

8. Sitzung des Fernsehrates in der XVII. Amtsperiode am 13. März 2026

Zusammenfassung der Vorlagen

Stand und Entwicklung von KiKA

- KiKA bleibt trotz Marktfragmentierung ein führender Anbieter im Kindermediensegment, mit hohen Reichweiten im Linearen, starken Nutzungszahlen seiner Apps und Plattformen sowie einem weiterhin sehr guten Image unter Kindern und Eltern.
- Kinder nutzen vielfältige Bewegtbildquellen, wobei das lineare Fernsehen weiterhin eine große Relevanz hat. Non-lineare Plattformen, Apps und SVoD-Angebote gewinnen weiter an Bedeutung. KiKA muss daher seine Sichtbarkeit in digitalen Umgebungen konsequent stärken.
- Mit dem Reformstaatsvertrag bleibt KiKA als Marke erhalten, verliert jedoch ab 2033 seinen linearen Auspielweg. Die systematische Weiterentwicklung zum umfassenden digitalen Angebot hat strategische Priorität.
- Die Einbindung in das ARD-/ZDF-Streamingnetzwerk und das Projekt „Streaming OS“, die Optimierung von Metadaten sowie eine gemeinsame Portfoliostrategie werden für die Auffindbarkeit und Relevanz der KiKA-Inhalte zunehmend entscheidend.
- Partizipation und Interaktion bleiben wichtige Faktoren im Portfolio. Formate wie die „logo!“-Tour, der „KiKA Award“ sowie neue Ansätze über den „Public Spaces Incubator“ schaffen Bindung und verankern KiKA im Alltag der Kinder.
- Inhaltlich setzt KiKA auf Orientierung, Wissen und gesellschaftliche Relevanz, u. a. zu den Themen Kriegsende, Demokratieverständnis, mentale Gesundheit, Diversität und kindliche Lebenswelten, ergänzt durch starke fiktionale Marken.
- Unterhaltung und Factual-Formate stärken Co-Viewing und Familienbindung, etwa durch Jubiläumsevents wie „25 Jahre Bernd das Brot“, neue Primetime-Events und hochwertige Produktionen in enger Zusammenarbeit mit den Redaktionen des ZDF.