

Das Mädchen mit dem blonden Haar

Seit 20 Jahren erscheint Wendy, das Pferdemagazin für Acht- bis Zwölfjährige

VON JANINE WERGIN

In vielen Mädchen-Zimmern haben sie irgendwann an der Wand gehangen: die Pferdeposter aus der Zeitschrift Wendy. Wendy steht für Mädchen-Träume der 80er und 90er Jahre, für Glück im Pferdesattel. Und obwohl „Tokio Hotel“, Handys und Internet die Jugendkultur verändert haben, interessieren sich die Acht- bis Zwölfjährigen immer noch für Fury und Black Beauty. Das zumindest sagt Chefredakteur Max Boeddeker. „Mädchen in diesem Alter sind nach wie vor besonders pferdeaffin. Ab 12, 13 wandern sie zu klassischen Magazinen wie der Bravo ab“.

Die Auflage sinkt

In diesem Sommer feiert das älteste Pferdemagazin für Mädchen seinen 20. Geburtstag. Bevor Wendy 1986 als Monatsheft auf den Markt kam, hatte keine Zeitschrift das Segment bedient. Offenbar ein Fehler, denn fast ohne Werbung und Marketing verdoppelte sich die Wendy-Startauflage von 41 000 Exemplaren innerhalb eines Jahres. Ab Herbst 1989 erschien Wendy alle 14 Tage, ab Mai 1996 wurde sie zum Wochenmagazin. Zwischenzeitlich erreichte das Heft eine Auflage von mehr als 200 000 Stück. Derzeit werden 110 000 Exemplare pro Woche verkauft, Ableger gibt es in Spanien, Dänemark, Schweden, Norwegen, Österreich und der Schweiz.

Den Namen Wendy hat der Ehapaverglag, zu dem das Magazin seit



Keine großen Änderungen: die Zeitschrift vor 12 Jahren (l.) und heute.

20 Jahren gehört, nicht erfunden. Er leitet sich vielmehr von „Wendy Promotion Limited“ ab – der Firmen-Kooperation zwischen Ehapaverglag und dem schottischen Medienhaus D.C. Thomson, welches die Comics für die Zeitschrift liefert.

Schon die ersten Hefte enthielten solche Bilder-Geschichten, gepaart mit Beiträgen über Pferde und Reiten. Wendy berichtete damals aber auch noch über andere Tiere. Später wurde die Figur des Mädchens Wendy erfunden, der blonden Pferdenärrin, „Wendy erlebt die Geschichten, die die Mädchen gerne erleben würden“, sagt Boeddeker. Weil sich Acht- bis Zwölfjährige

gern an älteren Mädchen orientieren, ist die Tierfreundin schon 17 Jahre alt. Umfragen hätten ergeben, dass der Comic mit Wendy die beliebteste Rubrik im Magazin ist, gefolgt von einem einseitigen Pferde-Comic und der eigens produzierten Fotostory. Wendy ist so beliebt, dass 1996 sogar eine TV-Serie in Neuseeland gedreht wurde, in der die Comic-Figur zum Mädchen aus Fleisch und Blut wurde. Demnächst sollen neue Folgen entstehen.

Wendy ist allerdings eine Heldin, die nicht groß verändert werden darf. Als die Comiczeichner zum Beispiel lange blonde Haare bis zur Schulter abschnitten, habe es einen

Aufschrei gegeben. „Für die Mädchen war das, als sei die beste Freundin zum Friseur gegangen und nun müssten sie das Resultat beurteilen“, erzählt der Chefredakteur. Noch heute – mehr als zwei Jahre nach der Veränderung – bekomme die vierköpfige Redaktion Briefe mit Meinungen und Vorschlägen zu Wendys Frisur. Auch die japanische Brieffreundin, die Wendy im Zuge des Manga-Booms bekam, blieb mangels Leserinteresse nur eine kurze Bekanntschaft.

Seit Konkurrenten wie Lissy und Jessy auf den Markt der Pferdema-gazine drängten, kommt es noch mehr darauf an, die Leserinnen ans Blatt zu binden. Wendy will sich durch die Qualität der Comics und durch Extras im Heft von den Mitbewerbern unterscheiden. Es gibt ein Merchandising-Angebot, das vom Kalender über Romane bis zur Wendy-DVD reicht. Trotzdem geht die Zahl der verkauften Exemplare zurück. Nach der optischen Überarbeitung vor sechs Monaten sank die Auflage im zweiten Quartal 2006 im Vergleich zum Vorjahr um rund 20,7 Prozent (28 000 Hefte).

Vielleicht ändern sich ja auch die Gewohnheiten junger Mädchen, vielleicht lesen sie die Zeitschrift nun lieber im Internet. Zum Jubiläum wurde jedenfalls die Webseite aufgepeppt. Im Wendy-Chat können die Mädchen erstmals mit der Comic-Heldin kommunizieren. Und sie können sich im Zimmer der 17-Jährigen umsehen und davon träumen, so zu sein wie sie.