

# Diversität ins Kinderfernsehen bringen

## Gedanken von Fernsehverantwortlichen über Wege zu mehr Diversität

**Fernsehverantwortliche aus verschiedenen Teilen der Welt wurden gefragt, was Diversität für sie bedeute und wie die Vielfalt der ZuschauerInnen auf dem Bildschirm abgebildet werden könne. In Interviews und in einer Panel-Diskussion auf dem PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL 2010 legen sie den Fokus auf ganz verschiedene Aspekte.**

### Nach starken Geschichten Ausschau halten



**Jan-Willem Bult**  
(KRO, Niederlande)

Eine erfolgreiche Strategie für mehr Diversität im Kinderfernsehen ist es, mit »realen« Kindern zu arbeiten, an verschiedene Orte zu gehen, also nicht nur in die Stadt, sondern auch in Vororte oder aufs Land, und mit unterschiedlichen Schulen und mit Kindern mit verschiedenartigem Migrationshintergrund zusammenzuarbeiten. Wir wollen Geschichten erzählen, die sich in der Welt der Kinder und in ihrem Inneren abspielen. Dann macht es Spaß und ist keine erzwungene Strategie nach dem Motto: »Oh, lasst uns nach einer Surinam- oder Türkei-Geschichte suchen oder nach einer niederländischen Geschichte.« Wir suchen einfach nach starken Geschichten. Da wir in verschiedenen Teilen der Niederlande unterwegs sind, zeigen wir die Vielseitigkeit der Lebenswirklichkeit.

Man muss einfach hinausgehen, Kinder in ihrem Alltag treffen und sie in den Mittelpunkt stellen, dann erhält man eine Mischung von dem, was real passiert.

Noch etwas ist für mich als kreativer Motor der Programmgestaltung von KRO wichtig: Um Vielfalt zu produzieren, musst du selbst vielfältig sein. Da ich das Glück habe, oft verschiedene Kontinente zu bereisen, verschiedene Lebensbedingungen kennenzulernen und auch in Schwellen- und sogenannten Drittweltländern zu arbeiten, glaube ich, dass meine Antennen, mein Sinn für gute Geschichten sensibler sind für nicht traditionelle niederländische Geschichten; oder vielleicht treffe ich einfach auf mehr nicht niederländische und nicht weiße Kinder mit deren Geschichten und Lebensumständen. Irgendwie passiert es einfach, wo immer ich gerade bin, und es nimmt seinen Lauf.

### Vielfalt zeigen und akzeptieren



**Firas Dehni**  
(STV, Syrien)

Aus meiner Sicht bzw. aus Sicht meiner Kultur bedeutet Diversität, das eigene Anderssein zu zelebrieren und zu akzeptieren. Um Unterschiede akzeptieren zu können, muss man zunächst verstehen, dass wir uns ähnlich sind. Kinder sind sich in vieler Weise ähnlich, auch wenn sie unterschiedliche Wünsche

und Träume haben. Ich glaube, für uns, die wir in den Medien arbeiten, ist es wichtig, diese Ähnlichkeiten und Unterschiede zu kennen.

In einem Land wie Syrien gibt es Vielfalt, manchmal schon zwischen einer Straße und der nächsten. Bei uns gibt es Konservative, sehr Konservative, Liberale und sehr Liberale. Das heißt, was jemand auf einer Straße tut, kann er oder sie auf einer anderen nicht tun. Wenn sich eine junge Frau sehr modern kleidet, wäre es unpassend, wenn sie in bestimmte Straßen gehen würde – so stark sind die Unterschiede. Einander so zu verstehen und zu akzeptieren, wie man ist, das ist die schwierigste Aufgabe. Im Kinderfernsehen sollten wir sicherstellen, dass es nicht nur eine Darstellungsweise gibt. Wir sollten uns bemühen, viele verschiedene gesellschaftliche Gruppen zu repräsentieren. In Syrien sind das nicht nur Konservative und Liberale, wir haben auch verschiedene politische Gruppen, verschiedene religiöse Gruppen und überhaupt verschiedene Religionen.

