Kinderzeitschriftennamen in Deutschland im Jahr 2025 – eine linguistisch-onomastische Analyse

Inge Pohl

1 Problematik und Ziele der Studie

Obwohl die Lebenswelt von Kindern zunehmend digitalisiert wird, behaupten Printmedien eine starke Position in der Mediennutzung. Laut KINDER MEDIEN MONITOR 2025[1] erreichen die führenden Kinderzeitschriften regelmäßig rund 4,4 Millionen Kinder im Alter von vier bis dreizehn Jahren und mindestens 6,1 Millionen Elternteile: Diese Zahlen sind „ein klarer Beleg für die generationsübergreifende Bedeutung von Kinderzeitschriften" und machen sie zu einem wichtigen Sozialisierungsfaktor (URL 1).

Trotz der beachtlichen Reichweite von Kinderzeitschriften offenbart ein Blick in die Fachliteratur eine Forschungslücke, die Vogel/Holtz-Bacha (2002: 8) als „desiderate Lage der Zeitschriftenforschung" bezeichnen (vgl. ebenso Kübler 2002: 56). Auch wenn es in den letzten Jahren eine Reihe von Arbeiten zu einzelnen Kinderzeitschriften (vgl. Ebert 1997; Diebold 1997; Kaminski 1997; Kurz 2000) gegeben hat, bleiben die Namen der Zeitschriften als eigenständige linguistisch-onomastische Gegenstände weitgehend unberücksichtigt.[2] Dieses For-

1 „Der KINDER MEDIEN MONITOR 2025 repräsentiert 7,87 Millionen Kinder in Deutschland im Alter von 4 bis 13 Jahren. Grundlage sind die Antworten von Kindern und Eltern. Herausgeber sind Egmont Ehapa Media, Gruner + Jahr, RTL Deutschland und PANINI Verlag. Der KINDER MEDIEN MONITOR 2025 ist eine Reichweitenstudie gemäß ZAW-Rahmenschema. Die Ergebnisse der Studie sind zähl- und auswertbar über die Planungs- und Analysetools mediMACH, M-Cloud und MDS-Cloud" (URL 1).

2 Auch bei der Analyse von Titelblättern von Erwachsenenzeitschriften werden deren Namen nicht analysiert (vgl. Göbel 2002). Eine Anfrage bei Elicit zu fremdsprachiger Forschungsliteratur brachte ebenfalls keinen Erfolg. Aufsätze zu Kinderzeitschriften konzentrieren sich auf deren Inhalte (vgl. Sommer 1997), auf Zeitschriftenpräferenzen von Schülern und Jugendlichen (vgl. Mädler/Plath 2000; Heubuch 2005), auf Klassifikationsprobleme (vgl. Sommer 1997; Knauf 2011), auf Leseförderung mit Zeitschriften (vgl. Filzek 1997; Mähne 2000), auf die Sprachverwendung in Kinderzeitschriften-Texten (vgl. Lestmann 2012), auf ihre historische Entwicklung (vgl. Chowanetz 1983; Thoma 1992) u. a. Ein Vergleich mit Buchtiteln, insbesondere auch Kinderbuchtiteln, zu denen eine umfangreiche Forschung vorliegt, wird in der vorliegenden Untersuchung nicht vorgenommen, da Zeitschriftennamen und Buchtitel unterschiedlichen Referenz- und Kommunikationsbedingungen unterliegen. Während Buchtitel in der Regel ein bestimmtes Werk mit einem weitgehend konstanten Inhalt benennen, beziehen sich Zeitschriftennamen auf periodisch erscheinende Publikationen mit wechselnden Inhalten.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

schungsdefizit dürfte vor allem drei Ursachen haben: die hohe Marktfluktuation der Zeitschriften,[3] die unzureichende Archivierung von Bestandsverzeichnissen durch die Zeitschriftenverlage[4] und die zunehmende Verlagerung wissenschaftlicher Aufmerksamkeit auf digitale Kindermedien[5] (vgl. URL 10; URL 11[6] zum Rückgang der Printnutzung bei Kindern).

Die vorliegende Studie setzt an dieser Forschungslücke an und untersucht das Profil aktueller KinderzeitschriftenN[7] in Deutschland im Jahr 2025. Da sich Kinderzeitschriften an Kinder als Leser, zugleich aber häufig auch an Erwachsene als Kaufentscheidende richten, ist auch für ihre Namen eine Doppeladressierung anzunehmen. Daraus ergibt sich folgende zentrale Forschungsfrage:

Mit welchen sprachlichen und nichtsprachlichen Gestaltungsmitteln[8] kommt die Doppeladressierung aktueller KinderzeitschriftenN an Kinder und Erwachsene zum Ausdruck?

---

3 In der Kategorie Kinderzeitschrift sind in Wikipedia für 2025 (vgl. URL 20) 55 Zeitschriften erfasst, worunter auch nicht mehr herausgegebene genannt sind, z. B. *Lillebi* (2005–2012), *Marc & Penny* (1981–2007), *Neanderpress* (1975–1977) oder *Treff* (1974–2013).

4 Der Dachverband der deutschen Zeitschriftenverleger heißt seit dem Frühjahr 2022 „Medienverband der freien Presse", vormals VDZ (vgl. URL 15).

5 Die Digitalisierung der kindlichen Lebenswelt steht offenbar im Zusammenhang damit, dass einzelne Verlage Online-Editionen zu Kinderzeitschriften auf den Markt bringen. Andererseits stellt Heidtmann fest, dass Anregungen für Kinderzeitschriften zunehmend von TV-Serien ausgehen (vgl. 1992: 176–181). Zum Leseverhalten von Kindern und Jugendlichen in der Mediengesellschaft vgl. Heidtmann (2000).

6 „Herausgeber der KIM-Studie ist der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs), eine Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), der Medienanstalt Rheinland-Pfalz und des Südwestrundfunks (SWR)" (URL 11: 4).

7 Im Folgenden werden für Namen von Kinderzeitschriften der Terminus Kinderzeitschriftenname/n sowie seine Kurzform KinderzeitschriftenN (Sg./Pl.) verwendet (in Anlehnung an Nübling/Fahlbusch/Heuser 2015). Bei terminologisch gefassten Namen, wie *Firmenname* oder *Unternehmensname*, nutze ich für *-name* ebenfalls *N*: *FirmenN*, *UnternehmensN*, *InstitutionsN*, *MarkenN*, *WarenN*, *ZeitschriftenN*.

8 Unter sprachlichen Gestaltungsmitteln werden im Folgenden die lexikalischen, morphologischen, syntaktischen, semantischen und pragmatischen Eigenschaften der KinderzeitschriftenN verstanden. Davon unterschieden werden nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel, wie Typographie, Topographie und Farbgestaltung. Die Unterscheidung sprachlich – nichtsprachlich wird gegenüber einer Opposition sprachlich – visuell bevorzugt, da auch geschriebene Sprache visuell realisiert und wahrgenommen wird. Nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel können dabei unmittelbar auf die Gliederung und Hierarchisierung sprachlicher Zeichen einwirken.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Um die KinderzeitschriftenN systematisch zu erfassen, wird die Untersuchung von drei Unterfragen hinsichtlich struktureller, semantisch-pragmatischer und nichtsprachlicher visueller Aspekte geleitet:

- Welche morphologischen und syntaktischen Konstruktionsmuster dominieren die Namengebung?
- Welche semantischen und onomastischen Benennungsstrategien bringen eine Orientierung an Kindern und Erwachsenen zum Ausdruck?
- Welche Funktionen übernehmen nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel bei der Strukturierung der 17 als Titelgefüge klassifizierten KinderzeitschriftenN auf dem Zeitschriftentitelblatt?

Aus den Forschungsfragen leitet sich die zentrale Hypothese der Arbeit ab: Es ist zu vermuten, dass aktuelle KinderzeitschriftenN durch sprachliche Verdichtung sowie durch das Zusammenwirken sprachlicher und nichtsprachlicher Gestaltungsmittel geprägt sind. Dabei dürften unterschiedliche Gestaltungsmittel zur Adressierung von Kindern und Erwachsenen beitragen.

Für die theoretische Fundierung dieser Untersuchung müssen zunächst der Begriff „Kinderzeitschrift“ unter Berücksichtigung von Altersgruppe und Lesekompetenz terminologisch geklärt sowie die KinderzeitschriftenN in eine onomastische Namenklassifikation integriert werden.

2 Theoretische Ausgangspunkte und Belegmaterial

2.1 Zu den Begriffen „Zeitschrift“ und „Kinderzeitschrift“

Hinsichtlich des Begriffs „Zeitschrift“, zu welchem in der Forschungsliteratur unterschiedliche Definitionsversuche vorliegen, orientiere ich mich am Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft: Raabe (2013: 381) versteht dort unter „Zeitschrift“ eine

> Sammelbezeichnung für Druckschriften der periodischen Presse mit maximal wöchentlicher und mindestens halbjährlicher Erscheinungsweise, die sich an die breite Öffentlichkeit, ein (fachlich) begrenztes Publikum oder spezielle Zielgruppen wenden. Damit deckt der eigentlich umgangssprachliche Begriff Z. so unterschiedliche Periodika wie Illustrierte, Wochenzeitungen, wissenschaftliche Journale, Parteiblätter, Kirchenzeitungen, Mitgliederorgane, periodische Amtspublizistik und

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

> literarische Z. gleichermaßen ab. Eine umfassende und zugleich präzise Bestimmung der Z. ist angesichts der Heterogenität ihrer Erscheinungsformen nicht möglich.[9]

Wie die diversen Druckschriften typologisch aufzulisten sind, auch darüber gibt es keine einheitliche wissenschaftliche Meinung (vgl. bereits Vogel 1998: 117f.; Meier 2011).[10] Eine Aufgliederung der Zeitschriften in sechs Gruppen bietet Raabe (vgl. 2013: 381f.): Benannt werden a) Publikums-Zeitschriften, b) berufs- bzw. sachbezogene und wissenschaftliche Fach-Zeitschriften, c) Mitglieder-Zeitschriften von Parteien, Verbänden und Vereinen, d) Werk- und Kunden-Zeitschriften, e) Amtsblätter, f) Anzeigen- und Offertenblätter. Kinderzeitschriften sind nicht genannt, sie lassen sich jedoch innerhalb des weiten Sammelbegriffs Publikums-Zeitschriften verorten, wobei sie aufgrund des Alterskriteriums der Rezipienten in engem Bezug zu Jugendmedien stehen. Dies zeigt sich auch in den von mir durchgesehenen wissenschaftlichen Texten aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft, in denen Kindheit und Jugend häufig nicht konsequent voneinander getrennt werden (vgl. exemplarisch Meier 2011).

---

9 Vgl. die Diskussion von Zeitschriftenmerkmalen im Gabler Wirtschaftslexikon (URL 7), besonders zu Aktualität und Universalität: „Das Merkmal der Aktualität (Gegenwartsbezug) ist bei Zeitschriften nur unter bes. Bedingungen nachweisbar; grundsätzlich sind Zeitschriften nicht primär auf Aktualität ausgerichtet. Das Merkmal der Universalität (inhaltliche Vielfalt) ist kein systematisches Merkmal einer einzelnen Zeitschrift; Universalität lässt sich allein für die Gruppe der Zeitschriften insgesamt behaupten".

10 Die Definitionsschwierigkeiten zum Begriff „Presse" werden in den Erläuterungen zu den „Pressegattungen" deutlich: „Die Presse steht als Hauptgattung der Medien neben Rundfunk, Film, Buch etc. Ihre Untergliederung erfolgt nach funktionalen Kriterien. Die Termini ‚Zeitung' und ‚Zeitschrift' bilden keine Hauptgattungen der Presse, es sind Ausstattungsbeschreibungen von Druckwerken. Somit ist es abzulehnen, von den Zeitschriften als eigenständiger Pressegattung zu sprechen. Auch die Bezeichnung ‚Pressegattung Zeitung' ist ungenau, denn auch Anzeigenblätter sind Zeitungen und in europäischen Nachbarländern die werktäglichen kostenlosen Pendlerblätter ebenfalls. Präziser ist es daher, von der ‚Tagespresse' zu sprechen, die im übrigen genauso wie die Publikums- bzw. Populärpresse immer Kaufpresse ist. Exkurs: Termini wie ‚Onlinezeitung', ‚Onlinezeitschrift' oder ‚elektronische Zeitschrift' sind nicht hilfreich. Stattdessen sollte von ‚Elektronische Editionen' (sic!) gesprochen werden, wenn Angebote ihren Ursprung in einer Printausgabe haben (dies gilt auch für ‚epaper'). Journalistische Angebote im Internet, das im übrigen kein Medium ist, sondern eine Plattform, die *auch* Medienangebote bereithält, sollten als ‚journalistische Sites' oder als ‚publizistische Sites' bezeichnet werden. Dies ist das weite Feld der eigenständigen ‚Onlinepublizistik'" (URL 12).

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

2.2 Zur Eingrenzung der Zielgruppe

Für die Bezeichnungen Kind und Kinder existiert keine allgemeingültige Begriffsbestimmung, einzelne Fachwissenschaften fokussieren jeweils spezifische Erkenntnisinteressen, so dass sich die Altersfestsetzungen unterscheiden können. Sogar juristische Festlegungen differieren (vgl. § 2 des Jugendarbeitsschutzgesetzes, URL 8, vs. Sozialgesetzbuch, URL 16). Hilfreich für eine altersgemäße Eingrenzung der Zielgruppe ist ein entwicklungspsychologischer Zugang (vgl. URL 18), welcher die kognitive und sprachliche Entwicklung in den Blick nimmt: „Als Kindheit bezeichnet man in der Entwicklungspsychologie den Zeitraum von der Geburt bis zur geschlechtlichen Entwicklung (Pubertät), wobei Kindheit mehr ein kultureller, sozialer Begriff als ein biologischer ist". Für die Studie orientiere ich mich am Zeitraum der „mittleren Kindheit", d. h. vom beginnenden 7. bis zum vollendeten 10. Lebensjahr, da ich eine hinreichende Lesekompetenz zur selbständigen Rezeption der Zeitschrift bzw. ihres Namens voraussetze (vgl. ebenso Kramer/Bovenschen/Spangler 2007). Für die vorliegende Untersuchung wird daher ungefähr die 2. Grundschulklasse als untere Grenze angesetzt. Ähnlich definiert Süss im Lexikon der Kommunikations- und Medienwissenschaft (2013) Kindermedien[11] inklusive der Kinderzeitschrift. Da aus der Forschung und aus eigener Erfahrung bekannt ist, dass eine strenge Grenzziehung zwischen Kindheit und Jugend aufgrund individueller Entwicklungsunterschiede kaum möglich ist, nehme ich auch Zeitschriften in mein Analysekorpus auf, die über die Ränder des festgelegten Lesealters ausgreifen. Zeitschriften für das Vorschulalter[12] schließe ich aus, da die für die vorliegende Untersuchung vorausgesetzte Lesekompetenz in dieser Altersgruppe noch nicht generell angenommen werden kann. Ebenso bleiben Comics unberücksichtigt, da deren Namengebung oft gattungsspezifischen Sonderregeln der Bild-Text-Interaktion folgt. Mein Untersuchungsobjekt sind folglich Namen von Zeitschriften, die von Erwachsenen für die definierte Altersgruppe produziert werden.[13]

11 Jugendmedien dagegen sind „Medienangebote, die sich ausschließlich oder primär an die Zielgruppe der Heranwachsenden zwischen Pubertät und Erwachsenenalter richten (ca. 12 bis 18 Jahre)" (Süss 2013: 145).

12 Zeitschriften für das Vorschulalter sind: *kolala* (ab 2 Jahren), *miniLOK* (3–6 Jahre), *Krümel* (1,5–2 Jahre) u. a. Knauf (2011) klassifiziert Zeitschriftentypen (nach sich überschneidenden Kriterien): Fanmagazin, Mädchenzeitschrift, Wissenspaket, Fantasieanreger.

13 Den Begriff der „Kinderzeitschrift" grenze ich somit von Zeitschriften ab, die von Kindern verfasst werden, ebenso von Zeitschriften, die für andere Zielgruppen, z. B. Jugendliche, verfasst, jedoch auch von Kindern rezipiert werden.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

2.3 Zur Materialbasis

Da für mein Untersuchungsinteresse[14] keinerlei geschlossene Listen vorliegen, in denen alle im aktuellen Angebot befindlichen Kinderzeitschriften aufgeführt sind, basiert meine Materialsammlung auf unterschiedlichen Quellen:

- Eine erste Quelle bilden 23 Kinderzeitschriften, die im Jahr 2025 von der Stiftung Lesen (vgl. URL 19) als pädagogisch wertvoll empfohlen werden. Der betreffende Hinweis befindet sich jeweils auf dem Titelblatt der Zeitschrift wie bei der Zeitschrift *medizini*: „empfohlen von der Stiftung Lesen".



Abb. 1: Titelblatt der Kinderzeitschrift *medizini*
(Quelle: Titelblattauszug, Ausgabe 10/2025, Nennung im Rahmen des wissenschaftlichen Zitatrechts)

14 Bei meiner Recherche habe ich eine größere Anzahl von Redaktionen bzw. Verlagen von Kinderzeitschriften angeschrieben und u. a. um eine Namenerklärung gebeten. Hier verweise ich anonymisiert auf die wenigen Gewährspersonen (GP), die mir geantwortet haben und denen ich hiermit herzlich danke. Die Mailauszüge geben punktuell Aufschluss darüber, welche Intentionen bei einzelnen Benennungen eine Rolle gespielt haben. Sie ermöglichen damit, ausgewählte Ergebnisse der linguistisch-onomastischen Analyse mit dokumentierten Benennungsmotiven der Verlage in Beziehung zu setzen.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

- Die zweite Quelle stellt das Presse-Grosso dar, d. i. eine Zusammenstellung von Zeitungen und Zeitschriften, die über den Pressegroßhandel vertrieben werden (vgl. URL 13). Aus dem vorgegebenen Raster für das Jahr 2025 wurden Kindermagazine allgemein (Anzahl 85), Kindermagazine Mädchen (Anzahl 54)[15] und Wissensmagazine für Kinder (Anzahl 16) ausgewählt.
- Eine dritte Quelle bietet sich mit einer geschlechtsspezifischen Sortierung nach Mädchen- (34 Zeitschriften) und Jungenzeitschriften (36 Zeitschriften) im mittleren Schulalter beim Abonnement-Anbieter Presseplus an (vgl. URL 14).

Nachdem aus den Sammlungen Dubletten, Zeitschriften für das Kindergarten- und Jugendalter sowie Comics herausgenommen wurden, umfasst das finale Analysekorpus 114 Namen von Kinderzeitschriften, die im Jahr 2025 in Deutschland für Kinder in der mittleren Kindheit vertrieben wurden. Das Korpus umfasst Kinderzeitschriften unterschiedlicher Herausgeber- und Vertriebsformen. Neben kommerziell vertriebenen Zeitschriften finden sich Publikationen, die von Institutionen herausgegeben oder über besondere Vertriebswege verbreitet werden, wie *jolinchen*, *medizini* oder *Das offizielle DFB-MAGAZIN für Kids*. Diese unterschiedlichen Entstehungs- und Verbreitungsbedingungen bilden einen sozioonomastischen Rahmen für die Namengebung, der bei der Interpretation einzelner Belege zu berücksichtigen ist.

3 Onomastische Einordnung der Namen von Kinderzeitschriften

3.1 Onomastische Klassifikation: Ergonyme

ZeitschriftenN gehören in der onomastischen Typologie zu den Ergonymen – es sind „Benennungen **vom Menschen geschaffener Gegenstände** sowie Einrichtungen“ (Nübling/Fahlbusch/Heuser 2015: 266; Fettdruck im Original). Vergleichsweise gut untersucht sind z. B. WarenN, UnternehmensN, InstitutionsN usw. – ZeitschriftenN ordne ich hierbei der Obergruppe der WarenN zu (vgl. Nübling/Fahlbusch/Heuser 2015; Heuser/Schmuck 2020). Straßner (1997: 75) verweist darauf, dass „[e]igens für Kinder geschriebene Journale (…) seit 1772 [erschie-

15 Kindermagazine für Jungen sind nicht gesondert aufgeführt.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

nen]“, es handelt sich folglich um eine eher jüngere Namenklasse. ZeitschriftenN gehören zu den offiziellen Namen (vgl. Ewald 2024), sie werden u. a. im Impressum und über die ISSN dokumentiert[16] und genießen juristischen Schutz. Innerhalb der WarenN lassen sich KinderzeitschriftenN daher als MarkenN im weiteren Sinne beschreiben. ZeitschriftenN verfügen, wie andere MarkenN auch, über die Besonderheit, dass derselbe Referent (z. B. die Kinderzeitschrift mit dem Namen *WinX CLUB*) mehrfach völlig gleich mit identischem Namen existiert (vgl. Ronneberger-Sibold 2004: 558). Das zentrale Eigennamenmerkmal der Monoreferenz wird somit verletzt, so dass der Eigennamenstatus von MarkenN in der Fachdiskussion oft in Frage gestellt wird. Ich schließe mich der Meinung führender Onomastiker zum Status an, dass MarkenN (Plural und Artikel sind möglich) eine Übergangsform zwischen Eigennamen und Appellativen darstellen (vgl. Ronneberger-Sibold 2004: 558; Nübling/Fahlbusch/Heuser 2015: 49).

