

# Kinderzeitschriftenlandschaft Schweiz

Autor(en): **Marti-Lienhard, Heidi**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Schule**

Band (Jahr): **80 (1993)**

Heft 11: **Kinderzeitschriften ; Schuleintrittsfrage ; Musikinstrumente**

PDF erstellt am: **28.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-531978>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## Kinderzeitschriftenlandschaft Schweiz

---

*Das Medium Kinderzeitschrift wird von der Schule und von der Pädagogik, auch von den an der Leseerziehung Interessierten, nur stiefmütterlich behandelt. Heidi Lienhard-Marti gibt hier einen Überblick über die auf dem schweizerischen Markt führenden Kinderzeitschriften und plädiert dafür, die Vorzüge dieses Lesemediums endlich wahrzunehmen.*

Gleich vorweg: Das Angebot an Kinderzeitschriften ist beachtlich – inhaltlich und gestalterisch erstaunlich vielfältig.

Die nachfolgende Zeitschriftenbefragung soll die bunte Mischung von Konzeption und Aufmachung der Magazine hervorheben und anhand von konkreten Beispielen ihre individuellen Besonderheiten ebenso wie ihre Schwächen erkennen. Berücksichtigt werden Zeitschriften, die in der Schweiz erhältlich sind und Kinder im Alter von 6 bis 14 Jahren ansprechen. Nur am Rande erwähnt sind die vielen Kundenzeitschriften von Firmen, nicht berücksichtigt werden die Comic-Hefte.

In der Fachwelt wird die Kinderzeitschrift definiert als ein regelmässig erscheinendes, geheftetes Periodikum, das von der Redaktion eigens für Kinder gemacht und herausgegeben wird. Im Gegensatz zum Buch, welches für das Bewahrende, für das (ewig) Festhaltende steht, ist die Kinderzeitschrift ein Medium für den Augenblick des Gebrauchs – ein Wegwerfmedium. «Die Zeitschrift», so der Medienspezialist Michael Sommer, «will informieren, Aktualitäten aufgreifen und in einem ausgewogenen Verhältnis für Bildung und Unterhaltung sorgen. Daher fällt sie in die Zuständigkeit der Journalistik» (Sommer, 1990, S.101).

*Die Kinderzeitschrift ist ein regelmässig erscheinendes, geheftetes Periodikum, das von der Redaktion eigens für Kinder gemacht und herausgegeben wird.*

Die Kinderzeitschriften lassen sich unterteilen in:

- Kundenzeitschriften von Firmen
- Kinderzeitschriften, herausgegeben von Vereinen und Organisationen
- Kinderzeitschriften von Buch- und Zeitungsverlagen

---

### Kundenzeitschriften von Firmen

Eine ältere, werbeintensive Kundenzeitschrift in der Schweiz, ein jedes Kind kennt sie, ist «Junior», gratis erhältlich bei der Kantonalbank und den Verkaufsläden ABM und Interio. Eine andere Kundenzeitschrift ist «Maky», sie liegt im Detailhandel gratis auf. Die Werbung in diesem Heft macht mehr als ein Drittel aus. Wie eine eigene Leserumfrage von «Maky» ergeben haben soll, interessieren sich 77% der Kinder für die Inserate und lesen sie genau. Offen bleibt die Frage, ob die Kinder die Werbetexte überhaupt von den Beiträgen der Redaktion unterscheiden können, insbesondere dort, wo die Grenzen mit zahlreichen Wettbewerbsausschreibungen verwischt werden. Einen zurückhaltenderen Umgang mit der Werbung pflegt «Volki», die Kundenzeitschrift der

Schweizerischen Volksbank. Sie plaziert das bankeigene Interesse, das bekannte Signet, angenehm auf die letzte Seite. Mit einem speziellen Thema (Umwelt) liegt diese Werbezeitschrift im Aufwärtstrend.

