

4 Bookcrossing als Mittel zur Leseförderung

„Lesen ist der Schlüssel zur Kultur und zur Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Leseförderung ist deshalb eine wichtige gesellschafts-politische Aufgabe, die einer besonderen Pflege und Förderung bedarf.“¹

In Kapitel 3 wurden Möglichkeiten aufgezeigt, Bookcrossing im Bereich der Kommunikations-politik und des Wissensmanagements in Verlagen einzusetzen. Das vorliegende Kapitel beleuchtet dagegen die Einsatzmöglichkeit des „Bücherkeuzens“ in einem außerökonomischen Bereich – in der Leseförderung. Abseits von unternehmerischen Gesichtspunkten wird hier die Frage aufgeworfen, ob Bookcrossing als Maßnahme im Rahmen einer gesamtgesell-schaftlichen Aufgabe und Herausforderung, wie die der Förderung des Lesens, geeignet sein kann und inwieweit die Leseförderung von Bookcrossing profitieren kann. Bevor auf diese Frage eingegangen wird, sollen zunächst die aktuelle Lesekultur in ihren Ausprägungen (Leseverhalten, -fähigkeiten und -gewohnheiten) und unterschiedliche Lesertypologien darge-stellt werden. Darauf folgen Ausführungen zu Projekten und Aktionen, die im Rahmen der Leseförderung in Deutschland bereits von ver-schiedenen Stellen und Organisationen durch-geführt wurden. Besondere Beachtung findet dabei die *Stiftung Lesen*, deren Hauptaufgabe es ist, die Leseförderung in Deutschland voranzu-treiben und zu fördern und deren Dringlichkeit stets in das öffentliche Bewusstsein zu bringen.

1992 wurde mit Unterstützung des *Bundes-ministeriums für Bildung und Forschung* eine Studie zur Lage des Lesens in Deutschland durchgeführt. Im Jahr 2000 wurde diese Studie unter dem Motto „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“ wiederholt. Die *Stiftung Lesen* initiierte diese in Kooperation mit dem *Börsenverein des deutschen Buchhandels*, der *Stiftung Presse-Grosso*, dem *SPIEGEL-Verlag* und der *Zeitungs- Marketing Gesellschaft*. Durchgeführt wurde die Studie vom *Ifak-Institut*

Taunusstein in zwei Wellen. Im März und April 2000 wurden 2530 Teilnehmer befragt und im Juli bis September 2000 wurden 120 qualitative Interviews geführt. Folgende Ziele² wurden mit dieser Befragung der deutschen Leser und Nichtleser verfolgt:

- das Sichtbarmachen von Veränderungen und Konstanten bezüglich des Lese- und Medienverhaltens (durch Vergleich mit der 92er Studie)
- die Untersuchung von veränderten Lesestilen und -strategien von (durch verschiedenste Medien geprägten) Jugendlichen
- die Wandlung des Lesens in Zeiten von PC und Internet

Das Datenmaterial dieser Studie dient zum großen Teil als Basis für die Ausführungen in diesem Kapitel.

4.1 Lesekultur in Deutschland

4.1.1 Leseverhalten

In Zeiten einer schnellebigen Medienwelt und Medienvielfalt stellt sich die Frage: Hat das Buch, als eines der ältesten Massenmedien, in Zukunft überhaupt noch Chancen? Es zeigt sich zwar, dass neue Medien wie der Computer oder das Internet nicht in Konkurrenz zum Buch stehen. „Alte“ und „neue“ Medien bestehen nebeneinander und werden komplementär genutzt. Allerdings stagniert der Bevölkerungsanteil der Buchleser in Deutschland seit Anfang der 90er-Jahre. Gründe hierfür sind immer kürzer werdende Abstände der Nutzung verschiedener Medien und ein steigendes Angebot an nicht-medialen Freizeitaktivitäten.³

Nachfolgend werden die Leseaktivitäten der deutschen Bevölkerung unter Beachtung ver-schiedener Indikatoren⁴ wie

¹ „Leseverhalten und Lesekultur in Deutschland“, in: „Handmappe Lesen“, Stiftung Lesen, Mainz 1996

² vgl. „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 7

³ vgl. ebenda, S. 85

⁴ vgl. ebenda, S. 10ff

- Lesehäufigkeit und Lesefrequenz
 - Zahl der gelesenen Bücher
 - private Buchbestände
 - Lesestrategien
 - Lesehindernisse
 - Bibliotheksnutzung
 - PC- und Internet-Nutzung
- dargestellt.

4.1.1.1 Lesehäufigkeit

Der Anteil der Buchleser an der deutschen Bevölkerung entwickelte sich seit den sechziger Jahren positiv. Ab 1990 wurde jedoch ein leicht rückläufiger Trend festgestellt, der sich in der jüngeren Vergangenheit fortsetzte.⁵ So zeigte die Studie der *Stiftung Lesen* „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, dass sich die Häufigkeit der Buchlektüre stark vermindert hat. Gaben 1992 noch 16 Prozent der Befragten an, täglich Bücher zu lesen, so nahmen im Jahr 2000 nur noch 6 Prozent täglich ein Buch zur Lektüre zur Hand. Gleichzeitig mit der Verminderung der Lesefrequenz – hauptsächlich bei unter 30-Jährigen – stieg die Anzahl derer, die nie Bücher lesen, von 20 auf 28 Prozent.⁶ Wöchentlich verbringt die deutsche Bevölkerung im Durchschnitt 140 Minuten mit unterhaltender Lektüre, wohingegen 1133 Minuten für Unterhaltung durch TV veranschlagt werden können. Damit steht das Buch in der Nutzungsdauer im Vergleich zu anderen Medien an letzter Stelle.⁷ Und hierbei passt es durchaus ins Bild, dass 73 Prozent der Befragten die Meinung vertreten, „sich auch auf andere Weise als durch das Bücherlesen“⁸ gut unterhalten zu können. Zunächst lässt sich also feststellen, dass Bücher seltener gelesen werden, d.h. dass eine Verminderung der Lesefrequenz zu erkennen ist.

4.1.1.2 Anzahl der gelesenen Bücher⁹

Im Gegensatz zur verminderten Lesehäufigkeit steigt die Anzahl der jährlich gelesenen Bücher. Die Studie der *Stiftung Lesen* konnte nachweisen, dass gegenüber 1992 der Anteil der Gruppe mit einem Lesepensum von 6 bis 20 gelesenen Büchern pro Jahr um 5 Prozent zugenommen hat. Auch die Reichweitenanteile der verschiedenen Buch-Genres sind gestiegen. Vor allem im

Ratgeber- und Sachbuchbereich gibt es Zuwachsraten von über 50 Prozent. Das heißt: Obwohl immer seltener Lektüre zur Hand genommen wird, werden immer mehr Bücher gelesen.

4.1.1.3 Private Buchbestände¹⁰

Korrespondierend zur steigenden Anzahl gelesener Bücher kann weiterhin festgehalten werden, dass die privaten Buchbestände der Bundesbürger deutlich angewachsen sind. Besonders in der Gruppe der bis 19-Jährigen wurde ein enormer Anstieg festgestellt. Hier verdoppelte sich die Zahl der Haushalte mit einem Bestand von 101 bis 250 Büchern im Vergleich zu 1992 auf 30 Prozent im Jahr 2000. Hierfür sind u.a. die Reichweitensteigerungen der verschiedenen Genres ursächlich. Durch intensivere Nutzung unterschiedlicher Buchgattungen vergrößern sich die Buchbestände privater Bibliotheken.

Wenn man also statuiert, dass, obwohl die Anzahl der gelesenen Bücher steigt und auch die privaten Buchbestände wachsen, trotzdem immer seltener gelesen wird, dann ist es nahe liegend, dass Motive für den Buchbesitz zum großen Teil andere sein müssen als das Interesse am Lesen. Einerseits muss hier die Anzahl der Buchgeschenke mit einbezogen werden, denn nahezu ein Viertel aller privater Buchbestände gehen aus Geschenken hervor¹¹. Andererseits ist es wahrscheinlich, dass die eigene stagnierende Lesepraxis kompensiert wird mit der Zurschaustellung und dem Besitz einer bestimmten Bücheranzahl. Hier liegt die Schlussfolgerung nahe, dass der Funktion des Buches als Statusobjekt offensichtlich eine nicht unbeachtliche Bedeutung zukommt. Gründe dafür können gestiegene Lebensstandards und hohe Freizeitbudgets sein.

4.1.1.4 Lesestrategien

Die Studie der *Stiftung Lesen* ermittelte eine deutliche Veränderung des Leseverhaltens bezüglich Lesestrategien und -techniken. Nahezu die Hälfte aller Befragten gab an, zwar bei einem angefangenen Buch zu bleiben, aber oft Lesepausen einzulegen. Diese Strategie wurde zu Beginn der 90er-Jahre nur von 18 Prozent der Leser verfolgt. Auch die Tendenz zum Überfliegen von Lektüre zeigt sich mit einer Steigerung von 14 auf 19 Prozent. Von der Gruppe der bis 19-Jährigen geben dies sogar

⁵ vgl. „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 85

⁶ vgl. ebenda, S. 11

⁷ vgl. ebenda, S. 137

⁸ ebenda, S. 280

⁹ Die Aussagen im folgenden Abschnitt beziehen sich auf: „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 12f

¹⁰ Die Aussagen im folgenden Abschnitt beziehen sich auf: „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 292f

¹¹ vgl. ebenda, S. 254f

31 Prozent an, wohingegen im Jahr 1992 nur 11 Prozent der unter 20-Jährigen diese Art von Lesetechnik bevorzugten. Das veränderte Leseverhalten ist weiterhin durch einen auffälligen Trend zum Parallel-Lesen charakterisiert. Der Anteil derer, die oft in mehreren Büchern parallel lesen, stieg von 9 auf 19 Prozent.¹²

Mit der Tendenz zum „Lese-Zapping“ ist demnach eine starke Veränderung im Umgang mit Lektüre auszumachen. Die Strategien des kurzzeitigen Lesens mit langen Pausen und des Überfliegens von Texten mit oft nur oberflächlicher Rezeption der Inhalte korrespondieren auffallend stark mit dem heutigen Fernsehverhalten. 55 Prozent der unter 30-Jährigen geben an, oft zwischen den Programmen zu wechseln und hin und her zu schalten.¹³ „Häppchenkultur und Zapping-Mentalität sind also keine Trends, die auf die Fernsehnutzung beschränkt sind, sondern finden sich auch im Leseverhalten der Buchnutzer verstärkt wider.“¹⁴ Insofern kann man von einem neuen Lesetrend, dem „Lese-Zapping“ sprechen.

4.1.1.5 Lesehindernisse

Der größte Hinderungsgrund für die Lektüre von Büchern ist, den Ergebnissen der Studie zufolge, die Bücherschwemme im deutschen Buchhandel. 74 Prozent der Befragten gaben an, dass es unmöglich sei, den Überblick über das Leseangebot zu behalten.¹⁵ Die Leser fühlen sich offenbar überfordert ob der fehlenden Transparenz auf dem Buchmarkt. Bei einer Neuerscheinungsflut von rund 63 000 Titeln (im Jahr 2000, zum Zeitpunkt der Erhebung der Studie) ist dies nur allzu nachvollziehbar. Zwar verringerte sich der Titelausstoß deutscher Verlage nach dem Rekordergebnis im Jahr 2001 von 64 600 Titeln um 7,3 Prozent auf 59 900 in 2002.¹⁶ Doch auch diese Zahl macht das Angebot auf dem deutschen Buchmarkt nur geringfügig übersichtlicher. Ein weiterer Hinderungsgrund für das Lesen ist die steigende Konkurrenz durch andere Freizeitaktivitäten. 73 Prozent der Befragten äußerten, sich auch auf andere Weise (als durch das Lesen von Büchern) zu unterhalten. Und 61 Prozent waren der Meinung: „Ich unternehme lieber andere Dinge als mich hinter Büchern zu vergraben.“¹⁷ Wenigleser gaben an, aus Zeitmangel nicht zu lesen, aber auch grundsätzliches Desinteresse ist ursächlich für deren Lese-Abstinenz.