### Geschichten aus verschiedenen Regionen erzählen

**Antoinette Falohun**  
(Nigerian Television Authority, Nigeria)

In Nigeria gibt es ungefähr 250 verschiedene ethnische Gruppen mit unterschiedlichen Sprachen, Religionen, einer großen



kulinarischen Vielfalt, über die sich die Gruppen unter anderem identifizieren, und vielen Arten, sich zu kleiden. Zusätzlich haben sich durch die Globalisierung Elemente der europäischen und amerikanischen Kultur mit der nigerianischen vermischt. Vielfalt kann das Leben bereichern, sie bedeutet einen Reichtum an Ideen, an schönen, miteinander vermischten Dingen. Wir versuchen, verschiedene kulturelle Gepflogenheiten in unsere Sendungen einfließen zu lassen, um auf sublimen Art das Verständnis für Geschichten und Menschen aus anderen ethnischen Gruppen zu fördern. Dies soll dabei helfen, unsere Kinder zu stärken und sie ihre Kultur und die Kultur anderer Menschen schätzen zu lehren. Außerdem kann es dazu beitragen, den Frieden und das Miteinander in Nigeria, auf dem afrikanischen Kontinent und darüber hinaus voranzubringen.

Es ist wichtig, diese Verschiedenartigkeit im Fernsehen zu zeigen. Denn die Kehrseite der Vielfalt ist der Mangel an gegenseitigem Verständnis und Toleranz, was eine Ursache von Konflikten sein kann. Wir sollten mehr Wissen und Verständnis in unsere Sendungen einfließen lassen, indem wir vielfältige Geschichten erzählen, indem wir Geschichten aus verschiedenen Regionen erzählen. Es ist wie mit manchen traditionellen Speisen: Sie sehen zuerst vielleicht etwas ungewohnt und sogar seltsam aus, aber wenn man sie probiert, sind sie ganz schön lecker!

### Vielfalt erfahrbar machen – durch Musik!



**Alejandro Escobar**  
(freier Produzent und Regisseur, Kolumbien/Mexiko)

Für mich bedeutet Diversität auch, die Vielfalt des eigenen Landes zu verstehen. Kolumbien hat sehr ver-

schiedene Landstriche, die sich unter anderem durch die geografische Beschaffenheit, z. B. hohe Berge, oder durch fehlende Infrastruktur auszeichnen. Daher sind auch die Kinder sehr heterogen.

Die offensichtlichste Möglichkeit, diese Vielfalt in einer Sendung für Vorschulkinder zu vermitteln, lag darin, die geografischen Aspekte aufzugreifen. Das aber ergab keinen Sinn, denn 5- oder 6-Jährige können keine Landkarten lesen, da diese zu abstrakt sind. Deshalb haben wir uns auf konkrete Dinge wie unterschiedliches Klima und Wetter konzentriert, und natürlich auf die Musik!

Wie in anderen lateinamerikanischen Ländern ist Musik in Kolumbien sehr wichtig. Kinder fangen im Bauch der Mutter damit an, lernen mit einem Jahr das Tanzen und sind mit fünf Jahren Profis. Deshalb war dies ein guter Ausgangspunkt für unsere kleine Reise durch die verschiedenen Rhythmen Kolumbiens: Man beginnt mit den Trommeln des Dschungels, dann kommen ein paar Trommeln von der karibischen Küste hinzu, dann einige Gitarren aus den ländlichen Gegenden, den Dörfern und Städten. Und am Ende kommt die Rockmusik der Großstadt. Jedes Mal ändert sich der Stil der Animation: vom Dschungel zum Strand, vom Land zur Stadt. So erfahren Kinder Vielfalt in Rhythmus, Musik, Bildern und Design.

### Im Arbeitsumfeld auf Vielfalt setzen

**Linda Simensky**  
(PBS, USA)

Ich denke jeden Tag über Diversität nach, wenn ich an Sendungen arbeite. Das mag dazugehören, wenn man für einen öffentlich-rechtlichen Sender arbeitet, hat aber auch damit zu tun, dass ich in einer sehr vielfältigen und multikulturellen Gegend wie Washington, DC lebe.



Bei PBS suchen wir ständig nach Möglichkeiten, unser heterogenes Publikum im Fernsehen zu repräsentieren. Der beste Weg besteht darin, sich in der eigenen Abteilung und im Produktionsteam um Vielfalt zu bemühen.

