

Doppelinterview mit tigermedia

„Medien sollten Kinder in ihrer Entwicklung fördern und nicht ruhigstellen“

Kindgerecht streamen mit eigenem Device – das ist die Idee des Hamburger Startups tigermedia. Till Weitendorf und Martin Kurzhals legen damit Hörabenteuer zurück in die Hände von Kindern, die sich in einem geschützten Raum eigenständig durch ihre Lieblingsgeschichten und -helden klicken. Und landen damit einen Coup: Mehr als 100.000 verkaufte Hörboxen in knapp einem Jahr bei einer durchschnittlichen Nutzung von 2 Stunden pro Tag bzw. zu Hochzeiten von bis zu 4,5 Stunden pro Tag, sprechen für die geniale Idee. Mit ihrem Streamingdienst tigertones und dem passenden Endgerät, der tigerbox TOUCH, erleichtern die Gründer tausenden Eltern die Beschäftigung des Nachwuchses in Zeiten von Lockdown und Home Schooling. Im Interview erklären Gründer Till Weitendorf und CEO Martin Kurzhals, weshalb Audio-Streaming in Kinderzimmern lange auf sich warten ließ – und nun boomt.

Till, erzähl doch mal: Stand das Streaming für euch schon immer im Vordergrund oder war die Idee ursprünglich eine andere?

Till: Ich komme aus einem klassischen Kinderbuchverlag, dem Friedrich Oetinger Verlag. Mein Herz schlägt seit jeher für die großartigen Geschichten von Paul Maar, Astrid Lindgren & Co.. Ich wollte hochwertige Inhalte wie diese ins Digitale überführen, damit sie bei dem riesigen Angebot an neuen Kinderserien nicht in Vergessenheit geraten. Und ziemlich genau mit dem Aufkommen der ersten Musik Streamingdienste für Erwachsene dachte ich bereits daran, dass ein Audio Stream für Kids doch genauso spannend wäre. Ursprünglich standen dabei erstmal interaktive E-Books im Fokus: Mit tigerbooks haben wir uns Anfang 2013 an digitale Kindermedien herangewagt und die erste übergreifende Kindermedienplattform im deutschsprachigen Raum gegründet.

Was sind interaktive E-Books?

Till: Im Unterschied zu E-Books, haben die tigerbooks eine Vorlesefunktion und schaffen eine besondere Atmosphäre durch Geräusche; die Protagonisten können sich per Fingertip bewegen und verschiedene Spiele sorgen für Unterhaltung oder fördern das Lese- und Hörverständnis.

Wie war das Feedback?

Till: Die wurden total intensiv genutzt! Also haben wir Hörspiele und -bücher ergänzt, die ebenfalls super aufgenommen wurden. Die Nachfrage nach mehr Hörmedien stieg. Schließlich haben wir unser „tigerversum“ um die tigertones-App erweitert. Eine Art Audio-Spin Off.

Wann hattet ihr das erste Mal die Idee, einen Streamingdienst inklusive Device speziell für Kinder zu entwickeln?

Till: Das muss so Anfang 2014 gewesen sein. Wir hatten gerade weitere Hörmedien und unsere erste App gelauncht, um festzustellen, dass es ein kindgerechtes Device braucht. Immer wieder das eigene Smartphone oder Tablet hergeben und Titel aussuchen, war Nonsense. Dazu musste ich als Elternteil ständig ein Auge darauf haben, dass mein Kind sich nicht versehentlich in andere Apps reinklickt. Gleichzeitig wurde uns klar: Eine Plattform ohne Content ist erstmal nicht viel wert. Seit 2014 haben wir neben Oetinger also weitere Partner an Bord geholt und Content aufgebaut. 2017 launchten wir dann die Streaming-App tigertones. 2019 folgte unsere tigerbox TOUCH als passendes Endgerät.

Würdet ihr sagen, interaktive E-Books für Kinder sind nicht zukunftsträchtig?

Martin: Nein, wir wollen nicht ausschließen, dass wir in die Richtung noch mal angreifen. Das Besondere an tigerbooks ist ja: Es wird digital vorgelesen und spricht die audiovisuellen Sinne an. In Bibliotheken werden die tigerbooks bis heute stark nachgefragt.

