

## Leseförderung mit Jugendzeitschriften

### Vorteil Zeitschrift

Zeitschriften sind zur Leseförderung gut geeignet. Sie sprechen beide Geschlechter an und sind beliebt. Die leicht zu lesenden Magazine vermitteln Alltagsthemen in ihrer Aufmachung auf ansprechendere Weise als die „normale“ Schulliteratur. Außer der Förderung der Lesemotivation wird die Lesekompetenz gestärkt, indem sich die Schüler mit Texten auseinandersetzen.

### Aktuelle Situation

Bisher werden Zeitschriften in Bibliotheken und Schulen selten genutzt. Wenn sie eingesetzt werden, sieht man sie kritisch, da Magazine nicht als erstzunehmender Lesestoff gelten. Dennoch sind sie Bestandteil der Lehrpläne in Schulen.

## Stiftung Lesen ([www.stiftunglesen.de](http://www.stiftunglesen.de))

Die „Stiftung Lesen“ in Mainz wird im Jahr 1988 aus der Erkenntnis gegründet, dass in einer modernen Gesellschaft die Leseförderung von enormer Bedeutung ist.

Dabei spielen auch Non-Book-Medien eine Rolle. Die Stiftung möchte nach eigenen Angaben eine „Ideenwerkstatt für alle, die Spaß am Lesen vermitteln wollen“ sein. Dabei bietet sie Lehrern, Erziehern, Eltern und sonstigen Multiplikatoren eine Hilfestellung bei der Arbeit mit Medien.

### Projekt

#### *Zeitschriften in die Schulen*

Die „Stiftung Lesen“ versucht mit der „Stiftung Presse-Grosso“ in dem Projekt „Zeitschriften in die Schulen“, das im Schuljahr 2002/2003 seinen Anfang findet, die Lust am Lesen zu wecken.

Die Dauer des Projekts beträgt einen Monat. Für diesen Zeitraum erhält jede teilnehmende Schulklasse einen kostenlosen Zeitschriftenschuber mit 35 aktuellen Magazinen aus sämtlichen Themengebieten. Im Internet finden Multiplikatoren frei verfügbare Arbeitsvorschläge.

## Kioskmagazine

- Wie wird die Zielgruppe angesprochen?
  - Welche Themen werden behandelt?
    - *Standard: Liebe, Konzertberichte, Stars*
    - *Special Interest: Berichte aus der jeweiligen Szene*
  - Welche Sprache wird verwendet?
    - *Jugendsprache („Wow!“ oder „Platsch!“) oder Szenesprache*
    - *Unterschiede:*
      - *Standard: kurze Sätze, kurze Artikel*
      - *Special Interest: längere Artikel mit anspruchsvollen Texten*
  - Dienen Idole als Vorbilder?
    - *Stars aus Musik, Sport, Szene, Schauspiel usw.*
  - Werden den Lesern Identifikationsmöglichkeiten geboten?
    - *Aufregendes und spannendes Leben der Idole → Anreiz zum Nacheifern*
- Sind Themen aktuell und gut recherchiert?
  - *Je nach Erscheinungsweise sehr aktuell*
  - *Unterschiede bei Qualität der Berichte:*
    - *Standard: oberflächliche Berichte*
    - *Special Interest Magazine: ausführliche Berichte*
- Welches Konzept steckt hinter der Zeitschrift?
  - *Kommerziell*
  - *Vorwiegend unterhaltend*
  - *Pädagogisch durch Kummerkästen oder Vorbildfunktion der Sportler*
- Welche Möglichkeiten der Interaktivität gibt es?
  - *Kummerkasten*
  - *Leserbriefe*
  - *Rätsel / Gewinnspiele*
  - *Psychotests*



## Abonnementzeitschriften

- Wie wird die Zielgruppe angesprochen?
  - Welche Themen werden behandelt?
    - Umwelt, Religion, Politik, Natur
  - Welche Sprache wird verwendet?
    - *an die Jugendlichen angepasst*
    - *nicht zu lange und nicht zu kurze Artikel*
  - Dienen Idole als Vorbilder?
    - *Jugendliche berichten über ihren Alltag (z.B. in der Jugendgruppe) oder über Schicksalsschläge → Jugendliche können sich Anregungen für ihr eigenes Leben holen*
  - Werden den Lesern Identifikationsmöglichkeiten geboten?
    - *mit der Organisation oder den Jugendlichen*
- Sind die Themen aktuell und gut recherchiert?
  - *Aktuell und gut recherchiert*
  - *Online-Möglichkeiten werden durch Internetauftritte der Zeitschrift genutzt*
- Welches Konzept steckt hinter der Zeitschrift?
  - *Vorrangig pädagogisch durch Vermittlung von Allgemeinbildung, politische und religiöse Themen und Sprachkenntnissen*
  - *Teilweise auch kommerziell durch professionellen Vertrieb*
  - *Unterhaltung und Ratgeberfunktion*
- Welche Möglichkeiten der Interaktivität gibt es?
  - *Kummerkasten*
  - *Leserbriefe*
  - *Rätsel / Gewinnspiele*
  - *Brieffreundschaften*

