

Kinderzeitschriften

Erstellung einer Marktübersicht sowie einer
annotierten Empfehlungsliste im Internet.

Diplomarbeit

Im Fach

Kinder- und Jugendmedien

Studiengang Öffentliches Bibliothekswesen

an der

Fachhochschule Stuttgart – Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen

Erstprüfer: Prof. Dr. Heidtmann

Zweitprüfer: Prof. Dr. Thissen

Angefertigt in der Zeit vom 01. August 2000 bis 02. November 2000

Von Ellen Kurz, 70569 Stuttgart

Zusammenfassung

Das gegenwärtige Angebot an Zeitschriften für Kinder ist sehr groß und unübersichtlich. Neben Verlagen wenden sich auch Organisationen, Kirchen, Vereine, Krankenkassen und Banken der „Zielgruppe Kids“, mit einer eigens für sie produzierten Zeitschrift zu.

Diese Arbeit versucht Aufgaben und Funktionen von Kinderzeitschriften darzulegen und die Umsetzung in den verschiedenen Zeitschriften zu dokumentieren.

Neben der Marktübersicht werden Tendenzen im Bereich der Kinderpresse aufgezeigt, soweit sie sich im Rahmen dieser Arbeit für mich abgezeichnet haben.

Aus 107 begutachteten Kinderzeitschriften wurde eine Empfehlungsliste zusammengestellt. Diese ist im Anhang auf CD-ROM und im Internet unter folgender Adresse für jedermann zugänglich:

<http://www.hbi-stuttgart.de/ifak/serv.htm>

Schlagwörter: Kinderzeitschrift; Kinderpresse; Marktübersicht.

Abstract

The present variety of magazines for children is very big and confusing. In addition to publishing houses also organisations, churches, clubs, health insurance schemes and banks turn towards the “target group kids” with magazines produced just for them.

This work tries to explain tasks and functions of magazines for children and to document the realization in the different magazines.

Apart from the market survey tendencies concerning the children’s press are shown, as far as they could be seen to emerge by me in the course of this work.

Out of 107 examined magazines for children a list of recommendation was made up, which is accessible to everyone in the appendix on CD-ROM and on the internet at:

<http://www.hbi-stuttgart.de/ifak/serv.htm>

Key-words: magazine for children; children’s press; market survey.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Stichwort Kinderzeitschrift	3
2.1	Zielgruppe	3
2.2	Klassifikation	4
2.3	Definition	5
2.4	Funktion und Aufgaben	5
2.4.1	Beurteilungskriterien	7
2.5	Rezeption	8
2.6	Werbung	11
3	Marktentwicklung im Bereich der Kinderpresse	13
3.1	Angebot	14
3.2	Verlage	16
3.3	Tendenzen	19
4	Kioskzeitschriften	21
4.1	Vorschulzeitschriften	22
4.1.1	Traditionelle Kleinkinderzeitschriften	23
4.1.2	Kleinkinderzeitschriften im Medienverbund	24
4.2	Comiczeitschriften	29
4.3	Mädchenzeitschriften	31
4.4	Natur- und Umweltzeitschriften	34
4.5	Pferdezeitschriften	36
4.6	TV-Serienzeitschriften	37
4.7	Rätselzeitschriften	39
4.8	Computerzeitschriften	40
5	Abonnementzeitschriften	42
5.1	Vorschulzeitschriften	42
5.2	Schülerzeitschriften	45
5.3	Literaturzeitschriften	53
5.4	Konfessionelle Zeitschriften	54
5.4.1	Überkonfessionelle Zeitschriften	54
5.4.2	Katholische Zeitschriften	55
5.4.3	Evangelische Zeitschriften	57
5.5	Zeitschriften von Vereinen, Verbänden und Organisationen	61
5.6	Projektzeitschriften	67
6	Werbezeitschriften	70
6.1	Banken	71
6.2	Versicherungen	71
6.3	Krankenkassen	72
6.4	Apotheken	72
6.5	Einzelhandel	73

7	Online-Zeitschriften	75
8	Annotierte Empfehlungen	79
9	Resümee	81
10	Literaturverzeichnis	84

Anhang:

Alphabetisches Titelverzeichnis	Anhang I
Adressen von Verlagen und Organisationen	Anhang II
Auflagenzahlen im Überblick	Anhang III
Informationsmaterial	Anhang IV
CD-ROM mit annotierten Empfehlungen	Anhang V

1 Einleitung

Das gegenwärtige Angebot an Kinderzeitschriften ist größer als die meisten es für möglich halten. Obwohl man meinen sollte, dass zumindest die Kinderzeitschriften am Kiosk wegen ihrer knalligen Farbigkeit kaum zu übersehen sind. Die wenigsten Erwachsenen nehmen aber die Vielzahl dieser Magazine wahr. Möglicherweise weil die Zeitschriften an den Kiosken und in den Supermärkten eher in den unteren Regalen zu finden sind, und somit dem Blickfeld eines Erwachsenen entzogen sind. Oder, weil sie wegen der Menge schon eigene, gesonderte Ecken füllen, die sich auffallend oft in der Nähe der Verkäufer befinden.

Ich selbst habe am Anfang dieser Arbeit weder mit einem so großen Angebot gerechnet, noch damit, dass ich mir am Ende eingestehen muss, dass diese Marktübersicht sicherlich nicht den Anspruch auf Vollständigkeit erheben kann. Die Vielzahl und Verschiedenartigkeit der Herausgeber, Zielgruppen und Vertriebswege machen einen kompletten Marktüberblick unmöglich. Hinzu kommt, dass der Markt ständig in Bewegung ist. Die Zeitschriften können genauso schnell wieder aus dem Angebot verschwinden, wie sie aufgetaucht sind.

Vielleicht sind hier auch die Gründe zu suchen, warum Forschungen und Statistiken auf diesem Gebiet eher rar sind.

Inwieweit das große Angebot an Kinderzeitschriften auch vielfältig ist, möchte ich in dieser Arbeit darlegen. Außerdem möchte ich Funktion und Aufgaben dieser Zeitschriften ansprechen, sowie die Situation der Verlage und die allgemeinen Tendenzen beleuchten, soweit sie sich im Rahmen dieser Arbeit abgezeichnet haben.

Ansichtsexemplare sowie Informationsmaterialien erhielt ich aufgrund telefonischer und schriftlicher Anfragen bei den Verlagen bzw. Herausgebern. Hinzugefügt werden muss, dass das Informationsmaterial meistens ziemlich knapp ausgefallen ist. Man findet es auszugsweise im Anhang dieser Arbeit. Die Frage nach dem Konzept wurde weitgehend ignoriert und die Auflagenzahlen konnten in vielen Fällen nicht preisgegeben werden. Zumal von den Verlagen,

wenn überhaupt, nur die Druckauflage zu erfahren ist, und nicht die tatsächliche Anzahl der verkauften Exemplare.

Aus den, in den folgenden Kapiteln vorgestellten Kinderzeitschriften, wurden die besten in einer Empfehlungsliste zusammengefasst. Diese annotierte Empfehlungsliste, sowie eine alphabetische Liste, die alle in dieser Arbeit vorgestellten Titel im Überblick zeigt, wurden im Internet veröffentlicht. Man findet sie unter dem Stichwort „Medientipps“ auf dem Webangebot des Instituts für angewandte Kinderforschung (IfaK). Eltern und Multiplikatoren der Kinder- und Jugendarbeit soll damit eine Orientierungshilfe gegeben werden.

2 Stichwort Kinderzeitschrift

Die Definition von Kinderzeitschriften ist nicht so einfach, wie es auf den ersten Blick scheint. Zum einen durch die schwierige Abgrenzung Kindheit und Jugend, zum anderen durch die Vielfältigkeit des Zeitschriftenangebotes und deren Vertriebswege sowie Erscheinungsrhythmen. In den folgenden Punkten werde ich versuchen das zu untersuchende Marktsegment so klar wie möglich abzugrenzen.

2.1 Zielgruppe

Die Kernzielgruppe der verschiedenen Kinderzeitschriften sind Jungen und Mädchen zwischen drei und 12 Jahren. Es werden aber auch Zeitschriften auf den Markt gebracht, die eine noch jüngere Zielgruppe ansprechen sollen. Der Panini-Verlag empfiehlt die Kinderzeitschrift Teletubbies z.B. schon für Kinder ab einem Jahr.

Die Bravo wird mit Begeisterung auch schon von achtjährigen gelesen! Diese Zeitschrift zählt aber nicht zur intentionalen Kinderpresse. Ich möchte an dieser Stelle ausdrücklich auf die Diplomarbeit von Martina Pedemonte hinweisen, die mit ihrer Diplomarbeit „Print oder Online? Jugendzeitschriften im Zeitalter der elektronischen Medien“¹ das Thema Jugendzeitschriften bearbeitet hat. Die Auswahl der bearbeiteten Zeitschriften in Grenzbereichen erfolgte in Abstimmung auf diese Diplomarbeit!

Insgesamt tendiert der Zeitschriftenmarkt dazu, ein immer vielfältigeres Angebot für immer jüngere Zielgruppen zu bieten. Es kann zwar im Bereich der Kinderzeitschriften noch nicht von Special Interest Zeitschriften die Rede sein, aber bestimmte Zielgruppen werden meiner Meinung nach doch deutlicher angesprochen als früher. So gibt es heute Computerzeitschriften und extra Mädchenzeitschriften für die jüngste Zielgruppe. Die immer jünger werdende Leserschaft bringt aber auch Probleme mit sich: „Die Zielgruppe des Zeitschriftenangebotes wird immer jünger, die Zeitspanne, in der ein einzelnes Produkt interessant erscheint, dadurch immer kürzer und so ist es auch nicht

¹ Pedemonte, Martina: Print oder Online? Jugendzeitschriften im Zeitalter der elektronischen Medien. Untersuchungen zu aktuellen Marktentwicklungen mit annotierten Empfehlungen.

verwunderlich, wenn das Angebot großen Schwankungen unterliegt.“² Außerdem, wer kann schon genau angeben, welches Mädchen und welcher Junge sich in welchem Alter welcher Zielgruppe zuordnet?.³

2.2 *Klassifikation*

Möglichkeiten der Klassifikation von Kinderzeitschriften:

- ✓ Erwerbsform
- ✓ Zielgruppe
- ✓ Inhalt
- ✓ Herausgeber

Kinderzeitschriften lassen sich nach unterschiedlichen Kriterien klassifizieren. Eine Möglichkeit ist die Zeitschriften nach ihren verschiedenen **Erwerbsformen** zu untergliedern: Kauf am Kiosk, per Abonnement direkt beim Verlag (die Mitgliederzeitschriften der Verbände fallen ebenfalls in diese Sparte) oder auch als Geschenk. Bekannt sind hier z.B. die kostenlosen Werbezeitschriften der Apotheken. Bei der Aufzählung der verschiedenen Erwerbsformen wird die Schwierigkeit einer Marktübersicht deutlich.

Als zweites kommt die **Zielgruppe** als Klassifizierungsmerkmal in Frage. In den letzten Jahren sind besonders die ganz Kleinen als neues Marktsegment von den Verlagen entdeckt worden.

Die dritte Möglichkeit ist die Klassifizierung nach **Inhalten**. Der Trend zu „Special-Interest-Zeitschriften“ macht sich auch auf dem Kinderzeitschriftenmarkt bemerkbar. Pferdezeitschriften, spezielle Mädchenzeitschriften und Computerzeitschriften – die differenzierten Interessen der Kids werden wahrgenommen und aufgegriffen.

² Zitiert aus: Geretschlaeger, Ingrid: Zeitschriften für Kinder im Vorschulalter. In: Handbuch Medienerziehung im Kindergarten, S.283

³ Vgl. Baacke, Dieter; Lauffer, Jürgen: Nicht nur schöner Schein – Kinder- und Jugendzeitschriften in Deutschland. Übersicht und Empfehlungen.

Die vierte und letzte Klassifizierungsmöglichkeit wäre die Unterscheidung nach den **Herausgebern** der Kinderzeitschriften.

In der hier vorliegenden Diplomarbeit habe ich das Angebot zuerst nach der Erwerbsform gegliedert. Wobei bedacht werden muss, dass die meisten am Kiosk erhältlichen Zeitschriften für Kinder, hier im Kapitel „Kioskzeitschriften“ zusammengefasst, natürlich auch im Abonnement erhältlich sind! Der Hauptabsatz erfolgt aber über die Ladentheke. Anschließend erfolgt eine Untergliederung nach Inhalten, spezifischen Zielgruppen bzw. Herausgebern.

2.3 Definition

„Kinderzeitschriften sind periodisch erscheinende Publikationsorgane in Form einer Zeitung oder Zeitschrift. Sie erscheinen selbstständig und sind speziell für die Altersgruppe der 3-12jährigen produziert. Sie dienen der Unterhaltung und Wissensvermittlung und geben Anregungen und Hilfen für den Sozialisationsprozess.“⁴

Mit dieser Definition schließe ich einzelne Kinderseiten in Zeitungen oder Zeitschriften aus, da es sich hierbei nicht um eigenständige Publikationen handelt. In das von mir untersuchte Kinderzeitschriftenangebot schließe ich außerdem nur Comiczeitschriften ein, deren redaktioneller Teil, mindestens 10% des Inhalts ausmacht. Reine Comics wie „Gespenstergeschichten“, „Star War`s“ usw. werden in dieser Arbeit also nicht berücksichtigt.

2.4 Funktion und Aufgaben

Zur Funktionsvorstellung von Kinderzeitschriften gibt es ganz unterschiedliche Meinungen. Leider entsprechen kaum Zeitschriften den gängigen Qualitätsansprüchen. In der Realität ist es eben so, dass die wenigsten Kinder sich mit qualitativ hochwertigen Zeitschriften beschäftigen. Die „Micky Maus“ ist da das beste Beispiel. Sie erzielt schon seit Jahren traumhafte Auflagenquoten und das

wird auch in Zukunft so bleiben, denn Comiczeitschriften zählen bei den jungen Lesern zu den beliebtesten Zeitschriften überhaupt. Michael Sommer fordert in seinem Buch „Kinderpresse“, auf das ich mich im folgenden Absatz beziehen werde, drei Punkte die eine Kinderzeitschrift erfüllen sollte: erstens die Vermittlung und Erläuterung aktueller Ereignisse - dies ist ein Aspekt der wirklich in den wenigsten Zeitschriften berücksichtigt wird.

Zweitens die Vermittlung von Informationen über Themen, in denen sich Kinder wiederfinden können, die sie betreffen.

Und drittens die Vermittlung von Grundwissen.⁵ Außerdem stellt sich die Frage, ob die Kinderpresse nicht auch die Aufgabe hat, sich für Kinder einzusetzen und Missstände aufzudecken, so wie dies die Kindersendung logo schon seit Jahren erfolgreich praktiziert. An der Erziehung zum staatsbürgerlichen Denken mitzuwirken, in dem entsprechende Verhaltensweisen und Konfliktlösungen präsentiert werden. Aber auch durch die Konfrontation mit politischen Berichten, in einer Art die für Kinder verständlich ist. Dies sind wichtige, zumeist aber versäumte Aufgaben der Kinderpresse. Logo trägt seinen Teil dazu bei, indem es zum Beispiel über unzumutbare Schulwege berichtet. Kinder lernen auf diese Weise, mit welchen demokratischen Mitteln sie versuchen können ihre Situation zu verbessern. Es gibt auf dem deutschen Kinderzeitschriftenmarkt leider keine Zeitschrift, die dem Konzept von Logo entspricht, wieso eigentlich nicht? Politik ist in den meisten Zeitschriften ein Tabu-Thema, damit ist in Kinderzeitschriften nicht nur das „Sachthema Politik“ gemeint, sondern es geht auch um einen erweiterten Politik-Begriff: die Darstellung des Miteinanders und die Regelung von Konflikten. Am meisten wird dieser Forderung in den Schülerzeitschriften, den konfessionellen Zeitschriften und einigen Mitgliederzeitschriften nachgegangen.

Ein weiterer Appell kommt aus dem Bereich der Medienpädagogik, die „Förderung der Lesekompetenz“ (Lesen und Schreiben als zentrale Kulturtechniken, auf die eine moderne Gesellschaft aufbaut), sowie das „Hinführen zum adäquaten Umgang mit der Presse“. Nicht nur im Hinblick auf die allgemeine kulturelle Bedeutung, sondern für die Verlage auch der wirtschaftliche Aspekt: Kinder als Leser von morgen. Der Gedanke die Zeitschrift als Mittel der Leseförderung zu betrachten, drängt sich ja förmlich auf, denn mit dem Medium

⁴ Reuter, Petra: Kinderzeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland.

Zeitschrift haben die Kinder die Möglichkeit einer selektiven Nutzung. Sie lesen das was sie interessiert. Die logische Konsequenz daraus ist, dass sie Spaß am Lesen haben.

Die Reihe der Funktionen und Aufgaben von Kinderzeitschriften kann noch fortgesetzt werden, nach Baumgärtner käme zum Beispiel noch Weckung von Neugierde, Unterhaltung, Anregung zum Weiterdenken, Experimentieren, Beobachten usw. hinzu.⁶

Zur Bewertung des von mir gesichteten Marktangebotes habe ich im folgenden Punkt ein kurzes Kriterienraster zusammengestellt.

2.4.1 Beurteilungskriterien

✓ **Zielgruppe**

Welchem Alter und welchem Geschlecht gehört der Leser an, der mit dieser Zeitschrift angesprochen werden soll?

✓ **Inhalt**

Wie ist die Zeitschrift inhaltlich aufgebaut, wo liegen die Schwerpunkte: Unterhaltung, Information, Bildung, Fachwissen, Kreativität usw.? Von welcher Qualität sind die Informationen? Welches pädagogische Konzept steckt dahinter? Sind die Themen aktuell? Werden Alltagsprobleme der Kinder aufgegriffen? Von welcher Bedeutung ist der Inhalt für die jeweilige Zielgruppe?

✓ **Text/Bild-Verhältnis**

Wie ist das Verhältnis von Text und Bild zu beurteilen? Ist es dem Alter angemessen? Wie sieht es mit der inhaltlichen Übereinstimmung aus?

✓ **Sprachstil**

Ist der Sprachstil, der in der Zeitschrift vorherrscht dem Alter des Kindes angemessen, oder neigt er zu Verniedlichungen und naiver Ausdrucksweise? Werden Fremdwörter erklärt?

✓ **Leitbilder**

Werden mit der Kinderzeitschrift Leitbilder wie z.B. Freunde, Familie oder christliche Werte vermittelt?

⁵Vgl. Sommer, Michael: Die Kinderpresse in der Bundesrepublik Deutschland, S.110-118.

⁶ Vgl. Baumgärtner, Alfred Clemens: Die Kinder- und Jugendzeitschrift. In: Taschenbuch der Kinder- und Jugendliteratur Band 2, S. 644.

✓ **Rollenbilder**

Wie werden Mann und Frau und ihr Verhältnis zu einander dargestellt? „Gleichberechtigt“, traditionell oder eher konservativ? Welches Geschlecht überwiegt in den Figuren, welche Aufgaben haben sie?

✓ **Illustrationen**

Welche Art von Bildern findet man in der Kinderzeitschrift: Photos, Zeichnungen, Aquarelle usw.? Von welcher Qualität sind sie?

✓ **Werbung**

Welchen Anteil hat die Werbung in der Zeitschrift? Welche Art von Werbung (Eigenwerbung, Produktwerbung) wird gemacht? Ist es für das Kind überhaupt ersichtlich, dass es sich um Werbung handelt?

✓ **Layout**

Wie ist der Gesamteindruck des Layouts? Bei den Zeitschriften reicht er von langweilig über übersichtlich bis viel zu überladen! Welcher Satzspiegel wird verwendet, Flattersatz, Blocksatz usw.?

✓ **Möglichkeit des Feedbacks**

Haben die Kinder die Chance ihre Meinung zu äußern? Werden auch kritische Leserbriefe abgebildet? Kann man von Kommunikation zwischen den jungen Lesern und der Redaktion sprechen?

✓ **Was fehlt?**

2.5 Rezeption

Wie werden Zeitschriften von den Kindern rezipiert? Nutzen auch sie das Angebot ganz bewusst selektiv, wie es viele Erwachsene tun? Manche Kinderzeitschriften erschweren die Möglichkeit der Selektion schon dadurch, dass sie ihren jungen Lesern gar kein Inhaltsverzeichnis zur Verfügung stellen.

Durch den Selektionsdruck, den das Kinderzeitschriftenangebot im Allgemeinen (Marktangebot) und im Einzelnen (Themenvielfalt innerhalb der Zeitschrift), auf das Kind ausübt, wird Selektionskompetenz aufgebaut. Übertragen auf die Kinderpresse würde dies bedeuten, dass vielfältige Formen und Inhalte innerhalb

der Kinderzeitschrift den Aufbau einer Selektionsfähigkeit ermöglichen, konsonante Angebote weniger Selektion zulassen und somit größere Einflusspotenzen bergen.⁷

Nicht zu unterschätzen ist sicherlich der Einfluss der Eltern auf das Medienverhalten der Kinder. Sie leben die Nutzung der verschiedenen Medien vor. Ihr Medienverhalten, das Familienklima und der Erziehungsstil entscheiden mit, wie Kinder die Massenmedien erleben, zu denen man auch die Zeitschriften zählt.

Sehr häufig werden die Zeitschriften von den Kindern, wie es auch bei Erwachsenen üblich ist, als Sekundärmedium konsumiert. Das heißt nebenher wird Musik gehört oder Fernsehen geschaut.

Beim Kauf von Kinderzeitschriften sticht vor allem die Farbigkeit des Angebotes ins Auge. Nach dem Motto je kreller desto besser, kämpfen die Zeitschriften im Regal um die Aufmerksamkeit der Käufer. Es ist Fakt, dass farbige Darstellungen von Kindern als interessanter eingestuft werden und deshalb bevorzugt werden. Besonders bei Leseanfängern sind Bilder ein entscheidender Leseanreiz. Illustrationen stimulieren den Rezipienten, schaffen Aufmerksamkeit und erleichtern das Verstehen des Textes. Bilder liefern zusätzliche Informationen!⁸ Dennoch übertreiben es einige Hersteller zu Lasten der Übersichtlichkeit. Die künstlerische Qualität der Bilder lässt im Kinderzeitschriftenangebot des neuen Jahrtausends zu wünschen übrig. Bilder, die schon aus dem Fernsehen bekannt sind herrschen vor. Zeichnungen, Aquarelle und gute Photographien findet man fast nur, wenn überhaupt im Abonnement! Dabei sind es gerade die Photographien, die eine für das Kind wichtige Veranschaulichungsfunktion übernehmen. Vom Bild erwartet man Bestätigung, Absicherung und Festigung bisheriger Vorstellungen⁹ – was wäre da geeigneter als eine gute Photographie?

Kinder befinden sich in einer sensiblen Sozialisationsphase, daher scheint es auch für Kinderzeitschriften relevant zu untersuchen, inwiefern entweder hohe Vielfalt oder Konsonanz und Stereotypisierung vorherrschen.¹⁰

⁷ Vgl. Sommer, Michael: Die Kinderpresse in der Bundesrepublik Deutschland., S. 54.

⁸ Vgl. ebd., S. 142.

⁹ Vgl. ebd., S.68.

¹⁰ Vgl. ebd., S. 58.

In diesem Zusammenhang werden besonders die Leitfiguren interessant. Sie animieren das Kind meist zum Kauf – sie personalisieren das Produkt Kinderzeitschrift, schaffen Vertrauen. Sehr oft sind es Tierfiguren und/oder bekannte Serienfiguren (Tabaluga der Drache, Biene Maja, die Maus, Benjamin Blümchen usw.).

Zeitschriften, die mit bekannten Serienfiguren arbeiten haben entscheidende Vorteile. Der Leser findet sich in der Geschichte sofort zurecht, er kann der Figur Charaktereigenschaften zuordnen, die ihm schon aus dem Fernsehen oder über Hörspielkassetten vertraut sind. „Die Reduktion von Komplexität durch Kategorisierung, um Informationen aus der Umwelt verarbeiten zu können,“ so umschreibt Sommer den Prozess der Stereotypisierung, der vor allem bei geringer kognitiven Kapazität des Rezipienten Wirkung zeigt.¹¹ Besonders in den Vorschul- und Comiczeitschriften ist die Akzentuierung auf wenige, prägnante Merkmale auffallend. Die Tierfiguren für die Kleinen sind weich, lieb und bärenstarke Freunde (Bummi, Bussi Bär, Goldbärchi, der Bär im großen blauen Haus). Die weiblichen Figuren haben alle riesengroße Kulleraugen und einen herzallerliebsten Erdbeermund (Minnie, Sailor Moon, Disneys Prinzessin, Sissi). Die männlichen Comichelden sind gewitzt, pfiffig und clever, außerdem wie man so schön sagt „Freunde zum Pferde stehlen“. Wer einmal zu den Guten gehört, bleibt dies auch bis ans Ende seiner Tage. Anders herum allerdings genauso – einmal ein Bösewicht, immer ein Bösewicht. Zwischen Gut und Böse gibt es nichts, auf diese Weise ist für die jungen Leser keine flexible Rollenwahrnehmung möglich.

Das Angebot am Kiosk ist also wie man sieht, trotz äußerer Vielfalt größtenteils eintönig. Die Forderung nach Vielfalt im Angebot - sowohl was die Auswahl an der Theke betrifft, als auch den Inhalt der jeweiligen Zeitschrift - um eine selektive Nutzung für Kinder möglich zu machen, stellt man, zumindest am Kiosk vergeblich!

¹¹ Vgl. Sommer, Michael: Die Kinderpresse in der Bundesrepublik Deutschland, S.203.

2.6 Werbung

Kinder und Jugendliche sind eine wichtige Zielgruppe der Werbewirtschaft. Hintergrund ist ihre zunehmende Bedeutung als finanzieller Abnehmer bestimmter Produkte, aber auch als zukünftige Konsumenten. Laut Kids Verbraucher Analyse 1999¹² belaufen sich die jährlichen Geldeinnahmen der 6- bis 17jährigen (Taschengeld, Geldgeschenke, Jobben usw.) insgesamt auf 8,5 Milliarden DM. Hinzu kommt ein Sparguthaben der 6- bis 17jährigen von 9,41 Milliarden DM. Zusammen ergibt dies eine Summe von 17,91 Milliarden DM. Kein Wunder also, dass neben der Fernsehwerbung vor allem Anzeigenschaltungen in Kinder- und Jugendzeitschriften interessant sind. In einer Studie von SOFIA¹³ zum Kinder- und Jugendschutz in der Werbung spricht man von Werbegipfeln zum Schuljahresbeginn und in der Vorweihnachtszeit. Bis zu dreimal höher ist zu dieser Zeit der Werbungsanteil in den Kinder- und Jugendzeitschriften.¹⁴

Zeitschriften sind besonders aus zwei Gründen als Werbeträger beliebt. Erstens durch ihr quantitatives Kriterium Reichweite. Die Auflagen sind, bedenkt man die gleichzeitige Vielfalt des Angebotes, meiner Meinung nach immer noch erstaunlich hoch.

Und zweitens, weil durch Zeitschriften eine zielgerichtete Anzeigenschaltung möglich wird. Bei näherer Betrachtung der Kinderzeitschriften trifft man auf die folgenden Formen von Anzeigen.

Zunächst wäre da die **Eigenwerbung** zu nennen. Der Verlag wirbt für weitere Zeitschriften der eigenen Produktion. Diese Anzeigen nehmen meist eine ganze Seite in Anspruch. **Produktanzeigen** werben in der Regel entweder für Spielsachen oder Esswaren (Süßigkeiten, Joghurt usw.). Die **Kleinanzeigen** werden zum größten Teil von den jungen Lesern selbst aufgegeben. Sie kaufen und tauschen Poster, Stickers und Computerspiele und suchen Mitglieder für diverse Fanclubs. Die Kleinanzeigen sind für den jungen Inserenten in der Regel

¹² Kids Verbraucher Analyse 1999. Junge Zielgruppen 6 bis 17 Jahre.

¹³ Abkürzung für: „Sonderforschungsgruppe Institutionenanalyse“ im Fach Sozial- und Kulturwissenschaften der FH Darmstadt

¹⁴ Vgl. Unsauberer „Werbegipfel“ in der Vorweihnachtszeit: Internetaufsatz unter <http://mops.fhrz.fh-darmstadt.de/presse>

kostenlos. Mit den Produktanzeigen aber, können die Verlage eine beträchtliche Summe neben den Verkaufserlösen einnehmen.

Am meisten Werbung findet man in Comic- und Vorschulzeitschriften, da es sich bei diesen Zeitschriften meistens um Merchandising-Produkte handelt. Merchandising gehört innerhalb des Marketings nicht zur Werbung sondern zur Verkaufsförderung und meint allgemein Maßnahmen, um den Absatz von Produkten zu steigern.¹⁵

Am wenigsten Werbung findet man in den Schülerzeitschriften. Ursache sind die Vorschriften des Kultusministeriums. Dieser wirtschaftliche Nachteil könnte sich, wenn natürlich auch nicht beabsichtigt, auf die Qualität der Zeitschrift auswirken, da die fehlenden Werbeeinnahmen einen beträchtlichen finanziellen Verlust bedeuten. Die Schülerzeitschriften haben es schon schwierig genug, von Auflagen der kommerziellen Kioskzeitschriften können sie nur träumen. Außerdem muss festgehalten werden, dass solche Vorschriften im Grunde sinnlos sind, da die Kinder im restlichen Alltag mit Werbung überschüttet werden.

„Kinder sind heute die Entscheider, die Eltern nur noch die Besorger“, bringt es der Anzeigenleiter des Ehapa Verlag in Stuttgart auf den Punkt.¹⁶ Untersuchungen der Universitäten in Bielefeld und Halle haben ergeben, dass nur 14 % der befragten Kinder aber wirklich glauben, was sie in der Werbung erzählt bekommen. Die Pädagogen Baacke, Sander und Vollbrecht resümieren denn auch: „Viele der im Zusammenhang mit Werbung artikulierten Ängste, zu erwarten sei eine psychische Deformation von Kindern und Jugendlichen durch Werbung, müssen als unbegründet zurückgewiesen werden.“¹⁷ Abschließend bleibt festzuhalten, dass Werbung beeinflussen und manipulieren will. Den Untersuchungen nach zu schließen, wissen dies auch die meisten Kinder. In wie weit Werbung Kinder in ihrer Entscheidung tatsächlich beeinflusst bleibt also weiter offen.¹⁸ Dass sie es tut, ist bei der hohen Summe, die von den Unternehmen in Werbung investiert wird, aber anzunehmen!

¹⁵ Vgl. Lange, Rainer und Didszuweit, Rainer J.: Kinder Werbung und Konsum. Theoretische Grundlagen und didaktische Anregungen.

¹⁶ Vgl. ebd., S. 43.

¹⁷ Zitiert aus: Lange, Rainer und Didszuweit, Rainer J.: Kinder Werbung und Konsum. Theoretische Grundlagen und didaktische Anregungen, S. 108-109.

¹⁸ Vgl. Vollbrecht, Ralf: „Die Wirkung von Werbung“. In: Medien praktisch 84/1997, S. 23-26.

