



Fachtag

„Kinder und Zeitung“

21. / 22. Februar, Berlin



Impressum

Veranstalter

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) in Kooperation mit Norske Skog

Organisation

Ulrike Schmiedtke, ZV Zeitungs-Verlag Service GmbH

Tel. 030 / 72 62 98 24 2

Schmiedtke@bdzv.de

Dr. Kerstin Goldbeck, BDZV

Tel. 030 / 72 62 98 21 5

Goldbeck@bdzv.de

Tagungsort

Maritim pro Arte Hotel Berlin

Friedrichstraße 151

10117 Berlin

Tel. 030 / 20 33 5

Dokumentation

Layout und Fotos: Kathrin Kirscht

Texte: Kathrin Kirscht, Dr. Kerstin Goldbeck,

Anja Pasquay



Damit aus Kindern Leser werden

Seit Jahrzehnten engagiert sich der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) für junge Leser. Bereits 1979 rief der BDZV gemeinsam mit dem Aachener Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren (IZOP) das Leseförderungsprojekt „Zeitung in der Schule“ ins Leben. Viele Verlage haben seitdem die Initiative aufgegriffen und weiterentwickelt.

Mit neuen Projekten für Leseförderung, die bereits im Kindergarten und in der Grundschule ansetzen, gehen sie schon „im Sandkasten auf Lesefang“. Hiermit, wie auch durch eigene Zeitungen, Kinderseiten, Aktionen wie die „Kinder-Uni“ oder tägliche Kindernachrichten, lernen Kinder, was den Reiz des Mediums gegenüber TV, Radio & Co ausmacht und wie die Zeitung beim Lesenlernen hilft. Beim BDZV-Fachtag „Kinder und Zeitung“ am 21. / 22. Februar 2006 wurden erfolgreiche Verlagsinitiativen vorgestellt, mit denen man die Jüngsten für die Zeitung und das Lesen begeistern kann.



Inhalt

Diskussion: Wann ist der Zug abgefahren? Im Sandkasten auf Leserfang

5

Von wegen Kinderkram! – Mediennutzung bei den Jüngsten

9

Prof. Dr. habil. Wilfried Bos, Projektleiter der IGLU-Studie in Deutschland, Universität Dortmund

Die können doch noch gar nicht lesen! – Zeitung im Kindergarten

11

Elke Jansen, Ressortleitung Wochenendjournal/Serviceseiten, „Zeitungshaus Bauer“, Marl

Kinder in die Hörsäle – „Kinder-Uni“ in Tübingen

14

Ulla Steuernagel, Redakteurin, Ulrich Janßen, Redakteur, „Schwäbisches Tagblatt“, Tübingen

Kinderleicht – Zeitung für ABC-Schützen bei „ZeusKids“

17

Harald Heuer, Leiter des Projektes „ZEUS – Zeitung und Schule“, stellv. Leiter der Journalistenschule Ruhr, Essen

„Oink!“ – Eine Wirtschaftszeitung für Kinder

19

Ernest Henry, Verleger, „Oink!“ News Corporation Limited, London

Ich will aber meine eigene Zeitung! – Die belgische Kinderzeitung „Le Journal des Enfants“

22

Marie-Agnès Cantinaux, Redakteurin, Bénédicte Lemercier, Marketing, Journal des Enfants“, Namur

“Le

Aus kompliziert einfach machen – Kindernachrichten bei „logo!“

24

Markus Mörchen, verantwortlicher Redakteur, ZDF-Kindersendung „logo!“, Mainz

Anhang

26

Podiumsdiskussion



Wann ist der Zug abgefahren?



Im Sandkasten auf Leserfang



Eine eigene Zeitung nur für Kinder, das wär's, darin waren sich die Teilnehmer der Podiumsdiskussion „Wann ist der Zug abgefahren? Im Sandkasten auf Leserfang“ am 21. Februar 2006 im Berliner Haus der Presse durchaus einig.

Auf dem Weg dahin gäbe es aber auch so noch eine Menge zu verbessern, damit aus Kindern Leser werden, die ihre Nase gerne in Bücher, Zeitungen oder Zeitschriften stecken, meinte Moderatorin Roswitha Budeus-Budde, Kulturredakteurin der „Süddeutschen Zeitung“ in München. Vor allem müsse viel mehr Geld als bisher in die vorschulische Erziehung gesteckt werden. So, wie es beispielsweise die Finnen vormachen.



