierung fast nicht zu erkennen. Man sagt, „mein Kind kann anfänglich Fernsehen gucken, das ist ein Programm, vor das ich es beruhigt setzen kann“, und das ist ein Vorteil, mit dem wir arbeiten. Durch den frühen Beginn sind wir nicht so schichtspezifisch ausgerichtet, sondern erreichen wirklich noch weite Teile der Bevölkerung. Würden wir mit neun Jahren mit einem Angebot wie der „Spiegel“ anfangen, wäre es ähnlich. Aber wir senden sehr breit, und das ist wirklich eine Qualität, die wir haben.

**Ansbert Kneip** (Redaktionsleiter „Dein Spiegel“): Ich darf vielleicht noch eines anfügen. Wir wissen, dass wir auch die etwas bildungsferneren Schichten erreichen, allerdings in einer höheren Altersgruppe. Ich kann das nicht empirisch belegen, sondern nur aufgrund von Rückmeldungen von Lehrern. Wir werden auch in Hauptschulen eingesetzt, da allerdings in höheren Klassen. Diese entsprechen dann eigentlich nicht mehr der Zielgruppe, sie sind vielleicht an einem Thema interessiert, das sie gerade durchnehmen. Das gilt auch für internationale Klassen, um die Sprache zu



lernen, weil bei uns die Sprache viel einfacher ist als in anderen Magazinen. Das sind dann durchaus auch Leute im Alter von 17, 18 Jahren. Diese sind an der Aufmachung dieser Kinderhefte nicht mehr so interessiert, aber sie bekommen Inhalte in einer einfacheren Sprache.

Abg. **Beate Walter-Rosenheimer** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Ich will noch einmal nachhaken. Ich habe das gar nicht gefragt, weil ich finde, dass es unbedingt online sein sollte, sondern um allen Kindern und Jugendlichen den Zugang zu gewährleisten. Wir haben in Deutschland einfach viel Bildungsungerechtigkeit was die Zugänge angeht. Meine Kinder sind jetzt zwischen 16 und 24 Jahren und ich kenne den KiKA gut. Meine Kinder durften nichts anschauen, wenn kein Erwachsener dabei war. Ich fand es gut, wenn man dabei sitzt und auch erklären kann. Das passiert sehr häufig nicht, weil das Fernsehen natürlich ein guter Babysitter ist. Bei KiKA ist es sicher so, dass breitere Schichten davor sitzen, und beim „Spiegel“ ist es mit Sicherheit anders. Das ist eigentlich sehr schade. Der Zugang zu Bildung ist sehr abhängig vom Elternhaus und von dem, wie sich Eltern mit den Kindern beschäftigen können. Außerdem gibt es in den Schulen zu wenig politische Bildung. Als Grüne-Fraktion fordern wir immer eine Absenkung des Wahlalters, aber immer verbunden mit mehr politischer Bildung zu einem früheren Zeitpunkt, so dass sie sich auch mit den Themen auseinandersetzen. Ich habe zwei Kinder, die mit 16 und 17 Jahren noch auf dem Gymnasium sind. Wenn ich sie frage, ob sie etwas zu einem Thema gemacht haben, kommt die Antwort, dass keine Zeit war. „Habt ihr darüber diskutiert?“ – „machen wir vielleicht nächste Woche in Deutsch, und wenn’s da nicht klappt, vielleicht in Englisch.“ Frage ich nach „habt ihr’s gemacht?“ „Nein“. Das kommt überhaupt viel zu kurz. Das ist das eine.

Das mit der leichten Sprache ist das andere. Wir versuchen immer, unsere Texte in leichte Sprache zu bringen. Dieser „Politikersprech“ ist gerade bei den Jugendlichen sehr unattraktiv. Die Idee, das verständlicher darzustellen, kann daher für viele Menschen interessant sein. Abgesehen von der kind- oder jugendgerechten Aufmachung, liegt darin auch eine große Chance, wenn man überle-

gen würde, wie man wirklich früh Kinder und Jugendliche für solche Themen interessiert. Das tun wir sicher nicht, wenn wir uns jetzt hinstellen – nichts gegen die wertvollen Kollegen und Kolleginnen – und mit dieser Politikersprache beginnen. Da schalten sie nach wenigen Minuten ab. Daher ging es mir auch darum, wie man den Zugang offener machen kann und die Kinder und Jugendlichen mehr mitnehmen kann, gerade wenn sie zuhause keine Eltern haben, die sich darum kümmern.

