

Haben «Kinderheftli» eine Zukunft?

Neues Magazin für Mädchen Die Macherinnen von «Kosmos» wollen den Markt der Kinderzeitschriften aufmischen. Denn sie sind – wie andere Expertinnen – davon überzeugt, dass Gedrucktes für junge Leserinnen und Leser auch heute eine wichtige Rolle spielt.

BaZ, 10.11.2020

Aleksandra Hiltmann

Als Marta Kosińska vor drei Jahren von Polen in die Schweiz zog, suchte sie für ihre Töchter ein geeignetes «Heftli». Nah an deren Lebenswelt, spannende Inhalte, inspirierende Vorbilder, etwas zum Knobeln – und eines, das keine Meitli-Buebe-Stereotype auftischt. Doch Marta Kosińska fand nichts.

Sie beschloss, jenes Magazin, das ihre Mädchen in Polen lasen und das dort mittlerweile zur Institution geworden ist, in die Schweiz zu holen: «Kosmos», ein «klischeefreies Magazin», wie es im Selbstbeschrieb heisst. Zielgruppe sind Mädchen (und andere Interessierte) zwischen 8 und 13 Jahren. Soeben wurde per Crowdfunding das Finanzierungsziel erreicht. Die Zeitschrift erscheint nun ab Dezember.

Wege zum Buch

«Lesen ist weiterhin hoch im Kurs», so Christine Tresch vom Schweizerischen Institut für Kinder- und Jugendmedien SIKJM – und zwar analog und digital. Online lesen Kinder vor allem kurze Texte. Längere Geschichten würden sie lieber in Büchern lesen. E-Books seien nicht besonders beliebt. Das Umblättern der Seiten im E-Book sei nicht vergleichbar mit dem Erlebnis, das man bei Papierseiten habe, auch sammeln könne man gelesene E-Books nicht. Denn: Am liebsten lesen Kinder Serienlektüre. «Die Kinder können in die Welt der Figuren eintauchen, kennen ihre Macken, freuen sich aufs nächste Abenteuer. Die Figuren werden zu einer Art Familie.»

Kinder würden heute auf verschiedenen Wegen zu Büchern finden, das Lesen finde stark im Medienverbund statt, so Tresch. Das könne die Bindung an eine Serie gar noch erhöhen. Als Beispiel nennt sie die Reihe «Gregs Tagebuch». Dazu gibt es eine Homepage mit Hinweisen auf die Kinofilme, Spiele zum Download, Informationen zu den Figuren.

Gerade diese Bindung an Serien – und damit auch ans analoge Lesen –, die sich immer weiter fortsetzen, sei wichtig, um Lesekompetenz zu erwerben. Wer mehr liest, wird routinierter. Und nur wer flüssig liest, kann eine Geschichte überhaupt verstehen.

Die Zahlen der letzten sogenannten Mike-Studie der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften über das Mediennutzungsverhalten von Schweizer Primarschülerinnen und -schülern von 2019 zeigen: Unter den beliebtesten Freizeitaktivitäten rangiert Lesen im Mittelfeld, gleichauf mit Fernsehen. Die Nutzung des Handys liegt dagegen weit hinten, obwohl rund jedes zweite Kind eines besitzt. Deutlich wird aus diesen Zahlen auch: Heftchen und Comics sind weit weniger beliebt als Bücher, und der Anteil der Kinder, die solche regelmässig lesen, ist in den vergangenen fünf Jahren um 10 Prozent gesunken.

«In den letzten 10 Jahren haben wir kräftig verloren», schreibt Hans Schödel, Chefredaktor von «Spick», dem wohl bekanntesten Kindermagazin der Schweiz. Dabei müssen man



Das neue Mädchenmagazin «Kosmos» ist ab Dezember 2020 erhältlich. Testleserinnen – und wir – haben bereits einen Blick in die erste Ausgabe geworfen. Foto: Andrea Zahler

sehen, dass der gesamte Printbereich mit sinkenden Auflagen kämpfe. 2010 verkaufte er über 30'000 Exemplare, heute seien es weniger als 25'000.

Ausleihstatistik

Eine Statistik der ausgeliehenen Jugendliteratur der vergangenen 12 Monate der Pestalozzi-Bibliotheken Zürich (PBZ) zeigt: Band Nummer 14 der Kinderbuchreihe «Gregs Tagebuch» und «Walt Disney's Lustige Taschenbücher» (diverse Bände) sind Spitzenreiter. Bei den Zeitschriften ist «Micky Maus» am beliebtesten, es folgen «Wendy», «Mädchen» und erst danach «Geolino mini». «Spick» folgt noch weiter hinten.

Aber: «Magazine für Kinder und Jugendliche haben einen eher schweren Stand, die Ausleihzahlen sind rückläufig», schreibt Chefbibliothekar Sebastian Wil-

le, gestützt auf Gespräche mit den Verantwortlichen für Kinder- und Jugendzeitschriften und dem PBZ-Statistiker. Die Kinder würden heute viele verschiedene, zunehmend auch neue Medien konsumieren.

Das zeigen die Zahlen der Mike-Studie: Die 8- bis 11-Jährigen lesen am häufigsten Bücher, Heftchen und Comics. Je älter die Kinder werden, desto wichtiger werden digitale Medien.