SerienproduzentInnen konzentrieren sich manchmal darauf, jeweils eine Figur für jeden möglichen Hintergrund zu haben. Aber so einfach ist die Repräsentation von Vielfalt nicht. Vielfalt darf nicht konstruiert wirken und die Sendung muss den Eindruck erwecken, dass es tatsächlich so geschehen könnte. Wenn etwas zu gezwungen und nicht natürlich wirkt, stoßen sich die Kinder daran und die Serie wirkt weniger glaubhaft. Außerdem sollte die Herkunft der Charaktere Teil der Figurenentwicklung und der Handlung sein, da die kulturellen Unterschiede die Geschichten und Figuren interessanter machen. Dies sind Bereiche, die bisher im Kinderfernsehen eher vernachlässigt wurden, vor allem gibt es wenige humorvolle Darstellungen. ProduzentInnen scheinen der Meinung zu sein, dass jede Bemühung um Vielfalt etwas Großes und Allumfassendes sein müsse. Ich glaube, dass ProduzentInnen klein anfangen können, und wenn sie bei allem, was sie tun, eine Prise Diversität hinzugeben, wird es bald völlig selbstverständlich sein.

### Fortbilden und neue Ideen auszeichnen

**Regla Hilaria Bono-**  
**soto (TVC, Kuba)**

In Kuba wurden die Grenzen zwischen den Ethnien durch eine Vermischung der Volksgruppen weitgehend beseitigt. Dennoch ist man sich bewusst, dass es verschiedene ethnische Herkünfte gibt. Deshalb ist in Kuba die Ethnizität, neben Alter und Geschlecht, die sichtbarste Dimension der Diversität.



Aber es gibt auch weitere Dimensionen wie Religion und Identität, Gesundheitszustand und intellektuelle Fähigkeiten, geografischer Standort und Zugang zu Ressourcen.

Es gibt mehrere vielversprechende Möglichkeiten, diese Dimensionen in das kubanische Kinderfernsehen zu integrieren. Ein Ansatz besteht darin, dass man bei Kreativen und anderen Fachleuten das Verständnis für die Vielfalt fördert, indem man ihnen Forschungsergebnisse zur Verfügung stellt. Außerdem können der Dialog, Frieden und Toleranz mit Schulungen über den Umgang mit Inhalten gefördert werden, z. B. durch bedeutungsvolle und konstruktive Drehbücher. Die Sendungen könnten auch die unterschiedlichen sozialen Schichten und ihre Kultur, ihre Geschichten und gegenwärtigen Konflikte behandeln. In Real-Dokumentationen können Kinder ihre Herkunft, Probleme und Wirklichkeit darstellen. Soziale Institutionen, die sich mit Problemen Jugendlicher beschäftigen, könnten ihr Wissen und ihre Bemühungen hinsichtlich des Kinderfernsehens bündeln. Eine weitere Strategie könnte darin bestehen, Anreize zu bieten und besondere Ideen mit Preisen auszuzeichnen.

### Kommerzielle und öffentlich-rechtliche Interessen ausbalancieren



**Preben Vridstoft**  
(TV2, Dänemark)

Es gibt viele Arten von Diversität und es hängt vom Standpunkt des Betrachters ab, worauf man sich konzentriert. Im Kinderfernsehen sind sowohl unsere Zielgruppen heterogen als auch die einzelnen Altersgruppen. Für mich bedeutet Vielfalt, die gesamte Themenpalette im Tagesprogramm eines Jahres abzudecken. Im Laufe eines Jahres haben wir Sendungen, die sich mit Zwischenmenschlichem

oder mit Katastrophen wie Haiti oder dem Tsunami beschäftigen. Und wir befassen uns mit Politik, Sexualerziehung oder Bildung: z. B. Mädchen vs. Jungen, jung vs. alt, und auch mit kommerziellen Themen. Man muss sicherstellen, dass man die Zielgruppe auf ihrem jeweiligen Niveau erreicht. Nicht von oben herab, sondern auf Augenhöhe mit ihnen kommuniziert. Vielfalt bedeutet aber auch, kommerzielle Themen mit nicht so kommerziellen in Einklang zu bringen, denn über die nicht kommerziellen Dinge bauen sich Sender ihr Image auf. Eltern hassen Kommerzielles, Kinder lieben es. Hier muss man ausbalancieren.

Eine weitere Strategie besteht darin, sich umzusehen, was auf der Welt passiert. Ich versuche zu erkennen, ob es einen Trend gibt und ob der Trend meinem Qualitätsanspruch genügt. Letztendlich macht es die Mischung aus Erfahrung, Bauchgefühl und etwas Analyse – dann kann man etwas wagen.