*Definition „Info-Elite“:
Laut der Focus Marktanalyse
„Der Markt der Bücher“ aus
dem Jahr 2003 handelt es sich
hierbei um eine Werbe-
Zielgruppe, die durch ihr
ausgeprägt starkes Kommuni-
kationsverhalten, hohes
Informationsinteresse, Zukunfts-
orientierung und eine hohe
Mediennutzung charakterisiert ist.

Wohingegen bei Viellesern eher die hohen Buchpreise ein Hinderungsgrund sind. 38 Prozent würden mehr kaufen, wenn Bücher nicht so teuer wären.¹⁸ Ein letztes Lesehindernis ergibt sich aus der Konkurrenz des Buches mit anderen Medien. Die Frage, ob Bücher in heutigen Zeiten schon „out“ sind, wird im Abschnitt „PC- und Internet-Nutzung“ diskutiert.

4.1.1.6 Bibliotheksnutzung¹⁹

Die Nutzung von öffentlichen Bibliotheken ist in ganz Deutschland drastisch zurückgegangen. Besonders in den neuen Bundesländern werden Bibliotheksbesuche nur noch von 30 Prozent (2000) getätigt, gegenüber 46 Prozent im Jahre 1992. Auch in den alten Bundesländern sank die Bibliotheksnutzung um fast 10 Prozent auf ein Viertel der Bevölkerung. Soziodemografisch betrachtet sind verstärkt die jüngeren Bevölkerungsschichten im Alter von 14 bis 29 Jahren Bibliotheksnutzer. 40 Prozent dieser Gruppe geben an, sich dort regelmäßig mit Lektüre zu versorgen. Dass die Buchleihe nicht mehr attraktiv ist, bestätigt auch eine Studie des *infas-Institutes* vom Juli 2004. Demnach kennt jeder fünfte Deutsche seine Stadtbibliothek nicht.²⁰ Das staatliche Leseangebot, sprich die von Bibliotheken zur Verfügung gestellte Lektüre, wird also immer weniger in Anspruch genommen. Am häufigsten noch von Jugendlichen (wahrscheinlich aus Kostengründen) und von Schülern und Studenten (für Informations- und Recherchezwecke).

4.1.1.7 PC- und Internet-Nutzung

Die Untersuchung von PC- und Internet-Nutzung im Verhältnis zur Buchlektüre, ist ausschlaggebend für die Charakterisierung des heutigen Leseverhaltens. Stellt sich doch die Frage, ob Computer und Internet in Konkurrenz zum „alten“ Medium Buch stehen oder Buch- und Computer-Nutzung sich eher komplementär zueinander verhalten. Die so genannte Info-Elite* (zu der auch die Bookcrossing-Community gezählt werden kann) steht bei dieser Betrachtung im Mittelpunkt. 38 Prozent der deutschen Bevölkerung können mit diesem Begriff beschrieben werden, sind sie doch privat als auch beruflich Computer-Nutzer. Erwartungsgemäß sind hier die Gruppen der 14 bis 29-Jährigen und 30 bis 49-Jährigen am stärksten vertreten mit 63 Prozent bzw. 51 Prozent. Die Mediengewohnheiten der PC-Nutzer und der

¹² vgl. „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 18f

¹³ vgl. ebenda, S. 20

¹⁴ ebenda, S. 95

¹⁵ vgl. ebenda, S. 21

¹⁶ vgl. Focus Marktanalyse „Der Markt der Bücher“, München 2003, S. 2

¹⁷ vgl. „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 21

¹⁸ vgl. ebenda

¹⁹ Die Aussagen im folgenden Abschnitt beziehen sich auf: „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“,

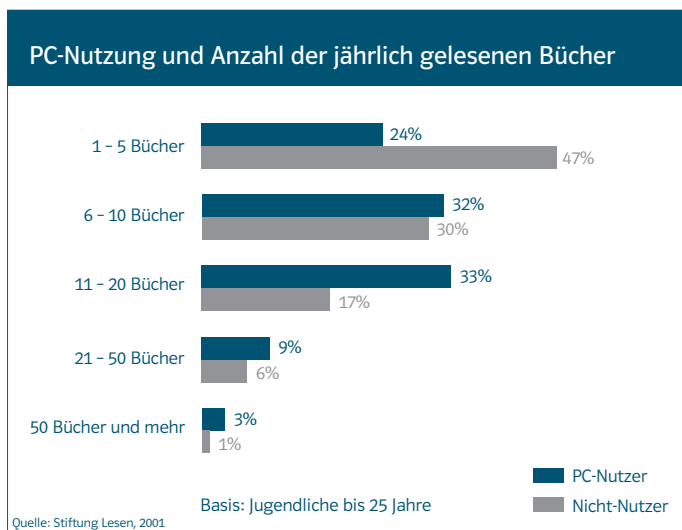
SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 23

²⁰ vgl. Fanny Weiß: „Ein Buch für alle“, in: <http://www.zdf.de> (Zugriff: 29.7.04)

Nichtnutzer unterscheiden sich in einigen Bereichen. Bei der Nutzung von Medien wie Fernsehen, Zeitungen und Zeitschriften sind die Abweichungen marginal. Bei der Nutzung von Büchern treten jedoch eklatante Unterschiede auf. Zum Beispiel lesen 64 Prozent der PC-Nutzer Sach- oder Fachbücher, wohingegen nur 22 Prozent der Nichtnutzer dies tun. Bezüglich der Belletristik-Lektüre ist der Unterschied etwas geringer. 29 Prozent der PC-Nutzer lesen Romane und Ähnliches, währenddessen nur 13 Prozent der Nichtnutzer sich gern mit der Lektüre von Belletristik unterhalten. Bei PC-Nutzern ist allgemein eine stärker ausgeprägte Bindung an das Medium Buch festzustellen als bei Nichtnutzern. Die Computer-Nutzer liegen sowohl bei der täglichen Lektüre als auch bei der Gesamtzahl der gelesenen Bücher klar vor den Nichtnutzern.²¹

Ähnliches lässt sich für den Bereich der Internet-Nutzung beobachten. Wenn alle Computer-Nutzer als Basis dienen (da PC-Nutzung als Voraussetzung für den Gang ins Internet gilt), dann ergibt sich für das Jahr 2000 ein Anteil von Internet-Nutzern von 68 Prozent der Gesamtbevölkerung.²² Neuere Zahlen belegen jedoch, dass die Anzahl der Internet-Nutzer von Jahr zu Jahr kräftig steigt. Laut der „ARD/ZDF-Online-Studie 2003“ verfügten im Jahr 2003 53,5 Prozent der über 14-jährigen Deutschen über einen Internet-Anschluss. Daten zur Online-Nutzung ergeben, dass mit 92,1 Prozent nahezu die gesamte Altersgruppe der 14 bis 19-Jährigen das Medium Internet nutzt.²³

Abb. 4.01
PC-Nutzung -
gelesene Bücher



Nutzer von Computern sind zu 80 Prozent Leser und 62 Prozent sind überdies Vielleser. Allerdings sind die Vielleser dieser Gruppe größtenteils Informationsleser – was durch das Beispiel der Sach- und Fachbuchleser (siehe oben) bekräftigt werden kann – und nur die Hälfte von ihnen liest belletristische Lektüre zur Unterhaltung.²⁴ Allerdings lässt sich umgekehrt feststellen, dass Intensivleser von unterhaltender Lektüre überwiegend unter den Intensiv-PC-Nutzern zu finden sind.²⁵ Die Nutzer von PC und Internet stellen eine Art Medienelite dar, denn sie nutzen grundsätzlich alle Arten von Medien deutlich intensiver als diejenigen Bevölkerungsanteile, die zu den Nichtnutzern der elektronischen Informationsmedien zählen. Unterstützend kann diese These in den Zusammenhang von PC-Nutzung und der Anzahl der jährlich gelesenen Bücher gebracht werden. Wie die Abb. 4.01 zeigt, ist die Gruppe der PC-Abstinente Bevölkerungsteile eher unter den Weniglesern (mit einem bis fünf Büchern pro Jahr) vertreten. Ein jährliches Lesepensum von 11 bis 20 Büchern wird von der Gruppe der PC-Nutzer mit einem fast doppelt so hohen Anteil wie den Nichtnutzern bewältigt. Auch die Abb. 4.02 zeigt, dass PC-Nutzung und das Lesen von Büchern in einem engen Zusammenhang stehen.²⁶

Durch die dargestellten Zusammenhänge wird offensichtlich: Lesekompetenz ist die Voraussetzung für PC-Kompetenz und überhaupt für Medienkompetenz. Eine „souveräne Nutzung der neuen Technologien ohne hoch entwickelte Lesefähigkeit und gut trainierte Lesefertigkeit“²⁷ ist nicht möglich und überdies erweist sich, „dass die „alte“ Kulturtechnik Lesen geradezu zur Eintrittskarte in die Computergesellschaft wird.“²⁸

Man gelangt also zu dem Ergebnis, dass sich Buch- und Computer-Nutzung komplementär zueinander verhalten. Eine Verdrängung in Richtung PC findet nicht statt und auch das Internet ist nicht in der Lage, dem „alten“ Medium Buch seine Kompetenz abzusprechen. Im Gegenteil, es wird ergänzend eingesetzt und genutzt, hauptsächlich von Viellesern. Denn die Studie der *Stiftung Lesen* zeigte auch, dass, neben dem informationsorientierten Lesen von Sach- und Fachbüchern, das Buch seine Berechtigung durch die Funktion als sinnliches Lese-

²¹ vgl. „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 26f

²² vgl. ebenda, S. 131f

²³ vgl. „Mehr als die Hälfte aller Deutschen sind online“, in: <http://www.zdf.de> (Zugriff: 4.7.04)

²⁴ vgl. „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 143

²⁵ vgl. ebenda, S. 90

²⁶ vgl. ebenda, S. 169

²⁷ Wolf-Michael Catenhusen: „Grußwort“, in: „Gutenbergs Folgen“, Hrsg: Stiftung Lesen, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2002, S. 11

