



Auf mittlerweile 124 Bände ist der Jugendbuch-Klassiker angewachsen: Von „Päpste“ über „Schlangen“ bis hin zu „Wilde Tiere“ wird in jeder 48-seitigen Ausgabe alles beantwortet, was Mädchen und Jungen zum jeweiligen Thema interessiert.

„Konnten eigentlich auch Mädchen Ritter werden?“, „Hatten die alten Römer schon Klopapier?“ und Hand aufs Herz: „Gab es Winnetou wirklich?“. Fragen über Fragen. Nach der Lektüre der „Was ist was“-Bücher laufen die Kinder zur Hochform auf und bohren noch mal nach. Am besten gleich im Internet, auf www.wasistwas.de. Um den Wissensdurst der Mädchen und Jungen schnell zu stillen, leistet eine eigene Online-Redaktion weitere Aufklärungsarbeit. Und die hat alle Hände voll zu tun. Über eine Million Mal wird der Internetauftritt im Monat angeklickt. „Selbst wenn einige Nachfragen sehr speziell sind, versuchen wir alles plausibel zu beantworten, weil wir unsere Leser ernst nehmen“, sagt Margret Sterneck vom Nürnberger Tessloff Verlag.

Text Markus Jäkel · **Fotos** Giulia Iannicelli

„HATTEN DIE RÖMER KLOPAPIER?“

**Seit 50 Jahren
macht der
Tessloff Verlag
Kinder schlau**

Seit 50 Jahren gibt der Verlag mit seinen „Was ist was“-Ausgaben Antworten auf das, was Kindern Kopfzerbrechen bereitet. Mit Erfolg: Tessloff, bis heute deutschlandweit der einzige reine Kinder- und Jugendbuchverlag, ist laut Marktforschungs-Institut Media Control Marktführer in dem Segment. Seit 1961 verkaufte sich allein der Jugendbuch-Klassiker weltweit mehr als 62 Millionen Mal. Und als Programmleiterin weiß Margret Sterneck, was ankommt: „Dinosaurier“, „Ritter“, „Haie“ und „Unsere Erde“ sind die Renner – aber mit geschlechtsspezifischen Vorlieben. „Jungs kann’s gar nicht blutig und realitätsnah genug sein. Mädchen mögen’s dagegen harmonischer“, sagt sie. So etwas wie weidende Pferde zum Beispiel. Auch aktuelle Ereignisse beeinflussen die Themenauswahl. Als der Slogan „Wir sind Papst“ Deutschland in Atem hielt, musste zeitnah ein Band über das Oberhaupt der katholischen Kirche folgen.

Erst seit 1985 residiert das Unternehmen mit heute 60 Mitarbeitern in Nürnberg, mit direktem Blick auf die Kaiserburg in der Burgschmiedstraße. Anfang der 1980er Jahre stieg der Nürnberger Medienunternehmer Gunther Oschmann vom Telefonbuchverlag Hans Müller beim Hamburger Verlag ein: Er erwarb das Unternehmen vom Namensgeber Ragnar Tessloff und verlagerte den Firmensitz sukzessive von der Alster an die Pegnitz – verbunden mit der Zusage, die Firmenphilosophie weiterzuführen, wie die offizielle Verlagshistorie verrät. Die Idee des Gründungsvaters, junge Leute bei ihrer Neugier zu packen, ist stets lebendig geblieben.

Dabei fing alles mit amerikanischen Comics an: Verlegersohn Ragnar – Vater Ernst veröffentlichte in einem Lyrik-Verlag unter anderem Arbeiterdichtung – ging 1956 mit Klassikern wie „Tom und Jerry“ oder „Lassie“ an den Start. Während einer USA-Reise stieß

Mit bunten Bildern, Illustrationen und nach dem Frage- und Antwortprinzip servieren Experten und Wissenschaftler mit Unterstützung des Lektoren-teams das Wichtigste rund um ein Thema auf 48 Seiten. Namhafte Autoren wie der Tierfilmer Heinz

Pädagogisch Wertvolles für die Kleinsten: Mit bunten Fühl- und kuscheligen Kopfkissenbüchern der Sparte „Miniwelt“, die gemeinsam mit einem Entwicklungspsychologen gestaltet werden, soll bereits ab dem Säuglingsalter die Wahrnehmungsfähigkeit trainiert werden.



er auf die Kinderbuchreihe „How and Why“ und sicherte sich 1959 die Rechte für Deutschland. Zwei Jahre später erschienen die ersten vier deutschen „Was ist Was“-Bände. Weil der Buchhandel zunächst skeptisch reagierte, brachte Tessloff die Startnummern als Monatshefte über Zeitschriften-Grossisten in die Regale. Sie kamen so gut an, dass nun Buchhändler Hardcover-Ausgaben in ihr Sortiment aufnahmen. „Ich spürte die berühmte Lücke“, wird Ragnar Tessloff heute in den Firmen-Annalen zitiert.