Hannelore Haufe, seit gut drei Jahrzehnten Leiterin einer Berliner Kindertagesstätte, wünschte sich, in Zukunft endlich selbst für die Einstellung ihrer Mitarbeiter verantwortlich zu sein und diese nicht von vorgesetzten Dienststellen zugewiesen zu bekommen. „Dann kann man auch ein gutes gemeinsames Programm für die Kinder erarbeiten.“ Die Zahl der Nichtleser wird größer, bedauerte Heinrich Kreibich, Leiter der Stiftung Lesen in Mainz.

„Und die Spirale des Nichtlesens beginnt mit der mangelnden Dialogfähigkeit der Eltern.“

„Stimmt schon“, erwiderte Paul Maar, Kinderbuchautor und unter anderem Vater des „Sams“. Allerdings legten gleichzeitig die Kinderbuchverlage bei ihren Verkäufen Jahr für Jahr zu. Offensichtlich läsen die Kinder, die sowieso lesen, immer mehr.

Und damit können sie auch gar nicht früh genug anfangen, meinte Anna Katharina Braun, Professorin für Zoologie/Entwicklungsneurobiologie an der Universität Magdeburg. „Lernen löst im kindlichen Gehirn massive Veränderungen aus. In den ersten Jahren wird sozusagen die ‚Festplatte‘ ausgebildet. Damit müssen wir dann später ein ganzes Leben lang zurechtkommen!“ Wenn allerdings Zuhause nicht gelesen wird und das familiäre Vorbild von Eltern oder größeren Geschwistern fehlt, kann die Lektüre in der Schule ein wichtiger Ersatz werden.

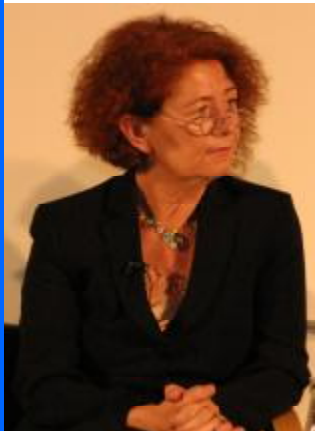
Aralynn McMane, Director of Development and Education beim Weltverband der Zeitungen (WAN) in Paris, berichtete in ihrer Einführung über eine Studie in 22 Städten der USA, bei der junge Leute im Alter zwischen 18 und 35 Jahren befragt wurden, ob sie sich daran erinnern, während der Schulzeit mit Zeitungen im Unterricht gearbeitet zu haben. 63 Prozent derjenigen, die Zeitungen in der Schule benutzt hatten, waren später auch aktive Zeitungsleser; von denen, die sich nicht an Zeitungsprojekte in der Schule erinnern konnten, waren es hingegen nur 32 Prozent.

Podiumsdiskussion



Hannelore Haufe

Leiterin
Kita Französische Str.
10117 Berlin
Tel. 030 / 20 89 21 4



Dr. Roswitha Budeus-Budde

Kulturredakteurin
Süddeutsche Zeitung GmbH
Sendlinger Str. 10
80331 München
Tel. 089 / 21 83 87 99
Roswitha.Budeus-Budde.extern@sueddeutsche.de



Heinrich Kreibich

Geschäftsführer Stiftung Lesen
Römerwall 40
55131 Mainz
Tel. 06131 / 28 89 00
Heinrich.Kreibich@StiftungLesen.de



Podiumsdiskussion



Prof. Dr. Anna Katharina Braun

Professorin für Zoologie/Entwicklungsneurobiologie
Otto-von-Guericke-Universität
Institut für Biologie
c/o Leibniz-Institut für Neurobiologie
Brenneckestraße 6
39118 Magdeburg
Tel. 0391 / 62 63 61 7
katharina.braun@nat.uni-magdeburg.de



Paul Maar

Kinderbuchautor
Zinkenwörth 7
96047 Bamberg
Tel. 0951 / 21 50 1
paul.maar@f-t.de



Dr. Aralynn McMane

Director of Development and Education
WAN World Association of Newspapers
Rue Geoffroy St. Hilaire
75005 Paris / Frankreich
Tel. 0033 / 1 / 47428500
amcmane@wan.asso.fr



Prof. Dr. habil. Wilfried Bos,

Schulentwicklungsinstitut

Universität Dortmund

Vogelpothsweg 78

44227 Dortmund

Tel. 0231 / 75 55 50 0

bos@ifs.uni-dortmund.de

Von wegen Kinderkram!