²⁸ ebenda

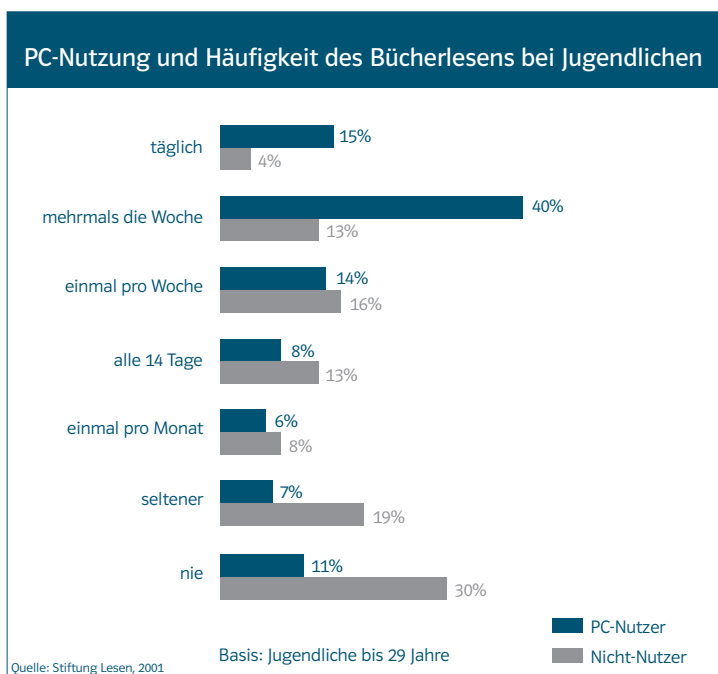


Abb. 4.02
PC-Nutzung -
Lesehäufigkeit

medium nicht verloren hat (im Gegensatz zum mühsamen Lesen von Texten am Bildschirm). Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass eine Wandlung des Leseverhaltens in Deutschland im neuen Jahrtausend bezüglich verschiedener Kriterien stattgefunden hat. Es werden immer seltener, aber immer mehr Bücher gelesen. Auch aufgrund dessen steigt der private Buchbesitz mehr und mehr. Lese-strategien verändern sich mit Tendenz zur „Häppchenkultur“. PC und Internet verdrängen das Buch nicht, sondern verhalten sich komplementär zueinander. Die Etablierung der „neuen“ Medien bedingt ausgeprägte Lesekompetenz für den Zugang zur Welt der „Bits und Bytes“. Und obwohl enorme Hindernisse, wie die Bücher-schwemme auf dem deutschen Buchmarkt und die Konkurrenz durch andere (mediale und nicht-mediale) Freizeitaktivitäten, den Zugang zum Lesen erschweren, gibt es im Jahr 2000 weniger Kaumleser (als noch 1992), gleichzeitig aber immer mehr Durchschnitts- und Vielleser. Die Leseintensität hat also zugenommen.

4.1.2 Lesertypologien²⁹

Um einen Gesamtüberblick über das Leseverhalten in Deutschland zu erhalten, wurde von der *Stiftung Lesen* mit der Auswertung der repräsentativen Studie gleichzeitig eine Buch-

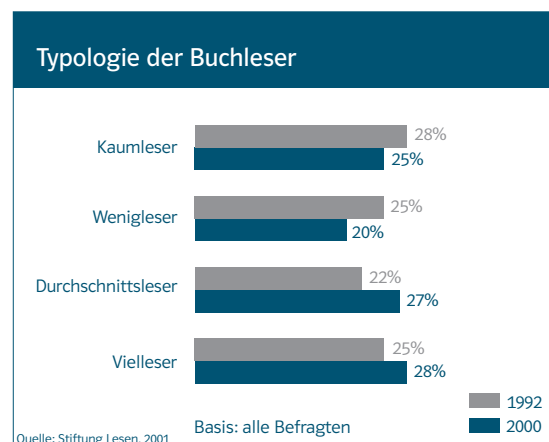


Abb. 4.03
Vier Lesertypen

lesertypologie erarbeitet. Die deutsche Lese-landschaft kann dieser zufolge grundsätzlich in die vier Typen Vielleser, Durchschnittsleser, Wenigleser und Kaumleser eingeteilt werden (s. Abb. 4.03).³⁰

Im Folgenden werden die einzelnen Lesertypen in Kurz-Charakteristiken dargestellt.

4.1.2.1 Vielleser

Ein knappes Drittel der Bevölkerung wird in die Kategorie der Vielleser eingeordnet. Frauen sind hier deutlich in der Überzahl. 63 Prozent der Vielleser sind in den Altersstufen zwischen 14 und 49 Jahren zu finden. Vielleser zeichnen sich im Besonderen durch ihre hohe Bildung aus. Neun Prozent bzw. 15 Prozent haben den Bildungsabschluss der Hauptschule ohne und mit abgeschlossener Berufsausbildung. Dagegen sind 59 Prozent Abiturienten und sogar 68 Prozent Hochschulabsolventen unter den Viellesern zu finden. Nach Tullius verstärkt sich das Bild der Vielleser als Angehörige einer Bildungselite, denn: „Bildung erscheint als wichtige Voraussetzung, ein Vielleser zu werden. Gleichzeitig erreicht man eine höhere Bildung auch nicht ohne jede Lektüre. Bildung ist eine Folge des Lesens.“³¹

Viellesern stehen täglich 311 Minuten Freizeit zur Verfügung. Sie sind zu 70 Prozent an Kultur (Kunst, Literatur, Geschichte, Weltanschauung) interessiert und an einem anspruchsvollen Fernsehprogramm (48 Prozent). 50 Prozent der so genannten Print-Orientierten (überwie-

²⁹ Die Aussagen der Kapitelabschnitte 4.1.2.1 bis 4.1.2.4 beziehen sich auf: „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 61ff

³⁰ vgl. „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 24

³¹ Christiane Tullius: „Typologien der Leser und Mediennutzer“, in: „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 62

gend weiblich, höhere Bildung, Lesepensum über 20 Bücher pro Jahr) sind Vielleser. Wie in Kap. 4.1.1 gezeigt wurde, sind Vielleser auch Vielmediennutzer. Folglich können sie auch als Medienaktive bezeichnet werden. Sie nutzen alle Arten von Medien insgesamt stärker als der Durchschnitt der Bevölkerung, obwohl sie über weniger Freizeit verfügen als Wenig- oder Kaumleser. Zum Beispiel beträgt der Anteil der Vielleser unter den PC-Nutzern 43 Prozent. Diese Verbindung aus „alten“ (Buch) und „neuen“ (PC und Internet) Medien zeigt sich insbesondere beim „Bücherkreuzen“. Die These, dass Vielleser auch Vielmediennutzer sind, findet mit dem Phänomen Bookcrossing (mit seinen viellesenden Community-Mitgliedern) Bestätigung.

Bei der Frage nach den Lesemotiven sind Vielleser zu 48 Prozent bei den unterhaltungsorientierten, zu 36 Prozent bei den informationsorientierten und zu 33 Prozent bei den weiterbildungsorientierten Lesern zu finden. 60 Prozent der Literatur-Leser und 41 Prozent der Fach- und Sachbuchleser sind Vielleser. Dieser Lesertyp hat i.d.R. hohe und gleichzeitig viele Erwartungen an Bücher (51 Prozent). Am wichtigsten ist für ihn der Realitätsbezug (45 Prozent) und auch das Anregen der Phantasie beim Lesen ist von Bedeutung (33 Prozent).

Für Vielleser gibt es nur zwei erwähnenswerte Hinderungsgründe für das Lesen. Zum einen fühlen sich viele dem Druck und der Verpflichtung zum Lesen ausgesetzt (Schüler und Studenten), zum anderen spielen die hohen Buchpreise für diese Gruppe eine Rolle als Barriere für das Lesen. Vielleser nutzen ihre Freizeit insgesamt häufiger zum Lesen als andere Lesertypen. Sie sind bei den Lesergruppierungen der Intensiv-, Pausen- und Gelegenheitsleser jeweils mit den höchsten Anteilen vertreten. So sind z.B. 68 Prozent der Intensivleser Vielleser.

Weiterhin kann festgehalten werden, dass zwischen dem Kriterium Lesesozialisation und dem Lesertypus ein deutlicher Zusammenhang besteht. 52 Prozent der Gruppe, in der innerhalb der Familie positiver Leseinfluss ausgeübt wurde, sind Vielleser. Dagegen sind in der Gruppe derer, die allgemein negative Erfahrungen mit dem Lesen gemacht haben, nur 13 Prozent Vielleser anzutreffen.

In den vorangegangenen Ausführungen wurde die Charakteristik von Viellesern beschrieben. Von Interesse ist in diesem Zusammenhang die Frage: Wie wird man zum Vielleser? Die Studie der *Stiftung Lesen* ermittelte, dass insbesondere zwei Variablen hierfür ursächlich sind. Die durch das Elternhaus erfahrene Lesesozialisation ist die erste ausschlaggebende Variable. Danach wird man zu 52 Prozent zum Vielleser, wenn beide Elternteile lesen. Die Bildung stellt die zweite wichtige Variable dar. Die Chancen zum Vielleser zu werden steigen, wenn beide Eltern lesen und man dazu noch selbst eine hohe Bildung genossen hat, auf 76 Prozent. Dem Einfluss von Lesevorbildern in der Familie kommt dabei ein höherer Stellenwert zu als der durch Schule und Studium erfahrenen Bildung. Denn es zeigt sich, dass auch eine höhere Bildung fehlende familiäre Vorbilder nicht ausgleichen kann. Hochgebildete werden danach nur zu 30 Prozent zu Viellesern, wenn beide Elternteile nicht lesen. Weitere ausschlaggebende Variablen für die Entwicklung zum Vielleser sind Einkommen und Beruf.³²

4.1.2.2 Durchschnittsleser

Mit 27 Prozent stellen Durchschnittsleser die zweitgrößte Gruppe der Leser dar. In dieser Kategorie sind die Leseinteressen weniger vielfältig als bei den Viellesern ausgeprägt. Der Anteil der Durchschnittsleser an den Kulturinteressierten beträgt 23 Prozent. Männerthemen bevorzugend sind 37 Prozent Durchschnittsleser und 31 Prozent haben allgemein ein vielseitiges Interesse. 31 Prozent Durchschnittsleser geben weiterhin an, dass Printmedien in ihrer Freizeit von Bedeutung seien. Einem Drittel sind jedoch auch andere elektronische Medien zur Freizeitbeschäftigung wichtig. 37 Prozent der Vielmediennutzer sind Durchschnittsleser. Der Anteil der Durchschnittsleser unter den PC-Nutzern beläuft sich auf ein Drittel und liegt damit 10 Prozentpunkte unter dem Anteil der Vielleser.

Bezüglich der Lesemotive sind die Durchschnittsleser nahezu gleichmäßig unter den unterhaltungsorientierten (35 Prozent), den informationsorientierten (37 Prozent) und den weiterbildungsorientierten (37 Prozent) Lesern zu finden. Auch die unterschiedlichen Erwartungen an Bücher sind bei den Durchschnittslesern ausgewogen. Jeweils ein starkes Drittel

³² vgl. „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 79f

derer, die den Realitätsbezug schätzen, die ihre Phantasie angeregt sehen möchten, die Selbstverwirklichung in der Lektüre suchen oder allgemein viele Erwartungen haben, sind Durchschnittsleser.

Das Lesen wird bei dieser Gruppe hauptsächlich durch die hohen Buchpreise verhindert (34 Prozent). Andere Hinderungsgründe sind, dass das Lesen als Pflicht empfunden wird (27 Prozent), dass das Lesen zu anstrengend ist (20 Prozent) und 24 Prozent beziehen ihre Informationen vorzugsweise aus anderen Quellen. Durchschnittsleser schätzen sich selbst vor allem als selektive Leser, als Pausenleser und als Gelegenheitsleser ein.

Grundsätzlich ist die Betrachtung der Durchschnittsleser im Vergleich zu den anderen Lesertypen wenig interessant, da sich diese Lesertypen durch keine besonderen Merkmale auszeichnet – sie stellt den Mittelwert der lesenden Bevölkerung dar.