---

### **Kinderzeitschriften, herausgegeben von Vereinen und Organisationen**

Abgeleitet von den Interessen der jeweiligen Gruppierung, richten sich diese Zeitschriften mit speziellen Anliegen an die jungen Leser und Leserinnen. Dem WWF (World Wildlife Fund) Schweiz gelingt es mit dem «Panda Club» offensichtlich, die Kinder für den Umweltschutz zu sensibilisieren. Einem religionspädagogischen Ansatz verpflichtet sich «Jumi», eine Kinderzeitschrift, die von vierzehn Missionsinstitutionen herausgegeben wird. «Tut», die Zeitschrift der katholischen Jugendorganisationen Blauring und Jungwacht, bietet ein religionsunabhängiges, anregendes Angebot für die Freizeit.

---

### **Kinderzeitschriften von Buch- und Zeitungsverlagen**

Diese «pädagogischen» Zeitschriften oder «Schulzeitschriften» sind magazinartig aufgemacht und bieten eine Vielfalt von Beiträgen und Darstellungsformen. Ein informatives, gut durchmisches Angebot von aktuellen Beiträgen führt z. B. die «Schweizer Jugend». Dem Trend zur Spezialisierung folgen «Treff» und «Spick», sie beanspruchen den Untertitel «Schülermagazin». «Spick», die wohl erfolgreichste und beliebteste Kinderzeitschrift, überzeugt mit einem qualitätvollen Konzept, das nicht zum Wegwerfen, sondern zum Sammeln animiert. «Bimbo» und «Tierfreund» sind zwei deutsche Tierzeitschriften, die von den Tierschutzvereinen tatkräftig unterstützt werden. Grenzüberschreitend werden sie auch in der Schweiz gelesen. «Spiel mit», «Kodi», «Kängi» und «Yakari» bieten ein spielorientiertes Programm für (Vor)Schulkin- der. «Der Bunte Hund», die einzige Zeitschrift, die über den Buchhandel vertrieben wird, verpflichtet sich mit Erfolg der literarischen Spürnase. Und «Pfiff» verkauft sich mit dem besonderen Layout einer Tageszeitung. Viele dieser Zeitschriften sind leider nur im Abonnement erhältlich. Die Kinder sind also darauf angewiesen, dass die Erwachsenen sie ihnen zugänglich machen.

*Kinderzeitschriften sind oft nur im Abonnement erhältlich. Die Kinder sind darauf angewiesen, dass die Erwachsenen sie ihnen zugänglich machen.*

---

### **Von der heilen Welt...**

Zu den besonderen Merkmalen einer Kinderzeitschrift gehört, dass Kinder die Möglichkeit haben, ihren Bedürfnissen entsprechend aus einem bunten Angebot von Sachbeiträgen, Comics, Kurzgeschichten, Rätsel, Rezepten, Spiel- und Bastelideen auszuwählen.

Wissbegierige Kinder lesen in den Zeitschriften die Sachbeiträge. Es sind kurze, informative Texte, die Themen aus den Bereichen Kultur, Tier, Mensch und Umwelt aufgreifen. Verschiedentlich berichten Zeitschriftenredaktionen, dass diese mit ansprechendem Bildmaterial dokumentierten Artikel im Schulunterricht rege benützt werden.

Eine schon etwas ältere Kinder- und Jugendzeitschriftenbefragung, durchgeführt vom Jugendbuchinstitut Zürich, weist darauf hin, dass

Kinder bis zum 13. Lebensjahr Geschichten und naturwissenschaftliche Texte über Tiere bevorzugen. Wie ein kurzer Blick in die aktuelle Zeitschriftenlandschaft zeigt, wird diesem Bedürfnis der Kinder immer noch Rechnung getragen: «Einheimische Schlangen» («Jumi»), «Der Maikäfer, ein seltener Gast» («Pfiff») oder «Flusspferde: Dickhäuter mit grosser Klappe» («Treff»). Ganz in diesem Trend liegen natürlich die Tierzeitschriften «Bimbo» und «Tierfreund». Offensichtlich kommen die Bedürfnisse der Kinder denjenigen der Redaktionen gelegen. Der Medienspezialist Michael Sommer betont, «... dass die redaktionelle Bearbeitung von Texten über Tiere mit einem geringen Zeitaufwand verbunden, also kostengünstig ist» (Sommer, 1990, S. 103).

