

Nickelodeon:

Klecks mit Kultstatus

Anna und Vanessa besuchten mit Infosat den Kindersender - Einblicke in das „Herz“ des Senders

Von Alexander Hast

Ich bin schon oft als Sportler geehrt worden für meine Leistungen, aber „aus diesem Grund geehrt zu werden, ist schon eine tolle Sache“, freute sich Formel 1-Pilot Michael Schumacher über seine Auszeichnung als „Lieblingspersönlichkeit“, die sich am meisten für Kinder einsetzt. Auch Thomas Gottschalk (beliebtester Moderator), Helmut Kohl (beliebtester Politiker) und Jürgen Klinsmann (beliebtester Sportler) konnten sich über eine Auszeichnung freuen. Der Preis für die gewählten Prominenten heißt „Zeppi“ und die Jury, das ist schon ein wenig unüblich, bestand ausschließlich aus Kindern. Insgesamt 30.000 Kinder aus dem gesamten Bundesgebiet folgten dem Aufruf ihres Kindersenders Nickelodeon und gaben ihre Stimme ab.

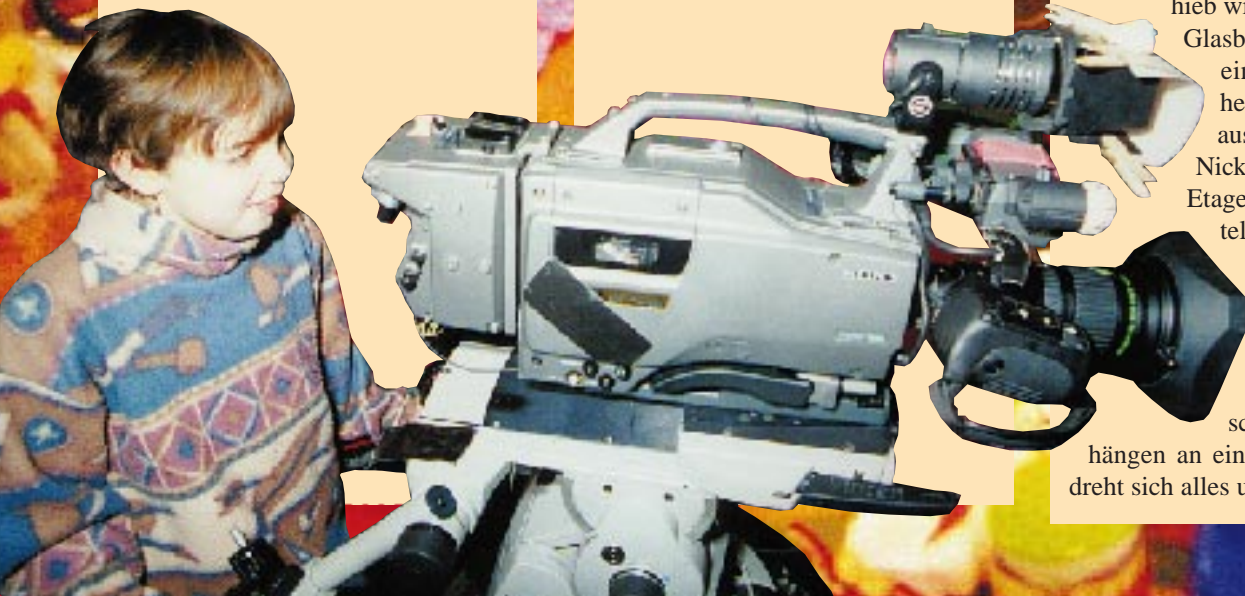
Und die Promis, denen die Kinder wichtig sind, ließen sich begeistert ehren. Mit von der Partie war übrigens auch die Lieblingsgruppe der Kids, die Backstreet Boys. Bei den Kindern, so können sicherlich viele Eltern aus Erfahrung berichten, hat der orangefarbene Klecks von Nickelodeon mittlerweile Kultstatus. Wer Clarissa, Rugrats oder gar die Moderatoren Ralf, Ute und Matthias nicht kennt, hat bei den Kiddies zeitweise einen schweren Stand. Aber Eltern, die sich in der

(Fernseh-)Welt ihrer Kinder bewegen, wissen Nickelodeon zu schätzen. Die Geschichten haben Moral ohne erhobenen Zeigefinger, Gewalt kommt nicht vor und die Kinder werden nicht „vorgeführt“.