**Ansbert Kneip** (Redaktionsleiter „Dein Spiegel“): Natürlich sind die Schulen der Schlüssel; eigentlich sind die Elternhäuser der Schlüssel – aber wie wollen wir Eltern sagen, „bitte, kümmert euch mehr um eure Kinder.“ Eltern delegieren vieles an die Schule, erwarten viel Erziehungsleistung von der Schule. Bei den Schulen ist in den letzten Jahren sehr viel an Aufgaben dazugekommen, um das sie sich alles kümmern sollen. Das ist im Grunde wiederum eine originäre Aufgabe der Schule, denn Teilhabe beginnt mit Wissen, und Wissensvermittlung findet in der Schule statt und hat dort stattzufinden. Möglicherweise müssten wir Schulen von anderen Aufgaben entlasten, die nicht originär Schulaufgaben sind und müssten Eltern mehr in die Pflicht nehmen, damit sich Schule um Vermittlung von Wissen kümmern kann. Wissen führt zur Neugierde, führt zu „Mehr-wissen-wollen“ und Wissen führt zum Wunsch nach Teilhabe. Das ist relativ simpel gesagt und sehr, sehr schwer umgesetzt.

**Vorsitzende:** Ich möchte Ihnen beiden eine generelle Frage stellen. Wie nehmen Sie die Öffentlichkeit und das Angebot für und mit Kindern wahr? Wir haben jetzt schon von bestimmten Hemmnissen gesprochen. Finden Kinder und Jugendliche aus Ihrer Sicht in der medialen Öffentlichkeit genügend statt? Haben sie eigentlich genügend Angebote? Wie schätzen Sie auch generell die Qualität ein? Was bräuchte es ggf., um die Öffentlichkeit, also die Medienlandschaft mit mehr Kinderbewusstsein auszustatten bzw. die Kinder mehr daran zu beteiligen? Sie sprachen ja selbst davon, dass die Zielgruppe immer kleiner wird und wirtschaftlich schwer ansprechbar ist. Wir haben das auch bei Filmen für Kinder, die man de facto nicht wirtschaftlich ins Kino bringen kann,



obwohl sie häufig sehr gut sind. Wie würden Sie in der Vogelperspektive die Situation in Deutschland beschreiben, was kann man da noch tun?

**Ansbert Kneip** (Redaktionsleiter „Dein Spiegel“): Ich glaube, man muss in Deutschland unterscheiden: Kinder, die in Großstädten leben, haben ein sehr breites Angebot. Es gibt Kindermuseen, es gibt Kinderveranstaltungen vor allen Dingen in Großstädten. Da halte ich die Kinder nicht für unterversorgt. Natürlich müssen sie wahrgenommen werden, und man kann sich auch fragen, warum so wenige Eltern mit ihren Kindern in ein Wissensmuseum gehen. Warum gehen sie nicht in das Kino, das tatsächlich diesen einen Film zeigt, sondern gehen ins UCI, wo sie sich dann irgendeinen Mist anschauen. Aber in Großstädten halte ich das nicht für so wahnsinnig problematisch. Im Flächenland – und sehr viele Kinder leben in der Fläche – gibt es extrem wenig Angebote. Es gibt den Sportverein, es gibt den Musikverein, und die machen eben das, was Sportvereine und Musikvereine so machen. Öffentlichkeit oder Nachdenken über Öffentlichkeit, Teilhabe findet da im Grunde nicht statt, es sei denn, Kinder organisieren sich selbst und lernen demokratische Prozesse beim Wählen eines Jugendbeauftragten im Verein, bei der Freiwilligen Feuerwehr und lernen dabei Strukturen kennen und welche Prozesse dazu führen, dass jemand in dieser Gruppe das Sagen hat. Das sind aber, glaube ich, Ausnahmen, und ich sehe die Problematik wirklich in dem Raum außerhalb von Großstädten. Zu den Großstädten kann man hier nur eine Hand voll zählen.

