

Wie Zeitungen Kinder ansprechen sollten

Kinder und Zeitung – wie passt das zusammen? Schließlich können die meisten Themen einer Zeitung die Kinder noch nicht interessieren, außerdem werden sie nie eine Zeitung kaufen oder ihre Eltern zum Kauf auffordern. Warum sollten sich Zeitungen also die Mühe machen, Angebote für Kinder aufzunehmen?

Axel Dammler, Iconkids & Youth



Auf den ersten Blick sind Kinder weder eine relevante Zielgruppe für die Zeitungswerbung noch für Zeitungsverlage. Was haben Zeitungen und Kinder miteinander zu tun? Die Antwort ist relativ simpel: Zeitungsleser werden nicht geboren, sondern gemacht. Es gibt keinen Moment im Leben, ab dem man plötzlich Zeitungsleser ist und die Zeitung hoch relevant wird, sondern man erschließt sich den inhaltlichen Nutzen, der in ihr steckt, im Laufe der Zeit Stück für Stück. Das Medium Zeitung wird, so wie jedes andere Medium auch, im Wortsinne erlernt, denn genauso wie es etwa Computerkompetenz gibt, gibt es auch eine Zeitungskompetenz. Und weil wir Menschen nun mal umso besser lernen, je jünger wir sind,

sollten Verlage versuchen, künftige Leser so früh wie möglich an dieses Medium heranzuführen.

Keiner erwartet, dass Kinder eine Zeitung von vorne bis hinten auf der Suche nach interessanten Inhalten durchblättern. Deswegen ist eine Kinderseite sinnvoll und medienpädagogisch zielführend. Wichtig aber ist die Regelmäßigkeit dieser Seite: Einmal in der Woche oder gar einmal im Monat reicht nicht – am besten hat diese Seite täglich ihren festen Platz in der Zeitung.

Kinder-Inhalte

Doch wie sollten diese Seiten gefüllt werden? Der einfachste Weg ist, den Platz mit Activity-Elementen wie Rätseln oder Spielen zu füllen, oder mit Kinder-

buchkritiken. Das ist alles nett, aber nicht das, wofür eine Zeitung steht. Ihre Kernkompetenz besteht darin, über Hintergründe zu berichten, die Welt zu erklären und zu strukturieren. Wer Kinder als Leser ernst nimmt, überträgt diesen Ansatz auf die Kinderseite. Der Anspruch muss auch hier gelten: Tagesaktuelle Themen aufgreifen und die Hintergründe und Zusammenhänge kindgerecht darstellen.

Themen, die für Kinder relevant sind, gibt es genug. Kinder leben nicht unter einer Käseglocke, die sie vor allem Bösen in der Welt beschützt. Wann immer auf der Welt eine Katastrophe geschieht, erfahren das auch die Kinder. Wenn Eltern ihre Kinder misshandeln oder gar töten, bewegt das Kinder. Sie freuen sich mit, wenn etwas Schönes passiert. Sie fühlen mit, wenn es jemandem schlecht geht. Sie bekommen viel mehr mit, als Erwachsene ihnen zutrauen. Nur nimmt sie niemand bei der Hand und hilft ihnen, diese Dinge zu verstehen.

Orientierung

Gerade weil Kinder viele Themen erst erlernen, brauchen sie Orientierung. Was bei Erwachsenenmedien verpönt ist, ist auf Kinderseiten fast Pflicht: Nachricht und Kommentar sollten sich vermischen oder ineinander greifen. Unsere Kinder werden zu oft mit ihren

Fragen allein gelassen, ohne dass ihnen jemand die Richtung zeigt. Die Zeitung sollte diesen Fehler nicht machen. Denn sie kann Orientierung bieten, das ist eine ihrer Kernfunktionen.

Bilder

Der Weg, die Kinder zu gewinnen, führt im ersten Schritt über die Macht der Bilder: Kinder sind es gewohnt, visuell angesprochen zu werden. Es fällt ihnen viel leichter, sich Bilder zu erschließen als Texte zu lesen. Das Hauptaugenmerk sollte deswegen also zunächst auf der Auswahl der richtigen Bilder liegen: Eine Story sollte nur dann auf die Kinderseite gehoben werden, wenn es aussagekräftige Bilder gibt.

Z.B. für Kids

Der zweite Schritt führt zum kindgerechten Aufhänger. Beispiele illustrieren mögliche Themen: Fast jedes Kind hat die Brandkatastrophe in Ludwigshafen mitbekommen – das Bild des fallenden Babys ging um die Welt. In dieser Geschichte bündeln sich zahlreiche Urängste der Kinder. Sie waren wirklich betroffen. Nun hat gerade dieses Bild den positiven Aspekt, dass den Kindern trotz aller Tragik ein Happy End geboten werden kann: Denn sowohl das Baby als auch dessen Eltern haben überlebt. Wichtig ist auch,

Anzeige 1/2
Mitteldeutsche Zeitung

Mutige Studentin rettet Tigerbaby

VON T. LUDWIG

Halle – Als das Tigerbaby zu ersticken drohte, vergaß die Studentin alle Angst und jeden Ekel.

Mit einer Mund-zu-Maul-Beatmung rettete Medizinstudentin Janine Bauer (24) aus Halle (Sachsen-Anhalt) einem vier Monate alten Tiger das Leben!

Die junge Mutter besuchte den städtischen Zoo, schob Söhnchen Johann (1) im Kinderwagen vorbei an Zebras und Giraffen. Als sie zum Tigerkäfig kamen, gerade rechtzeitig zur Raubtierfütterung, passierte das Drama!