Im Gegenteil: die Nickelodeon-Philosophie läuft darauf hinaus, die Kinder ins Programm zu integrieren, statt pädagogisch wertvolle Langeweile zu liefern, die vor allem bei Erwachsenen ankommt.

Das Nickelodeon-Feeling

Diese Atmosphäre strahlt auch die komplette Nickelodeon-Etage im Düsseldorfer Medienzentrum aus. Die beiden jungen Damen, die mit uns ange-reist sind, um sich den Sender einmal aus der Nähe anzusehen, Anna (8 Jahre) und Vanessa (9), fühlen sich auf Anhieb wie Zuhause. Trotz des Glasbaus, der als Residenz eines Kindersenders herzlich wenig Wärme ausstrahlt, schafft es das Nickelodeon-Team, seiner Etage ein Flair zu vermitteln, das den Besucher zunächst verblüfft. Auf der ganzen Etage beherrschen kindgerechte Accessoires das Bild. Die schönsten Zuschriften hängen an einem Pinboard und es dreht sich alles um die Kiddies. Auch





NICKELODEON®

Anna und Vanessa lernen das „Nickelodeon-Feeling“ kennen. Jeder grüßt sie freundlich, unterhält sich mit ihnen und nimmt sie - vor allem - ernst.

Anna und Vanessa bekommen erst einmal was zu Trinken und ein Nickelodeon-Spiel, in das sie sich vertiefen. Eine Möglichkeit für das geplante Gespräch mit Christophe Erbes, dem Programmdirektor des Senders, der sich seit langem mit Kinderprogrammen befaßt und sehr gut in das Bild des Senders paßt. Locker, freundlich und aufgeschlossen steht er Infosat zu seinen Plänen Rede und Antwort (siehe Interview im Kasten Seite 27).



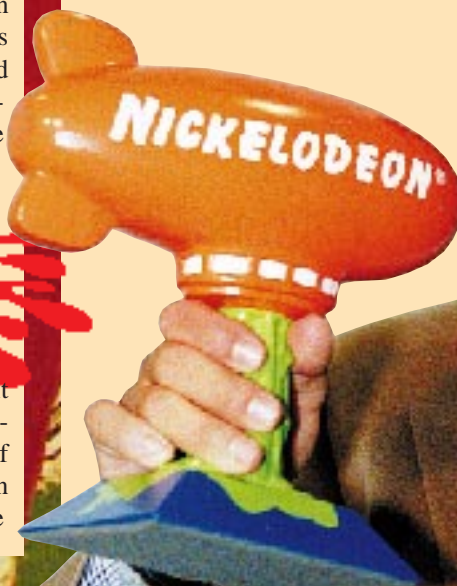
Fünf Pickel für Anna

Für Anna und Vanessa geht es mit leuchtenden Augen weiter ins Erdgeschoß und ins Studio. Moderator Ralf freut sich, die beiden Fans zu sehen und man merkt, auch hier werden sie

ernstgenommen. Kein Abliefern eines Autogramms und dann „Keine Zeit“, sondern die Kiddies dürfen mit in die Maske, wo Maskenbildnerin Marie-Lou den Moderator etwas „brauner“ macht, wie er sagt. „Und“, so lächelt Ralf, „damit man die Pickel nicht sieht.“ Wieviele Pickel Anna denn gezählt habe, will Ralf wissen. Anna hat gezählt. „Fünf“ sagt sie. Ralf schüttet sich vor Lachen aus: „Ich dachte, es

wären nur vier gewesen“. Anna und Vanessa sind begeistert. Ralf ist ja „in echt“ noch viel netter als auf dem Bildschirm. Und da ist er ja schon toll... Daß Ralf nun langsam doch ins Studio muß, bekommt er zwar permanent signalisiert, stört sich aber wenig daran. Zunächst will er den Kindern noch zeigen, wie so ein Sender funktioniert. Ob der begleitende Erwachsene mitwill, interessiert Ralf herzlich wenig. Die Kinder spielen bei Nickelodeon die Hauptrolle. Und so soll es ja auch sein.