**Dr. Matthias Huff** (Kinderkanal von ARD und ZDF): Bei Kinderangeboten im allgemeinen würde ich meine Kompetenz überschritten sehen, aber wenn man es auf Medienangebote fokussiert, sind es nach meinem Gefühl zwei Dinge. Das eine ist tatsächlich eine Mentalitätsfrage. Es ist ja nicht so, dass Kinder im allgemeinen Medienangebot – sei es TV, sei es Kinofilme – nicht stattfinden, aber sie finden sehr häufig in der Form statt, dass es sich um „süße“ Kinder handelt, wie bei Dingsda oder zu Urzeiten bei der Minipayback-Show und ähnliches. Demgegenüber hat der KiKA die Überzeugung, dass das Kinderleben aus der Kinderperspektive selbst nicht notwendigerweise süß, kitschelig und nett ist; dass also der Blick auf Kinder

nicht nur dieser behütende, patriarchalische oder bemutternde Blick sein kann, sondern dass man tatsächlich auch sagt, „wir haben von denen auch selbst etwas zu hören.“ Es ist eine Mentalitätsfrage, wie man Kinderdasein nicht nur aus einer Erwachsenenperspektive definiert, sondern tatsächlich auch sagt, „wir wissen nicht automatisch schon jetzt, dass es den Kindern gut geht und was sie wollen, wir müssen sie auch selbst zu Wort kommen lassen.“ Das ist das eine. Andererseits denke ich schon, dass der Zugang zu öffentlich-rechtlichen Kinderprogrammen und überhaupt zu hochwertigen Programmen im Telemedienbereich beschränkt ist. Man muss sehen, wie sich der Jugendkanal etabliert. Es ist für uns schon eine wichtige Frage, dass wir tatsächlich für breite Schichten auch im Internet zu finden sind und auch dort die Landschaft bereichern können.

**Vorsitzende:** Dann noch einen Aspekt, der den aktuellen Bezug nach Deutschland lenkt. Haben Sie Wünsche oder Vorschläge, wie die vielen Kinder, die unsere Sprache im Moment noch nicht sprechen und die gerade neu nach Deutschland kommen und häufig mit großer Wahrscheinlichkeit bei uns bleiben werden, auch über Medien ansprechbar sind? Gibt es Konzepte, Integrationsleistung auch für Flüchtlingskinder flankierend mitzudenken?

**Dr. Matthias Huff** (Kinderkanal von ARD und ZDF): Hierzu weiß ich, dass es verschiedene Denkrichtungen, Überlegungen auch beim WDR gibt. Wie Herr Kneip sagte, liegt es definitiv sehr nahe, diese Sendungen im einfachen Deutsch und bei uns ab dem Kindergartenalter zu nutzen, um Deutsch zu lernen. In verschiedenen Häusern gibt es Bestrebungen, es von uns selbst aus anzubieten. Da es nicht unser Kerngeschäft ist – so hart das jetzt auch klingt –, kann ich nur sagen, dass wir unsererseits überlegen werden, in welcher sinnvollen Form wir unsere Programme hier einbringen können. Umgekehrt denke ich, dass Sie in allen Häusern eine große Bereitschaft finden werden. Wir kennen die Bedürfnisse nicht in dem Maße. Wir wissen, was wir haben, aber wir wissen nicht, wo es wie eingesetzt werden soll. Ich denke, das können wir uns überlegen. Konkret überlegen wir beim KiKA, in welcher Form wir Besucherdienste ausweiten. Vor Ort bemühen wir uns mit



Kollegen darum, was wir im Bereich von langfristiger Integration tun können. Wir sehen tatsächlich eine große Chance des Kinderfernsehens im Bereich jetzt nicht der Erstversorgung, sondern der Integration. Ich glaube, der WDR hat schon ein Paket geschnürt und angeboten. Wir sind natürlich für jeden Hinweis aus der Öffentlichkeit, wo unser Programm gebraucht wird, extrem offen, um dann auch unbürokratisch zu überlegen, wie man es sinnvoll zur Verfügung stellen kann. Das sollte ein beidseitiger Prozess sein. Es wäre für uns großartig, wenn wir dort Hilfe leisten könnten.

