

**Zeitschrift:** Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse  
**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
**Band:** - (1992)  
**Heft:** 1

**Artikel:** Eine Presse für die Jugend  
**Autor:** Zehnder, Urban  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-790861>

#### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 08.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## **Eine Presse für die Jugend**

*Der ehemalige Chefredaktor der Zeitschrift "Schweizer Jugend" berichtet von den Schwierigkeiten und Diskrepanzen der erwachsenen Macher, ihrer Zielgruppe zu finden und deren Ansprüchen gerecht zu werden. "Partizipation" und "Aktualität" sind zwei, leider noch zu wenig realisierte Forderungen für kinder- und jugendorientierte Druckmedien.*

### **1. Vorbemerkung**

Dieser Text entstand kurz nach meinem Abschied von der "Schweizer Jugend" und beschreibt die Situation bis Ende 1991. Er nennt Diskrepanzen, die ich bei meiner Arbeit erlebt habe und trifft vermutlich sinngemäss auch auf andere Jugendmedien zu. Keinesfalls meint er jedoch die heutige "sj"!

### **2. Steckbrief der "Schweizer Jugend"**

Die "Schweizer Jugend" (sj) ist eine kommerzielle illustrierte Wochenzeitschrift für ca. 9 - 15jährige; Umfang 32 Seiten;  $\frac{3}{4}$  vierfarbig; ca. 4 - 6 Seiten Werbung; redaktioneller Teil und Inserate getrennt. Politisch und konfessionell neutral; WEMF-Auflage 1989: 53'763; 1991 im 67. Jahrgang.

### **3. Was wollen wir?**

- Die Schweizer Jugend (sj) will ihre Leser/innen zur Auseinandersetzung mit sich selbst, mit Gesellschaft und Umwelt anregen.
- Sie trägt zur Information, Bildung, Unterhaltung und zur aktiven Freizeitgestaltung der Heranwachsenden bei.
- Sie ermöglicht ihnen eine selbständige, kritische und engagierte Stellungnahme zu vielen Fragen, die sie und ihre Welt betreffen.
- Sie gibt den jungen Lesern angemessene Möglichkeiten, sich zu äussern ("Spiegel" und "Sprachrohr").

Als Jugendzeitschrift wollen wir die Themen und Interessen der Jugend in einer ihr entsprechenden Sprache aufnehmen. Wir wollen die Heranwachsenden nicht gängeln, sondern sie möglichst ernst und voll nehmen.

#### ***Diskrepanz 1:***

*Wir Macher sind erwachsen, zum Teil schon in der nachfamiliären Phase. Uns ins kindlich-jugendliche Erleben einzufühlen fällt uns oft nicht leicht.*

Der Abo-Preis liegt bei 105.-- Franken pro Jahr, also entscheiden Eltern oder Göttis über den Kauf. Früher wurde vor allem in den Schulen geworben, noch heute empfehlen viele Lehrer die sj.

#### ***Diskrepanz 2:***

*Wir wenden uns an Kinder und Jugendliche, müssen aber vor allem den Erwachsenen Eindruck machen, um jene zu erreichen und zu halten.*

### **4. Wer sind unsere Leser?**

Die *Altersstreuung* ist sehr (zu) gross (offiziell: 9 - 15 Jahre), Spitze: 10 - 14 Jahre). Viele bleiben nachher noch längere Zeit. Neuzugänger unten sind oft überfordert, viele werden uns im ersten Lesealter vor der Nase wegge- "Spickt".

Bisher fehlte vom Verlag her ein klarer Auftrag an die Redaktion bezüglich der Alterszielgruppe. Bei Union kommt auch "Yakari" heraus, das von Erstlesern (ab 2. Klasse) sehr geliebt wird, nach spätestens zwei Jahren aber funktionslos wird. Zur Zeit ist kein kontinuierlicher Übergang zwischen "Yakari" und "sj" gewährleistet. Das Abo-Verwaltungssystem erlaubt keine zuverlässigen Rückschlüsse auf das Lesealter, denn viele Abonnenten sind ohne Jahrgang registriert oder haben das Abo von älteren Geschwistern "geerbt".