„Hier sind die Cassetten, die der Nicolas immer für die Wunschsendung holt.“ Auch Nicolas, der mit seinem Wagen durch die Ankündigungs-Spots rast, bekommt mittlerweile seine Fanpost. „Ihr habt Euch das sicherlich anders vorgestellt, so mit Filmrollen, die dann eingelegt werden?“ So ist es. Aber auch Anna und Vanessa sehen ein, daß Nickelodeon mit moderner Technik arbeiten muß. Und das sind eben Videocassetten. Ralf erklärt den beiden, wie eine Sendung in Abstimmung von Live-Bildern aus dem Studio, Sendungen vom Band und den Werbeeinblendungen gesteuert wird und dann geht es noch einmal zurück in die Maske. Anna und Vanessa dür-



(Fortsetzung siehe nächste Seite)



Nickelodeon: Klecks mit Kultstatus (Fortsetzung)



Ralf Kühler in der „Maske“. Anna und Vanessa dürfen ihm Fragen stellen. Bei der Zahl der weggeschminkten Pickel wird allerdings keine Einigkeit erzielt.

fen Fragen stellen: „Wie alt bist Du?“ „29“ sagt Ralf, und „was habt ihr denn geschätzt?“ Ralf werden gerade einmal 20 Jahre zugestanden, was ihn auch überaus freut. „Was ist Dein Lieblingstier?“ Ralf mag Hunde. Er hat zwar selbst keinen, aber einen Freund, der in Spanien zwei Hunde gerettet hat: Edda und Chocolate heißen sie und mit denen spielt er öfters.

Ralfs Lieblingssong und Gruppe stehen als nächstes auf dem Prüfstand. Aber da will er sich nicht festlegen. Ralf hört gerne Titel aus den „Top Ten“. Es folgt die Rückfrage an Anna und Vanessa, welche Musik sie denn mögen. Vanessa ist eingefleischter „Kelly-Fan“, Anna ist vorsichtiger: sie hört „meistens“ Michael Jackson.

Echte Fans

Aber das waren dann auch schon die Fragen. „Sonst wollt ihr nichts wissen?“ „Nein“, sagt Anna überzeugt. Ach ja - da wäre noch eine offene Frage: „Das Hemd hast Du schon mal angehabt“, behauptet Anna. Ralf erinnert sich: „Ein einziges mal - vorige Woche“. Nun will Ralf es genau wissen: „Kennst Du die Jacke, die da hängt?“ Anna antwortet wie aus der Pistole geschossen: „Die hat Matthias bei der Nick-Verleihung angehabt.“ Ralf ist erstaunt: „Da sind ja echte Fans zu Besuch.“ Anna und Vanessa sind stolz. Und als Ralf sie fragt, ob die beiden vorhin so toll im Innenhof getanzt hätten, ist der Tag ohnehin auf einer ähnlichen Ebene wie Weihnachten gelandet. Ralf hatte nämlich mitapplaudiert, als die beiden in der Halle des Gebäudes „einfach so“ ohne Musik synchron getanzt haben - und aus der vierten „Nickelodeon-Etage“ einen „Riesenapplaus“ bekamen. Die Redakteurin der Sendung hätte sie auch gesehen und wollte wissen, ob die beiden nicht Lust hätten, mal in einer Sendung aufzutreten? Welch eine Frage! Na klar. Ein fragender Blick und ein zustimmendes Nicken der Begleitung. Anna und Vanessa sind „hin und weg“. Ein Auftritt in ihrem Lieblingssender. Aber Ralf muß nun wirklich langsam mal ins Studio, „Wünsch Dir Deinen Freitag“ fängt an. „Bis bald“, verabschiedet er sich und die beiden Mädchen dürfen zur „Hotline“.



