

Die Themeninteressen von Kindern bei Kindernachrichten

ERGEBNISSE EINER REPRÄSENTATIVBEFRAGUNG VON 6- BIS 13-JÄHRIGEN

Maya Götz

Der Artikel fasst die Ergebnisse einer IZI-Studie zur Frage, welche Themen Kinder bei Kindernachrichten am meisten interessieren und wer sie ihnen präsentieren soll, zusammen.

Kinder wollen und brauchen Kindernachrichten, so das Ergebnis einer Repräsentativbefragung zur Natur- und Technikkatastrophe 2011 in Fukushima (Götz, 2011). Die meisten Kinder hatten von den dortigen Ereignissen erfahren, waren emotional berührt und machten sich Gedanken, inwiefern die Katastrophe auf ihre eigenen Lebensumstände zutreffen könnte. Kinder suchten gezielt nach mehr Informationen, wobei neben Gesprächspartner*innen wie Eltern und Lehrer*innen das Medium Fernsehen mit Abstand am häufigsten zur Informationssuche genutzt wurde. Mit zunehmendem Alter kamen dann Radio, Zeitung und Internet hinzu. Gezielt wurde die öffentlich-rechtliche Kindernachrichtensendung *logo!* genutzt und ihre Informationskompetenz geschätzt. Nur knapp 10 % der Kinder zwischen 6 und 12 Jahren fanden es nicht wichtig, dass es die Kindernachrichten gibt (Götz, 2011, 2019). In einer experimentellen Studie zum Nachrichtenwert und zur altersgemäßen Gestaltung von Kindernachrichten mit hierfür hergestellten Sendungen von *logo!* wurde

deutlich, dass Kinder von Sendungen mit altersangemessener Gestaltung mehr memorierten als von solchen ohne entsprechende Gestaltung und den jeweils eingebauten Nachrichtenwert frei wiedergeben konnten (Kettenhofen et al., 2010).

Welche Themen Kinder am meisten interessieren und wer sie ihnen präsentieren soll, blieb bisher offen. Hier setzt die Studie des IZI zu den Themeninteressen von Kindern bei Kindernachrichten an.

DIE STUDIE

Befragt wurden Ende 2020 n=837 Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren aus einem repräsentativ ausgewählten Sample (nach 150 BIK-Sample Points). Methodisch wurde per Face-to-Face-Interview von 391 speziell geschulten jugendlichen Interviewer*innen befragt.¹

Regionalität von Themeninteressen: Ort, Bundesland, Deutschland, die Welt

Auf die Frage »Worüber möchtest du gerne mehr wissen? Was im Ausland so los ist / Was in Deutschland so los ist / Was in deinem Bundesland so los ist / Was bei dir im Ort oder der Stadt so los ist« geben 9 von 10 Kindern (91,5 %) an, sie wollen wissen, was bei ihnen vor Ort los ist.

Auch Deutschland ist für knapp 9 von 10 Kindern noch sehr wissenswert, bei den jüngeren (6 bis 9 Jahre) sind es etwas weniger (82,6 %).

Geht es um das eigene Bundesland, so sind es bei den jüngeren Kindern knapp 7 von 10 (69,5 %), die hierzu etwas wissen wollen, bei den älteren deutlich mehr (85,6 %). Allerdings wissen bei den 6- bis 7-Jährigen 18,3 % nicht, was damit gemeint ist, d. h. viele haben noch kein Konzept

vom Wort »Bundesland«.

Etwas über Ereignisse im Ausland zu erfahren, ist für die Jüngeren deutlich weniger interessant (60,5 %) als für die Älteren (74,1 %). Diese Ergebnisse verdeutlichen noch einmal: Kinder sind an dem, was passiert, sehr interessiert. Je dichter es an ihrer Lebenswelt dran ist, desto mehr.