3.2 Funktionales Profil der Namen von Kinderzeitschriften

Der Name einer Kinderzeitschrift erfüllt neben der Basisfunktion offizieller Namen, der Identifizierung, individualisierende Funktionen im Feld aller ZeitschriftenN. Innerhalb der Referenzfunktion sind Merkmalshervorhebungen des Referenzobjekts möglich, wie die Nennung der Zielgruppe oder des Nutzens der Zeitschrift. KinderzeitschriftenN können zusätzlich konnotiert[17] sein, indem u. a. umgangssprachliche Lexik einbezogen wird. Hinzu kommt die Werbungsfunktion[18] der Namen, die nicht nur auf die Attraktivität der Zeitschrift verweist, sondern auch die eingangs beschriebene zweifache Adressatenorientierung aufnehmen kann. Wie sich eine solche Doppeladressierung sprachlich im Namen ausdrücken kann, lässt sich exemplarisch am ZeitschriftenN *medizini* verdeutlichen: Das *i*-Suffix kann aufgrund seiner Nähe zu hypokoristischen Bildungen kindbezogene Konnotationen, wie ‘klein’, ‘vertraut’ oder ‘spielerisch’, hervorrufen; zugleich bleibt über die Derivationsbasis *Medizin* ein semantischer Bezug zum Bereich Gesundheit und medizinisches Wissen erhalten. Damit enthält der Name sprachliche Anknüpfungspunkte für unterschiedliche Adressatengrup-

16 ZeitschriftenN müssen nicht unbedingt in Markenregister eingetragen werden, mit dem Erscheinen der Zeitschrift sind sie gleichzeitig juristisch geschützt (vgl. URL 3).

17 Zum Begriff „Konnotation“ vgl. Fußnote 54.

18 Werbung ist unabhängig davon, ob die Zeitschriften im Abonnement, am Kiosk oder als Beilage bzw. Wurfzettel in der Apotheke usw. erworben werden.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

pen.[19] Da die Werbungsfunktion auch über die formale Gestaltung der ZeitschriftenN ausgedrückt wird, besitzen diese eine ästhetische Funktion, die ich lediglich exemplarisch aufführe (z. B. bezüglich des Klangs, der Abweichungen von der Standardsprache, der Mehrdeutigkeit). Allein aufgrund der vielfältigen Funktionen der ZeitschriftenN für Kinder ist es notwendig, nicht nur den einzelnen Namen, sondern das gesamte kontextuelle „Titelblatt-Gefüge" in den Blick zu nehmen. Anzunehmen ist, dass der ZeitschriftenN Teil eines komplexen multimodalen Zeichensystems[20] (vgl. Kap. 4.3.2) ist, in welchem sprachliche Einheiten mit nichtsprachlichen visuellen Gestaltungsmitteln, wie Typographie, Farbgestaltung und topographische Anordnung, zusammenwirken können.

Die Bildung von ZeitschriftenN ist nicht normiert. Namengeber können daher auf morphologische und syntaktische Möglichkeiten sowie kreative Wortschöpfungstechniken (nach Ronneberger-Sibold 2004) zurückgreifen. Die Namenbausteine (onymische und nichtonymische) sind frei wählbar. Da onymische Zeichenklassen untereinander agieren, ist davon auszugehen, dass KinderzeitschriftenN Komponenten anderer Zeichenklassen (im Verständnis von Nübling/Fahlbusch/Heuser 2015) entleihen, die im jeweiligen KinderzeitschriftenN unterschiedliche semantische und pragmatische Funktionen übernehmen können.

Zur Funktion von ZeitschriftenN äußert sich Straßner (1997). Seiner Meinung nach soll der „Titel" einer Zeitschrift (1997: 3) „möglichst viel über den Inhalt des Objekts aussagen und/oder den potentiellen Kunden und Leser neugierig machen. Später habe der Titel die Funktion einer Chiffre, die gleichgesetzt wird mit dem Inhalt des Blattes". Straßner greift auf das Nomen *Titel* in der textlinguistischen Bedeutung eines Druckwerkteils zurück. Da ich mich den KinderzeitschriftenN unter onomastischen Aspekten nähere, benutze ich das Nomen *Name* (einer Kinder-

19 Die Schreibweise der untersuchten KinderzeitschriftenN orientiert sich an der originalen typographischen Gestaltung der jeweiligen Titelblätter. Zur Kennzeichnung der Objektsprache als Untersuchungsgegenstand sind die Belege kursiviert. Fettdruck dient der Hervorhebung meiner Argumentation, semantische Angaben stehen in Apostrophen. Größere Abstände zwischen Bausteinen der Titelgefüge segmentieren diese graphisch in Ober- und Untertitel.

20 Die Zeitschriftenforschung fokussiert den Ansatz der Multimodalität. Als theoretisch hilfreich wird gesehen, dass „verschiedene Schichten der Signifikation unkompliziert zusammengedacht werden können: also etwa (…) der Code der Sprache gemeinsam mit Unterscheidungen von Schriftgrößen, Schrifttypen, Farbe oder der Platzierung im Layout sowie mit verschiedenen Bildtypen" (Ruchatz 2022: 117; vgl. Schmitz 2011: 24). Dieser Ansatz erlaubt es somit, sprachliche Zeichen und nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel in ihrem funktionalen Zusammenwirken zu untersuchen. Im Handbuch Zeitschriftenforschung (2022) sind allerdings weder Kinderzeitschriften noch deren Namen als Forschungsgegenstand genannt.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

zeitschrift) gleichbedeutend mit *Titel*: „kennzeichnender Name eines Buches, einer Schrift, eines Kunstwerks o. Ä." (BeWö 2002: 890).[21] Nübling/Fahlbusch/Heuser (2015: 299) verwenden *Name* und *Titel* ebenfalls synonym für „geistig-kreative Schöpfungen", zu denen auch Kinderzeitschriften zählen.

3.3 Strukturelle Kategorisierung der Belege

Um die KinderzeitschriftenN in der nachfolgenden Analyse systematisch bearbeiten zu können, bedarf es einer formalen Einteilung des Untersuchungsmaterials. KinderzeitschriftenN bestehen vorrangig aus sprachlichen Einheiten in schriftlicher Realisierung. In diese können auch graphematische Elemente, wie das kaufmännische *&* (wie bei *Bibi & Tina*), oder Ziffern integriert sein (wie *Fun 4 Fans* oder *4 FANS präsentiert*). Von diesen Bestandteilen der Namenschreibung sind nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel, wie Schriftgröße, Farbe und topographische Anordnung, zu unterscheiden.

Nach ihrer formalen Bildungsweise lassen sich die 114 KinderzeitschriftenN meines Korpus (vgl. Tabelle 1) grundlegend in Einwortnamen und Mehrwortverbindungen unterteilen:

- **Einwortnamen**, wie *jolinchen* oder *HORSE CLUB*, sind dadurch gekennzeichnet, dass sie unabhängig von ihrer Binnenstruktur (ob als Simplex, Kompositum oder Wortschöpfung, mit oder ohne Spatium) als unteilbarer Nominationsblock und feste semantisch verschmolzene Benennungseinheit auftreten.
- **Mehrwortverbindungen** unterteile ich danach, ob sie als eine einheitliche Benennung ohne Gliederung in mehrere Informationsebenen auftreten (dies umfasst reguläre Syntagmen, Juxtapositionen und satzförmige KinderzeitschriftenN) oder ob sie sich auf mehrere Informationsebenen verteilen (Titelgefüge)[22], deren Verhältnis durch nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel, wie topographische Anordnung, Typographie und Farbgestaltung, strukturiert werden kann.

21 Das polyseme Nomen *Titel* wird auch in der Bedeutung 'herausgegebenes Druckwerk' verwendet, welche hier nicht gemeint ist.

22 Titelgefüge bei literarischen Werken untersucht Rothe (vgl. 1986: 321–327). Einige seiner Feststellungen zu literarischen Titeln, z. B. das Verhältnis von Unter- zu Obertitel, treffen ebenso auf Titelgefüge bei KinderzeitschriftenN zu. Den Gedanken, dass der Untertitel „eine Bedeutungsschicht des Obertitels" beinhalte (Rothe 1986: 325), nehme ich im Kap. 4.3.2 mit den Beziehungsmustern zwischen Ober- und Untertitel auf.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Korpus-Gliederung	**Beleganzahl gesamt: 114, davon**	**Angabe in Prozent (von 114 gesamt)**	**Exemplarisches Beispiel**
Einwortnamen	20	17,54%	*WAPiTi*
Mehrwortverbindungen ohne topographische Segmentierung			
reguläre Syntagmen	18	15,79%	*Bob DER BAUMEISTER*
Juxtapositionen	45	39,47%	*Lego MARVEL SPIDER-MAN*
satzförmige KinderzeitschriftenN	14	12,28%	*FRAG doch mal … DIE MAUS*
Mehrwortverbindungen mit topographischer Segmentierung			
Titelgefüge	17	14,91%	*YUMMI KOST‘ NIX MAGAZIN*

Tab. 1: Übersicht über das Materialkorpus

4 Bildungsweise und Struktur der Belege

4.1 Analyse der Einwortnamen

Diese überwiegend zwei- und dreisilbigen Namen sind dadurch gekennzeichnet, dass sie als feste Benennungen eines Konzepts fungieren – dies gilt auch für Belege, die graphisch mit Spatien[23] auftreten. So kann z. B. *TOP MODEL* nicht ohne Weiteres in seine Bestandteile zerlegt werden, ohne die Benennungsfunktion der Gesamtform aufzugeben, da beide Lexeme als feste Einheit zur Bezeichnung der Zeitschrift fungieren.

23 Die Schreibung mit Spatium entspricht bei mehreren englischsprachigen bzw. englisch geprägten Belegen regulären Schreibkonventionen und kann daher nicht allein als werbesprachliches Merkmal gewertet werden.

Simplizia bzw. flektierte Simplizia, Wortbildungen, Wortschöpfungen	**Anzahl**	**Beispiele**	**Charakteristik**
Simplizia bzw. flektierte Simplizia	3	*WAPiTi*, *Stafette*, *DRAGONS*	Nicht in Wortbildungskonstituenten segmentierbare Basismorpheme; bei *DRAGONS* mit zusätzlichem Pluralmorphem *-s*
Komposita	7	*MiniSPICK*[24], *HORSE CLUB*, *HORSELAND*, *TOP MODEL*, *TOP 11*, *Monster High*[25], *WinX CLUB*[26]	Determinativkomposita, überwiegend mit Spatien
Derivate	8	*jolinchen*, *GEOlino*, *GLUBSCHIS*, *Galupy*, *medizini*, *Wendy*, *Lissy*, *Barbie*	Einsatz von Derivationssuffixen
Wortschöpfungen	2	*ZOMBIACS*, *iNKEE*	Konturkreuzung, orthographische Verfremdung

Tab. 2: Übersicht über die Einwortnamen

24 *Spick* ist das Kurzwort (elliptische Kürzung) zu *Spickzettel* (vgl. URL 17; vgl. zum Begriff der „elliptischen Kürzung" Ronneberger-Sibold 2004: 581).

25 *Monster High* meint 'Monsterhochschule', wobei *High* die elliptische Kürzung zur Komposition *Highschool* ist.

26 Der Kern des Namens *WinX Club*, übersetzt etwa *Feenclub,* ist das engl. *wings* (Flügel). Da die Serie von Feen handelt, sind die Flügel das Symbol für Feen, Freiheit und Verwandlung. Im Englischen wird das <*gs*> am Ende von *Wings* fast wie ein weiches [x] gesprochen. Der Schöpfer der Serie, die auf dem Buch von Iginio Straffi fußt, ersetzte die Endung durch ein <X>, um den Namen moderner und graphisch auffälliger zu machen. Das „X" kann im Englischen mit Unbekanntem, Besonderem oder Geheimnisvollem assoziiert werden und eröffnet damit ein zusätzliches mystisch interpretierbares Bedeutungspotenzial. Das Nomen *Club* bezeichnet eine feste Gemeinschaft und kann dadurch Assoziationen von Freundschaft und Gruppenzugehörigkeit eröffnen.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

4.1.1 Morphologische Struktur der Einwortnamen

Nur wenige Simplizia bzw. auf Simplizia beruhende Namenformen finden sich bei den ZeitschriftenN. So sind *WAPiTi* und *Stafette*, die auf fremdes Wortgut zurückgehen, im heutigen Sprachgebrauch als nicht segmentierbar zu betrachten. *WAPiTi* ('Hirschart') ist ursprünglich ein indigenes Appellativum, *Stafette* ist aus dem Italienischen entlehnt und in Form und Bedeutung ans Deutsche angepasst. *Stafette* wird heute als 'Staffel[lauf]' interpretiert. Das it. Herkunftswort *staffetta* „gehört als Verkleinerungsbildung zu *it.* staffa ‚Steigbügel', das selbst aus dem *Germ.* stammt (vgl. *Stapfe*)" (HWB 1989: 699). Für die heutige kindliche Zielgruppe ist diese etymologische Herleitung jedoch irrelevant; synchron betrachtet, fungiert *Stafette* als ein opaker, monomorphemischer MarkenN ohne erkennbare Binnenstruktur. *DRAGONS* (engl. *dragon* 'Drache' + Plural-*s*) stellt meines Erachtens einen Sonderfall dar. Die Basis *dragon* ist ein Simplex, die konkrete Namenform *DRAGONS* enthält jedoch zusätzlich das Flexionsmorphem *-s*, dessen funktionale Umdeutung weiter unten erläutert wird.

Die meisten Einwortnamen sind nach etablierten wortbildnerischen Mustern gebildet: Die Namengeber greifen auf die Wortbildungsverfahren Komposition und Derivation (nach Fleischer/Barz 2012) sowie einzelne Wortschöpfungsverfahren (vgl. Ronneberger-Sibold 2004) zurück.

Determinativkomposita sind mit verschiedenen Modellen vertreten: Modell Substantiv + Substantiv: *HORSE CLUB*, *WinX CLUB*, *Monster High* und *HORSELAND*, Modell Adjektiv + Substantiv: *MiniSPICK*[27] und *TOP MODEL*[28]. Hier ist meiner Ansicht nach auch *TOP 11* einzuordnen. Die Zahl *11* steht metonymisch für *Fußballmannschaft*, gemeint ist folglich eine 'TOP Fußballmannschaft'/'eine Spitzenmannschaft'. Die sprachökonomische Kombination aus einer Zahl und einem Lexem kann zugleich graphische Auffälligkeit erzeugen.

Auffallend ist die formale Grenzmarkierung der unmittelbaren Konstituenten, die allein bei *HORSELAND* fehlt. In *HORSE CLUB*, *WinX CLUB*, *TOP 11* und *TOP MODEL* werden die Konstituentengrenzen mittels Spatien markiert und in *MiniSPICK* durch den Wechsel von Initialgroßschreibung, die fast ikonisch

27 *mini* wurde in den 1960er Jahren mit der Mode aus dem englisch-amerikanischen Sprachraum als Präfix übernommen. Inzwischen wurde es ein freies, unflektierbares adjektivisches Morphem, das als 1. Konstituente in Komposita auftreten kann, wie bei *MiniSPICK* (vgl. Fleischer 1974: 41; Fleischer/Barz 2012: 262).

28 *Top*/*top* (engl.) mit der Bedeutung 'Spitzen …' oder 'von höchster Güte' kommt frei vor und kann als unflektierbares Adjektiv ebenso wie *mini* als 1. Konstituente eines Kompositums verwendet werden.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

(Kleinbuchstaben für ‘kleine’ Kinder) wirkt, zu durchgängiger Majuskelschreibung. Da es sich bei den Belegen nicht um umfangreiche, komplexe Nominationen handelt, so dass Fugenmarkierungen den Verstehensprozess unterstützen müssten, lässt sich den ungewöhnlichen Schreibungen[29] zunächst eine graphische Hervorhebungsfunktion (vgl. Fleischer/Barz 2012: 194) zuschreiben; eine darüber hinausgehende werbe- oder markenstrategische Motivation lässt sich aus den Namenformen allein nicht bestimmen.

Als **explizite Derivate** mit unterschiedlichen Suffixen lassen sich einordnen: *jolinc**hen***, *GEO(l)**ino***, *GLUBSCHIS*, *Galup**y*** und *medizin**i***, aber auch *Wend**y***, *Liss**y*** und *Barb**ie***. *jolinchen*[30] nutzt den in Deutschland beliebten weiblichen Vornamen *Jolina* als Basis. Das Suffix *-chen* ist zwar das in der Standardsprache am weitesten verbreitete Diminutivsuffix (vgl. Fleischer/Barz 2012: 233), was sich bei den untersuchten KinderzeitschriftenN jedoch nicht bestätigt. *GEOlino*[31] leitet sich vom ZeitschriftenN *GEO* (griech. ‘Erde’) ab. *-ino* wird als italienisches Diminutivsuffix mittels des Interfixes *-l-* angehängt. Das Suffix indiziert keine physische Kleinheit der Zeitschrift *GEOlino*, sondern erweitert die Basis um eine diminutive bzw. hypokoristische Konnotation und kann damit eine Orientierung auf eine jüngere Zielgruppe nahelegen. *GLUBSCHI* (als Zeitschriftenname mit Plural-*s*) ist explizit abgeleitet vom ugs. Verb *glubschen* ‘glotzen’ und bezeichnet ursprünglich appellativisch ein Kuscheltier mit großen, hervortretenden Augen. Der Zeitschriftenname *Galupy* (ursprünglich eine Einhornfigur) wurde von der CRAZE Group (Karlsruhe) entwickelt (vgl. URL 4). Als etymologische Basis kommen sowohl das dt. Appellativ *Galopp* [galɔp] als auch das engl. Verb *gallop* [gæləp] infrage. An diese Basis wird das hypokoristische Suffix <y> mit der Lautung [i] angehängt. Bemerkenswert ist hierbei der phonologische Prozess in der Derivationsbasis: Der

29 Nübling/Fahlbusch/Heuser (2015: 268) nennen Besonderheiten im Schriftbild, die bei allen MarkenN auftreten können, wie durchgängige Majuskelschreibung, Binnenmajuskeln, Minuskeln bei Nomen am Wortanfang, Buchstabenverdopplungen ohne Lautwert, Satzzeichen, willkürliche Akzente. Insofern ordnen sich hier auch KinderzeitschriftenN mit ihren Eigenheiten ein.

30 „Das Drachenkind **Jolinchen** ist eine Werbefigur der Krankenkasse AOK und wird seit 1985 in der Kundenkommunikation für Kinder im Alter von null bis zwölf Jahren eingesetzt“ (URL 2; Fettdruck im Original). Der KinderzeitschriftenN beginnt allerdings mit Minuskel.

31 Das italienische Suffix *-ino* ist ein produktives Diminutivmorphem, das neben der physischen Verkleinerung primär eine positive emotionale Aufladung ausdrückt. Die Erweiterung um das Element *-l-* zu *-lino* dient im Fall von *GEOlino* der Hiatusvermeidung – also der Unterbindung des Zusammenstoßens vom stammauslautenden [o] von *GEO* und dem anlautenden [i] des Suffixes (vgl. Rohlfs 1954: 341).

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Vokal der zweiten Silbe wird dabei durch [u] ersetzt, wodurch eine phonologisch auffällige, expressiv interpretierbare Namenform entsteht. Die Analogie zu bekannten Namen aus dem angloamerikanischen Raum, wie *Snoopy*, ist dabei als mögliche Assoziationsgrundlage und nicht als nachgewiesene Benennungsintention zu verstehen.