Vanessa (links) und Anna haben Gelegenheit, sich in dem Studio umzusehen, das sie vom Bildschirm her eigentlich auswendig kennen. Daß es den beiden Freude macht ist offensichtlich.



Nickelodeon: Klecks mit Kultstatus (Fortsetzung)

Hotline zum Ortstarif

Die Hotline von Nickelodeon (01802-2826) ist für die Anrufer bundesweit zum normalen Ortstarif zu erreichen und wird auch weidlich genutzt. Als wir das Büro erreichen, in dem vier Mitarbeiter die Anrufe entgegennehmen, stehen die Telefone kaum still. Etwas atemlos erzählen die Hotliner zwischen Telefonaten von ihrem Job. Momentan drehen sich die meisten Fragen darum, wie man Nickelodeon denn weiter empfangen kann. Für den Satellitenempfang haben die jungen Leute natürlich alle Antworten parat. Probleme gibt es noch mit der Kabelbelegung. In Nordrhein-Westfalen bleibt Nickelodeon voraussichtlich bis März auf seinem alten Platz, was danach geschieht, entscheidet die Medienanstalt im Februar 1997. Die Landesmedienanstalten von Baden-Württemberg (LfK) und Hessen (LPR) haben am 16. Dezember beschlossen, Nickelodeon weiterhin im Normalband zu verbreiten und die Sendezeit über 17.00 Uhr hinaus in die Primetime bis 20.00 Uhr auszuweiten. Für die übrigen Bundesländer gibt es bisher noch keine Entscheidungen über die Kabelbelegung. Und so müssen die Anrufer in dieser Sache noch ein wenig vertröstet werden. Die DLM, die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten, hat jedenfalls schon einmal empfohlen, Nickelodeon mindestens zwischen sechs Uhr morgens und 19 Uhr in Kabelnetze einzuspeisen, und die bisherigen Entscheidungen der Medienanstalten lassen auch für die anderen Bundesländer hoffen.

Wer nicht auf das Kabelnetz angewiesen ist, hat sowieso gute Karten. Über den Satelliten ASTRA 1B ist Nickelodeon ohnehin während der ganzen Sendezeit von 6.00 Uhr bis 20.00 Uhr zu empfangen. Und das können immerhin schon mehr als zehn Millionen Haushalte bundesweit.

Aber bei der Hotline geht es nicht nur um die Verbreitung des Senders, sondern auch um das Programm („Wann kommt Clarissa wieder?“) und um durchaus persönliche Probleme der Kinder. So sind auch schon Anrufe von Ausreißern eingegangen. „Denen haben wir“, so wird uns erklärt, „nach eingehender Diskussion geraten, wieder

(Fortsetzung siehe nächste Seite)

Christophe Erbes: „Nickelodeon ist in seiner Art einzigartig“ Infosat-Interview mit dem Nickelodeon-Programmdirektor - Keine Angst vor Konkurrenz

Der ARD/ZDF-Kinderkanal soll am 1. Januar 1997 auf Sendung gehen. Wir wollten wissen, ob Nickelodeon eine neue Programmstrategie entwickelt, um der drohenden Konkurrenz entgegenzutreten. Infosat-Redakteur Alexander Hast sprach mit dem Programmdirektor des Senders, Christophe Erbes.

Infosat: Was werden Sie dem ARD/ZDF-Kinderkanal entgegensetzen?