Im Sinne der Wissenssoziologie von Berger



Abb. 1: Bei Kindernachrichten interessieren sich Kinder besonders für die Themen Natur und Tiere (1. Platz) und Umwelt (3. Platz)

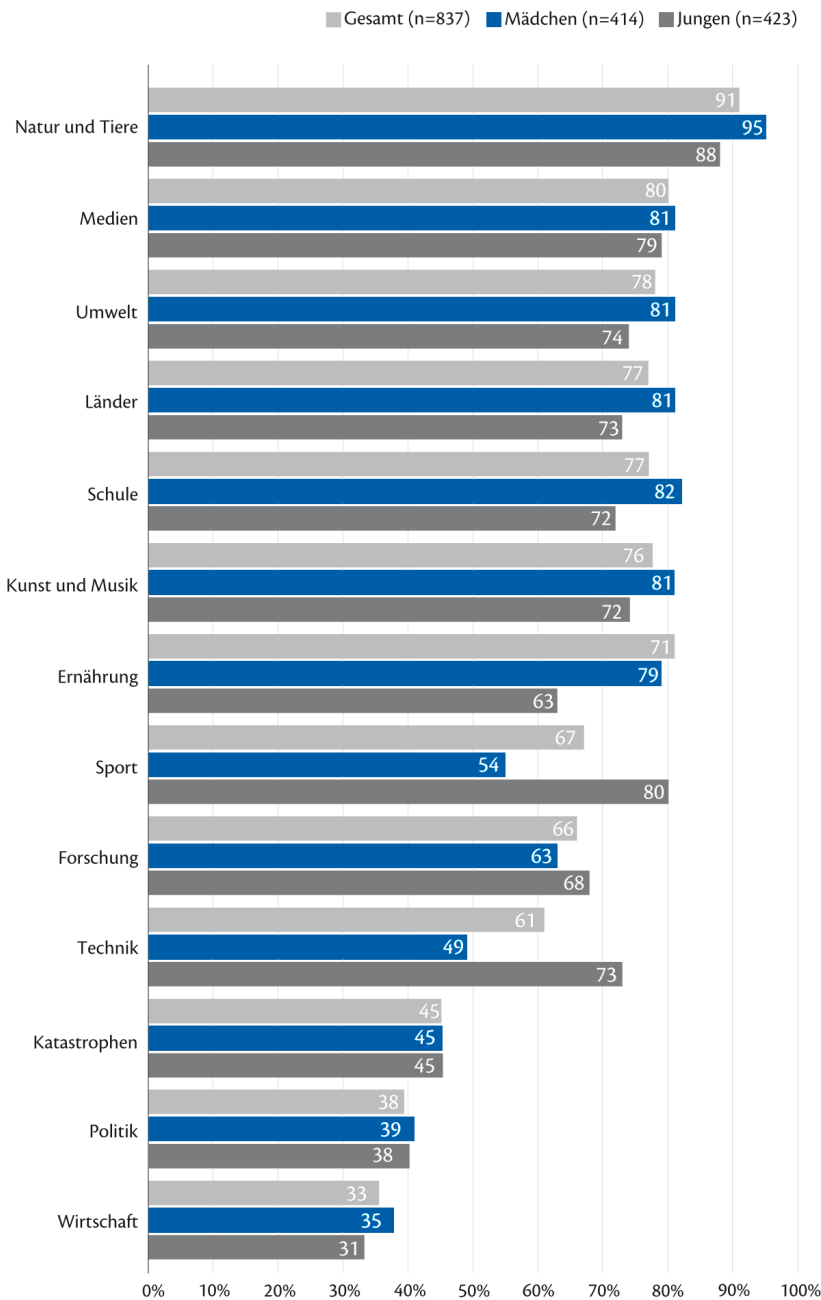


Abb. 2: Die interessantesten Themen für Kinder in Kindernachrichten

und Luckmann (1969/1987) ließen sich diese Daten auch dahin gehend interpretieren, dass Kinder das interessiert, was in ihren Relevanzrahmen fällt. Dies ist vornehmlich das, was sie direkt angeht, könnte aber auch weiter weg liegen. Der entscheidende Punkt ist, ob Anknüpfungspunkte an ihre Erfahrungswelt geboten werden und damit der Inhalt für sie konkret bedeutsam ist.