Gekürzte Basen mit nachfolgender Suffigierung treten bei *Wendy*, *Lissy* und *Barbie* auf. W*endy* gilt als eine Nebenform zu *Wendi*, einer „w. Kurzform für mit Wend- oder Wendel- gebildete weibliche Vornamen" (Burkart 1990: 414), *Lissy* ist die Kurzform zu *Elisabeth* (vgl. Kohlheim/Kohlheim 2025: 275), wobei lediglich ein Wortsegment der Derivation dient, und *Barbie* ist die Kurzform zu *Barbara* (vgl. Kohlheim/Kohlheim 2025: 85)[32]. Die an die Köpfe bzw. an den Mittelteil der Vollformen angefügten <y> oder <ie> haben den Charakter von hypokoristischen Derivationssuffixen.

Zu **Wortschöpfungen** zählen *ZOMBIACS* und *iNKEE*. *ZOMBIACS* hat seinen etymologischen Ursprung in engl. *zombie* ('die Untoten') und engl. *maniac* „1. Wahnsinnige m, f, Verrückte m, f. 2. fig. (Sport- etc.)Fanatiker/in" (EngWöBu 2002: 361). Ein *Zombie-Maniac* ist folglich 'ein Fan des Zombie-Genres', als KinderzeitschriftenN mit dem Plural-*s*. Bei *ZOMBIAC* liegt eine Wortkreuzung von *zombie* und *maniac* vor, und zwar eine Konturkreuzung, bei welcher [i] als Gelenk wirkt und die Transparenz befördert. Das Matrixwort *maniac* geht nicht vollständig in die Konturkreuzung ein, jedoch bestimmt es die silbische und die rhythmische Gesamtkontur (vgl. Ronneberger-Sibold 2004: 589) von *ZOMBIAC* (dreisilbig, Betonung auf der ersten Silbe wie bei *mániac*). Die traditionell pejorative Konnotation der Figur des Untoten kann durch die Kreuzung mit *maniac* spielerisch umgedeutet werden.

Bei *iNKEE* handelt es sich ursprünglich um die Benennung der bunten Badebomben für Kinder. Die Benennung stammt von der deutschen CRAZE Group aus Karlsruhe (vgl. URL 4). *iNKEE* leitet sich vom engl. Adjektiv *inky* mit der Bedeutung 'tinten-, pechschwarz' ab. Dies stellt eine Wortschöpfung auf der Grundlage fremden Wortgutes dar, eine „Umsetzung in ein anderes Schriftsystem" (nach Ronneberger-Sibold 2004: 580). Die orthographische Verfremdung <EE> kann im Zusammenspiel mit den Besonderheiten des Schriftbildes (Minuskel am Nomenanfang, anschließende Majuskelschreibung) als Mittel zur Erzeugung von visueller Auffälligkeit und spielerischer Markengestaltung interpretiert werden.

32 URL 5: „Mit vollständigem Namen heißt Barbie [die Barbie-Puppe, I.P.] ja eigentlich ‚Barbara Millicent Roberts' siehe Marke EM018190547". Ruth Handler, die Namengeberin, soll von ihrer Tochter Barbara inspiriert worden sein.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Die Endung <EE> kann formal an englischsprachige Bildungen auf *-ee*, wie *trainee* oder *employee*, erinnern und dadurch eine zusätzliche Assoziation mit englischem Wortgut ermöglichen.

KinderzeitschriftenN, die Einwortnamen sind und auf [i] auslauten, stellen im Korpus eine größere Gruppe dar,[33] ihre orthographische Realisierung erfolgt bei den ZeitschriftenN mittels <i>, <y>, <ie> und <ee>, wie *medizini*, *WAPiTi*, *iNKEE*, *Galupy*, *GLUBSCHI(S)*, *Wendy*, *Lissy*, *Barbie*. Relevant ist allerdings, dass der morphologische Status von [i] nicht identisch ist: Als explizite Ableitungen mit dem Derivationssuffix lassen sich einordnen: *medizini*, *Galupy*, *GLUBSCHI(S)*, *Wendy*, *Lissy* und *Barbie*. *iNKEE* jedoch ist eine Wortschöpfung, *WAPiTi*[34] ein Simplex – bei beiden letztgenannten ZeitschriftenN ist [i] kein segmentierbares Derivationssuffix, es gehört als Endlaut zur Basis. Allerdings können auch diese Namen aufgrund ihrer formalen Ähnlichkeit zur *i*-Derivation mit Konnotationen, wie 'klein', 'freundlich', 'liebenswürdig' usw., verbunden werden und damit werbepragmatisches Potenzial entfalten (vgl. ausführlich zur „sogenannten *i*-Derivation" Köpcke 2002).

Auffällig ist die strukturelle Ähnlichkeit von KinderzeitschriftenN, wie *ZOMBIACS*, *GLUBSCHIS* und *DRAGONS*, die auf ein konsonantisches <s> auslauten. Morphologisch betrachtet, handelt es sich hierbei in der Ausgangsform um das reguläre Plural-*s* als Flexionsmorphem, welches auf die in der Zeitschrift agierenden Geschöpfe referiert. Unter werbepragmatischen Aspekten lässt sich jedoch ein Prozess morphologischer Umdeutung in Verbindung mit einer Referenzverschiebung beobachten: Das angefügte Plural-*s* verliert seine numerische Funktion und kann funktional umgedeutet werden. In Analogie zu jugendkulturellen Kollektivbezeichnungen (vgl. *Swifties*, *Trekkies* oder *Ultras*; zu Letzterem vgl. Köring/Aehnlich 2022) verschiebt sich die Referenz metonymisch vom Zeitschrifteninhalt auf die Leserschaft, wodurch die Zielgruppe potenziell als Peergroup adressiert wird. Das Flexionsmorphem kann damit pragmatisch aufgeladen und im Rahmen dieser Analyse als ein „Community-Suffix" interpretiert werden, das eine mögliche Peergroup-Zugehörigkeit sprachlich markiert. Der Ausdruck „Community-Suffix" ist dabei als Arbeitsbegriff für diese funktionale Umdeutung

33 Das zunächst für Anthroponyme angewendete hypokoristische Suffix breitet sich seit Längerem auch außerhalb der Onomastik aus (vgl. Fleischer/Barz 2012: 215).

34 Für Fälle, in denen das [i] zum Wortstamm gehört, wie bei *iNKEE* und *WAPiTi*, schlägt Köpcke richtigerweise (2002: 302) die Einordnung als „Endung" vor, diese ist nicht segmentierbar und die Ähnlichkeit zum Derivationssuffix [i] beruht lediglich auf dem Formmerkmal des Klangs.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

zu verstehen und nicht als etablierte morphologische Kategorie. Ob dieser Prozess bereits zu einer Lexikalisierung des Suffixes in der Zeitschriftensprache geführt hat, wäre eine lohnende Frage für empirische Folgeuntersuchungen.

4.1.2 Semantisch-pragmatische Analyse der Einwortnamen
Unter dem genannten Aspekt lassen sich die Einwortnamen in vier analytisch gebildete und nicht trennscharfe Gruppen unterteilen, je nachdem, welchen Bedeutungsaspekt bzw. welche Bedeutungsaspekte des KinderzeitschriftenNs sie hervorheben und wie sie funktional gedeutet werden können.

Gruppe 1: Referenz auf das Themenfeld der Zeitschrift
Die Namen dieser Gruppe benennen direkt oder über einen kognitiven Zwischenschritt das Thema der Zeitschrift. Sie sind auf eine Sachwelt orientiert, wie *GEOlino* (Erde/menschliches Leben/Wissenschaft) oder *medizini* (Gesundheit des Körpers). Die Wortbasis ist ein Appellativ, das Eltern und Kindern eine inhaltliche Orientierung ermöglichen kann. Diese Namen können auch auf Aspekte der kindlichen Lebenswelt verweisen, wie *TOP 11* auf Fußball. *MiniSPICK* ist auf *Spickzettel* zurückzuführen, wodurch Assoziationen zu Schule und Wissen aktiviert werden können.

Gruppe 2: Referenz auf die Protagonisten der Zeitschrifteninhalte
Hier sind Namen einzuordnen, die eine Leitfigur der Zeitschrift nennen, wobei die Figur metonymisch (pars pro toto) für ihre gesamte Welt steht. Anthroponyme, wie *Wendy* oder *Barbie*, stellen über ihre Personenreferenz einen unmittelbaren Bezug zu den jeweiligen Figurenwelten her und können dadurch vertrautheitsbezogene Assoziationen aktivieren. Namen, wie *Galupy* (Einhorn/Pferd) oder *jolinchen* (Drache), identifizieren ebenfalls die Leitfigur, eröffnen jedoch über Assoziationen gleichzeitig breitere Themenfelder, wie Fantasy.

Gruppe 3: Expressive und konnotative Profilierung
Bei den Namen dieser Gruppe treten expressive bzw. konnotative gegenüber denotativen Bedeutungsanteilen stärker hervor; diese KinderzeitschriftenN weisen ein ausgeprägtes adressatenbezogenes Bedeutungspotenzial auf. Namen, wie *GLUBSCHIS* oder *iNKEE*, können aufgrund ihrer sprachlichen Form und der mit den ursprünglichen Namenträgern verbundenen Figuren- bzw. Produktwelten familiäre oder spielerische Konnotationen aufweisen. Namen können semantisch auch Lebensstile bzw. ein bestimmtes Image transportieren, das unter werbeprag-

matischen Aspekten zur Identifikation einlädt, z. B. *TOP MODEL*, *HORSE CLUB*, *Monster High*, *WinX CLUB*. Appellative, wie *Club*, *High(school)* oder *Model*, stellen zugleich Bezüge zu Themen- und Lebenswelten her, die über die engere kindliche Lebenswelt hinausreichen.

Gruppe 4: Semantische Opakheit
Namen, die für die Zielgruppe möglicherweise semantisch opak sind, z. B. *WAPi-Ti*[35] oder *ZOMBIACS*, weisen zunächst eine vergleichsweise geringe semantische Transparenz auf. Im Rezeptionskontext der Zeitschrift können die zunächst intransparenten Nominationen semantisch angereichert werden; der Zeitschriftenkontext trägt zur Bestimmung ihrer Referenz bei.

Die Einwortnamen zeigen insgesamt eine Tendenz zur morphologischen Verdichtung. Ihre Kürze und formale Prägnanz können dabei die Einprägsamkeit[36] der Namen unterstützen; eine tatsächliche Erhöhung der Merkfähigkeit lässt sich aus dem vorliegenden Korpus jedoch nicht unmittelbar ableiten. Zugleich weisen insbesondere [i]-Auslaute aufgrund ihrer formalen Nähe zu hypokoristischen Bildungen ein kindorientiertes Konnotationspotenzial auf und können entsprechend als Mittel der kindbezogenen Namengestaltung interpretiert werden.

35 Kontrastiv gegenüber der geregelten Substantivgroßschreibung im Deutschen sind im Korpus belegt: Nutzung einregistriger Schriften: Majuskelschrift (*DRAGONS*), Minuskelschrift (*medizini*) vs. mehrregistriger Schriften: Wechsel von Groß- und Kleinbuchstaben (*WAPiTi, PoKéMoN*), Kleinschreibung mit nachfolgender Großschreibung (*iNKEE*) u. a.

36 Die formale Prägnanz der KinderzeitschriftenN (im gesamten Korpus) kann zudem durch phonostilistische Mittel unterstützt werden: vorrangig mit **Alliterationen** (*Mia and me*, *Fun 4 Fans*, *Kira Kolumna*, *BiBi BLOCKSBERG*, *POLIZIST PIT*, *Galileo GENIAL*, *Bob DER BAUMEISTER*, *WAS IST WAS*, *Total tierlieb!*, *So Süß EXTRA!*, *GABBY'S DOLLHOUSE Spiel & Spaß*, *DEIN SPIEGEL Durch Wissen wachsen*); mit wenigen **Onomatopoetika** (*ROAARR! Dinosaurs*, *YUMMI KOST' NIX MAGAZIN*, *PLATSCH! Das my life Kindermagazin aus Deiner Vor-Ort-Apotheke*, *MATSCH! ALLES FÜR KLEINE LANDENTDECKER*); mit einzelnem **Binnenreim** (*Bibi & Tina*, *POLIZIST PIT, KIDDINX Kids*).

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

4.2 Analyse der Mehrwortverbindungen ohne topographische Segmentierung

Mehrwortverbindungen bestehen aus mehreren Namengliedern, die i.d.R. in verschiedenen Beziehungen stehen. Nachfolgend beschreibe ich die im Korpus enthaltenen regulären Syntagmen, Juxtapositionen und satzförmigen KinderzeitschriftenN. Sie unterscheiden sich darin, wie sie nach syntaktischen Regeln der deutschen bzw. einer fremden Sprache gefügt oder davon abweichend gebaut sind (vgl. Nübling/Fahlbusch/Heuser 2015: 270).

4.2.1 Reguläre Syntagmen

Reguläre Syntagmen besitzen ein Kernglied mit voran- oder nachgestellten Attributen, sie sind nach syntaktischen Regeln einer bestimmten Sprache gebildet, so dass sich Baumuster erkennen lassen.

4.2.1.1 Morphologisch-syntaktische Analyse der regulären Syntagmen

Syntaktische Fügungen mit dem Merkmal der Subordination können durch vorangestellte flektierte Attribute oder durch nachgestellte Attribute (Genitiv- bzw. Präpositionalattribute) realisiert werden. Zu den regulären Syntagmen zähle ich auch tradierte, offiziell akzeptierte Wortverbindungen, wie VN + FN[37] usw. Folgende Bauformen sind im Korpus vorhanden:

Kernglied + vorangestellte Attribute (Possessivpronomen, Adjektiv, Numerale)

*my **LITTLE** PONY*

*My **best** Friend*

*Die **drei** ??? Kids*

Kernglied + Genitivattribut

*DIE WELT **DER magischen GESCHÖPFE***

*DIE SCHULE **DER MAGISCHEN TIERE***

Kernglied + präpositionales Attribut

Fun 4 Fans (Ziffer *4* als Homophon anstelle der Präposition *for*)

37 Die Kürzel verwende ich im Verständnis von Nübling/Fahlbusch/Heuser (2015): VN = Vorname, FN = Familienname.

Kernglied + mehrere Attribute (hier: adjektivisches Attribut vorangestellt, präpositionales Attribut nachgestellt)

*Das **offizielle** DFB-MAGAZIN **für Kids***

Kernglied + Apposition[38]

***Kira** KOLUMNA*

***BiBi** BLOCKSBERG*

***Winnie** Puuh*

***Käpt'n** Sharky*

***POLIZIST** PIT*

*PHILIPP **die Maus***[39]

*Bob **DER BAUMEISTER***

*SONIC **THE HEDGEHOG***

Binomiale

Bibi & Tina

Pferd & Co

Mia and me

Binomiale ordne ich ebenfalls den regulären Syntagmen zu, da sie nach syntagmatischen Regeln gestaltet sind.[40] Vgl. hierzu auch den Hinweis von Nübling/Fahlbusch/Heuser (2015: 280f.), dass „die Aneinanderreihung von FamN (*Roth & Rau*) (…) der dt. Grammatik [entspricht]".

38 In meinem Korpus handelt es sich um enge Appositionen (Begriff nach Eisenberg 1989: 254–257): vorangestellt: VN zum FN, Titel/Beruf + Name; nachgestellt: Nomen im gleichen Kasus wie das Bezugsglied, Anschluss ohne Komma.

39 Mitteilung einer GP des herausgebenden kimverlags: „Philipp klang und klingt hell und pfiffig, sollte also das Wesen der Figur (…) in Laute übersetzen. Der Zusatz ‚die' Maus neutralisiert (…) den männlichen Vornamen, Mädchen und Buben sollen sich (…) mit ihm (oder ihr) identifizieren können". Weiter wird mitgeteilt, dass Kindern der Name *Philipp* bereits aus den Medien bekannt ist (Mail vom 18.09.2025). Die Auskunft verbindet die lautliche Charakterisierung der Figur mit einer ausdrücklich geschlechtsübergreifend angelegten Adressatenorientierung.

40 Ein Binomial ist als Spezialfall einer Wortreihe zu verstehen: Es besteht generell aus zwei Gliedern, die (fast immer) der gleichen Wortart angehören, meist syndetisch verbunden und in der Regel nicht umstellbar sind sowie eine semantische Einheit bilden.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Für die regulär gefügten ZeitschriftenN ist festzustellen, dass das Baumuster Kernglied + Apposition innerhalb dieser Strukturgruppe am häufigsten belegt ist. Vermutlich besitzt dieses Baumuster eine formale Nähe zu den Juxtapositionen (vgl. unten). Baumuster mit expliziten syntaktischen Fügungselementen (z. B. Präposition, Nomen im Genitiv) sind hingegen kaum vertreten. Damit überwiegen auch innerhalb der regulären Syntagmen kompakte Strukturen. Ob diese Verteilung auf werbe- oder markenstrategische Entscheidungen der Namengeber zurückzuführen ist, lässt sich aus dem Korpus allein nicht bestimmen.

4.2.1.2 Semantisch-pragmatische Analyse der regulären Syntagmen

Während die morphologisch-syntaktische Analyse die Baumuster der regulären Syntagmen offenlegt, richtet sich die semantisch-pragmatische Betrachtung darauf, welche adressatenbezogenen Bedeutungspotenziale mit den verwendeten Lexemen und syntagmatischen Verknüpfungen verbunden sind. Dabei treten insbesondere Bezüge zu Nähe, Vertrautheit, Zugehörigkeit und zur kindlichen Lebenswelt hervor. Sowohl die Lexik als auch die gewählten syntagmatischen Verknüpfungen erfüllen dabei spezifische kommunikative Funktionen:

- Soziale Nähe mittels Hypokoristika

Eine auffällige semantische Besonderheit (besonders bei Appositionen und Binomialen) ist die Verwendung von Kurzformen, die ein hypokoristisches und damit vertrautheitsbezogenes Konnotationspotenzial besitzen. Namen, wie *Mia*, *Bibi* und *Tina*[41], können im Unterschied zu ihren jeweiligen Vollformen (*Maria*, *Bianca*, *Martina*) sprachlich Vertrautheit und informelle Nähe markieren. Im Kontext der Kinderzeitschriften lassen sie sich daher als ein Angebot zur Herstellung einer vertrautheitsbezogenen Beziehung zu den Protagonistinnen interpretieren.

- Symmetrie und Asymmetrie in den Binomialen

Ein symmetrisches Binomial, wie *Bibi & Tina* (Verbindung zweier gleichwertiger Anthroponyme), lässt sich als strukturelles Signal deuten, dass die fiktive Welt der beiden Protagonistinnen in der Zeitschrift als gemeinsame Einheit dargestellt wird. Asymmetrische Binomiale brechen die semantische Geschlossenheit auf:

41 Die Vollform zum Lallnamen *Bibi* ist *Bianca*. In den ersten Folgen der Hörspielfolge von Bibi Blocksberg wurde die Figur als *Bianca Blocksberg* eingeführt, der Name *Bibi* etablierte sich erst später. *Tina* (Aphärese) entstammt der Vollform *Martina*, so heißt die beste Freundin von *Bibi*. Die Kurzform *Mia* nutzt die Vollform *Maria* als etymologische Basis.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Bei *Pferd & Co* ist ein Appellativ (*Pferd*) durch die Apokope *Co* eines Kollektivums (*Company*, *Co* hier medienwirksam ohne Punkt) erweitert, was das Thema Pferde als ein breiteres Spektrum markiert. Bei *Mia and me* öffnet das Pronomen *me* eine Sprecherposition, die von den Rezipienten eingenommen werden kann. Die Verbindung von FigurenN und Personalpronomen lässt sich als sprachliches Angebot zur Einbeziehung der Rezipienten in die fiktive Welt interpretieren.

- Das *&* als graphischer Anker

Das verbindende Element in den Binomialen, das kaufmännische *&*, erfüllt neben der syntaktischen Funktion einer Konjunktion eine markante graphische Funktion. Gegenüber dem ausgeschriebenen *und/and* bildet es ein kompaktes, visuell auffälliges Schriftzeichen, das die beiden Komponenten miteinander verbindet. Auf den Titelblättern der Zeitschriften wird das *&* zum Teil zusätzlich durch nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel hervorgehoben: Bei *Bibi & Tina* sind die Namen rot, das *&* blau abgesetzt. Bei *Pferd & Co* setzt sich das *&* mit hellem Pink von der braunen Schrift der Binomial-Partner ab. Damit verbindet das *&* die beiden Namenbestandteile nicht nur syntaktisch, sondern markiert zugleich graphisch deren Zusammengehörigkeit; die farbliche Hervorhebung kann seine graphische Auffälligkeit zusätzlich verstärken.