«Die Zeitschriften müssen sehr attraktiv aufgemacht sein, damit sie ausgeliehen werden», sagt Wille. Am Kiosk hätten es wohl Magazine leichter, denen Geschenke beiliegen. Christine Tresch wirft einen kritischen Blick auf diese Angebote. Viele dieser Zeitschriften mit Gadgets, die am Kiosk erhältlich seien, würden von grossen Medienkonzernen wie etwa Disney heraus-

gegeben und Werbung von redaktionellem Inhalt nicht sauber trennen. Kinder könnten diesen Unterschied allerdings nicht erkennen.

Bei Zeitschriften wie «Spick», «Geolino», «Dein Spiegel» oder auch «Zeit Leo» passiere das nicht. «Dort stehen Verlage mit professionellen Journalistinnen, Bildredaktionen und Layoutern dahinter.»

Anleitung, sich selbst zu sein

In den Augen der Macherinnen von «Kosmos» setzen Wissensmagazine vor allem auf klassische Wissensvermittlung, und dabei seien die vorherrschenden Geschlechterrollen bewusst oder unbewusst fest darin verankert, sagt Co-Gründerin Laura Simon. «Kosmos» hingegen wolle einen Wandel anregen. «It's all about empowering girls», so Chefin und Co-Gründerin Marta Kosińska.

Blättert man in der ersten Ausgabe von «Kosmos» zum Thema «Meine Stimme», findet man Illustrationen dazu, wann die Frauen in der Schweiz ihr Stimmrecht erlangten, Ansichten von Mädchen, worüber sie selbst entscheiden möchten, einen Wissensbeitragsbeitrag darüber, wie Töne entstehen, eine Reportage. Genauso finden aber auch Witze, App-Rezensionen und Spiele Platz auf den über 70 Seiten.

Grafisch kommt «Kosmos» zeitgemässer daher als die anderen Magazine, die teilweise an die frühen 2000er-Jahre erinnern. Die auf ein Thema fokussierte Ausgabe des Mädchen-

magazins kommt dem Leseerlebnis ebenfalls zugute.

Die ersten Feedbacks von Testleserinnen, sagt Kosińska, zeigten, dass «Kosmos» gerade mit dem Thema der ersten Ausgabe und der Art, wie es aufbereitet wird, einen Nerv treffe. Laura Simon erzählt von einer jungen Frau, die beim Anblick einer Doppelseite zum Thema Wut zu weinen begann. Ihr sei als Mädchen immer gesagt worden, Mädchen dürften nicht wütend sein. Genau so etwas hätte sie gebraucht, eine Anleitung, sich selbst sein zu dürfen.

Diverses «Kurzfutter»

Das Magazin sei jedoch nicht für Mädchen, weil diese «schwächer» seien und daher spezielle Hilfe benötigten, sagt Simon. Vielmehr gehe es darum, Mädchen zu ermächtigen, damit sie den Weg, der ihnen am besten gefällt, gehen können. «Kosmos» wolle mehr leisten, als Kinder nur zu unterhalten. Und auch betreffend die Kindermagazine, die bereits auf dem Markt sind, sind sich die Expertinnen und Experten einig: Sie sind auch heute noch wichtig.

«Analoges, lineares Lesen ist neben all dem digitalen Input wichtig für die Leseförderung und Hirnentwicklung», sagt Hans Schödel. Magazine seien niederschwellige Leseangebote, schreibt Sebastian Wille von der PBZ, dank der vielen Bilder auch für jene geeignet, die nicht gerne lesen.

Christine Tresch pflichtet bei: «Zeitschriften funktionieren ganz anders als ein Buch, das eine

Geschichte von A bis Z erzählt. Sie bieten viele Einstiegsmöglichkeiten»: Spiele, Leserbriefe, Porträts, Ausschnitte aus Büchern, diverses «Kurzfutter». Gerade kurze Texte würden es auch schwächeren Leserinnen und Lesern ermöglichen, etwas Passendes für sich zu finden. Zudem würden Zeitschriften ihr Publikum oft direkt ansprechen: «Ich bin gemeint, wenn ich lese, das schafft Identität.» Sie findet es wichtig, dass Schulen und Bibliotheken ein breites Angebot an Kinderzeitschriften anbieten.

Vier PBZ-Filialen hätten «Kosmos» abonniert, sagt Wille. Ob das Magazin bei der Zielgruppe ankommt, muss sich im Dezember zeigen, wenn die erste reguläre Ausgabe erscheint.

«Kosmos» in Polen

Die Idee zu «Kosmos» entstand vor drei Jahren in Polen, als Mütter ein Magazin aus den USA entdeckten, das sich mit der Selbstermächtigung von Mädchen auseinandersetzt. Da es in Polen keine vergleichbaren Angebote gab, gründeten die Mütter erst eine Facebook-Gruppe, um sich über Ideen auszutauschen, später konnte dank Crowdfunding tatsächlich das erste Magazin in den Druck gehen. Mittlerweile ist «Kosmos» in Polen eine Institution, das Team organisiert Workshops und Webinare für und mit Eltern und hat sich als Referenzpunkt in nationalen Debatten etabliert. (ahl)

Freizeitaktivitäten mit Medien

Anteile Kinder/Jugendliche in % (Nutzung mind. 1-mal wöchentlich)				
nach Alter	6–7 Jahre	8–9 Jahre	10–11 Jahre	12–13 Jahre
Fernsehen	83	82	80	84
Bücher lesen	66	72	71	55
Handy nutzen	35	36	61	76
Heftchen lesen	35	51	52	39
nach Jahr				
	2015	2017	2019	
Fernsehen	80	82	82	
Bücher lesen	70	72	68	
Handy nutzen	43	52	52	
Heftchen lesen	53	49	46	

Grafik: ake/Quelle: ZHAW, Mike-Studie 2019