4.1.2.3 Wenigleser

Wie die Abb. 4.03 zeigt, hat sich die Zahl der Wenigleser (wie auch der Kaumleser) von 1999 bis zum Jahr 2000 um fünf Prozentpunkte verringert, zu Gunsten der Durchschnitts- und Vielleser. Das Themeninteresse des Lesertyps Wenigleser ist eher einseitig. 27 Prozent der Gruppe, die wenig Interesse für verschiedene Themen zeigen, sind Wenigleser. Für den Ratgeberbereich interessieren sie sich jedoch verstärkt und stellen dort mit 27 Prozent einen großen Anteil dar. Nur 15 Prozent der PC-Nutzer sind Wenigleser und nur 8 Prozent gehören der Gruppe der Viemediennutzer an. Der Zusammenhang zwischen dem Lesen und der Mediennutzung kann also auch hier hergestellt werden. Liest man viel, so ist man i.d.R. auch Viemediennutzer. Wenigleser sind dagegen eindeutig Wenignutzer, was die Medien im Allgemeinen anbetrifft.

Bezüglich der Lesegründe gehören Wenigleser zu 17 Prozent der unterhaltungsorientierten, dagegen zu 26 Prozent der informationsorientierten und zu 30 Prozent der weiterbildungsorientierten Leserkategorie an. Wenigleser lesen also nicht zur Unterhaltung. Sie lesen, weil sie durch berufliche Gründe dazu gezwungen sind und nicht, weil sie Spaß daran haben. Bei der

Nutzungshäufigkeit verschiedener Genres findet man die Wenigleser vor allem unter den Lesern von Sach- (35 Prozent), Ratgeber- und Abenteuerbüchern (jeweils 32 Prozent). Ein Großteil der Wenigleser erwartet von Lektüre Hilfestellung zur Selbstverwirklichung (39 Prozent) und Anregung der eigenen Phantasie (29 Prozent).

Bei der Gruppe der Wenigleser steht dem Lesen vor allem die Information durch andere Quellen und Medien entgegen (34 Prozent). Hohe Buchpreise stellen für sie zu 21 Prozent eine Lesebarriere dar. Bezüglich der Lesestile sind die Wenigleser zum größten Teil unter den selektiven Lesern (21 Prozent) zu finden. Nur 5 Prozent der Intensivleser bezeichnen sich dagegen als Wenigleser. Bestimmend für das Lesen ist für die Wenigleser zum Großteil der frühere Einfluss durch Kindergarten und Schule. 29 Prozent dieser Gruppe geben dies an. Dieser Wert korrespondiert mit den Erkenntnissen bezüglich der Fragestellung, wie man zum Vielleser wird. Damit wird weiterhin klar, dass Wenigleser offenbar kaum lesende Vorbilder in der Familie hatten, wenn sie nur auf Lesesozialisation, von außen kommend, verweisen können. Die Entwicklung zum Wenigleser geht offensichtlich einher mit dem Fehlen familiärer Lesevorbilder.

4.1.2.4 Kaumleser

Mit 370 Minuten steht Kaumlesern verhältnismäßig viel freie Zeit pro Tag zur Verfügung. Trotzdem sind sie nicht zur Buchlektüre zu bewegen. Sie interessieren sich allgemein nur für wenige Themen und bevorzugen eher tagesaktuelle Berichterstattung. Nur jeder Zehnte, der vielseitiges Interesse zeigt, ist ein Kaumleser. Zum Großteil informieren sie sich durch das Fernsehen und sie lesen Zeitung. 45 Prozent der so genannten Fernseh- und Radio-Orientierten sind Kaumleser. Das lässt erkennen, dass sie Informationen bevorzugt aus diesen Medien beziehen. Kulturinteressierte lassen sich unter diesem (Nicht-)Lesertyp kaum finden. Statt dessen sind sie an Politik, vor allem auf das engere Lebensumfeld bezogen, und am aktuellen Tagesgeschehen (46 Prozent) interessiert. Kaumleser verhalten sich weiterhin eher medienpassiv, denn mit 52 Prozent stellen sie die größte Gruppe unter den Wenigmediennutzern und nur zu 9 Prozent sind sie unter den PC-Nutzern vertreten. Den größten Anteil der an Ratgeber-

themen Interessierten stellen die Kaumleser mit 35 Prozent. Nach ihrem Interesse an Politik (46 Prozent Kaumleser) ist dies ihre zweitwichtigste Themenpräferenz.

Kaumleser können keine Motivationsgründe für das Lesen angeben. Sie sind daher eher als Nichtleser zu bezeichnen. Weiterhin besteht die Gruppe derer, die wenig oder kaum Erwartungen an Lektüre stellt, zu 70 Prozent aus Kaumlesern. Da sie so gut wie nicht lesen, haben sie auch keinerlei Erwartungen an Bücher. Gründe für das Nichtlesen dieser Gruppe sind verschiedene Lesebarrieren. Als das größte Lesehindernis (49 Prozent) bezeichnen Kaumleser die Anstrengung, die das Lesen für sie mit sich bringt. Darüber hinaus sind mehr als jedem dritten Kaumleser andere Informationsquellen wichtiger. Hohe Buchpreise stellen für die Kaumleser keine große Lesebarriere dar. Nur 10 Prozent geben dies an. Lesesozialisation hat bei den Kaumlesern offenbar nur im negativen Sinne stattgefunden. In der Gruppe derer, die negative Erfahrungen mit dem Lesen gemacht haben, sind 43 Prozent Kaumleser zu finden.

Auch bei den Kaumlesern stellt sich die Frage: „Wie wird man zum Kaum- oder Nichtleser?“ Oder: „Warum liest man nicht oder nur wenig?“ Die Studie der *Stiftung Lesen* hat auch hierzu eine Analyse durchgeführt. Analog zu der Frage nach den wichtigsten Voraussetzungen für die Entwicklung zum Vielleser sind auch bezüglich der Untersuchung der Kaumleser die beiden Variablen Leseverhalten der Eltern und Bildung heranzuziehen. Danach besteht nur eine achtprozentige Chance Kaumleser zu werden, wenn beide Eltern lesen. Ist zusätzlich die zweite Variable (hohe Bildung) im positiven Sinne erfüllt, sinkt der Kaumleser-Anteil gegen Null. Ist das Elternhaus hingegen gänzlich lesefrei, so wird der Nachwuchs zu 47 Prozent zum Nichtleser. Wenn dies mit einer niedrigen Bildung einhergeht und keine Berufsausbildung abgeschlossen wird, dann ist der Weg zum Nichtleser zu 70 Prozent vorprogrammiert.

4.1.3 Lesefähigkeiten und Lesegewohnheiten von Schülern in Deutschland

Wie im vorigen Kapitelabschnitt dargestellt wurde, ist die Lesesozialisation im näheren Umfeld von Kindern und Jugendlichen, also in

Kindergarten und Schule, vor allem aber im elterlichen Zuhause entscheidend für die Entwicklung zum Leser. In diesem Abschnitt werden Lesefähigkeiten, -kompetenzen und -gewohnheiten von Schülern dargestellt, wobei die außerfamiliären Faktoren zur Beeinflussung des Leseverhaltens im Vordergrund stehen.

Das *Statistische Bundesamt* gibt an, dass Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 10 und 24 Jahren im Durchschnitt nur eine halbe Stunde pro Tag lesen. Hierbei ist jedoch jegliche Art von Lektüre berücksichtigt, angefangen vom Lesen von Beipackzetteln, über Broschüren, Kataloge, Zeitungen und Zeitschriften bis schließlich zum Buch.³³

Eine Untersuchung der *Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg* zeigt weiterhin, dass die Lieblingsmedien der 12 bis 16-jährigen Jungen Computer und Spielekonsolen sind. Mädchen sind dem Buch zwar etwas mehr zugeneigt, jedoch gegen TV-Serien und Musikhören hat es auch bei ihnen nur eine geringe Chance.³⁴

Erschreckendes hat auch die *PISA-Studie* (im Jahr 2000 durchgeführt) bezüglich der Lesefähigkeiten deutscher Schüler herausgefunden. Sechs besondere Auffälligkeiten, die dabei ermittelt werden konnten, werden im Folgenden kurz dargestellt:³⁵

Im internationalen Vergleich der Lesekompetenz schneiden deutsche Schüler nur mit einem „unzureichend“ ab.

(Interpretieren und Bewerten von Textaufgaben, literarischen Texten, Diagrammen, Bildern, Karten, Tabellen und Grafiken.)

23 Prozent der Schüler sind sehr schlechte Leser.

(Messung der Leseleistungen anhand von fünf Kompetenzstufen; Nichterreichen von unterster Kompetenzsstufe I von 10 Prozent der deutschen Schüler; nur 9 Prozent erreichen Kompetenzsstufe V.)

Deutsche Schüler geben zu 42 Prozent an, nur ungern zu lesen.

(Deutsche Schüler lesen nicht zum Vergnügen. Unter 14 vergleichbaren Ländern bildet Deutschland das Schlusslicht.)

³³ vgl. „Deutsche verbringen täglich eine 3/4 Stunde ihrer Freizeit mit Lesen“, in: <http://www.destatis.de> (Zugriff: 21.4.04)

³⁴ vgl. Bastienne Hamann: „Acht Minuten täglich“, in: <http://www.zdf.de> (Zugriff: 28.7.04)

³⁵ vgl. http://www.stiftunglesen.de/forschung/mainframe_forschung.html (Zugriff: 28.7.04)

Im internationalen Vergleich schneiden deutsche Schüler in Mathematik etwas besser ab als im Lesen.

(Deutsche Schüler liegen in Mathematik auf dem 20. Rang und damit leicht unter dem internationalen Durchschnitt. Die Risikogruppe im Rechnen ist mit 24 Prozent besonders groß. Ein Grund dafür ist u.a., dass die mathematische Grundbildung eng mit dem Lesen zusammenhängt.)

Schüler aus Migrantenfamilien sind benachteiligt.

(Nahezu 50 Prozent der Jugendlichen aus zugezogenen Familien erreichen die unterste Kompetenzstufe I bezüglich der Lesekompetenz nicht. Ursächlich dafür ist unzureichendes Leseverständnis durch sprachliche Defizite.)

Beim Lesen zeigen sich in Deutschland soziale Unterschiede am stärksten.

(In Deutschland findet kein Ausgleich von sozialen Unterschieden durch Bildung statt. Vergleichbar wird dies durch das Abschneiden an letzter Position von 32 Ländern. Die Ursache ist vor allem fehlende Förderung von Kindern aus sozial schwächeren Schichten.)