*Texte über Tiere werden von den Kindern bevorzugt. Ebenso von den Redaktionen, weil sie kostengünstig sind.*

---

### **...über den Schulalltag der Kinder...**

Neue, spannende Akzente setzen jüngere Zeitschriften wie «Spick» oder «Der bunte Hund». Ausgehend von der aufklärerischen Tendenz der 68er-Bewegung, räumen sie dem Alltag und den Problemen der Kinder einen wichtigen Stellenwert ein. «Spick», das schlaue Schülermagazin, thematisiert z. B. die Gewalt in der Schule oder liefert den Schülern Tips zur Vorbereitung für das Schreiben von Diktaten (193/93). «Der besondere Effekt der Alltagsbewältigung mittels Medien liegt darin, die eigenen Themen, Situationen und Realerlebnisse auf Medieninhalte <projektiv> zu beziehen und durch <symbolisches Handeln> (wie Spiel, Imagination, Phantasietätigkeit) neue Handlungsmuster zu erproben» (Charlton/Neumann, 1990, S. 51).

Die Gewaltakte gegen Ausländer beschäftigen auch die Kinder in Deutschland und in der Schweiz. Darüber ist sich das Redaktionsteam «Der Bunte Hund» im klaren. Mit verschiedenen Beiträgen, dazu gehört der Blick zurück in die Geschichte, wird vorbildlich und engagiert gegen den aufkommenden Fremdenhass argumentiert (33/92).

---

### **...zu den globalen Problemen**

Mit interessanten, informativen Beiträgen über Afrika thematisiert «Jumi» (Februar/93), die religionspädagogische Zeitschrift, die Probleme in der Dritten Welt.

Ein aktuelles Thema in der Kinderzeitschriftenlandschaft ist, wie könnte es anders sein, die gefährdete Umwelt. Die Zeitschrift «Tierfreund», sie führt ein separates grünes Umweltmagazin, beklagt in der Aprilnummer 93 betont emotional, dass der Wald stirbt und keiner etwas tut. Die Kinder werden aufgefordert, mit dem Velo zu strampeln anstatt im Auto zu stänkern! Gleichermassen drohend wird der Zeigefinger in «Bimbo» (2/93) erhoben: Unter der Rubrik «Deine Umwelt» sollen die kleinen Knirpse auf das Skifahren verzichten. Diesen plakativen, unrealistischen Aufforderungen gegenüber – Kinder sind sozial abhängig und auf die Unterstützung von Erwachsenen angewiesen – wird im «Panda Club» das umweltpädagogische Anliegen differenziert bearbeitet. Die Umwelt schützen heisst hier: Sachlich informieren und gleichzeitig den Kindern die Natur nahe bringen, damit sie sie verstehen lernen. Einge-

*Die gefährdete Umwelt kommt als aktuelles Thema häufig zur Sprache – gelegentlich mit unrealistischen Aufforderungen an die Kinder.*

laden wird zu einer Entdeckungsreise durch den Frühlingswald (2/93). Genauso engagiert und kindernah publiziert «Volki», die Kundenzeitschrift der Schweizerischen Volksbank. Die Reportage «Lebensraum Biotop» oder die Anleitung für eine «Gartenarche» (2/93) animieren zur lustvollen Nachahmung.

