

„Teletubbies“

Die erste Fernsehsendung für 1- bis 3-Jährige

Keine andere Kindersendung der letzten Jahre hat so viele Diskussionen hervorgerufen, wie die von Ragdoll Productions für die BBC produzierte Serie „Teletubbies“. Seit ihrem Start in Deutschland am 29.3.1999 wurde die für Kinder ab einem Jahr konzipierte Sendung auch hierzulande zum ‚Medienphänomen‘. Innerhalb kurzer Zeit erreichten die „Teletubbies“ hohe Einschaltquoten und die Merchandising-Artikel wurden zum Verkaufsschlager. Doch obwohl die Reihe erfolgreich war, hagelte es Kritik. Diese richtete sich hauptsächlich auf vier Aspekte:

1. Merchandising

Zur Serie sind Musikkassetten, Kaufvideos, Bücher, Spiele und viele andere Merchandisingartikel erhältlich. Dass man dabei Kaufanreize bei Kindern erzeugt, wurde (und wird) als problematisch betrachtet.

Teletubbies Lizenznehmerliste (Auszug)

Firma	Produkt
KiKA	TV-Serie
À la carte AG	Masken, Schlüsselanhänger, Schlüsselanhänger mit Geldbörse, Wecker, Mensch-ärgere-dich-nicht-Spiel
Amscam Partyartikel GmbH	Partyprodukte
Ardek-Arbeitsgemeinschaft der Baby- und Kinderausstatter	Sitz- und Liegebuggy, Shopper, Sportwagen, Jogger
Besteam int. Spielwaren Vertriebs GmbH	Puppenwagen, Puppenbuggies, Puppenbetten etc.
Bike Fashion Vertriebs GmbH	Kinderfahrradaccessoires: Korb, Trinkflasche, Fahrradhandschuhe, Klingel, Hupe, Flaggen, Helme
EMI Electrola GmbH	CDs, MCs, Compilations
Hasbro Deutschland GmbH	Spielwaren und Plüsch
Panini Verlags GmbH	Monatliches Magazin und Sammelsticker mit Album
Ravensburger Buchverlag Otto Maier GmbH	Buchprogramm
Ravensburger Interactive Media GmbH	Videos und Hörspielkassetten
Ravensburger Spieleverlag	Puzzles und Spiele
TV Media Limited	Nacht- und Unterwäsche für Kinder, Bekleidung
Verlag Jürgen Döll	Schreibwarelinie (u. a. Malstifte, Radierer, Geschenkpapier, Malblöcke, Geschenktüten etc.)
u. a.	u. a.

Quelle: Eck 2000 S. 25.

2. Bildung und Unterhaltung

Kritisiert wurde vor allem eine befürchtete sprachliche Verdummung der Kinder und ein Mangel an intellektueller Herausforderung.

3. Sex und Drogen

Manche Kritiker hoben die halluzinogene Optik der Sendung hervor und stellten einen Mangel an Realität fest. Wiederum andere störte vor allem die Figur Tinky Winky, die sie in Verbindung mit der Homosexuellen-Bewegung brachten, da seine dreieckige Antenne auf dem Kopf deren Symbol ähnelte. Außerdem war seine Fellfarbe violett, und er trug eine rote Handtasche.

4. Ärztliche Warnungen

Amerikanische Kinderärzte forderten die Eltern auf, ihre Kinder die Sendung nicht sehen zu lassen. Dabei beriefen sie sich auf Ableitungen aus vorhandenen Studien, die besagten, „dass Babys und Kleinkinder persönliche Zuwendung und Interaktion brauchen, und dass ein solcher Umgang besser ist als nur Fernsehen“ (Stipp 1999, S. 28).

Mittlerweile haben sich die Gemüter beruhigt, und Tinky Winky, Dipsy, Laa-Laa und Po gehören in vielen Ländern zum Fernsehalltag. Und wenn sie nicht auf Sendung sind, so sind sie zumindest im Internet präsent (siehe z. B. YouTube:

<https://www.youtube.com/channel/UCejWwpHX71w6aELHNT9IFwQ>).

Quellen

Eck, Sigrid 2000: Am Anfang war das Plüschtier – am Ende Milliardenumsätze. Märchenwelt Merchandising: Das Geschäft mit den TV und Kinofiguren. In: Tendenz, München 2/2000, S. 22-25.

Götz, Maya 2003: Wer hat Angst vor den Teletubbies? Oder was Kinder an den Teletubbies lieben und Eltern diskutieren. In: Buresch, Wolfgang (Hrsg.): Kinderfernsehen. Vom Hasen Cäsar bis zu Tinky Winky, Dipsy und Co. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 51-70.

Stipp, Horst 1999: Im Visier der amerikanischen Programmkritik. In: TelevIZion, 12. Jg., Heft 2, S. 28-30.

weitere Informationen

Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI): *Teletubbies* im Alltag von Kindern: http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/forschung/Untersuchte_Formate-Sendungen/Zielgruppe_5-6%20_Jahre/Teletubbies.htm