

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)

Was auf die Ohren?!

Kreativ und kritisch mit Hörmedien in der *Medienpädagogik*

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)

Was auf die Ohren?!

Kreativ und kritisch mit Hörmedien in der *Medienpädagogik*

Beiträge aus Forschung und Praxis

Prämierte Medienprojekte

Friederike von Gross/Renate Röllecke (Hrsg.)
Dieter Baacke Preis Handbuch 19
Was auf die Ohren?!
Kreativ und kritisch mit Hörmedien in der Medienpädagogik
Beiträge aus Forschung und Praxis – Prämierte Medienprojekte

Dieser Band wurde gefördert vom

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur
in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (GMK)

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Obernstr. 24 a
33602 Bielefeld
fon 0521/677 88
fax 0521/677 92
email gmk@medienpaed.de
homepage www.gmk-net.de

Redaktion

Dr. Friederike von Gross
Renate Röllecke
Tanja Kalwar

Lektorat

Tanja Kalwar

Titelillustration

kopaed

Druck

Memminger MedienCentrum, Memmingen

© kopaed 2024
Arnulfstraße 205
80634 München
fon 089/688 900 98
fax 089/689 19 12
email info@kopaed.de
homepage www.kopaed.de

ISBN 978-3-96848-139-5

Funkerzählungen, Hörbücher und Hörspiele für Kinder gelten unter Jugendschutzaspekten als unbedenklich. Sogar positive Wirkungen werden ihnen bescheinigt, beispielsweise in Bezug auf die Sprachentwicklung. Sie machen Spaß und Mut, wenn sie davon erzählen, wie die Helden – männlich, weiblich oder divers – die Welt verbessern und sich selbst und ihre eigene Situation dabei gleich mit. Dennoch führen Hörmedien eher ein Schattendasein im Kinderalltag. An fehlenden Angeboten kann es nicht liegen. Es gibt eine enorme Bandbreite an hörenswerten Produktionen. Viele davon sind kostenlos abrufbar oder können in Bibliotheken ausgeliehen werden. Auch das Kinderradio gibt es noch. Warum nur fliegt der Schatz an Hörmedien unter dem Radar der Aufmerksamkeit und damit leider auch an vielen Kinderohren vorbei? Weshalb spielen Töne auch in der Medienpädagogik die zweite Geige? Und wann kommt endlich der lange geforderte öffentlich-rechtliche Radiosender für Kinder?

Im Frühjahr 1924 wird die erste Kindersendung ausgestrahlt und es entwickelt sich in den folgenden Jahren ein buntes Programmangebot für Jungen und Mädchen. „Die zahlreichen Lesungen für Kinder und Jugendliche spiegeln das Spektrum des vorhandenen Markts mit Bewährtem und Neuem.“ (Josting 2021: 59) Es endet abrupt mit der Gleichschaltung im Nationalsozialismus, wo die Ausgrenzung unerwünschter Personen und Gedanken zu einem enormen Kulturverlust führt (vgl. ebd.). Seine zweite Glanzzeit hat das Kinderradio dann in den 1950er-Jahren mit einem viel gehörten Programm, das im Osten pädagogisch und kulturell ambitionierter ist als im Westen, aber auch weniger auf die Bedürfnisse von Kindern zugeschnitten. Bei vielen Programmangeboten

wird Wert daraufgelegt, die Kinder auch zum Lesen, Basteln, Malen oder Schreiben zu inspirieren (vgl. ebd.: 63). In den 1960er-Jahren fällt Radionutzung zurück, denn das Fernsehen erobert die Kinderherzen. Auch Schallplatten und Musikkassetten sind nun erschwinglich. Kinderprogramme im Radio verlieren im Alltag an Bedeutung und in der Folge werden die Sendezeiten eingeschränkt, was wiederum die Attraktivität des Programmangebots schmälert. Seit Jahrzehnten ist es nun auf ambitionierte, aber schwer auffindbare Inseln beschränkt und wird vorrangig auf Wellen platziert, die üblicherweise nicht im Familienalltag gehört werden. Schließlich hat das Internet den letzten Schub an Abstrichen im linearen Radioprogramm für Kinder gebracht. Viele Angebote sind ausschließlich online verfügbar und setzen darauf, dass Kinder oder ihre Eltern selbst aktiv werden und sich ein Programm zusammenstellen.