Mediennutzung bei den Jüngsten



Eine Kinderzeitung müsse her, forderte Prof. Dr. habil **Wilfried Bos**, Leiter des Dortmunder Schulentwicklungsinstituts am 22. Februar 2006 beim BDZV-Fachtag „Kinder und Zeitung“. Bos weiß um den Nutzen der Zeitung für Kinder. Er betreut die „Internationale Grundschul-Lese-Untersuchung“ (IGLU) in Deutschland, jenen so genannten Schulleistungstest, bei dem die Lesekompetenz von Grundschulern ermittelt wird.

Deutsche Kinder schneiden dabei gut ab, im Gegensatz zum „Programme for International Student Assessment“ (PISA), die bei den weiterführenden Schulen ansetzt. Kinder können mit literarischen und informativen Texten gleich gut umgehen, lautet ein Ergebnis für deutsche Grundschüler. Bos erklärt: „Schon ab der zweiten Klasse kann ich Presseartikel im Schulunterricht empfehlen. Die Kinder können in diesem Alter Texte lesen, verstehen, darüber reden und sie reflektieren.“

Insgesamt sind die deutschen Kinder bei der IGLU-Studie erfolgreicher als erwartet. „Experten und Fachleute unterschätzen kolossal die Fähigkeiten unserer Kinder“, erläutert Wilfried Bos, der die Studie gemeinsam mit anderen Professoren in der Bundesrepublik durchführte. Die Untersuchung zeigt auch die Probleme im hiesigen Bildungssystem auf: Während deutsche Kinder noch in der vierten

Klasse gut abschneiden, werden sie bei der PISA-Studie Ende der neunten Klasse von ihren europäischen Nachbarn überholt.



„Die Grundschule ist die beste schulische Bildungseinrichtung in Deutschland. Die Lehrer müssen sich hier intensiv mit jedem Einzelnen auseinander setzen. Am Gymnasium ändert sich das dann durch die Teilung in die Sekundarstufen I und II. Wer hier nicht in das Profil passt, wird nach unten durchgereicht. Die kognitive Sensibilisierung ist an der Grundschule viel intensiver“, skizziert Bos. Auch die Lehrerausbildung findet der Professor nur „suboptimal“. Auf fachlicher Ebene würden die deutschen Lehrer gut vorbereitet, „aber die didaktische Ausbildung ist einfach schlecht. Daran muss sich etwas ändern.“

Internet: www.ifs.uni-dortmund.de



Die können doch noch gar nicht lesen!



Elke Jansen,

Ressortleitung Wochenendjournal/Service
„Recklingshäuser Zeitung“

Verlag J. Bauer KG

Kampstr. 84 B

45772 Marl

Tel. 02365 / 10 72 41

sonderseitenredaktion@zb-marl.de

Zeitung im Kindergarten





„Fassungslos“ sei sie zunächst gewesen, erzählt **Elke Jansen**, als sie vom Vorschlag des Verlegers hörte. Zeitung im Kindergarten? „Die können doch noch gar nicht lesen!“ Die anfängliche Skepsis ist angesichts des großen Erfolgs, den das Kindergartenprojekt des Zeitungshauses Bauer hat, verflogen. Seit 2004 läuft der „Zeitungstreff im Kindergarten“. 1.500 bis 2.000 Kinder in 80 Gruppen nehmen jährlich daran teil. Erzieherinnen, Eltern und Kinder sind begeistert.

Die Zeitung wird dabei drei Wochen lang an die teilnehmenden Kindergärten geschickt. Basteln mit Zeitungspapier, Rätsellösen und Lesen der Fortsetzungsgeschichten stehen genauso auf dem Programm

wie die Besuche von Redakteuren im Kindergarten. „Wir bieten auch Reporterspiele an, bei denen die Kinder Termine wahrnehmen und die Erzieher darüber schreiben. Teilweise werden auch die Fotos aus der Zeitung ausgeschnitten und die Kinder denken sich eine Geschichte aus, was passiert sein könnte“, erläutert Jansen.

Vor allem den Panda, das Maskottchen des Zeitungshauses, haben die Kinder ins Herz geschlossen. „Als ein Kollege eine Vorschule besuchte, wurde er mit den Worten ‚Da kommt der Mann von der Teddyzeitung‘ begrüßt“, erinnert sich Jansen.

