

Der Krieg lässt sich nicht wegerklären – nur einordnen. Von Eva Radlicki

Immer wieder muss „logo!“ Dinge erklären, die man Kindern gerne ersparen würde. Den Klimawandel mit seinen Folgen, ein sich weltweit verbreitendes Virus und einen Krieg in Nachbarschaft zu Deutschland. Verschweigen ist dabei keine Option. Es ist Aufgabe und tägliche Herausforderung für „logo!“, Kinder mit aufgeschnappten Infos und Bildern nicht allein zu lassen.

Kinder waren schon immer umgeben von Nachrichten, die nicht für sie gemacht sind. In den 90er Jahren haben sie vielleicht auf dem Titel von Zeitungen brutale Fotos des Jugoslawienkriegs gesehen, die Attentate vom 11. September 2001 waren in Radio, TV und Print omnipräsent. Die Anzahl der Quellen ist heute ungleich größer und die Gefahr z. B. auf YouTube zum Krieg in der Ukraine auf verstörende Bilder zu treffen, ist riesig. „Kinder bekommen mit, was in der Welt passiert – „logo!“ erklärt es und ordnet es ein“, so wurde es bereits bei Gründung der Kindernachrichtensendung postuliert.

Das Bedürfnis nach altersgerechten und erklärenden Nachrichten ist groß. „logo!“ erreichte im 1. Halbjahr 2022 einen durchschnittlichen Marktanteil von 20,2 Prozent bei den 3-13-Jährigen. Dazu kommt die Nutzung von „logo!“ auf YouTube oder Instagram sowie des Onlineangebots auf logo.de. Ähnlich den Erwachsenen-Nachrichten hat auch „logo!“ 2020 eine Art „Corona-Schub“ erfahren. Mit Beginn der Pandemie stieg das Informationsbedürfnis bei Kindern deutlich an, „logo!“ wurde noch stärker genutzt als zuvor und ist seither auf dem hohen Akzeptanzniveau geblieben. Zu Beginn des Kriegs gegen die Ukraine lag der Marktanteil von „logo!“ bei 24 Prozent und 0,18 Mio der 3-13-Jährigen.

Doch wie berichtet man nun für Kinder über einen Krieg? Gerade bei besonders erschütternden Ereignissen greift ein langjährig erarbeitetes, festes Regelwerk für die Berichterstattung der Kindernachrichten. Einige Elemente dieses Regelwerks – beispielsweise wie mit Emotionalisierung umgegangen wird – werden nachfolgend erklärt.

Das Regelwerk beschreibt im ersten Schritt, dass die Redakteur:innen für sich selbst einen rationalen Umgang mit den Informationen finden, bevor sie einen Bericht für Kinder gestalten. Diese Vorgehensweise soll gewährleisten, dass die eigene Betroffenheit nicht zu der der Kinder gemacht wird. Natürlich macht es auch erwachsenen „logo!“-Redakteur:innen



Eva Radlicki leitet im ZDF die Redaktion Infoprogramme für Kinder. Zu ihrer Redaktion zählt u. a. die Kindernachrichtensendung „logo!“, „Löwenzahn“, „PUR“ und andere wechselnde Formate für Kinder zwischen 3-13 Jahren.

Sorgen, dass die Welt nicht friedlicher wird und wir spätestens seit Putins Krieg gegen die Ukraine oft ratlos dastehen.

Ein rationaler Umgang mit diesem Krieg – mit allen Kriegen, Attentaten oder z. B. Corona – erfordert ein hohes Maß an journalistischer Professionalität. Eilmeldungen gibt es im Sekundentakt, unzählige Handyvideos auf allen Kanälen. Dem daraus entstehenden Zustand der Dauererregtheit und der durchaus berechtigten eigenen Betroffenheit müssen sich die logo!-Mitarbeiter:innen vor der Aufbereitung eines Themas für Kindern bewusst entziehen.

Am ersten Tag des Krieges gegen die Ukraine hat die Redaktion Kinder aufgerufen, ihre Fragen zu stellen, um diese aktuell zu beantworten. Die häufigste und drängendste Frage war „Kann der Krieg zu uns kommen?“. In der Abendsendung des gleichen Tages war der Sicherheits-Experte Michael Roth zu Gast. Roth hat für seine Antworten passende, kindgerechte

Worte gefunden: „[...] ihr müsst keine Angst haben. Das betrifft uns hier in Deutschland nicht. Aber es betrifft ein Land in unserer Nachbarschaft. Das sind unsere Freundinnen und Freunde dort.“ Auch in den Tagen danach hat sich die „logo!“-Berichterstattung an Kin-

derfragen orientiert, die in großer Zahl eingegangen sind.

Wie schlimm, wie bedrohlich, wie nah oder fern ist etwas? Das realistisch einzuordnen und damit auch relativieren zu können, fällt nicht nur Kindern schwer.

Für die „logo!“-Berichterstattung ist essenziell, ein Ereignis in größere Zusammenhänge zu stellen und damit Relationen sichtbar zu machen. Corona ist eine schlimme, neue Krankheit, die meisten Menschen können die Erkrankung aber gut überstehen, insbesondere wenn sie geimpft sind. Amokläufe an Schulen sind unfassbar schlimm, ereignen sich in Deutschland aber extrem selten. Die Empörung über den Krieg ist so groß, weil wir als Nachbarn friedlich zusammenleben wollen. Gerade weil Ereignisse selten oder sehr empörend sind, berichten die Nachrichten darüber. Für Kinder ist es wichtig, das immer wieder zu hören.