### Die diversen Welten der Kinder zeigen

**David Kleeman**  
(American Center  
for Children and  
Media, USA)



Fernsehen ist für Kinder ein Fenster zur Welt. Sie erkennen aber nicht, wenn dieses Fenster Dinge verzerrt darstellt. Als ProduzentInnen von Kinderfernsehen ist es unsere Verantwortung, das Fenster so zu gestalten, dass es so weit wie möglich der realen Welt der Kinder ähnelt. Wenn ein Kind fernsieht und darin niemand so ist wie man selbst – wenn man z. B. nie Mädchen sieht, die bestimmte Dinge tun, oder wenn man dunkelhäutig ist und nie dunkelhäutige Figuren in starken Rollen sieht, wenn man keine Kinder sprechen hört, die so klingen wie man selbst, wenn man behindert ist und nie ein Kind im Rollstuhl sieht –, dann fängt man

an zu glauben, dass die ganze Welt so sei. Man selbst hat in dieser Welt eigentlich keinen Platz.

Es liegt in der Verantwortung der FernsehmacherInnen, Diversität nicht zu zwanghaft zu behandeln. Wir haben eine neue Generation von ProduzentInnen, die über diese Dinge nachdenken und sich dann die Zeit nehmen, um ein zweites Mal darüber nachzudenken: »Gibt es einen Grund, warum die Figur so ist, wie sie ist?« Die junge Generation von ProduzentInnen ist in einer völlig anderen Welt aufgewachsen – in dieser sprechen US-amerikanische Kinder davon, dass mindestens einer ihrer besten Freunde oder eine ihrer besten Freundinnen einen anderen ethnischen Hintergrund hat als sie selbst. Klein- und Großstädte werden vielfältiger. Dazu gehört auch, dass mehr Menschen online sind. Dadurch können sie leichter mit Menschen aus anderen Ländern und Kulturen in Kontakt treten. Wenn diese Generation in einflussreiche Positionen gelangt, lehnen sie einige der alten Herangehensweisen ab.

Im Moment tun wir meines Erachtens nicht genug. Der Grund dafür liegt unter anderem darin, dass wir zu wenige Live-Action-Sendungen für Kinder produzieren. Man kann Vielfalt leicht in einer Zeichentricksendung simulieren, indem man nicht menschliche Figuren gestaltet: Eine ist dann blau, eine lila und die andere grün. Dann muss man sich um die Hautfarbe eigentlich keine Gedanken machen. Doch die Kinder kennen die Welt, in der sie aufwachsen.

Ich finde, dass es wirklich schwierig ist, Diversität adäquat wiederzugeben. In Großbritannien gibt es zurzeit eine Debatte darüber, wie man sicherstellt, dass britische Kinder mit britischem Fernsehen aufwachsen. Ich frage mich dann immer: »Welches Großbritannien?« Jenes aus Zeiten, an die manche Leute gerne zurückdenken, als es noch so etwas wie eine gemeinsame Kultur gab? Oder jenes, in dem Kinder in Schulen aufwach-



Die DiskussionsteilnehmerInnen am PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL (v. l. n. r.): Hiroko Sakaue, Firas Dehni, Mimi Dadson, Linda Simensky, Pat Ellingson, Steffen Kottkamp, Regla H. Bonora Soto, Cielo Salviolo, Johan Grafström, Sevilay Koray, Roziah Naam

sen, in denen 25 Sprachen gesprochen werden?

Selbst für Sender mit Vollprogramm ist es sehr schwer, ehrlich mit der Vielfalt umzugehen, in der Kinder heute aufwachsen. Ich glaube, dass die digitalen Medien den Kindern hilfreiche Möglichkeiten bieten, um sich selbst auszudrücken. Denn dann können Kinder zu verschiedenen Gruppen gehören und sich dementsprechend auf jeweils unterschiedliche Weise ausdrücken. Ein Kind mag sich als dunkelhäutig identifizieren, es mag sich als BalletttänzerIn identifizieren – oder manchmal mag es sich auch als dunkelhäutig oder als BalletttänzerIn vorstellen. In einem Medium wie dem Fernsehen, in dem alle Entscheidungen für einen getroffen werden, ist dies schwieriger.

### Herausforderungen und konkrete Strategien

In einer Podiumsdiskussion am PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL 2010 tauschten sich 11 Fernsehverantwortliche aus verschiedenen Weltregionen zum Thema Diversität aus. Sie diskutierten sowohl über die besonderen Herausforderungen in ihren jeweiligen Regionen als auch über konkrete Strategien, wie sie selbst Diversität in ihr Kinderprogramm einbringen.