Es gibt bereits Hörboxen, für die jeder Titel einzeln gekauft werden muss oder die eine bestimmte Zahl vorinstallierter Titel haben. Wie ist eure Meinung dazu?

Till: Als wir loslegten, konnten wir nicht nachvollziehen, warum so viele Konzepte an dem ausschließlichen Kauf von Einzeltiteln festhalten. Die Gewohnheiten und Vorlieben der Menschen sind schließlich unterschiedlich. Die einen wollen unbedingt etwas besitzen, wohingegen andere dieses Bedürfnis nicht haben und gern Dinge leihen, um sich nicht damit zu belasten. Viele Kinder lieben bestimmte Geschichten und Helden und ein paar Monate später ist das vorbei. Dann müssen neue Hörspiele her. Andere hören jahrelang das gleiche.

Martin: Das Konzept der Einzeltitel per se ist deshalb kein schlechtes – funktioniert unserer Meinung nach aber, wie Till schon sagt, nicht für jeden. Oder nur für bestimmte Anlässe, wie beispielsweise als Geschenk zum Geburtstag oder zum Tauschen mit Freunden.

In euren Worten: Was unterscheidet tigermedia von anderen Streaminganbietern?

Martin: Das Gesamtpaket aus Hardware, Software und kuratiertem Content: Wir haben mit der tigerbox TOUCH ein Endgerät für Kinder entwickelt, mit dem sie unabhängig von Mama und Papa in die Welt der Hörspiele abtauchen können. Die Basis aber ist unsere tigertones-Mediathek mit über 10.000 Titeln. Uns ist qualitativ hochwertiger Content wichtig. Eltern können sich auf die Qualität der Medien verlassen und behalten die volle Kontrolle.

Welches Feature war euch bei der Entwicklung eines Kinder-Streamingdienstes wichtig?

Martin: Dass Eltern das Hörvergnügen ihrer Kids ganz einfach per App im Auge behalten können. Eltern definieren zum Beispiel eine Altersschranke oder legen den Fokus auf ausgewählte Themen. Damit grenzen sie die Auswahl der Mediathek für ihre Kinder ein, die selbst mit 100 aus 10.000 Titeln immer noch ein riesiges Angebot haben. Dazu das Einstellen eines Sleep Timers. Denn natürlich gibt es auch bei unserer Hörbox Diskussionen darum, wie lange gehört werden darf. Das entbindet Eltern nicht von ihrer Aufsichtspflicht – die Features machen es ihnen aber leichter.

Till: Mir war wichtig, dass sich Eltern auf die Qualität der Medien und einen Wallet Garden verlassen können, in dem sich Kinder selbstständig, aber geschützt bewegen. Deshalb wandern alle Medien zuerst durch die Ohren unserer Experten, bevor sie in die Mediathek einziehen.

Würdet ihr sagen, Deutschland hat eine Hörgeschichten-Kultur? Wie war das in eurer Kindheit?

Till: Ja, die Vielfalt an Hörspiel-Geschichten und -Büchern in Deutschland ist riesig und geht auf eine lange Tradition zurück. Kassettenrekorder hat heute keiner mehr, CD's werden bei den Kids häufig zerkratzt und wir Erwachsenen setzen auf smarte Speakerboxen von Onlinekonzernen. Als ich ein Kind war, hatte ich natürlich auch Kassetten. War das nervig, wenn der Recorder Bandsalat gemacht hat! Dann musste man mit dem kleinen Finger oder einem Stift vorsichtig das Band wieder aufrollen.

Martin: Also ich hatte als kleiner Junge erst nur Schallplatten. Da mochte ich das Knacken und Knistern total. Das hat bis heute noch was. Ich kann mich noch genau an das Anfangslied meines Lieblingshörspiels "Alfons Zitterbacke" erinnern. Den gab's, glaube ich, nur in der DDR. Solche schönen Hörmomente wollen wir den Kindern auch vermitteln. Aber eben zeitgemäß. Und den Onlineriesen wollen wir das nicht überlassen!

Könnt ihr uns etwas zu den Nutzerzahlen während der Pandemie erzählen?