Ursache für das schlechte Abschneiden hinsichtlich der Lesekompetenz der Jugendlichen ist vor allem die abnehmende Lesesozialisation im Elternhaus. Dies ist äußerst bedenklich, da für eine positive Entwicklung der Lesefähigkeit und der Leselust zunächst nichts wichtiger ist als der Einfluss der Familie mit begleitenden Initiativen im Kindergarten und Deutschunterricht.³⁶

Nach den Aussagen von 14 bis 19-jährigen Jugendlichen ist für das Jahr 2000 tatsächlich ein stark abnehmender Familieneinfluss festzustellen. Nur noch 41 Prozent, und damit nahezu 20 Prozent weniger als noch im Jahr 1992, berichten, dass im Elternhaus immer viele Bücher vorhanden waren. Dies erstaunt umso mehr, als dass die Tendenz zu größeren privaten Buchbeständen festgestellt wurde (s.a. Kap. 4.1.1). Der Versuch einer Erklärung dieser Diskrepanz bezieht sich auf die Vermutung der Autorin, dass der steigende Buchbesitz offenbar auf andere Bevölkerungsschichten mehr zutrifft als auf Familien mit Kindern. (Um dies ausreichend

zu klären, müsste auf den Zusammenhang von Geburtenraten in verschiedenen sozialen Schichten und deren Bildung eingegangen werden, was jedoch für die vorliegende Arbeit nicht von zentralem Interesse ist.) Gleichfalls um 20 Prozent gesunken ist der Anteil der Jugendlichen, die angeben: „Zu Hause wurde immer sehr darauf geachtet, dass ich gute Bücher las.“ In Bibliotheken oder Büchereien gingen im Jahr 2000 nur noch halb so viele Jugendliche wie 1992, als noch 51 Prozent für Leihbücher zu begeistern waren. Den Deutschunterricht fanden nur 32 Prozent interessant und auch der kommunikative Austausch über Bücher mit den Eltern ist um 10 Prozent gesunken. Insgesamt ist die Lesesozialisation und der Familieneinfluss gegenüber 1992 um die Hälfte zurückgegangen. Das Ausmaß dieser rückläufigen Tendenz ist erschreckend hoch und macht die Notwendigkeit früher Förderung in Kindergarten und Schule dringlicher denn je. Denn eine direkte Einwirkung auf das Leseverhalten des Elternhauses ist praktisch nicht möglich.³⁷

Umso beruhigender scheint es da, dass mit dem Einfluss von Kindergarten und Schule noch Möglichkeiten offen stehen, die vom Elternhaus bezüglich des Lesens vernachlässigten Kinder und Jugendlichen zum Lesen zu bringen. Die Studie der *Stiftung Lesen* belegt, dass knapp ein Viertel der Befragten auf den positiven Einfluss dieser Bildungseinrichtungen bezüglich der Lesesozialisation verweisen können.³⁸

Das Leseverständnis von Grundschulern war u.a. Prüfungsgegenstand der „Internationalen Grundschul-Lese-Untersuchung“ (*IGLU*) im Frühjahr 2001. Deutschlands Viertklässler belegten dabei im internationalen Vergleich den 11. Platz von 35 teilnehmenden Ländern. Dass deutsche Grundschüler mit der *IGLU-Studie* etwas besser abschnitten als ihre älteren Mitschüler beim *PISA-Test*, bedeutet u.a., dass Förderung und Stärkung der Lesekompetenz im Kindesalter von enormer Bedeutung ist und auch weiterhin nicht vernachlässigt werden sollte.

Die Ergebnisse der *PISA-* und der *IGLU-Studie* weisen auf die Notwendigkeit früher Förderung hin. Allein die Errichtung von Ganztageschulen, wie von der Bundesregierung als Konsequenz gefordert und im Rahmen der Agenda 2010 umgesetzt (im Juni 2004 Eröffnung

³⁶ vgl. „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 25

³⁷ vgl. ebenda, S. 26

³⁸ vgl. ebenda, S. 77

der tausendsten neuen Ganztageschule „nach PISA“³⁹), reicht diesbezüglich nicht aus. Insbesondere in den ersten sechs Lebensjahren sind intensive Maßnahmen zu ergreifen, welche die Kinder auf den Schulbesuch vorbereiten. Hauptsächlich Kinder aus weniger gebildeten Familien, denen jegliche Heranführung an das Buch fehlt, z.B. das Vorlesen durch die Eltern, müssen in dieser Zeit gezielte Fördermaßnahmen erhalten. Es ist nötig, Fantasie und Neugierde zu wecken, damit Interesse und Freude an Geschichten und am Erzählen aufkommen. Denn Versäumnisse bezüglich der Lesesozialisation in diesem Alter können zu späterer Zeit nur schwer ausgeglichen werden.

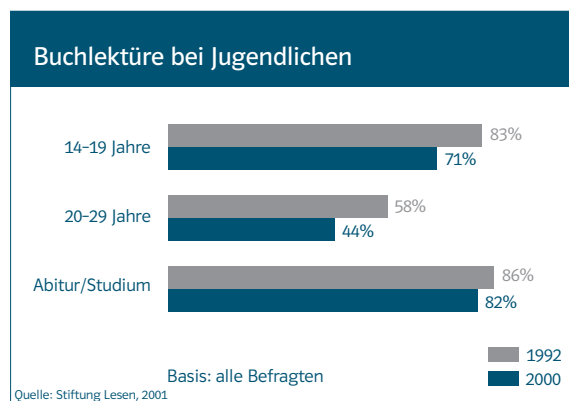
Das Beherrschen der deutschen Sprache ist zweifellos Voraussetzung für einen erfolgreichen Schulstart. Doch nicht nur Kinder aus nicht-deutschen Elternhäusern sind von Sprachproblemen betroffen. Es zeigt sich, dass 20 Prozent der Kinder deutscher Herkunft zum Zeitpunkt der Einschulung deutliche Sprachdefizite haben. Das Entwicklungsfenster für die Sprache schließt sich spätestens zum Ende des neunten Lebensjahres. Bis zu diesem Zeitpunkt muss die sprachliche Prägung erfolgt sein, andernfalls ist die Entwicklung von Lesefähigkeiten stark eingeschränkt. Denn das Lesen ist den Menschen nicht angeboren. Die Ausbildung der Lesekompetenz erfolgt vor allem zwischen dem 13. und 15. Lebensjahr. In dieser Zeit ist aktives Handeln gefragt, denn das Lesen an sich ist Voraussetzung für die Ausbildung der Lesefähigkeit. Sowohl Sprache als auch Lesekompetenz gelten als Schlüsselqualifikationen für weiteres Lernen und, darüber hinaus, als Basis für spätere Medienkompetenz. Fördermaßnahmen für Schüler in beiden Bereichen sind daher unumgänglich.⁴⁰

Nicht nur die *PISA-Studie* hat einen rückläufigen Trend im Leseverhalten von Jugendlichen ausgemacht, auch die Studie der *Stiftung Lesen* konnte diesbezüglich Daten erheben. So betrifft die Verminderung der Lesefrequenz vor allem die Jüngeren bis 30 Jahre. Die *Abb. 4.04* zeigt, dass in beiden Altersklassen ein Rückgang bezüglich der Buchlektüre zu verzeichnen ist.

In Kapitel 4.1.1 wurde auf die PC- und Internet-Nutzung als Indikator für das Leseverhalten eingegangen. An dieser Stelle sei speziell auf den Umgang der Jugendlichen mit den neuen Medien hingewiesen. Auf Grund der ansteigenden Verbreitung von Computer und Internet-Anschlüssen in privaten Haushalten in den letzten Jahren, geht die Verfasserin der vorliegenden Arbeit davon aus, dass die nachfolgenden Zahlen der Studie aus dem Jahr 2000 inzwischen, vier Jahre später, nochmals angestiegen sind.

Die Studie der *Stiftung Lesen* ermittelte, dass im Jahr 2000 drei Viertel der Jugendlichen regelmäßig einen PC nutzen. Sie liegen damit deutlich über dem Durchschnitt, denn nur ein Viertel der Gesamtbevölkerung nutzt für gewöhnlich Computer. Auch bei der jüngeren Bevölkerung bestätigt sich der enge Zusammenhang zwischen dem Bücherlesen und der PC-Nutzung. So greifen z.B. 15 Prozent der bis 29-jährigen PC-Nutzer täglich zum Buch, wohingegen dies nur 4 Prozent der Nicht-PC-Nutzer tun. Mehrmals in der Woche lesen 40 Prozent der jugendlichen PC-Nutzer bis 29 Jahre, Nicht-PC-Nutzer dagegen nur zu 13 Prozent. Am anderen Ende der Skala zeigt sich ein umgekehrtes Bild: Nur 11 Prozent der Computer-Nutzer greifen nie zum Buch. Bei den Nichtnutzern beträgt der Anteil der Nichtleser schon 30 Prozent. Dieser Zusammenhang bestätigt sich auch bei der Betrachtung der Korrelation von Computernutzung und Anzahl der gelesenen Bücher pro Jahr (s. *Abb. 4.01*). Wenigleser mit ein bis fünf gelesenen Büchern pro Jahr finden sich zu 47 Prozent unter Nichtnutzern, allerdings nur zu 24 Prozent unter den PC nutzenden Jugendlichen. 11 bis 20 Bücher pro Jahr werden dagegen von 33 Prozent der PC-Nutzer und nur von 17 Prozent der Nichtnutzer gelesen. Auch anhand dieses Datenmaterials (speziell für Jugendliche) kann gezeigt werden, dass Medienkompetenz Lesekompetenz voraussetzt. Dabei verhindert

Abb. 4.04
Jugendliche lesen
weniger



³⁹ vgl. Anzeige der Bundesregierung in: DER SPIEGEL 32/2004, S. 63

⁴⁰ vgl. Klaus Ring: „Handeln nach der PISA-Studie“, Stiftung Lesen, Mainz 2003

die Nutzung des Computers nicht etwa die Buchlektüre, sondern sie findet komplementär statt.⁴¹

4.2 Leseförderung in Deutschland: Überblick über bestehende Formen und Projekte der Leseförderung

4.2.1 Grundformen der Leseförderung

Dass Leseförderung eine gesellschaftspolitische Aufgabe darstellt, ist unbestreitbar. Die *Stiftung Lesen* vertritt die Auffassung: „Leseförderung umfasst grundsätzlich alle Möglichkeiten pädagogischen, kulturellen, politischen und publizistischen Handelns, die darauf abzielen, die Bereitschaft zur Beschäftigung mit Printmedien (Buch, Zeitung, Zeitschrift) bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen zu heben. Dabei zielt Leseförderung in Abgrenzung von der Leseerziehung als reine Vermittlung der Lesefertigkeit auf die positive Beeinflussung des Leseverhaltens, der Lesemotivation und des Lesegeschmacks.“⁴²

Die Ausgestaltung von Leseförderungsmaßnahmen kann in vier verschiedenen Grundformen⁴³ erfolgen, die nachfolgend dargestellt sind:

- **direkte Leseförderung**
Alle Maßnahmen, die unmittelbar stattfinden und in pädagogischer Art und Weise auf die Lesebereitschaft der Rezipienten einwirken (z.B. Autorenlesungen, Buchclubs etc.).
- **Vermittlungsförderung**
Alle Maßnahmen bezüglich der Bereitstellung von Informationen, Know-how und Empfehlungen an Vermittler (z.B. Briefe zur Medien-erziehung).
- **Kampagnenformen der Leseförderung**
Aktionen, die hauptsächlich darauf abzielen, das Lesen zu einem öffentlichen Thema zu machen, um damit Effekte für die Lesemotivation zu erzielen (z.B. „Das große Lesen“, „Corso der Lichtgestalten“).
- **Leseförderung im Medienverbund**
Aktionen, bei denen Maßnahmen sowohl in den elektronischen Medien als auch in den Printmedien forciert werden (z.B. „Das große Lesen“).

Verschiedene Maßnahmen und Aktionen zur Leseförderung werden in den folgenden Kapitelabschnitten (4.2.2 bis 4.2.4) vorgestellt.