„logo!“ hatte seit Ende Februar 2022 neben der Kriegsberichterstattung in allen Sendungen auch andere Themen platziert, der Krieg sollte nicht alles beherrschend sein. Die Berichterstattung zur Ukraine fand trotzdem weiter statt. Es gab Berichte über seine Auswirkungen, z. B. was gedrosselte Gaslieferungen für das Leben in Deutschland bedeuten. Teilaspekte wurden erklärt, z. B. wie Kriegsverbrechen bestraft werden oder

Für die „logo!“-Berichterstattung ist essenziell, ein Ereignis in größere Zusammenhänge zu stellen und damit Relationen sichtbar zu machen.

warum Russland ein einflussreiches Land ist. Auch das trägt nachweislich zur Relativierung und Einordnung bei.

Trotzdem ist es auch Aufgabe von „logo!“ für Kinder überhaupt greifbar zu machen, was Krieg bedeutet. Das verstehen Kinder am besten über die Geschichten von Gleichaltrigen. So hat „logo!“ regelmäßig ukrainische Kinder getroffen, die jetzt hier zur Schule gehen. Ein Mädchen ukrainischer Herkunft aus der beliebten Sendung „Die WG“ hat bei „logo!“ erzählt, was der Krieg für sie und ihre Familie bedeutet, ein russischer Junge, was er über den Krieg denkt.

Interesse funktioniert nicht ohne Emotion. Im Idealfall gibt es daher erst eine Reportage mit Betroffenen und darauf folgend ein Erklärstück. Diese Kombination sorgt für tieferes Verständnis und nachhaltige Erinnerung und funktioniert gut für die täglichen Nachrichten über Pflegenotstand, Inflation oder Brexit. Bei der Kriegsberichterstattung braucht es hingegen ein hohes Maß an zurückhaltender Sachlichkeit und trotzdem ist es wichtig, Geschichten von betroffenen Kindern zu erzählen. Ihr Leid darf nicht hinter kalten Fakten verschwinden. Also berichtet „logo!“ selbstverständlich auch darüber, wie es den Kindern in der Ukraine geht. Empathisch zu berichten, heißt nicht, emotionalisierende Bilder zu nutzen. In der Redaktion wird bewusst entschieden, ob man der Zielgruppe bewegte Bilder zumuten kann, oder ob man besser nur mit Fotos oder nur mit Grafiken arbeitet. Drastische Bilder sind nicht nur unnötig, sondern wären sogar kontraproduktiv, weil sie vom erklärenden, einordnenden Inhalt eines Beitrags ablenken. Das bedeutet nicht, dass „logo!“ beschönigt. Die Sendung berichtet lediglich mit Bildern, die Kindern helfen, zu verstehen.

Angesichts beängstigender Nachrichten ist es entlastend, Kindern Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Wenn sie sich ohnmächtig fühlen, wollen sie oft nichts mehr wissen. Daher gibt es in der Sendung Tipps zu Hilfsangeboten, die Kinder direkt umsetzen oder an denen sie sich beteiligen können. Es wird beispielsweise gezeigt, wie man aus der Ukraine geflohene Kinder – die vermutlich kein Deutsch können – am besten in der Schulklasse willkommen heißt. „logo!“ berichtet regelmäßig anhand von Beispielen, wie es helfen kann, die eigenen Sorgen mit anderen zu teilen und gemeinsam Gefühle auszudrücken – in der Schule, mit Freund:innen, Geschwistern, Eltern. So hat „logo!“ zu Beginn des Krieges in der Ukraine einen Schulchor

Angesichts beängstigender Nachrichten ist es entlastend, Kindern Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Deshalb gibt die Sendung Tipps zu Hilfsangeboten.

gezeigt, der aus Protest „Imagine“ von John Lennon auf dem Schulhof performt hat.

Die Grundlage, auf der junge Menschen sich für Politik zu interessieren beginnen, sind Werte, die gesellschaftlich akzeptiert sind und im besten Falle auch gelebt werden: Gerechtigkeit, Respekt im Umgang miteinander, Meinungsfreiheit, Zivilcourage, Engagement für andere. An diesen Werten gilt es, politisches Handeln zu messen. Es klingt zunächst abwegig – anlässlich eines Krieges nach etwas Positivem für die Berichterstattung zu suchen. Aber für die Festigung des Wertekanons und der Entwicklung des Demokratieverständnisses ist es gut zu zeigen, dass nicht alle Russen für den Krieg sind, manche sogar mutig dagegen protestieren. Dass es Politiker:innen gibt, die nach Wegen für einen Frieden suchen. Zu zeigen, es gibt Möglichkeiten – und seien sie noch so klein –, zu handeln und zu gestalten.

Es gibt nichts, was man Kindern nicht erklären kann. Ein Krieg lässt sich nicht wegerklären. Durch gute Erklärungen und die Einordnung in Zusammenhänge lernen Kinder aber, ihn besser einzuschätzen. Das Aufzeigen von Handlungsmöglichkeiten unterstützt sie darin, selbstwirksam zu werden, das hilft gegen Ohnmacht und Ängste. Und zum Glück haben fast alle Kinder die Fähigkeit, einfach etwas anderes zu tun, wenn es ihnen zu viel wird. Sie können abschalten.