Ganz in seinem Sinne wollen die Bände eine „Initialzündung“ zur Entdeckungsreise in die Welt der Natur und Tiere, Geschichte, Wissenschaft und Technik geben. Das Rezept dafür ist noch dasselbe: „Wir versuchen, Sachthemen plausibel und spannend zu erklären“, sagt Sterneck. Mit fachlicher Kompetenz und pädagogischer Sorgfalt werden schwierige Inhalte knackig für junge Leute ab acht Jahren verpackt. Verändert haben die Ausgaben aber ihr Gesicht: Frischer, farbiger und visueller sind sie geworden, um die fernsehverwöhnten Kids bei der Stange zu halten.

Sielmann halfen seither dabei mit, Wissen kindgerecht zu vermitteln. Mittlerweile ist die Reihe auf 124 Exemplare angewachsen, darunter zwei Bände über die Feuerwehr und die Polizei, die in enger Kooperation mit Nürnberger Einsatzkräften entstanden sind. „Manch ein Schülerreferat wäre wahrscheinlich schlechter ausgefallen, gäbe es uns nicht“, scherzt Sterneck.

Aber auch Lehrer können sich im „Was ist Was“-Fundus bedienen, sich im Netz Unterrichtsblätter und Lehrmaterial samt Wissensspielen herunterladen. Längst ist der Jugendbuch-Klassiker, von ganzen Generationen wissbegierig verschlungen, zum Multimedia-Produkt mutiert. „Was ist Was“ findet sich im Internet, im Fernsehen und auf interaktiven DVDs. Derzeit sind 30 000 kleine Fans in einem Online-Klub vernetzt, treten dort bereits per Computer zum Wissensduell an. Das gute alte Buch allein lockt nicht mehr. „Aber mit all dem machen wir den Kindern letztlich wieder Lust auf die Buchausgabe“, sagt Sterneck. Sponsoring-Aktivitäten mit dem Prädikat „pädagogisch wertvoll“ tun ein Übriges: Tessloff stif-



tet den mit 5 000 Euro dotierten Preis „Lernanstoß“, den die Deutsche Akademie für Fußballkultur in Nürnberg 2007 zum zweiten Mal vergab und mit dem Projekte, die den Spaß am Fußball nachhaltig mit Bildungsarbeit verbinden, gefördert werden.

Auch in der gesamten Produktlinie geht der Verlag neue Wege: Das Unternehmen setzt auf ausgefeilte Eigenformate sowie ausgewählte Lizenzen, wobei „Was ist was“ den Namen „Tessloff“ noch bekannter machen soll. Immerhin hält man die weltweiten Rechte. Die Bücher erscheinen in 21 Sprachen, darunter türkisch, chinesisches und spanisch, und in 45 Ländern. Zwei Anfang der 1990er Jahre gegründete Tochterunternehmen produzieren in Ungarn und Polen. Und im Jubiläumsjahr 2006 präsentierte der Verlag ein völlig überarbeitetes Programm, das Kinder ab dem Säuglingsalter erreichen und deren Eltern frühzeitig an sich binden will.

Herausgekommen sind drei Bereiche mit je einer „Leuchtturm“-Marke: Die Sparte „Spielen“ richtet sich an Kleinstkinder; neu ist die „Miniwelt“ unter an-

derem mit Fühl- und Kuschelbüchern bereits für Babys, die gemeinsam mit einem Entwicklungspsychologen gestaltet wird. „Lernen“ wendet sich an kleine Entdecker im Kindergarten- und Grundschulalter, am bekanntesten ist hier die Reihe „Fit für die Schule“. Und im Bereich „Wissen“ werden Jungforscher in die „Was ist Was“-Welt entführt – auch mit Rätseln, Hörspielen, Entdeckerkästen und Quizspielen.

Und auch der Klassiker hat Zuwachs bekommen: Im Oktober präsentierte der Verlag auf der Frankfurter Buchmesse „Was ist Was Junior“ mit interaktivem Charakter für junge Entdecker bereits ab fünf Jahren. Die beginnen ihre Nasen laut Marktuntersuchungen immer früher in Bücher zu stecken. „Wir wollen die etablierte Wissensmarke einem jüngeren Publikum zugänglich machen und sind uns sicher, damit einen Nerv getroffen zu haben“, betont Thomas Seng, Geschäftsführer des Tessloff Verlags. Ob es so eine Erfolgsgeschichte wie beim großen Bruder wird, das müssen die kleinen Konsumenten beantworten. ■

Programtleiterin Margret Sterneck (4. von links) brütet mit ihrem Team darüber, was bei den kleinen Bücherfreunden am besten ankommt: Farben, Motive und die Gestaltung der „Was ist was“-Bücher werden deshalb vorab noch mal ganz genau unter die Lupe genommen.