**Ansbert Kneip** (Redaktionsleiter „Dein Spiegel“): Ich würde davon abraten, fremdsprachige Programme oder fremdsprachige Medien einzusetzen. Gerade die Kinder lernen sehr schnell Deutsch, viel schneller als die Erwachsenen. Sie sind maximal ein Jahr in den internationalen Klassen und gehen dann in die normale Schule. Ich habe selbst Kinder in der internationalen Klasse besucht. Sie sind seit zwei Monaten hier und sprechen besser Deutsch, als ich jemals in meinem Leben Arabisch sprechen können werde. Fremdsprachen sind der völlig falsche Weg. Man muss den Flüchtlingen klar machen, dass Deutsch die Sprache ist, die hier gesprochen wird – „und ihr lernt das jetzt.“ Das ist auch keine Überforderung, das können ganz viele. Wie weit man nun inhaltlich darauf eingeht und mehr von deutscher Kultur erklärt oder auf deren Hintergrundkultur eingeht, das weiß ich nicht, da bin ich wirklich überfragt. Rein gefühlsmäßig würde ich eher dazu tendieren, mehr Wissen über Deutschland zu verankern. Also von der Vermittlung her klarzumachen, dass „wenn das hier eure Heimat sein soll, dann nehmt auch bitte ein bisschen von der Kultur auf.“ Was nicht heißt, „vergess alles, mit dem ihr hergekommen seid“, aber wenn ihr uns bereichert, dann hat die Bereicherung auch etwas damit zu tun, dass die hiesigen Standards angenommen und vermittelt werden.

**Vorsitzende:** Vor meinem inneren Auge habe ich auch die Beschreibung, die Sie vorhin bei den Politikerinterviews hatten, nämlich dass Kinder häufig mit einer sehr großen Offenheit und sehr großen Klarheit an die Dinge herangehen und ein Gerechtigkeitsempfinden haben. Ich kenne das auch von meinen Kindern im Kindergarten, die es enorm spannend finden, dass andere Kinder an-

dere Sprachen sprechen. Sie fragen mich dann, was auf Italienisch oder Arabisch das und das heißt – „weiß ich ja nicht, musst du deine Freundin im Kindergarten fragen.“ Bei Kindern nehme ich – wie Sie alle wahrscheinlich auch – eine Offenheit und eine Neugier wahr. Das Spannende wäre, diese Neugier zu bewahren und auch die Offenheit für Verschiedenheit als einen Wert zu festigen. Dafür können Medien, die sich an Kinder richten, eine ganze Menge tun, indem sie den anderen als ein normales anderes Kind darstellen und nicht nur als ein Problemkind oder ein Flüchtlingskind.

**Dr. Matthias Huff** (Kinderkanal von ARD und ZDF): Ich nehme an, das ist auch beim „Spiegel“ genauso: Die kulturelle Vielfalt ist wirklich eines der Standardthemen im KiKA. Wir haben eine Reportagereihe „Schau in meine Welt“ mit ganz nahen Porträts von Kindern aus aller Welt. Wir wissen allerdings auch, dass kulturelle Vielfalt nicht nur in expliziten Programmen gelernt wird, entscheidend ist auch, wie weit das Thema in die Normalität von Spielfilmen und Serien eingeht und es gerade nicht nur auf spezialisierten Plätzen stattfindet, sondern das gesamte Programm durchzieht. Das Thema Flüchtlinge ist bei uns seit einiger Zeit ständig thematisch dabei. Auch in unserer Kinderarmutswoche werden wir den Spagat versuchen, klarzumachen, dass hier nichts gegeneinander auszuspielen ist, sondern die Unterstützung von Schutzbedürftigen ein ganz wesentliches Argument ist. Für den Prozess des Lernens kultureller Vielfalt ist es wichtig, dass es wirklich das Gesamtprogramm durchzieht. Ich glaube, da ist der KiKA relativ weit vorne. Wir werden auf jeden Fall unsererseits prüfen, wo es im Bereich der Integration die Möglichkeit gibt, KiKA-Programme einzusetzen. Wer immer auf den KiKA oder die Anstalten zugeht und um den Einsatz von Programmen in bestimmten Projekt bittet – da steht ja letztendlich immer eine Lizenzfrage dahinter –, dem wird in einer schnellen, unbürokratischen Weise geholfen werden. Wo immer wir diese Aufgabe mit dem mit Gebührengeld hergestellten Programm unterstützen können, machen wir das gerne.