Welche Themen interessieren Kinder?

Schon bei anderen Themenbereichen wie der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) wurde deutlich, dass es Themen wie Tiere und Natur einfacher haben als Informationen zur Weltpolitik. Dabei geht es konkret darum, Themen für Kinder und ihre Erfahrungswelt relevant zu machen

(Holler & Götz, 2017) und sie quasi in ihren Relevanzrahmen (Berger & Luckmann, 1969/1987) einzubinden. Wir fragten Kinder, welche Themen sie bei Nachrichten besonders interessieren würden, wobei die Formulierungen explizit einen Bezug zu ihrer Lebenswelt herstellten. Der Überbegriff »Natur und Tiere« beispielsweise wurde formuliert: »Wie es der Natur und den Tieren gerade geht und was du beachten solltest, z. B.: Der Wolf breitet sich aus – warum die Wildtiere in die Städte kommen«. Die Formulierungen orientierten sich dabei an bereits vorhandenen Beiträgen der Kindernachrichten *klaro!*, *Klicker News* (*Kirakara*) und *logo!* und wurden mit deutlichen Anknüpfungspunkten an die Lebenswelt der Kinder formuliert. Die für Kinder interessantesten Themen in Kindernachrichten liegen im Bereich »Natur und Tiere« (Abb. 1), gefolgt von »Medien«, »Umwelt«, »Länder« und »Schule«. Alle diese Themen sind für Mädchen noch interessanter als für Jungen. Bei den Jungen kommt nach »Natur und Tiere« »Sport«, »Medien«, »Umwelt« und dann »Technik« sowie »Länder« (Abb. 2).

Natur und Tiere

9 von 10 Kindern wollen wissen, »Wie es der Natur und den Tieren gerade geht und was du beachten solltest, z. B.: Der Wolf breitet sich aus – warum die Wildtiere in die Städte kommen«. Mädchen sind an dem Thema mehr interessiert als Jungen und »sehr gerne« wollen 64,4 % von ihnen hierzu mehr erfahren, bei den Jungen sind es »nur« 47,5 %. Nur ein kleinerer Teil der Jungen würde zum Thema »Tiere und Natur« »eher nicht so gern« Informationen haben. Bei allen Kindern, insbesondere bei den Grundschulkindern, ist das Interesse an Nachrichten aus dem Bereich Natur und Tiere sehr hoch.

Medien

Zum Thema »Was es Neues bei Comic, Buch, Fernsehen, Handy usw. gibt und was das für dich bedeutet, z. B.: Wie

Harry Potter erfunden wurde, Was tun bei Cybermobbing?» wollen insgesamt 8 von 10 Heranwachsenden etwas sehen (79,9 %). Im Altersvergleich sind die Älteren mit 4 von 10 (42,2 %) hier noch mal mehr interessiert als die Grundschul Kinder (30,2 %).

Umwelt und Klimaerwärmung

Informationen zur Frage »Wie es der Umwelt gerade geht und was du tun kannst, z. B.: Warum Regenwälder so wichtig sind; Was bedeutet die Klimaerwärmung für meine Zukunft?« wollen insgesamt knapp 8 von 10 Kindern (78 %) etwas erfahren. Im Altersvergleich zeigt sich nur ein marginaler Unterschied zwischen Kindern und Preteens.

Länder und Kulturen

Beim Thema »Wie es in anderen Ländern ist und was das für dich bedeutet, z. B.: Wie in anderen Ländern Weihnachten gefeiert wird, Die Indianer Nordamerikas« sind die Mädchen noch einmal interessierter als die Jungen. Im Altersvergleich ist es für Preteens noch ein bisschen attraktiver als für Grundschul Kinder.