3 Marktentwicklung im Bereich der Kinderpresse

Im internationalen Vergleich findet man in Deutschland die weltweit größte Zeitschriftenvielfalt. Die Gesamtzahl der angebotenen Zeitschriften wird auf ca. 20.000 Titel geschätzt. Dabei prägen vor allem die Special-Interest-Zeitschriften nach Themen oder Zielgruppen, den Markt der Neuerscheinungen.¹⁹ Der Zielgruppe Kids wurde in den letzten Jahren, zumindest was das Angebot an den Kiosken angeht, besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Viele neue Titel kommen auf den Markt, andere verschwinden. So wird der Ehapa Verlag zum Herbst 2000 die schon als Klassiker zu bezeichnende Zeitschrift YPS einstellen, die schon seit 1975 auf dem Markt ist. YPS war besonders durch das Gimmick²⁰ bekannt und beliebt geworden. Möglicherweise ist dort auch der Grund des Niedergangs zu finden, denn beinahe jede Zeitschrift die am Kiosk erhältlich ist, besitzt mittlerweile das legendäre Gimmick.

Die vielen Neuerscheinungen und Einstellungen erschweren die ohnehin eher spärlichen Statistiken und Datenerhebungen beträchtlich. Deshalb kann auch diese Arbeit weder den Anspruch auf Aktualität noch Vollständigkeit erheben. Schwierig zu erfassen sind vor allem die konfessionellen Zeitschriften, sowie Zeitschriften von Verbänden und Organisationen. Selbst wenn die Titel in Medienhandbüchern, wie z.B. dem Stamm²¹ verzeichnet sind, sind die Recherchen vom „bloßen“ Titel bis zum Moment, in dem man ein Exemplar der Zeitschrift mit entsprechenden Informationen in der Hand hält, langwierig und oft unzufriedenstellend. Neben dem Stamm existieren natürlich auch andere Orientierungshilfen. Diese bieten jedoch fast ausschließlich Informationen zu gängigen Kiosktiteln und den bekannten Schülerzeitschriften.

Zum einen wäre an dieser Stelle das Internetangebot des Vereins Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) zu nennen.

Unter der Adresse <http://www.pz-online.de> kann man kostenlos IVW²² geprüfte Auflagenzahlen recherchieren. Leider ist in der Datenbank keine Trennung zwischen Kinder- und Jugendzeitschriften möglich.

¹⁹ Vgl. Hahn, Marion: Zeitschriftenlandschaft Deutschlands: grundlegende Strukturen, aktuelle Entwicklungen.

²⁰ Kleines Geschenk/ Extra

²¹ Stamm 2000 Presse und Medienhandbuch. Leitfaden durch Presse und Werbung, 53. Ausgabe.

²² Abkürzung für: Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern.

Für das zweite Quartal 2000 waren z.B. 39 Titel gemeldet.²³ Hier wird die Unvollständigkeit solcher Datenbanken deutlich, denn Martina Pedemonte sichtete im Bereich der Jugendzeitschriften über 60 Titel, ich im Bereich der Kinderpresse über 100 Titel und wir sind uns der Lücken unserer Marktübersichten durchaus bewusst.

Zum zweiten ist die Website des Media-Daten Verlages zu erwähnen, ihn findet man unter <http://www.media-daten.de>. Titel und Verlage lassen sich recherchieren, die wirklich interessanten Informationen sind allerdings kostenpflichtig. Auch am Kiosk selbst kann man sich nicht auf die Vollständigkeit verlassen, da nicht alle Titel bezogen werden können.

3.1 Angebot

Das Angebot an den Kiosken ist groß und wechselt ständig. Im Sommer 2000 fand ich 44 Kinderzeitschriften, wobei weder die reinen Comiczeitschriften, noch die zahlreichen Sonderausgaben berücksichtigt werden konnten. Mag die äußere Vielfalt in diesem Segment auch groß erscheinen, betrachtet man sie inhaltlich bekommt man leider einen ganz anderen Eindruck! Nur sehr wenige konnten in die Empfehlungsliste aufgenommen werden.

In Kapitel 5 stelle ich Zeitschriften vor, die nur im Abonnement erhältlich sind. In diese Kategorie fallen sowohl Schülerzeitschriften und Magazine der Kirchen, als auch Zeitschriften von Vereinen, Verbänden und Organisationen. 52 weitere Titel konnten hier gefunden werden, die sich ebenfalls der Zielgruppe Kinder verschrieben haben.

„Völlig in die Bedeutungslosigkeit abgedrängt sind jugendeigene Kinderzeitschriften, die von Kindern oder mit ihrer Beteiligung produziert, von Lehrern, Kinderbibliotheken oder privaten Initiativen gefördert werden“.²⁴ Bei meiner Suche bin ich lediglich auf zwei Titel gestoßen, bei denen Kinder an der Produktion beteiligt sind: die Spielezeitung „Spielcasino“, die in einer Arbeitsgemeinschaft an einer Bielefelder Hauptschule entsteht und die Kinder-Zeitung

²³ Stand: 24.07.2000

²⁴ Zitiert aus: Heidtmann, Horst: Kindermedien, S. 9.

von Karamba Basta, ein Verein in Stuttgart für Kultur von und mit Kindern und Jugendlichen.

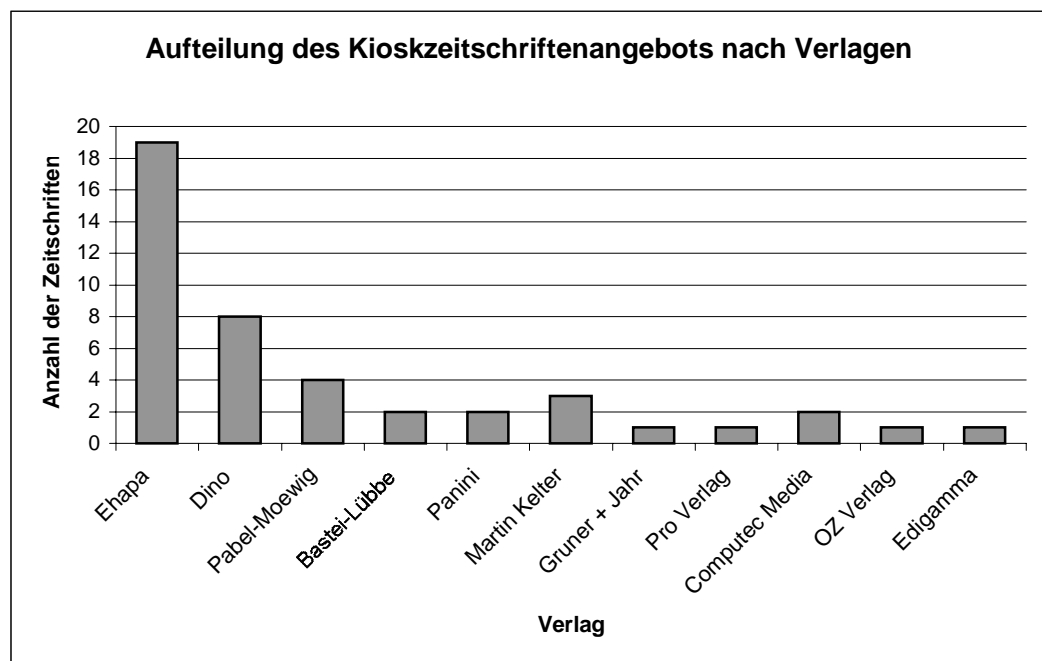
Als letzte Gattung wurden die Werbezeitschriften untersucht, 9 Exemplare werden in meiner Übersicht vorgestellt. Die meisten Werbezeitschriften richten sich an Jugendliche, da diese als zukünftige Kunden von den Unternehmen mehr Aufmerksamkeit erfahren als Kinder. Durch ihr Alter, und den damit verbundenen baldigen Eintritt in das Berufsleben, erscheint die Investition „kostenlose Jugendzeitschrift“ wohl gerechtfertigter zu sein, als in die eher entfernte Zielgruppe Kids zu investieren. Es besitzen quasi alle Krankenversicherungen eine Zeitschrift für Jugendliche, aber nur zwei davon geben auch eine Kinderzeitschrift heraus. Die Post hat ihre Zeitschrift „Salto“ eingestellt, das Deutsche Rote Kreuz „Bernie“ und auch in den Reformhäusern („Salosino“) und aus dem Einzelhandel („Wummy“, „Der kleine Pelikan“) sind die Zeitschriften für Kinder aus den Regalen verschwunden. Die kostenlosen Magazine der Banken und Apotheken erreichen jedoch Auflagen, mit denen selbst die „Micky Maus“ nicht konkurrieren kann. Die Auflagenzahlen habe ich, soweit sie überhaupt ermittelbar waren, jeweils am Anfang der Kapitel gegenübergestellt. Außerdem befindet sich im Anhang eine alphabetische Titelliste mit Auflage und Erscheinungsintervall.

Viele Kinder wenden sich auch den Jugend- bzw. Erwachsenenzeitschriften zu. Insbesondere den TV-Serienzeitschriften und „Bravo“. Junge Mädchen, die zu den Jugendzeitschriften „Bravo Girl“ und „Mädchen“ greifen mussten, um ihre Bedürfnisse nach ersten Mode- und Kosmetiktipp zu befriedigen, werden jetzt durch zwei neue Zeitschriften aufgefangen. Der „Girl’s Club“ aus dem Dino Verlag und „Minnie – Mädchen mittendrin“ aus dem Ehapa Verlag, versuchen diese Lücke zu schließen. Der Griff zu den Jugendzeitschriften zeigt, dass mit dem Kinderzeitschriftenangebot nicht alle bestehenden Bedürfnisse befriedigt werden.

3.2 Verlage

Die Zahl der Unternehmen, die Kinderzeitschriften auf den Markt bringen wächst, trotz starker Konkurrenz und hohen Risiken. Im Bereich der Kioskzeitschriften sind die Verlage, wie auch im Jugendsektor, fortwährend auf der Suche nach Marktnischen.

Die Konzentration durch Zusammenschlüsse nimmt laufend zu. Der Velber Verlag wurde z.B. vom OZ Verlag gekauft. Der Egmont Ehapa Verlag hat, mit dem in Deutschland größten Lizenzinhaber von Zeichentrickfilmen EM.TV den Jointventure-Verlag Junior gegründet. Außerdem übernimmt er z.B. den Vertrieb der Zeitschrift „Pokémon“, die von der in London sitzenden Firma Diamond Publishing herausgebracht wird. Neben den Lizenzrechten gibt es auch sehr praktische Gründe für die Zusammenschlüsse. Zum Beispiel, die Senkung von Herstellungskosten durch größere Auflagenzahlen. Auch fallen die allgemeinen Verwaltungskosten vergleichsweise niedrig aus. Die Anzeigenseiten können so günstiger angeboten werden. Das Geschäftsrisiko wird vermindert, da Schwankungen einzelner Zeitschriften aufgefangen werden können.²⁵



Im Bereich der Kioskzeitschriften ist der Ehapa Verlag ganz deutlich markt-führend! Neunzehn, der von mir gesichteten Zeitschriften, erscheinen im oder in

Zusammenarbeit mit dem Ehapa Verlag. Dies sind ca. 43,2 % des Angebots, das an den Kiosken und in den Supermärkten für Kinder angeboten wird. Der Jahresumsatz von 236,63 Millionen DM²⁶, spricht für sich! Allein 116 Millionen DM davon, werden durch den Verkauf des Comics mit der weltbekannten und beliebten „Micky Maus“ eingenommen.²⁷ Trotzdem, insgesamt müssen die Verlage einen Rückgang der Verkaufszahlen hinnehmen. Das Schaubild auf der nächsten Seite verdeutlicht dies!

Als einziger Gewinner der Branche kann sich die Dino entertainment AG präsentieren. Sie konnte ihre Verkaufszahlen mit ihrem Merchandising-Produkt zu der Serie „Gute Zeiten Schlechte Zeiten“ und dem „Simpson-Comic“ steigern.

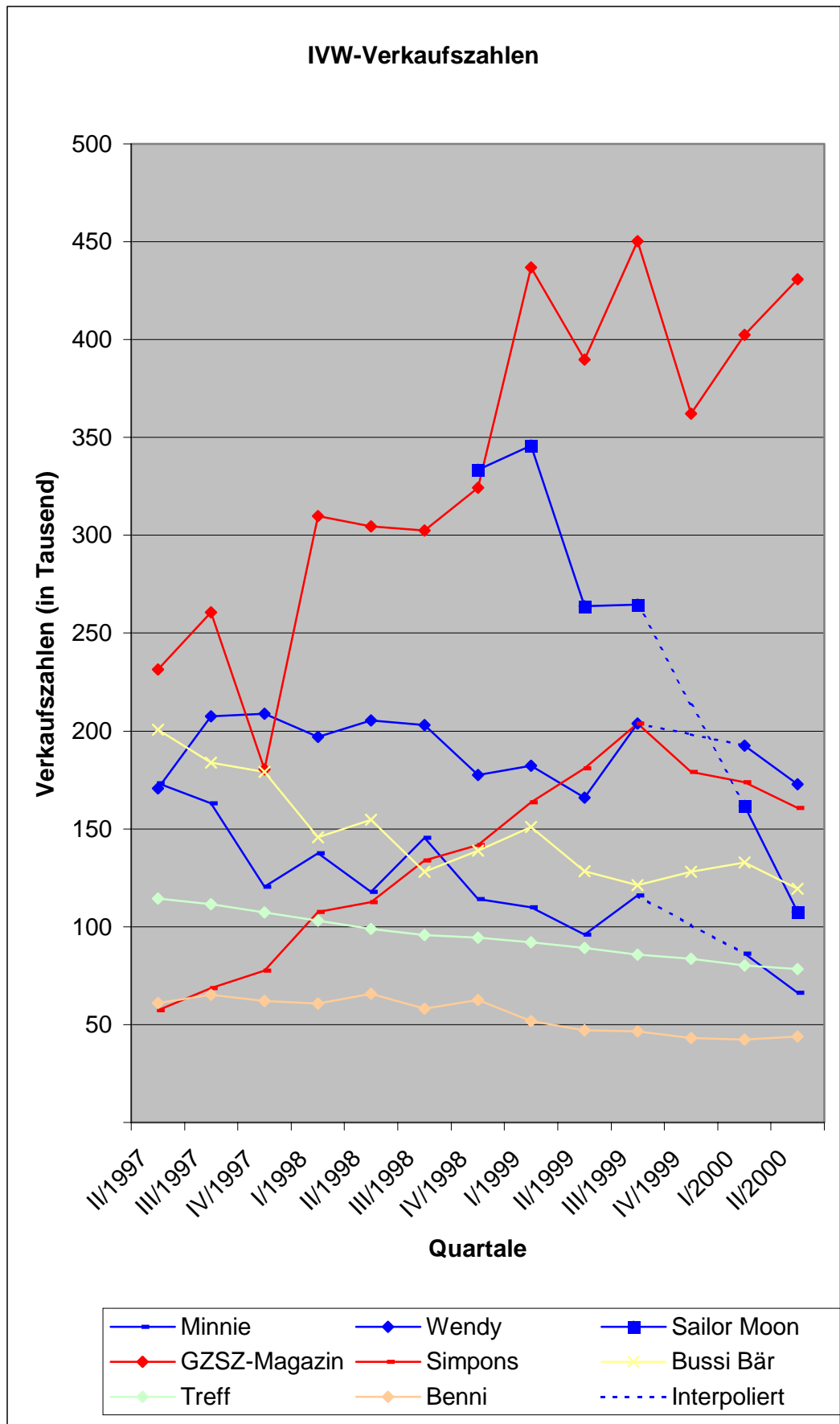
Im Bereich der Verlage, die ihre Zeitschriften hauptsächlich über das Abonnement vertreiben, sind keine größeren Veränderungen zu erwarten. Das Angebot an Schülerzeitschriften wird schon seit Jahren von vier Verlagen bestritten: Domino Verlag, Sailer Verlag, Velber Verlag und die Universum Verlagsanstalt. Letzt genannte, stellte ihr Konzept diesen Herbst um. Die Zeitschrift „Mücke“ beinhaltet jetzt in jeder Ausgabe einen logo-Teil („logo“ ist, falls nicht bekannt, eine Kindernachrichtensendung, die montags bis freitags um 17.30 Uhr auf dem Kinderkanal läuft.). „Mücki und Max“ wird zu „Rudis Rabenteuer“. Der Rabe ist bekannt aus der erfolgreichen Serie Siebenstein. Mit diesem Titel will die Universumverlagsanstalt auch erstmals den Sprung ans Kiosk wagen. Da sie bisher aber noch hauptsächlich übers Abonnement vertrieben wird, sind die beiden Zeitschriften in meiner Arbeit im Kapitel 5 - Abonnementzeitschriften zu finden.

Das Angebot an konfessionellen Zeitschriften und Mitgliederzeitschriften ist groß. Viele sind vom Layout her nicht so ansprechend wie sie es sein könnten. Es haben aber auch einige Verlage nachgezogen und sich von der Optik her, den professionellen Zeitschriften angenähert.

²⁵ Vgl. Hahn, Marion: Zeitschriftenlandschaft Deutschland. Grundlegende Strukturen, aktuelle Entwicklungen.

²⁶ Leuschner, Heike und Sölter, Susanne: „Was raschelt da im Blätterwald?“ In: Bulletin Jugend & Literatur 7/1998.

²⁷ Vgl. ebd., S. 15.



3.3 *Tendenzen*

Am Kinderzeitschriftenmarkt „wird´s eng“, zumindest was den Bereich der Kioskzeitschriften betrifft. Ein übergroßes, wenn auch hauptsächlich einfältiges Angebot an den Verkaufsständen läßt die Auflagen insgesamt sinken. Manche Verlage schaffen es noch Marktlücken aufzuspüren. So zum Beispiel der Ehapa Verlag mit „Minnie – Mädchen mittendrin“ und der Dino Verlag mit „Girl´s Club“. Sie sprechen Mädchen im Alter zwischen acht und zwölf Jahren an, die sich bisher an Mädchenzeitschriften wenden mussten, die eher für Jugendliche konzipiert waren. Wie groß der Erfolg beider Zeitschriften ist, bleibt abzuwarten.

Ansonsten wird in letzter Zeit viel Geld mit den zahllosen Sonderheften gemacht. Das große Interesse an Feriendoppelheften, Sondernummern oder Sammelbänden führt dazu, dass die Verlage neben den monatlichen Zeitschriften verstärkt solche zusätzlichen Angebote mit den Zeitschriftenhelden herausgeben.²⁸ Solche Sondernummern können z.B. auch Stickeralben oder Malbücher sein. Besonderer Beliebtheit erfreuen sich zur Zeit die Pokémons. Kaum ein Cover auf dem man die Fratzen dieser Monster nicht entdecken kann. Alle Zeitschriften zu sammeln, die sich derzeit mit dem Thema Pokémons beschäftigen, wäre erstens zu zeitintensiv gewesen und zweitens unsinnig, da diese Angebote genauso schnell wieder vom Markt verschwinden wie sie aufgetaucht sind.

Ziel jedes Verlages ist eine gute Leser-Blatt-Bindung. Als besonders treu wurde bisher die weibliche Leserschaft empfunden, aber selbst „Wendy“ und „Minnie“ mussten in den letzten Jahren leicht rückläufige Verkaufszahlen hinnehmen, wenn auch vielleicht nicht in dem Maße wie andere.

Sehr gut hingegen verkaufen sich derzeit Computerzeitschriften für Kids.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es offensichtlich nicht mehr reicht, die Zielgruppe Kids insgesamt anzusprechen. Auch bei den Kindern kristallisieren sich besondere Interessen und Bedürfnisse heraus. Im Geschäftsbericht des Dino Verlages²⁹ heißt es : „Von allen klassischen Medien werden sich

²⁸ Vgl. Geretschlaeger, Ingrid: Zeitschriften für Kinder im Vorschulalter. In: Handbuch Medienerziehung im Kindergarten.

²⁹ Zitiert aus dem Geschäftsbericht 1999. Dino entertainment AG Erfolg in Serie, S. 35.

Zeitschriften am Besten auf die Zersplittung der Gesellschaft in Interessengruppen einstellen. Neue Magazine werten Trends und Bedürfnisse aus und erreichen die jeweiligen communities of interest. Die erfolgreiche Vermarktung im Printbereich wird daher immer stärker von einer klaren Zielgruppenorientierung und vom Ausbau eines gezielten Zielgruppen-Know-Hows abhängen“.

Die Tendenzen im Bereich Kinderzeitschriften werden in diesem Zitat des Dino Verlages, der wie gesagt zur Zeit einer der wenigen Sieger der Branche ist, denke ich deutlich. Auch Kinder wollen mit ihren verschiedenen Interessen gezielt wahrgenommen werden.

4 Kioskzeitschriften

Durch die Vertriebswege sind unterschiedliche Konzepte von Kinderzeitschriften erkennbar. Daher habe ich alle von mir gesichteten Kinderzeitschriften nach den Vertriebsformen zusammengefasst und die Überbegriffe weiter nach Zielgruppen untergliedert.

Der Begriff „Kioskzeitschriften“ bedeutet aber nicht, dass diese Kinderzeitschriften ausschließlich am Kiosk erhältlich sind. Diese Zeitschriften findet man auch in Buchhandlungen, Supermärkten oder Tankstellen wieder. Außerdem besteht die Möglichkeit die Zeitschriften im Abonnement zu beziehen. Hier ist der Einfluss der Eltern offensichtlich nicht zu unterschätzen, denn die bei den Kinder z.B. sehr beliebten Comiczeitschriften gehen im Allgemeinen im Abonnement eher schlecht. Auffällig zu anderen Arten von Kinderzeitschriften ist die extrem bunte Gestaltung der Hefte und die häufige Verwendung von bekannten Fernsehfiguren, besonders die von Kindern „heiß geliebten“ Zeichentrickfiguren. Der Einzelverkauf provoziert diese Art von Gestaltung, denn schließlich müssen sich die Zeitschriften mit jeder Ausgabe neu ihrem „kindlichen Kunden“ attraktiv darstellen. Auffällig ist bei den Kioskzeitschriften die hohe Differenz zwischen Druckauflage und verkaufter Auflage. Die Comiczeitschriftenverlage müssen aber z.B. mit sehr hohen Auflagen kalkulieren, um die zahlreichen Verkaufsstellen in Deutschland mit der von Kindern wohl beliebtesten Kinderzeitschriftenart zu versorgen. Die Rückgabequote, die sogenannte Remission kann zwischen 40% und 50% liegen. Deshalb greifen manche Verlage bei dieser Vertriebsart auf den Phasenvertrieb zurück. Dies bedeutet, dass die Kinderzeitschrift zum Beispiel erst in Norddeutschland erscheint und kurze Zeit später in Süddeutschland. So kann die Remission gering gehalten werden.³⁰

Großen Kaufreiz besitzen diese Zeitschriften schon allein durch das Gimmick, das den meisten Zeitschriften beigelegt ist. Manchmal drängt sich gar der Verdacht auf, dass dem jungen Käufer das Gimmick viel mehr wert ist, als die Zeitschrift an sich.

³⁰ Vgl. Sommer, Michael: Die Kinderpresse in der Bundesrepublik Deutschland.

4.1 *Vorschulzeitschriften*

In den Bereich der Vorschulzeitschriften fallen sehr häufig auch Zeitschriften, die sich bis an die ersten zwei Grundschulklassen richten. Meiner Meinung nach zielgruppentechnisch nicht sehr geschickt gewählt, da zwischen dem Kindergarten und z.B. der zweiten Grundschulklasse entwicklungsstechnische Welten liegen!

Die Nachfrage nach Unterstützung bei der schulvorbereitenden Beschäftigung mit Kindergarten- und Vorschulkindern ist nach dem Angebot zu schließen offensichtlich groß. Die Vorschulzeitschriften wollen mit ihrem Angebot kognitive Fähigkeiten fördern und zur Kreativität anregen. Die optische Wahrnehmung soll z.B. anhand von Suchbildern geschult werden. Oder zwei sich ähnelnde Bilder werden betrachtet, verglichen und ergänzt bzw. die Fehler müssen vom Kind erkannt werden. Beliebt sind auch verschiedene Wortspielereien, z.B. aus der Zusammensetzung zweier Worte, die durch Bilder dargestellt werden, ergibt sich ein neues Wort. Erste Rechenaufgaben, Bilder-Kreuzwort-Rätsel, Labyrinth, sowie „welcher Schatten gehört zu welchem Gegenstand?“, findet man in jedem Vorschulmagazin. Elementare Sachinformation erfolgt ebenfalls über Bilder, soweit man diese als solche überhaupt bezeichnen kann. Die kreative Seite der Kinder soll durch Abmalen, Weitermalen und Malen nach Zahlen gefördert werden. Hinzu kommen Aktivitäten wie schneiden, falten und kleben, die bei den Bastelideen eingesetzt werden und die die Feinmotorik der Kleinkinder entsprechend entwickeln sollen. Die Aufgaben wiederholen sich nicht nur in den verschiedenen Zeitschriften, sondern auch mit jeder neuen Ausgabe.

Kleinkinderzeitschriften werden zunehmend im Medienverbund vermarktet. Nur zwei Zeitschriften („Bummi“ und „Bussi Bär“), aus der Kategorie Vorschulzeitschriften arbeiten mit, in diesem Sinne unbekanntem Titelfiguren. Eine Gemeinsamkeit aller Zeitschriften sind die kräftigen Farben und „lieblichen“ Figuren. Außerdem erfolgen die Arbeitsanweisungen häufig im Imperativ, der einen fehlenden Freiraum für Phantasie zur Folge hat. Die Sprache ist besonders in den traditionellen Kleinkinderzeitschriften verniedlichend. Sie werden gekauft, weil sie sich leicht konsumieren lassen und die Erwartungen nach vertrauten Figuren und bekannten Formen der Zerstreuung bestätigen.³¹ Die reale Umgebung der Kinder findet in diesen kommerziellen Produkten nur geringen Niederschlag.

³¹ Vgl. Heidtmann, Horst: Kindermedien, S.7.

Sie werden von den Eltern oft nur als Beschäftigungstherapie für ihre Kinder eingesetzt. Der Sinn von Zeitschriften, ist damit natürlich verfehlt.

Die Herstellung solcher Angebote (z.B. mit Bastelbögen usw.) ist nicht billig und so kosten die oft sehr dünnen Kinderzeitschriften auch nicht weniger als umfangreiche Magazine für Erwachsene.³² Der Preis der Vorschulzeitschriften lag im Sommer 2000 zwischen 4 DM und 5,80 DM!

Auflagen der Vorschulzeitschriften im Überblick:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
Gold Bärchi*	65.000	44.000	Zweimonatlich
Bummi*	143.000	94.200	Monatlich
Bussi Bär	246.717	128.118	Monatlich
Teletubbies*	280.000	150.000	Monatlich
Sesamstrasse**	170.000	Keine Angaben	Monatlich
Pumuckel	202.166	73.184	Monatlich
Tabaluga	197.048	120.329	Monatlich
Winnie Puuh	201.533	123.916	Monatlich
Die Maus*	250.000	115.218	Monatlich
Philipp*	170.000	115.600	Zweimonatlich
Benjamin Blümchen	247.847	162.027	Monatlich

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich um IVW-Daten des 2. Quartals 2000

* vgl. Porträts 2000. Kinder- und Jugendzeitschriften.

** telefonische Verlagsangabe.

4.1.1 Traditionelle Kleinkinderzeitschriften

Seit vielen Jahren bringt die Pabel Moewig Verlagsunion für die ganz Kleinen die Zeitschriften **Bummi** und **Bussi Bär** heraus. Beide erscheinen monatlich und wirken neben dem restlichen Angebot in den vollen Regalen der Kioske und Supermärkte leicht veraltet. Die Illustrationen sind bunt und kitschig - die Bären, die sowohl Kinder als auch Eltern zum Kauf animieren sollen, wirken eher langweilig. Der Verlag will mit den bärigen Zeitschriften die Zielgruppe der 3-8 Jährigen ansprechen. Ich kann mir jedoch kaum vorstellen, dass Zweitklässler sich für Bummi oder Bussi Bär interessieren. Vorlesegeschichten, Spiele, Lieder und

³² Vgl. Geretschlaeger, Ingrid: Zeitschriften für Kinder im Vorschulalter. In: Handbuch Medienerziehung im Kindergarten.

Bastelanregungen sowie Mal- und Suchbilder bestimmen den Hauptteil der Kleinkinderzeitschriften. Daneben werden erste Schreib- und Rechenübungen angeboten. In Bummi gehören außerdem zu jeder Ausgabe vier Seiten für die Eltern der jungen Leser, auf denen Erziehungsexperten wie auch Eltern zu Wort kommen. Der Verlag selbst titulierte die beiden Zeitschriften gerne als didaktische Spiel- und Lernzeitschriften. Ob Bummi und Bussi Bär dem gerecht werden, muss allerdings angezweifelt werden.

4.1.2 Kleinkinderzeitschriften im Medienverbund

Der größte Teil der Vorschulzeitschriften wird heute mit Hilfe von bekannten Figuren vermarktet. Die meisten kennt man aus dem Fernsehen, aber auch aus der Werbung und von Hörkassetten. Diese Zeitschriften sehen sich nicht als Konkurrenz zum Fernsehen, sondern als Ergänzung. Sie passen sich dem bei Kindern beliebten Medium Fernsehen bewusst an. Deutlich wird dies schon an der Comicgeschichte, die in beinahe jeder Zeitschrift den Anfang bildet. Die Verlage spekulieren darauf, dass Kinder gerade zu jenen Zeitschriften greifen, bei denen ihnen die Titelfiguren und ihre Umgebung schon vertraut sind.

An erster Stelle sind hier die **Teletubbies** zu nennen, die aus der gleichnamigen Fernsehsendung bekannt sein dürften. Schon das Cover weist in der oberen, linken Ecke auf sie hin, mit einem Fernsehsymbol auf dessen Bildschirm „Auch im TV“ steht. Außerdem ziert das Cover verlockende Hochglanz-Stickers von den Teletubbies, sowie der Satz „Teletubbies lieben einander sehr!“. Die Zielgruppe sind nach Verlagsangaben, Kinder von 1-8 Jahren. Die Kernzielgruppe dürfte aber eher bei den 2-4 Jährigen liegen. Die Zeitschrift erscheint monatlich, außerdem gibt es viermal im Jahr ein Sonderheft. Aus den Informationen für Erwachsene kann man entnehmen, warum Kinder die Teletubbies lieben: „Teletubbies sind glücklich, haben alles lieb und können sich für alles in ihrer Welt begeistern, genau wie viele ganz kleine Kinder.“ Auf der dritten Seite der Kinderzeitschrift findet man die „Tubby Post“, auf der Photos und Zeichnungen der großen Tubby-Fangemeinde zu finden sind. Der Rest der Zeitschrift lebt von den Photographien aus der Fernsehsendung in Form von Geschichten und der Verwertung der Teletubby-Figuren in Form von Postern, Rätseln und Malbildern. Die Aufgaben sind der Feinmotorik von Kleinkindern mal mehr und mal weniger angemessen,

auffällig ist jedoch der Befehlston “Schau die Bilder an und erzähle die Geschichte“! Bezweifelt werden darf auch, dass Vorstellungskraft und Kreativität durch das Schaffen eigener Bilder mit Hilfe von Tubby-Stickern gefördert werden, indem die Kinder selbst entscheiden, wohin sie sie kleben. Die Zeitschrift ist, wie alle anderen Vorschulzeitschriften auch, knallig bunt und versäumt nicht Werbung für sämtliche Teletubbies-Merchandising-Produkte zu machen, für alle Kinder, die von den Teletubbies nicht genug kriegen können! „Hinter den Hügeln und keinem bekannt – hier liegt das Teletubby-Land“³³....Tinky-Winky, Dipsy, Laa-Laa und Po winken zum Abschied.