**Vorsitzende:** Meine Neugier ist bis auf einen Punkt gestillt, den ich noch anbringe möchte, und zwar



zu den Kindern oder Jugendlichen, die Sie als Kinderreporter oder Interviewer, Interviewerinnen einsetzen. Dazu würde ich gerne aus Ihrer Sicht die Beschreibung hören, was das mit den Kindern macht. Was passiert mit den Kindern, die sich selbst als Teil der Medien und der Öffentlichkeitschaffenden einbringen dürfen – außer dass es für sei ein aufregender und spannender Tag ist. Ich vermute, da stehen noch mehr Prozesse dahinter, die Sie mit den Kindern machen, damit sie nicht einfach losgeschickt werden und Herrn Schäuble irgendetwas fragen, und es wird ja auch eine gewisse Nachhaltigkeit bei den Kindern haben. Vielleicht können Sie noch einmal beschreiben, was mit den Kindern passiert, die selbst Medien machen oder ein Teil der Medien werden.

**Ansbert Kneip** (Redaktionsleiter „Dein Spiegel“): Das kann ich anekdotisch aufbereiten. Ich habe relativ viele ehemalige Leserreporter, da diese immer wechseln. Wer das einmal gemacht hat, ist nicht wieder dran, da wir einen sehr großen Stapel von Bewerbungen haben. Relativ viele von denen melden sich später und fragen nach einem Schülerpraktikum, weil sie auch Journalist werden wollen. Ich weiß von vielen, dass sie sich nach den Gesprächen mehr für das Thema interessieren, dass sie das weiterverfolgen. Manchmal erhalte ich ein Jahr später eine Schülerzeitung, in der derjenige etwas geschrieben hat. Ich weiß, das kommt daher, dass er Herrn Schäuble oder einen anderen etwas gefragt hat. Und ich stelle fest, dass Kinder über das, was sie da erleben, nachdenken. Ein kleines Beispiel: Ich hatte vorhin schon erwähnt, dass wir beim Mercedes-Chef Zetsche waren. Mercedes hatte das große Anliegen, den Kindern klarzumachen, was für ein schönes, umweltfreundliches Unternehmen es ist. Nach so einem Gespräch gibt es immer einen Fototermin mit den beiden Kindern. Mercedes hatte sich darum bemüht, ein umweltfreundliches Auto herbeizuschaffen, Herrn Zetsche und die beiden Kinder hineinzusetzen und zu fotografieren. Das war ein Brennstoffzellenauto und wirklich sehr modern – aber vom Aussehen her Mercedes-B-Klasse und ziemlich langweilig. Die Presseabteilung oder Herr Zetsche selbst hatten dann dafür gesorgt, dass außerdem dieser große schöne rote Flügeltürer mit viel 100 PS und vielen Stundenkilometern vor der Tür stand. Nun raten Sie mal, in welchem Auto sich die Kinder fotografieren lassen wollten und

mit welchem Auto sie eine kleine Probefahrt machen wollten, nachdem sie vorher im Interview Herrn Zetsche die ganze Zeit mit Umweltfragen gelöchert hatten? Beim Verlassen des Geländes habe ich dann mit beiden darüber geredet, ob das nicht vielleicht ein kleiner Widerspruch ist – das eine gut finden und in dem anderen Auto sitzen wollen. Das hat sie sehr nachdenklich gemacht, das war ihnen selbst schon aufgefallen. So ein Erlebnis bewegt tatsächlich etwas in den Kindern. Es gibt in vielen Interviews tatsächlich ein kleines Aha-Erlebnis, mit dem man etwas mitnimmt.