Schule

Zum Thema »Was es Neues in Sachen Schule gibt und was das für dich bedeutet, z. B.: Welche neuen Corona-Regelungen gibt es? (Abb. 3) Wie kann



Abb. 3: Knapp 8 von 10 Kindern wollen mehr zum Thema Schule erfahren, z. B. über Coronaregeln im Schulalltag

ich am Wettbewerb »Jugend forscht« teilnehmen und was gibt es zu gewinnen?» wollen knapp 8 von 10 Kindern etwas wissen (77 %). Mädchen sind an dem Thema noch mal mehr interessiert als Jungen. Im Altersvergleich zeigen sich hier kaum Unterschiede.

Kunst und Musik

Wir fragten, ob die Kinder gern Informationen zu »Was es Aktuelles in Sachen Kunst und Musik gibt und was das für dich bedeutet, z. B.: Was ist Hip-Hop und wie kannst du es lernen? Wer war der berühmte Maler Picasso, wie hat er gemalt?« bekommen möchten.

Die Mädchen sind hier interessierter als die Jungen. Im Altersvergleich ist das Thema für Preteens interessanter als für Kinder.

Ernährung und Gesundheit

Auf die Frage, ob sie zu »Gesundes Essen und wie du dich fit hältst, z. B.: Was ist Vollkornernährung? Rezepte zum Nachkochen; Täglich Skaten – gesund oder schädlich?« mehr in Kindernachrichten wissen wollen, sind Mädchen interessierter als Jungen und für Preteens ist das Thema etwas bedeutsamer als für Kinder.

Sport

Auf die Frage, ob über das Thema »Sport« (Abb. 4), konkretisiert am Beispiel »Aktuelle Entwicklungen und Ereignisse im Sport, z. B.: Wer liegt gerade vorn und welche neuen Sportarten gibt es?«, in Kindernachrichten berichtet werden soll, erweisen sich 8 von 10 Jungen »interessiert« oder »sehr interessiert«, allerdings nur 54 % der Mädchen. Im Altersvergleich ist das Thema für Preteens noch einmal interessanter als für Kinder.

Forschung

Zum Thema »Forschung«, konkretisiert am Beispiel »Was gerade Neues



Abb. 4: Für Sportnachrichten interessieren sich v. a. Jungen im Preteen-Alter

auf der Welt entdeckt wurde und was das für dich bedeutet, z. B.: Was hat das Forschungsschiff Polarstern herausgefunden? Ein Gemälde aus Sand? Eine 37 Meter lange Katze wurde gefunden!«, wollen 66 % der Heranwachsenden mehr erfahren. Dabei zeigen sich nur leichte Geschlechter- und Altersunterschiede.

Technik

Das Thema »Technik« als Teil von Kindernachrichten, konkretisiert an »Was Technik, Maschinen und Geräte, die von Menschen gemacht wurden, leisten können und was das für dich bedeutet, z. B.: Wie funktionieren selbstfahrende Autos? Justin, der neue Haushaltsroboter!«, ist für gut 7 von 10 Jungen interessant, aber nur für knapp jedes zweite Mädchen (49 %). Im Altersvergleich ist das Thema für leicht ältere Befragte im Vergleich zu jüngeren interessanter, aber weniger, als zu erwarten wäre.

Informationen zu Katastrophen

Wird gefragt, ob Kinder und Preteens etwas zu »Katastrophen« wissen wollen, konkretisiert an »Wenn auf der Welt etwas Schlimmes passiert ist, über das alle reden, z. B.: Schwere Stürme über den Philippinen, in Paris wird ein Lehrer ermordet«, will nur ein*e von 10 Befragten »sehr gerne« dazu Informationen haben und knapp jedes zweite Kind zumindest »gerne« davon berichtet bekommen, die Älteren eher als die Jüngeren.