Ähnlich sieht es bei der ebenfalls aus dem Panini Verlag stammenden Zeitschrift **Sesamstrasse** aus. Auch sie lebt von den Fernsehfiguren, die die Kinder beim Malen, Raten, Zählen und Spielen begleiten. Inhaltsverzeichnisse sind bei dieser Art von Zeitschrift nicht notwendig, da es sich um reine Beschäftigungszeitschriften handelt. Es werden keine sachlichen Informationen kindgerecht aufgearbeitet, so dass eine Selektionshilfe in Form eines Inhaltsverzeichnisses notwendig wäre. Auch sind die Zeitschriften verhältnismäßig dünn. Die Zielgruppe der Sesamstrasse liegt in etwa bei den 5-8 Jährigen bzw. spricht alle an, die auch die Fernsehsendung mögen. Die Sesamstrasse erscheint monatlich, plus zwei Sonderhefte im Jahr.

Goldbärchi ähnelt vom Layout und Konzept her, Bummi und Bussi Bär. Da das Bärchen mit der roten Schleife um den Hals aber durch die Haribo Goldbären berühmt geworden ist, kann man diese Zeitschrift durchaus dem Bereich „Zeitschriften im Medienverbund“ zuordnen. Die bunte Kinderzeitschrift erscheint zweimonatlich in der Verlagsunion Pabel-Moewig. Die kindliche, kitschige Idylle der verschiedenen Kuschtiere erreicht in Goldbärchi, meiner Meinung nach, beinahe die Schmerzgrenze! Auch der Wortschatz ist nicht unbedingt dem Spracherwerb dienlich. Kuschelkätzchen und Schatzi scheinen aus einem anderen Jahrhundert zu stammen. In einer Ideensammlung für Kindergeburtstage habe ich folgenden Satz gefunden: „Aber bevor ihr den Saft in die Gläser gießt, nehmt ihr die Tiere heraus, ja? Steckt sie in die Brusttasche eures

³³ Teletubbies Magazin 6/2000, S. 2.

Hemdes. Das sieht lustig aus.“³⁴ Welches Kind trägt heutzutage noch ein Hemd? Auch kann ich mir nicht vorstellen, dass Reime wie „Kuschelkätzchen und Katinchen fahren mit der Eisenbahn. Staunend hörens die Kaninchen würden auch so gern mitfahren. Aber viel gibt’s noch zu machen. Ja, was nimmt man denn da mit? Kuschel schnappt sich sieben Sachen. Ha, die Reise wird ein Hit...“³⁵ Kinder begeistert, die älter als 5 Jahre sind. Im Gegensatz dazu dürften wiederum einige Bastelvorschläge die handwerklichen Fähigkeiten der Kinder schwer strapazieren.

Jede Menge Koboldspaß soll die Kinderzeitschrift **Pumuckl** aus dem Dino-Verlag bieten. Vom Konzept her gleicht sie den ersten vorgestellten Zeitschriften. Vorangestellt wird eine Comicgeschichte mit dem Meister Eder und seinem Pumuckl, das Thema der Geschichte zieht sich dann mehr oder weniger durch die ganze Zeitschrift. In meinem Ansichtsexemplar³⁶ war es die Geschichte „Pumuckl und das Pony“. Infolge dessen ging es in der Rubrik „Tierwelt“ auch um das Thema Pferde. Ansonsten gibt es Rätsel- und Spielspaß sowie Hinweise auf das Pumuckl TV Programm und eine Gute-Nacht-Geschichte. Den Koboldspaß gibt es seit dem Frühjahr 1999 monatlich und ist für die Zielgruppe der 5-9 Jährigen Pumuckl-Fans konzipiert.

Überganglos kann sich auch das „Spaß-mach-mit-Magazin“ **Biene Maja** in diese Reihe von Zeitschriften eingliedern. Die Biene Maja wird vom größten Kinderzeitschriftenverlag, dem Egmont Ehapa Verlag herausgegeben. „Lehrreicher Rätsel- und Lesespaß“ lautet der Untertitel dieser monatlichen Zeitschrift und auch hier finden wir die bekannten Beschäftigungsmaßnahmen wie malen, raten, basteln und spielen wieder. Außerdem darf die Doppelseite „Majas Tierfreunde“ nicht fehlen. Zusätzlich gibt es noch ein Kalenderblatt zum laufenden Monat.

Seit Januar 1999 ist **Tabaluga** – „das Erlebnismagazin“ auf dem Kinderzeitschriftenmarkt. Der Drache kommt aus dem gleichen Verlag wie die flotte Biene und erscheint gleichfalls monatlich. „Niedliche Fotoreportagen aus dem Tierreich und viele bunte Seiten zum Malen, Basteln und Spielen bieten sinnvolle und kreative Beschäftigung für die Kleinen.“ So wird der Inhalt des Magazines in

³⁴ Zitiert aus: Goldbärchi Doppelausgabe Nr. 7/8 2000.

³⁵ Vgl. ebd., S. 15.

³⁶ Vgl. Pumuckl 7/2000.

Presse-Porträts Herbst'99 umschrieben. Im Mittelpunkt stehen die Abenteuer des kleinen Drachens, der durch das Musical von Peter Maffay „Tabaluga und Lilli“ bekannt wurde. In jeder Ausgabe gibt es eine Vorlesegeschichte und Informationen rund um „Tabaluga tivi“! Mit diesem Konzept soll der kleine Drache die Herzen der Jungen und Mädchen zwischen 5 und 8 Jahren erobern.

Der Bär im großen blauen Haus ist bei den meisten Kindern bekannt durch die gleichnamige TV-Serie auf dem Kinderkanal. Die Zeitschrift erscheint, wie auch die anderen Vorschulzeitschriften aus dem Ehapa Verlag monatlich. Zielgruppe sind Kinder zwischen 4 und 7 Jahren. Die Zeitschrift hat die Form eines Hauses und will viel Spaß rund ums Thema Bauen bieten. Im Vorwort an die Eltern heißt es: „Funktionelles Planen und Bauen gehört zu den elementaren Grundfertigkeiten, die Kinder während ihrer ersten Lebensjahre erwerben. In diesem Heft möchten wir ihr Kind spielerisch bei der Ausbildung dieser Anlagen unterstützen.“³⁷ Ob dies mit der Zeitschrift gelingt, sei dahin gestellt, inhaltlich unterscheidet sie sich jedenfalls nicht wesentlich von den anderen Zeitschriften. Such- und Ausmalbilder, Malen nach Punkten sowie Spiel- und Bastelvorschläge und ein Comic mit den bekannten Figuren bestimmen den Inhalt dieses Magazins.

Ebenfalls aus dem Ehapa-Verlag kommt **Disneys Winnie Puuh** – „dein Naturmagazin“. Da der Naturaspekt aber doch eher im Hintergrund steht, habe ich diese Kinderzeitschrift nicht in den später folgenden Bereich Natur- und Umweltzeitschriften eingereiht. Die Zeitschrift lebt von den bekannten und allzeit beliebten Disney-Figuren Puuh, Tigger und Ferkel. Auffällig ist hier der hohe Werbeanteil, besonders für Merchandising Produkte. Zielgruppe sind die 5-9 Jährigen. Das Heft erscheint seit Februar 1997 monatlich. Für neuen Aufschwung dürfte der Disney-Kino-Film „Tigger“ gesorgt haben.

Spannende und lustige Geschichten verspricht der Ehapa Verlag mit **Benjamin Blümchen** – „Törööö“! Der berühmte sprechende Elefant erscheint monatlich für Kinder im Alter zwischen 5 und 9 Jahren. „Zahlreiche Bastelextras und tolle Seiten zum Malen, Spielen und Lernen fördern die Geschicklichkeit und die

³⁷Vgl. Der Bär im großen blauen Haus 9/2000, S.2.

Kreativität der Kinder“³⁸, so schreibt der Verlag zu seinem Magazin, das sich eher unauffällig unter die Masse der Vorschulzeitschriften mischt.

Die sechste Kleinkinderzeitschrift aus dem Ehapa Verlag trägt den Titel **Disney und Du** – Lernen, Spielen, Raten. Gearbeitet wird mit dem gleichen Konzept, mit dem auch Winnie Puuh und Biene Maya usw. vermarktet werden. Erzählt werden verschiedene Disney Geschichten und anschließend wird mit Hilfe der Figuren kräftig geknobelt.

Seit Oktober 1997 erscheint „**Die Maus**“ im Bastei-Verlag. „Unser Maus-Magazin ist eine Zeitschrift, die verschiedene Interessen unserer jungen Leserinnen und Leser ansprechen soll, sowohl deren kognitiven wie auch kreativen Fähigkeiten“³⁹. Die Lach- und Sachgeschichten der Zeitschrift entsprechen im wesentlichen der Sendung mit der Maus, sind jedoch erweitert durch die üblichen „Activity-Seiten“. Die Sachgeschichten nehmen im Vergleich zur Fernsehsendung leider nur einen kleinen Teil der Zeitschrift ein. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass sich der Verlag vorgenommen hat sowohl die Vorschul-Kinder als auch die Grundschüler (Zielgruppe 4-8 Jährige) mit dem Konzept der Maus zu erreichen. Die Sachgeschichten, z.B. „Die Staaten der Europäischen Union“, „Wie macht man eigentlich Schokoküsse“ oder „Stinken Stinktiere wirklich?“ sind in der Konsequenz also stark bildlastig mit erklärendem Text. Außer dem Malen, Rätseln und Basteln gibt es in der Maus auch Kochrezepte und kleine interessante Experimente. Die Maus verzichtet auf eine naive Kindersprache und „setzt auch die Bereitschaft zur Sprach- und Verstehenskompetenz voraus“.⁴⁰ Leserpost und Gewinnspiele runden das monatlich erscheinende Maus-Magazin ab.

Alle zwei Monate erscheint das Kindermagazin **Philipp** aus dem OZ Verlag. Auch wenn die selben „Beschäftigungsspielchen“ wie in den bereits besprochenen Kinderzeitschriften vorherrschen, besticht dieses doch durch Kreativität und dem Charme der Phillip- und Tiger-Illustrationen und der insgesamt liebevollen Aufmachung. Die Bastel- und Mitmachseiten sind auf kartoniertem Papier

³⁸ Vgl. Egmont Ehapa Verlag präsentiert Comics mit Charakter 2000.

³⁹ Zitiert aus einem Schreiben der Verlagsgruppe Lübbe, siehe Anhang.

⁴⁰ Vgl. ebd.

gedruckt. Auch in Phillip bekommen die Kinder Informationen über die Tierwelt, aber eben doch qualitativ besser aufgearbeitet. Dieses nette Magazin ist für Kinder ab 4 Jahren konzipiert.

4.2 Comiczeitschriften

Wie in der Definition schon festgelegt, werden in dieser Arbeit nur Comiczeitschriften berücksichtigt, die wenigstens einen kleinen redaktionellen Teil beinhalten. Reine Comiczeitschriften konnten in dieser Arbeit nicht berücksichtigt werden, zumal schon die im folgenden vorgestellten Comics den Anforderungen an eine Zeitschrift im Sinne einer Hilfestellung beim Sozialisationsprozess nicht gerecht werden. Immer mehr „reine“ Comiczeitschriften erwerben sich durch diesen kleinen redaktionellen Teil Magazincharakter.

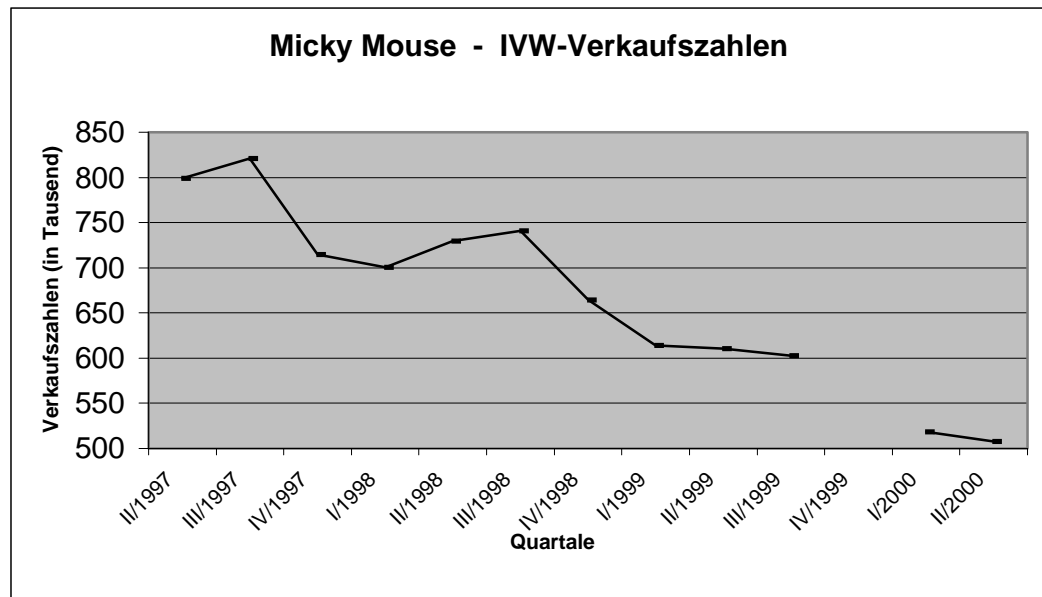
Zum Herbst dieses Jahres werden einige Comiczeitschriften eingestellt. Der Ehapa-Verlag nimmt voraussichtlich „YPS“, die Dino entertainment AG „Pinky and Brain“ und die „Looney Tunes“ vom Markt.

Auflagen der Comiczeitschriften im Überblick:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
Micky Maus	740.057	507.724	wöchentlich
Simpsons	344.750	160.821	monatlich
Die Schlümpfe*	130.00	70.186	monatlich

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich um IVW-Daten des 2. Quartals 2000
*vgl. Presse Porträts 2000. Kinder- und Jugendzeitschriften.

In den Bereich der Comiczeitschriften, ist die auflagenstärkste Kinderzeitschrift die **Micky Maus** einzuordnen. Selbst mit dieser bekannten Maus musste der Ehapa Verlag in den letzten Jahren rückläufige Verkaufszahlen einbüßen. Mit einer Auflage von 507.724 Exemplaren (2. Quartal 2000, IVW) bleibt sie aber weiterhin unschlagbar unter den Comics. Die Kernzielgruppe liegt bei den 6-13jährigen, es können sich aber auch viele Ältere für den wöchentlich erscheinenden Klassiker aus dem Ehapa Verlag begeistern. Auch die Micky Maus hat in jeder Ausgabe ein spannendes Extra. Der kleine redaktionelle Teil besteht aus „Witzen, Tipps und Tricks“, der Anleitung zum Gimmick, einem Gewinnspiel und dem „Abenteuerlichen Rätsel“.



Tom & Jerry spielen sich immer noch die selben alten Streiche. Die auch noch häufig im Fernsehen gezeigten Comicfiguren, werden monatlich vom Ehapa Verlag herausgegeben. Der redaktionelle Teil der Comiczeitschrift ist sehr klein und besteht aus Rätseln und Witzen sowie einem Poster und dem unverzichtbaren Gimmick!

Ähnlich sieht es bei der monatlichen Comiczeitschrift „**Die Schlümpfe**“ aus. Sie erscheint im Bastei Verlag. Außer der Rate- und Witze-Seite finden die Kinder in jeder Ausgabe die Rubriken „Der große Schlumpf erzählt“ und „Der Naturschlumpf stellt vor“. Hier dreht sich alles ums Thema Tiere und Natur. Zusätzlich werden Ausmalbilder und ein Poster geboten. Im Mittelpunkt aber stehen die Comicgeschichten mit dem ewigen Kampf zwischen den guten blauen Zwergen und dem bösen Gurgelhals und seiner Katze Azrael.

Mit den **Simpsons** konnte die Dino entertainment AG in den letzten drei Jahren beinahe eine Verdreifachung der verkauften Exemplare erreichen. Nach IVW-Angaben stiegen sie seit dem zweiten Quartal 1997 von 57.232 auf 160.821 im zweiten Quartal 2000 an. Die Zeichentrickserie läuft täglich auf Pro7 und derzeit sogar montags zur „Primetime“ um 21.15 Uhr. Dies beweist, dass nicht nur Kinder Fans der Simpsons sind. Kinder ab sechs Jahren können sich für das Comicmagazin mit der gelben Chaos-Familie begeistern. Ob sie die Satire die dahinter steckt verstehen, möchte ich allerdings bezweifeln. In der Rubrik „Gelbe

Blätter“ findet der Fan alles, was für ihn von Interesse ist: Leserbriefe, Tauschbörse, Clubsuche, TV-Vorschau und jede Menge Produkte, die mit Hilfe der Simpsons verkauft werden sollen.

In den Simpsons geht es nicht immer gewaltfrei zu, viel brutaler jedoch ist das Comic „Itchy & Scratchy“, das man ebenfalls im Magazin findet. Für die angesprochene junge Zielgruppe ist das Comic absolut unangebracht.

Heiß begehrt ist schon seit längerer Zeit alles über die **Pokémons**. Die kleinen Monster sind mit einem Nintendo Spiel entstanden und ziehen seither durch die Medienwelt. Computerspiele, Comics, Spielsachen und sogar einen Kinofilm haben die Pokémons schon erobert. Auch wenn die meisten Erwachsenen, mit den zumeist hässlichen Figuren nichts anfangen können. Eine monatliche Zeitschrift darf da natürlich trotzdem nicht fehlen. Diese wird von dem englischen Verlag Diamond Publishing herausgegeben und in Deutschland vom Egmont Ehapa Verlag vertrieben. Für Kinder, die mit den Nintendo-Monstern nichts anfangen können, ist die Zeitschrift sicherlich uninteressant, da in den Geschichten umfangreiche Kenntnisse der Pokémon-Welt vorausgesetzt werden.

4.3 Mädchenzeitschriften

Mädchen gelten als besonders treue Leserschaft. Sowohl der Ehapa Verlag als auch die Dino entertainment AG produzieren deshalb spezielle Mädchenzeitschriften. Neben den stillen Schönheiten Barbie, Sissi und den Disney Prinzessinnen, begeistert auch die freche Bibi oder die starke Sailor Moon. Die kitschigen Farben und Herzchenverzierungen, dürften aber selbst einige Mädchen vom Kauf abschrecken. Leider hat keine der Mädchenzeitschriften ein zufriedenstellendes Konzept zu bieten, so dass keine spezielle Mädchenzeitschrift in die Empfehlungsliste aufgenommen werden konnte. Auch bei der frechen Bibi und der starken Sailor Moon herrschen Rollenklischees vor. Die Mädchen selbst mögen aus der Reihe fallen, das Umfeld jedoch ist eher traditionell bis konservativ.

Auflagen der Mädchenzeitschriften im Überblick:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
Sailor Moon	235.647	107.551	zweiwöchentlich
Disneys Prinzessin*	117.500	66.074	monatlich
Minnie - Comics	210.580	66.379	zweiwöchentlich
Girl's Club	200.814	101.090	monatlich
Barbie	146.753	82.842	monatlich
Bibi Blocksberg*	151.117	101.236	monatlich

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich um IVW-Daten des 2. Quartals 2000
*vgl. Porträts 2000. Kinder- und Jugendzeitschriften.

Disneys Prinzessin aus dem Hause Egmont Ehapa lässt jedes Mädchenherz Monat für Monat höher schlagen: „Auch Du kannst eine Prinzessin sein – verspricht das neue Magazin... und es hält, was es verspricht“.⁴¹ Besonders die kitschigen Geschenke dürften ihre Wirkung kaum verfehlen: „Mit diesen Extras können sich die Leserinnen wie kleine Prinzessinnen schmücken und ihr eigenes Märchen erleben“.⁴² Diese ohne Zweifel speziell für Mädchen konzipierte Zeitschrift unterscheidet sich im Prinzip nicht wesentlich von „Disney und Du“. Die Geschichten drehen sich um Walt Disneys Zeichentrick-Liebespaare und gebastelt wird, wie es sich für eine Prinzessin gehört, eine Goldkette aus Alupapier.

Ebenfalls aus dem Ehapa Verlag stammen die zwei Zeitschriften **Minnie – Mädchen mittendrin** und **Minnie Comics**. Die erste ist aus letzterer entstanden, trotzdem haben sie außer dem Namen und der Leitfigur Minnie fast nichts gemeinsam. Minnie Comics ist quasi das weibliche Pendant zur Mickey Maus. Dies trifft auch inhaltlich zu. Zum Comiceil kommt nur ein kleiner redaktioneller Teil aus Rätselspaß, Witzen und einem Poster.

Inhaltlich vergleichbar ist die Zeitschrift „Minnie – Mädchen mittendrin“ eher mit dem **Girl's Club** – „das Magazin für echte Mädchen“ aus dem Dino Verlag. Wobei der Girl's Club eine etwas jüngere Zielgruppe (Mädchen zwischen 8 und 12 Jahren) anspricht, als Minnie. Auch bei den Mädchenzeitschriften dürfen die fesselnden Gimmicks nicht fehlen, sei es nun ein grasgrüner Fellgeldbeutel oder ein Plastikarmbändchen.

⁴¹ Vgl. Egmont Ehapa Verlag präsentiert Comics mit Charakter 2000, S. 32.

⁴² Vgl. ebd., S. 32

Sind es im Girl's Club vorrangig die Tiere, die im Vordergrund stehen, so sind es in Minnie die Stars und Sternchen, um die sich alles dreht. Dazu gibt's erste Kosmetiktipp, Fotostories, Kochrezepte, Freizeittipps, Rätsel und Witze. Überhaupt interessiert eben alles, was gerade trendy ist.

Unter dem Motto „Lies, spiel, rate und träume mit Barbie“ gibt der Ehapa Verlag monatlich die rosarote Mädchenzeitschrift **Barbie** heraus. Sie wendet sich an alle Barbie begeisterten Mädchen zwischen 5 und 11 Jahren. „Spannende Fotostorys zeigen die Erlebnisse von Barbie und ihren Freunden und natürlich kommen dabei auch die fantastische Barbie-Mode, Barbies Einrichtung und alles, was zu einem Barbie-Traum gehört, nicht zu kurz“.⁴³ „Die langhaarige Plastik-Blondine“⁴⁴ führt außerdem durch den restlichen Teil der Zeitschrift, der aus Malvorlagen, Bastelanleitungen, Rezepten und Rätseln besteht. Beim Preisrätsel gibt's, wie könnte es auch anders sein, genau das zu gewinnen, wovon Mädchen träumen: neue Barbie-Puppen, super Barbie Accessoires bis hin zur Traumvilla...Mit Barbie wird ein Mädchentraum wahr! Wer kein Barbie-Fan ist, wird es allerdings schwer haben, sich mit dem Magazin anzufreunden.

Bibi Blocksberg reitet monatlich für ihre überwiegend weiblichen Fans auf ihrem Besen Kartoffelbrei. Die Abenteuer der kleinen Hexe werden ebenfalls vom Ehapa Verlag herausgegeben. Mit den Comics, Tierreportagen und allem was in die Rubrik „Malen-Raten-Hexentricks“ fällt, werden vor allem Mädchen zwischen 6 und 12 Jahren angesprochen. Bibi ist quasi, das stärker an Mädchen orientierte Gegenstück zu Benjamin Blümchen.

Sissi erscheint im italienischem Edigamma Verlag, wird aber auch in Deutschland vertrieben. Im Mittelpunkt der abenteuerlich zusammenphantasierten Geschichten, steht die österreichische Kaiserin Elisabeth. Zielgruppe, der alle sechs Wochen erscheinenden Zeitschrift, sind Mädchen des Vorschulalters bis etwa 9 Jahre. Aufgefüllt wird das Magazin durch Mal- und Rätselseiten, erste Kosmetiktipp, Freundschaftstests usw. Die Geschichten von Sissi werden in Comicform erzählt.

⁴³ Vgl. Egmont Ehapa Verlag präsentiert Comics mit Charakter 2000, S. 18.

⁴⁴ Zitiert aus: Baacke, Dieter/ Laufer, Jürgen: Nicht nur schöner Schein – Kinder- und Jugendzeitschriften in Deutschland.

Sailor Moon – das Mädchen mit den Zauberkräften wird, seit dem der Boom japanischer Zeichentrickfiguren („Mangas“) auch in Deutschland ausgebrochen ist, zweiwöchentlich vom Ehapa Verlag herausgegeben. Zielgruppe sind Mädchen und Jungen im Alter zwischen 8 und 12 Jahren, wobei der stärkere Leseranteil sicherlich bei den Mädchen liegt. Im Mittelpunkt des Magazins steht das Comic zur erfolgreichen Zeichentrickserie. Sie wird beinahe täglich auf RTL 2 ausgestrahlt. Für die, die es noch nicht wissen, Sailor Moon ist eine von 24 Sailorkriegerinnen („Senshi“) und kämpft im Namen des Mondes für Liebe und Gerechtigkeit. Senshi zu sein bedeutet: „Für die Welt und für die Menschen zu kämpfen, Sailor Senshi bedeutet, zu sterben und immer wieder zu leben, Sailor Senshi zu sein, ist ein Schicksal für die Ewigkeit“.⁴⁵ Neben dem actionreichen Comic, füllen vor allem die zahlreichen Briefe und Anzeigen der Fans das Magazin. Lieder aus dem japanischen Original werden übersetzt und neue Kriegerinnen vorgestellt. Außerdem gibt es Sailor Moons Mondhoroskop, ein Poster mit den Superheldinnen und die TV-Vorschau für zwei Wochen. Nicht zu vergessen die „tollen Extras“ für die treuen „Moonies“. Auffällig ist auch hier der hohe Werbeanteil von Merchandising-Produkten.

4.4 Natur- und Umweltzeitschriften

Kinder lieben Tiere, deshalb findet man in fast jeder Kinderzeitschrift eine Rubrik zu diesem Thema. Ich möchte an dieser Stelle Zeitschriften vorstellen, die sich diesem Thema schwerpunktmäßig widmen.

Auflagen der Natur- und Umweltzeitschriften im Überblick:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
Disneys kleine Tierfreunde	129.800	66.432	monatlich
Löwenzahn*	230.000	keine Angaben	monatlich
GeoLino*	200.000	keine Angaben	zweimonatlich
Tiere Freund fürs Leben	207.833	88.916	monatlich

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich um IVW-Daten des 2. Quartals 2000
* Stamm 2000 Presse und Medienhandbuch. Leitfaden durch Presse und Werbung.

⁴⁵ Zitiert aus: „Sailor Moon“ Nr.20/2000, S. 7.

Disneys kleine Tierfreunde aus dem Ehapa Verlag und **Tiere Freunde fürs Leben** aus dem Dino Verlag berichten jeden Monat über verschiedene Tiere, mal sind es Haustiere, mal etwas exotischere Exemplare. Das Tiermagazin aus dem Ehapa Verlag spricht dabei eine etwas jüngere Zielgruppe (6 bis 13 Jährige) an, als der Dino-Verlag, der sich auf Jungen und Mädchen zwischen 9 und 13 Jahren konzentriert. In „Disneys kleinem Tierfreund“ erwartet die Kinder eine Comicgeschichte mit Disney Tierfiguren, wie z.B. dem König der Löwen und Rätselspaß, Tierreportagen sowie eine Fotostory, bei der sich natürlich auch alles um die lieben Tierchen dreht. „Tiere - Freunde fürs Leben“ verzichtet auf die Comicgeschichte, beinhaltet dafür ausführlichere Tierreportagen und ein großes, doppelseitiges Poster.

Für eine etwas ältere Zielgruppe erscheint das **Löwenzahn** Magazin, mit „Geschichten aus Natur, Umwelt und Technik“. Wie in der gleichnamigen Sendung führt Peter Lustig durch das Magazin aus dem Ehapa Verlag. In Form von Photographien „aus der Sendung“ und beigleitendem Text, der sich direkt unter dem dazugehörigen Bild befindet, werden den Kindern Phänomene aus Natur und Technik erklärt. Die Bildqualität lässt allerdings zu wünschen übrig. Die meisten Bilder sind unscharf, besonders störend wirkt sich dies aus, wenn Herr Lustig seine Erfindungen vorstellt. Neben Sachgeschichten gibt es auch „Peters Vorlesegeschichte“, die Erklärung zu den meist experimentellen Gimmicks, ein Spiel und etwas zum Basteln. Mit Quizfragen können die Kinder ihr neu erlerntes Wissen prüfen. Am Ende der Zeitschrift befindet sich eine einmonatige Programmvorschau für Löwenzahn im ZDF tivi und dem Kinderkanal.

Letzte Zeitschrift aus dieser Reihe ist **Geolino** – „das Erlebnis-Heft“ von Gruner und Jahr. Der Ableger von GEO soll Kinder zwischen 8 und 14 Jahren ansprechen, der Schwerpunkt liegt bei den 10-12jährigen. Es erscheint alle zwei Monate. Nach den Leserstrukturdaten des Verlages⁴⁶ lesen etwas mehr Jungen als Mädchen diese Zeitschrift, die in Kooperation mit UNICEF entsteht. Im Herbst 1996 war GEOLINO in Zusammenarbeit mit Unicef als einmalige Sonderausgabe anlässlich des 20. Geburtstages von Geo und des 50jährigen Jubiläums von

⁴⁶ Verlagsprospekt von Gruner + Jahr: GEOLINO - Die innovative Kinderzeitschrift 2000.

UNICEF herausgebracht worden. Ein Jahr später ging das Erlebnisheft für Kinder wegen des großen Erfolgs in Serie. „Eine Jugendbewegung in der GEO-Redaktion hat es aufs Feinste verstanden große Themen aus der Welt des Wissens und der Abenteuer, der Menschen und der Tiere, der Technik und der Natur so umzusetzen, dass sie frech und garantiert erwachsenenfrei und dabei in GEO-Qualität den Nerv einer nachwachsenden, aufgeweckten und lesefreudigen Zielgruppe getroffen haben“.⁴⁷ Ab Januar 2001 soll Geolino monatlich erscheinen.

4.5 Pferdezeitschriften

Die Pferdezeitschriften hätte man auch bei den Mädchenzeitschriften ansiedeln können, da die Leserschaft dieser Zeitschriften überwiegend weiblich ist. „Wendy“ und „Lissy“ sind schon seit Jahren auf dem Markt. „Horses for you“ aus dem Dino Verlag dagegen versucht sich erst seit kurzer Zeit auf diesem Gebiet. Eingeführt wurde die Zeitschrift als Sonderausgabe von „Tiere - Freunde fürs Leben“. Diese Methode ist beim Einführen neuer Titel auf den Markt sehr beliebt. Verkauft sich die Sonderausgabe ganz gut, bedeutet dies einen netten, einmaligen Nebenverdienst für den Verlag. Verkauft sich die Zeitschrift sehr gut, kann der Verlag den Titel dauerhaft herausgeben.

