

„KiKA-Player“ und Highlights 2018/ 2019





INHALT

„KiKA-Player“

Seite 3

1. Vorworte
2. Werkstattgespräch
3. „KiKA-Player“
4. Usability

Programmhighlights

Seite 9

1. KiKA-Themenschwerpunkte
2. Saisonale Programmierungen
3. Bildung für Vorschüler
4. Klassiker feiern Geburtstag
5. Auf die Talente, fertig los... !
6. Film- und Märchenplätze für Geschichtenbegeisterte
7. Großartige Geschichten in Serie
8. Wissen/ Dokumentation/ Mehrteiler
9. Ausblick 2019

Über KiKA

Seite 11

1. Interview Astrid Plenk
2. Partizipation
3. KiKA in Zahlen

Qualität. Unabhängigkeit. Vielfalt. Relevanz.

„Mediathek-App und Highlights ab Herbst bei KiKA“

Die Weiterführung der Qualitätskooperation



Dr. Astrid Plenk

Es gibt es viel Neues bei KiKA: Besonders freue ich mich über die neue Mediathek, die ab August im HbbTV startet und ab Herbst als „KiKA-Player“ mit vielen kindgerechten Zusatzfunktionen in den App-Stores verfügbar sein wird. Und das aus guten Gründen: ARD und ZDF haben fortgeführt, was sie 1997 begonnen haben – Kinderprogramme öffentlich-rechtlicher Provenienz unter einem gemeinsamen Dach zur Ausstrahlung zusammenzuführen.

Einzig und allein, um Kindern ein unabhängiges, hochwertiges und vielseitiges Fernsehangebot bieten zu können, das kein Nischendasein führt, keinem kommerziellen Zweck dient oder aktuellen Programmänderungen weichen muss und das jenseits des Themen- und Formenreichtums medienpädagogische oder entwicklungspsychologische Dimensionen und demokratische Werte im Grundton mitführt. Ein Anspruch, der aktueller nicht sein könnte.

Diesem Auftrag folgen die Kinderprogrammverantwortlichen von ARD, ZDF und KiKA seit nunmehr 20 Jahren, mit Erfolg und im permanenten Veränderungsprozess. Die Digitalisierung hat zu einer Vervielfachung der Angebote und Plattformen geführt und Mediennutzungs-Gewohnheiten von Kindern und Eltern unumkehrbar verändert. Die Welt ist digital und Kinder leben mittendrin.

Die Idee eines gemeinsamen Kinderprogrammangebotes stellte sich schnell als Erfolgskooperation von ARD und ZDF heraus, KiKA ist heute unverzichtbar und selbstverständlich, eine Benchmark im deutschen und internationalen Kindermedienmarkt und fest verankert im Medienportfolio junger Zuscha-

er*innen. KiKA ist ein bereicherndes und aktivierendes Vollprogramm, in dem Nachrichten ihren Platz neben Serien, Spielfilme oder Märchen haben, Dokumentationen ihren neben Reportagen, Live-Shows und Magazinen. Alle Angebote stehen für das, was öffentlich-rechtlichen Rundfunk heute ausmacht: Qualität. Unabhängigkeit. Vielfalt. Relevanz.

Nach der 2017 erfolgreich eingeführten KiKANiNCHEN-App mit heute über 447.000 Uploads können wir nun mit unserem HbbTV-Angebot und demnächst mit unserer App, dem „KiKA Player“, den Ansprüchen nach Ungebundenheit an Nutzungsort und Nutzungszeit gerecht werden. Nach programmplanerischen Vorgaben können unsere Zuschauer*innen weiterhin alle Programme genießen, mit dem „KiKA-Player“, der mit großem Engagement und Einsatz zahlreicher ARD-, MDR-, ZDF- und KiKA-Kolleginnen und -Kollegen entwickelt wurde, wählen sie selbst nach Lust, Laune und Zeit aus. Er ist die mobile Ergänzung zum linearen KiKA – und wird mit der gleichen Sorgfalt und Sicherheit kuratiert, betreut und angeboten.

Den festen Platz auf der Fernbedienung hat sich das öffentlich-rechtliche Kinderprogramm schon vor Jahren erobert, nun werden Erfolgsformate wie „Wissen macht Ah!“, „logo!“ oder „KiKA LIVE“ in der non-linearen Welt über den „KiKA Player“ abrufbar sein. Und mit noch viel mehr Programmen und Highlights für jeden und auch... „für dich“!

Dr. Astrid Plenk
Programmgeschäftsführerin
Der Kinderkanal von ARD und ZDF



Prof. Dr. Karola Wille

„Mediathek für Kinder“

„Kooperationen von Partnern sind ein wichtiger Baustein für einen gemeinsamen freien Rundfunk, der publizistisch stark ist. Wir haben dies im vergangenen Jahr bereits mit der ARD Audiothek bewiesen. Sie präsentiert das Beste aus der Vielfalt der ARD-Radioangebote in einer App, die auf Anheiß von sehr vielen Menschen angenommen wurde.“

Jetzt folgt KiKA mit einem exzellenten öffentlich-rechtlichen digitalen Produkt für Kinder und ihre Familien. Der ‚KiKA-Player‘ ist ein gutes Beispiel dafür, wie ARD, ZDF und KiKA in enger Zusammenarbeit neuartige digitale Angebote entwickeln, die auf hohem technischen Niveau heutigen Ansprüchen genügen. Mit diesem neuen HbbTV-Angebot und dem KiKA-Player wird das breite inhaltliche Spektrum der Kinderprogramme von KiKA, ARD und ZDF im Netz gebündelt.