Das führt dazu, dass großartige Audioproduktionen eine viel zu kleine Fangemeinde erfreuen. Dabei ist das Interesse an Hörgeschichten ungebrochen. Immerhin 28 Prozent der Kinder schalten sie mindestens einmal in der Woche an, hat die KIM-Studie 2022 ermittelt. Acht Prozent hören regelmäßig Podcasts und zwischen Mädchen und Jungen gibt es dabei keine nennenswerten Unterschiede. Befragt nach ihren „Lieblingshörbüchern“, nennen Kinder die alten Serien *Benjamin Blümchen* (ab 1977), *Die drei ???* (ab 1979) und *TKKG* (ab 1981), also das, was die Eltern kennen und selbst gern gehört haben. Hinzu kommt *Die Schule der magischen Tiere* (ab 2013), eine erfolgreiche Buchreihe, die auch verfilmt ist, aber in der Hörspielfassung ohne Kenntnis der Bücher kaum zu verstehen ist.

Kinderradio gibt es noch

Das Kinderradio existiert bis heute und die Angebote sind über das Internet auch gut auffindbar, beispielsweise in der ARD-Audiothek. Hier ist das Angebot für Kinder verzahnt mit den Seiten einzelner öffentlich-rechtlicher Sendeanstalten. Auf diesen Seiten geht es nicht einfach nur um das Hören, sondern auch um Basteln, um Spiele und sehr viel um Filme, das Hören rückt fast in den Hintergrund. Eine Ausnahme ist der angenehm übersichtliche *Kakadu*-Kinderpodcast vom Deutschlandfunk Kultur. Beim *Ohrenbär* vom rbb, der noch linear sendet und mit dem NDR kooperiert, gibt es auf der Homepage viele Sendungen mit konkreten Altersangaben, was bei der Auswahl von Gute-Nacht-Geschichten hilfreich ist. Der Bayrische Rundfunk hat eine Kinderseite, auf der Hören und Schauen gleichermaßen attraktiv sind und wo die Sende-termine für das lineare Kinderradio ganz oben stehen. Der WDR ist mit seinem Kindersender *Die Maus* (ehemals *KiRaKa*, davor *Lilipuz*) präsent. Auf der Maus-Seite können die Kinder zwischen Angeboten zum Sehen oder zum Hören auswählen – unter der Rubrik „Sendetermine“ findet man aber nur noch Fernsehbeiträge. Welches Kind will schon auf lustige Animationen verzichten, wenn *Die Maus* im Internet ihr Angebot unterbreitet? Hieße der Sender *Die Unsinkbaren Drei*, nach den berühmten Piraten aus dem WDR-Kinderradioprogramm, wäre das vielleicht anders. Auch das Kindernetz des SWR bietet neben Podcasts Filme an, ist aber eher auf ältere Kinder als auf das Grundschulalter fokussiert. Nur im Sendegebiet des MDR haben es hörbegeisterte Kinder zwischen 8 und 13 Jahren leicht. Hier gibt es für sie rund um die Uhr ein eigenes Radioprogramm, das *Tweens* heißt und digital terrestrisch zu empfangen ist. Auch die sorbisch sprachige Minderheit wird hier berücksichtigt. Die Redaktion von *Tweens* arbeitet mit der Reaktion von *Sputnik* zusammen, dem Jugendradio des MDR, auch das ist eine Ausnahme. Sonst nehmen die Jugendwellen und das Kinderradio eher wenig Bezug aufeinander und sind nur geeint in ihrem Bemühen, auch Bilder anzubieten.

Es gibt im Netz also ein breites und buntes, nahezu erschlagendes Angebot an Hörfutter für Kinderohren, das gebührenfinanziert ist und kostenlos abgerufen werden kann. Hinzu kommen die privaten Anbieter. Mit diesem Angebot umzugehen und etwas herauszufischen, ist für Grundschul Kinder ohne Hilfe aber nicht leicht. Man muss schon ziemlich eingearbeitet sein und gut lesen können, um nicht überfordert umher zu switchen, sondern gezielt zuzuhören.