Ob das Projekt gelingt, hänge sehr vom Engagement der Erzieher ab. Wichtig sei es, die Kleinen nicht mit erhobenem Zeigefinger an das Lesen und Sprechen heranzuführen, sondern kreativ und spielerisch. Der Kontakt von Eltern zum Zeitungshaus Bauer ist durch das Projekt intensiver geworden. Ein Grund dafür sei die Berichterstattung über die Kindergärten, auf die man in der Redaktion viel Wert legt. „In unserer Rubrik ‚Kleine Leute heute‘ haben die Kinder das Sagen. Wir versuchen auch viele Bilder ins Blatt zu nehmen, denn das ist für die Familie ein tolles Erlebnis, ihre Kleinen in der Zeitung zu sehen. Je jünger die Kinder sind, umso mehr wird in den Elternhäusern kommuniziert und um so größer ist auch das Interesse“, so Elke Jansen.



Mit dem Projekt für die Vorschulkinder hat das Zeitungshaus Bauer auch neue Käufer gewonnen. 60 Voll-Abos konnten am Ende des letzten Durchgangs abgeschlossen werden. Der Aufwand für die Redaktion hält sich, wie die Ressortleiterin versichert, mit den Besuchen und Gesprächen im Kindergarten in Grenzen. Anfangs sei die Idee der Vorschulaktion belächelt worden, aber jetzt freuten sich die Journalisten über die Einladungen zu Sommerfesten oder Jubiläen.



Nicht nur für die Kindergärten bietet das Zeitungshaus Bauer gemeinsam mit dem mct media consulting team aus Dortmund Zeitungsprojekte an, auch für Grundschüler und Jugendliche existieren „Zeitungstreffe“. Ein selbst gedichtetes Zeitungslied von Gelsenkirchener Kindergarten-Kindern, das Elke Jansen am Schluss per Tonband einspielte, sorgte für Belustigung, aber auch für Neid bei Kollegen, die selbst Schulprojekte begleiten: darauf, dass Zehntklässler für einen singen, könne man lange warten.

Internet:

www.zeitungshausbauer.westline.de/index.php



Ulrich Janßen,

Redakteur „Schwäbisches Tagblatt“
Schwäbisches Tagblatt GmbH
Uhlandstr. 2
72072 Tübingen
Tel. 07071 / 93 43 50
janssen@diekinderuni.de



Kinder in die Hörsäle

Kinder-Uni in Tübingen



Ulla Steuernagel,

Redakteurin „Schwäbisches Tagblatt“
Schwäbisches Tagblatt GmbH
Uhlandstr. 2
72072 Tübingen
Tel. 07071 / 93 43 28
post@diekinderuni.de

Für einen Tag mal Uni spielen, einem richtigen Professor lauschen und sogar einen Studienschein mit Stempel bekommen – die „Kinder-Uni“ des „Schwäbischen Tagblatts“ macht es möglich. Ein Erlebnis, das so schnell kein Kind vergisst. Seit 2002 stürmen Kinder in Tübingen regelmäßig die Hörsäle der Universität. Bis zu 800 Nachwuchsstudenten nehmen an den Vorlesungen teil, die von Professoren, darunter Nobelpreisträger, kindgerecht gehalten werden.



Ulla Steuernagel und **Ulrich Janßen** vom „Schwäbischen Tagblatt“ haben das Konzept entwickelt, das mittlerweile weltweit über 70 Nachahmer fand und im Jahr 2005 mit dem „Descartes Prize for Science Communication“ der Europäischen Kommission ausgezeichnet wurde.

„Tübingen ist eine sehr wissenschaftlich geprägte Stadt. Wir wollten die Professoren mit den Kindern zusammenbringen, was uns mit der „Kinder-Uni“ sehr gut gelungen ist“, erklärt Ulrich Janßen. Gemeinsam mit der Hochschule erarbeitete das „Schwäbische Tagblatt“ ein Konzept. Anfangs zitterte man, ob sich genug Kinder finden würden, die die Veranstaltungen besuchten. Die Bedenken waren unbegründet, waren doch die Hörsäle von Anfang an mit 300 bis 400 Kindern bis auf den letzten Platz besetzt. Werbung für die Veranstaltungsreihe, die jährlich binnen acht Wochen, dienstags um 17.15 c.t., angeboten wird, braucht es nicht mehr. Noch mehr Kinder könne man einfach nicht unterbringen, erklärt Janßen.



Bei den Vorlesungen seien die Professoren teilweise wie Popstars gefeiert worden und hätten Autogramme geben müssen. Stolz sammelten Kinder Unterschriften auf ihrem Studienschein.

Die Vorträge werden jeweils in einen zweiten Hörsaal übertragen, wo die Erwachsenen Platz nehmen und den Antworten auf Fragen wie „Warum speien Vulkane Feuer?“ und „Warum erzählen wir Geschichten?“ lauschen dürfen.



