

Sehr geehrte Gäste des Erfurter Wirtschaftskongresses,

Sie alle kennen Peter Lustig, den Fernseh-Pionier der lehrreichen Kinderunterhaltung....oder Edutainment wie man heute lieber sagt.

Peter Lustig hat fast 30 Jahre die Kinder-Sendung Löwenzahn moderiert.

Ein paar Mal hatte ich das Glück mit ihm zusammen arbeiten zu dürfen.

Bei Videoaufnahmen für eine Löwenzahn-CD-Rom hat Peter Lustig einmal gesagt - ich zitiere frei:

„Ihr könnt den Kindern am Computer sowieso nicht beibringen, wie man einen Nagel in die Wand schlägt - die müssen sich dabei schon selbst auf den Daumen hauen - und das muss auch weh tun“

Da geben wir ihm sicher alle recht – wahrscheinlich ist hier im Raum ist niemand der es nicht so gelernt hätte. Interaktiv - mit Nagel, Hammer und einem blauen Daumen.

Natürlich kann keine Fernsehsendung – kein noch so pädagogisch wertvolles Computerspiel reale Erfahrungen ersetzen - dennoch sind interaktive Lern- und Spielmedien in guter Qualität für Kinder heute wichtiger denn je. Sie helfen beim Erwerb der immer wichtiger werdenden Medienkompetenz, die unsere Gesellschaft mehr und mehr abverlangt.

Entscheidend ist jedoch neben der pädagogische Qualität - auch die Quantität. Und offenbar hat Paracelsus auch hier recht: Was Gift ist, entscheidet die Dosis - auch beim Medienkonsum

Zu viele Medien? Ein Thema was offenbar gerade im Moment die Gesellschaft beschäftigt, wie die aktuelle Titelstory des Spiegels zeigt:

„Wie viel Fernsehen und Computer verträgt ein Kind?“

Als ich den Artikel las wurde mir klar, was uns und vor allem unsere Tochter in den nächsten Jahren erwartet - wie verwaschen die Grenzen zwischen förderndem und schädlichem Medienkonsum sind.

Laut Spiegel verfehlen sogar lehrreiche und anspruchsvolle Programme ihre pädagogische Wirkung völlig, nämlich dann, wenn sie im Rauschen des überdosierten Medienkonsums ohne Lerneffekt verpuffen.

Dazu kommen Suchtgefahren durch das exzessive Spielen von immersiven Multiplayer-Games wie „World-Of-Warcraft“ oder „Second life“. Schwindender Realitätsbezug durch die Flucht in virtuelle Parallelwelten, in denen man seinen Avatar seine virtuelle Identität selbst nach den eignen Vorstellungen formen kann – ebenso faszinierend wie gefährlich.

Gerade zur Zeit ist eine rasante Verschmelzung der Medien zu beobachten.

Mehr und mehr verbinden sich Internet und Fernsehen. Die Interaktivitätsmöglichkeiten des Netzes erreichen mehr und mehr den Fernseher - die Videoströme aus der TV-Welt vermischen sich dank steigender Bandbreiten mit dem Internet.

Vor allem Kinder und Jugendliche werden diese Art mit den Medien umzugehen schnell lernen.

Unterhaltung und Informationen sind auch für Kinder jederzeit und überall verfügbar. Fernsehen auf dem Handy während der Fahrt mit dem Schulbus.

Wenn meine heute dreijährige Tochter erwachsen ist dann wird sie wahrscheinlich bei ihrer Lieblingsserie im Fernsehen auf das T-Shirt der Schauspielerinnen klicken können.

Wahrscheinlich wird sie sich selbst dann auf Knopfdruck auf dem Bildschirm von allen Seiten dreidimensional anschauen können um zu beurteilen, ob sie gut darin aussieht, bevor sie es sich beim nächsten Klick automatisch in der passenden Konfektionsgröße zu sich nach Hause bestellt. Ich hoffe vor allem, dass meine dann Tochter dann in der Lage sein wird zu beurteilen, ob sie das neue T-Shirt wirklich braucht.

Interaktive Kindermedien sollen Spaß machen. Sie sollen es schaffen, mit guten, anspruchsvollen Inhalten und Geschichten die Gedankenwelten der Kinder zu erreichen und ihre Fantasie zu begeistern.

Sie sollen es schaffen, Wissen und Information spielerisch und mit einer gehörigen Portion Spielspaß zu vermitteln. Und sie sollen Lust machen, das am Computer erworbene Wissen auch im Alltag auszuprobieren und anzuwenden.

