merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Tilmann P. Gangloff: Viel Spaß mit Bob

Beitrag aus Heft »2004/01: Lernräume der Zukunft?«

Am Anfang war selbst das Mutterhaus skeptisch. Im Internet lasse sich kein Geld verdienen, und mit „paid content", mit Inhalten also, für die der Nutzer zahlen muss, schon mal gar nicht. Branchenexperten prognostizierten allenfalls 3.000 Kunden. Ein Jahr später hat der Kindersender Super RTL alle Skeptiker eines Besseren belehrt: Das Lernangebot des Marktführers im Bereich Kinderfernsehen, der toggolino Club (www.toggolino.de), schreibt schon nach zwölf Monaten schwarze Zahlen. Matthias Büchs, als „Director Operations" bei Super RTL gewissermaßen Bindeglied zwischen Programmgestaltern und Vermarktern, verrät das Erfolgsgeheimnis des Clubs: Im Unterschied zu vergleichbaren Internet-Angeboten verfügt Super RTL natürlich über eine bei der Zielgruppe ungemein prominente Werbeplattform. Gerade im Umfeld jener Sendungen, deren Helden auch auf toggolino.de eine Hauptrolle spielen, wird nach Kräften auf den Club hingewiesen. Das Werbevolumen entspricht laut Büchs einem siebenstelligen Betrag. Weil aber alles in einer Hand bleibt, handelt es sich um eine „Opportunitätsrechnung": Dank der Cross-Promotion fließt kein einziger Cent. Für zusätzliche Reize sorgen die Werbepartner des Senders; so belohnte zum Beispiel Spielzeughändler my.toys neue Abonnenten mit Einkaufsgutscheinen. Bei den Kindern hatte Super RTL natürlich leichtes Spiel, doch es galt ja vor allem, die Eltern zu überzeugen; schließlich ist der Mitgliedsbeitrag mit 59 Euro pro Jahr nicht billig. Bislang sind rund 35.000 Familien der Meinung, dass der Toggolino Club sein Geld auch wert ist.

Tatsächlich bezieht sich die Kritik von Abonnenten, die ihre Mitgliedschaft gekündigt haben, in erster Linie auf den Preis; das Angebot selbst kommt bei Kindern und Eltern offenbar gleichermaßen gut an. Kein Wunder: Der Toggolino Club bietet im Prinzip ganz ähnliche Möglichkeiten wie eine gute Lern-CD-ROM, für die man im Laden auch gut und gern dreißig Euro bezahlen muss. Der Unterschied: Unter toggolino.de gibt's gleich eine Vielzahl von Optionen. Rund um Super-RTL-Figuren wie Bob, den Baumeister, die kleinen Planeten Bing und Bong oder Barney, den freundlichen lila Drachen, können Vorschul- und Grundschulkinder ihre Geschicklichkeit testen und Rätsel oder Rechenaufgaben lösen. Trainiert werden dabei nicht nur die kleinen grauen Zellen, sondern auch der Umgang mit der Computermaus. Und weil die Spiele pädagogisch auch mal ein bisschen unkorrekt sind – so muss man zum Beispiel dem frechen Knolle aus „Bob, der Baumeister" möglichst oft auf die Tonne hauen -, haben die Kinder viel Spaß dabei. Die Kinder nutzen den Toggolino Club nach Angaben von Büchs zwei- bis dreimal pro Monat; angesichts der Gebühren relativ selten also. Andererseits würden viele der Spiele auch ihren Reiz verlieren, wenn man sich täglich im Club tummelte. Büchs betont allerdings, dass das Angebot ständig erweitert „und deshalb nie langweilig" werde. Trotzdem bewegten sich die Kosten im überschaubaren Rahmen.

Da die Einnahmen 2,1 Millionen Euro betragen und der Club schwarze Zahlen schreibt, dürften die Ausgaben zwischen 1,5 und 2 Millionen Euro liegen. Tatsächlich setzen die Club-Angebote, wie Büchs es formuliert, „sowohl inhaltlich als auch technisch auf bestehende Strukturen" auf. Die Sprecher zum Beispiel sind die gleichen wie bei den TV-Serien; sie müssen für die Sprachaufgaben für Toggolino nicht eigens ins Studio kommen. Weitaus größere Kosten wird wohl der Kundenservice verursachen, schließlich musste Super RTL ein eigenes Call-Center einrichten. Dort dürfte man vor allem zwischen 18 und 21 Uhr viel Arbeit gehabt haben: Zu dieser Uhrzeit erfreut sich der Toggolino Club offenbar der größten Nachfrage, denn hin und wieder gab es doch einige Server-Probleme. Die seien aber, versichert Büchs, mittlerweile behoben. Dem guten Ruf hat es ohnehin nicht geschadet: 90 Prozent der

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Eltern gaben in einer Befragung an, sie würden den Club weiterempfehlen. Sie schätzen nicht zuletzt die Sicherheit: toggolino.de ist ein geschlossener Bereich, Kinder können ihn nur mit einem Passwort verlassen.