Mit Charakter-Test, Rätsel & Poster der National-EM

## Werbemagazine

- Wie wird die Zielgruppe angesprochen?
  - Welche Themen werden behandelt?
    - Gesundheit, Multimedia, Finanzen usw.
  - Welche Sprache wird verwendet?
    - *an die Jugendlichen angepasst (Summ Summ-pieks! oder „Au Weia!“)*
    - *nicht zu lange und nicht zu kurze Artikel*
  - Dienen Idole als Vorbilder?
    - *Jugendliche berichten über ihren Alltag (z.B. in der Jugendgruppe) oder über Schicksalsschläge → Leser können sich Anregungen für ihr eigenes Leben holen*
    - *teilweise Musikstars*
  - Werden den Lesern Identifikationsmöglichkeiten geboten?
    - *Jeweiliges Unternehmen wird dargestellt*
- Sind die Themen aktuell und gut recherchiert?
  - *Zeitgemäß durch aktuelle Schwerpunktthemen*
  - *Aufwändige Recherche zu den Themen*
- Welches Konzept steckt hinter der Zeitschrift?
  - *Kommerziell, durch Bindung an Unternehmen*
  - *Pädagogisch, durch die Erziehung zu einem gesunden, sparsamen Lebensstil*
  - *Unterhaltungs- und Ratgeberfunktion*
- Welche Möglichkeiten der Interaktivität gibt es?
  - *Kummerkasten*
  - *Leserbriefe*
  - *Gewinnspiele / Rätsel*

## Top 11 der Jugendzeitschriften

### Bravo

Seit 50 Jahren werden Generationen von der „Bravo“ geprägt. Sie setzt wiederholt neue Trends und provoziert. Die „Bravo“ richtet sich vorwiegend an weibliche Jugendliche zwischen 10 und 13 Jahren. Sie berichtet über aktuelle Stars und trägt zur Aufklärung bei. In jeder Ausgabe befindet sich ein Gimmick. Die „Bravo“ dient hauptsächlich der Unterhaltung.

Verlag: Heinrich Bauer Zeitschriften Verlag, Preis: 1,30€, Erscheinungsweise: wöchentlich, Umfang: ca. 86 S.,  
Verkaufte Auflagen: 510.991

### Blond

Das Blondmagazin ist ein Lifestylmagazin und wird von weiblichen Jugendlichen ab 14 Jahren gelesen. Die Zeitschrift berichtet über Alltag und Beruf, Stars, Musik und Film sowie Mode und Trendsportarten. Das Magazin ist schlicht gehalten. Layout, Themenauswahl und Sprache richten sich an eine Zielgruppe, die dem „Bravo-“Alter entwachsen ist.

Verlag: Blond Media, Preis: 2,00€, Erscheinungsweise: monatlich, Umfang: ca. 144 S.,  
Verkaufte Auflagen: 73.254

### Backspin- HipHop Magazin

Das HipHop-Magazin „Backspin“ informiert ausführlich über die deutsche und internationale Szene. „Backspin“ hat sich von einem Szenemagazin zu einer Zeitschrift entwickelt, die international bekannt ist. Zielgruppe sind 14- bis 29-Jährige. Das Magazin besticht mit einem ansprechenden Layout.

Verlag: Backspin Falk & Petering, Preis: 4,80€, Erscheinungsweise: monatlich, Umfang: ca. 114 S.,  
Druckauflagen: 50.000

## Bravo Sport

Die „Bravo Sport“ berichtet über sämtliche Sportarten und ist dadurch im Genre der Jugendzeitschriften einzigartig. Regelmäßig wird über beliebte Trendsportarten berichtet. Da sie nur jede zweite Woche erscheint, mangelt es der Zeitschrift zum Teil im schnelllebigen Sportgeschäft an Aktualität. Zielgruppe sind Jugendliche im Alter von 10 bis 19 Jahren. Sie ist aber auch für Jüngere bzw. Ältere geeignet.

Verlag: Heinrich Bauer Zeitschriften Verlag, Preis: 1,95€, Erscheinungsweise: zweiwöchentlich,  
Umfang: ca. 70 S., Verkaufte Auflagen: 163.650

## Basket

Die Zeitschrift „Basket“ informiert ihre Leser über das Profi-Basketball-Geschäft der NBA und über die Deutsche Liga.