Auch in der digitalen KiKA-Welt stehen die Bedürfnisse der Kinder im Vordergrund. Sie erhalten ein eigenständiges, auf sie zugeschnittenes, redaktionell gestaltetes Medienangebot, das ihnen zugleich auch Anleitung zum verantwortungsvollen Umgang mit Medien gibt. Denn sie sollen auch weiterhin bei KiKA mitmachen und sich einmischen, damit das Programm so vielfältig und nah an ihrem Alltag bleibt, wie es ist. Mit starken Geschichten, Serien und Filmen, Reportagen, Magazinen, lehrreicher Unterhaltung, kindgerechten Nachrichten und Dokumentationen.

Als Mediathek für alle Kinder will der neue Player dies alles abbilden und zugleich schneller und leichter auffindbar machen. Das ist, so denke ich, allen Beteiligten bei KiKA, ARD und ZDF sehr gut gelungen.“

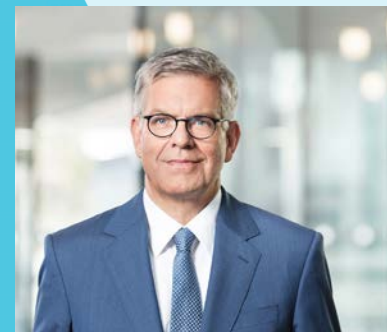
Prof. Karola Wille
Intendantin
Mitteldeutscher Rundfunk

„Kinder und Familien mit der Marke KiKA erreichen.“

„Der Kinderkanal von ARD und ZDF fördert seit vielen Jahren die Medienkompetenz der Kinder auf unterschiedlichen Auspielwegen und setzt plattformübergreifend Qualitätsstandards. Auch unsere ganz jungen Zuschauer nutzen parallel zum linearen TV-Programm inzwischen Streaming-Dienste und Video-on-Demand-Angebote, die sich zu einem eigenständigen Verbreitungsweg entwickelt haben.“

In dieser komplexen digitalen Medienwelt wollen wir Kinder und Familien auch in Zukunft mit der Marke KiKA erreichen. Der ‚KiKA-Player‘ ist daher die notwendige Weiterentwicklung des erfolgreichen Kinderkanals als non-lineares Angebot – werbefrei und mit pädagogisch wertvollen Inhalten.“

Dr. Thomas Bellut
Intendant
Zweites Deutsches Fernsehen



Dr. Thomas Bellut



2017 startete die mittlerweile ausgezeichnete „KiKANiNCHEN-App“, eine Applikation speziell für die Drei- bis Sechsjährigen mit einem breiten, auf die junge Zielgruppe ausgerichteten Angebot. 2016 begannen die Planungen für eine KiKA-Mediathek. Anfang Herbst 2018 wird der „KiKA-Player“ in der ersten Version in den Stores verfügbar sein.

Seitens KiKA haben Sven Steinhoff, KiKA-Contentbegleitung und Telemedien, sowie Wolfgang Lünenschloß, Referent der Programmgeschäftsführung, den Implementierungsprozess der KiKA-Mediathek gesteuert. Matthias Montag, MDR-Fernsehdirektion, verantwortete im Entwicklungsprozess die technische Dimension des Projektes. Stellvertretend für alle Teilnehmer der Arbeitsgruppen, die sich um die Bereitstellung der ARD-, ZDF- und KiKA-Formate bemüht haben, geben die drei Einblick.

Apps gehören inzwischen zum Standard-Medienportfolio. Warum startet KiKA erst jetzt?

Sven Steinhoff: „Das digitale KiKA-Portfolio wurde über die letzten Jahre strategisch und schrittweise aufgebaut. Dazu gehörte neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung von kika.de inklusive der Etablierung der Elternseiten auch der Relaunch von kikaninchen.de. Die ‚KiKANiNCHEN-App‘ folgte dann Ende vergangenen Jahres. Um die Verfügbarkeit von Content auf allen Plattformen zu gewährleisten, vor allem aber unseren Rezipienten eine kindgerechte intuitiv navigierbare Applikation anzubieten, haben wir viel Mühe in die Klärung zentraler Fragen und Anforderungen gelegt. Ziel war es, ein uniques Angebot zu starten.“

Gab es Besonderheiten im Entwicklungsprozess?

Matthias Montag: „Als Gemeinschaftseinrichtung von ARD und ZDF hatten wir im Vorfeld der Realisierung zunächst die unterschiedlichen Rahmenbedingungen zu klären – das war durchaus komplex. Zum Zweiten lag uns an einer schlanken technischen Lösung, die an die bestehenden Systeme aller Beteiligten anschlussfähig ist. Und zum Dritten ging es natürlich auch um eine kindgerechte Umsetzung mit einer möglichst einfachen Navigation, damit die Kinder ihre Lieblingsinhalte schnell finden. Der Standard wird heute von großen Plattformen wie YouTube und Netflix gesetzt – dort mitzuhalten oder die richtigen Schlüsse zu ziehen, macht so ein Projekt in gewisser Weise zu einer Herausforderung. Wenn der ‚KiKA-Player‘ startet, heißt das dann auch noch nicht, dass das Produkt fertig ist – wir werden kontinuierlich daran weiterarbeiten und haben noch viele Ideen und Features, die die App besser machen werden.“

Stichwort Oberfläche: Was ist bei der Usability zu beachten?