Martin: Wir haben einen regelrechten Boom erlebt. Vor Corona lief bereits jede zweite Hörbox im Schnitt zwei Stunden pro Tag. Seit dem ersten Lockdown haben sich die Nutzersessions mehr als verdoppelt. Durchschnittlich viereinhalb Stunden spielte die tigerbox TOUCH in den Hochzeiten, Weihnachtsferien, Lockdown und über die Schlechtwetterzeit pro Tag.

Inwiefern ist tigertones in Zeiten von Home Schooling eine Unterstützung für Eltern?

Martin: Eltern sind während des Lockdowns gefragt, ihre Kinder bei Schulaufgaben aus einer Vielzahl an Schulfächern zu unterstützen. Dass sie dabei irgendwann an ihre eigenen Grenzen stoßen oder der Nachwuchs nörgelt, weil die Situation auch für Kinder gewöhnungsbedürftig ist und ihnen das Spielen und der Austausch mit Freunden fehlt, ist nur verständlich. Wir stehen im Austausch mit den Communities und wissen, womit Eltern und Kinder kämpfen. Wir haben daher Playlists mit Hörspielen und Songs zusammengestellt, die das Ein-Mal-Eins vorsingen oder Biologie erklären. So lernen Kinder spielerisch und ganz nebenbei neue Zusammenhänge.

Was ist mit Familien, die keine tigerbox TOUCH besitzen?

Martin: Auch ohne Hörbox kann jeder über die Audio-App tigertones auf die Mediathek zugreifen. Einfach App laden, ein Abo abschließen oder ein tigerticket kaufen und einlösen.

Mediennutzung bei Kindern – auch in Zeiten von Corona ein viel diskutiertes Thema?

Martin: Absolut. Viele Eltern plagt ein schlechtes Gewissen, wenn die Kids länger als üblich Fernsehen. Da haben Hörspiele den Vorteil, keine zusätzliche Bildschirmzeit zu erzeugen. Trotzdem bin ich überzeugt, dass eine Abwechslung zwischen Sehen und Zuhören wichtig für Kinder ist. Anders haben wir das Zuhause auch nicht gehandhabt.

Warum ist Hören so wichtig für Kinder?

Till: Zuhören regt die Fantasie an. Kinder formen Bilder in ihren Köpfen und entwickeln eigene Ideen. Keiner gibt ihnen vor, wie das Kind aus dem Hörbuch auszusehen hat – das bleibt ihnen selbst überlassen. Viele Kids malen nebenbei oder spielen die Geschichten, die sie hören, mit ihren Spielzeugen nach. Es ist eine völlig andere Art der selbstbestimmten Beschäftigung, fördert die Sprachentwicklung und knüpft neue Zusammenhänge.

Was ist euch wichtiger: Exklusive Inhalte anzubieten, die es bei anderen Streamingdiensten nicht gibt oder die klassischen Helden und Trends?

Till: Ich denke, der Mix macht es – und genau dafür steht tigermedia. Stichwort Diversität: Da sind Klassiker von Disney und Kiddinx, wie König der Löwen und Benjamin Blümchen, Titel von AutorInnen wie Cornelia Funke, die die meisten aus ihrer Kindheit kennen. Aber auch kleine Produktionen, die viel Herzblut in ihre Hörspiele stecken. Darunter gesellschaftlich wertvolle Inhalte, die den Kids auch mal etwas zum Nachdenken mitgeben. Das finde ich wichtig.

Lässt sich denn eine Aussage treffen, welche Titel beliebter sind? Werden Hörspiele von weniger bekannten AutorInnen weniger häufig gehört als die Klassiker?

Martin: Das lässt sich pauschal nicht sagen. Die klassischen Kinderhelden machen 50-60% unserer Nutzersessions aus. Zu den Favoriten gehören z. B. Bibi & Tina und Disney-Titel, aber auch Serien wie Yakari, Ninjago oder Spirit, die Kinder aus dem Fernsehen kennen. Daneben entdecken die Kids auch viele neue Titel und Helden. Und wenn Eltern sich mal eine Abwechslung wünschen, können sie den Fokus via App auf andere Themen setzen, die dann auf der tigerbox TOUCH ganz oben im Hörspielkatalog erscheinen. Ein im Allgemeinen weniger bekannter, bei uns beliebter Titel aus den Top 10 heißt "Rabatz in Wabe 13" von Kai Pannen. Das ist ein Geburtstags-Herunterzähl-Audiobuch.