Zuhören bereichert

Audiomedien spielen eine positive Rolle in der Entwicklung von Hör- und Zuhörkompetenzen. Die Erfahrung, dass Zuhören Spaß machen, entspannen und sich in vielerlei Hinsicht lohnen kann, tut Kindern gut. Im Idealfall laden Hör-geschichten dazu ein, wieder und wieder gehört zu werden, bis alle Bedeutungsebenen durchdrungen sind. Sich eine Geschichte in dieser Form anzueignen, regt die Fantasie und Kreativität an und fördert nebenbei ganz unaufdringlich die sprachliche Entwicklung und den Wortschatz. Die Geschmäcker sind verschieden, einige mögen es wild und laut, andere verstehen leise Töne besser, und Vorlieben verändern sich im Laufe der Entwicklung. Im Grundschulalter fällt es Kindern im Regelfall schon leicht, sprachlich komplexen und inhaltlich herausfordernden Texten zuzuhören, auch wenn sie noch nicht gleich alles richtig verstehen können. Der selbstbestimmte Zugriff auf Geschichten ist daher hilfreich und dient auch dem Erwerb von Orientierungswissen.

Der Kognitionswissenschaftler Fritz Breithaupt erklärt den Homo sapiens in seinem Buch *Das narrative Gehirn* zum Homo narrans:

„Wer in Geschichten verstrickt ist, lebt intensiver – ich erzähle, also bin ich. Doch nicht nur das eigene Leben wird als Narration prägnanter. Mittels Erzählungen gelingt es uns auch, die Erfahrungen eines einzelnen Menschen zu solchen von vielen anderen zu machen.“ (Suhrkamp, Verlagstext)

Dieser sozialen Veranlagung kommen Hörmedien entgegen. Sie sind gegenüber den Bildmedien assoziativ offener und deutlich weniger kostenintensiv, damit schneller und thematisch vielfältiger, technisch unkompliziert und leicht verfügbar. Das Zuhören hat prominente Unterstützer, darunter Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier. Er wird als Schirmherr der Stiftung Zuhören mit folgendem Statement auf der Homepage zitiert:

„Mit zahlreichen alters- und zielgruppengerecht entwickelten Angeboten unterstützt die Stiftung Zuhören die Stärkung der so wichtigen Kompetenz des Zu- und Hinhörens, die auch eng mit einer Haltung der Geduld, des Respekts und der Offenheit verbunden ist.“

Ausgezeichnete Orientierung

Aufmerksamkeit für herausragend gute Werke bringen die einschlägigen Preise, Bestenlisten und Qualitätssiegel. Ausgezeichnet wird alles: von Lesungen, inszenierten Lesungen über Hörspiele bis zu Features und Sach- und Wissensreihen für Kinder, die zum Teil sehr aufwendig produziert werden. Etliche Vereine loben Preise aus oder empfehlen Produktionen.

Renommiert ist der *Deutsche Kinderhörspielpreis*, den die ARD gemeinsam mit der Film- und Medienstiftung NRW jährlich ausschreibt. 2023 ging die Auszeichnung der Kinderjury und der Erwachsenenjury an Janine Lüttmann für *Der 13. Februar*, eine Produktion des NDR.¹

Der Verein Deutscher Hörbuchpreis, in dem Verlage und öffentlich-rechtliche Sendeanstalten vertreten sind, verleiht einen Preis in der Kategorie „Bestes Kinderhörbuch“. Die Entscheidung trifft eine Jury aus fünf Kindern, die am Vorlesewettbewerb in NRW teilgenommen haben. 2023 ging der Preis an *Sansaria – Träume der Finsternis* von Tania Messner, Verlag Oetinger Audio.

Gute Musik für Kinder zeichnet der Verband deutscher Musikschulen mit dem *Medienpreis LEOPOLD* aus.