„Jeder Professor hatte seine eigene Methode, die Materie anschaulich zu erläutern. Der eine verteilte Erdnüsse, ein anderer bevorzugte eine Goethehandpuppe und wieder welche versuchten sich mit szenischem Theater. Das kam gut an“, erinnert sich Ulla Steuernagel.



Das „Schwäbische Tagblatt“ begleitet die „Kinder-Uni“ redaktionell. Unter anderem verwandelt sich der Lokalteil der Zeitung zum Start des neuen Semesters in die „Lokalzeitung für Kinder“, in der jeder Artikel für Kinder verständlich geschrieben ist. Die Kosten für die „Kinder-Uni“ seien gering, so Steuernagel und Janßen, und fielen vor allem im Marketing an. Die Räume stellten die Universitäten kostenlos zur Verfügung und Professoren verzichteten auf Honorare. Interessierte können bald auf der Website www.diekinderuni.de zwanzig Tipps für die Organisation einer eigenen „Kinder-Uni“ nachlesen.

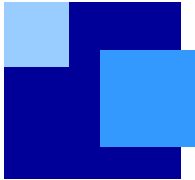
„Wichtig ist uns, dass alle ihren Spaß haben und Interesse an bisher unbekanntem Fächern entwickeln“, hofft Janßen. Was ist das Erfolgsrezept der „Kinder-Uni“ in Tübingen? „Das Prinzip Wundertüte“, wie Ulrich Janßen die unterschiedlichen Themengebiete bezeichnet, trage einen großen Teil dazu bei.

Lernen nach Plan gebe es hier nicht. Nicht nur die Kinder seien begeistert von dem Angebot an der Alma mater, auch die Eltern fänden die Uni für die Kleinsten sinnvoll. „Einige waren richtig hysterisch, brachten die Kinder bis zu einer Stunde eher zur Uni, um für sie einen guten Platz zu bekommen und nichts zu verpassen“, berichtet Ulla Steuernagel.

Neben der „Kinder-Uni“ bietet das „Schwäbische Tagblatt“ auch andere Kinder- und Jugendangebote an, wie beispielsweise regelmäßige Kinder- und Jugendseiten.

Internet: www.diekinderuni.de





Kinderleicht

Zeitung für
ABC-Schützen
bei ZeusKids

Harald Heuer,

Stellvertretender Leiter
Journalistenschule Ruhr
Schederhofstr. 55-57
45123 Essen
Tel. 0201 / 80 41 97 8
h.heuer@journalistenschule-ruhr.de



Viele Kinder wachsen mittlerweile ohne die Zeitung im Elternhaus auf. Auch bei den Lehrern sei nicht mehr jeder mit dem Printmedium vertraut, so die alarmierende Erkenntnis von **Harald Heuer**, der für die Journalistenschule Ruhr das Grundschulprojekt „ZeusKids“ entwickelt hat. Die Journalistenschule Ruhr ist bereits seit Jahren mit Projekten für die Sekundarstufe I und II im Bereich Leseförderung aktiv.



„ZeusKids“ kam im Mai 2005 dazu, es wird mit großem Erfolg in vierten Klassen durchgeführt: Im vergangenen Jahr nahmen 22.500 Grundschüler teil. Positiv ist auch die Bilanz seitens der Lehrer: 63 Prozent der Pädagogen, die zuvor größtenteils nicht mit der Zeitung gearbeitet hatten, gaben im Anschluss an „ZeusKids“ an, auch weiterhin Zeitungen im Unterricht einsetzen zu wollen.

Bei „ZeusKids“ erhalten Viertklässler zwei Wochen lang ihr persönliches Zeitungsexemplar aus der WAZ-Mediengruppe. Zusätzlich bekommen sie gegen eine Schutzgebühr eine „ZeusKids“-Kiste, in der die Kinder nicht nur ihre „Reporterschule“ finden, sondern auch einen eigenen Reporterausweis.

„Zur Dokumentation wollte ich einige der Ausweise zurück. Aber das gestaltete sich als äußerst schwierig, denn keiner wollte ihn wieder hergeben“, erinnert sich Harald Heuer.

Daneben erhalten die Lehrer Material zur Zeitung und Tipps, wie sie das Medium am besten in den Unterricht einbauen. „Ohne das Interesse der Lehrer kommen wir nicht an die Schüler“, stellt Harald Heuer fest. Wichtig sei daher das Unterrichtsmaterial, mit dem die Lehrer arbeiten. „Wir wollen sie entlasten und praxisbezogen das Thema ‚Zeitung‘ näher bringen.“

Daher gibt es bei „ZeusKids“ auch keine festen Starttermine, sondern die Lehrer suchen sich aus, wann sie das Projekt in ihrem Unterricht einsetzen wollen. In den Lokalredaktionen der WAZ-Mediengruppe wird mindestens einmal pro Woche aus den Grundschulen berichtet. „Endlich sind die Kinder damit wieder im Blatt“, bemerkt Heuer.