- Rezipienteneinbezug und jugendkulturelle Markierung

Adressatenbezogene Strukturen zeigen sich bei regulären Syntagmen auch im Einsatz von Pronomen und graphisch markierten Schreibweisen. Syntagmen mit vorangestellten Possessivpronomen (***My best Friend***, ***my LITTLE PONY***) enthalten eine deiktische Bezugnahme auf eine Sprecherposition und markieren das bezeichnete Bezugsobjekt als dieser Position zugehörig. Dadurch kann eine personalisierende Adressatenorientierung entstehen. Beim Syntagma *Fun 4 Fans* wird die Präposition *for* durch die homophone englische Ziffernbezeichnung *four*, graphisch realisiert als Ziffer *4*, ersetzt. Die aus digitaler Kommunikation und informellen Schreibkontexten bekannte Kombination von Ziffer und Lautwert eröffnet damit ein jugendkulturell interpretierbares Bedeutungspotenzial.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

4.2.2 Analyse der Juxtapositionen

4.2.2.1 Morphologisch-syntaktische Analyse der Juxtapositionen

Juxtapositionen bestehen „aus willkürlich nebengeordneten, ursprünglich meist wesensfremden, übernommenen bzw. neu geschaffenen Lexemen oder Mehrwortverbindungen, welche keinerlei syntaktische Subordination mehr aufweisen" (Nübling/Fahlbusch/Heuser 2015: 280f.; vgl. ebenso Köring/Aehnlich 2022: 190). Kennzeichnend für die untersuchten Namen ist die weitgehende Reduktion expliziter syntaktischer Verknüpfungs- und Flexionsmarkierungen, wodurch die Namenglieder als kompakte Folge erscheinen. Während Juxtapositionen formal eine nicht in mehrere Informationsebenen gegliederte Benennungseinheit bilden, folgen sie intern jedoch verschiedenen semantischen Spezialisierungsstufen: Auf eine etablierte (Dach-)Marke oder Figurennomination (Anker des Gesamtnamens) folgt zunächst eine Themen- oder Lizenzwelt, editorische oder figurenbezogene Spezifizierungen schließen sich an. Folgende Baumuster lassen sich im Belegkorpus erkennen:

1. Baumuster: Die Herstellermarke als Anker

Dieses Muster bildet die größte Gruppe innerhalb der Juxtapositionen. Syntaktisch sind es Nomen-Anreihungen, bei denen die Herstellermarke (wie *Lego*, *Playmobil*, *schleich*, *Disney*) als Anker vorangestellt wird. An die Herstellermarke schließen sich weitere Namensegmente an, die eine Spezialisierungshierarchie bilden. Die Marke ist die weiteste Kategorie, die nachfolgende Themenwelt oder Lizenz engt diese ein und fakultative Zusätze (wie *Legacy* oder *Extra*) bilden die engste Kategorie.

Bei den Lego-Belegen finden sich sowohl markeneigene Themenwelten (*Ninjago*, *CITY*, *DreamZzz*[42], *Friends*, *Technic*[43]) als auch Fremdlizenzen internationaler Entertainment-Marken (*Star Wars*, *Marvel*, *Minecraft*, *Batman*). Die nachfolgenden Segmente können unterschiedliche Spezifizierungen übernehmen, etwa *Hero* (eine bestimmte Figur aus der Ninjago-Welt), *Legacy* (Neuauflagen früherer Modelle) oder *Explorer* (wissensbezogene Profilierung). Das gleiche hierarchische Dreischritt-Prinzip findet sich bei den Playmobil- und schleich-Namen, wobei

42 Eine Buchstabenverdopplung ohne Lautwert liegt im Korpus bei den Belegen *DreamZzz* und *ROAARR!* vor.

43 *Technic* ist keine Themenwelt wie *Ninjago*, sondern meint eine Bautechnologie, welche auch in die 3. Spalte eingeordnet werden könnte.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

sich der Fokus im zweiten Baustein unterscheidet. Während bei Playmobil Farbbezeichnungen (*Pink*) sowie Genre- und Stimmungsbezeichnungen (*Adventure*, *Fantasy*) auftreten, finden sich bei schleich Real- und Fantasywelten (*Pferdewelt*, *bayala*, *ELDRADOR*). Disney-Namen beschränken sich demgegenüber auf zwei Namenglieder (Marke + Figurennomination).
Die wiederkehrende Struktur lässt sich als modulares Benennungsmuster beschreiben: Ein bereits etablierter MarkenN bildet den konstanten Ausgangspunkt, während nachfolgende Segmente austauschbare Spezifizierungen übernehmen. Der Ausdruck „Baukasten-System" bezeichnet hier somit zunächst einen formalen Befund: Eine gezielte ökonomische oder marktstrategische Planung dieses Systems kann aus den Namen allein nicht nachgewiesen werden.

Die *Lego*-Namen

Marke	**Themenwelt/Lizenzgeber**	**Spezifizierung**
LEGO	*CITY*	–
Lego	*Ninjago*	–
Lego	*Ninjago*	*Legacy*
Lego	*Ninjago*	*Hero*
Lego	*MARVEL*	*SPIDER-MAN*
Lego	*Minecraft*	–
Lego	*Minecraft*	*Special*
Lego	*Star Wars*	–
Lego	*Star Wars*	*Mandalorian*[44]
Lego	*Helden*	*Avengers*
Lego	*Marvel*	*Avengers*
Lego	*Batman*	–
Lego	*Jurassic World*	–
Lego	–	*Explorer*
Lego	*Technic*	–

44 Mandalorianer sind in der Lego-Spielewelt eine kriegerische Kultur aus dem Star-Wars-Universum, die vom Planeten Mandalore stammt.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Lego	*DreamZzz*	–
Lego	*Friends*	–

Die *Playmobil*-Namen

Marke	**Genre/Farbe/Stimmung**	**Spezifizierung**
Playmobil	*Pink*	–
Playmobil	*Pink*	*Extra*
Playmobil	*Adventure*	–
Playmobil	*Fantasy*	–
Playmobil	–	*Magazin*

Die *schleich*-Namen

Marke	**Themenwelt**	**Spezifizierung**
schleich	*ELDRADOR*[45]	*CREATURES*
schleich	*bayala*	–
schleich	*bayala*	*Fohlenzauber*
schleich	*Pferdewelt*	–

Die *Disney*-Namen

Marke	**Figurennomination**
Disney	*STARS*
Disney	*PRINZESSIN*
Disney	*DIE EISKÖNIGIN*

Die Verwendung international verbreiteter MarkenN als Ausgangspunkt der Zeitschriftenbenennung verweist zugleich auf die Einbindung der Kinderzeitschriften in übernationale Medien- und Produktwelten. Ob die Namenstruk-

45 *Eldrador* ist vermutlich lautmalerisch an *El Dorado* (das Goldland) angelehnt, was konnotativ auf eine mythische Themenwelt voller Abenteuer und Entdeckungen schließen lässt. In jeder der fünf Welten *Eldradors* herrschen bestimmte fiktive Kreaturen, die um eine Superwaffe kämpfen, mit der sie alle fünf Welten beherrschen könnten.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

turen in verschiedenen Ländern unverändert übernommen oder an nationale Märkte angepasst werden, lässt sich anhand des auf Deutschland begrenzten Korpus nicht entscheiden.

2. Baumuster: Die Figuren- bzw. Franchisenomination als Anker

Hier steht nicht die Herstellermarke im Vordergrund, sondern eine bekannte Figur oder Figuren-/Franchisewelt dient als Anker (fakultativ mit vorangestelltem Titel, wie *Prinzessin*). Das erste onymische Element wird durch ein zweites Segment genauer bestimmt, das eine Themenwelt bezeichnen oder als editorischer Zusatz (*Magazin*) fungieren kann.

Figurennomination	**Spezifizierung**
Prinzessin Lillifee	*Zauberwelt*
Lillifee	*Halloween*
Wendy46	*Traumpferde*
PoKéMoN	*Magazin*
Mermaid	*Magic*

Auch hier liegt eine semantische Spezifizierung des ersten onymischen Elements durch ein nachgestelltes Namenglied vor. Die bereits mit dem ersten Namenglied verbundenen Wissens- und Assoziationsbestände können dabei in den ZeitschriftenN eingehen; ob und in welchem Maß dieses Potenzial die Rezeption tatsächlich erleichtert, ist aus dem Korpus nicht ableitbar.

3. Baumuster: Ein Muttermedium oder eine Organisation als Anker

Bei dieser Gruppe handelt es sich im Wesentlichen um „Ableger" von Zeitschriften für Erwachsene (mit Ausnahmen: für Kinder). Strukturell wird ein bereits etablierter Medien-, Organisations- oder VerlagsN mit einem Element kombiniert, das eine kindbezogene Spezifizierung ermöglicht. So ist *Zeit leo* der Ableger der Wochenzeitung *Die Zeit*. *leo*, der Löwe, verkörpert metaphorisch Stärke und kann zugleich eine gegenüber dem Muttermedium stärker kindorientierte Profilierung des Namens leisten. Bei *NATIONAL GEOGRAPHIC KiDS* wird der bekannte Name des US-Magazins für Erwachsene übernommen. *Galileo GENIAL*

46 *Wendy* ist die Hauptfigur, ein 15-jähriges Mädchen, das auf einem Gestüt lebt und Erlebnisse mit realen Pferden erzählt.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

gehört zur Fernseh-Wissenssendung *Galileo*. Das Adjektiv *GENIAL* wertet das vorausgehende Element semantisch positiv auf und lässt sich als kindorientierte Emotionalisierung interpretieren. Die *Lissy PONY*-Zeitschrift ist der Kinderzeitschrift *Lissy* zugehörig, die ursprünglich ein Mädchenmagazin ist. Durch das nachgestellte *PONY*[47] wird der thematische Bereich Pferd explizit markiert und damit die Referenz des Namens enger bestimmt. *Lissy PONY* ist die Zeitschrift für Kinder im Grundschulalter, sie fokussiert die fiktiven Sammelfiguren aus der Themenwelt. *KIDDINX Kids* unterscheidet sich leicht von den oben genannten Namen: *KIDDINX* ist kein Medium für Erwachsene, sondern ein Kinderhörspiel- und Medienverlag. Das Baumuster ist jedoch mit den anderen Belegen vergleichbar: Verlag + *KIDS* für die Zielgruppe.[48]

In diese Gruppe ließe sich auch der Ableger einer Verbandspublikation einordnen: *Das offizielle DFB-MAGAZIN für Kids* (vgl. oben Gruppe der Regulären Syntagmen). Auch hier bleibt im Namen mit *DFB* der Bezug zu einer etablierten Institution erhalten, während *für Kids* die Zielgruppe explizit benennt. Die Dachorganisation, der *DFB*, gibt das *DFB-Journal* für Erwachsene heraus. *GEO(l)ino* (vgl. oben Gruppe der Einwortnamen) könnte ebenfalls dieser Gruppe zugeordnet werden, falls das ital. Suffix *-ino* als zweiter Baustein, der den Kind-Bezug herstellt, betrachtet wird. Die Muttermarke ist *GEO* (ein Wissensmagazin).

Die Kind-Orientierung wird bei diesem Baumuster sprachlich unterschiedlich realisiert: mittels direkter Zielgruppenbenennung (*Kids*), der Nennung tierbezogener oder hypokoristisch interpretierbarer Elemente (*Pony*, *leo*) sowie aufwertender Adjektive (*GENIAL*). Zugleich bleibt mit dem ersten Namenglied der Bezug zu einer bereits etablierten Institution, Marke oder einem Muttermedium erhalten. Darin lässt sich ein strukturelles Potenzial zur Doppeladressierung erkennen: Der erste Baustein stellt den Bezug zu bereits etablierten Medien-, Marken- oder OrganisationsN her, während der zweite eine kindbezogene Spezifizierung übernimmt. Diese strukturelle Arbeitsteilung lässt sich als mögliches sprachliches Mittel der Doppeladressierung interpretieren.

47 Üblicherweise steht im Deutschen die Gattungsbezeichnung (*Pony*) vor dem Eigennamen (*Lissy*), z. B. *Tante Gerda*, *Biene Maja*. Die Reihenfolge der Komponenten, wie bei *Lissy PONY*, ist bei MarkenN oft vom verbreiteten Muster im Englischen inspiriert, wie *Donald Duck*, *Diddl Maus*, *Filly Pferdchen*.

48 In den mir zugänglichen Informationen war nichts über die Herkunft bzw. Bildungsweise des Namensegments *KIDDINX* zu erfahren. So bleibt offen, warum *KiDS* zweimal in den KinderzeitschriftenN eingebracht wird.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Muttermedium/Organisation	Kindorientierung	Spezifizierung
Galileo	*GENIAL*	–
ZEIT	*leo*	–
NATIONAL GEOGRAPHIC	*KiDS*	–
Lissy	*PONY*	–
Lissy	*Pony*	*Kristallzauber*
Lissy	*Pony*	*Schloss Magica*
KIDDINX	*Kids*	–

4. Baumuster: Qualifizierendes Element als Anker

Dieses Muster zeigen Belege, bei denen die Benennung von etwas Wundersamem der eigentlichen Figurennomination vorangestellt wird. In der Zeitschrift geht es um magische Kräfte, die einem Pariser Mädchen, *Marinette*, eine Verwandlung erlauben. Dadurch wird sie zur *Superheldin* oder zu einem Marienkäfer (*LADYBUG*), um Paris beschützen zu können. Auffallend ist die Wortreihe *LADYBUG & YOU*. Die Personaldeixis *YOU* bezieht das Kind als mögliche Referenzposition sprachlich in die Benennung ein. Dadurch entsteht eine deiktische Öffnung des Namens, durch die die Rezipientenposition sprachlich an die fiktive Figurenwelt angeschlossen werden kann (laut Verlagsunterlagen ist es eine „Mit-mach-Zeitschrift“).

Mystisches	Figurennomination
Miraculous	*Die geheime Superheldin*
Miraculous	*LADYBUG & YOU*

5. Baumuster: Freie komplexe Wortverbindungen

Ein einziger (fremdsprachiger) Beleg im Korpus folgt keinem erkennbaren Baumuster: *TEENAGE MUTANT NINJA TURTLES*. Dass dieser Name im deutschen Sprachraum als ZeitschriftenN etabliert ist, lässt sich damit vereinbaren, dass die Wortfolge als bereits etablierter Gesamtname rezipiert wird. Ob die

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Zielgruppe sie tatsächlich nicht syntaktisch dekodiert oder übersetzt,[49] kann aus ihrer bloßen Verwendung im deutschen Sprachraum nicht gefolgert werden. Die lexikalische Semantik der einzelnen Wörter kann bei einem etablierten Eigennamen gegenüber der identifizierenden Funktion der Gesamtform zurücktreten; insofern lässt sich der Name als onymischer Block bzw. als Chiffre interpretieren.

4.2.2.2 Semantisch-pragmatische Analyse der Juxtapositionen

Juxtapositionen ermöglichen es, mehrere semantisch relevante Namenelemente auf engem Raum und ohne explizite Flexions- oder Subordinationsmarkierung zu verbinden. Dabei tritt die syntaktische Explizitheit zugunsten einer kompakten blockartigen Struktur zurück. Bei der Analyse der Juxtapositionen lassen sich verschiedene semantische Muster mit unterschiedlichen pragmatischen Potenzialen erkennen:

1. semantisches Muster: Hierarchische semantische Spezialisierung

Dieses Muster lässt sich besonders an den Baumustern 1 und 3 nachweisen. Die Spezialisierung verläuft hier vom Allgemeinen zum untergeordneten Einzelnen (Hyperonym-Hyponym-Beziehung). Der Erstbaustein (*LEGO*, *Playmobil*, *schleich*, *Disney*) fungiert als bereits etablierter semantischer und onymischer Anker. Er referiert auf eine bereits etablierte Markenwelt und bringt damit vorhandene Wissens- und Assoziationsbestände in die Benennung ein. Die folgenden Namenglieder engen den semantischen Rahmen des ersten Bausteins weiter ein, indem sie die semantische Ausrichtung der Markenfamilie spezifizieren, z. B. *Lego* (Markenwelt) > *Ninjago* (Themenwelt) > *Hero* (Figur aus der Themenwelt).

2. semantisches Muster: Semantische Autoritätsübertragung

Im Baumuster 3 (*Zeit leo*, *Galileo GENIAL*, *DFB-Magazin für Kids*) lässt sich die hierarchische Spezialisierung im Rahmen der Doppeladressierung interpretieren. Der erste Baustein verweist auf Instanzen aus den Bereichen Wissenschaft, Journalismus oder organisierter Sport und kann dadurch bereits vorhandene gesellschaftliche bzw. mediale Bedeutungs- und Bewertungsbestände aktivieren. Der Folgebaustein nimmt demgegenüber eine stärker kindbezogene Spezifizierung

49 Werden die englischen Wörter übersetzt und analog zum englischen Vorbild flexionslos als Juxtaposition nebeneinandergestellt, ergibt sich *jugendlich Mutant Ninja Schildkröten* (oder alternativ*: Teenager Mutant Ninja Schildkröten*). Das Experiment zeigt, dass Juxtapositionen nicht flexionslos 1:1 ins Deutsche übertragen werden können, denn im Deutschen können Adjektive (*teenage* ‘jugendlich’) oder Nomen (*Mutant*, *Ninja*) nur flektiert (*jugendliche Mutanten-Schildkröten*) oder als Kompositumkonstituente (*Ninja-Schildkröten*) links vor dem Kernglied (*Schildkröten*) aufgereiht werden.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

bzw. Emotionalisierung vor. Dies geschieht metaphorisch (*leo*, der Löwe mit erstrebenswerten Eigenschaften), mit aufwertendem Adjektiv (*GENIAL*), das positive Bewertung und besondere Leistungsfähigkeit bzw. Qualität konnotiert, oder mit direkter appellativischer Nomination (*für Kids*). Der Begriff „Autoritätsübertragung" sollte hier als analytische Hypothese verstanden werden: Die Namensstruktur ermöglicht den Transfer bereits etablierter Bedeutungs- und Bewertungsassoziationen auf den KinderzeitschriftenN; ob Eltern tatsächlich Autorität oder Vertrauen auf das neue Medium übertragen, müsste rezeptionsseitig überprüft werden.

3. semantisches Muster: Insider- und Exklusivitätsmarkierung

Im Baustein Spezifizierung finden sich oft Ausdrücke, die den Inhalt der Zeitschrift als besonders, exklusiv oder vertiefend profilieren können. Lexeme/Wortgruppen, wie *Legacy*, *Special*, *Extra*, *Explorer* oder *Die geheime Superheldin*, rufen semantische Bereiche von Besonderheit, Zusatzwissen, Entdeckung oder Exklusivität auf. Darin lässt sich ein Potenzial zur Konstruktion von Insider- oder Expertennähe erkennen. Ob daraus tatsächlich ein stärkerer Kaufanreiz entsteht, lässt sich mit dem vorliegenden Korpus nicht nachweisen.

4. semantisches Muster: Anglizismen als mögliche Internationalitäts- und Modernitätsmarker

Ein charakteristisches Merkmal der Juxtapositionen ist die häufige Verwendung englischsprachiger Lexeme (*Adventure*, *Fantasy*, *Magic*, *STYLE*). Diese können im deutschsprachigen Kontext als mögliche Marker von Internationalität, Popkultur und Modernität interpretiert werden. Zugleich eignen sich englischsprachige Elemente aufgrund ihrer häufig fehlenden Flexionsmarkierung formal besonders gut für die blockartige Struktur von Juxtapositionen. Eine gezielte Prestigeintention der Verlage lässt sich aus der Namenform allein jedoch nicht ableiten.