Auflagen der Pferdezeitschriften im Überblick:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
Wendy	284.312	172.844	wöchentlich
Lissy*	235.000	131.000	monatlich
Horses for you**	150.000	keine Angabe	monatlich

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich um IVW-Daten des 2. Quartals 2000

* vgl. Porträts 2000. Kinder- und Jugendzeitschriften.

** schriftliche Angabe aus dem Verlagsprospekt „up to date“ des Dino Verlages

„Alles, was tierliebe und vor allem pferdebegeisterte Mädchen im Alter von 6 bis 15 Jahren interessiert, steht auf über 50 Seiten in **Wendy**“.⁴⁸ In den wöchentlich erscheinenden Ausgaben aus dem Ehapa Verlag ist dies gleichzusetzen mit: Comic-Geschichten, Kurzgeschichten, Tierreportagen, Pferdeposter, Rätseln, Witzen und Tipps zur Pflege und Dressur der Pferde. Auf der „Pinnwand-Seite“

⁴⁷ Verlagsprospekt von Gruner + Jahr: GEOLINO – Das Erlebnis-Heft für Kinder 2000.

können die Pferdefreaks ihre eigenen Erfahrungen mit den Vierbeinern loswerden. Auch bei den Pferdezeitschriften scheinen die Ideen für tolle Extras nicht auszugehen. Vom Mähnenkamm, über Glitzerhaarperlen in Pferdeform bis zu den Freundschaftsringen. Die drei Pferdezeitschriften, die im Moment im Handel erhältlich sind, stehen sich da in nichts nach.

Lissy aus der Verlagsunion Pabel Moewig ergänzt das Angebot von Wendy jeden Monat um einen Fotoroman, ansonsten sind sich die Magazine aber sehr ähnlich.

Als letzte und gleichzeitig auch jüngste Pferdezeitschrift möchte ich **Horses for you** aus dem Dino Verlag vorstellen. Sie will Pferdefans zwischen 10 und 14 Jahren ansprechen. Die erste Ausgabe erschien im April dieses Jahres als Sonderausgabe von „Tiere – Freunde fürs Leben“ mit einer Auflage von 150.000 Exemplaren.⁴⁹

4.6 TV-Serienzeitschriften

„Nachdem 1990 bis 1992 das Ende der Titelzuwächse eine Interpretation nahegelegt hatte, dass sich die Konkurrenz der Vielzahl privatrechtlicher Fernsehprogramme negativ auswirkt, entdeckt sich die Wirkung dieses Zusammenhanges ab 1993 als exakt gegenteilig: die Serien-Stars des Fernsehens animieren zu neuen Zeitschriften, Verlage erwerben Lizenzen und richten ihre neuen Produkte und deren Marketing eng am Seriengeschehen aus. Die Zeitschriften reihen sich auf diese Weise in die Rechteverwertungsketten des Fernsehproduzenten ein.“⁵⁰ Mit diesem Konzept konnte die Dino entertainment AG ihre Gewinne in den letzten Jahren enorm steigern. Die Graphik im Abschnitt 3.2 Verlage, zeigt dies deutlich.

⁴⁸ Egmont Ehapa Verlag präsentiert Comics mit Charakter 2000, S. 14.

⁴⁹ Vgl. Verlagsprospekt der Dino entertainment AG: „up to date“, S. 6.

⁵⁰ Zitiert aus: Vogel, Andreas: Die populäre Presse in Deutschland. Ihre Grundlagen, Strukturen und Strategien, S. 120.

Auflagen der TV-Serienzeitschriften im Überblick:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
GZSZ	696.954	430.931	monatlich
GZSZ Rätselspass	307.750	141.038	monatlich
GZSZ Glamour*	250.000	160.000	vierteljährlich
Marienhof**	120.000	keine Angaben	zweimonatlich

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich um IVW-Daten des 2. Quartals 2000

* schriftliche Angabe aus dem Verlagsprospekt „up to date“ des Dino Verlages.

** Stamm 2000 Presse und Medienhandbuch. Leitfaden durch Presse und Werbung.

Zeitschriften rund um die Serie **Gute Zeiten Schlechte Zeiten** (GZSZ) erscheinen im Dino Verlag. Die Fernsehserie (täglich um 19.40 Uhr auf RTL) ist schon seit langem der Quotenrenner und solange dies so bleibt, wird auch die Zeitschrift ihren Reiz nicht verlieren. Man findet in ihr alles was einen echten Fan interessiert, vor allem Berichte über das Privatleben der Stars, Neuzugänge in der Serie, Berichte von den Dreharbeiten usw. Stickers, Poster, Glücksarmbänder und Fanpässe machen die Zeitschrift erst richtig attraktiv. Die Zielgruppe sind hauptsächlich Mädchen zwischen 10 und 15 Jahren. Zusätzlich zum monatlich erscheinendem GZSZ-Magazin, erscheint ebenfalls monatlich der **GZSZ-Rätsel-Spaß**, für alle Fans die ihr Wissen über die Stars und die Serie testen wollen, mit der Aussicht tolle Fanartikel zu gewinnen.

Und weil dann manche Fans immer noch nicht genug haben, gibt es vierteljährlich **GZSZ Glamour** – „Backstage mit Deinen Stars“ mit noch mehr Großaufnahmen der Schauspieler und zahlreichen Interviews.

Marienhof heißt die Konkurrenzserie aus der ARD. Vom Konzept her ähnlich wie GZSZ oder alle anderen Soaps. Im Mittelpunkt steht eine Clique von jungen Leuten und ihre Probleme, die mal mehr und mal weniger alltäglich sind, sowie ihre Beziehungen, Freundschaften aber auch Feindschaften. Im Gegensatz zu GZSZ ist diese Serie aber bodenständiger, d.h. es sind nicht alle reich und schön. Außerdem gibt's nicht ganz so viel Action. Das offizielle Magazin zum Marienhof erscheint alle zwei Monate, Schwerpunkt sind die Stars (Interviews und Photos aus dem Privatleben) und ihre Zukunft. Gewinnspiele z.B. mit Preisen wie Klamotten der Stars und ein Horoskop, sowie Kleinanzeigen der Fans füllen das Magazin auf.

4.7 *Rätselzeitschriften*

Rätselzeitschriften erscheinen sehr oft im Phasenvertrieb, da Aktualität bei dieser Art von Beschäftigung doch sehr im Hintergrund steht. „Sie dienen dem Gehirnjogging und dem Zeitvertreib.“⁵¹ Beliebt sind z.B. Kreuzwort-, Silben-, Geheimschriften- und Bilderrätsel oder Suchbilder, Detektivgeschichten und Scherzfragen.

Neu im Dino Verlag, ist das monatlich erscheinende **Cool & Crazy** – „Rätselhits für Kids mit Grips!“ In den Rätseln können die Kinder ihr Wissen prüfen zu allem was gerade angesagt ist: Pokémon, Sailor Moon, Harry Potter und viele bekannte Disneyfiguren. Für richtige Antworten kann man „coole“ Preise gewinnen. Unter „Cool, crazy & neu“ werden außerdem Bücher, Videos, Spiele, Internetseiten und Kinofilme vorgestellt.

Das Mega Verrückte Rätselding erscheint monatlich im Martin Kelter Verlag. Ebenso wie die Zeitschriften **Patti** und **Kinderrätsel**. Neben diesen drei monatlich erscheinenden Rätselzeitschriften, bringt der Verlag zahlreiche Sammelbände heraus, die in unregelmäßigen Abständen erscheinen. Mit den Zeitschriften sollen rätselfreudige Kinder im Alter zwischen 8 und 12 Jahren angesprochen werden. Neben den Kniffeleien werden den Ratekids auch Comics oder Witze geboten. Die Seiten bestehen aus schwarz/weiß bedrucktem Umpelpapier, ganz im Gegensatz zum knallbunten Konkurrenzprodukt aus dem Dino Verlag. Die Auflösungen, der sich auf 64 Seiten ausbreitenden Rätsel, findet man am Schluss. Preise gibt es keine zu gewinnen.

⁵¹ Zitiert aus: Bremenfeld, Eckhard: Fachwissen Zeitungs- und Zeitschriftenverlage. Leitfaden für Verlagsberufe und Quereinsteiger, S. 25.

4.8 Computerzeitschriften

Auflagen der Computerzeitschriften im Überblick:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
MausKlick*	142.551	80.212	monatlich
Kids Zone**	270.000	keine Angaben	monatlich
N-Zone*	113.333	70.175	monatlich

* vgl. Porträts 2000. Kinder- und Jugendzeitschriften.

** schriftliche Angabe aus Verlagsprospekt des Computec Media Verlages.

Auch im Bereich der Computerzeitschriften hat es sich der Ehapa Verlag nicht nehmen lassen ein Produkt auf den Markt zu bringen. Mit **MausKlick** werden Mädchen und Jungen zwischen 8 und 14 Jahren angesprochen, wobei der stärkere Leseranteil bei den Jungs liegt. In dem monatlich erscheinendem Video und PC-Spiele-Magazin werden die neusten Spiele vorgestellt, sowie jede Menge verständliche „Tipps und Tricks“ zum Weiterkommen gegeben. Die Redaktion aus neun jungen Leuten bemüht sich den Kids die neuen Spiele recht anschaulich, mit vielen Bildausschnitten und erklärendem Text vorzustellen: „Fachchinesisch hat keine Chance in MausKlick!“⁵² Mehr Spaß durch Spielhilfe lautet also das Motto dieser Computerzeitschrift für die jungen Freaks. Leider halte ich nicht alle Spiele die vorgestellt werden für altersgemäß. Das Spiel „Diablo“ Teil 2 hat auf Grund seiner Brutalität, meiner Meinung nach nichts in einer Computerzeitschrift für Kinder verloren. Poster, Sticker und Gewinnspiele komplettieren das Angebot rund um die Bildschirmhelden.

Konkurrenz kommt aus dem Computec Media Verlag mit gleich zwei Zeitschriften für diese Zielgruppe. Für die Jüngsten ist der Newcomer **Kids Zone** konzipiert. „Der Fun-Guide für die 6- bis 10-Jährigen“ ist erst seit April 2000 auf dem Markt. Seine Erstauflage von 150.000 konnte schon um 80% auf 270.000 Exemplare gesteigert werden.⁵³ Abgesehen von den neuen PC- und Videospiele gibt es auch Buch-, Kino-, Musik- und Internettipps. Außerdem wird das komplette Fernsehprogramm für Kids abgebildet. Der Mittelpunkt der Zeitschrift ist der gelbe Superstar Pokémon: Pokémon-Lesercharts, Pokémon-Clubs, Pokémon-TV-Führer, Pokémon-Sammelkarten, Pokémon-Poster usw.

⁵² Egmont Ehapa Verlag präsentiert Comics mit Charakter 2000, S. 8.

⁵³ Informationsblatt de Computec Media Verlages, siehe Anhang.

N-Zone wirbt mit dem Slogan, das meistgekauft Nintendo Fachmagazin für Kids und Teens ab 10 Jahren zu sein. Vorgestellt werden monatlich neue Spiele für Nintendo 64 und den Game-Boy. Außerdem müssen sich einige Spiele dem Test der Redaktion unterziehen. Und auch hier hat man dem gelben Superstar eine extra Rubrik eingerichtet, die „Pokémon Zone“, mit Tipps, News und einem Quiz. Zusätzlich werden Poster und Sammelkarten zu den verschiedenen Spielhelden geboten. Kleinere Rubriken wie Lesertipps und Kleinanzeigen, in denen Spiele verkauft und getauscht werden oder neue Mitglieder für den Pokémon-Club gesucht werden, sind auch zu finden.

Die vierte und letzte Computerzeitschrift für Kinder, die ich auf dem Markt gesichtet habe, trägt den Titel **funcolor** – „die ganze Welt des Game Boy Color! Funcolor erscheint zweimonatlich im Pro Verlag und unterscheidet sich inhaltlich, sowie vom Layout her nicht von den anderen Computerzeitschriften. Wie auch in den bereits vorgestellten Zeitschriften werden den Kindern Tipps zu neuen Spielen gegeben, die meiner Meinung nach häufig nicht für Kinder geeignet sind. Spiele wie „Metal Gear Solid“ sind eindeutig dem Jugendbereich zuzuordnen und gehören nicht in eine Computerzeitschrift für Kinder ab 8 Jahren, die der Verlag mit funcolor ansprechen will.

5 Abonnementzeitschriften

Im Allgemeinen lässt ein hoher Abonnenntenanteil auf eine gute Leser-Blatt-Bindung schließen. Dadurch werden die Zeitschriften gleichzeitig auch für die Werbebranche interessant, die ganz gezielt eine bestimmte Bevölkerungsgruppe erreichen will. Die Verlage haben es so leichter Anzeigenkunden zu werben. Außerdem erleichtert der durch das Abonnement gesicherte Absatz die Produktionsplanung. Es besteht also kein so hohes Verkaufsrisiko wie im Einzelverkauf und infolge dessen auch kaum Remission. Berücksichtigt werden muss allerdings, dass die Abonnenten auch erst mal geworben werden müssen, diese Werbekosten dürfen nicht unterschätzt werden!

Für den Kunden, in unserem Fall die Kinder bzw. deren Eltern, liegen die Vorteile des Abonnements ebenfalls auf der Hand: regelmäßige Lieferung direkt ins Haus, bargeldlose Bezahlung und natürlich der günstigere Bezugspreis.

5.1 Vorschulzeitschriften

Die Vorschulzeitschriften, die im Abonnement erhältlich sind, heben sich deutlich vom Kioskangebot ab. Durch die verschiedenen Illustrationsstile sind sie ästhetisch wesentlich anspruchsvoller. Auch sind die Anregungen zur Eigenaktivität kreativer und abwechslungsreicher. Erste ABC-Seiten sollen die Kinder zum Lesenlernen motivieren. Die Texte, sowohl Vorlese- als auch Sachtexte, sind am kindlichen Grundwortschatz orientiert.

Leider werden aber auch in diesen Zeitschriften Probleme völlig ausgegrenzt - als ob es in der realen Kinderwelt immer idyllisch zugehen würde!

Auflagen der Vorschulzeitschriften im Überblick*:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Verlage	Erscheinungsweise
Spatz	40.000	keine Angaben	monatlich
Vorhang auf	10.000	keine Angaben	vierteljährlich

* Vgl. Stamm 2000 Presse und Medienhandbuch. Leitfaden durch Presse und Werbung.

Hoppla ist die einzige Kinderzeitschrift, die noch im Weltbild Verlag produziert wird. Das Vorschulmagazin wird vom Verlag ab 3 Jahren empfohlen. Zum

größten Teil besteht die Kinderzeitschrift aus Vorlesegeschichten mit zahlreichen Illustrationen. In den bilderbuch- oder comicähnlich erzählten Geschichten spielen überwiegend Tiere oder Kinder die Hauptrolle. „Und weil Kontinuität in diesem Alter ganz wichtig ist, finden die Kinder in Hoppla ihre Lieblinge immer wieder: Den kleinen Bubibär, der am liebsten noch bei seiner Bärenmama kuschelt, Lilli Lustig, die freche Göre, Oskar Toffel, der große Weltentdecker, und Billi mit seinem Wuschelhund Bobo. Diese kleinen Freunde erleben stets neue nachvollziehbare Geschichten aus dem Alltag der Kinder“.⁵⁴ Unter dem Motto „Entdecke die Welt“ werden Sachthemen dem Alter entsprechend aufbereitet und erklärt. In der Mitte des Heftes befindet sich ein herausnehmbarer Bastelbogen aus verstärktem Papier. Außerdem „Hoppla für Eltern“ – das Extraheft zum Sammeln, in dem Freizeit- und Gesundheitstipps, sowie Erziehungsratschläge gegeben werden. Ansonsten werden die üblichen Such- und Erkennungsspiele für Vorschulkinder geboten.

Spiel Mit aus dem Velber Verlag erscheint wie „Hoppla“ monatlich. Hier ist die Kinderzeitschrift Teil der Erwachsenenzeitschrift „**Spielen und Lernen**“ – die Zeitschrift für Kinder und Eltern. Diese Form der Veröffentlichung macht die Aufforderung deutlich, dass Eltern und Kinder sich gemeinsam mit der Zeitschrift beschäftigen sollten. „So erhalten Eltern Monat für Monat Rat und Hilfestellung bei ihrer Erziehungsaufgabe, unter anderem durch einen mehrseitigen „Service-Teil“ mit zahlreichen Tipps und Adressen, sowie vier Fernsehseiten mit pädagogischen Bewertungen des laufenden Kinderprogramms“.⁵⁵ „Mit Kindern fernsehen“ lautet der Titel dieser kleinen Zugabe, die ohne Frage sehr sinnvoll ist. Zum Glück ist die pädagogische Bewertung nicht ganz so streng ausgefallen, so dass Fernsehen auch noch weiterhin Spaß macht. „Spiel mit“ erfrischt besonders durch seine Illustrationen. Unter dem Motto „Lesen, Raten, Lachen“ wird das übliche Vorschulprogramm geboten. In der Mitte gibt es, wie in Hoppla auch, einen herausnehmbaren Teil. Dieser besteht aus einem stabilen Bastelbogen (meist vorgestanzt), sowie einem Poster und dem Sachthema zum Sammeln.

⁵⁴ Zitiert aus: Kinder + Jugendzeitschriften. Empfohlen vom Deutschen Jugendmedienwerk E.V., S. 2.

⁵⁵ Zitiert aus: Kinder + Jugendzeitschriften. Empfohlen vom Deutschen Jugendmedienwerk E.V., S. 1.

Ebenfalls in die Reihe der Vorschul-Abonnement-Zeitschriften gehört **Spatz**. „Spatz - die bunte Kinderzeitschrift“ erscheint monatlich im Klens Verlag und ist für Kinder ab 4 Jahren geeignet. Der Spatz unterscheidet sich in seiner Machart von den anderen Kinderzeitschriften, denn die losen Blätter aus festem Papier werden nur ineinander geschoben. Geschichten, Spiele, Rätsel und Bastelanleitungen füllen auch dieses Vorschulmagazin. Zum Teil sind die Seiten des Spatz nicht ganz so bunt wie man es aus anderen Kinderzeitschriften gewöhnt ist. Aber erstens muss dies nicht unbedingt ein Nachteil sein und zweitens kostet Spatz dafür auch nur den ungewöhnlichen Preis von 1.50 DM. Die Sachtexte kommen meiner Meinung nach ein bisschen zu kurz, aber das Heft ist eben insgesamt nur 12 Seiten lang. Ihre künstlerischen Fähigkeiten können die Kinder beim Basteln entfalten, die Anleitungen sind ausführlich und verständlich erklärt, so dass das Nachbasteln keine Probleme bereiten dürfte. Für Erwachsene werden teilweise Kommentare der Redaktion ans Ende der Geschichten gestellt, die zum Nachdenken anregen sollen. Außerdem erscheint zweimal im Jahr die Beilage „Stichwort“, die Gestaltungsimpulse für ein gelungenes Zusammenleben von Eltern und Kindern, sowie jung und alt geben soll.⁵⁶ Spatz will eine fröhliche Kinderzeitschrift sein, frei von „Häme, Bosheit, Schadenfreude. Kein Krieg, kein Mord und Totschlag. Keine Werbung.“⁵⁷

Vorhang auf – Zeitschrift für Kinder und Eltern, wendet sich auf der Grundlage der Waldorfpädagogik an Kinder vom Vorlesealter bis zu den 13jährigen. Die Zeitschrift erscheint viermal jährlich im Verlag Eckehard Waldow und enthält in der Mitte des Heftes einen heraustrennbaren Elternteil. Dieser beinhaltet u.a. „undogmatische Beiträge zu : Pädagogik, Medizin, Ernährung sowie Poetisches, „Kindermund“, Lesetipps, Hintergrund zum Kinderteil und vieles mehr“.⁵⁸ Im Elternteil kommt die Waldorfpädagogik sehr stark zum Tragen. Für meinen Geschmack allerdings zu anthroposophisch!

„Vorhang auf“ kann als Bilderbuch-Zeitschrift umschrieben werden. Die breitflächigen Illustrationen und die langen phantasievollen Erzählungen, die den größten Teil der Zeitschrift einnehmen, erinnern sehr stark an ein Bilderbuch. Graphisch hebt sich die Kinderzeitschrift somit schon auf den ersten Blick von

⁵⁶ Vgl. Verlagsprospekt des Klens Verlages: Frisch, frech, fröhlich... Spatz.

⁵⁷ Zitiert aus: Verlagsprospekt des Klens Verlages: Frisch, frech, fröhlich... Spatz, S. 3.

⁵⁸ Zitiert aus: Verlagsprospekt des Waldow Verlages: Vorhang auf Gesamtprospekt 1999/2000.

anderen Zeitschriften ab. Jedes Heft steht unter einem anderem Schwerpunktthema z.B. Steinzeit, Drachenkämpfer, Eskimos oder Schmetterlinge. An die Erzählungen werden auch Sachtexte angehängt. Außerdem Spiele, Lieder, Kochrezepte und Bastelvorschläge. Die Rätsel- und Witzeseite wird von den Lesern selbst gestaltet. Unter dem Motto „Kinder für Kinder“ erfinden die Kinder Preisrätsel, malen Suchbilder und schreiben Geschichten. Wer denkt mit Waldorfpädagogik nicht zurechtzukommen, der sollte den schwer waldorfpädagogischen Elternteil einfach ignorieren - am Kinderteil hat man sonst auf jeden Fall etwas verpasst!

5.2 *Schülerzeitschriften*

Sammelbestellungen über Schulen werden zum Teil durch die Kultusministerien der Länder kontrolliert. Im GEW (Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft Baden-Württemberg) Jahrbuch für Lehrerinnen und Lehrer in Baden-Württemberg heißt es: „Sammelbestellungen von Zeitschriften für Kinder und Jugendliche ist nur zulässig, wenn die Zeitschrift nach ihrer literarischen Qualität, ihrer graphischen Gestaltung und der Altersgemäßheit ihres Leseangebots pädagogisch besonders empfehlenswert ist und keine Werbung enthält.“⁵⁹

Schüler- aber auch die Leseanfängermagazine haben es schwer sich ohne Unterstützung der Verlage oder die Einnahmen durch Anzeigen zu halten. In wie weit die Verordnung des Kultusministerium, Sammelbestellungen an Schulen sind nur erlaubt wenn die Zeitschrift keine Werbung enthält, also sinnvoll ist, bleibt fraglich. Durch die Sammelbestellungen an Schulen kann der Verlag Porto sparen, und somit die Zeitschrift zu günstigeren Konditionen anbieten.

Im Bereich der Schülerzeitschriften, ist im Gegensatz zu den Kioskzeitschriften keine Konzentration ersichtlich.

In den Schülerzeitschriften findet man eine andere Qualität von Sachtexten, als dies in den meisten Kioskzeitschriften der Fall ist. Die Sachinformationen werden überwiegend an Hand von Photographien dokumentiert. Die Schrift ist den

⁵⁹ Zitiert aus: GEW Jahrbuch 1999. Handbuch für Lehrerinnen und Lehrer in Baden-Württemberg, hrsg. von der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft Baden-Württemberg, S. 742.

Lesegewohnheiten der Kinder angepasst. D.h. für Schüler der ersten Grundschulklassen ist erstens die Textmenge überschaubar und zweitens die Schriftgröße angemessen. Die Beiträge werden in für Kinder nachvollziehbare, sinnvolle Schritte gegliedert. Diese Beiträge sind außerdem häufig Themen der Lehrpläne. Auffallend in den Zeitschriften sind die vielen Kleinanzeigen von Schülern selbst. So können Kinder auf spielerische Art und Weise lernen, die Verwendung von Anzeigen zu entdecken und zu nutzen.

Auflagen der Schülerzeitschriften im Überblick:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
Olli und Molli*	105.000	keine Angaben	monatlich
Benny und Teddy	54.167	43.841	monatlich
Bimbo*	115.000	keine Angaben	monatlich
Tierfreund*	175.000	keine Angaben	monatlich
Stafette	104.000	91.361	monatlich
Mücki und Max*	35.000	keine Angaben	monatlich
Mücke*	45.000	keine Angaben	monatlich
Treff	86.887	78.352	monatlich
Der Bunte Hund*	10.000	keine Angaben	dreimal jährlich

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich um IVW-Daten des 2. Quartals 2000
 * Vgl. Stamm 2000 Presse und Medienhandbuch. Leitfaden durch Presse und Werbung.

Für die Schulanfänger gibt es **Olli und Molli** aus dem Sailer-Verlag, die Zeitschrift erscheint monatlich und ist auf relativ stabiles, weißes Papier gedruckt. Die Schriftgröße kommt den Leseanfängern sehr entgegen. Die Suchbilder und Rätsel sind niveauvoll und auch die Malbilder und Basteltipps lassen viel Raum für Phantasie. Die Reportagen über Kinder aus anderen Ländern oder die Tier- und Naturberichte sind verständlich, aber gleichzeitig sachlich geschrieben. Die Texte werden durch gute Photos bereichert. Die Rubriken „Ich kann lesen!“ und „Ich kann rechnen!“ sind dem Bildungsstand der ABC-Schützen wirklich angemessen. Etwas aus dem Rahmen fällt die Rubrik „Ich kann singen!“, diese kreative Beschäftigung sucht man in den Kioskzeitschriften vergeblich. Als störend empfand ich die „Regenbogenfarbene Girlande“, die sich um jede, ohnehin schon ausreichend farbige Seite zieht.

Eine wesentlich ansprechendere grafische Gestaltung bietet **nach mit** aus dem Velber Verlag - ein Magazin zum Lesen, Staunen und Welt entdecken für die ersten Grundschuljahre. Diese Erstleser-Zeitschrift erscheint monatlich mit

einfachen Texten, die das Vertrauen in die eigene Lesefertigkeit festigen sollen. Neben den Sachthemen beinhaltet der Ableger von „Spielen und Lernen“ auch Bastelvorschläge, Rätsel, Spiele und Geschichten. Das klare Layout berücksichtigt die Wahrnehmungsfähigkeit von Leseanfängern. Auch „mach mit“ ist auf kartoniertes Papier gedruckt. Wie die Zeitschrift für Vorschulkinder „Spiel mit“ besticht das Erstleser-Magazin durch seine Illustrationen und die beiden Leitfiguren: die Raben Jakob und Maxi.

Die zweite bis vierte Klasse wird mit der Schülerzeitschrift **Benni und Teddy** angesprochen, die im Sailer Verlag produziert wird. Die Reportagen sind dem Alter entsprechend etwas länger und anspruchsvoller, die Rätsel kniffliger. Außerdem werden jetzt kleine Experimente durchgeführt und es gibt viele neue Rubriken, an denen die Kinder aktiv mitmachen können. So zum Beispiel „Rede mit!“, die jeden Monat unter einem anderen Thema steht. Die Kinder werden mit Photo und ihrer Meinung zum aktuellen Thema abgebildet. In der „Fundgrube“ werden neue Brieffreundschaften gesucht und unter „Wir tun was!“ können Kinder über besondere Projekte oder ausgefallene Hobbys berichten. Kochtipps, Witze, Briefkasten und ein kleines Comic fehlen auch in dieser Zeitschrift nicht.

Bimbo ist der „kleine Bruder“ vom „Tierfreund“. Er erscheint monatlich im Sailer-Verlag mit der Zielgruppe naturinteressierte Schüler der Grundschulklassen. „Jeden Monat berichtet Bimbo über ein großes Tierthema. So erkennt der Leser Zusammenhänge in der Natur. Anschauliche Farbphotos und altersgerechte Texte eröffnen Kindern die Welt der Tiere“.⁶⁰ Außerdem werden in verständlicher Weise Naturphänomene erklärt. Tipps zum Umgang mit den geliebten Haustieren fehlen genauso wenig wie Rätsel, ein stabiler Bastelbogen, ein Poster, Witze und „Bimbos Brief-Box“. Gut finde ich auch die Idee mit den Sammelkarten zu den Kategorien: Vögel, Säugetiere, berühmte Tiere, bedrohte Tiere und so weiter.

Der **Tierfreund** aus dem Sailer Verlag wendet sich an alle Tierfreunde der dritten bis zur sechsten Klasse. Herausgeber der Monatszeitschrift ist der Deutsche Tierschutzdienst. Mit jeder Ausgabe wird ein Schwerpunktthema behandelt, das ca. ein Drittel des Heftes ausmacht. In der von mir gesichteten Ausgabe war das

Schwerpunktthema z.B. Australien. Es wurde aber nicht nur über die vielfältige Tierwelt des fünften Kontinents berichtet, sondern auch über die Olympischen Spiele, die im September in Sydney stattfanden. Die anderen zwei großen Rubriken sind das „Umweltmagazin“ und „Unterhaltung und Information“. Im „Umweltmagazin“ findet man z.B. Berichte über die Bedeutung chemiefreier Obstplantagen oder über Tiere, die auf der „Roten Liste“ stehen. „Unterhaltung und Information“ beinhaltet kleinere Reportagen, Wissenstests, Witze, Poster und „Ich hab da mal ´ne Frage...“ – ein Biologielehrer beantwortet Fragen zu Heimtieren. Unter dem Motto „Natur erleben, verstehen, schützen“ will der Tierfreund interessierten Schülern aber nicht nur Bericht erstatten, sondern auch Tipps geben, wie sie selbst aktiv werden können!

Stafette – ebenfalls eine Monatszeitschrift aus dem Sailer Verlag spricht die 9 bis 14jährigen Schüler an. Das Genre Jugendzeitschrift macht sich hier schon bemerkbar. Es wird vermehrt über Serien- und Popstars berichtet oder z.B. Tipps zum ersten Date gegeben. Das Thema Tiere wird ersetzt durch Buchtipps, Sportberichte und Computertipps. Die bunte Mischung aus Information und Unterhaltung wird hauptsächlich über Schulen vertrieben. Für Probleme rund ums Thema Schule, aber auch für Konflikte mit Freunden und Eltern werden in der Rubrik „Schüler Forum“ und „unter uns“ von einem Studiendirektor bzw. einer Diplom-Psychologin Lösungsansätze gegeben. Auch besteht für die Schüler die Möglichkeit kostenlose Kleinanzeigen aufzugeben. Die vielen abgedruckten Leserbriefe lassen hier auf eine rege Kommunikation zwischen Schülern und der Redaktion schließen. Durch Rätsel und Witze, auch in englischer Sprache, wird das Programm der Schülerzeitschrift abgerundet. Stafette wird von den Kultusministerien und dem Deutschen Jugendmedienwerk empfohlen.