Mit *Leserbriefen* (1 - 10 pro Tag) reagieren naturgemäß eher die älteren Leser. Eine *Fragebogenaktion* der Redaktion in Schulklassen (4., 6. und 8. Schuljahr) ergab: Die "sj" wird in allen Altersstufen interessiert gelesen. Positive Urteile überwiegen auf allen Altersstufen. Die Schüler beurteilten die einzelnen Beiträge einer ganzen Nummer daraufhin, ob sie für ihr Alter, eher für die Jüngeren oder für die Älteren geschrieben seien. Das Ergebnis: eine "*Normalverteilung*", allen Stufen bietet die "sj" etwas, aber es wird auch das für die jeweils anderen Stufen gelesen.

Meist wird die "sj" von der ganzen Familie mitgelesen (Publitest 85: 4.8 Leser pro Heft); die "sj" ist in Mehrkindfamilien überdurchschnittlich vertreten. Es kommen häufig auch Rückmeldungen von erwachsenen Lesern. Eigentlich sind wir also eine Familienzeitschrift.

Wenn auch nur wenige Beiträge pro Nummer sich in Form und Inhalt allzusehr den jüngeren Schülern annähern, lehnen die übrigen Leser gern die ganze Nummer als "bubi" ab. Wir entschieden uns im Team, uns eher an den Grösseren zu orientieren. Wir trauen dem Leser grössere Fähigkeiten zu, glauben ihn so ernster zu nehmen.

#### **Diskrepanz 3:**

**Zur Zeit fehlt uns eine klare Altersdefinition und / oder ein lückenloses Verlagsangebot für alle Altersstufen.  
Der Verlag arbeitet zur Zeit an diesem Problem.**

## **5. Der typische "sj"-Leser**

Leserbriefe, Gespräche, Telefonanrufe, Wettbewerbsbeiträge, Publikums- und Klassenumfrage erlauben es, einen typischen "sj"-Leser zu konstruieren: Sie oder er ist sehr lesefreudig, interessiert und neugierig auf die Welt und die Menschen; geht gern zur Schule; denkt selbstständig; ist offen für Neues und für Andersartiges; füllt seine bzw. ihre Freizeit aktiv aus; stammt aus eher unkomplizierten sozialen Verhältnissen und ist eher familienorientiert.

Ich schaue gern Kindern zu, wenn sie die "sj" in die Hand nehmen, oder ich frage sie: "Wie liest Du die "sj", was zuerst?" - Vor allem die Jüngeren blättern sie mit Vorliebe rasch durch bis zur Rätsecke "Köpfchen" und zur Witzseite "Container". Auch die Umfrage mittels Fragebogen in Schulklassen zeigt die Beliebtheit solcher Seiten. Kinder lieben Witzig-Spritziges, Einsichtiges, leicht Skurriles, und - entsprechend ihrer Lesefähigkeit und dem Stehvermögen - Kurzes. Davon profitieren der "Spick" und das Fernsehen - und verstärken so gleichzeitig den Trend.

#### **Diskrepanz 4:**

**Witzig-spritzigsein kann man nicht erzwingen und vor allem nicht über längere Zeit durchhalten. Es ist auch sehr arbeitsintensiv. So entschieden wir uns dafür, lieber sachlich und sprachlich korrekt, statt flippig-oberflächlich oder gequält-lustig zu informieren.**

## **6. Wirtschaft und Konsum**

Werbung und Inserate sind für den typischen "sj"-Leser kein Thema. Da wir in unserer Leserbriefseite möglichst alle, also auch die Briefe gegen Inserate abdrucken (den Leser ernst nehmen!), und da meist zu wenig Inserate hereinkommen, wirft uns der Verlag von Zeit zu Zeit Werbefeindlichkeit vor. Ziel der Redaktion in dieser Angelegenheit: Werbung und Redaktionsteil, Kritik und "Verführung" nebeneinander stehen lassen, beides gehört zur Welt und darf nicht verdrängt werden.