5. semantisches Muster: Rezipienteneinbezug in den ZeitschriftenN

Auch bei Juxtapositionen können Deiktika eine explizite Rezipientenposition innerhalb des Namens eröffnen. Beim Beleg *Miraculous LADYBUG & YOU* ist die Personaldeixis *YOU* syndetisch in den Block integriert. Dadurch wird im Namen eine Rezipientenposition sprachlich an die fiktive Figurenwelt angeschlossen. Der Name lässt sich deshalb als Angebot zur symbolischen Einbeziehung des Kindes in diese Welt interpretieren; eine tatsächliche Auflösung der Grenze zwischen Fiktion und Realität ist damit nicht gemeint.

6. semantisches Muster: Majuskelschrift als typographische Hervorhebung

Neben der lexikalischen Semantik können nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel auf dem Titelblatt einer Zeitschrift zur Gliederung und Hervorhebung ein-

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

zelner Namenglieder beitragen. Majuskeln können einzelne Namenglieder graphisch hervorheben und aufgrund ihrer typographischen Markierung als emphatisches Mittel interpretiert werden. Die strukturelle Kompaktheit der Juxtapositionen kann auf dem Titelblatt durch Majuskelschrift (*LEGO*, *LADYBUG*, *GENIAL*, *STARS*) zusätzlich graphisch hervorgehoben werden. Die Gleichsetzung mit einem Ausruf sollte jedoch nur vorgenommen werden, wenn zusätzliche sprachliche Merkmale, wie die Interpunktion, dies stützen.

Eine andere Sichtweise auf Juxtapositionen erfordert der Beleg *Bella Sara*. Formal betrachtet, ordnet sich dieser Beleg bei den Juxtapositionen ein, da zwei Eigennamen (Zoonym + Anthroponym) flexionslos zu einem Block aneinandergereiht sind. Semantisch-pragmatisch weicht dieser Beleg jedoch vom klassischen Muster der hierarchischen Spezialisierung (wie bei *LEGO Ninjago Hero*) ab. Es liegt eine asyndetische Koordinierung zweier gleichwertiger Zeitschriftenfiguren zugrunde: *Bella* ist die weiße Stute, die oft als Anführerin oder Symbolfigur der magischen Pferdewelt dargestellt wird. *Sara* ist die menschliche Protagonistin, ein Mädchen, das sich in der magischen Welt „North of North" um die Pferde kümmert. Den Verzicht auf eine verknüpfende Konjunktion, wie *und* oder *&*, kann man pragmatisch als formale Verdichtung interpretieren: Die beiden Eigennamen werden unmittelbar nebeneinandergestellt und dadurch als besonders eng verbundene Benennungseinheit präsentiert. Diese formale enge Verbindung der beiden Eigennamen korrespondiert semantisch mit der in der Zeitschriftenwelt dargestellten engen Beziehung zwischen Mädchen und Pferd. Ob der asyndetische Aufbau bewusst gewählt wurde, um diese Beziehung abzubilden, ist ohne Aussage der Namengeber nicht feststellbar.

Abschließend lässt sich bei den untersuchten Mehrwortbenennungen eine deutliche strukturelle Differenz zwischen regulär syntaktisch gefügten Syntagmen und blockartigen Juxtapositionen feststellen. Die Juxtapositionen bilden im untersuchten Korpus mit 45 von 114 Belegen die quantitativ stärkste Strukturklasse. Sie ermöglichen semantisch verdichtete Nominationen, ohne die Relationen zwischen den Namengliedern durch vollständige syntaktische Fügungsmittel explizit zu markieren. Nicht von „grammatischer Korrektheit" ist daher auszugehen, die einer Marktstrategie untergeordnet werde. Präziser lässt sich festhalten, dass bei den Juxtapositionen die syntaktische Explizitheit zugunsten einer syntaktisch wenig explizierten, modularen und formal kompakten Namenstruktur reduziert ist. Ob hierin ein historischer Übergang von stärker syntaktisch gefügten zu derartigen blockartigen Benennungen vorliegt, kann erst ein diachroner Vergleich zeigen.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

4.2.3 Satzförmige Namen
Im Unterschied zu onymischen regulären Nominalgruppen, wie *POLIZIST PIT*, besitzen satzförmige Namen, wie *WAS IST WAS*, die Kennzeichen der Prädikation (Sinneinheit), der Klangeinheit, der pragmatischen Funktion und der Interpunktion (graphische Einheit), die mit Ausnahmen auftreten kann. Ihre Besonderheit liegt darin, dass sie neben der Nominationsfunktion zugleich Merkmale sprachlicher Handlungen aufweisen können. Im Verständnis von Bühlers Organon-Modell (1934/1999) können sie u. a. eine Appellfunktion zum Ausdruck bringen, indem sie sprachlich als Aufforderung oder Interaktionsangebot gestaltet sind, vgl. *JUST KICK IT! oder WAS IST WAS*. Sie können eine expressive Funktion übernehmen, indem sie Begeisterung oder Überraschung indizieren, vgl. *PLANET WOW*. Schließlich können sie die Sprecherperspektive des Rezipienten sprachlich modellieren, vgl. *I Love English*.

4.2.3.1 Morphologisch-syntaktische Analyse der satzförmigen Namen
Nach ihrer morphologisch-syntaktischen Struktur lassen sich die satzförmigen Namen in vollständige Sätze und elliptische Konstruktionen unterscheiden:

Vollständige Satzmuster

(Satzmuster mit Prädikatsverb: *I Love English*, *I Love English Junior*, *FRAG doch mal … DIE MAUS*, *JUST KICK IT!*, *WAS IST WAS*)
Diese eröffnen aufgrund ihrer prädikativen Struktur ein kommunikatives Szenario und sie können dadurch eine stärkere dialogische Orientierung als nominale Namen entfalten. Die vollständigen Satzmuster lassen sich weiter nach ihrer Satzart bzw. primären pragmatischen Funktion gliedern:

Aussagesätze

Das prominenteste Beispiel im Korpus ist *I Love English* und seine Variante (mit flexionsloser Nachstellung) *I Love English Junior*. Es liegt die klassische Subjekt-Prädikat-Objekt-Struktur vor. Onomastisch fällt die Verwendung der Personaldeixis *I* auf. Der Name entwirft eine Sprecherposition, aus der die Vorliebe für Englisch geäußert wird. Für den kindlichen Rezipienten kann diese Struktur als sprachliches Identifikations- bzw. Selbstdarstellungsangebot interpretiert werden.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Eine Sonderstellung nimmt der Name *4 FANS präsentiert*[50] ein, der linksseitig auf dem Titelblatt aufgedruckt ist. Zunächst erscheint er elliptisch, da bei einer Einordnung als Aktivsatz ein Akkusativobjekt fehlt. *4 Fans* ist als Subjekt, als Herausgeberinstanz, zu verstehen und das Prädikat *präsentiert* stellt den Übergang zum Heftthema, der syntaktischen Leerstelle, her. Bei genauerer Analyse werden in den Heften wechselnde Lizenzthemen vorgestellt, wie *Miraculous*, *TIERFREUNDE*, *Agent 203* u. a. Die syntaktische Leerstelle wird auf dem Titelblatt multimodal geschlossen: Das sprachlich realisierte Akkusativobjekt wird durch seine räumlich abgesetzte, zentrale Platzierung[51] dem Prädikat *präsentiert* zugeordnet. Die nichtsprachliche visuelle Gestaltung, insbesondere die topographische Anordnung, stellt damit die Beziehung zwischen den räumlich getrennten sprachlichen Einheiten her. Vollständige Aussagesätze wären dann *4 FANS präsentiert Miraculous* oder *4 FANS präsentiert Agent 203* usw.

Fragesätze

Die Funktion eines Fragesatzes besitzt der Beleg *WAS IST WAS*, der eine für kindliches Fragen charakteristische Kommunikationsstruktur sprachlich aufgreift. Auch wenn ein Fragesatzzeichen am Ende des KinderzeitschriftenN fehlt, sind die Interrogativpronomen eindeutige Indikatoren. Semantisch-pragmatisch wird mit der Ergänzungsfrage eine Leerstelle eröffnet, die als sprachliches Angebot zur kognitiven Aktivierung interpretiert werden kann. Ob dadurch beim einzelnen Kind tatsächlich Neugier ausgelöst wird, ist rezeptionsseitig zu überprüfen.

Aufforderungssätze

Als syntaktisch vollständige Aufforderungssätze mit dem Imperativ des Verbs lassen sich *FRAG doch mal … DIE MAUS* und *JUST KICK IT!* (dt. *Einfach loslegen!*) einordnen. Obwohl bei Imperativen das Subjekt an der Oberfläche nicht realisiert wird, verfügen beide Konstruktionen über ein Prädikatsverb und sind somit grammatisch intakt. Im ersten Beleg wird die Abtönungspartikel *doch mal* verwendet, die den Befehlston pragmatisch abschwächt und die Aufforderung freundlicher erscheinen lässt. Bei *JUST KICK IT!* ruft der Imperativ semantische Bereiche, wie ‘Aktivität’ und ‘Bewegung’, auf; zugleich stellt die englischsprachige Form einen Bezug zu international bzw. popkulturell geprägter Sprachver-

50 Die Ziffer *4* fungiert wie bei *Fun 4 Fans* als Substitut (vgl. 4.2.1.1).

51 Schmitz (2011: 36) stellt hierzu fest: „Das zentrale Instrument zur kohäsiven Verknüpfung von Text- und Bildelementen ist deren Platzierung in der Fläche“.

wendung her. Die formale Ähnlichkeit mit dem Nike-Slogan *Just do it* (dt. *Tu/Mach es einfach!*) legt eine intertextuelle bzw. werbesprachliche Anspielung nahe. Eine bewusste Übernahme seitens der Namengeber wäre jedoch gesondert nachzuweisen.

Elliptische Satzmuster

Am häufigsten werden emotional betonte satzwertige Ausrufe, wie *Total tierlieb!*, als ZeitschriftenN eingesetzt, deren Strukturen jedoch unterschiedlich sind. Das Ausrufe-/Aufforderungszeichen ist entweder geregelt gesetzt, steht an ungewöhnlicher Stelle oder fehlt ganz.

DINOSAURIER! ist ein elliptischer ZeitschriftenN mit Ausrufefunktion. Auch der Name *Total tierlieb!* besitzt die Ausrufefunktion, jedoch ist es eine adjektivische Wortgruppe mit Attribut (vorangestelltes adverbial gebrauchtes Adjektiv). *So Süß EXTRA!* ist ebenfalls eine Wortgruppe, dem adjektivischen Kern mit vorangestelltem adverbialen Attribut ist flexionslos das Nomen *EXTRA* ('eine besondere (auch zusätzliche) Zeitschrift') nachgestellt. Das Ausrufezeichen befindet sich an ungewöhnlicher Position, erwartet wird es nach *So süß*, da *EXTRA* ein editorischer Zusatz ist. Beide ZeitschriftenN sind emotional betont, *Total* und *So* fungieren als emotionsverstärkende Elemente.

Bei *PLANET WOW* fungiert die Interjektion *WOW* als expressives Element, das semantisch mit Staunen oder großer Begeisterung verbunden ist und diese expressive Komponente auf die gesamte Konstruktion übertragen kann.

Ein ähnlicher Transfer liegt bei *ROAARR! Dinosaurs* vor, indem der Ausruf der onomatopoetischen Interjektion *ROAARR!* auf das engl. Nomen im Plural *Dinosaurs* übertragen wird. Das Binnenausrufezeichen segmentiert die Konstruktion graphisch in ein expressives und ein referenziell-informatives Element und markiert damit zugleich die funktionale Grenze zwischen beiden Bestandteilen.

Der Beleg *5! Five! ACTION* ist dreifach gesetzt: Die Ziffer mit Ausrufezeichen *5!* und ihre englische lexikalische Entsprechung *Five!* bilden eine formal redundante Kombination; *ACTION* fügt ein weiteres expressiv bzw. appellativ interpretierbares Element hinzu. Die Folge *5! Five!* kann dabei unter anderem an die Formel *Give me five!* erinnern, ohne dass diese Assoziation als eindeutige Benennungsgrundlage vorausgesetzt werden kann. Im Zeitschriftenkontext lässt sich die Gesamtform sowohl als emotionalisierende Aufforderung als auch als inhaltliche Charakterisierung im Sinne von Aktivität bzw. Aufregung interpretieren. Zu diskutieren wäre, ob der Zeitschriftenname als Wortreihe oder als elliptische Satzkonstruktion einzuordnen ist: Morphologisch-syntaktisch liegt zwar eine asyndetische Wortreihe vor, die jedoch aufgrund der Interpunktion (Ausrufezeichen) und ihrer expres-

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

siven Struktur eine aufforderungsnahe Lesart ermöglicht. Insofern steht der Zeitschriftenname funktional einer expressiven bzw. appellativen Äußerung nahe.

L.O.L. Surprise! ist aufgrund seiner Struktur auffällig: Kürzungspunkte und Ausrufezeichen treffen aufeinander. Die Punkte signalisieren eine zugrundeliegende komplexe Struktur: *Lil Outrageous Littles* (Akronym *L.O.L.*) ist der engl. MarkenN der besonders bei Mädchen beliebten Überraschungspuppen. Eine Übersetzung wäre in etwa *Kleine ungeheuerliche, freche Kleine* (Pl.), im ZeitschriftenN bleibt der MarkenN als Akronym erhalten.[52] Das Ausrufezeichen am Ende schließt den ZeitschriftenN als expressiven Ausruf ab. Das Aufeinandertreffen von Akronym und emotionalem Ausruf zeigt die Verbindung von markenbezogener Kodierung und expressiver Interpunktion. Ob daraus eine allgemeine Tendenz der KinderzeitschriftenN abzuleiten ist, kann anhand dieses Einzelbelegs nicht entschieden werden.

HELLO KITTY SUPER STYLE! ist ein Beispiel dafür, wie MarkenN, hier *HELLO KITTY!* (dt. *Hallo, Kätzchen!*)[53], in eine Struktur so eingebaut werden, dass der Charakter einer Ausrufstruktur entsteht. Die englische Grußformel *HELLO* und das finale Ausrufezeichen verleihen der Gesamtstruktur einen dialogisch bzw. kontaktorientiert interpretierbaren Charakter.

4.2.3.2 Semantisch-pragmatische Analyse der satzförmigen KinderzeitschriftenN
Während die nominalen ZeitschriftenN primär auf Objekte, Figuren oder Markenwelten referieren, weisen satzförmige Namen zusätzliche Strukturen auf, die Merkmale unterschiedlicher Sprechhandlungstypen tragen können. Nach der primären pragmatischen Funktion lassen sich im Belegkorpus zentrale Muster unterscheiden:

- Expressive Funktion

Bei diesem Muster wird eine Sprecherperspektive verwendet, durch die subjektive Bewertung und emotionale Positionierung sprachlich ausgedrückt werden können.

Dies geschieht insbesondere durch den Einsatz von Personaldeiktika (z. B. *Ich* in *I Love English*). Ein Kind kann beim Lesen der Zeitschrift die vorgegebene

52 *Lil* ist eine inoffizielle Kürzung von *Little* 'klein', *Outrageous* bedeutet so viel wie 'empörend', 'unerhört', *Littles* steht für 'Kleine' (Pl.; im Sinne von kleinen Wesen, Kindern oder Dingen) (vgl. EngWöBu 2002: 412, 348).

53 *HELLO KITTY!* ist eine weiße Katze mit einer roten Schleife und ohne sichtbaren Mund. Mit der Kraft ihrer magischen Schleife kann sie sich verwandeln; Optimismus und Selbstbewusstsein machen sie bei Kindern weltweit beliebt.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Sprecherposition übernehmen: „Ich begeistere mich für Englisch“. Damit bietet der Name eine mögliche Identifikationsposition an. Des Weiteren wird kindliche Expressivität besonders durch Ellipsen, wie *Total tierlieb!* oder *So Süß EXTRA!*, mit emotional-verstärkenden Wörtern (*Total*, *So*) zum Ausdruck gebracht. Nicht nur ein Sachfeld (Tiere) wird semantisiert, sondern zugleich expressiv bewertet. Diese Bewertung kann als Annäherung an konzeptionell mündliche Ausdrucksweise der Zielgruppe interpretiert werden.

- Dialogische Aktivierungsfunktion

ZeitschriftenN mit dieser Funktion weisen Strukturen auf, die Fragen, Leerstellen oder Ergänzungsbedürftigkeit inszenieren. Der Fragesatz *WAS IST WAS* eröffnet ein breites Antwortfeld und kann damit ein sprachliches Frage-Antwort-Schema evozieren, das für wissensorientierte Inhalte anschlussfähig ist. Eine kognitive Aktivierung anderer Art legt z. B. der Zeitschriftenname *4 FANS präsentiert* [*Leerstelle*] nahe. Aufgrund der Leerstelle und der räumlichen Distanz zum sprachlich realisierten Akkusativobjekt auf der Titelseite entsteht eine formale Spannung zwischen Prädikat und Objekt, deren Zusammenhang durch die topographische Anordnung hergestellt wird. Ob diese Struktur Rezipienten tatsächlich zum gedanklichen Ergänzen aktiviert, wäre empirisch zu überprüfen.

- Appellfunktion

Eine Reihe von Belegen verwendet imperative bzw. aufforderungsnahe Strukturen. Der Zeitschriftenname *JUST KICK IT!* verbindet das Fußballgenre mit einer sprachlichen Aufforderung zu Aktivität und Bewegung. Eine Abmilderung der harten Imperativsemantik findet sich in *FRAG doch mal … DIE MAUS* mithilfe von Abtönungspartikeln (*doch mal*). Pragmatisch wird dadurch eher ein Vorschlag bzw. eine informelle Einladung verbalisiert. Die Auslassungspunkte markieren graphisch eine Unterbrechung vor der nachfolgenden Nennung der „wissenden Instanz“ (*DIE MAUS*) und können dadurch einen dialogischen Sprachduktus unterstützen.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

- Aufrufen von assoziativen Netzen[54]

Einige Belege besitzen die Potenz, assoziative Netze aufzurufen. Die Lautung von *ROAARR!* in *ROAARR! Dinosaurs* imitiert onomatopoetisch den Ruf eines Raubtiers und kann mit Assoziationen, wie Lautstärke,[55] Macht, Gefahr, Urzeit, verbunden werden. In *PLANET WOW* und *5! Five! ACTION* können *WOW* und *ACTION* semantisch verdichtete Assoziationsräume eröffnen, etwa in Richtung Aufregung, Abenteuer, Party oder Aktivität.

Für die satzförmigen KinderzeitschriftenN ist festzuhalten, dass **Interpunktionszeichen und Schriftgestaltung** nicht nur der graphischen Hervorhebung dienen, sondern auch strukturelle und pragmatische Funktionen übernehmen können. Sie sind damit für die Interpretation einzelner satzförmiger Namen konstitutiv. So kann die Zeichensetzung beispielsweise dazu beitragen, dass *DINOSAURIER* als Nomination, *DINOSAURIER!* dagegen zusätzlich als expressive Ausrufstruktur interpretiert wird.

Bei den satzförmigen KinderzeitschriftenN dominiert das **finale Ausrufezeichen**; es kann eine expressive oder appellative Lesart graphisch markieren bzw. verstärken. Eine konkrete lautliche Realisierung – etwa erhöhte Lautstärke oder Sprechintensität – lässt sich aus dem Schriftbild allein nicht ableiten. Zugleich lässt sich mit solchen Namen ein expressiver, konzeptionell mündlicher Sprachduktus stilisieren. **Binnenausrufezeichen**, wie bei *ROAARR! Dinosaurs*, besitzen neben ihrer Signalwirkung insbesondere die Funktion der Grenzmarkierung zwischen emotionalen und sachbezogenen Elementen des KinderzeitschriftenNs (vgl. die Erläuterungen oben).

---

54 In die kognitiv-linguistische Bedeutungsbeschreibung von Eigennamen werden seit längerem extralinguistische/außersprachliche Faktoren einbezogen. Damit einher geht der Begriff der „Namenbedeutsamkeit", worunter Sonderegger „die Summe der mit einem Namen verbundenen positiven, neutralen oder negativen Assoziationen, Vorstellungen und Gefühle" (1987: 15) versteht. Insofern geht in diesen Begriff auch die psychisch-assoziative Wirkung eines ZeitschriftenNs auf Rezipienten ein, womit ein Komplex individuellen Vorwissens erfasst wird. Der von Sonderegger (1987) genannte Bereich der Assoziationen, der als psychologischer Begriff firmiert, ist kompatibel mit den von Schippan linguistisch begründeten Konnotationen, worunter ich hier die „kommunikativen Rahmenbedingungen der Wortverwendung" (Schippan 2002: 155; Genaueres a. a. O.) verstehe.