Matthias Montag: „Wir hatten schon in den vorbereitenden Workshops den Vorsatz gefasst, dass Kinder ihre Lieblingsserien und -inhalte schnell finden und sich in dem geschützten Raum schnell und unkompliziert zurecht finden sollten. Und dann muss so eine App natürlich auch Spaß machen. Sie darf für die jungen Nutzer nicht zu kompliziert und muss für die älteren Kinder immer noch

cool genug sein. Dabei ist eine solche Entwicklung immer ein ständiger Prozess, in dem wir Ideen konzipieren und designen, dann mit Kindern testen und weiterentwickeln. Im letzten Usability-Test haben wir sehr wertvolle Hinweise bekommen und bereits eingearbeitet – aber auch ein sehr gutes Gefühl dafür entwickeln können, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

Wie ordnet sich der KiKA-Player in die Digitalstrategie von KiKA ein?

Wolfgang Lünenschloß: „Aus meiner Sicht sollten wir eher von einer gemeinsamen Angebotswelt von KiKA, ARD und ZDF sprechen, die das gesamte öffentlich-rechtliche Portfolio digital versammelt. Dabei sollte auch die ‚KiKANINCHEN-App‘ nicht unerwähnt bleiben. Darüber hinaus sehe ich den ‚KiKA-Player‘ als einen wichtigen Baustein in unserer wachsenden KiKA-Welt, als solitäre App, aber auch als Bestandteil von kika.de. Nicht als Stand-Alone-Element, sondern immer im Kontext einer wachsenden und zeitgemäßen Content-Offerte auf allen – uns zur Verfügung stehenden – Plattformen.“

Sven Steinhoff: „Wir wollen auf dem Distributionsmarkt agil sein, flexibel reagieren und unsere Produkte stets optimieren. Das Ganze abgestimmt auf die Wünsche der ‚Entscheider‘, den Kindern. Im Gesamtbild des öffentlich-rechtlichen digitalen Angebots von ARD und ZDF wird der ‚KiKA-Player‘ eine wesentliche Rolle spielen. Wir erreichen Kinder auf neuen Ausspielwegen und werden somit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag ohne kommerzielle Interessen gerecht. Der Player bietet Qualität und Sicherheit.“

Was gibt es zum Start zu sehen? Und wie sieht die weitere Entwicklung aus?

Matthias Montag: „Die Kinder werden Inhalte von KiKA finden, die sie aus dem Fernsehen kennen. Sie können sich ihre eigenen Profile anlegen oder mit ‚Mag ich‘ ihre Lieblingsvideos merken und schnell wiederfinden. Wir können ihnen gezielt Empfehlungen machen. Eltern werden wir die Möglichkeit geben, zum Beispiel die Nutzungsdauer festzulegen. Für die nächsten Schritte sehen wir Funktionen wie Bewerten, eine Offline-Nutzung, die Möglichkeit Videos zu teilen und den Ausbau der Personalisierung, aber auch technische Lösungen wie übergreifende Profile und ‚Continuous Play‘.“

Sven Steinhoff: „Der ‚KiKA-Player‘ bietet Kindern attraktive altersgerechte und zeitunabhängige Videoinhalte. Mit einem eigenen Avatar können sie ihre Lieblingsformate markieren und somit schnell wiederfinden. Wir werden die Funktionen des Angebotes weiter ausbauen. Konkrete Update-Ideen stehen bereits jetzt auf der Agenda.“

Die Mediathek im HbbTV und als App

Der „KiKA-Player“

Kindgerechte Navigation und intuitive Bedienung

Im August startet die KiKA-Mediathek als Hybrid Broadcast Broadband TV-Version (HbbTV). KiKA-Sendungen können über den „Red Button“ auf der Fernbedienung aktiviert werden. Ab Herbst ist der „KiKA-Player“ verfügbar. Die App der KiKA-Mediathek hält zahlreiche Zusatzfunktionen für Kinder und Eltern bereit.

Bevor es losgeht

- ▶ Avatar auswählen
- ▶ Alter angeben
- ▶ Hintergrundfarbe wählen
- ▶ Bis zu acht verschiedene Profile für Kinder unterschiedlichen Alters können eingerichtet werden



Funktionen der App

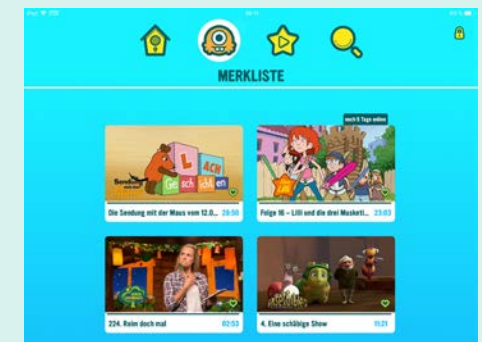
- ▶ Merkleliste für Lieblingsformate
- ▶ Intuitiver horizontaler Aufbau: Wischen von rechts nach links
- ▶ 4 Rubriken:
 - Startseite mit aktuellsten Videos
 - Eigener Bereich: Merkleliste und Weitergucken
 - Beliebteste Videos
 - Suchfunktion: Abrufen und Recherchieren von Sendungen
- ▶ Zusatzinformationen, während ein Video abgespielt wird