Das Thema „Kindermedien“ ist nicht zufällig das Leitthema des Erwicon in diesem Jahr. In diesem Jahr stehen - zumindest in Erfurt - alle Zeichen auf „Kindermedien“

In diesem Jahr gibt es einen runden Kindergeburtstag zu feiern, denn der KIKA sendet sein Programm nun mittlerweile seit 10 Jahren aus unserer Stadt.

In diesem Jahr wird das lang diskutierte MAGZ als moderner Produktionskomplex eröffnet - „Das Kindermedienzentrum“

Dieser unmissverständliche Namen des Neubaus ist eine klare Positionierung des Standorts zum Thema Kindermedien. Auch wir werden noch in diesem Jahr dort einziehen und freuen uns auf viele spannende Synergien in einem kreativen und produktiven Umfeld.

In diesem Jahr begann der erste Kurs der Kindermedien-Akademie, die dem kreativen Nachwuchs die besonderen Anforderungen des medialen Arbeitens für Kinder beibringen will.

In diesem Jahr startet die Landesregierung eine neue Image-Kampagne um den Ruf Thüringens als Kindermedienland deutschlandweit hörbar zu machen - Komm ins Löwenland!

Wir, die schon da sind, freuen uns, dass nun Bewegung und Kraft in dieses Thema kommt. Und vor allem freuen wir uns als Kreative, dass die Kreativ-Wirtschaft auch in Thüringen in den Fokus wirtschaftlicher Hoffnungen rückt.

Qualitativ hochwertige und pädagogisch anspruchsvolle Kindermedien werden mehr denn je gebraucht – gerade auch im Hinblick auf die Pisa-Studie oder die zunehmende Gewaltbereitschaft von Kindern und Jugendlichen.

Verblödet und verroht durch Medien? Vielleicht ja – durch zu viele und zu schlechte Medien. Gegen das Zuviel sind wir als Produzenten wahrscheinlich machtlos – dies liegt bis zu einem gewissen Grad in der Macht der Eltern.

Gegen schlechte Qualität aber können wir als Medienschaffende mit guter, anspruchsvoller Arbeit etwas tun. Denn bei allen technischen Spielereien und Möglichkeiten bleibt doch eines bei der Kindermedien-Produktion immer das Wichtigste: Die Inhalte!

Ein durchdachtes Konzept - ein spannendes Thema - und eine packende Story: dies ist essentiell für auch den kommerziellen Erfolg interaktiver Kindermedien-Produktionen.

Ich habe mich sehr gefreut, über die Einladung heute hier zum Thema „interaktive Kindermedien“ zu sprechen. Als Gründer von zwei noch kleinen aber wachsenden Erfurter Unternehmen mit den Schwerpunkt „Kindermedien“ fühle ich mich geehrt hier sprechen zu dürfen. Und ich wäre ein schlechter Unternehmer würde ich nicht die Gelegenheit ausnutzen, hier auch über unsere beiden Firmen Weltlabor und Faktor17 zu sprechen.

Vielleicht sind wir sogar eine Art „Best-Case-Szenario“ dessen, was man sich hierzulande wünscht: Junge Menschen kommen nach Thüringen, um hier ihr Studium an der Bauhaus-Uni zu absolvieren. Doch anstatt nach dem Studium in eine der großen Medien-Metropolen zu gehen um dort zu leben und zu arbeiten, gründeten wir hier unser Unternehmen und bauen seit dem an unserer beruflichen Zukunft in Erfurt. Hochmotiviert, mit jeder Menge Ideen und mittlerweile auch mit sehr viel professionellem Produktions-KnowHow. Erfurt ist auf keinen Fall der Nabel der Welt Städte wie Berlin, Köln oder Hamburg haben sicher mehr zu bieten.

Aber vielleicht wird Erfurt ja der Nabel der Kindermedienwelt!
Und dass diese Vision sich verwirklicht, daran möchten wir mitarbeiten.
Inzwischen haben wir uns auf den Bereich Kindermedien- Konzeption und -Produktion spezialisiert.

Wir arbeiten seit fast vier Jahren erfolgreich und regelmäßig für verschiedene große Kindermedien-Kunden wie den z.B. den Klett-Schulbuchverlag, Duden / Brockhaus und nicht zuletzt für den KIKA.