---

### **Kinder lesen Zeitung**

*Die Vorbereitung auf die Lektüre von Tageszeitungen ist eine wichtige medienpädagogische Aufgabe.*

Weder Probleme stellen noch lösen will «Pfiff», die Kinder- und Jugendzeitung mit dem Layout einer Tageszeitung. Sie versteht sich als Alternative zum Fernsehboom, will unterhalten ohne zu schulmeistern und die Kinder für den späteren Umgang mit der Tagespresse vorbereiten. Letzteres ist eine wichtige medienpädagogische Aufgabe, die im Zusammenhang mit dem Aufschwung der audio-visuellen Medien gerne in Vergessenheit gerät. Wie auch die Ergebnisse der Untersuchung des Schweizerischen Jugendbuch-Institutes in «Leselandschaft Schweiz» ergeben haben, sind Kinder und Jugendliche mit zunehmendem Alter eifrigere Zeitungsleser: «20% der 9jährigen Kinder schauen öfters einmal in die Tageszeitung» (Schweizerisches Jugendbuch-Institut 1988, S. 26).

---

### **Informieren, Aktuelles aufgreifen**

Die Art und Weise, wie aktuelle Themen in Zeitschriften bearbeitet werden, zeichnet die Qualität einer Zeitschrift aus. Den Kindern Informationen oder Aktuelles in einer für sie verständlichen Sprache nahe zu bringen, ist gar nicht so einfach. In der «Schweizer Jugend» (18/1993) lesen wir eine hervorragende, differenzierte Analyse über den Gebrauch der Gameboys. Der sprachlich anspruchsvolle Text dürfte aber Kinder, die 10- bis 14jährigen sind angesprochen, schlicht überfordern. Im gleichen Lesemedium wird unter der Rubrik «Neues auf dem Markt» durch den Dschungel der neuen Videogames geführt. Dabei ist zu erfahren, dass sich der totale Genuss der Gameboyspiele – von den «Turtles» über «Super Mario Bros» zu «Home Alone» – erst ergibt, wenn die Grafik und der zugehörige Liveton stimmen. Argumentiert wird diesmal ausschliesslich auf der formalen Ebene. Schade. Wo, wenn nicht in *ihrer* Zeitschrift, sollen Kinder und Jugendliche erfahren, nach welchen inhaltlichen Kriterien sie die Videogames beurteilen können?

---

### **Unterhaltung**

*Die psychohygienische Funktion der Lektüre von Comics wird von vielen Erwachsenen nicht erkannt.*

Kinder und Jugendliche formulieren nicht selten mit erstaunlicher Klarheit, welche Bedürfnisse sie mit den Medien abdecken. So erzählt ein begeisterter Spick-Leser, ihn interessierten jeweils alle Beiträge, zuerst aber wende er sich den Comicstrips zu. Dabei entspanne und erhole er sich bestens. Diese psychohygienische Funktion, die mit dem Lesen der unterhaltenden Lektüre «Comics» einhergeht, wird von vielen Erwachsenen noch immer nicht als solche erkannt. Die Comic- und Cartoonserien zählen aber zu den beliebtesten Rubriken in den Kinderzeitschriften. Bereits legendär ist der symphathische Indianerjunge «Yakari», der sich in der gleichnamigen Zeitschrift immer wieder in neue Abenteuer verstrickt. Auch Spirou, der Held in der «Schweizer Jugend» ist längst ein Klassiker. Im «Panda Club» darf es mit «Gabi grün» gar eine

Protagonistin sein und im «Spick» bringt die Comicserie «Klasse Muheim» das Lehrer-Schüler-Verhältnis humorvoll auf den Punkt. «Der Bunte Hund», die literarisch wohl anspruchvollste Kinderzeitschrift, liefert einen interessanten Lebensbericht über den Cartoonisten E. O. Plauen, den Schöpfer von «Vater und Sohn» (33/1993).