Der Elternbereich

- ▶ Profile der Kinder können bearbeitet werden
- ▶ Einstellen der Nutzungsdauer inklusive Web-Wecker
- ▶ Beschränkungen durch Eltern-Code vornehmen oder freigeben
- ▶ FAQ-Bereich gibt Informationen über die App

Besonderheiten im Design

- ▶ Farbenfroh, kindlich an Corporate Design des Senders angepasst
- ▶ Zeigt Sendungen mit Teaserbildern an
- ▶ Navigation mit animierten Icons
- ▶ Als Pre-Loader fungiert das KiKA-Logo in bunter Animation
- ▶ Eintauchen in die Formatwelten (Hintergründe an ausgewählte Sendungen angepasst)



Intuitive, kindgerechte Handhabung **Usability – Schlüssel zum Erfolg** Erfolgreiche Nutzerstudie durchgeführt

Der Usability-Test brachte entscheidende Erkenntnisse im Realisierungsprozess des „KiKA-Players“. Entwickelt und betreut wurde er von den Verantwortlichen der Markt- und Medienforschung:
Dr. Gerlinde Frey-Vor (MDR), Gerlinde Schumacher (ZDF) und Saskia Weisser (KiKA).

Befragt wurden 46 Kinder im Alter von vier bis zwölf Jahre und 34 Mütter in Eltern-Kind- sowie Freundespaarinterviews in Leipzig, Frankfurt und Hamburg.¹

Die Ergebnisse

- ▶ Der „KiKA-Player“ punktet durch seine kindliche Anmutung. Spielerische Elemente, wie die individuelle Gestaltung eines Avatars, kommen sowohl bei den Kindern als auch bei den Eltern sehr gut an.
- ▶ Positiv bewertet werden auch die übersichtliche Gestaltung des Angebots und seine intuitive Navigation.
- ▶ Die Navigationsicons emotionalisieren auf eine gelungene Art und Weise und sprechen sowohl die Zielgruppe als auch deren Eltern an.
- ▶ Die Möglichkeit, einen persönlichen Bereich in der App zu gestalten, gefällt – in diesem können Sendungen einfach gemerkt oder bereits angefangene Sendungen zu einem späteren Zeitpunkt weiter geschaut werden.
- ▶ Die Anwendung in der HbbTV-Version wird als sehr unique wahrgenommen – ein Angebot, das so stark vom Kind aus gedacht ist, kannten die Befragten in dieser Form nicht.

Quelle: ¹ Durchführendes Institut war Rich Harvest, Hamburg



Content ist unsere Strategie

KiKA-Programm-Highlights 2018 und 2019

Starke Marken, klare Flächen, stimmiges Portfolio

Das vielfältige und altersgerechte Programm von KiKA bietet im Jahresverlauf besondere Höhepunkte: Neben Themenschwerpunkten, TV-Premieren und Jubiläumssendungen setzen auch etablierte Formate Akzente – eine Auswahl:

KiKA-Themenschwerpunkte

Der Kinderkanal von ARD und ZDF bereitet unter dem Titel „Respekt für meine Rechte!“ jedes Jahr ein komplexes, gesellschaftlich relevantes Thema speziell für Kinder auf und bietet weiterführende Informationen für Eltern und Pädagogen.

- Themenschwerpunkt 2018 „Respekt für meine Rechte! – Abenteuer digital!“
Ausstrahlung: 10. bis 28. September 2018
- Themenschwerpunkt 2019 „Respekt für meine Rechte! – Schule“ (AT):
Ausstrahlung: voraussichtlich September 2019

Saisonale Programmierungen

Zu besonderen Feiertagen, Ferienzeiten oder Jubiläen setzt KiKA mit thematisch passenden Serien, Spielfilmen und Wissens-Formaten programmliche Akzente.

- Zum Beispiel steht seit 1997 „Beutolomäus“ (KiKA), der einzig wahre Geschenkesack des Weihnachtsmanns, für die Adventszeit bei KiKA.
Ausstrahlung: ab 1. Dezember 2018
- In der „KiKA LIVE Allstars Weihnachtsshow“ (KiKA) begrüßen die Moderatoren Jess und Ben prominente Gäste.
Ausstrahlung: 7. Dezember 2018

- In der Fantasy-Serie „Club der magischen Dinge“ (ZDF) lebt Kyra das Leben eines ganz normalen Teenagers, bis eines Abends ein Lichtstrahl auftaucht und sie verwandelt.
Ausstrahlung: ab 3. Dezember

Bildung für Vorschüler

- „KiKANiNCHEN“ markiert eine besondere Programmfläche für die Jüngsten und rahmt die Vorschulangebote von ARD und ZDF.
Ausstrahlung: montags bis freitags von 6:00 bis 10:15 Uhr
- Die Kreativ-Sendung „ENE MENE BU“ (KiKA) unterstützt Kinder beim Erkunden von und Basteln mit unterschiedlichsten Materialien.
Ausstrahlung: samstags 9:40 Uhr
- Das „Baumhaus“ (KiKA) beschließt den Tag als allabendliches Ritual vor „Unser Sandmännchen“ (rbb).
Ausstrahlung: täglich 18:47 Uhr

