

Möglichkeiten und Grenzen des Kinderfernsehens

Beitrag aus Heft »2007/01: BabyTV«

Als Programmgeschäftsführer des KI.KA liegt für Frank Beckmann der Wert eines Programms im Nutzen, den es für die jeweilige Zielgruppe hat. Aus dieser Perspektive beurteilt er im Interview mit merz neue Angebote wie BabyTV und Sendungen im KI.KA, die sich an die jüngste Zielgruppe wenden. Darüber hinaus erläutert er Formen und Problematiken beim Merchandising zu Programmen für Kleinkinder sowie Möglichkeiten der Fernseherziehung durch das Fernsehen selbst.

(merz 2007-01, S. 32-36)