Erbes: Unser Programm. Das wichtigste für Nickelodeon ist - und das ist nicht neu -, daß wir auch weiterhin so oft wie möglich Kinder in die Programmgestaltung einbinden. Deswegen machen wir weiterhin Aktionen wie „Boss für einen Tag“, das heißt, Kinder können hier einen ganzen Tag lang meinen Job machen und müssen sich damit auseinandersetzen, was sie machen würden, wenn sie Programmdirektor wären. Deshalb haben wir die Aktion „Wünsch Dir Deinen Freitag“, wo Kinder selbst ihre Lieblingssendungen wählen können. Wichtig finde ich auch die Kommunikation der Kinder in unserem Teletext, wo wir Seiten bereitstellen, die von den Kindern gestaltet werden und wo sie per Chiffre mit anderen Kindern Kontakt aufnehmen können. Auf einen Nenner gebracht kann man sagen, daß wir gern aktive Zuschauer haben möchten. Wir sehen Kinder als Partner in der ganzen Sache. Natürlich bietet Nickelodeon neue Programme: Es kommen neue Nicktoons, neue Serien, aber wichtig ist, daß Kinder bei uns mitgestalten können.

Nickelodeon über Satellit

Satellit	: ASTRA 1B
Orbitposition	: 19,2° Ost
Transponder	: 27
Frequenz	: 11.612 GHz
Polarisation	: horizontal
Sendenorm	: PAL
Tonunterträger	: 7,02 & 7,20 MHz
Tonnorm	: Wegener Panda 1

Infosat: Nehmen die Kinder diese Angebote an?

Erbes: Ja, unsere Aktionen kommen bei den Kindern hervorragend an. Dieses werden wir weiterentwickeln, denn bereits heute hat Nickelodeon schon einige Erfolge zu verbuchen. Auch bei den Einschaltquoten, das sind sozusagen unsere Schulnoten, die uns die Kinder geben.

Infosat: Und welche Noten bekommen Sie?

Erbes: Wir bekommen im Moment von den Kindern sehr gute Noten. Die Quoten



Christophe Erbes, Programmdirektor Nickelodeon.

haben sich gut entwickelt. Im Oktober hatten wir 5,4 Prozent und im November 5,7 Prozent Marktanteile bei den 3- bis 13jährigen, Kabel- und Satellitenhaushalte von 6.00 bis 17.00 Uhr. Es ist aber auch etwas problematisch, da die Hauptsehzeit der Kinder zwischen 17.00 und 20.00 Uhr liegt und wir bisher nur bis 17.00 Uhr senden konnten. Mit den neuen Sendezeiten werden wir viel mehr Kinder in der Prime Time von 17.00 bis 20.00 Uhr erreichen. Wie sehr das Programm akzeptiert wird, sehen wir daran, daß freitags durchschnittlich bis zu 50.000 Anrufe über TED bei uns gezählt werden, um den Wunschnachmittag zu gestalten.

Infosat: Welchen Einfluß hat die angesagte Konkurrenz durch den geplanten ARD/ZDF-Kinderkanal auf Ihr Programm?

Erbes: Nickelodeon, das haben Sie heute ja selbst miterlebt, ist für Kinder gemacht und gedacht. Alle Mitarbeiter arbeiten dafür, jede Entscheidung hat damit zu tun. Wir haben ein sehr originelles Konzept und die Kinder, die Nickelodeon sehen, haben eine starke, auch emotionale, Bindung zu ihrem Sender. Wenn wir so weitermachen wie bisher, sind wir auf dem richtigen Weg. Nickelodeon ist in seiner Art einzigartig. Die Expertise stellen Kinder aus und wir lassen sie auch in diesem Fall entscheiden.

Infosat: Danke für das Gespräch.



Nickelodeon: Klecks mit Kultstatus (Fortsetzung)



Das Moderatoren-Team von Nickelodeon: Matthias Keller (26), Ute Soldierer (26) und Ralf Kühler (29). Sie moderieren abwechselnd von Montag bis Sonntag die Nickelodeon-Live-Sendungen.

den Heimweg anzutreten. Die waren nämlich gerade einmal acht Jahre alt“. Offenbar mit Erfolg, denn die Ausreißer sind dann auch wohlbehalten wieder Zuhause angekommen.