Klassiker feiern Geburtstag

- Zum 30-jährigen Jubiläum von „Siebenstein“ (ZDF) im September zeigt KiKA eine Sondersendung und im Herbst eine Reihe von Premieren und „Siebenstein“-Klassikern.
Ausstrahlung der Sondersendung: 30. September 2018
- Zehn Jahre „Yakari“ (KiKA/WDR) feiert KiKA mit verschiedenen Mitmach-Aktionen und Folgen in Spielfilmlänge.
Ausstrahlung: 12. bis 14. Oktober 2018
- Das Erfolgsprogramm „KiKANiNCHEN“ feiert Zehnjähriges und zum Geburtstag gibt's Geschenke für alle.
Ausstrahlung: 2019
- Die am längsten laufende Kinder- und Jugendserie des deutschen Fernsehens „Schloss Einstein“ (MDR) feiert 20-jährigen Ausstrahlungstermin.
Ausstrahlung: 2019

Content ist unsere Strategie

KiKA-Programm-Highlights 2018 und 2019

Starke Marken, klare Flächen, stimmiges Portfolio

- ▶ Märchenhafte Abenteuer mit Geschichten der Gebrüder Grimm erlebt das KiKA-Publikum bei „Simsalagrinn“ (NDR) bald seit 20 Jahren.
Ausstrahlung: 2019
- ▶ Die Nachrichtensendung „logo!“ (ZDF), die täglich komplexe Themen kindgerecht aufbereitet, wird 30 Jahre alt.
Ausstrahlung: 2019
- ▶ Seit 1959 schauen Kinder jeden Abend „Unser Sandmännchen“ (rbb) und bejubeln den 60. Geburtstag der beliebten Figur.
Ausstrahlung: 2019
- ▶ „Die Sesamstraße“ (NDR) feiert mit all ihren bunten, lustigen, grummeligen, liebenswürdigen und gemütlichen Bewohnern 50. Geburtstag.
Ausstrahlung: 2019

Auf die Talente, fertig los...!

- ▶ Im kommenden Jahr gibt es die elfte Staffel der Doku-Reihe „Dein Song“ (ZDF), in der Musikbegeisterte ihre Talente wieder vor einer ausgewählten Jury unter Beweis stellen können.
Ausstrahlung: ab 25. Februar 2019
- ▶ „Die beste Klasse Deutschlands“ (hr/ARD/KiKA) ist ein Erfolgsformat bei KiKA und Das Erste und geht in die 12. Staffel.
Ausstrahlung: ab 14. Mai 2019
- ▶ Die vier Tanzalarm-Kids Hannah, Larissa, Luna und Käthe laden ein in den „Tanzalarm-Club“ – voller Bewegung und guter Laune.
Ausstrahlung: 2019

Film- und Märchenplätze für Geschichtenbegeisterte

Mit dem Spielfilm-Sendeplatz „Lollywood“ stellt KiKA kulturelle Diversität und eine Vielfalt von Erzählungen in den Vordergrund.

Ausstrahlung: freitags um 19:30 Uhr

KiKA unterstützt die Initiative „Der besondere Kinderfilm“, bei der sich Drehbuchautor*innen und Regisseur*innen mit ihren Konzeptideen bewerben, um neue Stoffe aus dem Bereich Real- oder Animationsfilm entstehen zu lassen, wie:

- ▶ „Die Unsichtbaren“ (ostlicht filmproduktion, AMOU FOU Sarl) und „Unheimlich perfekte Freunde“ (VIAFILM GmbH)
Kinostart: im Winter 2018/ 2019

Am Wochenende präsentiert das „SamstagsKINO“ ausgewählte Spielfilme, und Märchenfilme haben im „Sonntagsmärchen“ ihren festen Sendeplatz.

Ausstrahlung: samstags um 14:00 Uhr und sonntags um 12:00 Uhr

Großartige Geschichten in Serie

- ▶ Mit „Max und Maestro“ (hr) wird es musikalisch bei KiKA. Stardirigent Daniel Barenboim wird als eine der Hauptfiguren in der Serie dargestellt. Musiker Samy Deluxe leiht einer Figur seine Stimme.
Ausstrahlung: ab 8. Oktober 2018
- ▶ Jeden Nachmittag, wenn der Zoo schließt, machen sich „Zacki und die Zoobande“ (ZDF) heimlich auf den abenteuerlichen Weg in Richtung Heimat.
Ausstrahlung: ab 22. Oktober 2018
- ▶ In der neuen Tanzserie „Find me in Paris – Tanz durch die Zeit“ (ZDF) wird die Ballerina Lena aus dem Jahr 1905 ins 21. Jahrhundert katapultiert.
Ausstrahlung: ab 12. November 2018
- ▶ Auf eine abenteuerliche Reise wird der wissbegierige Marco in der Animationsserie „Die Abenteuer des jungen Marco Polo“ (MDR) geschickt.
Ausstrahlung der neuen Folgen: ab 19. Dezember 2018