55 Majuskelschrift kann die graphische Auffälligkeit eines Namens erhöhen. Stöckl (2004: 28) verweist darüber hinaus auf mögliche Bedeutungsdimensionen typographischer Parameter, wobei sich seine Gegenüberstellung 'laut' vs. 'leise' auf unterschiedliche Schriftgrößen und nicht speziell auf Majuskelschrift bezieht. Dass auch Minuskelschrift in Kursivschrift der Hervorhebung dienen kann, beweist der Beleg in Originalschreibung auf der Zeitschriftentitelseite: PLATSCH! Das *my life* Kindermagazin aus Deiner Vor-Ort-Apotheke.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Interne Auslassungspunkte, wie bei *FRAG doch mal … DIE MAUS*, markieren graphisch eine Unterbrechung zwischen den Namengliedern. Diese kann als Mittel zur Inszenierung eines dialogischen bzw. spannungsorientierten Duktus interpretiert werden. Ihre konkrete prosodische oder kognitive Realisierung bleibt dabei offen.

Es lässt sich generell feststellen, dass satzförmige KinderzeitschriftenN (besonders diejenigen mit Interjektionen) Merkmale **konzeptioneller Mündlichkeit** (im Verständnis von Koch/Oesterreicher 2011: 13) aufweisen bzw. stilisieren. Die untersuchten KinderzeitschriftenN mit Interjektionen, Imperativen, Personaldeiktika und expressiver Interpunktion zeigen eine ausgeprägte dialogische und expressive Orientierung. So können Interjektionen, wie bei ***ROAARR!** Dinosaurs*, und direkte Appelle, wie ***JUST KICK IT!***, dem ZeitschriftenN Merkmale einer dialogisch orientierten Äußerung verleihen. Ein KinderzeitschriftenN kann auch eine an das Kind gerichtete Sprecherposition modellieren (*FRAG doch mal … DIE MAUS*) oder eine Sprecherposition für das Kind bereitstellen (*I Love English*). Die daraus ableitbare Nähe zur konzeptionellen Mündlichkeit ist ein sprachlicher Befund; ob sie von Kindern tatsächlich als soziale Nähe wahrgenommen wird, bleibt eine rezeptionsbezogene Forschungsfrage.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

4.3 Analyse der Mehrwortverbindungen mit topographischer Segmentierung: Titelgefüge

Die 17 im Korpus nachgewiesenen Titelgefüge, die als Ganzes einen KinderzeitschriftenN ausmachen, bestehen aus mehreren Informationsebenen (Obertitel und Untertitel), die durch nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel, insbesondere topographische Anordnung und typographische Kontrastierung, voneinander abgegrenzt und hierarchisiert werden können. Diese strukturierenden Verfahren werden im Folgenden unter dem Begriff der „Visuellen Syntax" zusammengefasst. Beispiele sind *SCROLLER Das Medienmagazin für Kinder* (vgl. URL 23) oder *PLATSCH! Das my life Kindermagazin aus Deiner Vor-Ort-Apotheke*. Zwischen beiden Titeln des Gefüges stehen bei KinderzeitschriftenN selten Grenzmarkierungszeichen, wie Komma, Punkt usw.; meist erfolgt die Gliederung durch ihre räumliche Anordnung auf dem Titelblatt der Zeitschrift. Die Obertitel übernehmen primär die identifizierende Funktion, die Untertitel geben der Zielgruppe weitere Informationen über die Zeitschrift (vgl. unten). So weist etwa der Obertitel *Scroller* eine technisch-modern interpretierbare Lexik auf, während *PLATSCH!*[56] onomatopoetisch geprägt ist; beide Obertitel klassifizieren den Referenten jedoch nicht explizit als Zeitschrift. Diese klassifikatorische bzw. kontextualisierende Funktion kann der Untertitel übernehmen.

Ein dreigliedriges Titelgefüge lässt sich im Korpus nur einmal belegen (vgl. URL 22): *kinatschu Kinder & Naturschutz Das Kinder-Naturschutz-Magazin der Naturdetektive.* Den Obertitel stellt das Kurzwort/Akronym *kinatschu* dar. Der erste Untertitel expliziert die Vollform des Akronyms: *Kinder & Naturschutz*. Der zweite Untertitel klassifiziert die Zeitschrift und determiniert die Zielgruppe genauer: *Das Kinder-Naturschutz-Magazin der Naturdetektive*. Eine mehrstufige semantische Anreicherung findet statt: Kurzwort > Auflösung/Vollform > Klassifizierung + Zielgruppe. Topographisch sind die Titel untereinander angeordnet. Graphostilistisch[57] kommen die unterschiedlichen Schriftgrößen (Obertitel fett, Untertitel magerer werdend) und der Duktuswechsel (Nomen des Obertitels in Minuskelschrift, Untertitel gemäß der geltenden Rechtschreibregelung) zum Einsatz. Auch farblich sind die drei Informationsebenen voneinander abgesetzt: Obertitel: gelb, 1. Untertitel: rot, 2. Untertitel: weiß. An diesem Beleg lässt sich zeigen,

56 *Platsch* ist der Name der Hauptfigur (ein Fleckenmonster).

57 Als graphostilistisches Mittel ist ebenfalls ein Herz anstelle eines *i*-Punktes einzuordnen (vgl. bei *Lissy PONY*), das Verspieltheit, Nähe, Niedlichkeit konnotiert.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

dass die semantische Hierarchisierung mit einer Hierarchisierung durch nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel korrespondiert: Die drei sprachlichen Informationsebenen werden zugleich topographisch, typographisch und farblich voneinander differenziert.

Nachfolgend betrachte ich morpho-syntaktisch zunächst die Obertitel, anschließend die Untertitel, schließlich die semantisch-pragmatischen Relationen zwischen Ober- und Untertitel.

4.3.1 Morpho-syntaktische Analyse der Obertitel und Untertitel

Nach ihrer morpho-syntaktischen Struktur lassen sich die Obertitel gliedern, es sind:

- **Einzelwörter:** *Quivi*, *Gecko*, *kinatschu*, *SCROLLER*, *LÖWENZAHN*, *Kaleio*, *YUMMI*
- **Nominalgruppen** mit nominalem Kernglied und vorangestelltem Attribut: *DEIN PLANET*; *DEIN SPIEGEL*; *Mein kleiner schöner Garten*; *GABBY'S DOLLHOUSE* oder mit nachgestelltem präpositionalen Attribut: *Lernspaß mit Klara*; *lukas und lara auf tour*[58]
- **Binomial**: *Olli und Molli*[59]

58 Mitteilung einer GP der herausgebenden lulatour GmbH: „Der Name *Lukas und Lara auf tour* soll andeuten, dass zwei Kinder, nämlich unsere Protagonisten und Hauptfiguren, eine Reise machen. Wir wollten dabei zwei relativ moderne Namen, die zusammen eine Alliteration ergeben, damit es sich flüssig lesen lässt und womöglich leichter im Gedächtnis bleibt. (…) Zudem war uns wichtig, dass sich der Name abkürzen lässt, da wir diese Abkürzung als Marke aufbauen wollen. In unserem Fall ist dies *lulatour*, welche mittlerweile auch als Marke eingetragen ist" (Mail vom 26.09.2025). Die Auskunft dokumentiert die bewusste Verbindung eines phonostilistischen Benennungsmittels mit dem Ziel der Markenbildung.

59 Mitteilung einer GP des herausgebenden Sailer Verlags: „Da sich die Zeitschrift an Kinder in der ersten Klasse richtet, war die Idee, dass sich der Name aus Buchstaben zusammensetzen soll, die die Kinder gleich zu Beginn des Schuljahres lernen – also o, m, l" (Mail vom 2.10.2025). *Olli* verkörpert eine Maus und *Molli* eine Katze. Die Auskunft verdeutlicht, dass bei der Namenwahl nicht nur lautliche Eigenschaften, sondern auch die Schriftkenntnisse der kindlichen Zielgruppe berücksichtigt wurden.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

- **Einwortsätze**[60]: *weil.*[61]; *MATSCH!*[62]; *PLATSCH!*[63]

In der Mehrzahl bestehen die Obertitel aus Einzelwörtern, gefolgt von Nominalgruppen, Einwortsätzen sowie einem Binomial. Der Befund zeigt damit eine Präferenz für strukturell kurze bzw. wenig komplexe Obertitel: Ihre Kürze kann formale Prägnanz begünstigen; ob damit zugleich eine erhöhte Einprägsamkeit verbunden ist, wäre rezeptionsseitig zu überprüfen.

Im Unterschied zu den Obertiteln sind die Untertitel komplexer: Einzelwörter treten sehr selten auf, in der Mehrzahl sind es im Korpus Nominalgruppen (z. B. *Quivi* ***Wissen mit Quatsch***[64]), Binomiale (z. B. *GABBY'S DOLLHOUSE*

60 Zu bevorzugen ist der Begriff „Einwortsatz", der darauf verweist, dass ein einzelnes Wort inhaltlich die kommunikative Funktion eines Satzes übernimmt. Der Begriff „Ellipse" verweist eher darauf, dass etwas fehlt.

61 Mitteilung einer GP der herausgebenden Carlsen Verlags GmbH: „Wir haben versucht, uns in die Kindersprache hineinzuversetzen. Gleichzeitig sollte klar werden, dass in der Zeitschrift Antworten auf Fragen und Zusammenhänge auffindbar sind. Parallel haben wir auf unseren privaten Erfahrungsschatz zurückgegriffen: Wenn Kinder im Alter der Zielgruppe der Zeitschrift (9–12) nach Begründungen für ihr Verhalten oder ihre Antwort gefragt werden, antworten sie oft mit einem alles- bzw. nichtssagenden ‚weil' oder ‚isso'. (…) der Zusatz ‚Entdecke, wie alles zusammenhängt!' (…) soll die in der Altersgruppe ganz selbstverständlich vorhandene Neugier, Neues zu entdecken und auszuprobieren, anregen" (Mail vom 29.09.2025). Die Auskunft macht deutlich, dass die umgangssprachliche Verwendung von *weil* und das Wissensangebot der Zeitschrift bewusst miteinander verbunden wurden.

62 Mitteilung einer GP der herausgebenden Landwirtschaftsverlags GmbH: „Mein Ziel war ein ausdrucksstarkes Wort (nicht mehrere), das die passenden Assoziationen weckt und (…) geschrieben gut aussieht. Mit dem Wort sollte man ‚draußen', ‚Kinder', ‚Spaß' und im besten Fall ‚Land' assoziieren. Jedes Kind sollte das Wort kennen und es leicht aussprechen können. (…) Das Ausrufezeichen und die Großbuchstaben runden den Titel für mich ab und verstärken mein persönliches Bild dazu, nämlich das eines Sprungs in die Pfütze! (…) Auch unserer Grafikerin gefiel der Titel und sie wusste direkt, wie sie ihn umsetzt – mit dem Klecks und den Spritzern" (Mail vom 24.09.2025). Die Auskunft zeigt, dass neben der lexikalischen und lautlichen Gestaltung auch Majuskelschrift, Ausrufezeichen und bildliche Umsetzung in die bewusste Konzeption des ZeitschriftenNs (vgl. URL 21) einbezogen wurden.

63 *Matsch!* ist ursprünglich ein Nomen, zusammen mit dem Ausrufezeichen wird es pragmatisch umfunktioniert zu einer sekundären onomatopoetischen Interjektion, die das Geräusch beim Hineinfallen in Matsch nachahmt. *Matsch!*, die onomatopoetische Interjektion *Platsch!* sowie die subordinierende Konjunktion *weil.* werden im Kontext der ZeitschriftenN als selbstständige Einwortsätze verwendet.

64 Laut Verlagsauskunft sind *Quivi* und *Quatsch* die beiden Maskottchen, die durch die Zeitschrift führen. *Quivi* ist ein Phantasiename.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Spiel & Spaß) und lediglich ein Satzgefüge mit Objektsatz: *weil.* ***Entdecke, wie alles zusammenhängt!***[65]. Damit zeigt sich bereits morpho-syntaktisch eine tendenzielle Arbeitsteilung: Die Obertitel sind überwiegend strukturell reduziert, während die Untertitel Raum für syntaktisch und semantisch komplexere Informationen bieten.

4.3.2 Semantisch-pragmatische Analyse der Titelgefüge

Während die morpho-syntaktische Reduzierung der Obertitel formale Prägnanz begünstigt, entfalten die Untertitel eine kontextualisierende Funktion. Erst im Zusammenwirken von Ober- und Untertitel wird die Referenz des KinderzeitschriftenNs näher spezifiziert. Anders als bei Nominalgruppen oder satzförmigen KinderzeitschriftenN konstituiert sich bei Titelgefügen der semantische Rahmen über semantisch-pragmatische Beziehungsmuster zwischen Obertitel und Untertitel.[66] Da die Untertitel oft auf mehreren semantischen Komponenten basieren, lassen sich die Titelgefüge mitunter verschiedenen Beziehungsmustern zuordnen, so dass sich aufgrund von Überlappungen mehr Nennungen als Belegfälle ergeben. Für den Obertitel setze ich X, für den Untertitel Y, Referent ist die Kinderzeitschrift, so dass sich folgende semantisch-pragmatische Beziehungsmuster ableiten lassen:

(1) Y **klassifiziert** den Referenten.

DEIN PLANET ***DAS TEENMAGAZIN***

Gecko ***DIE BILDERBUCHZEITSCHRIFT***

kinatschu Kinder & Naturschutz ***Das Kinder-Naturschutz-Magazin*** *der Naturdetektive*

PLATSCH! ***Das my life Kindermagazin*** *aus Deiner Vor-Ort-Apotheke*

SCROLLER ***Das Medienmagazin*** *für Kinder*

65 Als „Vollform“ lässt sich zur syntaktischen Ellipse der kausale Nebensatz *Weil das ein Fakt ist.* annehmen. Obwohl *weil.* grammatikalisch unvollständig ist, hat die Ellipse in der Umgangssprache einen Platz. Werden beispielsweise die Warum-Nachfragen lästig, kann der Gefragte mit *weil.* signalisieren: „Es ist ein Fakt, akzeptiere ihn, mehr erkläre ich nicht!“ Damit ist das Gesprächsende angezeigt (vgl. Fußnote 61).

66 Von einigen Beziehungsmustern ergeben sich Relationen zu Benennungsmotiven, worunter ich Merkmale des Referenten verstehe, auf die in der Benennung Bezug genommen wird (vgl. Schippan 2002: 97). Beim Beziehungsmuster (1) ist das Benennungsmotiv die Klasse/das Genre der Zeitschrift, bei Muster (2) die Zielgruppe, bei Muster (4) der Nutzen der Zeitschrift; bei den Mustern (3) und (5) sind die Benennungsmotive komplex.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

YUMMI ***KOST‘ NIX MAGAZIN***[67]

LÖWENZAHN ***Das Magazin***

Lernspaß mit Klara ***Bildungsmagazin*** *für Kinder von 3–7 Jahren*

Kaleio ***DAS MAGAZIN*** *FÜR MÄDCHEN (UND DEN REST DER WELT)*

Die Klassifizierungsbeziehung erweist sich als das häufigste Beziehungsmuster. Der Untertitel ordnet dabei den durch X bezeichneten Referenten einer Medien- bzw. Textsortenklasse zu und übernimmt somit eine explizite Orientierungsfunktion. Die Zeitschrift mit dem (oft opaken oder onomatopoetischen) Obertitel X gehört zur Klasse/Gruppe Y. Dabei kann die Textsortenklasse konkret benannt (*Bilderbuchzeitschrift*, *Medienmagazin*, *Bildungsmagazin* u. a.) oder textklassenindifferent angegeben werden (*LÖWENZAHN* ***Das Magazin***). Bei *LÖWENZAHN* ***Das Magazin*** kann die Gattungsbezeichnung Magazin zugleich der Abgrenzung gegenüber anderen gleichnamigen Medienangeboten dienen.

(2) Y benennt die **Zielgruppe** des Referenten.

kinatschu Kinder & Naturschutz Das Kinder-Naturschutz-Magazin ***der Naturdetektive***

SCROLLER Das Medienmagazin ***für Kinder***

Lernspaß mit Klara Bildungsmagazin ***für Kinder von 3-7 Jahren***

Kaleio[68] *DAS MAGAZIN* ***FÜR MÄDCHEN (UND DEN REST DER WELT)***

MATSCH! ALLES ***FÜR KLEINE LANDENTDECKER***

---

67 „YUMMI ist das EDEKA-Foodmagazin für junge Familien mit Kindern. Auf kindgerechte und spielerische Art und Weise vermittelt YUMMI sechsmal im Jahr Wissenswertes rund um die Themen Ernährung, Bewegung, Nachhaltigkeit und Tiere. Spannende Rätsel und kreative Bastel- und Spielideen motivieren zum Mit- und Nachmachen“ (URL 6). Das Titelgefüge ist aufgrund der lexikalischen Füllung ugs. konnotiert. Gleichzeitig spielt es mit den Sememen von *kosten*. In der syntagmatischen Verbindung mit *NIX* ist *KOST‘* zu verstehen als ‘(das Magazin) ist kostenlos’, ‘es hat keinen Preis’. Im Kontext mit *YUMMI* kann *KOST‘* einen Assoziationshof zu ‘guter Geschmack’, ‘probieren’ aufrufen.

68 Der Name *Kaleio* leitet sich vom altgriechischen Verb *kaleo* (καλέω) ab und bedeutet ‘rufen’, ‘einladen’. Der Name lässt sich programmatisch auf das Konzept der Zeitschrift beziehen und kann als sprachliche Einladung zu Teilhabe und öffentlicher Sichtbarkeit interpretiert werden. Das 2020 in der Schweiz begründete Magazin bricht durch Themen, wie Philosophie und Wissenschaft, mit klassischen Rollenstereotypen von Mädchenzeitschriften, die stärker auf Mode, Attraktivität oder spezifische Hobbys setzen. *Kaleio* setzt dagegen auf das Konzept „Selbstwirksamkeit“ (vgl. URL 9; vom Orde 2013 zu Geschlechterbildern).

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

lukas und lara auf tour *Die außergewöhnliche Weltreise* ***für Kinder!***
DEIN PLANET *DAS* ***TEEN****MAGAZIN*

Diese Beziehung schränkt einen oft weit gefassten Obertitel (wie *DEIN PLANET*) auf eine Zielgruppe ein, wobei semantisch häufig ein zusätzliches Merkmal hinzukommt (z. B. präzise Altersangabe bzw. eine Altersgruppe, besondere Interessen, Geschlecht oder soziale Rollen, wie *Naturdetektive* oder *Landentdecker*). Eine direkte Ansprache mit einer Possessivdeixis (z. B. bei ***DEIN*** *PLANET* *DAS* ***TEEN****MAGAZIN*) markiert zusätzlich eine explizite Rezipientenorientierung und kann den appellativen Charakter der Benennung verstärken.
(3) Y entschlüsselt/expliziert den Obertitel.

weil. ***Entdecke, wie alles zusammenhängt!***
Quivi ***Wissen mit Quatsch***[69]
PLATSCH! ***Das my life Kindermagazin aus Deiner Vor-Ort-Apotheke***
kinatschu ***Kinder & Naturschutz Das Kinder-Naturschutz-Magazin der Naturdetektive***
SCROLLER ***Das Medienmagazin für Kinder***
Kaleio ***DAS MAGAZIN FÜR MÄDCHEN (UND DEN REST DER WELT)***
lukas und lara auf tour ***Die außergewöhnliche Weltreise*** *für Kinder!*

Bei einer Explikationsbeziehung sind im Obertitel semantisch wenig transparente, mehrdeutige oder kontextabhängige Formen gewählt, die durch den Untertitel entschlüsselt bzw. erklärt werden. So wird das Akronym *kinatschu* semantisch mittels der Vollform entfaltet, andererseits wird das vage umgangssprachliche Phrasem *auf tour* mittels *außergewöhnliche Weltreise* semantisch präzisiert. Der Untertitel kompensiert damit in mehreren Belegen eine geringe semantische Transparenz bzw. referenzielle Unterspezifizierung des Obertitels.
(4) Y formuliert **einen Nutzen bzw. ein Leistungsversprechen**.