Alle Briefe werden beantwortet

Viele Kinder rufen nicht einfach an, sondern machen sich die Mühe, an Nickelodeon zu schreiben. Laut Programmdirektor Christophe Erbes kommen durchschnittlich 6.000 Briefe im Monat beim Sender an, in denen die Kiddies Themen vorschlagen, ihre Meinung zum Programm sagen oder auch Hilfe bei privaten Problemen suchen. Alle Briefe werden gewissenhaft beantwortet. Und zwar nicht mit einem „Standardbrief“, sondern individuell. Anna lernt so nebenbei auch noch die Frau kennen, die seinerzeit ihren Brief an Nickelodeon beantwortet hat. Das Antwortschreiben wird von Anna gehütet wie die „Kronjuwelen“

Gewaltfreies Programm

Gewaltfreiheit steht bei Nickelodeon im Vordergrund. Während bei anderen Sen-

dern japanische Zeichentrickhelden ganze Galaxien auslöschen, ist bei Nickelodeon Unterhaltung und Erziehung ohne erhobenen Zeigefinger, dafür aber mit aktiver Beteiligung der kleinen Zuschauer Trumpf. Nickelodeon möchte, so erklärt der Sender in seinem Selbstverständnis, den Kindern ein Partner sein. Daß die Werbung, die übrigens vor und nach einem Werbespot ausdrücklich optisch und akustisch gekennzeichnet ist, dazugehört, ist für einen Free-TV-Sender keine Frage. Sendungen werden aber beispielsweise nicht von Werbung unterbrochen. Statt der zugelassenen zwölf Minuten Werbung pro Stunde hat Nickelodeon, so ist aus dem Sender zu hören, seine Werbung freiwillig auf sieben Minuten pro Stunde im Jahresdurchschnitt beschränkt. Und auch für die Werbung gilt: Keine Gewalt.

Hilf mit!

In das Konzept, Kinder als Partner zu sehen und sie zum aktiven Mitmachen zu bewegen, paßt auch die Aktion „Nickelodeon - HILF MIT!“, die am 24. September 1996 gestartet wurde. Helfen ist ein rela-

tiver Begriff. Kinder, so fand Nickelodeon bestätigt, sorgen sich um Tierquälerei, Umweltverschmutzung, Gewalt, Armut oder Obdachlosigkeit. Und genau in diesen Bereichen sollten die Kinder bundesweit tätig werden. In sechs deutschen Städten organisierte Nickelodeon den „HILF MIT!-Tag“ nach den Ideen der Kinder. Am 14. Dezember hat der Sender in halbstündigen Specials von den Hilfsaktionen an den Aktionsorten berichtet. Die Aktion wird auch in Zukunft fortgesetzt.

Daß man die Nickelodeon-Aktionen im Teletext verfolgen kann, wissen auch Anna und Vanessa. Mehr als 200 Seiten Information stehen den Kindern und natürlich auch den Erwachsenen auf Knopfdruck an der Fernbedienung zur Verfügung. Ein zusätzliches Kommunikationsmedium für

Kinder ist, getreu der Sen-



der-philosophie, natürlich auch vorhanden: „Graffiti“ heißt der Teletext-Bereich, der als „schwarzes Brett“ für die Kiddies dient und in dem Grüße und Geburtstagswünsche von Kindern für Kinder veröffentlicht werden.

Für unsere beiden Nickelodeon-Fans Anna und Vanessa neigt sich der Besuch ihres Lieblingssenders nun langsam dem Ende zu. Der Abschied fällt nicht ganz so schwer, da sie ja hoffen, demnächst in einer Sendung dabeizusein.

Jetzt wird aber erstmal das Erlebte verdaut und aufbereitet, denn am Montag wollen sie ihrer Klasse über den Besuch berichten. Und erlebt haben sie ja eine ganze Menge.

- aha/12/140 -