---

### **Gegen die Langeweile in der Freizeit**

Spielideen, Bastelanregungen, Kochrezepte, Zaubertricks, Gartentips oder Geheimschriften: Diese Beiträge – sie lassen sich beliebig erweitern – gehören zu den typischen Angeboten in den Kinderzeitschriften. Es könnte aufschlussreich sein, diese Beiträge nach spielpädagogischen oder didaktischen Kriterien zu befragen. Ob nun aber die Kinder von diesen Anregungen Gebrauch machen oder nicht, spielt gar keine so grosse Rolle. Wichtiger ist hier die *Hinwendung zum Kind*. Wenn Kinder aufgrund einer Bastelanleitung eine eigene, ganz andere Idee umsetzen, dann hat die Zeitschrift ihren Auftrag bereits erfüllt. Was natürlich nicht heisst, dass Anregungen, die gefallen, nicht auch in der Schule ausprobiert werden können. Ansprechende Ideen liefern Zeitschriften wie «Tut», «Jumi» oder «Spiel mit». Die vorfabrizierten Bastel- und Spielvorlagen in den Zeitschriften «Kodi» und «Kängi» hingegen drohen die blühende Fantasie der Vorschulkinder im Keime zu ersticken.

---

### **Publikumsnah**

Auch die Kinderzeitschrift passt sich den gesellschaftlichen Veränderungen immer wieder neu an. Das zeigt sich u. a. darin, dass neuerdings die Nähe zu ihrem Publikum gesucht wird. Verschiedene Zeitschriftenredaktionen bemühen sich, die Beiträge der Kinder in einen sinnvollen Kontext einzubetten. In «Treff» (5/1993) z. B. äussern sich die Kinder zum Thema «Trennung und Scheidung der Eltern». Sie berichten, wie sie diese Situation erleben und wie sie damit umgehen. Diese authentischen Berichte haben einen wichtigen Stellenwert. Anhand der Texte von anderen können Kinder auch viel über sich selber erfahren: «Als Rezipienten orientieren sich Kinder bei ihren Vorstellungen über ihr individuelles Leben und über die soziale Realität an Medienangeboten. Die in den Medien dargestellte soziale Realität wird vom Kind auf dem Hintergrund seiner Erfahrungen mit der familialen Lebenswelt gedeutet und wirkt auf diese zurück» (Charlton/Neumann in: Barthelmes/Sander, 1990, S. 86).

Mit der Zunahme der Publikation von Kinderbeiträgen gewinnt die Meinung der Kinder vermehrt das Interesse einer breiten Öffentlichkeit. Das kann nicht unbedeutend sein, wenn wir in Betracht ziehen, dass die Meinung der Kinder in der Medienlandschaft der Erwachsenen kaum gefragt ist.

*Beiträge von Kindern sind wichtig für die jungen Leser. Aus ihnen können sie auch viel über sich selbst erfahren. Überdies erhält die Meinung der Kinder so vermehrt das Interesse der Öffentlichkeit.*

---

### **Kinderzeitschrift versus Buch**

Von den (Literatur)Pädagogen wird der Aufbau der Zeitschrift wegen der vielen verschiedenen Themen gerne kritisiert und gegen die Einheit der Geschichte im Kinderbuch ausgespielt. Gegen den Vorwurf, dass

Zeitschriften die einzelnen Themen zu kurz und zu oberflächlich bearbeiten, ist einzuwenden, dass beim Lesen von solchen Beiträgen «... der Schritt von interessiert zu informiert möglich wird. Und wer informiert ist, kann wiederum leichter seine Interessen verfolgen» (Doornkaat, «Jugendliteratur» 1/1992, S. 3). Für Kinder, die wenig und ungern lesen oder gerade lesen lernen, bieten die kurzen Texte einen idealen Lese-einstieg. Schliesslich ist das Lesen eines Buches von der ersten bis zur letzten Seite für viele Kinder (und Erwachsene) sehr anstrengend. Die kurzen Artikel einer Zeitschrift hingegen ermöglichen ein lustbetontes, spontanes Lesen.