Die DiskussionsteilnehmerInnen waren (s. Abb. 1, von links nach rechts): Hiroko Sakaue (Japan), Firas

Dehni (Syrien), Mimi Dadson (Ghana), Linda Simensky (USA), Pat Ellingson (Kanada), Steffen Kottkamp (Deutschland), Regla H. Bonora Soto (Kuba), Cielo Salviolo (Argentinien), Johan Grafström (Schweden), Sevilay Koray (Türkei) und Roziah Naam (Malaysia).

Im Folgenden dokumentiert das IZI einige Hauptaspekte der Diskussion.

#### 1. Regionale Herausforderungen

In Nordamerika (USA, Kanada) besteht eine Herausforderung darin, Fernsehschaffende auf allen beruflichen Ebenen zu finden, die aus eigener Erfahrung und mit ihrem diversen Hintergrund authentische Kinderprogramme machen können.

Diversität zu repräsentieren ist einfacher bei Eigenproduktionen, denn hier können Standards gesetzt und eingefordert werden. Schwieriger ist es bei Einkäufen und Co-Produktionen, weil die beteiligten Länder meist eine unterschiedliche ethnische Zusammensetzung haben, die sie in der Sendung repräsentiert haben möchten.

Südamerika ist ein ethnisch sehr diverser Kontinent, gleichzeitig herrscht eine große gesellschaftliche Ungleichheit und Armut, die sich oft an Herkunft oder ethnischen Merkmalen festmachen lässt. Es gibt eine vielfältige lokale Diversität, z. B. was es heißt, ein Junge oder ein Mädchen zu sein. Die Herausforderung ist, diese Diversität auf den Bildschirm

zu bringen, denn viele südamerikanische Staaten haben keine lokalen Kinderkanäle oder Kinderschienen. Die wohlhabenderen Kinder sehen oft das globalisierte, nordamerikanische Fernsehen, das nicht ihre eigene Lebenswelt repräsentiert. Hier gilt es, Mittel und Wege zu finden, lokale Programme zu produzieren.

Die Situation in Asien (Japan, Malaysia) ist ebenfalls sehr vielfältig. Zum einen gibt es spezifische gewachsene, recht homogene Kulturen, z. B. in Japan, Korea und China. Hier wird im Kinderprogramm darauf geachtet, zunächst die eigenen kulturellen Traditionen weiterzugeben. Darauf aufbauend wird versucht, Offenheit für andere Kulturen zu vermitteln. In Staaten wie Malaysia hingegen existiert eine große innere Diversität, die Bevölkerung besteht aus Menschen verschiedener Ethnien und Religionen. Hier hat das Fernsehen den Auftrag, die kulturelle Diversität im Land fair zu repräsentieren und Einheit zu stiften. Dies ist keine leichte Aufgabe, denn jede Gruppierung möchte vor allem ihre eigene Identität bewahrt und repräsentiert sehen. Auch in den Staaten Afrikas finden sich multikulturelle Gesellschaften, die auch im Kinderfernsehen repräsentiert werden sollen, etwa die verschiedenen lokalen Traditionen, Gerichte, Kleidung und Sprachen. Es gibt aber einiges, was nicht im Kinderfernsehen vorkommt, weil es ein gesellschaftliches Tabu ist, z. B. Religion, Sexualität, auch Behinderung. Hier können FernsehmacherInnen noch viel tun, um Diversität zu fördern.

In der arabischen Welt besteht eine Herausforderung darin, eigene Programme zu produzieren, die sich an diverse Zielgruppen richten, z. B. spezielle Sendungen für Jugendliche. Dies können weder Europa noch die USA für die arabische Welt leisten, es müssen vielmehr eigene Wege gefunden werden.

In den Einwanderungsgesellschaften von Europa spiegelt sich die Diver-

sität in der Zuschauerschaft wider. Um das diverse junge Publikum zu erreichen, suchen die öffentlich-rechtlichen Sender in Deutschland neue Wege der Ansprache, z. B. durch Online-Angebote oder Kooperationen mit ausländischen Sendern. In Schweden wird Diversität z. B. über eine Quotierung in der Produktion ins Fernsehprogramm hineingeholt. In der **Türkei** gibt es ebenfalls staatlich angeordnete Quoten, um die Vielfalt von Ethnien und Sprachen ins Programm zu holen, allerdings gilt dies nur für das Erwachsenenfernsehen. Im neuen Kinderkanal werden gerade Strategien entwickelt, um die Diversität der Kinder in der Türkei abzubilden.