Der Hessische Rundfunk erstellt seit vielen Jahren in Zusammenarbeit mit dem Börsenblatt – Magazin für den Deutschen Buch-

handel und dem Literaturhaus Frankfurt die hr2-Hörbuchbestenlisten und kürt Kinder- und Jugendhörbücher des Monats und des Jahres.

Auch das *Aki Audiosiegel*, das 2021 den *Auditorix* abgelöst hat und jährlich 15 bis 20 undotierte Qualitätssiegel vergibt, lenkt die Aufmerksamkeit auf gekonnte Produktionen für Kinder. Hinter dem *Aki* stehen die Arbeitsgemeinschaft Jugendliteratur und Medien der GEW (AJuM) und die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (GMK).

Der Verlag Hörcompany aus Hamburg produziert ausschließlich für Kinder und Jugendliche und ist inzwischen als Marke sein eigenes Qualitätssiegel.

Renommierte Kinderbuchautorinnen wie Cornelia Funke oder Kirsten Boie und ihre Kollegen Andreas Steinhöfel oder Salah Naoura sind ebenfalls ihre eigenen Qualitätssiegel und achten bei der Umsetzung ihrer Bücher darauf, dass die Geschichten noch einmal gewinnen. Beispiele dafür sind *Drachenreiter 3: Der Fluch der Aurelia*, *Wenn mein Mond deine Sonne wäre* oder *Der Ratz-Fatz-X-weg 23*. Cornelia Funke hat inzwischen ein eigenes Hörbuchlabel mit dem schönen Namen *Atmende Bücher*.

Die Zusammenarbeit von Verlagen, Vereinen, Sendeanstalten, Literaturhäusern, Buchhandel und Bibliotheken hat für Kinder in punkto Hörge-nuss viel zu bieten. Sie bereichert die Kinderkultur in Deutschland auch mit der Organisation von Kinderkonzerten, Live-Hörspielen, der ARD-weiten Radionacht oder Veranstaltungen mit Theater, Spiel und Comedy. Lesungen und Buchvorstellungen verknüpfen das Kinderradio mit der Kinderliteratur. Insgesamt gibt es für Audioproduktionen dennoch weniger Auszeichnungen, weniger Preisgeld und weniger Aufmerksamkeit des Feuilletons als für Bücher oder Filme.

Die zweite Geige

In der medienpädagogischen Praxis sind Audioprojekte rar, auch hier dominieren die audiovisuellen Medien. Es gibt beeindruckende Leuchtturmprojekte wie die Hörclubs der Stiftung Zuhören, die auch vonseiten der Hörbuchverlage unterstützt werden. Inzwischen wurden bereits

über 5000 Hörclubs vor allem in Kindertagesstätten und Grundschulen initiiert. Seit über 50 Jahren bieten medienpädagogisch Engagierte an Schulen, in Freizeitstätten oder in Ferienlagern Radioprojekte an, wo Kinder für Kinder produzieren. Auch bei einigen Bürgerradios gibt es regelmäßige Sendungen für Kinder, die zum Teil von Kinderredaktionen erarbeitet werden und regional verankert sind. Eine Verzahnung und Verstetigung der medienpädagogischen Projektarbeit mit professionellen Kinderradio-Sendungen kommt aber eher selten zustande.