Die Berichte sind gut recherchiert. Außerdem kann man alle Autoren per Mail erreichen. Die „Basket“ ist ein geeignetes Magazin, um Neues zu erfahren und Einblicke in das Profigeschäft zu erhalten. Zielgruppe sind 14 bis 29-jährige männliche Basketballfans. Das Magazin wirkt ansprechend durch zahlreiche Illustrationen.

Verlag: Delius Klasing Verlag, Preis: 3,90€, Erscheinungsweise: 10-mal jährlich, Umfang: ca. 98 S.,  
Verkaufte Auflagen: 18.505

## Stafette

Die „Stafette“ ist für Jugendliche im Alter zwischen 8 und 12 Jahren konzipiert. Sie berichtet über Umwelt, Tiere und altersrelevante Themen. Die Leser werden in die Gestaltung der Zeitung eingebunden, indem sie Rezepte und Leserbriefe einschicken. Zudem können sie Brieffreundschaften schließen und Rätsel lösen. Ein Experte beantwortet im „Schüler Forum“ eingesandte Fragen der Jugendlichen in Bezug auf die Schule. Das Magazin ist für die Zielgruppe ansprechend gestaltet.

Verlag: Johann Michael Sailer Verlag, Preis: 2,10€, Erscheinungsweise: monatlich, Umfang: ca. 38 S.,  
Verkaufte Auflagen: 86.287

## Ran- Das junge Magazin für Gewerkschaften

Das „Ran Magazin“ ist für 16 - 28-Jährige und soll den Jugendlichen den Einstieg in das Berufsleben erleichtern. Sie erhalten Ratschläge und Gleichaltrige berichten von ihren ersten Erfahrungen in der Arbeitswelt. Zudem informieren Gewerkschaften wie Verdi oder die IG Metall über ihre Aufgaben. „Ran“ greift Probleme und Fragestellungen des Alltages der Jugendlichen sowie Schwerpunkte aus Umwelt, Kultur und Politik auf.

Verlag: Ran Verlag, Preis: 2,05€, Erscheinungsweise: monatlich, Umfang: ca. 30 S., Auflage: 50.000

## Cocoon.de - Die Zeitschrift für junges Bausparen

Die kostenlose Zeitschrift „Cocoon.de“ von der LBS soll Jugendliche im Alter zwischen 17 und 21 Jahren an das Unternehmen binden. In NRW erscheint sie als Printausgabe, in Baden-Württemberg online. Im Stil eines Do-it-yourself- Magazins versorgt sie die Jugendlichen mit Tipps und Tricks, wie sie ihre Wohnung preisgünstig, jugendgerecht und modern gestalten können

Verlag: LBS West Redaktion cocoon.de, Preis: kostenlos (Nichtmitglieder: Jahr 4€),  
Erscheinungsweise: vierteljährlich, Umfang: ca. 34 S., Druckauflage: 160.000

## Gekko - das Jugendmagazin der GEK

Das Magazin der Gmünder Ersatzkasse bietet Informationen zu den Themenbereichen Kultur, Gesundheit und Sport. Zudem berichtet „Gekko“ über aktuelle Ereignisse, gibt praktische Ratschläge zur Berufswahl und einem gesunden Lebensstil. Positiv fällt auf, dass selten indirekte Werbung in Bezug auf die Krankenkasse gemacht wird.

Verlag: Gmünder Ersatzkasse GEK, Preis: kostenlos, Erscheinungsweise: vierteljährlich, Umfang: ca. 47 S.,  
Auflage: 200.000

## J:O- AOK Jugendmagazin

Die Mitgliederzeitschrift der AOK informiert zu den Themengebieten Sport, Gesundheit und Beruf. Außerdem bietet die „J:O“ interessante Berichte von Jugendlichen und ihren Erfahrungen sowie Ratschläge zu den von ihr behandelten Themenbereichen. Durch ihr farbenfrohes Auftreten wirkt sie ansprechend.

**Verlag:** AOK-Bundesverband, **Preis:** kostenlos, **Erscheinungsweise:** zweimonatlich,  
**Umfang:** ca. 23 S.,

## WOM Magazin

Das „WOM Magazin“ liegt vorwiegend in Kaufhäusern oder an Universitäten für Jugendliche kostenlos aus. Musikliebhaber finden Reportagen und Informationen zu verschiedenen Musikstilen, Medien- und Multimediatipps. Auch die Vor- und Nachberichterstattung von Konzerten spielt eine Rolle. Da die Interessen der ab 14-Jährigen im musikalischen und multimedialen Bereich liegen, ist die „WOM“ für sie interessant.

**Verlag:** WOM Media Network, **Preis:** kostenlos; im Abonnement: 2,00€,  
**Erscheinungsweise:** monatlich (11mal jährlich), **Umfang:** ca. 66 S.,  
**Verbreitete Auflagen:** 219.924 (IVW geprüft: II/ 2006)