*Das Kinderbuch muss nicht gegen die Kinderzeitschrift ausgespielt werden...*

Dass das Kinderbuch nicht gegen die Zeitschrift ausgespielt werden muss, bestätigt auch die durchdachte Idee des Verlages Beltz und Gelberg. Ausgewählte Beiträge der jährlich dreimal erscheinenden Zeitschrift «Der Bunte Hund» können im Jahrbuch «Der dicke Hund» nachgelesen werden.

Zu wünschen ist, dass die Vorzüge dieses Lesemediums – von den jungen Rezipienten längst wahrgenommen – auch von den Erwachsenen, den Pädagogen und den Wissenschaftlern entdeckt werden.

---

#### **Literatur**

*Schweizerisches Jugendbuch-Institut (Hrsg.):* Kinder und Jugendzeitschriften in der Schweiz, Klett u. Balmer Verlag 1981.

*Schweizerisches Jugendbuch-Institut (Hrsg.):* Leselandschaft Schweiz. Das Leseverhalten von Kindern und Jugendlichen, Zürich 1988, S. 26.

*Charlton/Newmann.* In: *Barthelmes, Jürgen/Sander, Ekkehard:* Familie und Medien, Verlag Deutsches Jugendinstitut 1990, S. 51ff.

*Sommer, Michael:* Lesemedium im Aufwärtstrend: die Kinderzeitschrift. In: *Gärner, Hans:* lieber lesen, Neuer Finken Verlag 1991, S.100ff

---

## Eine Auswahl der in der Schweiz erhältlichen Kinderzeitschriften:

### **Bimbo**

Lesealter 8 bis 11 Jahre, erscheint monatlich, Perpress-Zeitschriften, Bösingen, Fr. 32.40

### **Der Bunte Hund**

Lesealter 7 bis 14 Jahre, erscheint 3mal jährlich, Beltz und Gelberg, Weinheim u. Basel, Fr. 27.–

### **Jumi**

Lesealter 8 bis 11 Jahre, erscheint 8mal jährlich, Immensee, Fr. 14.50

### **Junior**

Lesealter ab 6 Jahren, erscheint monatlich, Verlag Hug, Kilchberg, gratis

### **Kängi**

ab 2 Jahren

### **KODI**

ab 5 Jahren, beide Zeitschriften erscheinen monatlich, Verlag Eiselé, Prilly, Fr. 63.– und Fr. 69.–

### **Maky**

Lesealter 7 bis 12 Jahre, erscheint monatlich, Genève, Fr. 18.–

### **Panda Club**

Lesealter 6 bis 12 Jahre, erscheint 6mal jährlich, WWF Schweiz, Zürich, Fr. 25.– (wird im Klassensatz gratis an die Schulen abgegeben)

### **Pfiff**

Lesealter 8 bis 15 Jahre, erscheint monatlich, Büry Verlag, Zürich, Fr. 28.–

### **Schweizer Jugend**

Lesealter 10 bis 16 Jahre, erscheint wöchentlich, Union Zeitschriften Verlag, Baden, Fr. 116.–

### **SPICK**

Lesealter 9 bis 15 Jahre, erscheint monatlich, Zürich, Fr. 89.40

### **spiel mit**

Lesealter 3 bis 8 Jahre, erscheint monatlich, Habegger Verlag, Zürich, Fr. 42.–

### **Tierfreund**

Lesealter 9 bis 15 Jahre, erscheint monatlich, Perpress-Zeitschriften, Bösingen, Fr. 36.–

### **TREFF**

Lesealter, 10 bis 14 Jahre, erscheint monatlich, Habegger Verlag, Zürich, Fr. 68.50

### **tut**

Lesealter 9 bis 14 Jahre, erscheint vierzehntägig, Luzern, Fr. 46.–

### **Yakari**

Lesealter 6 bis 9 Jahre, erscheint monatlich, Union Zeitschriften Verlag, Baden, Fr. 62.50

### **volki**

Lesealter 8 bis 14 Jahre, erscheint 4mal jährlich, Schweizerische Volksbank, gratis.