4.2.2 Projekte der *Stiftung Lesen*

Seit 1988 engagiert sich die *Stiftung Lesen* erfolgreich im Bereich der Leseförderung. Zahlreiche Aktionen und Projekte zur Förderung der Lesekultur wurden seitdem meist in Kooperation mit Medienpartnern und Kultursponsoren verwirklicht. Die Stiftung ist Ideengeber bezüglich der Leseförderung und spielt gleichzeitig eine wichtige Vorreiterrolle, Nichtleser auf den Weg zum Lesen zu führen. Doch die Möglichkeiten der Förderungsmaßnahmen sind vielfältig und bisher noch lange nicht ausgereizt. Im Folgenden werden bereits realisierte Kampagnen und Aktionen vorgestellt, welche die *Stiftung Lesen* zum großen Teil in Zusammenarbeit mit Partnerfirmen verwirklichte.

4.2.2.1 Kampagne der *Stiftung Lesen* in Zusammenarbeit mit *DIE ZEIT*:

„Wir lesen vor – überall & jederzeit“⁴⁴

„Die Lust am Lesen entsteht beim Zuhören. Kinder brauchen Märchen und Geschichten – sie brauchen aber auch Eltern, Geschwister oder Freunde, die ihnen Märchen erzählen.“⁴⁵ Mit diesen Sätzen werben der *DIE ZEIT*-Herausgeber und Chefredakteur Dr. Michael Naumann und der Vorstandsvorsitzende der *Stiftung Lesen* Dr. Georg Ruppelt für die Aktion „Wir lesen vor – überall & jederzeit“. Gründe für die Durchführung einer nationalen Vorlese-Initiative sind, den Initiatoren zufolge, neben dem schlechten Abschneiden deutscher Schüler bei *PISA*, die Tatsache, dass in Deutschland viele Kinder die Grundschule verlassen, ohne genügend lesen und schreiben zu können. Weiterhin soll die Kampagne vorbeugend wirken, um das Ausmaß des funktionalen Analphabetismus in Deutschland (vier Millionen Betroffene⁴⁶) einzudämmen.

Das Vorlesen ist für die kindliche Entwicklung zum Leser von besonderer Bedeutung. Während des Lebensverlaufs unterliegt das Leseverhalten starken Veränderungen und Schwankungen. Dabei ist die Motivation für das Lesen in hohem Maße von sozialen Lebensumständen abhängig. Wie bereits erwähnt, spielen hierbei die Familie (soziale Herkunft), Bildung aber

⁴¹ vgl. „Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend“, SPIEGEL-Verlag und Stiftung Lesen, Mainz 2001, S. 28

⁴² „Leseförderung als gesellschaftspolitische Aufgabe“, in: „Handmappe Lesen“, Stiftung Lesen, Mainz 1996

⁴³ vgl. ebenda

⁴⁴ Die Aussagen der folgenden Abschnitte beziehen sich auf: <http://www.wirlesenvor.de> (Zugriff: 28.7.04)

⁴⁵ „Über die Initiative“, in: <http://www.wirlesenvor.de> (Zugriff: 29.7.04)

⁴⁶ vgl. ebenda

auch Beruf und Einkommen als Einflussfaktoren eine entscheidende Rolle. Da das „Lesenkönnen“ eng mit dem „Lesenwollen“ verknüpft ist, sollte die Entwicklung der Lesemotivation schon im frühkindlichen Alter stattfinden. Neugier und Interesse am Buch werden durch das Vorlesen geweckt. Gleichzeitig genießt das Kind die Zuwendung des Vorlesenden. Damit wird eine Situation geschaffen, in der sich das Kind in einer äußerst günstigen emotionalen Verfassung befindet. Der Wunsch nach Wiederholung dieser Situation wird geäußert und damit erfolgt gleichzeitig eine Bindung an das Medium Buch.⁴⁷

*Zum Zeitpunkt der Erstellung der vorliegenden Arbeit dauerte die Kampagne noch an.

Die Kampagne „Wir lesen vor – überall & jederzeit“* startete im November 2003 mit dem Ziel, das Vorlesen nachhaltig zu fördern. Vordergründig ist dabei, den Kindern durch verschiedenste Vorlese-Aktionen Spaß zu bereiten, vor allem aber auch Eltern und Pädagogen in Kindergärten und Grundschulen für das Vorlesen zu gewinnen. Eine Vielzahl von Einzelprojekten soll Kinder für das Lesen begeistern, denn „die Lust am Lesen entsteht beim Zuhören“⁴⁸, so *DIE ZEIT*-Herausgeber Naumann.

Projekte sind dabei u.a.:

- Eine Vorlesegeschichte mit Mitmach-Gewinnspiel (Auflage: eine Million Exemplare), die sich an die Erwachsenen richtet.
- Der Wettbewerb „Der Goldene Vorlesebar“; hier sollen Kindergärten zu Vorlese-Projekten inspiriert werden.
- Eine Schulkampagne für 5. bis 7. Klassen, in der Schüler mit fantasievollen Aktionen für die Leseförderung werben.
- Der Vorlesetag »Große für Kleine« (Datum der Veranstaltung: 12. November 2004). Hier werden Schüler der Oberstufe und Prominente in Schulen und Kindergärten aktiv Leseförderung betreiben.
- Vermittlungsförderung durch Seminare und Workshops für Vorlesepaten und freiwillige Unterstützer.

Sponsoren der bundesweiten Lesekampagne sind *Die Deutsche Bahn AG*, *EnBW*, *Mitsubishi Motors*, die *Verlagsgruppe Random House* und das *ZDF*. Darüber hinaus wird die Medien-

kampagne durch Prominente unterstützt, die als Meinungsführer Vorbildfunktion innehaben und damit das Lesen allgemein stärker in das Bewusstsein einer breiten Öffentlichkeit bringen können. Elke Heidenreich tritt dabei u.a. als Vorlese-Botschafterin in Erscheinung. Mit dieser Kampagne im Medienverbund mit prominenten Sponsoren und Persönlichkeiten als Unterstützer, fördern die *Stiftung Lesen* und *DIE ZEIT* „eine lebendige Vorlese- und Erzählkultur“, die u.a. eine „Grundlage des Bildungsstandortes Deutschland“⁴⁹ darstellt, „denn Sprach- und Lesekompetenz sind die Bedingung für Erfolg in Schule und Beruf.“⁵⁰

4.2.2.2 Verschiedene Leseförderungsprojekte der *Stiftung Lesen*⁵¹

Schulkampagne „Schnapp dir ein Buch“

In Zusammenarbeit mit *Coca Cola* entwickelte die *Stiftung Lesen* eine Schulkampagne mit dem Motto „Schnapp dir ein Buch“. Im Rahmen dieser Leseförderungsinitiative wurde eine Anthologie erarbeitet. Die darin veröffentlichten Auszüge aus aktuellen Kinder- und Jugendbüchern sollen den Schülern Leseanregungen geben und sie dazu motivieren, die Aufforderung „Schnapp dir ein Buch“ wörtlich zu nehmen. Die *Stiftung Lesen* verteilte rund 300 000 Exemplare dieser „Lese-Hits 2003“ zu Beginn des Schuljahres im Herbst 2003. Die Schüler wurden dazu aufgerufen, auf Basis dieser Anthologie ihre Leselieblinge mit den „Coca-Cola Lese-Stars 2004“ zu küren.

Grundschulkampagne im Medienverbund (*Stiftung Lesen* und *TESA AG*)

Diese im Januar 2004 gestartete Kampagne zielte auf die Leseförderung an Grundschulen. An Grundschulkindern ging der Aufruf, rund um die beiden Fantasie-Figuren „Tesalino und Tesalina“ (in Anlehnung an den Sponsor *TESA AG*) eine Geschichte zu erfinden. Auf spielerische Art und Weise sollte hiermit die Kreativität angeregt werden und damit eine Hinführung zum Buch durch Wecken der Leselust erfolgen. Der „Tigerenten Club“ der *ARD* und die Zeitschrift *Familie & Co* unterstützten diese Aktion, sowie auch der *Weltbild Verlag*, der kostenlos ein Vorlesebuch als Sammler-Edition produzierte und 3000 Mal bereitstellte.

⁴⁷ vgl. „Vorlesen und Erzählen – warum?“, in: „Handmappe Lesen“, Stiftung Lesen, Mainz 1996

⁴⁸ <http://www.zeit.de/wirlesenvor/initiative> (Zugriff: 29.7.04)

⁴⁹ „Wir lesen vor – überall & jederzeit“, in: <http://www.stiftunglesen.de/aktuell> (Zugriff: 29.7.04)

⁵⁰ ebenda

⁵¹ Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf: http://www.stiftunglesen.de/aktuell/mainframe_aktuell.html (Zugriff: 29.7.04)

Leselust in Rheinland Pfalz und Sachsen

Mit der Kampagne „Leselust in Rheinland-Pfalz“ engagiert sich die *rheinland-pfälzische Landesregierung* in Zusammenarbeit mit der *Stiftung Lesen* für die vorschulische Leseförderung. Von der Stiftung zusammengestellte „Büchermedienboxen“ im Wert von jeweils 500 Euro kommen hierfür zum Einsatz. Im Rahmen dieser Aktion sollen Schüler ab der 7. Klasse als so genannte Lesescouts aktiv werden und jüngere Kinder spielerisch in die Welt der Bücher einführen.

Zum Schuljahresstart 2003/2004 wurde in Sachsen eine flächendeckende Leseförderungskampagne „Leselust in Sachsen“ realisiert. Ebenfalls in Zusammenarbeit mit der *Stiftung Lesen* stellte das *Sächsische Staatsministerium für Kultur* allen 885 Grundschulen und 180 (Modell-) Kindergärten Buchpakete, Leselisten und den Elternratgeber „Die besten Medien für ihr Kind“ zur Verfügung. Für Vorlesepaten, Erzieher und Lehrer fanden begleitend Seminare und Workshops statt.

4.2.3 „Unsere Besten – Das große Lesen“

Mit der Durchführung einer der größten Leseförderungsaktionen innerhalb Deutschlands trägt das öffentlich-rechtliche Fernsehen (*ZDF*) in Zusammenarbeit mit der *Stiftung Lesen* und dem *Börsenverein des deutschen Buchhandels* dem Umstand eines drastisch verschlechterten Lesevermögens Rechnung⁵². Mit dieser Kampagne wurde das Medium Buch durch das Medium Fernsehen verstärkt in das Bewusstsein einer breiten Öffentlichkeit gebracht. Doch ob das Leseverhalten der Deutschen mit dieser Art von Leseförderung beeinflusst werden kann, bleibt offen, da zum Zeitpunkt der Erstellung der vorliegenden Arbeit diesbezüglich keine Studien oder Untersuchungen eruiert werden konnten.