Erinnert ihr euch noch an die erste tigerbox TOUCH?

Till: Bei mir Zuhause war es so, dass meine Kinder natürlich zu den Ersten gehörten, die die Box testen durften. Sie waren die besten Kritiker. Das war bei dir doch genauso, stimmt's, Martin?

Martin: Klar! Meine Tochter hat zu der Zeit sehr viele Hörbücher gehört und war nicht zimperlich mit ihrer Kritik. Oft hieß es dann: „Papa, das funktioniert so nicht!“ Auch wenn das Feedback teilweise hart ausfiel, war es wertvoll für uns. Dazu haben wir uns mit Eltern in Communities ausgetauscht, um herauszufinden, an welchen Stellen ihnen etwas fehlt.

Zum Abschluss: Weshalb denkt ihr, hat eure Hörbox inklusive Streamingdienst die Chance, das beliebtesten Gadget der Familie zu werden?

Till: Wir erleben aktuell eine Medienflut, die Kids und Eltern gleichermaßen überfordert und dadurch eine Gefahr für Kinder darstellt. An dieser Stelle wollen wir mit tigermedia in die Verantwortung gehen. Und einen Ort schaffen, der mit Bibliotheken oder Buchhandlungen vergleichbar ist. Wir glauben an eine kindgerechte Plattform, die Kinder in einem geschützten Umfeld mit digitalen Inhalten agieren lässt. Und wir glauben an qualitativ hochwertige und anspruchsvolle Hörmedien, die Kindern etwas mitgeben – Ideen, Wissen, Kreativität – und sie in ihrer individuellen Entwicklung fördern. Medien, die Kinder nicht nur kurzfristig ruhigstellen. Die tigerbox TOUCH vereint das Beste aus der analogen und digitalen Hörwelt und erlaubt Kindern, in eine sichere Medienwelt abzutauchen.

Martin: Kinder wachsen und entwickeln sich so schnell. Wir bilden bei tigermedia eine große Vielfalt an Geschichten ab, bei der die Kleinen sich eigenständig in die für sie spannenden Themen reinhören. Welche das sind, können wir zwar mitbestimmen. Wir können unsere Kinder aber auch selbst ihre Interessen entdecken lassen. Dabei wächst die tigerbox TOUCH mit. Ich denke, das macht sie so beliebt!

Über tigermedia:

tigermedia steht für anspruchsvolle Medienerlebnisse für Kinder – sicher, altersgerecht und mit jeder Menge Herz. Ausgegründet aus dem Traditionsverlag Oetinger, entwickelt das Startup von Till Weitendorf und Martin Kurzhals Inhalte, Endgeräte und passende Streaming-Angebote, welche die analoge Welt mit der digitalen zusammenführen. Das gemeinsame Ziel der Familienväter und Experten von tigermedia: Kindern einen geschützten Raum voller Geschichten und Abenteuer eröffnen, in dem sie sich eigenständig bewegen, Spaß haben und wachsen können. Zu den erfolgreichsten Produkten zählt die tigerbox TOUCH mit dem passenden Streaming-Dienst tigertones samt App. Mit einer durchschnittlichen Nutzzeit von mehr als vier Stunden pro Tag, hängen sie gemeinsam jeden anderen Streaming-Dienst locker ab.

Die tigerbox TOUCH:

Die tigerbox TOUCH macht das Streaming von Hörspielen kinderleicht und dazu sicher und werbefrei. Die Lautsprecher-Box mit Touchdisplay bietet Zugang zu mehr als 10.000 Hörspielen, -büchern und Songs aller relevanten Autoren und Verlage sowie Eigenproduktionen für Kinder zwischen drei und zehn Jahren. Schon die Kleinsten bedienen die tigerbox TOUCH intuitiv und selbstständig, indem sie eine tigercard einstecken oder sich einen Titel aus der tigertones Mediathek aussuchen. Eltern können sich dabei auf die Qualität der Inhalte verlassen und über die App Altersgrenzen definieren. Downloads für die offline Wiedergabe können über die App und direkt über die Box erfolgen. Seit November 2019 ist die tigerbox TOUCH auf dem Markt und verkaufte sich mehr als 100.000 Mal (Stand: Mai 2021).

Website: <http://www.tigerbox-touch.de/>