KiKA-Programm-Highlights 2018 und 2019

Starke Marken, klare Flächen, stimmiges Portfolio

- ▶ Fünf Monsterkinder besuchen in „Gut gebrüllt, liebe Monster“ jede Nacht die Monsterschule, wo sie all das erleben, was auch Menschenkinder in der Vorschule erleben.
Sendetermin: ab 3. Dezember
- ▶ „Tib & Tumtum“ (KiKA) erzählt von einer außergewöhnlichen Freundschaft zwischen Junge und Dinosaurier und zeigt, wie bereichernd Vielfalt ist.
Ausstrahlung: 2019
- ▶ In der Animationsserie „Robin Hood“ (ZDF) stellt sich der Held mit seinen Freunden mutig, kühn und voller List den Gegnern.
Ausstrahlung der neuen Folgen: 2019
- ▶ Bei „Super Wings“ (KiKA) stößt Jett mit seinen Freunden auf immer neue Herausforderungen, die es anzupacken gilt.
Ausstrahlung der neuen Folgen: 2019
- ▶ „Arthur und die Kinder der Tafelrunde“ (SWR) werden zu mutigen Rittern ausgebildet und müssen ihr Königreich vor Gefahren und Feinden schützen.
Ausstrahlung: 2019
- ▶ Die Abenteuer des jungen Leonardo da Vinci zeigt KiKA als Animationsserie „Leo Davinci“ (HR).
Ausstrahlung: 2019

Wissen, Dokumentation oder Mehrteiler

- ▶ Ein plattformübergreifendes Sportmagazin startet mit „Die Sportmacher“ (ZDF). In dem moderierten Format geht es um die Vielfalt von Spiel und Bewegung, vom Breitensport über Urban Sports bis zu E-Sports.
Ausstrahlung: 25. Oktober 2018

- ▶ Eine Tour de France, die informiert und Faszination für unseren Nachbarn weckt, das ist „Schnitzeljagd in Frankreich“ (KiKA).
Ausstrahlung: November 2018
- ▶ In „Twin Teams“ (rbb) brechen Zwillingspaare aus ganz Deutschland auf zu einer spektakulären Tour durch Stadt, Land und Welt.
Ausstrahlung: ab 4. Dezember 2018
- ▶ Nach einem Treffen mit Martin Luther wird das KiKA-Format „Triff...“ über große Persönlichkeiten 2019 mit drei Folgen zu Kleopatra, Schiller und Da Vinci fortgesetzt.
Ausstrahlung: 2019
- ▶ „Berlin und wir“ (ZDF) startet in die dritte Staffel.
Ausstrahlung: 2019
- ▶ Die „Mädchen-WG“ (ZDF), Abenteuer ohne Eltern, wird mit der 10. Staffel fortgesetzt.
Ausstrahlung: 2019

Vom Kind her entscheiden und sicheres Gelände sein

Verantwortung und Qualität als Benchmarks begreifen

Seit 8 Monaten sind Sie KiKA-Programmgeschäftsführerin. Wie ist ihr Befinden und ihr Befund?

„Die 100-Tage-Bilanz habe ich durch die sich fast überschlagenden Ereignisse am Anfang des Jahres bewusst ignoriert. Mein Einarbeitungs- und Kennenlern-Plan hatte sich schon am 1. Tag in Wohlgefallen aufgelöst, er wurde ersetzt durch einen intensiven Arbeitsalltag. Der Vorteil im Rückblick – jetzt kenne ich sie alle, die Kolleginnen und Kollegen in Erfurt, ihre Themen und Ziele, an denen sie arbeiten, ich kenne die Hürden, die genommen werden müssen und an denen ich nun konkret ansetzen kann.“

In vielen Klausuren mit den KiKA-Programmverantwortlichen haben wir konstruktiv und beweglich wertvolle Veränderungen herbeigeführt. Hinter KiKA steht ein Team von 60 festen und ähnlich vielen freien Mitarbeitern, die gemeinsam mit den geschätzten Kollegen der Kinderprogrammredaktionen von ARD und ZDF den Erfolg der Marke „KiKA“ geprägt haben, und ich freue mich jeden Tag, dass ich daran mitwirken kann.“

Haben Sie besondere Programmziele auf Ihrer Agenda?

„Programmschema-Veränderungen, Programmplatz-Optimierung bei linearem und non-linearem Ausspiel, Themenlücken und

Portfolioanalysen, Plattformplanung und das KiKA-Medienportfolio als Ganzes, Spin-offs, Dialogflächen und Partizipationsmöglichkeiten On- und Off-Air oder Diversität in unseren Angeboten – das sind nur einige Schlagworte aus dem Operativen. Was die strategischen Ziele betrifft, so ist die Agenda ähnlich lang. Wir haben in den vergangenen Monaten jedes KiKA-Format unter die Lupe genommen und klare Veränderungslinien gesetzt. Angefangen bei Vorschulprogrammen über Grundschulangebote oder spezielle Themen für Preteens.

Harmonischer Programmaufbau und -fluss, Ausbau konkreter Andockstellen für ein Mehr an innerer und äußerer Beteiligung, darauf legen wir den Fokus – über inhaltliche Straffung oder Verlängerungen von Programmen und ganz wichtig, die Emotionalisierung von Inhalten über Ansprechhaltung, Mitmach-Tools oder Off-Air-Angebote.

Kinderprogramm muss über Nähe und Erleben erfahrbarer werden. Und auch wenn KiKA in einer exzellenten Ausgangsposition ist, muss man doch regelmäßig Angebote überprüfen, justieren und anpassen, denn, wir haben eine sehr agile Zielgruppe und diese Beweglichkeit muss sich programmlich spiegeln.