Politik und Gesellschaft

Über »Politik und Gesellschaft«, konkretisiert an »Was es für Regelungen und neue Entwicklungen in Deutschland und der Welt gibt und was das für dich bedeutet, z. B.:

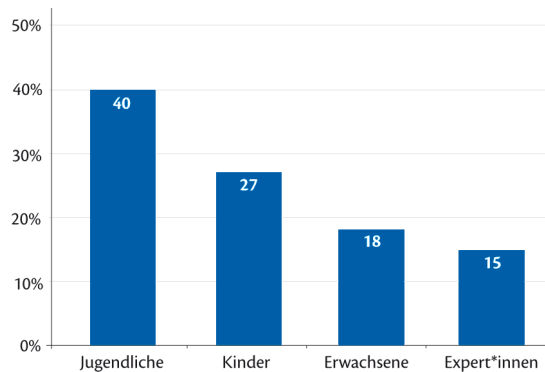


Abb. 5: Die Antworten der Kinder auf die Frage: »Wer sollte am besten Nachrichten für Kinder in deinem Alter vorstellen und erklären?« (n=837)

Wer ist eigentlich der Präsident der USA? Was ist Rassismus und gibt es ihn auch bei uns?«, wollen nur knapp 4 von 10 Befragten zumindest »gerne« etwas erfahren. Für die Älteren ist das Thema interessanter als für die Jüngeren – ohne relevante Geschlechtertendenzen.

Wirtschaft

Das Thema »Wirtschaft« wurde konkretisiert an der Frage: »Wie Geld verdient wird und was das für dich bedeutet, z. B.: Was ist »fair trade«, also fairer Handel? Wer verdient im Moment richtig viel Geld durch die Coronakrise?«. Das Thema ist von allen abgefragten Bereichen das für Kinder

unattraktivste, nur jedes dritte Kind möchte dazu mehr Informationen. Sind Informationen gewünscht, dann stammen die Antworten eher von den Preteens als den Kindern, von denen gut ein Viertel (28,3 %) dazu »gar nicht gerne« etwas erfahren möchte.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Es gibt Themen, die viele Kinder und Preteens – d. h. mindestens jede*r Dritte nennt »sehr gern« – weitestgehend unabhängig von Geschlecht und Alter

interessieren: Tiere, Medien/Trends und Umwelt sowie auf niedrigerem Niveau Forschung.

Dann gibt es Themen, die mädchenrelevanter sind – verstanden als mindestens 10 Prozentpunkte höher als bei den Jungen –, die bei den Jungen aber immer noch als attraktiv verstanden werden können: Länder und Kulturen, Kunst und Musik sowie Ernährung.

Eine dritte Gruppe von Themen ist deutlich jugenaffiner: Sport und Technik. Dabei ist der Unterschied in der Attraktivität mit 30 bzw. 20 Prozentpunkten relativ groß. Dies könnten Themen sein, bei denen Zuhörerinnen verloren gehen könnten. Zum Thema Politik, Wirtschaft oder Katastrophen

will nur eine kleine Gruppe Informationen erhalten und wenn, dann die Älteren.

Wer soll die Kindernachrichten präsentieren?

Hinsichtlich der Moderation einer Wissenssendung für Kinder ist bekannt, dass Kinder tendenziell eine*n Moderator*in möchten, der/die ihnen ähnlich ist, sowohl in Bezug auf Gender als auch den