Der dritte große Schülerzeitschriften-Verlag ist der Domino Verlag in München. 1875 gegründet unter dem Titel „Jugendlust“ ist der Floh nach Verlagsangaben die älteste Jugendzeitschrift der Welt. Floh erscheint mittlerweile alle zwei Wochen in vier verschiedenen Ausgaben: **Flohkiste für die erste Klasse**, **Flohkiste für die zweite Klasse**, **Floh für die dritte und vierte Klasse** und schließlich der **Floh für Schüler ab der fünften Klasse**. Zu allen vier Ausgaben

⁶⁰ Zitiert aus: Kinder + Jugendzeitschriften. Empfohlen vom Deutschen Jugendmedienwerk E. V.,

gibt es didaktische Handreichungen für Lehrer, sowie einen Eltern-Schulbegleiter für die erste bis vierte Klasse. Dieses Beiblatt geht in kurzer Form auf schulische und erzieherische Fragen der jeweiligen Altersstufe ein. Die vom Verband Bildung und Erziehung zusammengeschlossenen Lehrerverbände haben nach wie vor die pädagogische Verantwortung, deshalb ist jedes Heftthema lehrplanorientiert.

Flohkiste für die erste Klasse ist in großer Schrift geschrieben und reichlich illustriert. Einfache Rätsel und Lückentexte sollen die Schreib- und Lesefähigkeit fördern. In der Mitte des Heftes befindet sich ein Poster, ein herausnehmbarer Bastelbogen aus stabilem Papier, sowie „Hallo Floh – die kleine Mitmach-Zeitung für kleine Flohkiste-Leser.“ Die Mitmach-Zeitung ist ein gefaltetes DIN A2 Blatt mit Suchbildern, Rätseln und Malvorlagen, die durch ihr sehr dünnes Umweltpapier zum „Verbrauch“ geeignet ist. Die Geschichten und Berichte sind alle sehr „lehrreich“, selbst im Comic fehlt der pädagogische Fingerzeig nicht.

Flohkiste für die zweite Klasse ist die logische Weiterführung des Konzeptes für die erste Klasse. Die Texte werden länger, die Themen sind weiter altersorientiert und die Preisrätsel schwieriger. Auch in dieser Ausgabe ist der „schulische Unterton“ leider nicht zu überhören! Dadurch entsteht die Gefahr, dass die Schüler die Zeitschrift zu sehr mit Schule und Lernen in Verbindung setzen. Die Lesemotivation in der Freizeit, wird damit wohl kaum erhöht.

Floh für die dritte und vierte Klasse wird in seiner großen Mitmach-Zeitung „Hallo Floh“ um eine Reportage erweitert, in der über besondere Projekte von Kindern berichtet wird, sowie um eine Anzeigenseite, in der die Leser die Möglichkeit haben Brieffreunde zu finden.

In der letzten Ausgabe von **Floh** für Schüler ab der fünften Klasse wird auf den Bastelbogen und „Hallo Floh“ verzichtet, stattdessen gibt es die herausnehmbare Zeitung „Hallo Welt“ – Die Zeitung für junge Leser. Dieser vierseitige Extra-Teil hat das Format einer normalen Tageszeitung und berichtet teilweise über aktuelle Geschehnisse. Ich finde dieser Aspekt könnte aber noch ausgebaut werden. Im

„Schriftsteller-Treff“ können die Schüler ihre selbstgedichteten Werke veröffentlichen. Ansonsten wird die Zeitung mit kuriosen oder auch lustigen Geschichten, sowie mit einem Kreuzworträtsel aufgefüllt. Das Floh Magazin an sich, hat im Gegensatz zu den anderen drei Ausgaben zum ersten mal ein knappes Inhaltsverzeichnis „Was findest du wo?“. Außer den ausführlichen und informativen Reportagen gibt es feste Rubriken wie die Pop- und Leserhitparade, den Kummerkasten, Flohmarkt (Kleinanzeigen), ein Preisrätsel, „Geschichten aus der Geschichte“ sowie die „Pinnwand“, auf der auch kritische Leserbriefe abgebildet werden.

Die Zeitschrift für Naturforscher und solche, die es werden wollen⁶¹ ist **Tu was!** aus dem Domino Verlag. Auch diese Schülerzeitschrift erscheint monatlich in zwei verschiedenen Ausgaben. Für beide Ausgaben sind didaktische Handreichungen für Lehrer erhältlich. Tipps für Eltern gibt es nicht. Die erste Ausgabe von Tu was ist vom Konzept her auf die Grundschüler zugeschnitten. Die zweite ist für Schüler ab der fünften Klasse geeignet. Ein übersichtliches Inhaltsverzeichnis führt durch das breite Spektrum an Tieren und Pflanzen und unterstützt die Schule im Sinne einer handlungsorientierten und fächerübergreifenden Umwelterziehung.⁶² Durch Quizfragen, Basteltipps, Kochrezepte, Witze, kleine Experimente und Geschichten wird der Heftinhalt etwas aufgelockert. Interessant ist in der Ausgabe für die Grundschüler das „Lebensraum-Poster“ mit wiederabziehbaren Klebebildchen. Auf diese Weise können Kinder den Lebensraum der verschiedenen Tiere auf spielerische Art entdecken. In der Ausgabe für Schüler ab der fünften Klasse, beeindruckt die Idee „Rat Mit!“ – eine Fragenkarten-Serie zu aktuellen Themen aus dem Tu Was!-Heft. Die ausbrechbaren Fragekarten mit passenden Photos, sind auf ein stabileres Papier gedruckt.

Aus dem Rahmen fällt die ebenfalls monatlich im Domino Verlag erscheinende Englischzeitschrift **O! Kay!**. Damit die Fremdsprachenanfänger nicht gleich die Lust verlieren, ist nicht die ganze Zeitschrift auf Englisch. Längere Reportagen, wie z.B. das Titel-Thema sind auf Deutsch geschrieben. Die Witze und kleinen Übungen sind auf Englisch, es werden auch keine deutschen Erklärungen dazu

⁶¹ Zusatz zum Titel „Tu was!“.

geliefert. Alle Übungen und Geschichten sind abgestimmt auf das Titel-Thema, das sich durch das ganze Heft zieht. Dementsprechend themenbezogen ist auch das Vokabular, das die Kinder mit jeder Ausgabe lernen. Das Comic mit den Hauptfiguren Kay, Sam, Jule und Danny ist teils auf deutsch und teils auf englisch und kann auch akustisch auf einer Hörkassette verfolgt werden, ebenso wie Lieder und Spiele. Die Hörkassette ist bei jeder Ausgabe von „O! Kay!“ dabei, ergänzend dazu kann vierteljährlich eine CD-ROM bestellt werden. Auch zu diesem Schülermagazin sind didaktische Handreichungen für Lehrer erhältlich.

Im September 2000 stellte die Universum Verlagsanstalt ihr Konzept für die langjährige Kinderzeitschrift Mücki und Max um. Die gravierendste Veränderung liegt im Titel - **Rudis Rabenteuer**, (auch bekannt aus der Kindersendung Siebenstein) und vor allem in der Tatsache, dass die Zeitschrift in Zukunft auch am Kiosk erhältlich sein wird. In der entsprechenden Verlagsmitteilung⁶³ heißt es: „Wir sind uns darin einig, dass moderne Medienerziehung neue Wege gehen muss, um Kinder zum Lesen und selbst entdeckenden Lernen anzuregen“. Dieser „neue“ Weg soll die Verknüpfung beider Medien, Fernsehen und Zeitschrift, sein: Mit dem neuen Konzept wollen sie eine Brücke schlagen zwischen dem eher passiven Medium Fernsehen und dem eher aktiven Lesen einer altersgerechten Kinderzeitschrift, die zum Ausgleich durch vielfältige Anregungen versucht, Kinder zum eigenen Tun und zum eigenen Erfahren zu führen. Die „vielfältigen Anregungen“ indessen sind die alten geblieben: Rätsel, Spiele, Bastelvorschläge, Schreib- und Leseübungen. Neben den schon aus Mücki und Max bekannten Lesegeschichten und Tierreportagen, kann man mit jeder neuen, monatlichen Ausgabe, Rudis Abenteuer in Comicform erleben. Ebenfalls neu, aber zu erwarten, ist die Programmvorschau für Siebenstein (ZDF tivi und KIKA). Jede Sendung wird im Schnitt von 190.000 Kindern verfolgt. Dies entspricht 18,9% der Einschaltquote⁶⁴. Im Anschluss an die Sendung wird in unregelmäßigen Abständen Werbung für Rudis Rabenteuer gemacht. Die Kinderzeitschrift reiht sich so, wie zahllose andere Kioskzeitschriften auch, in die Titel der im Medienverbund vermarkteten Zeitschriften ein. Da der strubbelige Rabe aus Siebenstein auch schon bei Vorschulkindern beliebt ist, verschiebt sich die

⁶² Vgl. Kinder + Jugendzeitschriften. Empfohlen vom Deutschen Jugendmedienwerk E. V., S. 9.

⁶³ Informationsblatt der Universum Verlagsanstalt, siehe Anhang.

⁶⁴ Telefonische Auskunft des ZDF im September 2000.

Zielgruppe der Kinderzeitschrift leicht nach vorne. Angesprochen werden Kinder zwischen 5 und 8 Jahren.

Das Prinzip der Verknüpfung beider Medien findet man seit September auch in der Zeitschrift *Mücke*. Aus dem gleichen Verlag kommend, spricht sie monatlich Schüler von der 3. bis zur 5. Klasse an. Aus *Mücke* wird **Mücke mit logo Magazin** – „für Kids mit Grips“. Das logo Magazin lebt von den Berichten aus der gleichnamigen Fernsehsendung. Logo wird montags bis freitags um 17.30 Uhr auf dem Kinderkanal ausgestrahlt. Die Einschaltquoten liegen bei 11,5 %.⁶⁵ Es verfolgen beinahe täglich 120.000 Kinder die Nachrichtensendung. Sowohl aktuelle Reportagen als auch die logo Redezeit, in der Kinder die Möglichkeit haben ihre Probleme der Öffentlichkeit zu schildern, werden in diesem Teil wiedergegeben. Neben den achtseitigen Logo-Nachrichten bietet *Mücke* Wissenswertes aus Sport, Umwelt, Musik, Computer und Technik. Außerdem natürlich Geschichten, Rätsel und Witze. Da bisher erst eine Ausgabe mit dem logo Magazin erschienen ist, in der über die Olympischen Spiele berichtet wurde, bleibt zu hoffen, dass die Kinderzeitschrift jetzt auch verstärkt über politische Entwicklungen in der Welt berichtet. Natürlich können diese Berichte in einer monatlich erscheinenden Zeitschrift nicht tagesaktuell sein, aber es könnte versucht werden, den Kindern auf die in der logo Sendung vorherrschende, verständliche Art, politische Zusammenhänge bzw. Hintergründe klar zu machen. Kinder fühlen sich mit dieser Fernsehsendung ernst genommen, deshalb ist logo auch so erfolgreich. Hoffentlich gelingt dies auch der Schülerzeitschrift. Herausgeber beider Zeitschriften aus der Universum Verlagsanstalt, ist im übrigen die Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung.

Eine weitere Zeitschrift kommt aus dem Velber Verlag: **Treff** – „das spannende Schülermagazin.“ Das monatliche Schülermagazin richtet sich an alle Mädchen und Jungen zwischen 9 und 14 Jahren, die mehr wissen wollen. Treff ist eine bunte Mischung zwischen Unterhaltung und Information. Die Palette reicht von Berichten über den Superstar Lara Croft, über die Höhlenforschung bis zur Kinderarbeit in Indien. Zwischen den Berichten gibt es wieder Sammelkarten, Witze, Poster, Rätsel, Geschichten und Diskussionsforen. Auf vollen drei Seiten

⁶⁵ Telephonische Auskunft des ZDF im September 2000.

werden Leserbriefe unterschiedlichster Art abgedruckt. Vom Kummerkasten, der Hilfestellungen zur persönlichen Problembewältigung gibt, über Lob und Kritik bis zu Anzeigen bezüglich Brieffreundschaften, Club-Suche oder Tauschgeschäften.

5.3 Literaturzeitschriften

Leider kann an dieser Stelle nur eine literarisch ambitionierte Zeitschrift aufgeführt werden, denn mehr ist auf dem deutschen Kinderzeitschriftenangebot nicht aufzufinden. Die Rede ist vom „Bunten Hund“ - das Magazin für Kinder in den besten Jahren. Der **Bunte Hund** erscheint dreimal im Jahr (April, August und Dezember) bei der Verlagsgruppe Beltz & Gelberg. In der Zeitschrift veröffentlichen Autoren des Verlages, aber auch andere Autoren, alte und neue Erzählungen. Eine besondere Aufgabe des Magazins ist es, jungen Künstlern erste Veröffentlichungsmöglichkeiten zu bieten. Die erste Ausgabe des Bunten Hundes erschien im Herbst 1981. Er wendet sich an Kinder im Alter zwischen 8 und 14 Jahren. AutorInnen und KünstlerInnen sind aufgefordert, sich erzählend und gestaltend einzubringen mit Bildern, Erzählungen, Gedichten, Rätseln, Buchbesprechungen und Comics. Er greift sozusagen das gesamte Spektrum der Kinderliteratur auf.⁶⁶ Der Bunte Hund veröffentlicht aber nicht nur die Werke der Profis, sondern bietet auch den Lesern ein Podium, um ihre Gefühle zum Ausdruck zu bringen. Neben Texten, Briefen und Kritik sind es vor allem die Geschichten des Erzählwettbewerbs, die abgedruckt werden. Nach dem Bildvorschlag eines Künstlers erzählen die Kinder so die verschiedensten Geschichten. In der Regel erhält die Redaktion des Bunten Hundes auf diese Weise ca. 500 Geschichten von Kindern! Sehr reger Beteiligung erfreut sich auch das „Hundsthema“. Die Redaktion stellt darin ein Thema und Kommentare der Kinder zur Diskussion. Da der Bunte Hund sich an eine sehr breite Zielgruppe wendet und weder die jungen überfordert, noch die älteren unterfordert sein sollen, werden die Schwierigkeitsgrade der Beiträge durch die Anzahl von Hunden gekennzeichnet.

⁶⁶ Vgl. Informationsblatt von Beltz & Gelberg, siehe Anhang.

5.4 Konfessionelle Zeitschriften

Die Konfessionellen Zeitschriften gelangen meist auf zwei verschiedenen Wegen zu ihren jungen Lesern. Entweder die Kinder beziehen die Zeitschrift direkt per Abonnement vom Verlag oder, und dies ist die häufigere Variante, die Gemeinde abonniert eine bestimmte Anzahl der Kinderzeitschriften und verteilt sie dann kostenlos oder gegen Bezahlung (Verkauf meist im Anschluss an den Gottesdienst) an ihre jungen Gemeindemitglieder. Der, meiner Meinung nach, ohnehin geringe Unterschied in den beiden Glaubensrichtungen, kommt in den Zeitschriften nicht zum Ausdruck. Meist lässt es sich also nur an den Herausgebern erkennen, ob es sich um eine evangelische oder eine katholische Kinderzeitschrift handelt.

Auflagen der konfessionellen Zeitschriften im Überblick*:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
Die Sternsinger	200.000	keine Angaben	vierteljährlich
Für euch	125.000	keine Angaben	wöchentlich
Go für Gott	12.000	keine Angaben	zweimonatlich
Guter Start	30.000	keine Angaben	vierteljährlich
Jungchar	16.000	keine Angaben	monatlich
Kläx	30.000	keine Angaben	vierteljährlich
Meine Welt	32.000	keine Angaben	monatlich
Mini Post	34.000	keine Angaben	monatlich
Nicki	7.400	keine Angaben	vierteljährlich
Pico	50.000	keine Angaben	elfmal jährlich

* Vgl. Stamm 2000 Presse und Medienhandbuch. Leitfaden durch Presse und Werbung.

5.4.1 Überkonfessionelle Zeitschriften

Die einzige mir bekannte überkonfessionelle Kinderzeitschrift wird von der Deutschen Missions Gemeinschaft, alle zwei Monate herausgegeben. **Die Trommel ruft** berichtet über Missionarsarbeit aus aller Welt für Kinder zwischen sechs und dreizehn Jahren. Die Missionare erzählen, auf welchen verschiedenen Wegen die Kinder in den unterschiedlichsten Ländern zu ihrem Glauben finden und wie der Alltag in diesen Ländern aussieht. Leider sind die Berichte nur sehr kurz, da „die Trommel ruft“ nur ein gefaltetes DIN A4 Blatt ist.

5.4.2 Katholische Zeitschriften

Pico ist die Zeitschrift der Steyler Missionare für Mädchen und Jungen im Grundschulalter. „Er berichtet aus allen Ländern der Erde von Heiligen, Forschern und Abenteurern. Er erzählt spannende Geschichten von Jesus und seinen Jüngern“.⁶⁷ Die Maus Pico berichtet aber auch kindgerecht von ganz aktuellen Ereignissen, wie der EXPO in Hannover oder erklärt in seiner Juni-Ausgabe was es z.B. mit dem Siebenschläfer auf sich hat. Diese katholische Zeitschrift hat also auch für Nicht-Katholiken viel zu bieten.

Die Fortsetzung von Pico ist die Schülerzeitschrift **Weite Welt** des Ordens der Steyler Missionare. Sie spricht Teens zwischen 11 und 15 Jahren an und bemüht sich vor allem Interesse und Verständnis für die Arbeit der Kirche in der Heimat und der Dritten Welt, sowie der Entwicklungshilfe zu wecken. Da sie eher in die Kategorie Jugendzeitschriften fällt, sei sie an dieser Stelle nur am Rande erwähnt.

Herausgeber der Zeitschrift **Die Sternsinger** ist das Bonifatiuswerk der deutschen Katholiken. Das Heft erscheint vierteljährlich und macht kirchliches Brauchtum für Kinder verständlich und erzählt ihnen von den Besonderheiten der Diaspora.⁶⁸ Anders als in Pico gibt es keine „neutralen“ Berichte, alles dreht sich ums Thema Glauben und Kirche. Angesprochen werden junge Christen zwischen 8 und 13 Jahren. Meiner Meinung nach sind die Texte für Kinder dieses Alters, oft zu anspruchsvoll und auch die Themen der Berichte orientieren sich eher an den Interessen der Erwachsenen.

Die **MiniPost** erscheint monatlich im Patmos Verlag. Die Zeitschrift für Ministrantinnen und Ministranten im Alter zwischen 8 und 13 Jahren, führt spannend und unterhaltsam durch die weite Welt, durch die Nachbarschaft – überallhin, wo es Interessantes zu entdecken gibt. Und zeigt, dass junge Christen viele Möglichkeiten haben sich persönlich zu engagieren.⁶⁹ Der Inhalt von MiniPost ist bunt gemischt. Berichte über den Alltag eines Stuntmans gehören

⁶⁷ Zitiert aus: Die Zeitschriften der katholischen Presse: „Wissen, wohin es geht“, S. 39. Hrsg. von der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse e.V.

⁶⁸ Vgl. Die Zeitschriften der katholischen Presse: „Wissen, wohin es geht“, S. 40. Hrsg. von der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse e.V.

genau so dazu, wie der Bericht über die heiligen Sakramente oder das Liturgische Kalenderblatt. In jedem Fall ist diese Ministrantenzeitschrift sehr stark am Alltag dieser Kinder orientiert. Unter der Rubrik „wir minis – Berichte aus den Pfarreien“, erzählen die Ministranten von ihren Gemeinden und Erlebnissen. Ein Nebeneinander von Witzen, Comics und Rätseln, sowie biblischen Geschichten ist in Minipost kein Problem.

Sternsinger-Mission wird vom Kindermissionswerk herausgegeben. Die viermal jährlich erscheinende Kinderzeitschrift ist für Grundschüler, sowie für Schüler in den ersten Jahren der weiterführenden Schulen konzipiert. „Viele Kinder, die die Zeitschrift lesen, sind in jedem Jahr als Sternsinger engagiert“.⁷⁰ Zusätzlich erscheinen jährlich zwei Sondernummern. Sternsinger-Mission stellt die Bewohner der südlichen Erdhälfte vor und will so Brücken zwischen Kindern aus verschiedenen Kulturkreisen schaffen. Die Begegnung soll Vorurteile abbauen und christliche Werte vermitteln. Sternsinger-Mission informiert außerdem über Projekte des Kindermissionswerkes. Jede Ausgabe berichtet über ein anderes Land, über deren Menschen und Probleme, die Kultur und natürlich die Tiere. Die Länderberichte sind umfassend, aber verständlich geschrieben. Oft werden Rezepte oder Spiele aus den betreffenden Ländern vorgestellt. Die Projektunterstützung besteht zumeist aus finanzieller Hilfe und wendet sich somit an die Eltern der Leser. Zusätzlich zur viermal bzw. sechsmal im Jahr erscheinenden Zeitschrift, gibt es einmal im Jahr das **Jahrbuch**, ebenfalls mit einem Schwerpunktthema. Das wesentlich professionellere, und vom Layout her ansprechende Jahrbuch berichtet ausführlich, spannend und dennoch problemorientiert über ein Land. Von den Grunddaten über die Geschichte, den Legenden bis zu den heutigen Problemen und dem Nationalsport. Mit vielen interessanten Photos werden den Kindern Einblicke in fremde Kulturen gegeben und gleichzeitig Vorschläge gemacht, wie auch Kinder (meist Gruppenaktionen) die Arbeit des Kindermissionswerkes fördern können und somit den Menschen helfen, über die sie im Jahrbuch so viel erfahren haben.

Die katholische Kinderzeitschrift **Regenbogen** ist nach Verlagsangaben die einzige wöchentlich erscheinende Kinderzeitschrift Österreichs. Sie wird aber

⁶⁹ Vgl. ebd., S. 38.

auch nach Deutschland, in die Schweiz und sogar nach Tschechien verschickt. Herausgeber von „Regenbogen“ ist die Diözese in Gurk. Die Themen der Zeitschrift für Kinder im Grundschulalter sind als Ergänzung für den Religionsunterricht und die pfarrliche Kinderarbeit gedacht. „Nachdenkgeschichten“, Gebete, Rätsel, Spiele und Bastelbögen ergänzen Texte aus dem Alten und Neuen Testament.

5.4.3 Evangelische Zeitschriften

An erster Stelle ist hier **Benjamin** zu nennen, „die Evangelische Monatszeitschrift für Mädchen und Jungen“. Verlegt wird diese Kinderzeitschrift vom Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik. Entstanden ist Benjamin 1990. Im Oktober des gleichen Jahres, hatte die jetzige Titelfigur Kirchenmaus Amalie ihren ersten Auftritt in der Zeitschrift. Seither führt die kleine Kirchenmaus erfolgreich durch den Inhalt der Zeitschrift und die Comics mit ihr, gehören zu den Höhepunkten von Benjamin. Auch wenn, so die Redakteurin Dietlind Steinhöfel, dies von den Erwachsenen anfangs eher kritisch beäugt wurde.⁷¹ Neben den Abenteuern mit Amalie bietet Benjamin den Kindern „Menschen aus der Bibel“, Suchspiele, Rätselspaß, einen Bastelbogen und die „Schmökerstunde“ als festen Bestandteil der Zeitschrift. In der Rubrik „Werwaswowarum“ wird zum behandelten Thema meistens noch ein Buch oder andere Medien vorgestellt. Außerdem können sich die Leser selbst mit einbringen, sei es durch „Die Frage des Monats“, in der die Meinung der Kinder gefragt ist, oder durch den „Kummerkasten“ bzw. „Leserbriefkasten.“ Auch Geschichten, die von den Kindern an die Redaktion geschickt werden, werden veröffentlicht. Die letzte Seite wird den Tieren gewidmet, denn auch in einer christlichen Zeitschrift darf dieses Thema nicht unterschlagen werden!

Der Bundes Verlag ist Herausgeber des viermal jährlich erscheinenden Magazins **Kläx**. „Kläx, das christliche Magazin für Grundschüler, soll den Spaß am Lesen

⁷⁰ Zitiert aus einem Schreiben des Kindermissionswerk, siehe Anhang.

⁷¹ Vgl. Internetaufsatz (9.7.2000): „Der Benjamin unter den GEP-Publikationen – Amalie kennt fast jeder.“

entwickeln, Interesse am Glauben aufbauen und Kreativität fördern“.⁷² Neben den verschiedenen Geschichten, sowohl Comic-, als auch Bibel-, Tier- oder Detektivgeschichten, bietet Kläx auch Preisrätsel, Bastelbögen und Quizfragen, sowie Tipps für gute Bücher und Kassetten. Die „Junior Kläx Club Reporter“ berichten in jeder Ausgabe an Hand einer Photo-Reportage über Themen, für die sich Kinder interessieren. Denn jeder Kläx Leser kann Reporter werden. Club-Mitglied kann man allerdings nur werden, wenn man die Zeitschrift abonniert!

Guter Start erscheint ebenfalls vierteljährlich im Bundes Verlag. Herausgeber ist der Bibellesebund. Die Zeitschrift soll Kindern zwischen 9 und 14 Jahren helfen, die Bibel besser zu verstehen. Für jeden Tag wird eine Stelle aus der Bibel zum Lesen vorgeschlagen. Diese wird dann erklärend kommentiert. Zwischendrin werden Fragen zum Text gestellt, deren Antworten am Ende ein Lösungswort ergeben. Von Rätseln kann da aber nicht die Rede sein. Eine kleine Abwechslung bietet das „Club Magazin“. „Guter-Start-Leser“ berichten aus aller Welt, die Redaktion gibt Fernseh-, Buch- und Kassetten Tipps. Die Kinder können kleine Anzeigen aufgeben und haben die Möglichkeit über ihre Erfahrungen mit Gott zu erzählen. Darüber hinaus werden Hintergrundinformationen zu christlichen Bräuchen und Festen vermittelt, sowie Tipps zur Gestaltung solcher Höhepunkte des Kirchenjahres gegeben.

Voll-Treffer, die pfiffige Zeitschrift für Jungen und Mädchen im Alter zwischen 8 und 14 Jahren erscheint monatlich in der Christlichen Verlagsgesellschaft. Unter dem Motto „Bibelleser wissen mehr – Geheimnisse der Bibel entdecken“, wird auch in dieser Zeitschrift für jeden Tag eine Stelle aus der Bibel vorgeschlagen, die dann in ein paar Sätzen erläutert werden. Drumherum gibt es viele Geschichten über Freundschaft und Glaube. Die „Briefecke“, Witze und Bastel-tipps, sowie „Berichte aus eurer Jungchar“ lockern das Konzept der christlichen Kinderzeitschrift auf. Die letzte Seite wird regelmäßig von einem Comic mit „Rudi“ eingenommen, der im übrigen die Leitfigur von Voll-Treffer ist.

Jungchar erscheint im Born-Verlag und wird monatlich vom CVJM-Westbund, dem Bund Freier Evangelischer Gemeinden in Deutschland und dem Deutschen

⁷² Zitiert aus dem Prospekt „Preisliste Nr.:5/2000 Kläx – Magazin für Kinder“ des Bundes-

Jugendverband „Entschieden für Christus“ herausgegeben. Leser sind vor allem die Kinder zwischen 8 und 12 Jahren, die an einer Jungschar teilnehmen. Auch hier machen die vielen Geschichten, die mal mehr und mal weniger mit dem christlichen Glauben zu tun haben, den Hauptbestandteil der Zeitschrift aus. Sie zielen auf eine Erweiterung der sozialen Kompetenzen von Kindern ab. Zudem gibt es viele Berichte aus den einzelnen Gemeinden, in denen Kinder besonders aktiv waren. Die Rätsel- und Bastelseiten, sowie Tipps zu den verschiedensten Medien, es werden auch CD-ROMs und Internetseiten vorgestellt, fehlen auch in „Jungschar“ nicht.

Go für Gott ist die Kinderzeitschrift der Liebenzeller Mission. Sie erscheint sechsmal im Jahr. Die Kernzielgruppe liegt bei Mädchen und Jungen zwischen 8 und 12 Jahren. Hauptanliegen von Go für Gott ist es den Gedanken der Mission auch Kindern näher zu bringen. Deshalb besteht die Zeitschrift zum größten Teil aus Berichten der verschiedenen Missionsstationen. Dadurch erfahren die Leser, wie der Alltag von Kindern in anderen Ländern aussieht oder wie sich die Kinder der Missionare in der fremden Umgebung zurecht finden. Hinzu kommt in jeder Ausgabe die Rubrik „Bibel im Blick“, in der Geschichten aus der Bibel kindgerecht erzählt werden.

Meine Welt kommt aus dem Gütersloher Verlagshaus und erscheint monatlich. „Das Mitmachheft für Kinder in der Kirche“ spricht eine sehr breite Zielgruppe an. Es besteht aus einem gefaltetem DIN A2 Blatt, wobei eine Seite mit dem „Riesen-Poster“ bedruckt ist und die Rückseite den redaktionellen Teil beinhaltet. Das Poster passt immer zum Thema des redaktionellen Teiles wie z.B. Wasser, Brot oder Joseph. Das Thema wird in Geschichten, Liedern, Spielen und Medientipps umgesetzt. Auf der letzten Seite erwartet einen „Sinniges und Unsinniges von Maus und Igel“, die Comicfiguren, die auch immer etwas zum Thema beizutragen haben.

Der Missionsbund „Licht im Osten“ ist Herausgeber der zweimonatlich erscheinenden Zeitschrift **Tropinka**. Der russische Titel bedeutet ins Deutsche übersetzt „Der kleine Pfad“ und ist für Kinder ab 6 Jahren geeignet. Für die

Kinderzeitschrift von "Licht im Osten" ist dieser Titel zugleich Programm: Tropinka soll Kinder auf ihrem Weg zu und mit Jesus Christus begleiten.⁷³ Die russische Tropinka wird vom Missionsbund hauptsächlich nach Russland und in die Ukraine, aber auch in andere GUS-Staaten und in den Balkan verschickt. In der Internetpräsentation von „Licht im Osten“ heißt es: „Im geistlichen Vakuum der postkommunistischen Zeit und angesichts allgemeiner Orientierungslosigkeit schätzen viele Menschen die farbenfrohe Zeitschrift“.⁷⁴ Mit der deutschen Version von Tropinka, die zu 90% mit der russischen Ausgabe übereinstimmt, hofft man eine Brücke zwischen Ost und West zu schlagen. Die Zeitschrift will Probleme des Kinderalltags aufgreifen und enthält, wie auch die russische Tropinka, eine Fülle von Rätseln, biblischen Geschichten, Erzählungen aus dem Alltag und Wissenswertes aus der Natur. Die Illustrationen, meist von russischen Künstlern gezeichnet, sind zunächst (zumindest für „westliche Augen“) ungewöhnlich und erinnern an alte, für meinen Geschmack zu idyllische Bilderbuchillustrationen. Die Kinder aus den Geschichten sind gleichfalls zu „brav“, um realistisch zu sein.

In den Evangelischen Gemeinden werden an die Kinder sehr oft sonntags kleine Kinderzeitschriften (man könnte sie auch als Sonntagsblättchen bezeichnen) verteilt, die meistens passend zum Thema des Gottesdienstes sind. Den geringen Umfang und die Geschichten aus der Bibel bzw. rund ums Thema Glauben, haben alle diese Zeitschriften gemeinsam. Kurze Sachbeiträge, Lieder, Bastelanleitungen und Rätsel sind mal mehr und mal weniger vertreten. Ein Beispiel solcher Zeitschriften, ist das „Sonntagskind“. **Das Sonntagskind** ist als Zeitung für die Kleinen, jeden Sonntag dem „Sonntagsblatt – Evangelische Wochenzeitung für Bayern“, beigelegt.

