

nachgefragt: Frank Beckmann, KI.KA

Beitrag aus Heft »2008/03: Lebenswelt Netz«

Nach langjähriger Arbeit als Programmgeschäftsführer beim Kindersender KI.KA wechselt Frank Beckmann dieses Jahr als neuer Programmdirektor zum NDR. Was ändert sich beim KI.KA, was bedeutet der Wechsel für ihn selbst und welche Zukunft hat das Kinderfern-sehen vor sich? merz hat nachgefragt ...

merz: Herr Beckmann, im Herbst dieses Jahres werden Sie Ihren neuen Posten als Programmdirektor beim NDR beziehen und verlassen damit nach langer Zeit den KI.KA. Hand aufs Herz: Was wird aus KI.KA und Kinderfernsehen post Beckmann?

Beckmann: Man darf sich selbst nicht so wichtig nehmen. Das Schöne am öffentlich-rechtlichen Kinderprogramm ist, dass es eine Vielzahl von kreativen und sehr begabten Kollegen gibt. Ich habe mir keine einzige Sekunde Sorgen gemacht, dass der KI.KA nicht hervorragend weitergeführt wird. Im Gegenteil, unter einer neuen Führung werden wir ganz sicher andere Akzente, moderne Zugänge und richtungsweisende Ideen sehen.

merz: Sie blicken auf erfahrungsreiche Jahre im Bereich des Kinder- und Jugendfernsehens zurück – Stichwort: logo!, PuR und KI.KA. Wie hat sich in all dieser Zeit das Kinderfernsehen verändert und welche Entwicklungen erwarten Sie zukünftig?

Beckmann: Kinderfernsehen findet in einem sehr umkämpften Marktsegment statt. Wir konkurrieren gegen weltweit operierende Konzerne um die Gunst der Zuschauer. Die Digitalisierung wird den Wettbewerb weiter verschärfen, das Programmangebot vergrößern und die Sender in noch kleinere Segmente spalten. Die technische Entwicklung ist eine Chance und Herausforderung zugleich. Das öffentlich-rechtliche Kinderangebot darf keinesfalls von den Möglichkeiten des Internets abgekoppelt werden. Es ist im Interesse der Kinder, dass wir sie pädagogisch sachkundig an die neuen Technologien heranführen.

merz: Kinderfernsehen und Fernsehen für Erwachsene – viele sehen darin zwei sehr verschiedene (Arbeits-)Welten. Was nehmen Sie aus der Welt des Kinderfernsehens mit in die Welt des Erwachsenenfernsehens?

Beckmann: Als öffentlich-rechtlicher Sender muss man sich klar positionieren und als Marke auf allen Plattformen ein unverwechselbares Profil pflegen. Wenn man vom Kinderprogramm etwas lernen kann, dann ist es, dass Qualität und öffentlich-rechtlicher Rundfunk zusammengehören und sich mit der Einhaltung des Qualitätsversprechens auch der Markterfolg verbindet.