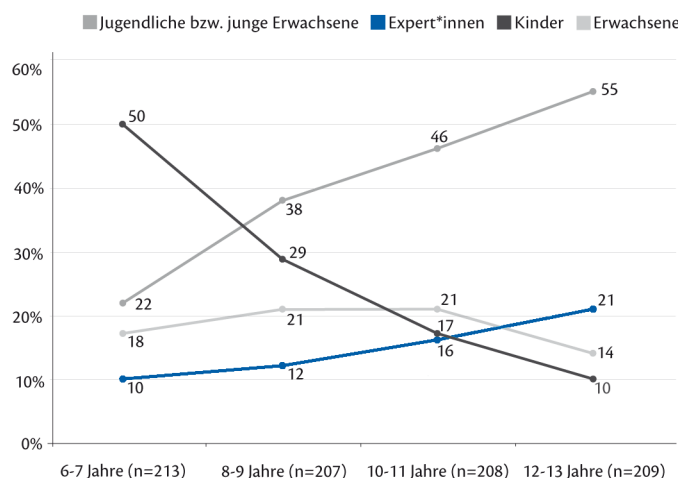


Abb. 6: Die Antworten der Kinder auf die Frage: »Wer sollte am besten Nachrichten für Kinder in deinem Alter vorstellen und erklären?« nach Alter



Abb. 7: Politiknachrichten sind für die befragten Kinder weniger interessant und lokale Themen sind interessanter als überregionale und internationale

natio-ethno-kulturellen Hintergrund. Gleichzeitig greifen Kinder auf Bekanntes und Bewährtes zurück und wollen spontan einen Moderator*innen-Typus, den sie schon kennen (Holler et al., 2016). Im deutschen Kinderfernsehen sind das vor allem *weiße* Männer über 30, die Kindern die Welt erklären (Prommer & Linke, 2019).

Wir fragten für die vorliegende Studie die Kinder und Preteens des repräsentativen Samples anhand von Karten, auf denen »Jugendliche bzw. junge Erwachsene«, »Erwachsene«, »Kinder« sowie »Expert*innen«, also Fachleute für ein bestimmtes Thema, zu sehen waren: »Wer sollte am besten Nachrichten für Kinder in deinem Alter vorstellen und erklären?«

4 von 10 Kindern und Preteens wünschen sich Jugendliche oder junge Erwachsene (40,1 %) in der Moderation, ein gutes Viertel Kinder (26,8 %) und weniger als jede*r Fünfte würde gern einen Erwachsenen haben (18,4 %), 14,7 % Expert*innen (Abb. 5).

Mädchen bevorzugen im Vergleich zu Jungen etwas mehr Jugendliche/junge Erwachsene (41,5 %) und Kinder (30 %) in der Moderation, während Jungen etwas häufiger Erwachsene (21,7 %) und Expert*innen (15,8 %) auf den ersten Platz setzen.

Die Daten lassen zudem einen interessanten Altersunterschied sichtbar werden. Während Expert*innen und Erwachsene für nur sehr wenige interessant sind, steigt die Nennung Jugendliche/junge Erwachsene von

weit mehr gewünscht. Zu vermuten ist, dass sich zum einen die positive Erfahrung mit jungen Erwachsenen als Moderator*innen im Kinderfernsehen niederschlägt. Zum anderen könnte es auch die Einschätzung sein, dass Kinder nicht über die notwendigen Kompetenzen verfügen, um von sich aus ein größeres Bild und gute Erklärungen, beispielsweise zu Fragen der Weltpolitik, zu haben. Es ist aber auch denkbar, dass sich ältere Kinder und Preteens zunehmend an der Peergroup und etwas Älteren orientieren.

Formulierungen der Überschriften in Nachrichtentexten

Ein für die konkrete Produktion von Nachrichteninhalten für Kinder wichtiges, aber kaum untersuchtes Thema ist die Frage nach der Formulierung von Überschriften und Teasern.

Bei der Durchsicht von Ankündigungen von Nachrichtentexten auf den Webseiten von BR, WDR und ZDF etc. zeigten sich verschiedene Varianten: von neutral über kreativ bis boulevardesk-reißerisch. Wir fragten die Kinder, welche Nachrichtenüberschriften sie hören, sehen oder lesen würden, und baten sie, die 3 Varianten jeweils danach zu ordnen, welche sie am liebsten hören, sehen oder lesen möchten.

Thema Händewaschen: Info, Frage oder Rap-Version?