Es besteht also immer Optimierungs- und Anpassungsbedarf. Und das ist eine wunderbare Aufgabe, vor allem mit einem wunderbaren

Team im Rücken.“

Gibt es langfristige Ziele, eine strategische Position oder Idee für 2028?

„Abhängig sind wir von grundlegenden Richtungen ordnungspolitischer Entscheidungen, die die Umsetzungen unserer Content-Ideen plattformübergreifend determinieren. Marktliche Veränderungen, die politische Agenda, globale Einflüsse mit finanzstarken Schwergewichten – es scheint, dass unsere kleine Kinderprogramm-Agenda da eher nur ein nebensächliches Mosaiksteinchen ist.“

Ich bin aber davon überzeugt: All das, was wir nicht im Sinne der Kinder und vor allem mit Blick auf Kinder heute regeln, wird sich als nachteilig erweisen. Kinder sind die Mediennutzer von morgen; sie wählen aus, bewerten und entscheiden. Und – so wie wir sie prägen, so werden sie auch die Gesellschaft von morgen formen.

Hier haben wir als öffentlich-rechtliche Kinderprogrammanbieter eine besondere Verantwortung. KiKA hat eine Schlüsselposition inne, weil es ein klares Gegengewicht braucht in der digitalen Welt mit ihrer explosionsartigen Vermehrung von Möglichkeiten, Inhalten und Geschäftsmodellen und weil Qualitätsinhalte, Unabhängigkeit und Vielfältigkeit hohe Güter in einer Gesellschaft sind. KiKA, ein Leuchtturm im Medienmeer,

der Eltern Orientierung gibt, und von Kindern heiß geliebt wird. Kein anderes Kinderprogramm pflegt so grundlegend das Bewusstsein für Meinungsvielfalt, Werteorientierung und Verantwortungskultur wie die Programme von ARD und ZDF. Wir haben starke, erfolgreiche Formate und Traditions-Marken im Portfolio, wir kreieren neue Stoffe und Genre, wir pflegen Rituale, spiegeln europäische und deutsche Kulturräume, stärken Kompetenzen und Meinungsbildung, wir schätzen wert – alles in einer seit über 20 Jahren äußerst stabilen Marktposition. KiKA ist Marktführer und regt Themen aktiv an.“

Gibt es besondere Leidenschaften, einen besonderen ‚Plenk-Stil‘?

„Vielleicht sollten hier besser andere befragt werden. Im Mittelpunkt stehen für mich Kinder. Aus diesem Gedankenzentrum heraus sind Entscheidungen zu treffen. Vom Publikum her zu denken, Kinder emotional zu bewegen und zu berühren, das sind Ziele, die mir äußerst wichtig sind. Kinder sind heute aufgeklärter denn je, sie leben in dynamischen Zeiten und agieren in ähnlichen Erlebnisswelten wie Erwachsene.

Sie sind eine beanspruchte und anspruchsvolle Zielgruppe, man verlangt ihnen viel ab. Kindheit ist kurz geworden, und alle Welt müht sich, diese Entwicklungszeit weiter zu optimieren – Gesellschaft, Schule, Familie, Medien. Aber

psychosoziale, emotionale und kognitive Entwicklungen sollten nicht ‚Fast Forward‘ getrieben und an unsere eigene Lebensgeschwindigkeit angepasst werden. Kinder benötigen ‚Reifezeit‘ und Kindermedien sollten ein verlässliches Gelände bieten, an dem sie sich entlanghangeln und mit altersgerechten Medieninhalten – ihrem Tempo gemäß – wachsen können. Wenn sie stark genug sind, loszulassen, sollen sie es tun.

Die Kinderprogrammverantwortlichen von ARD, ZDF und KiKA möchten ihren Beitrag leisten. Last but not least: Emotional berührte Kinder sind bereit, sich auf etwas einzulassen. Und diese Nähe möchte ich herstellen, mit allen uns zur Verfügung stehenden Mitteln: über faszinierende Geschichten, beeindruckende Informationen, motivierende Anregungen, mit Vertrauen, Respekt, Authentizität und viel Spaß.“

Haben Sie einen beruflichen Wunsch?

„KiKA als übergeordnete Marke so zu verankern, das Wert und Funktion der öffentlich-rechtlichen Kinderangebote erhalten bleiben. Ich wünsche mir, dass wir programmlich immer den „richtigen Riecher“ haben und dass die Kinder „ihren“ KiKA weiterhin lieben. KiKA ist als Plattform zu verstehen, die jede einzelne hervorragende Kinderprogramm-Marke unserer beteiligten ARD-Landesrundfunk-

anstalten und vom ZDF präsentieren darf. Erst die Summe aller Angebote macht KiKA wertvoll und relevant und versieht sie mit einer ganz besonderen Kontur.“

Woran möchten Sie gemessen werden?

„An eben diesen Ausführungen und an wunderbaren medialen Kindheitserinnerungen, wenn aus unseren heutigen jungen Zuschauer*innen Erwachsene geworden sind!“

Austausch und Wirksamkeitserlebnisse

Partizipation ist Programm

Breites Medienportfolio und Elternangebot

Partizipation - Kinder im besten Sinne und auf vielen Ebenen zu beteiligen, zu aktivieren und einzubeziehen – das ist ein hohes Gut bei KiKA: Kinder haben Einfluss auf Programm-Entscheidungen, kommen zu Wort und werden aktiviert.