Als Vorlage für „Das große Lesen“ diente das *BBC*-Format „The big read“, welchem der Buchhandel in Großbritannien im Jahr 2003 erfreuliche Umsätze zu verdanken hatte. Backlist-Titel wurden zu Bestsellern und vergriffene Titel mussten teilweise wieder neu aufgelegt werden.⁵³ Der Auftakt zum deutschen Pendant fand am 6. Juli 2004 in einer Sondersendung des *ZDF*-Formats „Lesen!“ mit Elke Heidenreich statt, die sich als Botschafterin der Leseförderung gleichermaßen in anderen

Projekten engagiert. Neben den üblichen Leseanregungen der bekannten deutschen „Leseförderin“ stellten Prominente ihre Lieblingstitel vor. Am darauffolgenden Tag begann die Abstimmung, die per Wahlkarten im Buchhandel oder per Internet durchgeführt werden konnte. Hilfestellung bei der Wahl des Lieblingstitels bot eine von der *ZDF*-Redaktion erarbeitete Vorschlagliste mit 200 Titeln. Abgestimmt werden konnte für alle Bücher deutschsprachiger Autoren und für in deutscher Übersetzung vorliegende Titel. Mit Ausnahme von Ratgeber-titeln durfte von Romanen und Erzählungen, bis Lyrik, Theaterstücken und Sachbüchern alles gewählt werden.⁵⁴ Ende Juli 2004, nicht einmal vier Wochen nach dem Start der Aktion, konnten schon 100 000 abgegebene Stimmen verzeichnet werden⁵⁵. Das Finale der Kampagne fand in der *ZDF*-Sendung „Unsere Besten – Das große Lesen“ mit den 50 bestplatzierten Titeln am 1. Oktober statt, pünktlich vor dem Start der Buchmesse. Prominente nahmen darin zu diesen 50 Titeln Stellung. Schon im Jahr 2003 wählte Deutschland „Unsere Besten – Die größten Deutschen“. Das *ZDF* hat die Absicht mit „Unsere Besten...“ eine Marke in der deutschen Fernsehlandschaft zu etablieren.⁵⁶ Dabei beweist der Sender gutes Timing: Ihre Bücherwahl sollten die Deutschen in den Sommermonaten Juli und August treffen, in einer Jahreszeit, in der sich die Deutschen urlaubsbedingt mehr Zeit zum Lesen nehmen als gewöhnlich. (Im Buchhandel ist in diesen Monaten jedoch i.d.R. keine nennenswerte Steigerung der Absatzzahlen zu verzeichnen.)

Die Auswertung der abgegebenen Stimmen führte das *ZDF* selbst durch. Die Daten wurden dabei vom Sender u.a. demografisch aufbereitet, wodurch gleichzeitig eine Studie zum Leseverhalten erstellt wurde. Geschlechts- und altersspezifische Unterschiede bezüglich der Lesevorlieben wurden hierbei berücksichtigt. Momentaufnahmen von Leseleidenschaften und Lesegewohnheiten wurden so ersichtlich.⁵⁷ Wie der Sender berichtete, wurden insgesamt 250 000 Stimmen abgegeben. Davon waren 66,4 Prozent weibliche und 33,6 Prozent männliche Teilnehmer. Als Lieblingsbuch der Deutschen wurde die „Herr der Ringe“-Trilogie auf Platz 1 gewählt. Den zweiten Platz belegte „Die Bibel“. Auch Klassiker wie Goethes „Faust“ (Platz 15) oder Theodor Fontane mit „Effi Briest“

⁵² vgl. Elke Heidenreich, Dieter Schormann: „Auf jede einzelne Stimme kommt es an“, in: Börsenblatt 23-2004, S. 25

⁵³ vgl. Sabine Cronau: „Die Backlist erhält Auftrieb“, in: Börsenblatt 22-2004, S. 29

⁵⁴ vgl. Sabine Cronau: „Zum Wählen animieren“, in: Börsenblatt 23-2004, S. 23f

⁵⁵ vgl. „Unsere Besten – das große Lesen“, in: <http://www.zdf.de> (Zugriff: 29.7.04)

⁵⁶ vgl. Sabine Cronau: „Zum Wählen animieren“, in: Börsenblatt 23-2004, S. 23f

⁵⁷ vgl. ebenda

Einem Bericht des *Börsenblatts* zufolge, plante das ZDF eine Bookcrossing-Aktion unter dem Motto „Lies Mich“, mit Start am 6. Juli 2004 in Mainz. Tausende Bücher sollten dabei auf die Reise geschickt werden. Der Sender entschied sich kurzfristig jedoch dagegen, Bookcrossing medienwirksam einzusetzen. Gründe dafür wurden nicht bekannt gegeben.

(Quelle: Sybille Fuhrmann: „Lesen macht Quote“, in: *Börsenblatt* 18-2004, S. 17)

und „Der Stechlin“ waren im Abstimmungsergebnis auf vorderen Plätzen zu finden. Wie sich herausstellte, gehörten das Genre Fantasy und historische Stoffe zur beliebtesten Lektüre der Deutschen, denn unter den ersten zehn Platzierungen war außer der Bibel kein nicht-fiktionaler Titel vertreten.⁵⁸ Das öffentlich-rechtliche Fernsehen hatte damit die Gelegenheit, das Leseverhalten im Jahr 2004 zu dokumentieren. Für die Leseforschung und die zukünftigen Bemühungen im Rahmen der Leseförderung wird dies sicherlich von Interesse sein.

Die Leseaktion des ZDF könnte sich im Nachhinein als Chance für die Buchbranche herausstellen. Denn nicht nur die Lesemotivation sollte deutschlandweit angekurbelt werden, auch der Handel sollte im besten Falle einen Aufwind erfahren, so hofften Verleger und Buchhändler. Dass dies möglich ist, bewies die englische Kampagne „The big read“, bei der vor allem der Umsatz von Klassiker-Titeln belebt wurde.⁵⁹ Das britische Buchhaus *Waterstones* verkaufte allein von Titeln aus der „Top-100-List“ der Sendung 750 000 Exemplare⁶⁰. Es zeigt sich also, dass mit einer solchen „Kampagne für das Lesen“ auch Umsatzziele von Buchhandlungen und Verlagen erreicht werden können.

4.2.4 Weitere Projekte und Aktionen zur Leseförderung

4.2.4.1 Aktion „Leseköpfe“ zum „Welttag des Buches“

Die literarischen Leidenschaften prominenter Persönlichkeiten standen bei der Aktion „Leseköpfe“, initiiert vom *Börsenverein des deutschen Buchhandels*, zum „Welttag des Buches“ 2004 im Vordergrund. Wie bei „Das große Lesen“ setzte man auch hier auf den von Prominenten ausgehenden Vorbild-Charakter. „Sie sind Multiplikatoren, und ihre Begeisterung wirkt ansteckend“⁶¹, war dazu von Börsenvereinsvorsteher Dieter Schormann zu hören.

Im Anschluss an die Auftaktveranstaltung in der *Alten Oper* in Frankfurt mit bekannten Persönlichkeiten aus Film und Fernsehen als „Leseköpfe“ organisierten Buchhandlungen deutschlandweit direkte Leseförderungsaktionen rund um das Lesen. Im Vordergrund standen dabei stets prominente Persönlichkeiten aus der jeweiligen

Region, wie Lokalpolitiker, Sportler, Künstler, Musiker oder Autoren. Die prominenten Lesebotschafter präsentierten ihr persönliches „Buch Nr. 1“ und fungierten damit quasi als Werbebotschafter für das Buch und das Lesen im Allgemeinen.⁶²

4.2.4.2 Verein der Berliner Leseratten⁶³

Dass auch „im kleinen Stil“ engagiert Leseförderung betrieben werden kann, zeigt der *Verein der Berliner Leseratten*. Hierbei handelt es sich um eine private Initiative dreier Berliner Mütter, welche die im Deutschunterricht praktizierte Leseförderung an ihre Grenzen stoßen sehen. Um dem entgegenzuwirken, bieten sie Grundschulen und weiterführenden Schulen gezielt Leseförderungsmodelle an, die u.a. Autorenlesungen und literarische Projektstage beinhalten. Weiterhin führten sie einen „Club der Leseratten“ ein – eine Art Literatur-AG für Schüler ab der 7. Klasse. Regelmäßig findet dort ein reger Austausch über Lektüre statt und man trifft sich zur Erstellung persönlicher Bestsellerlisten. Die Berlinerinnen sind überzeugt davon, dass Leseglück teilbar und mitteilbar sei. Positive Resonanz häuft sich und Lehrer bestätigen den Erfolg der Maßnahmen bei der Wirkung auf die Schüler.

Auf eine Unterstützung durch Sponsoren können die *Berliner Leseratten* bislang nicht zurückgreifen. Der Verein strebt Kooperationen mit Buchhandlungen an. Stellen die Händler kostenlose Lektüre zur Verfügung, so erhalten sie im Austausch Leseempfehlungen (Kritiken, verfasst von Teilnehmern der Literatur-AG), so das Konzept der Leseratten. Dieser Ansatz gleicht im Prinzip den Überlegungen, wie sie u.a. in Kap. 3 zur Nutzung der Bookcrossing-Community angestellt wurden.

4.3 Möglichkeiten der Leseförderung mit Bookcrossing

Laut *Thienemann*-Verleger Klaus Willberg gibt es ohne die Leseförderung „weniger Leser, weniger produzierte Bücher und auch weniger verkaufte Bücher.“⁶⁴ Wie jedoch in den vorangegangenen Kapitelabschnitten (4.1 und 4.2) gezeigt wurde, ist das Verhältnis zum Buch in Deutschland zu einem großen Teil gestört.

⁵⁸ vgl. „Unsere Besten – das große Lesen“, in: <http://www.zdf.de> (Zugriff: 13.10.04)

⁵⁹ vgl. ebenda

⁶⁰ vgl. „Beste Bücher aus der Glotze“, in: *Buchreport*.Express 21-2004, S. 16

⁶¹ „Bühnenreife Vorleser“, in: *Börsenblatt* 18-2004, S. 29

⁶² vgl. Presstext zur Aktion „Leseköpfe“ vom 4.3.04, in: <http://www.lesekoepfe.de> (Zugriff: 29.7.04)

⁶³ Die Ausführungen im folgenden Abschnitt beziehen sich auf: Margit Lesemann: „Der Club der Leseratten“, in: *BuchMarkt* Januar 2004, S. 14

⁶⁴ Stefan Hauck: „Porträt“, in: *Börsenblatt* 14-2004, S. 35

Lesehäufigkeit und Lesekompetenz sind rückläufig. Mit dem gezielten Einsatz von Leseförderungsaktionen besteht die Möglichkeit, diesen Trend aufzuhalten. In den nächsten Abschnitten wird untersucht, ob Bookcrossing in der Lage ist, hierzu einen Beitrag zu leisten. Zunächst wird eine Auswahl bereits realisierter Bookcrossing-Aktionen zur Leseförderung dargestellt. Im darauf folgenden Kapitelabschnitt erfolgt anhand der Aufstellung von Thesen und deren Diskussion eine Analyse bezüglich der Eignung von Bookcrossing für die Förderung des Lesens. Ein weiterer Kapitelabschnitt informiert in verschiedenen Szenarien über vorstellbare Leseförderungsaktionen mit Bookcrossing.