## 2. Strategien für ein vielfältiges Programm

Die diskutierten Strategien, wie mehr Diversität in das Qualitätsfernsehen für Kinder eingebracht werden kann, lassen sich 2 Kategorien zurechnen: Strategien bei der konkreten Darstellung und Drehbuchentwicklung sowie Strategien, die die Rahmenbedingungen des Produzierens in den Blick nehmen.

**Strategien bei der Darstellung:** Die Fernsehverantwortlichen waren sich einig, dass im Kinderfernsehen Diversität nicht abstrakt thematisiert werden sollte, sondern authentisch und ansprechend dargestellt werden müsse.

Hierzu wurden Programmbeispiele genannt, die in einigen Ländern erfolgreich produziert wurden und gelaufen sind. Aus Syrien kam der Hinweis, dass es gut funktioniert habe, in einem fiktionalen Programm Kinder mit verschiedenen religiösen Hintergründen einzubringen und sie zusammen ein Problem lösen zu lassen. In Malaysia wurde das Programm anlässlich bestimmter religiöser Feiertage dazu genutzt, um bewusst Figuren einer anderen Religion mit ein-

zubeziehen: So kamen in einem Programm zum christlichen Heiligabend auch muslimische Kinder vor, in einer Sendung zum chinesischen Neujahr auch nicht chinesische Figuren. Als weitere Strategie wurde genannt, Diversität quasi »nebenbei« in bereits bestehende Serien einzuarbeiten, indem in einer bestimmten Folge auf einen besonderen ethnischen oder



Strategien für mehr Diversität im Kinderfernsehen wurden diskutiert

religiösen Hintergrund einer Figur eingegangen wird, der normalerweise keine Rolle spielt.

Gerade non-fiktionale Genres eignen sich für ein authentisches Einfangen der realen Diversität vor Ort. So wurde bemerkt, dass Diversität quasi »automatisch« repräsentiert werde, wenn z. B. in einer lokalen Schule gedreht werde. Auch wurden in Kanada und Argentinien gute Erfahrungen damit gemacht, Kinder selbst zu Wort kommen zu lassen. In Selbstporträts stellen sie ihre eigene Lebenswelt vor oder erkunden als KinderreporterInnen diverse kulturelle Umstände. Dies funktioniere oft besser und wirke natürlicher als ein erklärender Ansatz, in dem z. B. ModeratorInnen für Verständnis werben.

Als gute Übung, um über die eigenen Stereotypen zu reflektieren, wurde vorgeschlagen, eine Hauptfigur im Drehbuch in Gedanken als »diverse« Figur anzulegen, z. B. mit einem anderen Geschlecht zu versehen, und die Geschichte daraufhin durchzuspielen. Des Weiteren sollte auch die Rezeption der Kinder vor

dem Bildschirm einbezogen werden, gerade auch in ihrer Diversität. Aus Argentinien wurde berichtet, dass Hilfen wie Off-Kommentierung und Untertitelung entwickelt würden, um Programme für Kinder mit Behinderungen zugänglich zu machen. **Strategien »hinter den Kulissen«:** Die Fernsehverantwortlichen stimmten dem Befund zu, dass es wichtig sei, einen möglichst diversen Talentpool aus Profis aufzubauen, zu pflegen und weiterzubilden. Ebenso wichtig sei es, Senderverantwortliche im Hintergrund zu haben, die Diversität bewusst im Programm fördern möchten. Viele zeigten sich interessiert an der skandinavischen und kanadischen Senderpolitik, in der die Diversität in Produktionsteams über Quoten bei der Auftragsvergabe garantiert

wird. Dies sei auch nötig, so der schwedische Experte, denn wenn darauf nicht geachtet würde, spielten sich rasch wieder alte Verhältnisse ein, in denen die traditionell männlichen und weißen Eliten das Programm dominierten.

Programmvietel und ein »Fenster zur Welt« könne neben der Produktion lokaler Sendungen, auch über Kooperationen, bewusste Auswahl bei den Programmeinkäufen oder den Programmaustausch über Netzwerke wie die EBU und ABU entstehen, so der Hinweis der türkischen Fernsehverantwortlichen.

Gerade was gesellschaftliche Tabuthemen angeht – als Beispiel wurde die sexuelle Orientierung Jugendlicher diskutiert –, sei es in vielen Ländern schwierig, das Kinder- und Jugendprogramm diverser zu machen. Der Rat der Expertin aus Kanada: Kleine Schritte machen und Wege finden, den Affront gerade mit den Eltern zu vermeiden: Im Kinderfernsehen solle es darum gehen, Diversität positiv zu repräsentieren, und nicht darum, Politik zu machen. ■