

## Print für Kinder – Besser über- als unterfordern

Beim Treffpunkt Mediennachwuchs im Rahmen des Medientreffpunkt Mitteldeutschland wurden heute in der Gesprächsrunde „Print für Kinder - Leserbindung und Verantwortung“ die verschiedenen Aspekte dieses Themas beleuchtet. Es gibt viele gute Gründe, Kinderpublikationen zu machen. Chefredakteur Jörg Biallas, dessen Mitteldeutsche Zeitung zweimal wöchentlich die Kinderzeitung Galaxo herausgibt, nannte den offensichtlichsten: Wollte man auch morgen noch verantwortungsvolle Leser haben, argumentierte er, müsse man junge Menschen früh mit dem Medium vertraut machen.

Doch es gibt auch wirtschaftliche Interessen: Es ist schlicht ein großer Markt. Dabei ginge es nicht nur um das Taschengeld der Kinder, auch viele Eltern würden ihren Kindern Printprodukte kaufen. GEOlino, das sich an die Zielgruppe der 8-14-Jährigen richtet, sei derart erfolgreich, so Chefredakteur Martin Verg, dass der Verlag nun auch ein Produkt für die Jüngeren auf den Markt gebracht habe. Allein bei der Altersgruppe der 14-18-Jährigen würde man mit Leseangeboten „eher auf Desinteresse stoßen“, wie Anja Pasquay vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger sagte. Sie beklagte auch die Abwesenheit einer Tageszeitung für Kinder, wie es sie in Frankreich erfolgreich gebe.

Ein anderes Argument: Leserbindung. Doch ob aus den kleinen Lesern von heute dann die Abonnenten von morgen werden, mochte keiner in der Runde beschwören. Es könne aber in einer Zeit, in denen bereits bei den Eltern das Fernsehen das Leitmedium sei, keinesfalls schaden, Kinder frühzeitig mit dem Medium in Kontakt zu bringen.

Ein wichtiger Aspekt des Gesprächs war die Qualität der Medien. „Wir möchten unsere Leser lieber über- als unterfordern“, sagte Martin Verg. Auch thematisch versuche man sich breit aufzustellen und Kindern vieles zuzumuten. Biallas erzählte von dem positiven Feedback, das die Galaxo-Redaktion bekam, als sie sich entschloss über den Fall der achtjährigen Michelle, die sexuell missbraucht und ermordet wurde, zu berichten. Viele Lehrer hätten sich gemeldet und sich bedankt, dass die Journalisten das Thema kindgerecht aufgearbeitet haben.

Im Gegensatz zu vielen Machern von Print für Erwachsene sehen die Anwesenden im Internet keine Bedrohung für ihr Geschäft. „Wir Kindermedienmacher können uns zurücklehnen. Wir müssen beim iPad-App nicht in der ersten Reihe stehen, kommentierte Verg trocken. Die Frage nach sozialen Netzwerken für Kinder im Internet dagegen wurde von allen Anwesenden negativ beantwortet: Zu aufwändig, zu teuer. Schließlich müssten solche Netzwerke moderiert und gegen Missbrauch geschützt werden. Da beißt sich selbst ein internationaler Konzern wie Disney die Zähne aus: So gebe es zwar ein virtuelles Entenhausen, „aber ein echter Chat, wie er immer wieder gefordert wird – das geht nicht.“, sagte Jürgen Drescher von The Walt Disney Company.

### Pressekontakt:

Thomas Köhler, S-WOK  
Tel. 0170 – 175 9594  
Email: Koehler@s-wok.de

VERANSTALTER



PARTNER UND UNTERSTÜTZER