DEIN SPIEGEL ***Durch Wissen wachsen***
GABBY'S DOLLHOUSE ***Spiel & Spaß***
Quivi ***Wissen*** *mit Quatsch*
Olli und Molli ***Mein allererster Lesespaß***

69 Das Nomen *Quatsch* bezeichnet hier eine Figur aus der Zeitschrift, es könnte gleichzeitig ugs. gedeutet werden als 'lustige Handlung' bei der Wissensaneignung.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Der Untertitel benennt einen möglichen Nutzen bzw. ein mit der Zeitschrift verbundenes Ziel. Lexeme, wie *Wissen*, *wachsen*, *Spiel* und *Spaß* oder *Lesespaß*, formulieren dabei einen positiven Nutzen bzw. ein Leistungsversprechen des Mediums. Aufgrund der Doppeladressierung lässt sich dieses Beziehungsmuster funktional sowohl auf kindbezogene Interessen (Spiel, Spaß) als auch auf mögliche erwachsenenbezogene Erwartungen an Bildungs- und Wissensvermittlung beziehen.

(5) Y benennt spezifische **Kontextualisierungsfaktoren**.

PLATSCH! *Das my life Kindermagazin* ***aus Deiner Vor-Ort-Apotheke***

Mein kleiner schöner Garten ***Mit Frieda und Paul***

Kaleio *DAS MAGAZIN FÜR MÄDCHEN* ***(UND DEN REST DER WELT)***

Die heterogene Gruppe (5) veranschaulicht, dass Untertitel verschiedenste Deutungsrahmen aktivieren können. Das kann eine Distributionsbeziehung sein (***aus Deiner Vor-Ort-Apotheke***), wobei durch *Deiner* die räumliche Nähe deiktisch markiert wird. Im Beleg *Mein kleiner schöner Garten* wird das Beziehungsmuster im Untertitel mittels der Einführung fiktiver Protagonisten (*Frieda und Paul* = zwei kleine Ameisen) um eine figurenbezogene Kontextualisierung erweitert; bereits der Obertitel enthält mit der Possessivdeixis *Mein* eine personalisierende Komponente. Auffällig ist die ironische Stilisierung im Titelgefüge: *Kaleio DAS MAGAZIN FÜR MÄDCHEN* ***(UND DEN REST DER WELT)***. Der parenthetische Zusatz ***UND DEN REST DER WELT*** erweitert die zuvor vorgenommene Zielgruppenbegrenzung hyperbolisch und kann zugleich ironisierend interpretiert werden.

Bei der quantitativen Auswertung der semantisch-pragmatischen Beziehungsmuster zeichnet sich eine funktionale Arbeitsteilung innerhalb der untersuchten Titelgefüge ab. Die häufig strukturell reduzierten Obertitel übernehmen primär die identifizierende Funktion, während die Untertitel insbesondere klassifizieren, Zielgruppen benennen, explizieren, Nutzen formulieren oder weitere Kontextinformationen bereitstellen. Dominant sind im Korpus die Klassifizierung des Referenten und die Benennung der Zielgruppe. Die relativ häufige Explikationsbeziehung zeigt zudem, dass mehrere Obertitel mit semantisch wenig transparenten, mehrdeutigen oder kontextabhängigen Formen arbeiten (z. B. *auf tour*, *Löwenzahn*, *Quivi*, *Kaleio*), deren Referenz bzw. Semantik durch den Untertitel präzisiert wird. Ob eine solche semantische Offenheit gezielt zur Erzeugung von Neugier eingesetzt wird, lässt sich nur durch Aussagen der Namengeber belegen.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Die Analyse zeigt weiterhin, dass Titelgefüge zwar eine holistische Ganzheit bilden, dabei jedoch fast vollständig auf traditionelle Interpunktion zwischen den Informationsebenen Obertitel und Untertitel verzichten. Die Abgrenzung und Hierarchisierung der Informationsebenen wird stattdessen wesentlich durch nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel unterstützt. Diese lassen sich im Rahmen eines multimodalen Textverständnisses als Elemente einer **Visuellen Syntax** beschreiben (vgl. grundlegend Kress/van Leeuwen 2020: 183–186 zum Begriff „Multimodalität"). Mit diesem Verständnis fungiert das Zeitschriftentitelblatt als zweidimensionale „Sehfläche"[70], auf der typographische und topographische Elemente strukturierende Funktionen übernehmen, die in linear organisierten Schrifttexten häufig durch syntaktische oder interpunktorische Markierungen unterstützt werden. Bei den Titelgefügen lassen sich folgende visuell-strukturierende Verfahren identifizieren (in Anlehnung an Stöckl 2004 und Schmitz 2011):

Topographische Segmentierung: Die „gezielte Platzierung" (Schmitz 2011: 28) des Untertitels (meist unterhalb oder mit deutlichem Abstand zum Obertitel), d. h. die vertikale Anordnung und das Setzen größerer Abstände, fungieren als visuelle Segmentierungshilfe. Die räumlichen Abstände trennen die Informationsebenen und können funktional mit interpunktorischen Grenzsignalen, wie Doppelpunkt, Punkt oder Gedankenstrich, verglichen werden.

Typographische Hierarchisierung: Graphostilistische Variationen, wie der Wechsel von Majuskeln und Minuskeln, unterschiedliche Schriftzeichen-Merkmale (z. B. Serifen, Strichstärken, Rundungen) oder der Größenunterschied zwischen Obertitel (groß/fett) und Untertitel (klein/mager), markieren Hierarchien. Dadurch können Obertitel als visuell dominante Hauptinformation und Untertitel als nachgeordnete bzw. spezifizierende Information profiliert werden.[71]

Farbliche Differenzierung: Der Wechsel von Schriftfarben im graphischen Raum trennt die Informationsebenen zusätzlich visuell. Farbkontraste können einzelne Elemente hervorheben und damit zur visuellen Hierarchisierung beitragen. Eine konkrete Rezeptionsabfolge – etwa gelb > rot > weiß beim Titelgefüge *kinatschu* – lässt sich aus der Gestaltung allein jedoch nicht ableiten und müsste blickexperimentell überprüft werden.

70 Schmitz (2011: 28f.) definiert: „Sehflächen sind Flächen, auf denen Texte und Bilder in geplantem Layout gemeinsame Bedeutungseinheiten bilden". Mit Bildern sind nicht nur Kunstwerke gemeint, sondern erfasst werden damit auch „rein schriftliche Texte (…) in ihrer visuellen Präsentation samt Seitenlayout und Schriftbild als Ganzes" (Schmitz 2011: 26).

71 Stöckl (2004: 13) bezeichnet die „Typographie als ein konnotatives semiotisches System".

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Die Befunde zeigen, dass Titelgefüge komplexe multimodale Konstruktionen darstellen, in denen sprachliche Einheiten und nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel zusammenwirken. Die nichtsprachliche visuelle Gestaltung ist nicht nur ästhetische Dekoration, sondern übernimmt gliedernde, hierarchisierende und bedeutungsdifferenzierende Funktionen. Als Visuelle Syntax ergänzt sie die sprachliche Struktur insbesondere dort, wo Grenzen zwischen Ober- und Untertitel nicht durch Interpunktion markiert werden. Eine tatsächliche Steuerung oder kognitive Entlastung der Rezeption kann aus der vorliegenden Analyse dagegen nicht unmittelbar abgeleitet werden.

Außerdem fällt bei den Belegen die **deiktische Adressierung** auf, da sie die Beziehung zwischen der Zeitschrift und den Rezipienten (Eltern/Kind) sprachlich modelliert. Die eingesetzten Possessivdeiktika haben unterschiedliche pragmatische Funktionen: Bei Titelgefügen mit *DEIN*, wie ***DEIN** PLANET DAS TEENMAGAZIN* und ***DEIN** SPIEGEL Durch Wissen wachsen*, wird eine direkte Adressatenposition eröffnet. Mittels des Possessivpronomens wird das bezeichnete Medium dem angesprochenen Rezipienten sprachlich zugeordnet: Es ist nicht irgendein *SPIEGEL*, nicht irgendein *PLANET*, sondern *DEIN SPIEGEL* bzw. *DEIN PLANET*. Mit dem Gebrauch von *DEIN* rückt eine personalisierende und appellative Komponente in den Vordergrund.

Die Deixis *MEIN* besitzt eine andere pragmatische Funktion: ***Mein** kleiner schöner Garten Mit Frieda und Paul* sowie *Olli und Molli **Mein** allererster Lesespaß*. Das Titelgefüge modelliert hier eine Sprecherperspektive, die vom Rezipienten übernommen werden kann. Während *DEIN* den Rezipienten adressiert, stellt *MEIN* ihm eine sprachliche Ich-Perspektive zur Verfügung. Beide Formen können damit zur Personalisierung des Massenmediums beitragen.

Für die Titelgefüge lässt sich somit festhalten, dass deiktische Elemente die reine Identifikationsfunktion des Namens um eine explizite Rezipientenorientierung erweitern. Das Massenprodukt Zeitschrift wird dadurch sprachlich als individuell zugeordnetes Medium stilisiert. Ob daraus tatsächlich eine engere emotionale Bindung des Rezipienten an eine Kinderzeitschrift oder ein Werbeeffekt entsteht, bleibt eine empirische Rezeptionsfrage.

5 Fazit und Ausblick

Die vorliegende Studie verfolgt das Ziel, das onymische Profil ausgewählter KinderzeitschriftenN in Deutschland des Jahres 2025 zu erfassen und linguistisch-

onomastisch zu beschreiben. Angesichts der noch unzureichenden Erforschung der Namen von Kinderzeitschriften leistet die Untersuchung einen Beitrag zur onomastischen Erschließung dieser Namenklasse, indem sie KinderzeitschriftenN in ihrer sprachlichen Struktur und – insbesondere bei Titelgefügen – im Zusammenwirken mit nichtsprachlichen visuellen Gestaltungsmitteln untersucht. Durch die terminologische Fundierung kann der KinderzeitschriftenN für die Zielgruppe der „mittleren Kindheit" eingegrenzt, onomastisch den Ergonymen zugeordnet und als MarkenN im weiteren Sinne beschrieben werden.

5.1 Erkenntnisgewinn: Synthese der onymischen Strategien

Die Auswertung des 114 Belege umfassenden Korpus zeigt ein breites Spektrum morphologischer, syntaktischer, semantischer, pragmatischer und nichtsprachlicher visueller Verfahren. Als übergreifender Befund tritt dabei die Präferenz für strukturelle Verdichtung hervor: Neben morphologisch kompakten Einwortnamen finden sich insbesondere syntaktisch wenig explizierte Mehrwortverbindungen sowie multimodal gegliederte Titelgefüge. Die zentralen Ergebnisse lassen sich in folgenden Punkten bündeln:

Quantitative Dominanz modularer Benennungsstrukturen

Die formale Analyse zeigt, dass Juxtapositionen mit knapp 40% (45 Belege) die quantitativ stärkste Strukturklasse des untersuchten Korpus bilden.[72] Reguläre Syntagmen sind demgegenüber mit knapp 16% (18 Belege) deutlich seltener vertreten. Charakteristisch für zahlreiche Juxtapositionen ist eine modulare Struktur, bei der ein etablierter Marken- oder FigurenN als konstanter Anker mit variablen Themen-, Lizenz- oder Spezifizierungselementen kombiniert wird. Besonders deutlich tritt dieses Baukastenprinzip bei Namen aus den Markenwelten von *Lego*, *schleich* oder *Playmobil* hervor. Der Anteil der Einwortnamen (ca. 18%) ergänzt diesen Befund um eine weitere Form struktureller Kompaktheit und semantischer Verdichtung. Aus dem synchronen Korpus lässt sich allerdings nicht ableiten, dass Juxtapositionen syntaktisch gefügte Namen „verdrängt" haben. Die quantitative Dominanz der blockartigen Strukturen begründet vielmehr die Hypothese eines solchen Wandels, die durch eine diachrone Untersuchung zu überprüfen wäre.

72 Auf die Dominanz von Juxtapositionen bei UnternehmensN verweisen Nübling/Fahlbusch/Heuser (2015: 283).

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Sprachliche Umsetzung der Doppeladressierung

Die formale und semantische Struktur der Namen lässt sich in zahlreichen Fällen im Rahmen der Doppeladressierung interpretieren. Dabei zeigen sich sprachliche sowie bei Titelgefügen nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel, durch die unterschiedliche Adressatenorientierungen zum Ausdruck kommen können. Die Kindorientierung kann morphologisch (z. B. über Diminutive und [i]-Auslaut), syntaktisch-pragmatisch (z. B. über imperative, expressive oder dialogisch angelegte Strukturen) und semantisch (z. B. über kindaffine Themenfelder und hypokoristische Kurzformen) realisiert bzw. signalisiert werden. Auch Personal- und Possessivdeiktika können explizite Rezipienten- bzw. Sprecherpositionen eröffnen. Demgegenüber können insbesondere klassifizierende und explizierende Untertitel, Alters- und Zielgruppenangaben sowie Bezüge auf etablierte Medien- und MarkenN Anschlussmöglichkeiten an erwachsenenbezogene Informations- und Orientierungsbedürfnisse bereitstellen.

Die Doppeladressierung wird besonders dort erkennbar, wo innerhalb eines Namens unterschiedliche sprachliche Funktionen miteinander verbunden sind. So kombiniert *Galileo GENIAL* den Bezug auf ein etabliertes Wissensmedium mit einem positiv wertenden, kindorientierten Adjektiv. Bei *GEOlino* wird der etablierte MedienN *GEO* durch ein diminutives Suffix erweitert, wodurch sich die sachbezogene Orientierung der Namenbasis mit einem kindbezogenen Konnotationspotenzial verbindet. Auch bei Titelgefügen lässt sich eine solche funktionale Ergänzung beobachten: Während der Obertitel häufig durch Kürze, expressive Lexik oder ungewöhnliche Namenbildung geprägt ist, übernimmt der Untertitel klassifizierende, explizierende oder nutzenbezogene Funktionen.

Damit beruht die Doppeladressierung nicht notwendig auf einer getrennten Ansprache beider Gruppen, sondern kann gerade durch die Verbindung unterschiedlicher sprachlicher Bedeutungskomponenten innerhalb einer einheitlichen Benennung zum Ausdruck kommen. Ob die jeweiligen Mittel von Kindern und Erwachsenen tatsächlich unterschiedlich wahrgenommen werden, wurde nicht rezeptionsseitig untersucht.

Namenübertragung statt Neuschöpfung

Die Untersuchung zeigt, dass ein erheblicher Teil der KinderzeitschriftenN auf bereits etabliertem onymischem Material basiert. Eigennamen aus anderen Namenklassen werden dabei als Bestandteile des ZeitschriftenNs weiterverwendet. Dazu gehören FigurenN (z. B. *Wendy*, *BiBi BLOCKSBERG*), Namen aus Spielzeug- und fiktionalen Markenwelten sowie etablierte Medien- und MarkenN (z. B. *Lego*, *GEO*). Die Übertragung bewahrt dabei Bezüge zum ursprünglichen

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Namenträger und ermöglicht den Anschluss an bereits vorhandene Wissens- und Assoziationsbestände. Figuren- und SpielzeugN können dadurch an bereits etablierte kindliche Medien- und Erlebniswelten anschließen; Namen, wie *GEO* bzw. *ZEIT*, stellen demgegenüber Bezüge zu bereits bestehenden Medienmarken her. Im Rahmen der Doppeladressierung lässt sich diese unterschiedliche Anschlussfähigkeit funktional interpretieren: Ob FigurenN tatsächlich Vertrautheit oder freundschaftsähnliche Nähe erzeugen und ob etablierte MedienN elterliches Vertrauen auf die Kinderzeitschrift übertragen, kann aus dem Namenmaterial allein nicht abgeleitet werden. Die Namenübertragung erweist sich somit als ein wesentliches onomastisches Verfahren des untersuchten Korpus, das zugleich die Einbettung von Kinderzeitschriften in größere Medien- oder Markenverbände sichtbar macht.

Anglizismen und konzeptionelle Mündlichkeit als Mittel sprachlicher Profilierung

Fremdes Wortgut, insbesondere das Englische, ist in mehreren Strukturklassen des Korpus präsent. Englischsprachige Lexeme können im deutschsprachigen Kontext mit Internationalität, Pop- und Jugendkultur sowie Modernität assoziiert werden und lassen sich insofern als mögliche Internationalitäts- und Modernitätsmarker interpretieren. Bei den Juxtapositionen begünstigt die häufig geringe Flexionsmarkierung englischsprachiger Elemente zugleich die Ausbildung kompakter, blockartiger Namenstrukturen. Darüber hinaus überschreiten insbesondere satzförmige KinderzeitschriftenN eine rein identifizierende Nominationsfunktion, indem sie Merkmale konzeptioneller Mündlichkeit stilisieren. Imperative (z. B. *JUST KICK IT!*), Interjektionen, Personaldeiktika (*I Love English*), expressive Interpunktion sowie dialogisch angelegte Strukturen modellieren Sprecher- und Adressatenpositionen und verleihen den KinderzeitschriftenN einen expressiven bzw. appellativen Charakter. In Verbindung mit adressaten- oder sprecherzentrierter Deixis (*DEIN PLANET*, *My best Friend*) können die Namen dialogische bzw. personalisierende Strukturen ausbilden.

Multimodalität und Visuelle Syntax

Eine isolierte linguistische Betrachtung des Wortmaterials von KinderzeitschriftenN greift insbesondere bei den Titelgefügen zu kurz. Die Analyse der 17 Belege zeigt, dass sprachliche Einheiten und nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel bei dieser Strukturklasse systematisch zusammenwirken können. Topographische Anordnungen, typographische Kontrastierungen und Farbunterschiede gliedern Informationsebenen, markieren Hierarchien zwischen Ober- und Untertitel und können fehlende interpunktorische Grenzmarkierungen funktional ergänzen. Für

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

dieses Verfahren wird in der Untersuchung der Begriff „Visuelle Syntax“ verwendet. Er bezeichnet nicht die Ersetzung sprachlicher Grammatik durch visuelle Gestaltung, sondern strukturierende und hierarchisierende Funktionen nichtsprachlicher visueller Gestaltungsmittel auf der zweidimensionalen Sehfläche des Titelblatts. Besonders die Titelgefüge verdeutlichen damit, dass der KinderzeitschriftenN nicht ausschließlich als lineare Folge sprachlicher Zeichen analysiert werden kann. Seine onymische Gesamtstruktur kann sich vielmehr aus dem Zusammenwirken sprachlicher Einheiten mit typographischen, topographischen und farblichen Gestaltungsmitteln konstituieren.

5.2 Grenzen der Untersuchung

Das Belegkorpus von 114 KinderzeitschriftenN bietet zwar eine fundierte, jedoch keine vollständige repräsentative Basis des stark fluktuierenden Zeitschriftenmarktes. Die Ergebnisse erlauben daher belastbare Aussagen über die im Korpus vorkommenden Struktur- und Funktionsmuster, nicht jedoch ohne Weiteres über sämtliche KinderzeitschriftenN des deutschen Marktes. Insbesondere die Typologie der semantisch-pragmatischen Beziehungsmuster bei den Titelgefügen basiert auf einer Detailanalyse von 17 Belegen, was die Reichweite der Aussagen zu dieser speziellen Struktur begrenzt. Auch die fünf herausgearbeiteten Beziehungsmuster sind deshalb als korpusbasierte analytische Typologie zu verstehen, deren Tragfähigkeit an einem größeren Bestand zu überprüfen wäre.

Die Untersuchung kann sprachliche und nichtsprachliche visuelle Mittel der Adressatenorientierung beschreiben und im Rahmen der Doppeladressierung funktional interpretieren; die tatsächliche Rezeption dieser Mittel aufseiten von Eltern und Kindern wurde jedoch nicht empirisch erhoben. Aussagen darüber, ob einzelne sprachliche oder nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel tatsächlich Aufmerksamkeit, Merkfähigkeit, Vertrauen, emotionale Nähe oder Kaufbereitschaft beeinflussen, können daher nicht aus dem Korpus selbst abgeleitet werden.

Eine weitere Grenze betrifft die synchrone Anlage der Untersuchung. Die quantitative Dominanz von Juxtapositionen und anderen kompakten Strukturen beschreibt den Zustand des untersuchten Marktes im Erhebungszeitraum; daraus lässt sich noch keine historische Entwicklung der KinderzeitschriftenN ableiten.