Nicki erscheint vierteljährlich im Born-Verlag, pro Quartal sind es 11 Hefte. Herausgeber ist wiederum der Deutsche Jugendverband „Entschieden für Christus“. Zielgruppe sind Kinder im Alter von 5 bis 10 Jahren, sowie Mitarbeiter in der Kinder- und Jungchararbeit. Die Zeitschrift ist bewusst für den Einsatz in Jungscharen konzipiert. Die Themen ziehen sich oft über mehrere Heftchen hin.

⁷³ Vgl. Internetaufsatz (10.9.2000): „Auf dem kleinen Pfad – vor zehn Jahren erschien die russische Kinderzeitschrift „Tropinka“ zum ersten Mal.“

⁷⁴ Vgl. ebd.

„**KIZ**“ für Kids wird im Bundes-Verlag in Zusammenarbeit mit dem Medienwerk der Evangelischen Kirche herausgegeben. KIZ erscheint jeden Sonntag und ist für Kinder im Grundschulalter geeignet. Auf der ersten Seite steigern die häufig sehr schönen Illustrationen das Interesse für das sehr dünne Magazin. Der Mittelteil besteht zum großen Teil aus Rätseln und Bastelanleitungen. Auf der letzten Seite findet man Geschichten über Angst, Vertrauen, Wut und Freundschaft - Gefühle, die Kinder tagtäglich erleben!

„Für euch! **Der Jugendfreund**“ – das Evangelische Sonntagsblatt für Kinder erscheint jeden Sonntag im Aue-Verlag für Kinder zwischen 9 und 12 Jahren. Das DIN A4 große vierseitige Sonntagsblatt ist auf dünnes Umweltpapier gedruckt und ist vom Konzept her mit den anderen vergleichbar.

Als letztes wäre noch der **Freund der Kinder** zu nennen. Mit dem Untertitel „Gute Nachricht von Jesus Christus“ erscheint das „Faltblatt“ jede Woche in der Christlichen Verlagsgesellschaft. Die Bibel nimmt einen größeren Schwerpunkt ein als z.B. in KIZ. In jeder Ausgabe wird ein Bibelspruch zum Lernen abgedruckt.

5.5 Zeitschriften von Vereinen, Verbänden und Organisationen

Mit dem Aufkommen von Verbänden und Organisationen ergibt sich die Notwendigkeit, Mitgliedern, Interessenten aber auch anderen Institutionen Mitteilungen über die eigenen Aktivitäten und Ziele zu machen. Die Hefte werden auf der Suche nach neuen Mitgliedern auch zu Werbezwecken ausgelegt. Zugleich sorgen die Zeitschriften für Zusammengehörigkeitsgefühl, Identitätsfindung und Solidarität unter den bereits gewonnenen Mitstreitern.⁷⁵

Die Kosten der Zeitschrift, sind entweder durch die im Abonnement üblichen Verträge oder durch den jährlichen Mitgliedsbeitrag gedeckt. Bei einigen

⁷⁵ Vgl. Straßner, Erich: Zeitschrift, S. 29.

Organisationen verläuft die Tilgung der Kosten auch auf freiwilliger Spendenbasis.

Auflagen der Zeitschriften von Vereinen, Verbänden und Organisationen im Überblick:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
Blue box*	24.000	keine Angaben	vierteljährlich
Chris	110.000	keine Angaben	vierteljährlich
Kinder, Kinder	20.000 – 30.000	keine Angaben	jährlich
Kinderland*	1000	keine Angaben	monatlich
Kinder-Zeitung	500	keine Angaben	jährlich
Panda Club	7.000 – 10.000	keine Angaben	vierteljährlich
Quasselstrippe*	28.000	keine Angaben	vierteljährlich
Samsolidam*	10.000	keine Angaben	vierteljährlich
Spielcasino	555	keine Angaben	halbjährlich
Young Panda	5.000	keine Angaben	monatlich
Rudi Rotbein Report	11.000 – 12.000	keine Angaben	dreimal jährlich

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich um ungeprüfte schriftliche oder telefonische Verlagsangaben.
* Vgl. Stamm 2000 Presse und Medienhandbuch. Leitfaden durch Presse und Werbung.

Chris heißt die Kinderzeitschrift der Christoffel-Blindenmission. Die Zeitschrift erscheint viermal im Jahr und wendet sich an Kinder zwischen 7 und 12 Jahren. Nach Angaben der Organisation wäre jeder zweite Blinde in der Dritten Welt heilbar. Die Christoffel-Blindenmission setzt sich deshalb insbesondere für Kinder in der Dritten Welt ein, die unter dem „Grauen Star“ leiden oder durch akuten Vitamin A-Mangel zu erblinden drohen. „Chris“ berichtet über diese Kinder in Afrika und anderen Ländern und deren Alltag. Zwei Doppelseiten sind in jeder Ausgabe mit Tierreportagen belegt. Dazu gibt's wie üblich Rätsel, Comics und Leserpost an Christof den Maulwurf. Die Integration der jungen Leser erfolgt über die Präsentation der Ideen von Kindern, wie sie zu Spendengeldern kommen um die Arbeit der Christoffel-Blindenmission zu unterstützen. Die Kinder werden aktiv aufgefordert den Kindern in der Dritten Welt zu helfen, sei es durch Aufklärungsarbeit an den Schulen oder durch das Schreiben an Politiker z.B. mit der Forderung des Schuldenerlasses für die Länder der Dritten Welt.

Eine Zeitschrift für blinde Kinder ab 10 Jahren, wird von der Deutschen Zentralbücherei für Blinde in Leipzig herausgegeben. **Kinderland** – „das pffiffige und spritzige Schülermagazin“ lautet der Titel dieser monatlich erscheinenden

Zeitschrift in Blindenvollschrift. Inhaltlich unterscheidet sie sich nicht von anderen Schülermagazinen: Reportagen, Erzählungen, Witze, Rätsel, Rezepte, Leserbriefe und Poster in Form von Punktreiefs. Viele Artikel sind aus den Schülerzeitschriften Floh und Treff entnommen. Bei den Buchtipps sind immer die speziellen Verlage, mit Telefonnummer angegeben, bei denen die Bücher in Braille-Schrift bestellbar sind. Kinderland ist auch in Schwarzschrift erhältlich. Es handelt sich dabei aber nur um zusammengeheftete Kopien ohne Bilder. Das „Schwarzschrift-Exemplar“ ist als Hilfe für die Eltern der blinden Kinder gedacht.

Das bunte Blatt – „Monatsschrift in einfacher Sprache“ wird vom Berufsverband Deutscher Hörgeschädigtenpädagogen herausgegeben. Die Zeitschrift ist für Gehörlose ab 8 Jahren konzipiert. Kurze Sätze und die einfache Sprache sollen „Das bunte Blatt“ speziell für hörgeschädigte Kinder interessant machen. Die Sätze sind zwar kurz, inhaltlich sind die Texte aber sehr anspruchsvoll. Auffallend gegenüber anderen Kinderzeitschriften ist vor allem die Textmenge! Es werden nur wenige, kleine Bilder abgedruckt, die meisten davon sind schwarz-weiß. Neben den langen Sach- und Erzähltexten findet man viele Lückentexte und Rechenübungen, die auch aus der Grundschule bekannt sind. Mit Rezepten, Witzen und Gesundheitstipps mag das Bunte Blatt vielleicht inhaltlich bunt sein, von der Gestaltung her kann es aber nicht mit anderen Kinderzeitschriften mithalten.

Panda Club ist die Kinderzeitschrift des WWF (World Wide Fund For Nature). Das Umweltmagazin erscheint viermal jährlich in Wien. Die Intention von Panda Club ist es, Kinder über Natur- und Umweltschutzthemen, bedrohte Tierarten und deren Lebensräume zu informieren. Natürlich wird auch über Projekte des WWF in Österreich und dem Rest der Welt berichtet. Die Zeitschrift versucht Hilfestellungen zu geben, wenn Kinder selbst für den Natur- und Umweltschutz aktiv werden wollen bzw. versucht sie natürlich dahingehend zu motivieren! Die Kinder können ihr neu gewonnenes Wissen anhand von Quizfragen testen, die zwischen den Reportagen gestellt werden. Insgesamt ist das Umweltmagazin sehr farbig gestaltet und beinhaltet sehr viele Photos. Tiere in Comicform begleiten die Leser durch den Panda Club.

Die deutsche Version des WWF-Kindermagazins heißt **Young Panda**. Vom Umfang her fällt das monatlich erscheinende Faltblatt, aber wesentlich geringer aus, als der Panda-Club aus dem Nachbarland. Zielgruppe der Mitgliederzeitschrift sind Kinder zwischen 8 und 12 Jahren. Die Hälfte des Faltblattes wird vom Titelthema eingenommen, in dem Kindern sehr detaillierte Informationen geliefert werden. Meistens sind es Projekte des WWF zum Schutz bedrohter Tierarten und deren Lebensräume. Ziel von Young Panda ist es, Kinder für den Schutz von Natur und Umwelt zu begeistern und einzubeziehen. Der jährliche Mitgliedsbeitrag beträgt 30 DM und wird vollständig für ein Naturschutzprojekt eingesetzt, das die jungen Naturschützer selbst aussuchen dürfen.

Eine Gemeinschaftsaktion von Naturschutzbund (NABU) und der Naturschutzjugend (NAJU) ist der Rudi Rotbein Club, der Kinderclub des Naturschutzbundes. Für die Mitglieder dieses Clubs wird dreimal jährlich eine Zeitschrift, mit sehr starkem Aufforderungscharakter, namens **Rudi Rotbein Report** herausgegeben. Außerdem in unregelmäßigen Abständen Sonderhefte, z.B. zum Thema Wald, die auch zu Werbezwecken eingesetzt werden. Mitglieder sind Kinder zwischen 6 und 13 Jahren, die sich aktiv für die Natur einsetzen wollen. Dies geschieht durch von der NAJU organisierte Aktionstage, die auch in der Zeitschrift dokumentiert werden. Oder z.B. die Übernahme einer Bachpatenschaft, deren damit verbundenen Aufgaben im Rudi Rotbein Report vorgestellt werden. Berichte über Tiere werden von vielen Photos begleitet, außerdem können die Kinder ihr Naturwissen anhand der im Anschluss an den Text gestellten Quizfragen messen. Ein schönes Poster, Witze und Bastelanleitungen runden das gelungene Konzept der Zeitschrift mit dem Storch Rudi Rotbein ab.

Natur-Abenteuer mit Pro Natura verspricht die Kinderzeitschrift **Steini**. Sie erscheint in der Schweiz, wird aber auch nach Deutschland verschickt. Steini der Steinbock und Kratzula die Distel, führen die Leser anschaulich durch die Tier- und Pflanzenwelt. Spiele und Preisausschreiben fördern das spielerische Lernen kindgerecht. Unter dem Motto „Achtung, Fertig, Los“ werden Basteltipps gegeben und im „Portrait“ werden Kinder mit ihren Hobbys oder anderen Aktivitäten vorgestellt. Eine gelungene Idee ist die Rolle Steinis als Naturdetektiv: „Macht dich etwas in der Natur stutzig? Möchtest Du ein

Geheimnis lüften? Dann schick mir deine Frage mit einem Photo oder mit einer Zeichnung , ich werde die Untersuchung einleiten“.⁷⁶ Zum Schluss gibt das viermal jährlich erscheinende Naturmagazin Freizeittipps, die die Zielgruppe der 8 bis 12 Jährigen animieren soll, die Natur zu entdecken. Im Anhang befindet sich außerdem eine Adressenliste der Kinder- und Jugendgruppen von Pro Natura.

Kinder, Kinder ist das Heft der Kindernothilfe, das jährlich für Kinder zwischen 6 und 12 Jahren erstellt wird. In jeder Ausgabe ist eines der Länder, in dem die Kindernothilfe Projekte unterstützt, Schwerpunktthema. Im Mittelpunkt der Geschichten steht Robinson, ein deutscher Junge, in Wirklichkeit heißt er natürlich nicht so, aber seine Freunde nennen ihn so. Er besitzt, seit er eines Tages auf dem Dachboden ein geheimnisvolles, dickes, altes Buch gefunden hat: das Zauberbuch. Mit seinem Zauberbuch, das Geschichten von fernen Ländern enthält und mit bunten Bildern zeigt, wie die Menschen, Tiere und Pflanzen dort aussehen, kann er auf Wunsch dort hin reisen. Auf diese Weise entdeckt der Leser das Land aus der Sicht der Kinder. Robinson findet in den Ländern meistens gleichaltrige Freunde, die ihm über die Probleme der dort lebenden Menschen berichten, die vielen Kindern in Deutschland nicht bewusst sind. „Die jungen Leser können den Zusammenhang zwischen Armut und Kinderreichtum, die Gründe für mangelnde bzw. fehlende Schulausbildung, für gesellschaftliche Nichtakzeptanz bestimmter Bevölkerungsgruppen kennen lernen.“⁷⁷ Unter dem Stichpunkt „Hintergrund“ werden dem Leser im Anschluss an die Abenteuer von Robinson Sachinformation zum Thema bzw. Länderinformation (die wichtigsten Daten des jeweiligen Staates: Klima, Religion, Hauptstadt usw.) kindgerecht vermittelt. Für besonders Interessierte oder Multiplikatoren der Kinder- und Jugendarbeit werden Adressen zusammengestellt, die weitere Informationen und Materialien zum Thema geben. Länderbezogen werden Spiele, Rezepte und Basteltipps vorgestellt.

„Kinder, Kinder möchte bei seinen Leserinnen und Lesern Neugier auf andere Länder wecken, Verständnis für andere Lebensweisen hervorrufen und Vorurteile

⁷⁶ Steini Juni 2000, S. 19.

⁷⁷ Zitiert aus: Aiyub, Gunhild: „Mit „Kinder, Kinder“ auf Entdeckungsreise“. In: Grundschule 7-8/1997, S. 20.

gegenüber Menschen anderer Kulturen abbauen“.⁷⁸ Ich denke, dass dies der Kindernothilfe durchaus gelungen ist.

Die Kinderzeitschrift **SAMsolidam** wird in diesem Sommer 20 Jahre alt. „Dritte-Welt-Aktivisten, Pädagogen, Journalisten und Kinderbuchautoren gelang es, in und um die Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt herum eine Zeitung herauszugeben, die den Gedanken der internationalen Solidarität auch in die Kinderzimmer tragen sollte. Fast ist es erstaunlich, dass ein solcher Ansatz 20 Jahre alt werden konnte, erscheint er doch heute reichlich unmodern“.⁷⁹ So schreibt der heutige Herausgeber von SAMsolidam „Fremde Welten“ e.V., anlässlich des 20 jährigen Jubiläums der Kinderzeitschrift. Zwei Jahre zuvor drohte die 50. Ausgabe von SAMsolidam die letzte zu sein: „Ökologischer Kinderzeitschrift droht das Aus“⁸⁰, lautete der Titel eines Internetaufsatzes, in dem händeringend Sponsoren gesucht wurden, da sich die Zeitschrift nur zu 40 Prozent aus den Verkaufserlösen finanzierte! Bis jetzt erschien SAMsolidam viermal jährlich um die Neun- bis Dreizehnjährigen über die Probleme der Dritten Welt, über fremde Kulturen sowie über Umwelt- und soziale Themen in den Industrie- und Entwicklungsländern zu informieren. Aus den finanziellen Gründen, erscheint SAMsolidam möglicherweise in Zukunft nur noch aktionsbezogen, in unregelmäßigen Abständen.

SAMsolidam gliedert sich in jeder Ausgabe in vier Teile, für Kinder also logisch und durchschaubar aufgebaut. „SAM Thema“ ist der Themenschwerpunkt in jedem Heft. Kinder werden zum Thema interviewt. In „SAM-Spezial“ wird der Schwerpunkt des jeweiligen Heftes aufgefächert und vertieft. Besonders beliebt sind in dieser Rubrik die Tierseiten. „Auf fremden Spuren“ entführt Leser und Leserinnen in andere Lebenswelten und ermuntert sie, über den eigenen Tellerrand zu schauen.⁸¹ An dieser Stelle werden auch Buchtipps gegeben um den Kindern die Möglichkeit zu geben, sich weiterführend mit dem Thema auseinander zu setzen. „Spaß mit Gewinn“ lautet das Motto des letzten Teiles, in dem Gemischtes geboten wird. Vom SAMmelsurium über die Rätselseite bis zur Kochseite – alles vorhanden!

⁷⁸ Vgl. ebd., S. 20.

⁷⁹ Zitiert aus: einem Informationsblatt von SAMsolidam, siehe Anhang.

⁸⁰ Vgl. Internetaufsatz (2.8.2000): „Ökologischer Kinderzeitschrift droht das aus“.

⁸¹ Vgl. Prospekt von „Fremde Welten“ e.V.: „Die Geschenk-Idee SAMsolidam – Kinderzeitschrift für Wasserbissler.“

Quasselstrippe – die Zeitschrift der Wölflinge in der Deutschen Pfadfinderschaft Sankt Georg erscheint vier mal jährlich im Georgs-Verlag. Die Zeitschrift zielt auf die Mitglieder der Pfadfinderschaft im Alter von 7 bis 10 Jahren ab. Den Kindern werden Tipps gegeben, die man als Pfadfinder zweifellos beherrschen muss: verschiedene Knoten, der Umgang mit dem Kompass, das Anlegen von Feuerstellen und Rezepte, die sich fürs Zeltlager eignen. Fester Bestandteil der Quasselstrippe sind Berichte der verschiedenen Wölflingsgruppen, sowie Rätsel, Comics und Spiele. Ergänzend dazu schreibt die Redaktion teils aktuelle Artikel z.B. zu den Olympischen Spielen in Sidney oder z.B. über die Kindernachrichtensendung Logo. Neben den Buchtipps findet man auch Surftipps, diese aber nicht regelmäßig. Abschließend bleibt fest zu halten, dass der größte Teil der Zeitschrift im Prinzip nur für Pfadfinder interessant ist.

Das gleiche gilt für die Zeitschrift der Jungpfadfinderinnen und Jungpfadfindern in der Deutschen Pfadfinderschaft Sankt Georg, die **blue-box**. Auch diese Zeitschrift aus dem Georgs-Verlag erscheint vier mal im Jahr und ist sozusagen die Fortsetzung der Quasselstrippe. Sie spricht Mädchen und Jungen im Alter von 10 bis 13 Jahren an. Von der Gestaltung her wesentlich übersichtlicher als die Quasselstrippe berichtet die blue box in der Rubrik „Kids World“ anschaulich über Kinder in anderen Ländern. Die Medientipps nehmen eine volle Doppelseite des Heftes ein. Im „Report“ werden zum Teil aktuelle Themen aufgegriffen, den größten Teil nehmen aber wieder Berichte über die Aktionen der Pfadfinder ein. Für die Mitglieder der Pfadfinderschaft ist die blue-box sicherlich eine sehr interessante und engagierte Zeitschrift.

5.6 Projektzeitschriften

Da Zeitschriften, die in Zusammenarbeit mit Kindern entstehen, ganz selten geworden sind, möchte ich an dieser Stelle zwei Zeitschriften vorstellen, die eher im regionalen Zusammenhang interessant sind. Die Ideen, die dahinter stecken, sind es jedenfalls wert vorgestellt zu werden. Vielleicht bekommt der eine oder andere ja Lust ebenfalls das Projekt Zeitschrift „mit Kindern“ in Angriff zu nehmen!

Spielcasino ist das „Projekt“ einer Bielefelder Hauptschule. Die Herstellung der Spielezeitschrift erfolgt in einer Arbeitsgemeinschaft. Die AG „Spiele und Spielzeitung“ und damit auch Spielcasino, existiert bereits seit August 1979 und erscheint seither zweimal jährlich. Die Kosten werden durch den Verkaufserlös und Werbeeinnahmen gedeckt. Mit diesen Einnahmen werden auch die Spiele bezahlt, die der Leser beim Preisausschreiben gewinnen kann. Ursprünglich war Spielcasino nur für die Schülerinnen und Schüler der eigenen Schule gedacht. Mittlerweile wird die Spielezeitschrift aber auch in mehreren Schulen des Bundesgebietes und im Abonnement „für jedermann“ angeboten. Neben der Vorstellung von Spielen und Spielbüchern enthält die Zeitschrift auch Rätsel und Buchtipps. Lokal mag es auch spannend sein, die Ergebnisse der „Schul-Spiel-Meisterschaft“ zu verfolgen. Unter den gegebenen Voraussetzungen ist natürlich keine sogenannte „professionelle“ Gestaltung möglich. Die Zeitschrift besteht aus zusammengehefteten schwarz-weiß Kopien auf Umpapier.

Der Verein für Kultur von und mit Kindern und Jugendlichen „Karamba Basta“ produziert in Stuttgart einmal im Jahr die **Kinder-Zeitung**. Wie im Vereinsnamen schon deutlich wird, sind die Kinder selbst verantwortlich für den Inhalt ihrer Zeitschrift. Sie berichten über Erlebnisse im Karamba Basta, schreiben Gedichte und Geschichten, über alles was sie gerade bewegt, sei es lustig, traurig oder ärgerlich. Natürlich wird nicht nur geschrieben sondern auch gemalt. Die kleinen Kunstwerke reichen von einzelnen Bildern bis zu kurzen Comics. Rätsel und Witze fehlen auch in einer von Kindern selbst gestalteten Zeitung nicht. Die Texte werden so gedruckt, wie sie bei ihren Betreuern abgegeben werden. D.h. einschließlich Rechtschreib- und Grammatikfehlern. Die Kinder-Zeitung von Karamba Basta gibt es schon seit 1985. Geschrieben wird mit Schreibmaschine, handschriftlich oder mit Bleisatz gedruckt. Das Layout der Zeitung wirkt dadurch etwas unübersichtlich. Möglicherweise stört das, an die Tageszeitung gewöhnte Erwachsene aber mehr als Kinder, die schließlich die Zielgruppe der Kinder-Zeitung sind. Ab September 2000 wird das alte Konzept durch die Errichtung zweier PC-Plätze erweitert. Die Kinder können dann, unter fachmännischer Anleitung, mit Hilfe eines Bildbearbeitungs- und Layoutprogramms alle Stadien des Zeitungserstellens selbst miterleben.

Die Kinder-Zeitung ist für Kinder des Stuttgarter Ostens, dort befindet sich der Sitz der Kultureinrichtung für Kinder, wahrscheinlich interessanter als für andere. Vor allem jedoch, ist sie wichtig für die Kinder von Karamba Basta, denn sie können sich quasi mit jeder Zeile in der Zeitung wiederfinden!

6 Werbezeitschriften

„Auflagenstärkste und damit meistgelesene, einflussreichste Gattung, von Erwachsenen meist übersehen, sind die Werbezeitschriften für Kinder (auch: Kundenzeitschriften oder Thekenliteratur)“.⁸² Die Kundenzeitschriften zählen allgemein zu den Auflagenriesen. Im Gegensatz zu den Zeitschriften, die sich an Erwachsene richten, werben die Kundenzeitschriften für Kinder aber in der Regel nicht direkt für das Produkt oder das Unternehmen, sondern die Werbung erfolgt mehr oder weniger versteckt in Form von Geschichten. Meistens in den von Kindern geliebten Comicgeschichten. Das Ziel der Kundengewinnung und Bindung scheint mit den kostenlosen Kinderzeitschriften jedenfalls aufzugehen. Auch wenn nicht immer etwas gekauft oder abgeschlossen wird, der Vorrat an Zeitschriften für die kleinen Kunden bleibt nie lange erhalten. Und die Kinder verbinden mit dem Unternehmen, das ihnen das kostenlose Vergnügen verschafft, möglicherweise über Jahre positive Gefühle.

Die Aufmachung dieser Hefte ist vielleicht nicht besonders professionell, denn die Herstellungskosten müssen sehr niedrig gehalten werden, als Geschenk jedoch nimmt man dies gern in Kauf. Die Kinder jedenfalls scheint es, der Nachfrage nach zu schließen, nicht besonders zu stören.

Ein Schreiben der AOK bezüglich des Kindermagazins Jojo, fasst die Argumente für eine kostenlose Kinderzeitschrift als Zukunftsinvestition für das Unternehmen, folgendermaßen knapp und treffend zusammen.⁸³

- ✓ Wer heute seinen Produkten für Kinder die nötige Aufmerksamkeit zukommen lassen will...
- ✓ Wer die kaufbeeinflussende Rolle von Kindern in der Familie nutzen möchte...
- ✓ Wer auch noch in einigen Jahren mit seinen Marken für junge Erwachsene Erfolge verzeichnen will...
- ✓ Wer sein Unternehmen auch in den Köpfen der Öffentlichkeit positiv verankern möchte...

... der kommt an den Kindern im Alter von 8 bis 12 Jahren nicht vorbei!

⁸² Zitiert aus: Heidtmann, Horst: Kindermedien, S. 5.

⁸³ Vgl. Schreiben „Das AOK-Kindermagazin jojo baut Markenbewußtsein auf“, siehe Anhang.

Auflagen der Werbezeitschriften im Überblick*:

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
Junior	1.176.000	keine Angaben	monatlich
Knax	1.1405.000	keine Angaben	zweimonatlich
Lurchi	750.000	keine Angaben	zweimonatlich
medizini	2.146.400	keine Angaben	monatlich
Tim und Tini	150.000	keine Angaben	zweimal jährlich
Top fit	51.600	keine Angaben	zweimonatlich

Vgl. Stamm 2000 Presse und Medienhandbuch. Leitfaden durch Presse und Werbung.

6.1 Banken

Knax ist die kostenlose Kinderzeitschrift der Sparkassen. Das Comic-Magazin der jungen Sparkassenkunden erscheint alle zwei Monate. Knax ist der Name der Insel auf der die Knaxianer leben. Auf Knax kämpfen, wie in vielen anderen Comics auch, die trottelligen Bösen gegen die pfiffigen Guten. Der Inhalt der Comicgeschichten lässt aber nicht zwangsläufig auf die werbenden Sparkassen schließen. Der redaktionelle Teil der Zeitschrift besteht aus Rätseln, Witzen, Rezepten, Kleinanzeigen, kurzen Berichten und Freizeitvorschlägen.

Marc und Penny findet man jeden Monat aufs neue kostenlos in den Volks- und Raiffeisenbanken. Der Untertitel der Zeitschrift lautet: Abenteuer, Basteln, Malen, Rätselspaß. Dem ist im Prinzip nichts hinzuzufügen. Die angesprochenen Abenteuer erlebt man mit Marc und Penny in der Comicgeschichte, in denen es meistens um das Thema Geld bzw. Sparen geht.

6.2 Versicherungen

Max & Luzie wird seit 1983 vierteljährlich von der Allianz verteilt. Kieks, ein Erfinder, manövriert sich und die beiden Kinder, mit Hilfe eines „Luftfahrrads nach Tandem-Art mit eingebautem Geheimnis“, immer wieder in spannende Abenteuer der Weltgeschichte. Mal landen sie bei Julius Cäsar, ein anderes mal bei Karl dem Großen. Zu den historischen Comicgeschichten gibt es einen begleitenden Sachteil, in dem die Kinder ihre Geschichtskennntnisse vertiefen können. Der restliche redaktionelle Teil besteht aus Rätseln und Bastel-

anleitungen. Insgesamt eine unterhaltsame Art Kindern die Weltgeschichte näher zu bringen, wobei die historische Authentizität phantasie reich erweitert, oder auf unsere Helden bezogen umgedeutet wird.

6.3 Krankenkassen

TOPfit ist seit 1994 das Kinder-Magazin der Betriebskrankenkasse. Ziel der Zeitschrift für Kinder zwischen 5 und 12 Jahren ist es ihre jungen Leser zu einer gesunden Lebensweise zu erziehen. Natürlich geschieht dies nicht ganz so plakativ, denn schließlich sollen die Kinder Spaß haben an TOPfit! Die Gesundheitsaufklärung erfolgt in Form von Comics, die meiner Meinung nach auf Grund der starken Stereotypisierung nicht besonders gelungen sind, und kurzen aber informativen Artikeln. Durch Medientipps, Bastelanleitungen und Club-Seiten nähert sich das Angebot an das der Kioskzeitschriften an. Themen wie Sport oder Essen und Trinken tauchen neben dem Schwerpunktthema immer wieder auf.

Mit der Zeitschrift **Jojo** versucht die AOK Kinder zwischen 8 und 12 Jahren an die Gesundheitskasse zu binden. Das Ziel, gesunde Lebensweise, ist natürlich das selbe. Der kleine Drache Jolinchen führt durch das Gesundheitsmagazin, bei dem das Comic nur 2 Seiten des 24 Seiten umfassenden Heftes einnimmt. Kinder stehen sehr stark im Mittelpunkt des Konzeptes. Jojo-Leser testen Zahnpasta, Joghurt oder die Wasserqualität von Schwimmbädern oder berichten über ihre Lieblingssportart. Neben den Gesundheitstipps findet man auch brauchbare Tipps für die Schule sowie Spiele, Rätsel und Tier- bzw. Umweltreportagen. Zu beanstanden ist allerdings, dass dem informativen Jojo ein Inhaltsverzeichnis fehlt.

6.4 Apotheken

Medizini – „die pffiffige Zeitschrift aus Deiner Apotheke“ gehört mit ihren Riesenpostern wahrscheinlich zu den begehrtesten Werbezeitschriften überhaupt. Die monatlich erscheinende Kinderzeitschrift ist eine bunte Mischung aus

Gesundheitstipps, Comics, Berichten über Tiere, Witzen und Spielen. Relativ neu ist die Computer-Seite „Pcini“ in medizini. Dort werden den Kindern allgemeine technische „Phänomene“ wie Satellitenübertragung oder Roboter erklärt. Ab und zu wird über aktuelle Ereignisse wie z.B. die Olympischen Spiele berichtet – soweit es Kinder interessiert. Meistens jedoch besteht die Zeitschrift aus überwiegend saisonorientierten Berichten über Umwelt und Gesundheit. Wer bei Problemen - oder am besten gleich zur Vorsorge helfen kann, wird natürlich deutlich!

Junior ist ebenfalls für die jüngsten Kunden der Apotheken. Hier stehen die Gesundheitstipps allerdings eher im Hintergrund. Lieblingsthema des monatlich erscheinenden Magazins sind die Tiere. Junior beinhaltet außerdem lustige Comics, Spiele, Rätsel und Rezepte. Im Gegensatz zu anderen Werbezeitschriften wird nicht deutlich wer der Werbende ist, vielleicht macht es aber gerade deshalb so Spaß Junior zu lesen. Trotzdem sollte aber nicht vergessen werden, wem man das zu verdanken hat. Deshalb findet man auf der letzten Seite viel Platz für den Stempel der jeweiligen Apotheke, denn „Deine Apotheke hat für Junior bezahlt, um dir eine Freude zu machen“.

6.5 Einzelhandel

Tim und Tini ist eine Werbezeitschrift der Buchhandlungen. Zweimal jährlich werden in ihr Neuerscheinungen der Kinderliteratur vorgestellt. Mit den Leseausschnitten soll bei den Kindern Lust auf mehr Lesefutter geweckt werden. Natürlich werden nicht nur Bücher vorgestellt, sondern auch Hörspiele, CD-ROMs, Spiele und Zeitschriften usw. Außerdem locken Gewinnspiele und unter dem Stichwort „Autorenportrait“ kann man ausführlicheres über die bekannten Kinderbuchautoren erfahren.