Flankiert wird „ZeusKids“ mit einer eigenen Website, www.zeuskids.de, auf der Beiträge von Kindern veröffentlicht werden und Wissenswertes über das Projekt abrufbar ist.

Internet: www.zeuskids.de





Ernest Henry,

Publisher

„Oink!“ News Corporation Limited

7 Hampstead Gate, 1A Frognal

London NW3 6AL

Großbritannien

Tel. 0044 / 20 75 80 51 77

eh@oinknewspapers.com

**O
i
n
k!**

**Eine
Wirtschaftszeitung
für Kinder**



Sie ist die einzige Business-Zeitung für Kinder in Großbritannien. Auf ihrem lachsfarbenen Papier kommt sie wie die kleine Schwester der „Financial Times“ daher: „Oink!“. Für Verleger **Ernest Henry** ist die monatlich erscheinende Zeitung, die sich an Sieben- bis Zwölfjährige richtet, „mein Baby, meine Leidenschaft“. Ziel sei es, das Lesen und Schreiben zu fördern und Kindern Finanzdinge näher zu bringen. „Das Schwein ist das Symbol für sparen, sparen, sparen. Wir greifen das Tier deshalb als Logo und mit dem Titel ‚Oink!‘ auf. Alles kindgerecht“, erklärt Henry.

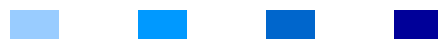


Das Layout sei wichtiger Erfolgsfaktor von „Oink!“. Viele Bilder, keine zu langen Texte und die zielgruppen-gerechte inhaltliche Aufbereitung seien zentral. Redakteure „übersetzten“ schwierige Begriffe und erklärten die wesentlichen Zusammenhänge verständlich. Themen wie „Inflation“, „Zinsen“, und „Aktien“ seien ebenso enthalten wie Beiträge über Musik oder Sicherheit in der Schule. „Unsere Berufs- und Karrierecke ist einzigartig. Wir stellen Köche, Moderatoren oder Manager vor, und die Leser gewinnen einen ersten Einblick in die verschiedensten Berufe“, berichtet Ernest Henry.

Auch die Rubrik „Sparen mit Promis“ komme sehr gut an. Prominente beantworteten Fragen, gäben Tipps zum Umgang mit Geld und berichteten über eigene Sparmaßnahmen.



„Oink!“ umfasst zwölf Seiten und wird kostenlos an Schulen und im Einzelhandel vertrieben. Bis zu 600.000 Kinder läsen das Wirtschaftsblatt im Monat. 3,5 Millionen wolle man auf lange Sicht erreichen.



Finanziert wird „Oink!“ über Anzeigen. „Wir sind sehr stolz darauf, dass die ‚Bank of England‘ regelmäßig bei uns inseriert. Wer kann das schon von sich behaupten?“, sagt Henry. Keine Anzeige dürfe allerdings erscheinen, bevor sie laut Henry nicht „oinkisiert“ worden ist. Soll heißen: Die Redakteure entwerfen das Design und bauen die Kampagne für den Kunden kindgerecht auf. Teilweise gerät „Oink!“ an dieser Stelle jedoch zu kommerziell. Seitens der Berliner Fachtageteilnehmer wurde kritisiert, dass „Oink!“ kaum sichtbar gekennzeichnete Anzeigen enthalte, dafür jedoch umso mehr PR-gefärbte Artikel, die als solche nicht für Kinder zu erkennen seien.



„Oink!“ ist mittlerweile auch im Radio vertreten. In Kooperation mit dem Disney-Konzern erzählten Gäste aus verschiedenen Branchen wie Archäologen, Schriftsteller oder Musiker für eine Stunde über ihr Leben und erklärten, welche Rolle Geld für sie spiele.

Internet: www.piggybank.co.uk



Ich will aber meine eigene Zeitung!