Auch die Analyse der Visuellen Syntax bleibt auf die beschreibbaren Strukturen der Titelblattgestaltung beschränkt. Zwar lassen sich topographische, typographische und farbliche Hierarchisierungen linguistisch bzw. multimodal erfas-

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

sen; ob diese Signale die tatsächliche Leserichtung oder Aufmerksamkeit steuern, bedarf gesonderter rezeptionsbezogener Untersuchungen.

5.3 Ausblick

Aus diesen Erkenntnissen und Grenzen ergeben sich Anschlusspunkte für zukünftige onomastische sowie medien- und rezeptionslinguistische Forschungen:

- Bezüglich der quantitativen Dominanz der Juxtapositionen im Korpus lässt sich die Hypothese aufstellen, dass sich KinderzeitschriftenN im historischen Verlauf von stärker syntaktisch explizierten Benennungen hin zu strukturell kompakten und modularen Namenformen entwickelt haben könnten. Ein diachron angelegtes Vergleichskorpus könnte prüfen, ob sich tatsächlich eine Verschiebung der Strukturen erkennen lässt und seit wann modulare bzw. blockartige Benennungsmuster an Bedeutung gewinnen.
- Eine kontrastive Studie, die analysiert, ob und wie sich Namenstrukturen ändern, wenn Zeitschriften primär für den Online-Markt konzipiert werden, verspricht Erkenntnisse über diese MarkenN in einer digitalen Welt. Dabei wäre insbesondere zu untersuchen, ob für digitale Angebote kürzere, suchmaschinen- und plattformgeeignete Namenstrukturen bevorzugt werden oder ob sich neue multimodale Formen der Markenbenennung entwickeln.
- Darüber hinaus bietet die kognitive Verarbeitung der KinderzeitschriftenN ein vielversprechendes Forschungsfeld. Psycholinguistische Experimente oder blickaufzeichnende Verfahren könnten Aufschluss darüber geben, inwieweit topographische und typographische Signale die Leserichtung und Aufmerksamkeit der Rezipienten beeinflussen und ob fehlende interpunktorische Grenzmarkierungen tatsächlich durch nichtsprachliche visuelle Markierungen funktional kompensiert werden.
- Für die Untersuchung der Rezeption der Doppeladressierung wären Studien besonders aufschlussreich, die Kinder und erwachsene Käufer getrennt erfassen. So ließe sich prüfen, ob bestimmte Namenbestandteile tatsächlich unterschiedlich wahrgenommen werden, etwa spielerisch-emotionale Elemente von Kindern und klassifizierende, wissensbezogene oder markenbezogene Elemente von Erwachsenen.
- Auch die Namenübertragung bietet sich für weiterführende Untersuchungen an. Zu fragen wäre, welche Arten bereits etablierter Eigen-

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

namen besonders häufig in KinderzeitschriftenN übernommen werden und in welchem Maße Figuren-, Spielzeug-, Medien- und UnternehmensN ihre ursprünglichen Assoziationsbestände bei der Übertragung in die neue Namenklasse bewahren.

- Schließlich könnte die hier entwickelte Typologie der Titelgefüge an einem größeren Korpus erweitert und überprüft werden. Von besonderem Interesse wäre, ob die fünf semantisch-pragmatischen Beziehungsmuster (Klassifikation, Zielgruppenbenennung, Explikation, Nutzenversprechen und Kontextualisierung) auch außerhalb des untersuchten Bestands stabil auftreten.

Die Befunde der Untersuchung sprechen dafür, dass KinderzeitschriftenN nicht nur identifizierende Etiketten sind, sondern formal und semantisch verdichtete onymische Einheiten, in denen sprachliche Strukturen und – insbesondere bei Titelgefügen – nichtsprachliche visuelle Gestaltungsmittel zusammenwirken können. Sie verbinden strukturelle Ökonomie, semantische Profilierung und Rezipientenorientierung mit multimodaler Gliederung. Damit erschließt die Untersuchung KinderzeitschriftenN als eigenständigen Forschungsgegenstand an der Schnittstelle von Onomastik, Medienlinguistik und multimodaler Textanalyse.

Anhang

Korpus der untersuchten KinderzeitschriftenN

(1) Einwortnamen

Barbie
DRAGONS
Galupy
GEOlino
GLUBSCHIS
HORSE CLUB
HORSELAND
iNKEE
jolinchen

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Lissy
medizini
MiniSPICK
Monster High
Stafette
TOP 11
TOP MODEL
WAPiTi
Wendy
WinX CLUB
ZOMBIACS

(2) Mehrwortverbindungen ohne topographische Segmentierung
(2.1) Reguläre Syntagmen
Bibi & Tina
BiBi BLOCKSBERG
Bob DER BAUMEISTER
Das offizielle DFB-MAGAZIN für Kids
Die drei ??? Kids
DIE SCHULE DER MAGISCHEN TIERE
DIE WELT DER magischen GESCHÖPFE
Fun 4 Fans
Käpt'n Sharky
Kira KOLUMNA
Mia and me
My best Friend
my LITTLE PONY
Pferd & Co
PHILIPP die Maus
POLIZIST PIT

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

SONIC THE HEDGEHOG
Winnie Puuh

(2.2) Juxtapositionen
Bella Sara
Disney DIE EISKÖNIGIN
Disney PRINZESSIN
Disney STARS
Galileo GENIAL
KIDDINX Kids
Lego Batman
LEGO CITY
Lego DreamZzz
Lego Explorer
Lego Friends
Lego Helden Avengers
Lego Jurassic World
Lego Marvel Avengers
Lego MARVEL SPIDER-MAN
Lego Minecraft
Lego Minecraft Special
Lego Ninjago
Lego Ninjago Hero
Lego Ninjago Legacy
Lego Star Wars
Lego Star Wars Mandalorian
Lego Technic
Lillifee Halloween
Lissy PONY
Lissy Pony Kristallzauber

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Lissy Pony Schloss Magica
Mermaid Magic
Miraculous Die geheime Superheldin
Miraculous LADYBUG & YOU
NATIONAL GEOGRAPHIC KiDS
Playmobil Adventure
Playmobil Fantasy
Playmobil Magazin
Playmobil Pink
Playmobil Pink Extra
PoKéMoN Magazin
Prinzessin Lillifee Zauberwelt
schleich bayala
schleich bayala Fohlenzauber
schleich ELDRADOR CREATURES
schleich Pferdewelt
TEENAGE MUTANT NINJA TURTLES
Wendy Traumpferde
ZEIT leo

(2.3) Satzförmige KinderzeitschriftenN
4 FANS präsentiert
5! Five! ACTION
DINOSAURIER!
FRAG doch mal … DIE MAUS
HELLO KITTY SUPER STYLE!
I Love English
I Love English Junior
JUST KICK IT!
L.O.L. Surprise!

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

PLANET WOW
ROAARR! Dinosaurs
So Süß EXTRA!
Total tierlieb!
WAS IST WAS

(3) Mehrwortverbindungen mit topographischer Segmentierung: Titelgefüge
DEIN PLANET DAS TEENMAGAZIN
DEIN SPIEGEL Durch Wissen wachsen
GABBY'S DOLLHOUSE Spiel & Spaß
Gecko DIE BILDERBUCHZEITSCHRIFT
Kaleio DAS MAGAZIN FÜR MÄDCHEN (UND DEN REST DER WELT)
kinatschu Kinder & Naturschutz Das Kinder-Naturschutz-Magazin der Naturdetektive
Lernspaß mit Klara Bildungsmagazin für Kinder von 3-7 Jahren
LÖWENZAHN Das Magazin
lukas und lara auf tour Die außergewöhnliche Weltreise für Kinder!
MATSCH! ALLES FÜR KLEINE LANDENTDECKER
Mein kleiner schöner Garten Mit Frieda und Paul
Olli und Molli Mein allererster Lesespaß
PLATSCH! Das my life Kindermagazin aus Deiner Vor-Ort-Apotheke
Quivi Wissen mit Quatsch
SCROLLER Das Medienmagazin für Kinder
weil. Entdecke, wie alles zusammenhängt!
YUMMI KOST' NIX MAGAZIN

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Literatur

BeWö 2002 = Dudenredaktion (Hg.) (2002): Das Bedeutungswörterbuch. Mannheim u. a.
Bühler, Karl (1999): Sprachtheorie: Die Darstellungsfunktion der Sprache (Unveränd. Nachdr. der 1. Ausgabe von 1934), Stuttgart.
Burkart, Walter (1990): Neues Lexikon der Vornamen, Köln.
Chowanetz, Rudi (1983): Die Kinderzeitschriften in der DDR. Von 1946 bis 1960, Berlin.
Diebold, Petra (1997): „Der Bunte Hund“: Eine Zeitschrift in den besten Jahren, in: Grundschule 7–8, 16.
Ebert, Birgit (1997): Der „Pinguin“ und sein Redakteur Erich Kästner, in: Grundschule 7–8, 14–16.
Eisenberg, Peter (1989): Grundriss der deutschen Grammatik, Stuttgart.
EngWöBu 2002 = Standardwörterbuch Englisch. Englisch - Deutsch, Deutsch - Englisch. Genehmigte Lizenzausgabe, München.
Ewald, Petra (2024): Inoffizielle Namen: Annäherung an eine namenklassenübergreifende Kategorie, in: Ewald, Petra/Pohl, Inge (Hg.): Inoffizielle Eigennamen – Onomastische Studien, Berlin u. a., 23–56.
Filzek, Jutta (1997): Lesen lernt man nicht nur durch Bücher, in: Grundschule 7–8, 18–19.
Fleischer, Wolfgang (1974): Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache, Leipzig.
Fleischer, Wolfgang/Barz, Irmhild (2012): Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache, 4. Aufl., völlig neu bearb. von Irmhild Barz unter Mitarbeit von Marianne Schröder, Berlin/Boston.
Göbel, Uwe (2002): Zeitschriftengestaltung im Wandel, in: Vogel, Andreas/Holtz-Bacha, Christina (Hg.): Zeitschriften und Zeitschriftenforschung, Wiesbaden, 219–240.
Handbuch Zeitschriftenforschung = Scheiding, Oliver/Fazli, Sabina (Hg.) (2022): Handbuch Zeitschriftenforschung, Bielefeld.
Heidtmann, Horst (1992): Kindermedien, Stuttgart.
Heidtmann, Horst (2000): Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund. Veränderungen von Lesekultur, Lesesozialisation und Leseverhalten in der Mediengesellschaft, in: Richter, Karin/Riemann, Sabine (Hg.): Kinder. Literatur. «neue» Medien, Baltmannsweiler, 20–35.
Heubuch, Carmen (2005): Die Bedeutung von Zeitschriften für 8- bis 11-jährige Kinder, Hamburg.
Heuser, Rita/Schmuck, Mirjam (Hg.) (2020): Sonstige Namenarten. Stiefkinder der Onomastik, Berlin/Boston.
HWB 1989 = Duden. Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache, Hg. vom Wiss. Rat d. Dudenred., Mannheim u. a.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Kaminski, Winfred (1997): Von der „Jugendlust“ zur „Flohkiste“, in: Grundschule 7–8, 19.

Knauf, Helen (2011): Zwischen Merchandising und Leserverführung. Zeitschriften für Kinder unter der Lupe, in: TPS: leben, lernen und arbeiten in der Kita 3, 46–50.

Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (2011): Gesprochene Sprache in der Romania: Französisch, Italienisch, Spanisch, Berlin/New York.

Köpcke, Klaus-Michael (2002): Die sogenannte *i*-Derivation in der deutschen Gegenwartssprache. Ein Fall für outputorientierte Wortbildung, in: ZGL 30, 293–309.

Köring, Tim/Aehnlich, Barbara (2022): „… ab morgen nennen wir uns Ultras …“ Die Benennungen von Ultrafangruppen in deutschen Fußballligen, in: Namenkundliche Informationen (NI) 114, 169–201.

Kohlheim, Rosa/Kohlheim, Volker (2025): Lexikon der Vornamen, 9., vollst. überarb. Aufl., Berlin.

Kramer, Klaudia/Bovenschen, Ina/Spangler, Gottfried (2007): Schulkindalter, in: Hasselhorn, Marcus/Schneider, Wolfgang (Hg.): Handbuch der Entwicklungspsychologie, Göttingen u. a., 173–186.

Kress, Gunther/van Leeuwen, Theo (2020): Reading Images. The Grammar of Visual Design, London/New York.

Kübler, Hans-Dieter (2002): Kinderpresse: ein traditionelles Medium ohne Zukunft?, in: Ders.: Medien für Kinder. Von der Literatur zum Internet-Portal. Ein Überblick, Wiesbaden, 55–67.

Kurz, Ellen (2000): Kinderzeitschriften. Erstellung einer Marktübersicht sowie einer annotierten Empfehlungsliste im Internet, Stuttgart. Online: https://hdms.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/210/file/Ellen_Kurz.pdf [Abruf: 22.10.2025].

Lestmann, Nadine (2012): Die Sprache in Kinderzeitschriften. Ein korpusbasierter Vergleich der Sprache in GEOlino und GEO, Berlin. Online: https://edoc.hu-berlin.de/items/b8627be9-f3e1-4e53-8780-eb8797fdc4d7 [Abruf: 22.06.2026].

Mädler, Ute/Plath, Monika (2000): Zeitschriftenpräferenzen von Grundschülern – ausgewählte Ergebnisse einer Befragung, in: Richter, Karin/Riemann, Sabine (Hg.): Kinder. Literatur. «neue» Medien, Baltmannsweiler, 169–177.

Mähne, Sabine (2000): Lesen fördern mit Zeitung, Fernsehen und Internet?, in: Richter, Karin/Riemann, Sabine (Hg.): Kinder. Literatur. «neue» Medien, Baltmannsweiler, 80–84.

Meier, Bernhard (2011): Zeitschriften für Kinder und Jugendliche, in: Lange, Günter (Hg.): Kinder- und Jugendliteratur der Gegenwart. Grundlagen. Gattungen. Medien. Lesesozialisation und Didaktik. Ein Handbuch, Baltmannsweiler, 465–481.

Nübling, Damaris/Fahlbusch, Fabian/Heuser, Rita (2015): Namen. Eine Einführung in die Onomastik, Tübingen.

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Raabe, Johannes (2013): Zeitschrift, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): Lexikon der Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden, 381–382.

Rohlfs, Gerhard (1954): Historische Grammatik der italienischen Sprache und ihrer Mundarten, Bd. 3: Syntax und Wortbildung, Bern.

Ronneberger-Sibold, Elke (2004): Warennamen, in: Brendler, Andrea/Brendler, Silvio (Hg.): Namenarten und ihre Erforschung. Ein Lehrbuch für das Studium der Onomastik, Hamburg, 557–603.

Rothe, Arnold (1986): Der literarische Titel. Funktionen, Formen, Geschichte, Frankfurt/M.

Ruchatz, Jens (2022): Bild – Schrift – Konstellation, in: Scheiding, Oliver/Fazli, Sabina (Hg.): Handbuch Zeitschriftenforschung, Bielefeld, 109–129.

Schippan, Thea (2002): Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache, Tübingen.

Schmitz, Ulrich (2011): Sehflächenforschung. Eine Einführung, in: Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (Hg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele, Berlin, 23–42.

Sommer, Michael (1997): Von Spatzen, Flöhen und anderen Tieren, in: Grundschule 7–8, 9–13.

Sonderegger, Stephan (1987): Die Bedeutsamkeit der Namen, in: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 67, 11–23.

Stöckl, Hartmut (2004): Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung, in: Zeitschrift für Angewandte Linguistik 41, 5–34.

Straßner, Erich (1997): Zeitschrift, Tübingen.

Süss, Daniel (2013): Jugendmedien, in: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): Lexikon der Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden, 145–146.

Thoma, Christoph (1992): Das «wohltemperierte Kind»: Wie Kinderzeitschriften Kindheit form(t)en, Frankfurt/M. u. a.

Vogel, Andreas (1998): Die populäre Presse in Deutschland. Ihre Grundlagen, Strukturen und Strategien, München.

Vogel, Andreas/Holtz-Bacha, Christina (Hg.) (2002): Zeitschriften und Zeitschriftenforschung, Wiesbaden.

vom Orde, Heike (2013): Geschlechterbilder in den Medien. EINE ZUSAMMENFASSUNG AUSGEWÄHLTER FORSCHUNGSERGEBNISSE, in: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk (Hg.): TELEV**IZI**ON 2, 11–15. Online: https://izi.br.de/deutsch/publikation/television/26-2013-2/vomOrde_Geschlechterbilder_Medien.pdf [Abruf: 01.05.2026].

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0

Internetquellen

URL 1: https://www.ad-alliance.de/news/kinder-medien-monitor-2025#c6892 [Abruf: 26.10.2025].
URL 2: https://www.aok.de/pk/leistungen/kindergarten/jolinchenkids/ [Abruf: 02.03.2026].
URL 3: https://idi.de/titelschutz/merkblatt-bvdb.pdf [Abruf: 03.01.2026].
URL 4: https://craze-group.com/ [Abruf: 11.12.2025].
URL 5: https://www.dpma.de/dpma/veroeffentlichungen/meilensteine/patentemarken-popkultur/barbie/index.html [Abruf: 18.03.2026].
URL 6: https://verbund.edeka/unternehmen/was-ist-der-edeka-verbund/leistungen-services/f%C3%BCr-anzeigenkunden/yummi/ [Abruf: 13.12.2025].
URL 7: https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/zeitschrift-52657 [Abruf: 15.03.2026].
URL 8: https://www.gesetze-im-internet.de/jarbschg/ [Abruf: 28.11.2025].
URL 9: https://www.daddylicious.de/kaleio-magazin-maedchen/ [Abruf: 27.06.2026].
URL 10: https://www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2023/MP_17_2023_KIM_Studie_2022.pdf [Abruf: 04.01.2026].
URL 11: https://mpfs.de/app/uploads/2025/05/KIM-Studie-2024.pdf [Abruf: 15.03.2026].
URL 12: https://presseforschung.de/grundbegriffe-zur-presseforschung [Abruf: 09.01.2026].
URL 13: https://www.zzol.de/ [Abruf: 20.09.2025].
URL 14: https://www.presseplus.de/Zeitschriften/Kinderzeitschriften-Abos/Maedchen-Zeitschriften-Abos sowie https://www.presseplus.de/Zeitschriften/Kinderzeitschriften-Abos/Jungen-Zeitschriften-Abos [Abruf: 12.03.2026].
URL 15: https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/neuer-name-alte-diskussionen-4315372.html [Abruf: 08.11.2025].
URL 16: https://www.sozialgesetzbuch-sgb.de/sgbviii/7.html [Abruf: 28.11.2025].
URL 17: https://www.spick.ch/ [Abruf: 12.11.2025].
URL 18: https://lexikon.stangl.eu/11307/kindheit [Abruf: 04.01.2026].
URL 19: https://www.stiftunglesen.de/informieren/preise-und-auszeichnungen/qualitaetssiegel/ausgezeichnete-zeitschriften [Abruf: 15.06.2026].
URL 20: https://de.wikipedia.org/wiki/Kategorie:Kinderzeitschrift [Abruf: 10.10.2025].
URL 21: https://matsch-magazin.de [Abruf: 24.10.2026].
URL 22: https://www.bfn.de/bildung#anchor-15640 [Abruf: 24.10.2026].
URL 23: https://wir-machen-kinderseiten.de/blog/scroller-das-medienmagazin-fuer-kinder [Abruf: 24.10.2026].

[***Abstract***: This study investigates the onymic profile of 114 children's magazine names distributed in Germany in 2025. They are classified as ergonyms and described as brand names in a broader onomastic sense. The study focuses on the

linguistic and non-linguistic means through which the dual addressee orientation towards children and adults is expressed. The corpus is initially divided into single-word and multi-word names; the latter comprise regular syntagmatic constructions, juxtapositions, sentence-like names, and multi-level title configurations. The analysis reveals a clear preference for structural condensation. With 45 out of 114 instances, juxtapositions constitute the largest structural category and frequently display modular naming patterns combining established brand or character names with specifying elements. Name transfer provides links to existing knowledge and associations. Sentence-like names can stylize features of conceptual orality, while English-language elements may function as markers of internationality and modernity. In multi-level title configurations, topographic, typographic, and colour-related design features perform structuring and hierarchical functions. Overall, children's magazine names emerge as formally and semantically condensed onymic units in which linguistic structures and non-linguistic visual design features can interact to create a communicative orientation towards both children and adults.]

Namenkundliche Informationen 118 © 2026 is licensed under CC BY 4.0