

04. Sitzung des Fernsehrates in der XVII. Amtsperiode am 28. März 2025

Zusammenfassung der Vorlagen

Stand und Entwicklung von KiKA

- KiKA war 2024 mit einem Marktanteil von 12,9 % zum sechsten Mal in Folge in seiner Sendezeit **TV-Marktführer** bei den Drei- bis 13-Jährigen. Auch wenn das lineare Fernsehen bei Kindern noch immer die am häufigsten genutzte Bewegtbild-Plattform ist, setzt sich der kontinuierliche Rückgang der täglichen linearen TV-Nutzung fort.
- Durch die konsequente Einbeziehung von Kindern in wichtige Programmentscheidungen, durch Interaktionsmöglichkeiten im Programm und die **Förderung von Partizipation** leistet KiKA einen Beitrag zu Meinungsbildung und Medienkompetenz.
- „**logo!**“ beantwortet in monothematischen Sondersendungen viele Kinderfragen zu den Themen Europa, Kinderarbeit, Integration und Holocaust. Darüber hinaus will das neue Format „**logo! no.front**“ die **Debattenkultur** unter Kindern und Jugendlichen stärken.
- Auch **fiktionale Angebote** ermöglichen Kindern **Verständnis für gesellschaftliche und geschichtliche Zusammenhänge**. Kinder bekommen auf diese Weise Einblicke in Themen wie Kinderarmut, Neurodivergenz und 35 Jahre Mauerfall. Altersgerechte Animationsformate machen zwischenmenschliche Probleme schon für Vorschulkinder leicht verständlich.
- Um in einem dynamischen Markt auch weiterhin mit ansprechenden Inhalten für die unterschiedlichen Zielgruppen erfolgreich zu sein, bereitet KiKA derzeit eine **Analyse des Programmportfolios** vor. Im Ergebnis sollen Themen- und Genrelücken erkannt und abgestimmt zwischen ZDF und ARD angegangen werden.
- Das digitale **KiKA-Angebot an Apps und Websites** wird kontinuierlich an die Bedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen angepasst und perspektivisch in seiner Angebotsbreite reduziert.