Marie-Agnès Cantinaux,

Redaktion „Le Journal des Enfants“ / „Coup d’oeil“

12, Boulevard Ernest Mélot

5000 Namur / Belgien

Tel. 0032 / 81 / 24 89 86

macan@verslavenir.be



Die belgische Kinderzeitung „Le Journal des Enfants“



Bénédicte Lemercier,

Marketing „Le Journal des Enfants“ / „Coup d’oeil“

12, Boulevard Ernest Mélot

5000 Namur / Belgien

Tel. 0032 / 81 / 24 88 58

blem@verslavenir.be

„Wir sind vergleichbar mit einer Tageszeitung, schreiben aber so, dass es auch Kinder verstehen“, erklärt Redakteurin **Marie-Agnès Cantinaux** das Prinzip der belgischen Kinderzeitung „Le Journal des Enfants“. Seit 1992 gibt es die Zeitung, die im Abonnement hauptsächlich an Schulen vertrieben wird: Rund 11.000 der insgesamt 15.000 Abonnements landen dort.



Erklärtes Ziel ist es, zwischen der Welt der Erwachsenen und jener der Kinder zu vermitteln. Auf vier bunten Seiten werden Neuigkeiten aus dem In- und Ausland kindgerecht aufbereitet. Kurze Sätze mit maximal 16 Wörtern und viele Erklärungen sind Pflicht.

„Als die Tsunami-Katastrophe die Menschen erschütterte, griffen auch wir sie inhaltlich auf. Wir haben erst einmal eine Karte veröffentlicht, um zu zeigen, wo die betroffenen Regionen überhaupt liegen.“ „Le Journal des Enfants“ will Fragen beantworten, für die zu Hause oder in der Schule keine Zeit sind. „Die Kinder sollen sich selbst ein Bild machen und eigene Ansichten entwickeln“, so Cantinaux.

In der Schule werde die Zeitung häufig im Unterricht eingesetzt. Bereits in der Ausbildung erhalten Lehrer Tipps vom Verlag, wie „Le Journal des Enfants“ in Schulstunden integriert werden kann.

Neben der Kinderzeitung, die sich an Acht- bis Zwölfjährige richtet, visiert „Coup d’oeil“ seit 1993 jugendliche Leser an. Der „große Bruder“ von „Le Journal des Enfants“ erscheint zweimal im Monat jeweils zu einem speziellen Thema. Im Gegensatz zur Kinderzeitung sind weitaus weniger Schulen an „Coup d’oeil“ interessiert. Lediglich 1.000 Bildungsstätten sind unter den insgesamt 3.000 Abonnenten.



Sechs freie Mitarbeiter und zwei Projektleiter sind für beide Zeitungen verantwortlich und vertreten diese nach außen. Ob fotografieren, schreiben, layouten oder verkaufen – alle müssten alles können, wie **Bénédicte Lemerrier** erläutert. Angesichts der jungen Leserschaft und der starken Präsenz in Schulen, ist die oberste Maxime für beide Zeitungen eindeutig: „keine Fehler!“.

Internet: www.jde.fr



**Aus
kompliziert
einfach
machen**

**Kindernachrichten
bei „logo!“**

Markus Mörchen,

Verantwortlicher Redakteur

ZDF-Kindersendung „logo!“,

55100 Mainz

Tel. 06131 / 70 61 10

moerchen.m@zdf.de

Wenn es um Kindernachrichten geht, darf „logo!“ natürlich nicht fehlen. Die ZDF-Kindersendung für Acht- bis 13-Jährige flimmert bereits seit 1988 über den Bildschirm. Obwohl „artfremd“, wie **Markus Mörchen** sich beim Fachtag „Kinder und Zeitung“ einordnete, sah der verantwortliche Redakteur der Kindernachrichtensendung viele Parallelen zwischen der Berichterstattung für Kinder in Zeitungen und im Fernsehen.

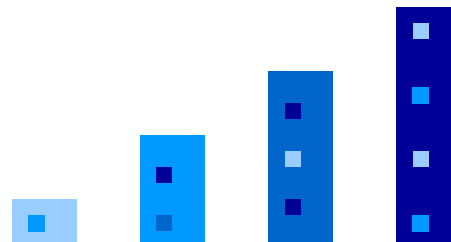


Thematisch gebe es keine Tabus, genau wie bei „Le Journal des Enfants“. Meldungen über Popstars bringe man ebenso wie Berichte über aktuelle Ereignisse aus Politik, Sport oder Umwelt - „natürlich immer zusammenhängend und mit Erklärstücken“, so Mörchen. Das „logo!“-Team setzt dabei auf visuelle Darstellung, Musik und Töne. Bei ernstern Themen wird in der Sendung auf Letzteres gezielt verzichtet, um eine zu starke Emotionalisierung zu verhindern. Bei „logo!“ werde weder dramatisiert noch verharmlost. Wertungen würden vermieden. Im Mittelpunkt stehe immer die sachliche Übermittlung von Informationen. Bei „logo!“ werden regelmäßig Kinder-Reporter ausgesandt, die „den Großen“ unangenehme Fragen stellen dürfen.