Die Abenteuer vom Feuersalamander **Lurchi** gibt's kostenlos in den Schuhgeschäften, die die Marke Salamander in ihrem Sortiment führen. Die Firma wurde 1885 gegründet, seit 1937 erscheint Lurchi zweimonatlich plus zwei Sonderausgaben im Jahr. Das Konzept ist immer noch das alte: viele Bilder, der Text in Schreibschrift und in Reimform. Alles dreht sich um die Schuhe und den

Salamander Lurchi, der sie trägt. Er geht aus jedem Abenteuer als Held hervor...“Salamander lebe hoch“ – so lautet der Schlusssatz in jeder Ausgabe der Werbezeitschrift.

7 Online-Zeitschriften

Die Zeitschrift der Zukunft wird vermutlich weiter auf Papier gedruckt. Für Kinder sind Zeitschriften ein Verbrauchsmedium. Die Preise liegen im Taschengeldbereich, und wenn die Zeitschrift durchgelesen ist, landet sie nicht selten im Altpapier. Ein entscheidender Vorteil der Zeitschriften ist ihre Flexibilität. Deshalb wird sie im Bett, in der Badewanne, im Bus und in der 5-Minuten-Pause der Schule gelesen. Oft wird die Zeitschrift auch einfach nur als Sekundärmedium konsumiert. Mit einem Griff hat man schnellen Zugang zu den Informationen. Ein Inhaltsverzeichnis hilft sich zurechtzufinden und bewusst selektiv eine Auswahl zu treffen. Es lohnt sich also, auch wenn man nur wenige Minuten Zeit hat. Für Kinder, denen eine dauerhafte Beschäftigung schwer fällt, ist sie also ein ideales Medium. Auch die Ästhetik von guter Photographie und schönen Illustrationen sollte nicht unterschätzt werden.

Onlinezeitschriften können da nicht in jeder Hinsicht mithalten. Doch auch sie haben für Kinder zweifellos ihre Reize. Zu den Printversionen sind Onlinezeitschriften eine gute Ergänzung. Schon aus Prestige Gründen kann sich heutzutage kaum ein Verlag leisten, nicht im Internet vertreten zu sein. Die meisten Verlage jedoch, stellen ihre Zeitschriften auf der Website nur vor, geben Informationen zu Inhalt und Preis. Von Onlinezeitschrift kann da noch lange nicht die Rede sein. Ich möchte in diesem Kapitel ausschließlich auf gute Onlineauftritte von Zeitschriften eingehen, die ich in meiner Arbeit als „gedruckte Zeitschrift“, in der Marktübersicht berücksichtigt habe.

Natürlich gibt es auch Zeitschriften, die nur Online erscheinen und die in Print auch noch nie vorhanden gewesen sind. Ein gutes Beispiel wäre hier die Onlinezeitschrift „sowieso“ (<http://www.sowieso.de>), die fast schon als Onlinezeitung bezeichnet werden muss. Hier werden Kindern auf interessante und verständliche Art sehr aktuelle Themen vermittelt. In meiner Arbeit kann ich leider nur auf oben genannte Zeitschriften eingehen. Ich möchte aber an dieser Stelle auf das Angebot „Multikids“ (<http://www.multikids.de>) hinweisen. „Multikids“ ist eine Linksammlung für Kinder, in der unter anderem auch Onlinezeitschriften vorgestellt werden.

Die Definition von Onlinezeitschriften ist schwer, ich will es mit dieser Arbeit auch erst gar nicht versuchen. Man kann glaube ich sagen, dass sich diese Version von Zeitschriften noch in der Entwicklung befindet. Schon allein deshalb, weil die Verlage bisher mit ihren Onlineversionen kein Geld verdienen. Es wäre wenig unternehmerisches Denken dabei, Print- und Onlineversion qualitativ gleichrangig zu produzieren, um die eine dann kostenlos zur Verfügung zu stellen. Die meisten Angebote sind deshalb eine Mischung zwischen aufbereiteten Themen, die man auch in den „normalen“ Kinderzeitschriften findet, Linksammlungen und Präsentation des Verlages oder der jeweiligen Organisation usw.

Geolino hat es geschafft nicht nur eine einfallsreiche Kinderzeitschrift zu sein, sondern sich auch im Netz als zusätzliches Angebot interessant zu präsentieren. In verschiedenen Rubriken wie z.B. „Wissen“, „Tiere und Pflanzen“, „Erde & Weltraum“, „Technik & Computer“, „Experimente“ und „Spiele“ werden die bereits erschienen Exemplare von Geolino in der gewohnten pfiffigen Art ausgewertet. Von knappen Berichten bis ausführlichen Reportagen, der Leser entscheidet! Auch an guten Bildern fehlt es nicht. In der Rubrik „Spiele“ stehen den Surfern Möglichkeiten offen, die nur online angeboten werden können, wie z.B. „Memolino“ - das Memory, das mit der Maus gespielt wird. Wer die Zeitschrift Geolino vor dem Surfen noch nicht kannte, wird nach diesem Angebot bestimmt neugierig!

✓ <http://www.geolino.de>

Der Storch **Rudi Rotbein**, der auch durch den Rudi Rotbein Report führt, hatte erst vor kurzem seinen ersten Internetauftritt. Wie in der Zeitschrift erfahren Kinder unter dem Stichwort „Wissen“ die Ursachen von bedrohten Tier- und Pflanzenarten oder Tipps für eine gesunde Ernährung. Die Kinder sollen in Bezug auf das Thema Natur aber nicht nur aufgeklärt werden, sondern sie sollen selbst aktiv werden. „Rudis Mitmachaktion“ gibt Vorschläge wie Kinder sich diesbezüglich engagieren können, sei es eine Unterschriftensammlung gegen die unzumutbaren Zustände der Legebatterien oder „Einfälle gegen Abfälle“. Auf der „Pinnwand“ werden Ideen, Fragen und Erfahrungen, aber auch Brieffreundschaftssuchen der Kinder veröffentlicht. „Spiele und Spaß“ kommen auch nicht zu

kurz: Witze, Bastelvorschläge und Spiele für drinnen und draußen sorgen für Abwechslung. Natürlich werden die Seiten auch dazu genutzt die Naturjugend und ihre Veranstaltungen vorzustellen.

✓ <http://www.rudi-rotbein.de>

Auch **Young Panda**, die Organisation des WWF für Kids greift das Konzept der Zeitschrift im Internet auf und ergänzt es dem Medium gemäß. Die Projekte werden vorgestellt und bei entsprechender Software können sich die Kinder sogar einen Film dazu ansehen. „Brisantissimo“ stellt Themen zur Diskussion und veröffentlicht die Meinungen der Kinder z.B. zum Thema Tierversuche. Die Briefe der Kinder werden im Original gezeigt, die Lesbarkeit wird dadurch leider stark beeinträchtigt! Die Aktionen der Kinder, die sich bereits aktiv bei Young Panda engagieren, werden ausführlich und bildreich dokumentiert.

✓ <http://www.wwf.de>

Jolinchen, der kleine Drachen der AOK, führt durch die Internetseiten der Krankenkasse genauso charmant wie durch das kostenlose Kindermagazin Jojo. Ein Fitness Test soll Kinder zum bewussten Umgang mit ihrem Körper animieren. In „Mach Dich schlau“ finden die gesundheitsbewussten Kids die passenden Tipps. Die Berichte über richtige Ernährung, Fragen zum Körper, Probleme in der Schule und zum Umweltschutz, sind Themen aus dem Jojo Magazin. Witze, Spiele wie z.B. Tiere oder Sportarten erraten und das Comic mit Jolinchen runden das Programm der AOK ab.

✓ <http://www.jolinchen.de>

Als letzte gelungene Ergänzung zur Ausgabe in gedruckter Form, möchte ich die Internetseite der Universum Verlagsanstalt vorstellen. Unter „Was gibt's neues“ können Kinder Berichte über das aktuelle Schwerpunktthema des monatlichen Schülermagazins abrufen. Diese sind aber nicht so ausführlich wie man es von der Zeitschrift **Mücke** gewohnt ist. Eine feste Rubrik des Internetangebots ist „Eure Rechte“, in der die Kinderrechte aufgeführt und erklärt werden. In „Schreib doch mal“ werden die Kinder aufgefordert über Dinge, die ihnen missfallen oder besondere Projekte an denen sie teilnehmen, zu berichten.

Kreativität verbirgt sich hinter dem Button „Eure Geschichten“. Dort werden die von Kindern selbst geschriebenen Geschichten veröffentlicht. Witze, Spiel und Spaß kommen auch in diesem Angebot nicht zu kurz. Die Seiten zu **Rudis Rabenteuer** überschneiden sich teilweise mit dem Angebot von Mücke. Zusätzlich ist nur der „7stein-Tipp“ mit Bastelideen und der Link zu „Siebenstein TV“.

✓ <http://www.universum.de>

8 Annotierte Empfehlungen

Für die Empfehlungsliste wurden nur diejenigen Kinderzeitschriften ausgewählt, die die jungen Leser in ihrer Entwicklung fördern. Der Sinn einer Zeitschrift ist nicht oberflächliche Beschäftigung! Durch das inhaltliche Angebot und die Art der Vermittlung sollen die Kinder ernst genommen werden. Sachliche Informationen sollen korrekt und verständlich vermittelt werden, aber auch dem Sprachniveau der jeweiligen Zielgruppe angepasst sein. In den Geschichten wäre es wünschenswert, dass der Alltag von Kindern aufgegriffen wird, dass sie sich wiederfinden können. Unterhaltung und Spaß sollen trotzdem nicht vernachlässigt werden. Die wenigsten Kinder werden sich sonst mit dem Magazin beschäftigen, da Unterhaltung ebenso zu den Bedürfnissen von Kindern zählt, die befriedigt werden wollen.

Auch das Layout sollte einigermaßen stimmig sein. Kinder sind in dieser Hinsicht heutzutage optisch an einen sehr hohen Standard gewöhnt. Ein konzeptionell sehr gelungenes Heft wird sich mit einem langweiligen Layout sicherlich schwer tun. Die bunten Kioskzeitschriften erreichen wegen ihres professionellen Layouts, über das sich aber auch streiten lässt, sehr hohe Auflagenzahlen. Leider konnten sich vom Konzept her nur sehr wenige für die Empfehlungsliste „qualifizieren“. Das wird dem Verkauf dieser Zeitschriften aber keinen Abbruch tun, das kommerzielle Angebot wird sich auch in Zukunft gut verkaufen. Denn leider wird vor allem das gekauft, was sich leicht konsumieren lässt.

Die annotierten Empfehlungen im Internet, sind wie auch in der vorliegenden Arbeit, in folgende Kategorien eingeteilt:

- ✓ Kioskzeitschriften
- ✓ Abonnementzeitschriften
- ✓ Werbezeitschriften
- ✓ Onlinezeitschriften

Die Empfehlungsliste wurde den „Medientipps“ des Instituts für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) angegliedert. Mit dem Webangebot des Instituts sollen vor allem Multiplikatoren der Kinder- und Jugendarbeit erreicht werden.

Mit der von mir erstellten Website sollen sich sowohl Personen die sich mit Kinder- und Jugendliteratur beschäftigen, als auch Eltern einen Überblick über das derzeitige Angebot an Kinderzeitschriften verschaffen können.

Auf der CD-ROM im Anhang sind die Internetseiten gespeichert, die auch unter **<http://www.hbi-stuttgart.de/ifak/serv.htm>** online abrufbar sind.

9 Resümee

Vielleicht ist es am Ende dieser Arbeit klarer, weshalb ich die Kinderzeitschriften nach ihren Vertriebswegen sortiert habe. Schließlich sind in den verschiedenen Vertriebswegen auch unterschiedliche Konzepte erkennbar.

Die Kioskzeitschriften arbeiten immer häufiger mit Figuren, die aus anderen Medien, insbesondere dem Fernsehen bekannt sind. Vor allem die bei Kindern sehr beliebten Zeichentrickfiguren werden sehr stark im Medienverbund vermarktet. Das Ende der Serien wird dann auch das Ende der begleitenden Zeitschrift bedeuten. Und mit der nachfolgenden Serie entsteht wiederum eine neue Zeitschrift. Auf RTL 2 wird seit einigen Wochen die neue Serie „Digimon“ (Digital Monsters) ausgestrahlt. Da der Dino Verlag in dieser Hinsicht besonders „auf Zack“ ist, erschien zum Oktober bereits die erste Zeitschrift mit gleichnamigem Titel. Als ich mir die Zeitschrift anschauen wollte, waren bereits alle Exemplare vergriffen. Die Dino entertainment AG wird voraussichtlich auch wieder mit dieser Zeitschrift ein gutes Geschäft machen, solange die Kids von der Serie begeistert sind. Hier wird deutlich, dass diese Zeitschriften Geschäftsideen sind. Es steckt kein pädagogisches Konzept dahinter, sondern eine Marketing-Strategie! So wie bei den Zeitschriften für Erwachsene, die reißerischen Überschriften für Aufmerksamkeit sorgen sollen, sind es bei den Kinderzeitschriften die Farben. Die Aufmachung ist beim Verkauf am Kiosk entscheidend, die Kinder entscheiden schnell, Inhalte treten erst mal in den Hintergrund!

Nur wenige qualitativ hochwertige Zeitschriften, wie z.B. GEOlino, schaffen es, sich gegen das zumeist flache Angebot, das leicht konsumierbar ist, zu etablieren.

Ganz im Gegenteil zu dem Zeitschriftenangebot am Kiosk, das ständig in Bewegung ist, scheint das Angebot der meist abonnierten Schülerzeitschriften, still zu stehen. Seit Jahren hat sich kein neuer Verlag und kein neuer Titel in diesen Bereich gewagt. Kein Wunder, denn er wirft ganz offensichtlich finanziell nicht so viel ab wie Zeitschriften, die im Medienverbund vermarktet werden. Die Auflagenzahlen werden von den Verlagen oft nicht preisgegeben, da sie sich neben den Auflagen der Kioskzeitschriften denkbar schlecht präsentieren würden.

Die Zahl der Abonnenten ist dafür relativ konstant. Sind die Kinder erst mal von der Zeitschrift und ihrem Inhalt überzeugt, investieren sie gerne Zeit und Aufmerksamkeit.

Auch im Bereich der Werbezeitschriften für Kinder herrscht eher Stagnation vor. Die Auflagenhöhe und die Beliebtheit bereits existierender Zeitschriften ist nach wie vor hoch, ich konnte bei meinen Recherchen aber keine neuen Zeitschriften ausfindig machen. Alle von mir vorgestellten Werbezeitschriften sind schon seit Jahren auf dem Markt. Die meisten davon habe ich selbst schon als Kind gelesen. Der Boom von kostenlosen Werbezeitschriften wird nach meiner jetzigen Erfahrung erst bei den Jugendlichen deutlich. Sehr oft bekam ich bei meinen Anfragen nach kostenlosen Kinderzeitschriften ein positives „Ja“ als Antwort und musste später enttäuscht feststellen, dass es sich hierbei ganz eindeutig um eine Jugendzeitschrift handelte. Offensichtlich schenken die Mitarbeiter den Heftchen wesentlich weniger Beachtung als ihre jungen Kunden.

Im Bereich der Mitgliederzeitschriften ist es schwer Aussagen zu früheren Entwicklungen und künftigen Tendenzen zu machen. „Die Forschungslage zur Kinder- und Jugendzeitschrift ist als desolat und desaströs zu bezeichnen“⁸⁴. Wenn diese Aussage auf Kinder- und Jugendzeitschriften insgesamt zutrifft, so muss sie, was die Mitgliederzeitschriften betrifft, wohl noch etwas theatralischer ausfallen. Mitgliederzeitschriften sind kaum erfasst, das heißt man trifft eher zufällig auf sie. Die Zeitschriften von Vereinen, Verbänden und Organisationen, die im fünften Kapitel vorgestellt wurden, sind nicht alle die man auf dem Markt entdecken kann. In dieser Gruppe sind sicherlich die größten Lücken meiner Marktübersicht zu finden. Viele Vereine und Organisationen verzichten aber auch ganz darauf für Kinder eine eigene Zeitschrift herzustellen. Im Zeitalter des Internets müssen sich die Kinder mit einigen Kinderseiten auf der Homepage der Organisation begnügen. Auch große Organisationen wie Amnesty International, Terre des Hommes oder Greenpeace geben keine, zumindest keine periodisch erscheinende Zeitschrift für Kinder heraus.

⁸⁴ Zitiert aus: Lange, Günter (Hrsg): Taschenbuch der Kinder- und Jugendliteratur/ Band 2, S. 653.

Zeitschriften erfreuen sich ganz allgemein großer Beliebtheit. Sie sind verhältnismäßig billig und die Informationen sind meist so komprimiert, dass man in sehr kurzer Zeit relativ viel zu einem Thema erfahren kann. Wir sind das vom Fernsehen so gewöhnt und oft auch gar nicht bereit mehr Zeit zu investieren. Hinzu kommt die flexible Handhabung.

Auch Kinder wissen diese Vorzüge zu schätzen. Und deshalb wird das Medium Kinderzeitschrift für ihre Leser weiterhin einen großen Stellenwert einnehmen. Auch wenn dieses Interesse von vielen Erwachsenen nicht wahrgenommen wird und die Bedeutung von der Forschung ebenfalls nicht aufgegriffen wird.

Ich hoffe, es wurde in der Marktübersicht deutlich, dass das Angebot an Kinderzeitschriften in vielerlei Hinsicht nicht besonders vielfältig, jedoch zahlreich ist. Wer hätte gedacht, dass auf die Kids des neuen Jahrtausends über 100 Zeitschriften warten?

10 Literaturverzeichnis

Monographien

Taschenbuch zur Kinder- und Jugendliteratur, Bd. 2 / hrsg. Von Günter Lange. – Baltmannsweiler: Schneider Verlag. Hohengehren, 2000.

Sommer, Michael:
Die Kinderpresse in der Bundesrepublik Deutschland: Angebot, Konzepte, Formen, Inhalte. Hamburg: Kovac, 1994.

Baacke, Dieter/ Laufer, Jürgen:
Nicht nur schöner Schein – Kinder- und Jugendzeitschriften in Deutschland. Übersicht und Empfehlungen. Bielefeld, 1994.

Kinder- und Jugendzeitschriften/ [Hrsg.: Deutsches Jugendmedienwerk. Verantw. Red.: Günter Bergmann]. – Mainz: Deutsches Jugendmedienwerk, 1998.

Von Almanach bis Zeitung: ein Handbuch der Medien in Deutschland 1700-1800 / hrsg. von Ernst Fischer. – München: Beck, 1999.

Thoma, Christoph:
Das „wohltemperierte Kind“ – Wie Kinderzeitschriften Kindheit form(t)en. Frankfurt am Main; Bern; New York; Paris : Lang, 1992. (Europäische Hochschulschriften: Reihe 22, Soziologie; Bd. 228)

Heidtmann, Horst:
Kindermedien. – Stuttgart: Metzler, 1992.

Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (Hg): Jim, 98. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchungen zum Medienumgang 12 bis 19jähriger in Deutschland, Baden-Baden 1998.

Pedemonte, Martina:
Print oder Online? Jugendzeitschriften im Zeitalter der elektronischen Medien. Untersuchungen zu aktuellen Marktentwicklungen mit annotierten Empfehlungen, Dipl.-Arbeit an der Fachhochschule Stuttgart, Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen, Stuttgart 1999.

Reuter, Petra:
Kinderzeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland. Untersuchungen zum aktuellen Angebot mit Empfehlungen für den Bestandsaufbau und Anregungen zur Programmarbeit. Dipl.-Arbeit an der Fachhochschule Stuttgart, Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen, Stuttgart 1990.

Hahn, Marion:

Zeitschriftenlandschaft Deutschlands: Grundlegende Strukturen, aktuelle Entwicklungen. Dipl.-Arbeit an der Fachhochschule Stuttgart, Hochschule für Medien und Druck, Stuttgart 1998.

Stiftung Lesen: Jugendliche und Zeitschriften. Ergebnisse der Untersuchung der Stiftung Lesen für die Stiftung Presse-Grosso, Mainz 2000.

Stiftung Lesen/ Stiftung Presse-Grosso: Zeitschriften in der Schule. Arbeitshilfen für Schule und Jugendbildung, Mainz 1999.

Bleis, Thomas:

Erfolgsfaktoren neuer Zeitschriften. Empirische betriebswirtschaftliche Untersuchungen zur Entwicklung und Markteinführung von Publikumsiteln. München: Verlag Reinhard Fischer, 1996.

Lange, Rainer/ Didszuweit, Rainer J.:

Kinder, Werbung und Konsum. Theoretische Grundlagen und didaktische Anregungen. Frankfurt a. M.: Gemeinschaftswerk der Ev. Publizistik und Offenbach: Jünger Verlag, 1997.

Bremenfeld, Eckhard:

Fachwissen Zeitungs- und Zeitschriftenverlage. Leitfaden für Verlagsberufe und Quereinsteiger. Düsseldorf: Springer-VDI-Verlag GmbH, 1998.

Vogel, Andreas:

Die populäre Presse in Deutschland. Ihre Grundlagen, Strukturen und Strategien. München: Verlag Reinhard Fischer, 1998.

Spracherwerb und Mediengebrauch/ hrsg. Von Neumann, Klaus und Charlton, Michael. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1990.

Straßner, Erich:

Zeitschrift. Grundlagen der Medienkommunikation Band 3. Tübingen: Max Niemeyer Verlag GmbH, 1997.

Presse-Porträts Herbst 1999: Zeitungen, Zeitschriften, Romane, Rätsel, Comics, Sonderhefte, Taschenbücher. Hamburg: Presse Fachverlag GmbH, 1999.

Stamm 2000. Presse und Medienhandbuch – Leitfaden durch Presse und Werbung, 53 Ausgabe, Essen: Stamm Verlag, 2000.

Artikel in Sammelwerken und Zeitschriften

Geretschlaeger, Ingrid: Zeitschriften für Kinder im Vorschulalter

In: Handbuch Medienerziehung im Kindergarten. Teil 2: Praktische Handreichungen Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.). Red.: Christine Feil. 1994, S. 283-293.

Gangloff, Tillmann P.: Qualität nur im Abonnement: der Markt für Kinderzeitschriften.

In: Medien und Erziehung H.5 1994, S. 300-304.

Kaminski, Winfried: Von der „Jugendlust“ zur „Flohkiste“.

In: Grundschule (Westermann) H.7/8 1997, S. 19.

Kaminski, Winfried: Kinderzeitschriften – ein verkanntes Medium.

In: Grundschule (Westermann) H.7/8 1997, S.8.

Aiyub, Gunhild: Mit „Kinder, Kinder“ auf Entdeckungsreise.

In: Grundschule (Westermann) H.7/8 1997, S. 20.

Gärtner, Hans: Die evangelische Kinderzeitschrift „Benjamin“: den Nerv der Kinder treffen.

In: Grundschule (Westermann) H.7/8 1997, S. 21-22.

Dolle-Weinkauff, Bernd: Comics am Kiosk: Entwicklungen, Angebote und Trends im Zeitschriftenmarkt.

In: Grundschule (Westermann) H.7/8 1997, S. 23-25.

Diebold, Petra: „Der Bunte Hund“: eine Zeitschrift in den besten Jahren.

In: Grundschule (Westermann) H.7/8 1997, S. 117.

Filzek, Jutta: Lesen lernt man nicht nur durch Bücher: „Mücki und Max“ und „Mücke“.

In: Grundschule (Westermann) H.7/8 1997, S. 18-19.

Sommer, Michael: Von Spatzen, Flöhen und andren Tieren: die Kinderzeitschrift – ein Lesemedium für zwischendurch.

In: Grundschule (Westermann) H.7/8 1997, S. 9-13.

Leuschner, Heike/ Sölter, Susanne: Was raschelt da im Blätterwald?: Einblicke in Kinder- und Jugendzeitschriften.

In: Bulletin Jugend + Literatur H.9 1998, S. 15-21.

Reuter-Bulach, Petra: Das Kinderzeitschriftenangebot in der Bundesrepublik Deutschland.

In: Informationen Jugendliteratur und Medien H.2 1991, S.64-79.

Stelze, Josef: Auf Comics abgefahren.

In: Werben und Verkaufen H.41 1998, S. 182-184.

Schirmer, Elke: Harte Zeiten auch für Mädchentitel.

In: Werben und Verkaufen H.9 1999, S. 127.

Kübler, Hans-Dieter: Kinder und Medien.

In: Medien Praktisch H.84 1997, S. 67/68.

Buck, Siegfried: Kinderzeitschriften für das Grundschulalter.

In: Grundschulunterricht H.4 1994, S. 13-17.

Aufenanger, Stefan: Kinder- und Jugendmedienschutz.
In: Medien Praktisch H.90 1999, S. 4-7.

Meier, Bernhard: Leseverhalten im Zeitalter einer Revolution der Medien.
In: Deutschunterricht H.6 1991, S. 402-409

Vollbrecht, Ralf: Die Wirkung von Werbung – eine systemtheoretische
Betrachtung.
In: Medien Praktisch H.84 1997, S. 23-26.

„Kinder sind keine Konsum-Idioten“.
In: Werben und Verkaufen H.29 1993.

Internet

IVW-Auflagenmeldungen ausgewählter Kinderzeitschriften, Quartale 2/1997 bis
2/2000. URL: <http://www.pz-online.de> (Stand: September 2000)

Media-Daten Interaktiv. URL: <http://www.media-daten.de>

Der Benjamin unter den GEP-Publikationen: „Amalie kennt fast jeder“.
URL: <http://www.gep.de/gepinfo/info198/198info05.html> (Stand: August 2000)

„Werbegipfel in der Vorweihnachtszeit“ – Studie von SOFIA zum Kinder- und
Jugendschutz. URL: <http://www.fh-darmstadt.de/presse/pm18.htm>
(Stand: August 2000)

„Ökologischer Kinderzeitschrift droht das Aus“.
URL: <http://www.naturkost.de/meldungen/980720c.htm> (Stand: August 2000)

Homepage „Licht im Osten“: Tropinka – die russische Kinderzeitschrift.
URL: http://www.lio.org/deutsch_tropinka.htm (Stand: September 2000)

Informationsmaterialien der Verlage

Porträts 2000 – Kinder- und Jugendzeitschriften: Verlagsgruppe Lübbe Bastei.

Egmont Ehapa Verlag Präsentiert Comics mit Charakter 2000.

Tarifunterlagen 2000 Egmont Ehapa Verlag: Micky Maus & Kollegen.

Egmont Ehapa Verlag präsentiert: Kids Verbraucher Analyse 1999 – Junge
Zielgruppen 6 bis 17 Jahre. Egmont Ehapa Verlag: Kompetenz im jungen Markt.

Dino entertainment: „up to date“ – was geht im Frühjahr 2000 bei Dino im
Magazin-Bereich so alles ab?!

Geschäftsbericht 1999. Dino entertainment AG – Erfolg in Serie.

Vorhang Auf – Zeitschrift für Kinder und Eltern. Gesamtprospekt 1999/2000: Waldow Verlag.

Young Panda WWF – Mitmachen ist angesagt! Für alle Kids und Teens, denen es nicht egal ist, was mit unserer Welt geschieht!

OZ Verlag: Philipp Preisliste Nr. 1/2000. Gültig ab 1.1.2000.

Die Geschenk-Idee: Samsolidam – Kinderzeitschrift für Wasserbissler. Eine Zeitschrift, an die sich ihr Kind als erwachsener noch gerne erinnern wird.

Kläx Magazin für Kinder. Preisliste Nr.: 5/2000: Bundes-Verlag GmbH.

GEOLINO – das Erlebnis-Heft. Die innovative Kinderzeitschrift 2000: Gruner + Jahr.

„Achtung Media Aktive Daten“ – Mediadaten 2000: Computec Media.