Beim Thema Händewaschen, um sich und andere vor dem Coronavirus zu

schützen, boten wir folgende 3 Überschriften an: 1. »Coronavirus. So lange musst du wirklich Hände waschen« (informationsorientiert); 2. »Corona-Check-up: Warum macht Seife die Coronaviren kaputt?« (informelle Sprache und Frageformulierung); 3. »Der Hände-Wasch-Rap« (kreative Variante). In der Gesamtwertung kam die informationsorientierte Überschrift am besten an, gefolgt von der mit informeller Sprache. Am wenigsten häufig wurde die kreative Variante gewählt. Hierbei zeigen sich keine nennenswerten Geschlechter- oder Alterstendenzen.

22,1 % bei den Jüngsten auf 55 % bei den Ältesten. Während sich bei den Jüngsten noch die Hälfte aller Kinder ein Kind in der Moderation wünscht, fällt dies bei den Ältesten steil auf 10 % ab (Abb. 6). Schon bei den 8- und 9-jährigen sind Jugendliche in der Moderation

Thema Waldbrand: Info, reißerisch oder Call-for-Action?

Beim Thema Waldbrand boten wir auch 3 unterschiedliche Überschriften an: 1. »Trockene Wälder. Schlimme Waldbrände in den USA« (informationsorientiert); 2. »Zehntausende fliehen vor den Flammen. Seit Tagen wüten heftige Waldbrände in Kalifornien« (reißerisch); 3. »Feuer in den USA – Was kann man gegen Waldbrände tun?« (eine fragenbezogene, fast Call-for-Action-Formulierung). Wieder liegt die Hierarchisierung dicht beieinander. Die reißerische Formulierung liegt bei den Befragten ein wenig vor der inhaltsorientierten Überschrift und der Frageformulierung. Abermals zeigen sich kaum geschlechterspezifische Tendenzen.

Thema Gewalt an Kindern: Info, Selbstbetroffenheit oder Distanz

Als Drittes wurden verschiedene Überschriften zum Thema Gewalt an Kindern abgefragt: 1. Eine fragenorientierte Überschrift mit Call-for-Action-Charakter: »Coronakrise. Ein Erwachsener tut mir weh: Was jetzt?« (Selbstbetroffenheit); 2. eine Formulierung mit direkter Ansprache an die Kinder: »Corona und Gewalt zu Hause. Hier erfahrt ihr, was ihr tun könnt«; und 3. eine eher distanzierte Formulierung: »Gewalt in Familien in der Coronazeit«.

Die Varianten mit Selbstbetroffenheitscharakter und einer direkten Ansprache der Kinder werden jeweils fast doppelt so häufig an die erste Stelle gesetzt wie die distanzierte Formulierung. Dies legt die Vermutung nahe, dass es vor allem wichtig ist, Kinder in der Überschrift als Zielgruppe explizit anzusprechen. Vermutlich identifizieren Kinder anhand der Überschrift, ob der Text für sie ist oder nicht.

FAZIT

Die Daten zeigen noch einmal deutlich: Kinder wollen Kindernachrichten. Inhaltlich interessieren sie sich für ein breites Spektrum an Themen, wobei es einige Themen leichter haben als andere. Fast alle haben Interesse an Informationen rund um das Thema Tiere, Medien und Trends sowie Umwelt. Großes Interesse – bei Mädchen noch mal mehr als bei den Jungen – besteht an den Themen Länder und Kulturen, Kunst und Musik sowie Ernährung. Bei Jungen besteht zudem deutlich mehr Interesse an Sport und Technik als bei Mädchen. Themen aus dem Nahbereich sind potenziell interessanter als Themen, die deutschlandweit oder international berichten (Abb. 7). Letztendlich, so legen die Daten auch nahe, sind Themen dann interessant, wenn es gelingt, sie für Kinder konkret

bedeutsam zu machen, indem Bezugspunkte zu ihrer Lebenswelt und ihren Interessenfeldern hergestellt werden. Die meisten Befragten wünschen sich für die Moderation Jugendliche bzw. junge Erwachsene, nur die Jüngsten (6 und 7 Jahre) würden die Nachrichten lieber von einem Kind präsentiert bekommen. Solange der Bezug auf Kinder als Zielgruppe der Nachrichten bzw. des Themas deutlich wird, kommen verschiedene Formulierungen von Überschriften bzw. Teasern gut an. Letztendlich ist es das Wichtigste, dass Kinder einschätzen können, ob hier etwas für sie gezielt Gestaltetes angeboten wird und die Bedeutsamkeit der Inhalte für die Lebenswelt der Kinder deutlich wird. ■