Radioprojekte gehören zur Grundausrüstung der aktiven Medienarbeit. Am Anfang der Gruppenarbeit steht üblicherweise die Themenfindung oder die Konkretisierung eines gesetzten Themas. Wenn das Thema greift, brummt die Debatte. Alle Beteiligten kommen zu Wort, finden Gehör und können ihre Haltung im Austausch mit der Produktionsgruppe, bei Recherchen oder durch Interviews reflektieren. Das ist der übliche Vorlauf auch für Filmproduktionen. Wenn die Kamera dann im Koffer bleibt und ein Hörbeitrag produziert wird, konzentriert sich der Prozess ganz auf die Inhalte und bekommt schnell emotionale Tiefe. Oft kommen Sorgen zur Sprache, die vor der Kamera nicht so leicht zu präsentieren sind, beispielsweise wenn es um Einsamkeit, Ängste oder Gewalterfahrungen geht. Auch Rollenspiele funktionieren in der Hörfassung gut. Die Gruppenarbeit in Audioprojekten ist inhaltlich konzentrierter, weil weniger Ablenkung durch die Ansprüche an Bildaufnahmen gegeben ist. Vor einem Mikrofon muss man nicht cool und lässig sein und es kann keine roten Köpfe sehen. Nicht zuletzt sind es abstrakte Themen, die ohne Bilder gut bearbeitet werden können. Der Tonschnitt am Computer ist so leicht, dass sich verschiedene Schnittversionen der Aufnahmen erstellen lassen. Bei jüngeren Kindern bietet es sich an, zwei Versionen vorzulegen und ihre Aufträge für eine dritte Version entgegenzunehmen. Vom zweiten Schuljahr an können sie dann bereits selbst gut mit der Schnitttechnik umgehen.

Medienpädagogische Produkte müssen nicht perfekt sein. Die Arbeit ist für die Kinder

ergiebig, wenn sie prozessorientiert ist und das Produkt spürbar ein Gemeinschaftsprodukt ist, auf das alle stolz sein können. Die Ergebnisse der produktorientierten Arbeit sind zwar beeindruckender, aber der Produktionsprozess geht leicht an den Bedürfnissen der Kinder vorbei, wenn sie den Überblick verlieren und keine Selbstwirksamkeit erfahren.

Der fehlende Zugriff

Mit einer GMK-Fachtagung und dem Buch *Kinder und Radio* (Schill/Baacke 1996) wird 1995 die Debatte für ein bundesweites Kinderradio angestoßen. Daraus entwickelt sich der Runde Tisch Kinderradio unter Federführung der GMK, der mit der Broschüre *Alle mal herhören: Kinder wollen Radio* (GMK 2002) abschließt und diese Forderung untermauert. Die Kinderbuchautorin Cornelia Funke schreibt dort:

„Was für eine Chance und eine längst überfällige Idee! Ein eigener Radiokanal für Kinder, ein Ohrenspielplatz mit Lesungen, Hörspielen, Kinder- nachrichten, eine Wundertüte voll Hörspaß, die Kinder ernst nimmt und sie so zu Radiofreunden und Zuhör-Königen macht. [...] Also, wo ist der ARD-Intendant, der diese Chance erkennt und sie ergreift?“²

Auf der Basis einer weiteren Fachtagung 2003 zum Thema „Kinder & Radio“ entsteht ein zweites Buch, wo die Forderungen präzisiert werden und der Kreis der Mitstreitenden erweitert wird (vgl. Schill/Linke/Wiedemann 2004). Doch zwanzig Jahre später ist die politische Forderung nach einem bundesweiten Kinderradiosender nach wie vor unerfüllt und aktuell. Wie oben skizziert, gibt es zwar ein enormes Angebot, aber das ist weitgehend so erwachsen organisiert, dass Grundschul- kinder kaum dahinter steigen, was es alles gibt.

Inzwischen ist auch deutlich geworden, dass ein Sender allein nicht mehr ausreichen wird. Es sollten zwei sein: Einer für die 4- bis 7-Jährigen und einer für die 8- bis 12-Jährigen. Beide Sender müssten mit einem gängigen Radiogerät zu empfangen sein, auf das Kinder problemlos

und selbstbestimmt Zugriff haben, damit sie an- und ausschalten können, wie es ihnen gefällt. Vertraute Stimmen aus dem Radio erleichtern es Kindern auch, nach der Schule in eine leere Wohnung zu kommen. Wichtig für ein Kinderradio sind verlässliche Programmschemata. Dann könnten Sendungen auch im Kindergarten oder im Hort in den Tagesablauf eingeplant werden. Diese Idee ist alt, aber das Potenzial ist nach wie vor ungenutzt.

In einem Kindersender könnte auch eine Debattenkultur von Kindern vorgelebt werden, beispielsweise beim Besprechen von Alltagskonflikten. Bereits viel Erfahrung haben die Kinderfunk-Redaktionen bei der Vorstellung von Büchern, Kinofilmen, Serien, Liedern, Theaterstücken oder Spielen gemeinsam mit Kindern.