**Dr. Matthias Huff** (Kinderkanal von ARD und ZDF): Nach 25, 26 Jahren „logo“, das ich mitgründen durfte, haben wir unfassbar viele ehemalige logo-Kinderreporter, die heute bei uns arbeiten. Bei uns ist das schon sehr früh tatsächlich so geworden: „ich war früher logo-Kinderreporter“. Ich kann die Folgen für ein Kind, das ins Fernsehen kommt, auf die Art und Weise pädagogisch vertreten. Dass man ein bisschen backstage arbeiten konnte, sorgt eigentlich bei allen für eine sehr realistische Einschätzung des Gewerbes, weil diese Distanz weg ist. Dadurch bekommt man einen etwas realistischeren Eindruck, der vielleicht tatsächlich dazu führt, dass man sich für das Gewerbe etwas stärker interessiert. Es ist nicht auszuschließen, dass man dort einen kurzen Höhenflug bekommt; da am nächsten Morgen alle wieder um 8.00 Uhr in ihre Klasse gehen, glaube ich aber, dass die Klasse im Regelfall das sehr schnell regelt und keine psychologischen Schäden zu erwarten sind. Das regelt sich bis zur zweiten Schulpause am nächsten Tag ganz schnell wieder ein.

Wir haben unglaublich schöne Kinderreporterinterviews mit Kanzlern und Kanzlerin sowie Präsidenten gemacht. Das ist immer ein sehr schönes Genre, ein Kind fragt Politiker. Dennoch ist mir hier auch noch wichtig zu sagen, dass das zwar wichtig und eine sehr interessante Art und Weise ist, die Politiker anders kennenzulernen; Kindern Interviews zu geben oder sich auch mal in einer Sitzung in einem Parlament zu öffnen, ersetzt jedoch nicht die stetige kindgerechte Arbeit. Ich versuche das in einen Zusammenhang zu stellen. Ich finde die Frage der Absenkung des Wahlalters aus vielen, vielen Interviews, die ich geführt habe, sehr spannend. Mir gingen beim Gespräch mit



Kindern, die das fordern, immer irgendwann die Gegenargumente aus. Das ist durchaus ein interessanter Bereich. Kulturpolitik hat die Kinderwelt durch die Einführung von G12 einschneidend geändert, und zwar nur unter dem Wirtschaftsaspekt, in meiner Wahrnehmung wurde nur an wenigen Stellen die Entwicklung des Kindes reflektierte. Ich wüsste nicht, dass es eine großflächige Einbindung von Kinderstimmen in den G12-Prozess gegeben hat. Das eine ist, sich punktuell auch unmittelbar Kindern zu öffnen, aber andererseits gilt es auch, den Kinderaspekt bei allen politischen Entscheidungen mitzuführen. In diesem Zusammenhang ist dieses rein Punktuelle, so schön es bisweilen ist und wir es schätzen, nur ein Punkt. Ich glaube, wesentlich ist wirklich die stetige Mitführung des Kinderaspektes bei allen politischen Entscheidungen, die man trifft.

**Vorsitzende:** Ein schöneres Schlusswort hätten wir wahrscheinlich nicht bringen können. Beteiligung ist nicht etwas Einmaliges oder Symbolisches, damit es irgendwie nett aussieht, sondern etwas, das ebenso wie die Kindgerechtigkeit immer mit-

gedacht wird. Wir haben noch mehrere Initiativen vor uns wie der Kinder- und Jugendrechtecheck; die Monitoringstelle wird sich damit befassen. Wir Kinderpolitikerinnen und -politiker sind da dran und wollen immer ein bisschen mehr für die Kinder als morgen geht. Aber ich glaube, es ist auch unser Job, da zu drängen. Deswegen laden wir uns auch Sie als Experten ein, um uns aufzeigen zu lassen, wo es noch Baustellen gibt.

Es gibt jetzt keine weiteren Wortmeldungen. Ich bedanke mich bei Ihnen dafür, dass Sie uns zur Verfügung gestanden haben. Wir haben wieder vieles gelernt. Wir werden eine Stellungnahme machen, die wir Ihnen dann gerne auch zukommen lassen. Sollten wir weitere Fragen haben, werden wir uns nicht scheuen, an Sie heranzutreten. Wenn Sie Dinge haben, die wir wissen sollten, können Sie sich auch jederzeit gern an uns wenden. Ich unterbreche die Sitzung für fünf Minuten und dann gehen wir in den nichtöffentlichen Teil.

Schluss der Sitzung: 18.04 Uhr

gez. Susann Rührich, MdB  
**Vorsitzende**