Für den KIKA entwickeln wir mit Faktor 17 seit zwei Jahren an Konzeptionen für neue Zeichentrickserien, die in das Portfolio und das Credo des Senders passen.

„Gewaltfrei und inhaltlich anspruchsvoll “

Wir sind sehr stolz darauf, dass mittlerweile in Erfurt die Produktionsvorbereitungen für eine komplett von uns entwickelte Trickfilmserie laufen.

In hoher Qualität und mit internationalen Kooperationspartner soll das Projekt realisiert werden. Extra für die Produktion dieser noch geheimnisvollen" TV-Serie hat inzwischen eine sehr erfahrene Trickfilm-Produktionsfirma eine Niederlassung in Erfurt gegründet.

Hier werden neue Arbeitsplätze entstehen, die sicher auch Thüringer Hochschulabsolventen neue Chancen auf spannende Jobs bieten. Viel Animations-KnowHow wird nach Thüringen kommen und hier hoffentlich weiter wachsen.

Ein schönes Beispiel dafür, wie sich Dinge auch wirtschaftlich im besten Sinne des „Kindermedienland-Gedankens“ befruchten und entwickeln können.

Nicht das ein falscher Eindruck entsteh, das Geld ist in der Kindermedien-Branche nicht leicht zu verdienen. Und doch beneiden mich viele meiner Freunde um meinen Beruf, auch wenn sie natürlich nicht wissen, wie hart und aufreibend auch Kindermedienproduktion sein kann, die Kollegen aus der Branche wissen das.... Auch hier gibt es knallharte Deadlines und knappe Budgets, wie überall.

Dennoch lieben wir das was wir tun und tun täglich es mit viel Herzblut und Spaß. Zum einen ist klar, dass es bei der Arbeit für Kinder fast immer um bunte und lustige Dinge geht.

Zum anderen bleibt nach einem fertigen Projekt aber meist auch das Gefühl, etwas Gutes und Wichtiges produziert zu haben,

Etwas Wichtiges, was hoffentlich auch das Herz und den Verstand unserer Kinder positiv beeinflussen kann.

Unsere Freunde beneiden uns also vielleicht zu Recht!

Natürlich stecken hinter dem bunten und pädagogischen Mantel auch oftmals knallharte Marken-Interessen. Aber was ist schlecht daran, wenn z.B. ein großer Autokonzern in einer aufwendigen Online-Spielwelt Kindern die Verkehrsregeln beibringt . Natürlich will der Konzern sein Image aufpolieren - warum nicht – wenn er dafür wirklich sinnvolle Aktivitäten finanziert?

Und nicht zuletzt leben Multimedia-Produzenten wie wir durch solchen Aktivitäten. Doch auch die Verantwortung liegt bei solchen Auftragsproduktionen mit bei uns als Medienmacher.

Die Herausforderung ist:

Wie kann man in der Konzeption von Multimedia-Projekten beide Interessen vereinen: Den Image-Profit für den Kunden und Lern-Profit für die Kinder.

Wie steht es mit kostenfreiem interaktivem Lernen für Kinder ohne Werbung?

Wir haben dazu eine Projektidee! Mit dem von uns initiierten unkommerziellen Projekt "Kindermedienstadt.de" arbeiten wir daran, eine werbe- und kostenfreie Kinder-Onlinewelt für spielerisches Lernen und Medienkompetenz zu realisieren, eine interaktive Spiel- und Lernwelt, die ALLEN Kindern offen steht. Ohne Club- oder Abokosten, die besonders Kinder aus ärmeren Familien wieder ausgrenzen würden und vor allem ohne aggressive Werbebotschaften und Kaufanreize.

„Kindermedienstadt.de“ ist ein großes und aufwendiges Projekt, für das wir nun Partner und Paten aus Politik und Wirtschaft suchen. Ich bin optimistisch, dass auch hierfür in diesem Jahr - im "Jahr der Kindermedien" - die richtige Zeit kommen wird.

Am Ende möchte ich gerne nochmals ein Zitat anführen. Auch wenn Goethe das Wort „Kindermedien“ sicher nicht verstanden hätte, kann man seinen Ausspruch getrost auch auf diesen Bereich beziehen:

Er sagte: „Für Kinder ist das Beste gerade gut genug.“

Diesen Satz sollten wir als Kindermedien-Schaffenden beherzigen, wenn wir Medien produzieren, die für unsere Kinder bestimmt sind.

Vielen Dank

Joerg Michel