Mit guten Kinderradioprogrammen könnte die ARD eine kulturelle Grundlage schaffen und dabei die vielen Kinder mitnehmen, deren Muttersprache nicht das Deutsche ist.

Vor nicht allzu langer Zeit gab es in Berliner Kneipen Hör-Events, bei denen Erwachsene gemeinsam *Die drei ???* hörten, in Erinnerung an ihre von Kassetten geprägte Kindheit. Das macht deutlich, wie sehr Hörerfahrungen Menschen verbinden können.

Medienpolitisches Fazit

Bisher wird der Bildungsauftrag, der in allen Rundfunkgesetzen festgeschrieben ist, für Kinder weniger effektiv wahrgenommen als für alle anderen Altersgruppen. Vielleicht ändert das die 2024 anstehende Reform der ARD. Erforderlich für eine verbesserte Teilhabe der Kinder am Kulturgut Rundfunk sind meiner Meinung nach zwei bundesweit terrestrisch zu empfangende Sender mit Vollprogramm und Regionalfenstern für die einzelnen Sendegebiete. Hier könnte auch eine Zusammenarbeit mit medienpädagogischen Projekten sinnvoll verankert werden. Damit diese beiden Kinderprogramme bleibend gewinnbringend für die Kinder sind, müssten sie in den pädagogischen Einrichtungen und vom Feuilleton wahrgenommen werden und sich einem kritischen Diskurs stellen.

Autorin

Susanne Bergmann: Arbeitete viele Jahre als Medienpädagogin, u.a. im Jugendfilmstudio Berlin; schreibt als freie Autorin seit 1994 für den öffentlich-rechtlichen Kinderfunk (Autorenname Susanne Kornblum); Jurorin beim *Audiosiegel Aki* und eine der beiden Sprecherinnen der GMK-Fachgruppe Hörmedien; prüft Altersfreigaben bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (fsf) und ist ehrenamtliche Richterin am Oberverwaltungsgericht für das Land Nordrhein-Westfalen.

Anmerkungen

- 1 Abrufbar unter: www.ndr.de/nachrichten/info/Kinderhoerspiel-Der-13-Februar,audio1316004.html [Stand: 05.06.2024]
- 2 Abrufbar unter: www.gmk-net.de/ueber-die-gmk/lf-fachgruppe/fachgruppe-hoermedien/ [Stand: 05.06.2024]

Literatur

- GMK – Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (Hrsg.) (2002): *Alle mal herhören: Kinder wollen Radio*. Bielefeld: AJZ-Druck & Verlag.
- Josting, Petra/Preis, Matthias (Hrsg.) (2021): *Klangwelten für Kinder und Jugendliche. Hörmedien in ästhetischer, didaktischer und historischer Perspektive*. München: kopaed.
- mpfs – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2023): *KIM-Studie 2022. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger*. Abrufbar unter: www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2022/KIM-Studie2022_website_final.pdf [Stand: 05.06.2024].
- Schill, Wolfgang/Baacke, Dieter (Hrsg.) (1996): *Kinder und Radio. Zur medienpädagogischen Theorie und Praxis der auditiven Medien*. Frankfurt am Main: GEP Buch.
- Schill, Wolfgang/Linke, Jürgen/Wiedemann, Dieter (Hrsg.) (2004): *Kinder & Radio*. München: kopaed.

Lizenz

Der Artikel steht unter der Creative Commons Lizenz **CC BY-SA 4.0**. Der Name der Urheberin soll bei einer Weiterverwendung genannt werden. Wird das Material mit anderen Materialien zu etwas Neuem verbunden oder verschmolzen, sodass das ursprüngliche Material nicht mehr als solches erkennbar ist und die unterschiedlichen Materialien nicht mehr voneinander zu trennen sind, muss die bearbeitete Fassung bzw. das neue Werk unter derselben Lizenz wie das Original stehen. Details zur Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>.

Einzelbeiträge werden unter www.gmk-net.de/publikationen/artikel veröffentlicht.