Außerdem gibt es eine Redezeit für Kinder, in der sie Beschwerden loswerden können, sowie Erklärstücke zu Themen wie Vogelgrippe, Organspende oder dem Karikaturenstreit, die mittlerweile in den Printbereich exportiert werden. Es besteht eine Kooperation mit sieben Tageszeitungen, für die die Fernsehbeiträge zeitungsgerecht umgearbeitet werden. Mit dabei sind unter anderem die „Badische Zeitung“, die „Westfälische Rundschau“, die „Augsburger Allgemeine“ und die „Westdeutsche Zeitung“.

Auf „logo!“-online können die Kinder direkt Einfluss auf das Programm nehmen, indem sie einen Fragebogen mit ihren Wunschthemen ausfüllen. Meinungsforen gibt es auf der Homepage ebenso wie Mitmach-Aktionen, Gewinnspiele oder das „logo!“-Lexikon. Ob per Brief, E-Mail oder Telefon: Die Redakteure von „logo!“, stellten sich den Fragen, Wünschen und Kritik ihrer jungen Zuschauer.

Internet: www.tivi.de/fernsehen/logo





ANHANG



21. Februar 2006

18:00 Uhr **Begrüßung durch den BDZV**

18:05 Uhr **Einführung**

Dr. Aralynn McMane, Director of Development and Education,
World Association of Newspapers (WAN), Paris

18:20 Uhr **Podiumsdiskussion** im Berliner „Haus der Presse“ zum Thema
„**Wann ist der Zug abgefahren? Im Sandkasten auf Leserfang**“ –
Erkenntnisse, Erfahrungen, Konzepte, Probleme und Chancen für die Zeitung:

Paul Maar, Kinderbuchautor,

Heinrich Kreibich, Geschäftsführer der Stiftung Lesen,

Hannelore Haufe, Leiterin einer Berliner Kindertagesstätte, und

Prof. Dr. Anna Katharina Braun, Professorin für Zoologie / Entwicklungsneuro-
biologie an der Universität Magdeburg

Moderation: Dr. Roswitha Budeus-Budde,

Kulturredakteurin der „Süddeutschen Zeitung“, München

19:15 Uhr **Empfang im Haus der Presse**

22. Februar 2006

Moderation: Anja Pasquay, Pressereferentin des BDZV, Berlin

- 9:00 Uhr** **Come together**
- 9:15 Uhr** **Eröffnung durch den BDZV**
- 9:20 Uhr** **Von wegen Kinderkram! – Mediennutzung bei den Jüngsten**
Prof. Dr. habil. Wilfried Bos, Projektleiter der IGLU-Studie in Deutschland, Universität Dortmund
- 10:00 Uhr** **Die können doch noch gar nicht lesen! – Zeitung im Kindergarten**
Elke Jansen, Ressortleitung Wochenendjournal/Serviceseiten, Zeitungshaus Bauer, Marl
- 10:45 Uhr** **Kaffeepause**
- 11:00 Uhr** **Kinder in die Hörsäle – Kinder-Uni in Tübingen**
Ulla Steuernagel, Redakteurin, Ulrich Janssen, Redakteur, "Schwäbisches Tagblatt", Tübingen
- 11:45 Uhr** **Kinderleicht – Zeitung für ABC-Schützen bei ZEUS-KIDS**
Harald Heuer, Leiter des Projekts ZEUS - Zeitung und Schule, stellv. Leiter der Journalistenschule Ruhr, Essen
- 12:30 Uhr** **Mittagessen**
- 14:00 Uhr** **„Oink“ – Eine Wirtschaftszeitung für Kinder**

Ernest Henry, Verleger, Oink News Corporation Limited, London
- 14:45 Uhr** **Ich will aber meine eigene Zeitung! – Die belgische Kinderzeitung**

„Le Journal des enfants“
Marie-Agnès Cantinaux, Redakteurin, „Le Journal des Enfants“, Namur
Bénédicte Lemerrier, Promotion - Marketing, „Le Journal des Enfants“, Namur
- 15:30 Uhr** **Aus kompliziert einfach machen – Kindernachrichten bei "Logo!"**
Markus Mörchen, verantwortliche Redakteur, ZDF-Kindersendung "Logo!", Mainz
- 16:15 Uhr** **Ende der Veranstaltung**