



Pressemitteilung

Die Preisträger des jugenddrehscheibe-Preises 2007

In der Kategorie „Redaktionelles Angebot für Kinder“

1. Preis: *Hellweger Anzeiger (Unna)*

Die tägliche Kinderseite des Hellweger Anzeiger enthält alle Elemente, die eine Tageszeitung ausmachen: Nachrichten, Hintergründe, Service und Unterhaltung – und nimmt ihre jungen Leser ernst. **Volker Stennei**, Chefredakteur des Hellweger Anzeiger, richtete vor über einem Jahr die Kinderseite im Blatt ein. Das Konzept, das der täglichen Seite zugrunde liegt, begreift Kinder nicht als Leser von morgen, sondern von heute. „Kein Ressort erhält so viele positive Rückmeldungen, wie die Kinderseite“, sagt Stennei. Mittelpunkt der Seite sind die Lokal-nachrichten, die, das Farbleitsystem des Hellweger Anzeiger aufnehmend, mit einem „gelben Klecks“ gekennzeichnet sind. Täglich gibt es vier überregionale Nachrichtenstücke, eins davon aus der logo!-Redaktion des ZDF, sowie die Rubrik „W-Frage“, die in einfachen Worten die komplizierte Welt erklärt. Der tägliche Kinderwitz und ein Bildrätsel runden das Angebot der Seite ab. Darüber hinaus soll es auf die Anregung von Kindern, mit denen der Hellweger Anzeiger über die enge Zusammenarbeit mit den Grundschulen im regen Austausch steht, zukünftig einen täglichen Wetterbericht auf der Seite geben.

Das Urteil der Jury: Der Hellweger Anzeiger hat als erste Zeitung in Deutschland eine ganze Seite für Kinder eingerichtet. Zu dieser Entscheidung gehören Mut und Durchhaltevermögen. Die konzeptionell starke Kinderseite setzt auf Nachrichten und Information für junge Leser und kommt damit vor allem bei ihnen gut an.

Kontakt/bpb:
Bundeszentrale für politische Bildung
Berthold L. Flöper
Adenauerallee 86
53113 Bonn

Tel +49(0)228 99 515-558
Fax +49(0)228 99 515-586
floeper@bpb.de
www.jugenddrehscheibe.de

Pressekontakt:
Raufeld Medien GmbH
Alexandra Hesse
Mehringdamm 57
10961 Berlin

Tel +49 (0)30 69 56 65 18
Fax +49 (0)30 69 56 65 20
hesse@raufeld.de
www.bpb.de/presse

Pressemitteilung

In der Kategorie „Redaktionelles Angebot für Kinder“

2. Preis: *Braunschweiger Zeitung*

Die Braunschweiger Zeitung setzt auf einen kontinuierlichen Dialog mit jungen Lesern. Neben der täglichen Kindernachricht bietet sie vielfältige redaktionelle Angebote für diese Zielgruppe. So kommen beispielsweise in der Rubrik „Kinder schreiben“ die Jüngsten selbst zu Wort. Darüber hinaus organisiert die Braunschweiger Zeitung regelmäßig unterschiedliche Projekte, die Kinder aktiv einbeziehen: Neben Kinder-Pressekonferenzen, in denen Kinder Politikern auf den Zahn fühlen, gestalten junge „Ferienreporter“ eigene Zeitungsseiten. Prominent sind solche Aktionen im Blatt platziert. „Angebote für Kinder haben bei uns einen hohen Stellenwert“, sagt Projektredakteurin **Denise von der Ahé**. „Wir legen großen Wert darauf, täglich etwas für die jungen Leser im Blatt zu haben.“

Das Urteil der Jury: Die Braunschweiger Zeitung nimmt Kinder nicht nur als Leser ernst. Die Mädchen und Jungen gestalten die Zeitung und lernen am praktischen Beispiel, wie Politik funktioniert.

Kontakt/bpb:

Bundeszentrale für politische Bildung
Berthold L. Flöper
Adenauerallee 86
53113 Bonn

Tel +49(0)228 99 515-558
Fax +49(0)228 99 515-586
floeper@bpb.de
www.jugenddrehscheibe.de

Pressekontakt:

Raufeld Medien GmbH
Alexandra Hesse
Mehringdamm 57
10961 Berlin

Tel +49 (0)30 69 56 65 18
Fax +49 (0)30 69 56 65 20
hesse@raufeld.de
www.bpb.de/presse

Pressemitteilung

In der Kategorie „Redaktionelles Angebot für Kinder“

3. Preis: *Westfalenpost* (Hagen)

Bei dem Angebot der *Westfalenpost* „Die Baumhausbande“ handelt es sich um eine Fortsetzungsgeschichte, deren Verlauf die jungen Leser der Zeitung bestimmten. Die Geschichte handelt von drei Freunden, die ein Baumhaus haben und etwas dagegen unternehmen, dass ihr Wald für ein neues Einkaufszentrum abgeholzt wird. Drei Monate lang veröffentlichte die *Westfalenpost* wöchentlich eine Episode auf der Kinderseite. Die Idee: Junge Leser sollen selbst kreativ sein. Die Redakteure **Jana Körte** und **Martin Korte** entwickelten das Konzept der Geschichte und werteten die Einsendungen aus. Die Resonanz war riesig – etwa 2.000 Zuschriften mit Vorschlägen zur Fortsetzung der Geschichte erreichten die Redaktion. Damit war die „Baumhausbande“ eine der erfolgreichsten Aktionen der *Westfalenpost*. Darüber hinaus schrieb die Redaktion Grundschulen im Verbreitungsgebiet an, organisierte eine Party mit 800 Kindern und verlor ein Baumhaus. Die *Westfalenpost* veröffentlichte zudem die Fortsetzungsgeschichte als Booklet.

Das Urteil der Jury: Auf spielerische Weise lernen die jungen Leser der *Westfalenpost*, sich mit einem gesellschaftspolitischen Problem auseinanderzusetzen.

Kontakt/bpb:
Bundeszentrale für politische Bildung
Berthold L. Flöper
Adenauerallee 86
53113 Bonn

Tel +49(0)228 99 515-558
Fax +49(0)228 99 515-586
floeper@bpb.de
www.jugenddrehscheibe.de

Pressekontakt:
Raufeld Medien GmbH
Alexandra Hesse
Mehringdamm 57
10961 Berlin

Tel +49 (0)30 69 56 65 18
Fax +49 (0)30 69 56 65 20
hesse@raufeld.de
www.bpb.de/presse