DAS VIER MONATE ALTE TIGERBABY JOHANN

JANINE BAUER MIT SOHN JOHANN

„Die kleinen Tigerbabys nagten Fleisch von einem Knochen. Plötzlich bekam ein Tiger keine Luft mehr und wurde bewusstlos“, erzählte Janine dem MDR-Pfleger Torsten Westphal (43) reagierte sofort, holte das Baby aus dem Gehege: „Ich versuchte das Stück Fleisch aus dem Hals zu holen. Es ging aber nicht.“

Die angehende Ärztin zögerte nicht. Während ihr Sohn im Wagen wartete, lief sie zu dem Tigerbaby in dem Pfleger-Bereich, zog mit ihren schlanken Fingern den zehn Zentimeter großen Fleischbrocken aus dem kleinen Schlund. Das Tierchen atmete trotzdem nicht.

Janine begann mit einer Herzdruckmassage, presste ihren Mund auf die Nase des Tieres, um es zu beatmen. Von Ekel keine Spur! Janine: „Es war wie bei einem Säugling. Es dauerte endlos vier bis fünf Minuten. Dann fauchte der Tiger wieder.“

Pfleger Westphal: „Ich bin unendlich froh, dass Frau Bauer da war. Ich dachte wirklich, der Kleine schafft es nicht.“

MEHR VERMISCHTES

Auch die Zoo-Leitung zeigt sich erkenntlich und bedankt sich bei der Medizinstudentin für die Erste Hilfe mit einer Ehrenpatenschaft. Sprecher Gunter Bigl (35): „Den geretteten Tiger haben wir getauft.“ Er heißt jetzt wie der Sohn von Janine Bauer: Johann

Studentin rettet Tigerbaby - eine perfekte Story für die Kinderseite!

die Kinder emotional zu entlasten und ihnen Hilfe bei der Verarbeitung dieser Nachricht zu bieten. So könnte ein lokaler Feuerwehrmann Tipps geben, wie man sich bei Feuer verhalten soll.

Oder die Geschichte von der Studentin, die ein Tigerbaby mit Mund-zu-Mund-Beatmung rettete, hat alle positiven Aspekte einer Kinderstory: Es geht um eine süßes Tier, einen Notfall mit gutem Ausgang und eine Heldin. Nutzwert käme durch Erste-Hilfe-Tipps hinzu.

Auch das Bild der Lufthansa-Maschine, die mit einem Flügel bei der Landung die Startbahn berührte, ging um die Welt. Hieraus hat z. B. die 'Rheinische Post' eine sehr gute Geschichte gemacht: In die Fotos wurden einfache Grafiken integriert, und so konnte wie in einer Bildergeschichte anschaulich erklärt werden, wieso das Flugzeug ins Trudeln geriet – wohl-gemerkt im Teil für Erwachsene. Ein anderes Beispiel für das altersgerechte Aufgreifen eines relevanten Jugendthemas lieferte die Zeitschrift 'Bravo Girl', als es um Teenagerschwangerschaft ging. In einem doppel-seitigen Artikel wurden unterschiedliche Meinungen und Erfahrungen vorgestellt: Da gab es eine junge Frau, die mit 14 Jahren ein Kind bekommen hat, ein

Mädchen, das mit 15 Jahren abgetrieben hat, es kommt aber auch ein Mädchen zu Wort, das so bald wie möglich ein Kind möchte. Alle drei Mädchen konnten ihre Position klar darstellen, und dies wurde dann durch Expertenmeinungen und Adressen von Beratungsstellen ergänzt und abgerundet.

Der Ansatz, unterschiedliche Meinungen gegenüberzustellen, kann problemlos auf eine Vielzahl von anderen kontroversen Themen übertragen werden, sei es das Pro und Contra zu einer Band wie Tokio Hotel oder, ob der FC Bayern wieder Meister wird.

Es sind jedoch nicht nur die „schlimmen“ Dinge dieser Welt, die Platz auf einer Kinderseite finden. Popstars, Kinofilme und Castingshows im Fernsehen sind schon in der Grundschule Thema auf dem Pausenhof. Deswegen gehören auch diese Themen auf die Kinderseite.

Übrigens: Auch Eltern sind dankbar, wenn sie komplexe Themen verständlich erklärt bekommen. So zeigt eine Studie zur Sprache der ARD-Tagesschau Parallelen zur Verständlichkeit mancher Tageszeitungen: Viele der erwachsenen Leser verstehen ihre Zeitung nicht. Der Erfolg einer TV-Sendung wie ‚Logo!‘ im KIKA oder der Zeitschrift ‚Geolino‘ zeigt, dass auch die Eltern von solchen Kinder-Contents profitieren können (und möchten!). Dabei ist es kein Problem,

wenn ein Thema zweimal in der Zeitung auftaucht: einmal im Kinder- und einmal im Erwachsenenteil. Im Gegenteil: Es macht sogar Sinn, auf diese parallele, aber doch andere Berichterstattung hinzuweisen. Nur: Widersprechen sollten sich die Meldung für Kinder und die für die Eltern natürlich nicht.

Axel Dammler



ist geschäftsführender Gesellschafter von Iconkids & Youth, München, einem Spezialinstitut für Kinder- und Jugendforschung. Er arbeitet seit 1992 mit jungen Zielgruppen und führte Studien zu nationalen und internationalen Medien- und Konsumgütermärkten durch.

✉ adammler@iconkids.de