Das Angebot ist vielfältig – vom Chat über Webtalk und Mitmach-Aktion bis hin zu individueller Beratung. Kinder finden viele Ansätze, um sich einzubringen.

Besuch in Erfurt oder... KiKA kommt zu dir!“

Über 8.000 Besucher kommen jährlich nach Erfurt: Die Jüngsten basteln ‚ihr‘ Kikaninchen, Ältere arbeiten an einem Trickfilm oder probieren sich in einer Greenbox aus. Kompetenter Umgang mit Medien fängt beim Ausprobieren an.

Barrierefreie Angebote




Echte Teilhabe und Partizipation für Kinder mit Einschränkungen über barrierefreie Angebote wie Untertitelung, Audiodeskription oder Gebärdensprache werden ausgebaut.

Eltern, die zweitwichtigste Zielgruppe

Als Partner von Eltern liefert KiKA mit „KiKA für Erwachsene“ Orientierung und Unterstützung bei der Medienerziehung. Neben aktuellen Programminformationen ist ein reichhaltiges Angebot an Informationen zum Umgang mit Medien in Video-Interviews und Begleitmaterialien zu finden.



Zahlen und Fakten

- ▶ KiKA ist Lieblingssender 2017 bei 90% der Vorschulkinder und 60% der Sechs- bis 13-Jährigen* 
- ▶ KiKA ist Marktführer 2017 im Bereich Kinderfernsehen mit 18,3% 
- ▶ Starke Quoten auch 2018: KiKA ist seit Mai erneut Marktführer mit 17,1%, 14,7% bzw. 17,8%.** 
- ▶ KiKA hat das beste Image und punktet mit Einschätzungen wie „Da kommt immer wieder etwas Neues“, KiKA „weiß, was [sich die Kinder] gerne anschauen“, wird auch mal „mit den Eltern“ geschaut und ist „richtig gut“.*
- ▶ KiKA ist der Wissenssender Nr. 1: Rund 60% der Sechs- bis 13-Jährigen sagen, bei KiKA „kann ich auch was lernen und bekomme gute Tipps“ bzw. „bekomme ich Dinge gut erklärt“*
- ▶ KiKA Online ist die bekannteste und beliebteste Website mit 63% Nennung bei den Vorschulkindern und steht bei den Sechs- bis 13-jährigen auf Platz zwei nach YouTube.* Das Angebot erzielte im ersten Halbjahr 2018 durchschnittlich 3,7 Millionen Visits pro Monat, neuer Spitzenwert im März war 5,1 Millionen Visits.***
- ▶ KiKA ist der meist genutzte Videotext bei Kindern von 3-13 und jedem zweiten Kind bekannt.*
- ▶ Die KiKANINCHEN-App ist für den Grimme Online-Preis nominiert sowie mit dem Comenius EduMedia-Siegel ausgezeichnet. Seit dem Launch im Dezember 2017 gibt es bereits 447.000 Downloads.****

*Quelle: iconkids & youth - Repräsentative Mehrthemenumfrage im Auftrag von ARD/MDR, ZDF und KiKA bei Müttern von 3- bis 13-Jährigen und Kindern (6-13J.) - September 2017; Lieblingssender = ungestützte Abfrage, Vorschulkinder erfragt über deren Mütter; Imageattribute und Wissensvermittlung: gestützte Abfrage bei 6-13J.; KiKA Online: ungestützte Abfrage; KiKA Videotext: gestützte Abfrage bei 6-13J. und Müttern 3-13J.

**Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, videoSCOPE, TV, Kinder 3-13J. 06-21 Uhr, MA in %; Basis: 2017 (geteilte Marktführerschaft mit Super RTL originär) bzw. Basis: Monatswerte KiKA von Mai, Juni, Juli.

*** Quelle: INFOnline, Basis: SZMnG, Zeitraum: 01.01.-30.06.2018.

**** Quelle: Der Kinderkanal von ARD und ZDF (2018, 25. Juni). Ausgezeichnet: Comenius EduMedia-Siegel für „KIKANINCHEN-App“ – Europäischer Bildungsmedienpreis für Vorschulangebot von KiKA; Der Kinderkanal von ARD und ZDF (2018, 26. April). KIKANINCHEN-App für Grimme Online Award vorgeschlagen – KiKA freut sich über Nominierung durch Expertenjury. Downloadzahlen: Zahlen aus den Stores, Basis: Downloads/Installationen nach Nutzer, Stand: 31.07.2018





Kontakt

Der Kinderkanal von ARD und ZDF
Unternehmenskommunikation
Gothaer Straße 36
99094 Erfurt
Tel. +49 361.218-1827
eFax: +49 361.218-291827
E-Mail: kika-presse@kika.de
kika-presse.de

Bildnachweis

Der Kinderkanal von ARD und ZDF dankt folgenden Personen, Agenturen und Institutionen für die freundliche Genehmigung zum Abdruck ihrer Bilder.

- © KiKA/ Mira Mikosch: Seiten 1, 2, 8, 15 und 17
- © KiKA/ Carlo Bansini: Seite 3
- © MDR/ Mara Monetti: Seite 4
- © ZDF/ Markus Hintzen: Seite 4
- © Dorothee Bär / Tobias Koch: Seite 7
- © MDR/ Marco Posch: Seite 16