ANMERKUNG

¹ Quotenbedingungen der Stichprobe sind: Alter, Geschlecht und Zuwanderungsgeschichte der befragten Kinder, Schulabschluss des Haushaltsvorstands, Verteilung nach Bundesländern und Gemeindegrößenklassen sowie nach dem Familienstand der Mutter. Die Erhebung ist repräsentativ für die Grundgesamtheit aller 6- bis 13-jährigen in Privathaushalten in Deutschland, Gesamtzahl 5,92 Mio., davon 5,04 Mio. in ABL und 0,88 Mio. in NBL. Der Stichprobenfehler beträgt im ungünstigsten Fall für $n=837 \pm 4,01\%$. Methodisch wurde per Face-to-Face-Interview von 391 speziell geschulten jugendlichen

Interviewer*innen befragt, in den privaten Wohnräumen der Familie im Rahmen der Mehrthemenumfrage iconKIDS bus. Feldzeit war 13. November bis 9. Dezember 2020.

LITERATUR

Berger, Peter & Luckmann, Thomas (1969/1987). Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt/Main: Fischer.

Götz, Maya (2011). Kinder wollen Kindernachrichten Ergebnisse einer Repräsentativbefragung von Kindern zwischen 6 und 12 Jahren. *TelevIZion*, 24(2), 29-30.

Götz, Maya (2019). Die Ereignisse in Fukushima aus Sicht der Kinder und deren Wünsche an eine Berichterstattung. In Lisette Gebhardt & Michael Kinski (Hrsg.), *Nukleare Narrationen. Kinder im Atomzeitalter* (S. 282-306). Berlin: EB.

Holler, Andrea & Götz, Maya (2017). Wann Kinder vom Kinderfernsehen lernen. *TelevIZion*, 30(1), 44-48.

Holler, Andrea, Götz, Maya & Alper, Meryl (2016). Children's preferences for TV show hosts: An international perspective on learning from television. *Journal of Children and Media*, 10(4), 497-507.

Kettenhofen, Claudia, Müller David, Hintze, Josefine et al. (2010). Nachrichtenselektion bei Kindern. *TelevIZion*, 23(1), 46-49.

Prommer, Elizabeth & Linke, Christine (2019). Ausgeblendet: Frauen in Fernsehen und Film. Köln: Herbert von Hellem.

DIE AUTORIN

Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des IZI und des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, München.



IMPRESSUM

Herausgeber: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk
Rundfunkplatz 1, 80335 München
Telefon: 089/5900-42991, Fax: 089/5900-42379
Internet: <http://www.izi.de>; E-Mail: IZI@br.de

Redaktion: Dr. Maya Götz, Birgit Kinateder, Heike vom Orde
Übersetzungen: Birgit Kinateder

Satz: Text+Design Jutta Cram,
Spicherer Straße 26, 86157 Augsburg,
www.textplusdesign.de

Druck: Druckerei Joh. Walch GmbH & Co. KG,
Im Gries 6, 86179 Augsburg
ISSN (Print) 0943-4755
ISSN (Online) 2199-918X

»TelevIZion« erscheint zweimal jährlich in deutscher und einmal jährlich in englischer Sprache im Selbstverlag des IZI. Der Bezug ist kostenfrei. Bitte richten Sie Ihre Bestellung an die Redaktionsadresse. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Erlaubnis des Herausgebers.