#### **Diskrepanz 5:**

**Werbung und Konsumdenken einerseits, redaktionelle Arbeit in pädagogischer Verantwortung andererseits widersprechen sich gelegentlich. Der Widerspruch ist im**

**Heft offenzulegen, ein Entscheid dem Leser zu ermöglichen.**

## **7. Periodizität und Aktualität**

Als Wochenzeitschrift könnten wir eigentlich sehr aktuell sein. Die Computertechnik müsste theoretisch ermöglichen, sehr rasch auf Ereignisse zu reagieren. Sehr lange technische Produktionszeiten und sicher auch eine angewohnte betriebliche und redaktionelle Trägheit verhinderten bisher dieses Reagieren.

Erst in Ansätzen versuchten wir - zum Golfkrieg, zu Jugoslawien etc. - Hintergrundinformationen zu bringen. Das müsste ausgebaut werden. Mir träumt von einer beigelegten "**Kinderzeitung**", welche regelmäßig "**Leserhilfen**" zur täglichen Nachrichtenflut bietet: Erklärungen, vereinfachte und zusammengefasste Nachrichten etc.

Darüberhinaus träumt mir auch von viel mehr Partizipation der Leser, also von mehreren durch Kinder realisierten "sj"-Seiten (durch Profis beraten). **Partizipation** heisst aber nicht einfach honorarfrei zu produzieren! Heranwachsende müssen professionell angeleitet werden, ihre Botschaft durch das Printmedium den Altergruppen (und den Erwachsenen) zu vermitteln. Auch da: Der Leser müsste ernster genommen werden.

Ein erster Schritt zur Partizipation (und zum Kennenlernen der Leserbedürfnisse) ist, wenn der Leser in seinen Reaktionen völlig ernst genommen wird. Er muss wissen, dass man seine Briefe liest und prüft. Ich reagiere darauf direkt, auf der Leserseite oder indem ich Anregungen im Heft aufnehme. Ich gebe auf seine Fragen Antwort, wimmle ihn nicht ab. Oft habe ich auch Klassen Red und Antwort gestanden, sie im Betrieb herumgeführt oder bin zu ihnen gegangen. Wir haben Wettbewerbspreisträger zu einem Zvieri mit Stadtrundgang, Betriebsführung und Spielen eingeladen. Die Redaktion einer Jugendzeitschrift muss mehr als andere Zeitschriften den direkten, persönlichen Kontakt zum Leser pflegen.

#### **Vision:**

**Partizipation und Aktualität - das sind die zwei Wunschräume eines Redaktors, die ich bisher nicht zu realisieren vermochte - vielleicht zu wenig wagte, vielleicht darin zu wenig unterstützt und geschoben wurde. Aber ein gutes Druckmedium mit diesen beiden Anliegen ist für Menschen im Schulalter anzustreben - sei's in der "sj", sei's durch andere Träger. Ausser dem Verleger und dem Journalisten müsste sich dafür auch der Erzieher, der Medienkritiker und Medienforscher, die Öffentlichkeit überhaupt einsetzen.**

Schweizerisches Jugendbuchinstitut (Hg.): **Kinder- und Jugendzeitschriften in der Schweiz**. Klett & Balmer: Zug 1981.

Eine Arbeitsgruppe von Fachleuten hat eine Auswahl von Kinder- und Jugendzeitschriften und Comics aus allen drei Sprachregionen der Schweiz aufgrund eines einheitlichen Beurteilungsrasters dargestellt und bewertet. Kriterien waren u.a.: Information, Aktivität, Unterhaltung, Leser, Werbung, Sprache, Werte, Grafik.