Anhang

Alphabetisches Titelverzeichnis

Barbie	Mädchenzeitschrift Ehapa Verlag Monatlich, dienstags 36 Seiten 4,20 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Benjamin	Evangelische Zeitschrift Gemeinschaftswerk der Ev. Publizistik Monatlich 20 Seiten Jahresabonnement 39,60 DM DIN A4
Benjamin Blümchen	Vorschulzeitschrift Ehapa Verlag Monatlich, donnerstags 40 Seiten 4,20 DM 215 mm Breite x 290 mm Höhe
Benni und Teddy	Schülerzeitschrift Sailer Verlag Monatlich 40 Seiten + 8 Seiten Bastelbogen Jahresabonnement 48 DM 205 mm Breite x 270 mm Höhe
Bibi Blocksberg	Mädchenzeitschrift Ehapa Verlag Monatlich, donnerstags 40 Seiten 4 DM 215 mm Breite x 290 mm Höhe
Biene Maja	Vorschulzeitschrift Junior Publishing (Ehapa Verlag/ EM.TV) Monatlich 32 Seiten 4,20 DM DIN A4

Bimbo der kleine Tierfreund	Schülerzeitschrift Sailer Verlag Monatlich 28 Seiten Jahresabonnement 39,60 DM 206 mm Breite x 272 mm Höhe
Blue-box	Mitgliederzeitschrift Georgs Verlag Vierteljährlich 16 Seiten Für Mitglieder kostenlos 205 mm Breite x 290 mm Höhe
Bummi	Vorschulzeitschrift Verlagsunion Pabel-Moewig Monatlich 40 Seiten 4 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Bussi Bär	Vorschulzeitschrift Verlagsunion Pabel-Moewig Monatlich 40 Seiten 4 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Chris	Mitgliederzeitschrift Christoffel Blindenmission Vierteljährlich 16 Seiten Kostenlos 150 mm Breite x 210 mm Höhe
Cool & Crazy	Rätselzeitschrift Dino Verlag Monatlich 36 Seiten 3,50 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Das Bunte Blatt	Mitgliederzeitschrift Schreiber Verlag Monatlich 16 Seiten Einzelheft 2,50 DM 205 mm Breite x 290 mm Höhe

Das megaverrückte Rätselding	Rätselzeitschrift Martin Kelter Verlag Monatlich 66 Seiten 3 DM 210 mm Breite x 270 mm Höhe
Der Bär im großen blauen Haus	Vorschulzeitschrift Junior Publishing (Ehapa Verlag/ EM.TV) Monatlich 26 Seiten 4,90 DM Form eines Hauses, ca. 215 mm auf 240 mm
Der Bunte Hund	Literaturzeitschrift Beltz & Gelberg Dreimal jährlich 64 Seiten Einzelheft 12,80 DM Jahresabonnement 30 DM 210 mm Breite x 275 mm Höhe
Die Maus	Vorschulzeitschrift Bastei Lübbe Monatlich 40 Seiten 4 DM 215 mm Breite x 275 mm Höhe
Die Sternsinger	Katholische Zeitschrift Bonifatiuswerk der Dt. Katholiken Vierteljährlich 24 Seiten Für Mitglieder kostenlos 225 mm Breite x 180 mm Höhe
Die Trommel ruft	Überkonfessionelle Zeitschrift Deutsche Missions Gemeinschaft Zweimonatlich 6 Seiten Abonnement auf Spendenbasis Gefaltetes DIN A4 Blatt
Disney und Du	Vorschulzeitschrift Egmont Ehapa Verlag Monatlich 36 Seiten 4,20 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe

Disneys Kleine Tierfreunde	Natur- und Umweltzeitschrift Egmont Ehapa Verlag Monatlich, dienstags 36 Seiten 3,90 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Floh 3./4. Klasse	Schülerzeitschrift Domino Verlag Zweiwöchentlich 28 Seiten Einzelheft 4,70 DM Im Abonnement 3,80 DM 210 mm Breite x 300 mm Höhe
Floh ab der 5. Klasse	Schülerzeitschrift Domino Verlag Zweiwöchentlich 32 Seiten Einzelheft 4,70 DM Im Abonnement 3,80 DM 210 mm Breite x 300 mm Höhe
Flohkiste 1 und 2 Klasse	Schülerzeitschrift Domino Verlag Zweiwöchentlich 28 Seiten Einzelheft 4,70 DM Im Abonnement 3,80 DM 210 mm Breite x 300 mm Höhe
Freund der Kinder	Evangelische Zeitschrift Christliche Verlagsgesellschaft Wöchentlich 4 Seiten Pro Quartal 4,95 DM 150 mm Breite x 210 mm Höhe
Funcolor	Computerzeitschrift Pro Verlag Zweimonatlich 52 Seiten 4,90 DM DIN A4

Games and more	Computerzeitschrift Computec Media Zweiwöchentlich 76 Seiten 3,90 DM 210 mm Breite x 297 mm Höhe
Geolino	Natur- und Umweltzeitschrift Gruner + Jahr Zweimonatlich 84 Seiten Einzelheft 5,90 Im Abonnement 5 DM 210 mm Breite x 270 mm Höhe
Girl's Club	Mädchenzeitschrift Dino Verlag Monatlich 36 Seiten 3,90 DM 230 mm Breite x 300 mm Höhe
Go für Gott	Evangelische Zeitschrift Liebenzeller Mission Zweimonatlich 24 Seiten Kostenlos 165 mm Breite x 235 mm Höhe
Gold Bärchi	Vorschulzeitschrift Verlagsunion Pabel-Moewig Zweimonatlich 40 Seiten 4 DM 210 mm Breite x 285 mm Höhe
Gute Zeiten Schlechte Zeiten	TV-Serienzeitschrift Dino Verlag Monatlich 60 Seiten 4,90 DM 210 mm Breite x 275 mm Höhe
Guter Start	Evangelische Zeitschrift Bibellesebund/ Bundes-Verlag Vierteljährlich 68 Seiten Jahresabonnement 14,60 DM Einzelheft 3,95 DM 150 mm Breite x 210 mm Höhe

GZSZ Glamour	TV-Serienzeitschrift Dino Verlag Vierteljährlich 52 Seiten 6,90 DM 230 mm Breite x 300 mm Höhe
GZSZ Rätselpass	TV-Serienzeitschrift Dino Verlag Monatlich 36 Seiten 4,90 DM 210 mm Breite x 275 mm Höhe
Hoppla	Vorschulzeitschrift Weltbild Verlag Monatlich 40 Seiten Einzelheft 5 DM Jahresabonnement 60 DM 230 mm Breite x 260 mm Höhe
Jahrbuch Sternsinger	Katholische Zeitschrift Päpstliches Missionswerk Einmal jährlich 48 Seiten Einzelheft 3 DM 210 mm Breite x 295 mm Höhe
Jojo	Werbezeitschrift AOK – die Gesundheitskasse Zweimonatlich 24 Seiten Kostenlos DIN A5
Jugendfreund	Evangelische Zeitschrift Aue-Verlag Wöchentlich 4 Seiten 10 Stück 4 DM 210 mm Breite x 285 mm Höhe
Jungschar	Evangelische Zeitschrift Born-Verlag Monatlich 24 Seiten Jahresabonnement 14,40 DM Einzelheft 1,20 DM 165 mm Breite x 210 mm Höhe

Junior	Werbezeitschrift Apotheke Monatlich 32 Seiten Kostenlos 128 mm Breite x 177 mm Höhe
Kids Zone	Computerzeitschrift Computec Media Monatlich 72 Seiten 3,90 DM 210 mm Breite x 297 mm Höhe
Kinder, Kinder	Mitgliederzeitschrift Kindernothilfe E.V. Jährlich 12 bis 16 Seiten Kostenlos 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Kinderland	Mitgliederzeitschrift Dt. Zentralbücherei für Blinde Monatlich 66 Seiten Jahresabonnement 30 DM 270 mm Breite x 340 mm Höhe
Kinder Rätsel	Rätselzeitschrift Martin Kelter Verlag Monatlich 66 Seiten 3 DM 210 mm Breite x 270 mm Höhe
Kinder-Zeitung	Projektzeitschrift Karamba Basta e.V. Jährlich 4 –12 Seiten Einzelheft 1 – 2 DM DIN A3
KIZ für Kids	Evangelische Zeitschrift Bundes-Verlag GmbH Wöchentlich 4 Seiten Jahresabonnement 24 DM 170 mm Breite x 250 mm Höhe

Kläx	Evangelische Zeitschrift Bundes-Verlag Vierteljährlich 56 Seiten Jahresabonnement 21 DM DIN A4
Knax	Werbezeitschrift Sparkasse Zweimonatlich 36 Seiten Kostenlos 180 mm Breite x 260 mm Höhe
Lissy	Pferdezeitschrift Verlagsunion Pabel-Moewig Monatlich 52 Seiten 3,40 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Löwenzahn	Natur- und Umweltzeitschrift Egmont Ehapa Verlag Monatlich 36 Seiten 4,20 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Lurchis Abenteuer	Werbezeitschrift Schuhgeschäft Zweimonatlich 8 Seiten Kostenlos 140 mm Breite x 195 mm Höhe
Mach mit	Schülerzeitschrift Velber im OZ Verlag Monatlich 32 Seiten Jahresabonnement 53,40 DM Einzelheft 5,50 DM 205 mm Breite x 280 mm Höhe
Marc & Penny	Werbezeitschrift Volks- und Raiffeisenbanken Monatlich 16 Seiten Kostenlos 190 mm Breite x 270 mm Höhe

MausKlick	Computerzeitschrift Ehapa Verlag Monatlich, dienstags 84 Seiten 4,20 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Max und Luzie	Werbezeitschrift Allianz Versicherungen Vierteljährlich 24 Seiten Kostenlos 200 mm Breite x 270 mm Höhe
Medizini	Werbezeitschrift Apotheke Monatlich Unterschiedlich Kostenlos Gefaltetes Riesenposter auf DIN A4
Meine Welt	Evangelische Zeitschrift Gütersloher Verlagshaus Monatlich 8 Seiten Jahresabonnement 19,80 DM 210 mm Breite x 295 mm Höhe
Micky Maus	Comiczeitschrift Egmont Ehapa Verlag Jede Woche donnerstags 68 Seiten 3,20 DM 175 mm Breite x 260 mm Höhe
Minipost	Katholische Zeitschrift Patmos Verlagshaus Monatlich 32 Seiten Jahresabonnement 33,60 DM Einzelheft 3,80 DM 200 mm Breite x 280 mm Höhe
Minnie – Mädchen mittendrin	Mädchenzeitschrift Egmont Ehapa Verlag Monatlich 68 Seiten 4,20 DM 215 mm Breite x 275 mm Höhe

Minnie Comics	Mädchenzeitschrift Egmont Ehapa Verlag Zweiwöchentlich, dienstags 52 Seiten 3,60 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Mücke mit logo Magazin	Schülerzeitschrift Universum Verlagsanstalt Monatlich 36 Seiten Jahresabonnement 49,80 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Nicki	Evangelische Zeitschrift Born-Verlag 44 mal im Jahr 6 Seiten Jahresabonnement 18 DM DIN A5
N-Zone	Computerzeitschrift Computec Media Monatlich 76 Seiten 3,90 DM 210 mm Breite x 297 mm Höhe
O! Kay!	Schülerzeitschrift + Hörkassette Domino Verlag Monatlich 32 Seiten Einzelheft 12,80 DM Im Abonnement 10,50 DM 210 mm Breite x 300 mm Höhe
Olli und Molli	Schülerzeitschrift Sailer Verlag Monatlich 24 Seiten Jahresabonnement 42 DM 206 mm Breite x 272 mm Höhe
Panda Club	Mitgliederzeitschrift WWF Österreich Vierteljährlich 16 Seiten Für Mitglieder kostenlos 210 mm Breite x 280 mm Höhe

Patti	Rätselzeitschrift Martin Kelter Verlag Monatlich 66 Seiten 3 DM 210 mm Breite x 270 mm Höhe
Philipp	Vorschulzeitschrift OZ Verlag Zweimonatlich 70 Seiten 5,80 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Pico	Katholische Zeitschrift Steyler Missionare Monatlich 40 Seiten Einzelheft 2,75 DM 200 mm Breite x 285 mm Höhe
Pokémon	Comiczeitschrift Diamond Publishing (Vertrieb in der BRD durch Ehapa Verlag) Monatlich 28 Seiten 5,90 DM 210 mm Breite x 260 mm Höhe
Prinzessin	Mädchenzeitschrift Egmont Ehapa Verlag Monatlich 36 Seiten 5,20 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Pumuckel	Vorschulzeitschrift Dino Verlag Monatlich 36 Seiten 4,20 DM 215 mm Breite x 300 mm Höhe
Quasselstrippe	Mitgliederzeitschrift Georgs Verlag Vierteljährlich 16 Seiten Für Mitglieder kostenlos 205 mm Breite x 290 mm Höhe

Regenbogen	Katholische Zeitschrift Diozese Gurk Wöchentlich 16 Seiten Jahresabonnement 25 DM Einzelheft 0,80 DM DIN A5
Rudis Rabenteuer	Schülerzeitschrift Universum Verlagsanstalt Monatlich 36 Seiten Jahresabonnement 49,80 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Rudi Rotbein	Mitgliederzeitschrift Naturschutzbund Dreimal jährlich plus Sonderhefte Ca. 20 Seiten Für Mitglieder kostenlos 200 mm Breite x 265 mm Höhe
Sailor Moon	Mädchenzeitschrift Egmont Ehapa Verlag Zweiwöchentlich 68 Seiten 3,90 DM 170 mm Breite x 250 mm Höhe
SAMsolidam	Mitgliederzeitschrift „Fremde Welten“ e.V. Vierteljährlich 30 Seiten Einzelheft 6 DM 210 mm Breite x 297 mm Höhe
Schlümpfe	Comiczeitschrift Bastei Lübbe Monatlich 36 Seiten 4 DM 215 mm x 275 mm Höhe
Sesamstrasse	Vorschulzeitschrift Panini Verlags GmbH Monatlich 28 Seiten 4,20 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe

Simpsons	Comiczeitschrift Dino entertainmant AG Monatlich 56 Seiten 3,90 DM 173 mm Breite x 255 mm Höhe
Sissi	Mädchenzeitschrift Edigamma Verlag Sechswöchentlich 36 Seiten 4,90 DM 195 mm Breite x 280 mm Höhe
Sonntagskind	Evangelische Zeitschrift Ev. Wochenzeitung für Bayern Wöchentlich, sonntags 4 Seiten Kostenlose Beilage DIN A4
Spatz	Vorschulzeitschrift Klens Verlag GmbH Monatlich 12 Seiten Jahresabonnement 24 DM 205 mm Breite x 270 mm Höhe
Spiel mit	Vorschulzeitschrift Velber im OZ Verlag Monatlich 28 Seiten Einzelheft 7,30 DM Im Abonnement 6,30 DM 205 mm Breite x 280 mm Höhe
Spielcasino	Projektzeitschrift AG „Spiele und Spielzeitung“ Halbjährlich 32 Seiten Jahresabonnement 6 DM Einzelheft für Schüler 50 Pf., sonst 1DM DIN A5
Stafette	Schülerzeitschrift Sailer Verlag Monatlich 40 Seiten Jahresabonnement 45,60 DM 206 mm Breite x 272 mm Höhe

Steini	Mitgliederzeitschrift Pro Natura Vierteljährlich 32 Seiten Für Mitglieder kostenlos 147 mm Breite x 210 mm Höhe
Sternsinger Mission	Katholische Zeitschrift Päpstliches Missionswerk Viermal jährlich + zwei Sondernummern 16 Seiten Jahresabonnement 8 DM 205 mm Breite x 270 mm Höhe
Tabaluga	Vorschulzeitschrift Junior Publishing (Ehapa Verlag/ EM.TV) Monatlich, donnerstags 36 Seiten 4,20 DM 210 mm Breite x 290 mm Höhe
Teletubbies	Vorschulzeitschrift Panini Verlags GmbH Monatlich 24 Seiten 4,35 DM 230 mm Breite x 300 mm Höhe
Tiere – Freunde fürs Leben	Natur- und Umweltzeitschrift Dino Verlag Monatlich 36 Seiten 3,90 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Tierfreund	Schülerzeitschrift Sailer Verlag Monatlich 48 Seiten Jahresabonnement 45,60 DM 206 mm Breite x 272 mm Höhe
Tim und Tini	Werbezeitschrift Buchhandlung Zweimal jährlich 16 Seiten Kostenlos 210 mm Breite x 300 mm Höhe

Tom & Jerry	Comiczeitschrift Ehapa Verlag Monatlich 36 Seiten 3,90 DM 210 mm Breite x 280 mm Höhe
TOPfit	Werbezeitschrift Betriebskrankenkasse Zweimonatlich 24 Seiten Kostenlos 210 mm Breite x 280 mm Höhe
Treff	Schülerzeitschrift Velber im OZ Verlag Monatlich 56 Seiten Jahresabonnement 53,40 DM Einzelheft 5,50 DM 205 mm Breite x 280 mm Höhe
Tropinka	Evangelische Zeitschrift Missionsbund „Licht im Osten“ Zweimonatlich 32 Seiten Abonnement auf Spendenbasis 200 mm Breite x 255 mm Höhe
Tu was Ausgabe 1 und 2	Schülerzeitschrift Domino Verlag Monatlich 32 Seiten Einzelheft 5,50 DM Im Abonnement 4,60 DM 210 mm Breite x 300 mm Höhe
Volltreffer	Evangelische Zeitschrift Christliche Verlagsgesellschaft Monatlich 24 Seiten Jahresabonnement 18 DM 150 mm Breite x 210 mm Höhe
Vorhang auf	Vorschulzeitschrift Verlag Eckehard Waldow Vierteljährlich 36 Seiten Jahresabonnement 47 DM 210 mm Breite x 300 mm Höhe

Weite Welt

Katholische Zeitschrift
Steyler Missionare
Monatlich
40 Seiten
Einzelheft 2,75 DM
200 mm Breite x 285 mm Höhe

Wendy

Pferdezeitschrift
Egmont Ehapa Verlag
Wöchentlich, donnerstags
52 Seiten
3,40 DM
210 mm Breite x 280 mm Höhe

Winnie Puuh

Vorschulzeitschrift
Egmont Ehapa Verlag
Monatlich
44 Seiten
4,20 DM
210 mm Breite x 280 mm Höhe

Young Panda

Mitgliederzeitschrift
WWF Deutschland
Monatlich
7 Seiten
Für Mitglieder kostenlos
Gefaltetes DIN A4 Blatt

Adressen von Verlagen und Institutionen

AG "Spiele und Spielzeitung"	Adolf-Reichwein-Schule Uchteweg 26 33689 Bielefeld Fon: +49 (0521) /515544 Fax: +49 (0521) /515544
AGIS Verlag GmbH	Redaktion TOPfit Ooser Luisenstr. 23 76532 Baden-Baden E-Mail: info@agis-verlag.de Website: http://www.agis-verlag.de
AOK - die Gesundheitskasse	Siemensstr. 6 61352 Bad Homburg v.d.H. Website: http://www.jolinchen.de
Arbeitsgemeinschaft Kath. Presse e.V.	Adenauerallee 176 53113 Bonn Fon: +49 (0228) /215334 Fax: +49 (0228) /210922 E-Mail: akp@akp-bonn.de Website: http://www.akp-bonn.de
Aue -Verlag	Korber Str. 20 Postfach 1108 74219 Möckmühl Fon: +49 (06298) /1328 Fax: +49 (06298) /4298
Bastei Lübbe	Scheidtbachstr. 23-31 51469 Bergisch Gladbach Fon: +49 (02202) /1210 Fax: +49 (02202) /121251 E-Mail: presseabteilung@bastei.de Website: http://www.bastei.de

Beltz & Gelberg

Werderstr. 10
69469 Weinheim

Fon: +49 (06201) /60070
Fax: +49 (06201) /6007338
E-Mail:Info@beltz.de
Website: <http://www.beltz.de>

Bibellesebund e.V.

Postfach 1129
51703 Marienheide

Fon: +49 (02264) /7045
Fax: +49 (02264) /7155
E-Mail:guter.start@bibellesebund.de

**Bonifatiuswerk der deutschen
Katholiken**

Kamp 22
33098 Paderborn

Fon: +49 (05251) /29960
Fax: +49 (05251) /299688
E-Mail:info@bonifatiuswerk.de
Website: <http://www.bonifatiuswerk.de>

Born Verlag

Postfach 420220
Frankfurter Str. 180
34071 Kassel

Fon: +49 (0561) /4095107
Fax: +49 (0561) /4095112
E-Mail:info.born@ec-jugend.de

Bundes-Verlag GmbH

Bodenborn 43
58452 Witten

Fon: +49 (02302) /930930
Fax: +49 (02302) /9309360
E-Mail:redaktion@klaex.de
Website: <http://www.bundes-verlag.de>

Christliche Verlagsgesellschaft

Postfach 1251
35662 Dillenburg

Fon: +49 (02771) /83020
Fax: +49 (02771) /830210

**Christoffel- Blindenmission
(CBM)**

Nibelungenstr. 124
64625 Bensheim

Fon: +49 (06251) /131145

Fax: +49 (06251) /131189

E-Mail:communication@cbm-i.org

Website: <http://www.cbmi.de>

Computec Media Services GmbH

Roonstr. 21
90429 Nürnberg

Fon: +49 (0911) /2872143

Fax: +49 (0911) /2872241

E-Mail:serviceteam@computec.de

Website: <http://www.adthebest.de>

Conpart Verlag

Bahnhofstr. 15
25709 Marne

Fon: +49 (04851) /964766

Fax: +49 (04851) /964767

Deutsche Missions Gemeinschaft

Buchenauerhof
74889 Sinsheim

Fon: +49 (07265) /9590

Website: <http://www.DMGint.de>

Deutsches Jugendmedienwerk

Fischtorplatz 23
55116 Mainz

Fon: +49 (06131) /2889023

Dino entertainment AG

Rotebühlstr. 87
70178 Stuttgart

Fon: +49 (0711) /947680

Fax: +49 (0711) /9476833

E-Mail:info@dinoag.de

Website: <http://www.dinoag.de>

Diözese Gurk

Tarviser Straße 30
9020 Klagenfurt
Österreich

Fon: +43 (0463) /5877145

Fax: +43 (0463) /5877559

E-Mail:rbred@dioezese-gurk.or.at

Domino Verlag

Menzinger Straße 13
80638 München

Fon: +49 (089) /179130

Fax: +49 (089) /1783788

E-Mail: vertrieb@domino-verlag.de

Website: <http://www.Floh.de>

Dt. Zentralbücherei für Blinde

Gustav-Adolf-Str. 7
04105 Leipzig

Fon: +49 (0341) /71130

Fax: +49 (0341) /7113125

Edigamma Verlag

Piazza dei Sanniti
9-00185 Rom
Italien

Egmont EHAPA Verlag

Im Riedenberg 54
70771 Leinfelden-Echterdingen

Fon: +49 (0711) /79711

Fax: +49 (0711) /7971248

E-Mail: p.fohrmann@ehapa.de

Website: <http://www.funonline.de>

**Evangelische Wochenzeitung
für Bayern**

Birkerstraße 22
80636 München

Fon: +49 (089) /12172146

Fax: +49 (089) /12172304

**Evangelischer Presseverband
für Bayern e.V.**

Birkerstraße 22
80636 München

Fon: +49 (089) /12172111

E-Mail: epdbayern@epv.de

Website: <http://www.epv.de>

Fremde Welten e.V.

Gneisenaustr. 2a
10961 Berlin

Fon: +49 (030) /6911968

Fax: +49 (030) /69504192

E-Mail: info@samsolidam.de

Website: <http://www.samsolidam.de>

**Gemeinschaftswerk der
Evangelischen Publizistik GmbH**

Postfach 500 550
60394 Frankfurt
Fon: +49 (069) /58098229
Fax: +49 (069) /58098100
E-Mail: info@gep.de
Website: <http://www.gep.de>

Georgs Verlag

Martinstr. 2
Postfach 221380
41436 Neuss
Fon: +49 (02131) /46990
Fax: +49 (02131) /469922

Gruner + Jahr AG & Co

Druck- und Verlagshaus
20444 Hamburg
Fon: +49 (040) /37030
Fax: +49 (040) //37035604
E-Mail: oeffentlichkeitsarbeit@guj.de
Website: <http://www.guj.de>

Gütersloher Verlagshaus

Carl-Bertelsmann-Straße 270
Postfach 450
33311 Gütersloh
Fon: +49 (05241) /74050
Fax: +49 (05241) /740548
E-Mail: info@gtvh.de
Website: <http://www.gtvh.de>

Hug-Verlag AG

Hohenrainweg 1
8802 Kilchberg/Zürich
Schweiz
Fon: +41 (701) /7154036
Fax: +41 (701)/7154192

Institut für Jugendbuchforschung

Myliusstraße 30
60323 Frankfurt
Fon: +49 (069) /7981
Fax: +49 (069) /79822398
E-Mail: jubufo@rz.uni-frankfurt.de

Karamba Basta

Bergstr. 5-7
70186 Stuttgart
Fon: +49 (0711) /486754

**Kindermissionswerk/
Die Sternsinger**

Stephanstr. 35
52064 Aachen
Fon: +49 (0241) /44610
Fax: +49 (0241) /446140
E-Mail:kontakt@kindermissionswerk.de
Website: <http://www.sternsinger.de>

Kindernothilfe E.V.

Postfach 281143
Düsseldorfer Landstr. 180
47249 Duisburg
Fon: +49 (0203) /77890
Fax: +49 (0203) /7789118
E-Mail:info@kindernothilfe.de
Website: <http://www.kindernothilfe.de>

Klens-Verlag GmbH

Carl-Mosters-Platz 1
40477 Düsseldorf
Fon: +49 (0211) /94479422
Fax: +49 (0211) /94479430
E-Mail:info@KlensVerlag.de

Liebenzeller Mission

Postfach 1240
75375 Bad Liebenzell
Fon: +49 (07052) /17129
Fax: +49 (07052) /17104
E-Mail:presse@liebenzell.org
Website: <http://www.liebenzell.org>

Martin Kelter Verlag

Mühlenstieg 16-22
22041 Hamburg
Fon: +49 (040) /6828950
Fax: +49 (040) /68289550
E-Mail:info@kelter.de
Website: <http://www.kelter.de>

Missionsbund "Licht im Osten"

Postfach 1340
70809 Korntal-Münchingen
Fon: +49 (0711) /8399080
Fax: +49 (0711) /8399084
E-Mail:mengenhart@lio.org

Naturschutzjugend

Postfach 301045
53190 Bonn
Fon: +49 (0228) /4036192
Fax: +49 (0228) /4036201
E-Mail:Andrea.Hein@NABU.de
Website: <http://www.rudi-rotbein.de>

OZ-Verlag GmbH

Römerstr. 90
79618 Rheinfelden
Fon: +49 (07623) /9640
Fax: +49 (07623) /964451

Panini Verlags GmbH

Ravenstr. 48
41334 Nettetal
Fon: +49 (02157) /814826
Fax: +49 (02157) /814845
E-Mail:paninigh@aol.com
Website: <http://www.paninigroup.com>

Patmos-Verlag

Am Wehrhahn 100
40211 Düsseldorf
Fon: +49 (0211) /167950
Fax: +49 (0211) /1679541

Pro Natura

Wartenbergstr. 22
4020 Basel
Schweiz
Fon: +41 (061) /3179191
Fax: +41 (061) /3179166
E-Mail:stein@pronatura.ch

Pro Verlag

Berner Straße 38
60437 Frankfurt
Fon: +49 069/500800
Fax: +49 069/5008051
E-Mail:leserbriefe@funvision.com

Sailer Verlag

Äußerer Laufer Platz 22
90327 Nürnberg
Fon: +49 (0911) /53961
Fax: +49 (0911) /5396912
E-Mail:sailer@sailer-verlag.de

Schreiber Verlag

Walter-Bruch-Str. 19
67434 Neustadt
Fon: +49 (06321) /2992

Steyler Missionare

Redaktion Weite Welt
Postfach 2460
41311 Nettetal
Fon: +31 (77) /3768232
Fax: +31 (77) /3768266
E-Mail:redstyle@plex.nl
Website: <http://www.steyler.de>

Universum Verlagsanstalt

Postfach 5720
66175 Wiesbaden
Fon: +49 (0611) /90300
E-Mail:andrea.vollmer@universum.de
Website: <http://www.universum.de>

Velber Verlag GmbH

Im Brande 21
30926 Steelze
Fon: +49 (0511) /400030
Fax: +49 (0511) /4000362
E-Mail:klausr@velber.com
Website: <http://www.velber.com>

Verlag Eckehard Waldow

Vorhang auf - Zeitschrift für Kinder und Eltern

Rotkreuzstr. 2
87488 Betzigau

Fon: +49 0831/7770209

Fax: +49 (0831) /770390

E-Mail:Waldow@t-online.de

Website: <http://www.waldowverlag.de>

**VPM Verlagsunion
Pabel Moewig KG**

Karlsruherstr.31
76437 Raststatt

Fon: +49 (07222) /13327

Fax: +49 (07222) /13363

E-Mail:Empfang@vpm.gni.de

Website: <http://www.lissy.de>

Weltbild Verlag GmbH

Steinerne Furt
86128 Augsburg

Fon: +49 (0821) /70048330

Fax: +49 (0821) /70048325

E-Mail:kundenservice.ch@weltbild.de

Website: <http://www.weltbild.de>

Wort & Bild Verlag GmbH

Konradshöhe
82065 Baierbrunn

Fon: +49 (089) /744330

Fax: +49 (089) /74433150

Website:

<http://www.apothekenumschau.de>

WWF Deutschland

Young Panda
Rebstöcker Straße 55
Postfach 190440
60326 Frankfurt

Fon: +49 (069) /79144126

Fax: +49 (069) /617221

E-Mail:young.panda@wwf.de

Website: <http://www.wwf.de>

WWF Österreich

Ottakringer Straße 114-116
Postfach 1
1162 Wien
Österreich

Fon: +43 (01) /48817

Fax: +43 (01) /4881729

E-Mail: wwf@wwf.at

Auflagenzahlen im Überblick

Titel	Druckauflage	Verkaufte Auflage	Erscheinungsweise
Barbie	146.753	82.842	monatlich
Benjamin Blümchen	247.847	162.027	monatlich
Benny und Teddy	54.167	43.841	monatlich
Bibi Blocksberg	151.117	101.236	monatlich
Bimbo	115.000	keine Angaben	monatlich
Blue box	24.000	keine Angaben	vierteljährlich
Bummi	143.000	94.200	monatlich
Bussi Bär	246.717	128.118	monatlich
Chris	110.000	keine Angaben	vierteljährlich
Der Bunte Hund	10.000	keine Angaben	dreimal jährlich
Die Maus	250.000	115.218	monatlich
Die Schlümpfe	130.00	70.186	monatlich
Die Sternsinger	200.000	keine Angaben	vierteljährlich
Disneys kleine Tierfreunde	129.800	66.432	monatlich
Disneys Prinzessin	117.500	66.074	monatlich
Für euch	125.000	keine Angaben	wöchentlich
GeoLino	200.000	keine Angaben	zweimonatlich
Girl`s Club	200.814	101.090	monatlich
Go für Gott	12.000	keine Angaben	zweimonatlich
Gold Bärchi	65.000	44.000	zweimonatlich
Guter Start	30.000	keine Angaben	vierteljährlich
GZSZ	696.954	430.931	monatlich
GZSZ Glamour	250.000	160.000	vierteljährlich
GZSZ Rätselspass	307.750	141.038	monatlich
Horses for you	150.000	keine Angabe	monatlich
Jungschar	16.000	keine Angaben	monatlich
Junior	1.176.000	keine Angaben	monatlich
Kids Zone	270.000	keine Angaben	monatlich
Kinder, Kinder	20.000 – 30.000	keine Angaben	jährlich
Kinderland	1000	keine Angaben	monatlich
Kinder-Zeitung	500	keine Angaben	jährlich
Kläx	30.000	keine Angaben	vierteljährlich
Knax	1.1405.000	keine Angaben	zweimonatlich
Lissy	235.000	131.000	monatlich
Löwenzahn	230.000	keine Angaben	monatlich
Lurchi	750.000	keine Angaben	zweimonatlich
Marienhof	120.000	keine Angaben	zweimonatlich
MausKlick	142.551	80.212	monatlich
medizini	2.146.400	keine Angaben	monatlich
Meine Welt	32.000	keine Angaben	monatlich
Micky Maus	740.057	507.724	wöchentlich
Mini Post	34.000	keine Angaben	monatlich

Minnie – Comics	210.580	66.379	zweiwöchentlich
Mücke	45.000	keine Angaben	monatlich
Mücki und Max	35.000	keine Angaben	monatlich
Nicki	7.400	keine Angaben	vierteljährlich
N-Zone	113.333	70.175	monatlich
Olli und Molli	105.000	keine Angaben	monatlich
Panda Club	7.000 – 10.000	keine Angaben	vierteljährlich
Philipp	170.000	115.600	zweimonatlich
Pico	50.000	keine Angaben	elfmal jährlich
Pumuckel	202.166	73.184	monatlich
Quasselstrippe	28.000	keine Angaben	vierteljährlich
Rudi Rotbein Report	11.000 – 12.000	keine Angaben	dreimal jährlich
Sailor Moon	235.647	107.551	zweiwöchentlich
Samsolidam	10.000	keine Angaben	vierteljährlich
Sesamstrasse	170.000	keine Angaben	monatlich
Simpsons	344.750	160.821	monatlich
Spatz	40.000	keine Angaben	monatlich
Spielcasino	555	keine Angaben	halbjährlich
Stafette	104.000	91.361	monatlich
Tabaluga	197.048	120.329	monatlich
Teletubbies	280.000	150.000	monatlich
Tiere Freund fürs Leben	207.833	88.916	monatlich
Tierfreund	175.000	keine Angaben	monatlich
Tim und Tini	150.000	keine Angaben	zweimal jährlich
Top fit	51.600	keine Angaben	zweimonatlich
Treff	86.887	78.352	monatlich
Vorhang auf	10.000	keine Angaben	vierteljährlich
Wendy	284.312	172.844	wöchentlich
Winnie Puuh	201.533	123916	monatlich
Young Panda	5.000	keine Angaben	monatlich