4.3.1 Ansätze zur Leseförderung innerhalb der Bookcrossing-Community

4.3.1.1 Bookcrossing in Schulen

In Schulen, Fachhochschulen, Universitäten oder sonstigen Bildungseinrichtungen sind nicht nur die idealen Interessengruppen für Bookcrossing zu finden (s.a. Kap. 2.4.2), sondern auch förderungswürdige Kinder und Jugendliche, denen das Lesen näher gebracht werden soll. Denn neben den viellesenden Schülern gibt es natürlich auch Wenig- und Kaumleser unter der Schülerschaft. Der Anteil letztgenannter Gruppen ist dabei nicht zu unterschätzen, denn 50 Prozent der Kinder nehmen außerhalb der Schule kein Buch mehr zur Hand⁶⁵. Leseförderungsmaßnahmen sind daher insbesondere an Schulen willkommen. Fünf deutsche Schulen, wie z.B. die *Fachhochschule Köln* und die *Pegnitzer Hotelfachschule* mit dem Projekt „Hotelleratur“, konnten bisher Erfahrungen mit der Förderung des Lesens durch Bookcrossing machen.⁶⁶

Der Austausch von Literatur steht bei allen Bookcrossing-Projekten an Schulen im Vordergrund. Besonders für Schulen, die entweder über keine oder nur über eine karg bestückte Bibliothek verfügen, kann der Literaturtausch mit Bookcrossing sinnvoll sein. Durch das Einbringen von privaten Buchbeständen in den Bookcrossing-Buch-Kreislauf (durch Schüler) kann nach und nach ein wachsender Literaturzirkel in der Schule aufgebaut werden. Voraussetzung dafür sind extra gekennzeichnete Regale, Büchertische oder Bücherkisten zum Platzieren des Bookcrossing-Lesestoffs, ein PC mit Internet-

Zugang und ein Betreuer für diese „Schul-Bookcrossing-Zonen“. Jener hat die Funktion, den internet-gestützten Buchtausch an der Schule bekannt zu machen und Hilfestellung in Sachen Bookcrossing zu geben. Im Idealfall wird das „Bücherkreuzen“ an Schulen forciert durch begleitende Aktionen. Gerade für die jüngeren Jahrgangsstufen bieten sich spielerische Maßnahmen wie z.B. eine Bücherjagd an. Interesse und Neugier für die Sache Bookcrossing und für Bücher an sich können so geweckt werden (s.a. Kap. 4.3.3).

4.3.1.2 Bookcrossing in Bibliotheken

Auch Bibliotheken beteiligen sich bereits an der alternativen Art der Literaturvermittlung mit Bookcrossing. Nicht als Konkurrenzmaßnahme verstehen sie die Online-Literatur-Tauschbörse, sondern durchaus als gleichberechtigte Initiative in Sachen Leseförderung. Ausführliche Darstellungen zum Thema Bookcrossing in Bibliotheken sind in Kapitel 2.4.1 aufgeführt.

4.3.1.3 Bookcrossing für Kinder und Jugendliche („Kinder- und Jugend-BCZ“)

In Lörrach wurde die Idee einer „Kinder- und Jugend-Buchtauschbörse“ umgesetzt. Eine dort ansässige Bookcrosserin betreut die „Kinder- und Jugend-Bookcrossing Zone“ in einer Arzt-Praxis. Im Wartezimmer einer Praxis für Psychotherapie wurde von ihr ein Bücherregal eingerichtet, das von der Zielgruppe (bis 16 Jahre) häufig frequentiert wird. Dort sind Titel zu finden, die von Bookcrossern für diesen Zweck gespendet wurden. Die Bücher erfreuen sich großer Beliebtheit bei den jungen Lesern – die kostenlose „Junior-Bibliothek“ macht offensichtlich Spaß. Dieses Beispiel lässt erkennen, dass es möglich ist, mit Bookcrossing aktiv zur Förderung des Lesens bei Kindern und Jugendlichen beizutragen.

Durch das Agieren innerhalb der „Online-Bibliothek“ Bookcrossing erlangen die Kinder (die Jugendlichen) Medienkompetenz bezüglich PC und Internet. Bestehende Hemmschwellen in Bezug auf diese Medien werden durch den spielerischen Umgang mit dem Thema Literatur/Bücher („Hunting“ etc., s. Kap. 2) überwunden. So wird nicht nur das Lesen gefördert sondern es werden zusätzlich Fähigkeiten im Umgang mit den elektronischen Medien erlernt.

⁶⁵ vgl. „Bühnenreife Vorleser“, in: Börsenblatt 18-2004, S. 30

⁶⁶ vgl. <http://www.bookcrossers.de/bookcrossing/german/schule-d.php> (Zugriff: 30.7.04)

4.3.1.4 Bookcrossing bei der Aktion „Corso der Lichtgestalten“

Neben der *Stiftung Lesen*, Volkshochschulen, Vorlesegruppen und Bibliotheken engagierte sich auch die Bookcrossing-Community bei dem Alphabetisierungs-Projekt „Corso der Lichtgestalten“. Dahinter verbarg sich eine Skulpturen-Wanderausstellung, die das Ziel hatte, auf ihrem Weg durch ganz Deutschland die Bevölkerung für die rund vier Millionen, in der Bundesrepublik lebenden, funktionalen Analphabeten zu sensibilisieren. Der Sinn hierbei war, beleuchtete Skulpturen, aus Buchstaben bestehend, zu entziffern und somit einen Eindruck von den Schwierigkeiten zu erhalten, die funktionale Analphabeten beim Buchstabieren haben. Der „Corso der Lichtgestalten“ startete am 31. Juli 2004 auf Sylt und machte Station in vielen Städten Deutschlands. Unterstützung fand das Projekt durch den *Bundesverband Alphabetisierung* und das *ALFA-Telefon*.⁶⁷ Bookcrossing war hieran mit einem „mobilen Bücherregal“ beteiligt. 51 Bücher starteten in einer Bücherkiste mit dem „Corso“ auf seiner Reise durch deutsche Städte und trugen somit zur Leseförderung auf Rädern bei. Aktive Bookcrosser befüllten die mitreisende Bücherkiste an Stationen vor Ort mit weiterem Lesestoff für Interessierte, die sich jederzeit aus diesem Buchbestand bedienen konnten.⁶⁸

Weitere Ansätze zur Leseförderung innerhalb der Community sind erkennbar durch private Aufrufe zu Bücherspenden:

- für Häftlinge der JVA Berlin Tegel
- für eine Universität in China
- für Universitäten im Irak und für dort stationierte Soldaten
- für Schulen in Afrika⁶⁹

Unterschiedlichste Initiativen der Community-Mitglieder tragen zur Leseförderung durch Literaturvermittlung bei. In besonderem Maße trifft dies natürlich auf Schul- und Bibliotheksaktionen zu. Bookcrosser sind nicht nur daran interessiert, neue Mitglieder für die Community zu werben oder „Journal“-Einträge für ihre „ausgesetzten“ Bücher zu bekommen. Die Engagierten unter ihnen sind stets darum bemüht, mit einer Vielzahl von „ausgesetzten“ oder weitergegebenen Büchern die Förderung des

Lesens in Deutschland aktiv zu unterstützen, um damit im besten Fall Nichtleser an das Lesen heranzuführen.

4.3.2 Warum sich Bookcrossing als Mittel zur Leseförderung eignet

Die Aufstellung der folgenden Thesen und deren Diskussion soll zeigen, dass Bookcrossing ein Mittel zur Förderung des Lesens darstellen kann.

1. These: Schon der Bookcrossing-Ansatz an sich ist Leseförderung.

Bookcrossing ist eine internationale Online-Buchtauschbörse. Die Community-Mitglieder tauschen untereinander Lesestoff aus und fördern somit die Literaturvermittlung. Ferner wird die Idee durch das „Aussetzen“ von Büchern verbreitet und zusätzlich durch verstärkte Berichterstattung in der Presse einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht. (s. a. Kap. 2)

Eine Intention von Bookcrossing ist u.a., Wenig- und Kaumleser zum Lesen zu motivieren, was teilweise schon gelingt. Laut der im Forum der deutschsprachigen Bookcrosser durchgeführten Umfrage (Stand: April 2004) konnten 10 Prozent der befragten Mitglieder durch Bookcrossing Nichtleser zum Lesen bewegen. Knapp 5 Prozent verwiesen darauf, das Interesse am Lesen bei nicht lesenden Personen geweckt zu haben.⁷⁰ 8 Prozent antworteten ferner, dass sie vor der Mitgliedschaft bei Bookcrossing eher „Nichtvielleser“ waren⁷¹. Für über 30 Prozent der Befragten ist die Leseförderung (auch international) der eigentliche Zweck der Online-Literaturplattform⁷². Diese Zahlen zeigen, dass mit der Methode Bookcrossing und durch die Ausbreitung (das Wachsen) der Community bereits Leseförderung stattfindet. Ein Community-Mitglied beschreibt diesen Zusammenhang ganz treffend mit den Worten: „Lesen schafft eine Verbindung zwischen einem selbst, dem Autor und den Figuren in der Geschichte. Indem man ein Buch weitergibt, schafft man weitere Verbindungen.“⁷³

Weiterhin geben die Antworten auf Frage 10 der unter Bookcrossern durchgeführten Umfrage (siehe Anhang) Aufschluss über das Leseförde-

⁶⁷ vgl. <http://www.corsoderlichtgestalten.de/> (Zugriff: 31.7.04)

⁶⁸ vgl. „Corso der Lichtgestalten - Start am 31.7.“, in: <http://www.bookcrossing.com/forum/14> (Zugriff: 31.7.04)

⁶⁹ vgl. „Bookcrossing und Leseförderung“, in: <http://www.bookcrossing.com/forum/14> (Zugriff: 31.7.04)

⁷⁰ siehe Anhang: „Umfrage im deutschsprachigen Bookcrossing-Forum“, Frage 8

⁷¹ ebenda, Frage 4

⁷² ebenda, Frage 2 und 3

⁷³ Julia Brauer, in: *Forum Lesen* 53/2004, S. 2

rungspotential der Buchtauschbörse. Danach waren mehr als 15 Prozent der Befragten der Meinung, dass sich nicht nur Vielleser für Bookcrossing begeistern. Es gäbe auch Wenigleser unter den Bookcrossern meinten 4,55 Prozent. 7,27 Prozent bewerten BC ferner als einen Trend, der durch die Charakteristiken Spannung und Nervenkitzel zum Lesen animiert. Auch Normal- und/oder Wenigleser können durch Bookcrossing zu Viellesern werden glauben 4,55 Prozent. 3,34 Prozent der interviewten Probanden sind überdies der Meinung, dass das kostenlose Buchangebot Interesse am Lesen weckt.

2. These: Mit Bookcrossing gelingt es, das Lesen (für Leseschwache und Nichtleser) attraktiv zu machen.

Wie in Kapitel 2 erwähnt, ist Bookcrossing eine Methode, die das Lesen kostenlos mit Spaß, Spiel, Spannung, Abenteuer und dem Internet verbindet:

- **Spannung** (Was passiert mit dem Buch nach dem „Aussetzen“? Wird es gefunden?)
- **Spiel und Abenteuer** (Das so genannte Hunting nach „ausgesetzten“ Büchern wird zu einer Art literarischen Schnitzeljagd.)
- **Spaß** (Das Miteinander, der kommunikative Austausch in der Community macht allgemein Spaß und die Mitglieder haben mehr Freude am Lesen.)
- **Gratis-Charakter** (Es wird kein Mitgliedsbeitrag erhoben und eigene Buchbestände oder Bücherspenden werden zum „Aussetzen“ genutzt; es besteht der kostenlose Zugang zu einem umfangreichen Buchbestand.)
- **Internet** (Das „neue“ Medium Internet dient als Kommunikationsplattform.)

Bookcrossing.com bietet seinen Mitgliedern vielfältige Möglichkeiten mit Lesestoff umzugehen. Abwechslung ist gegeben durch das Weitergeben von Büchern in „Bookrings“, „Bookrays“, „Bookboxes“. Weiterhin durch das „Freilassen“ von Büchern („wild“ oder „controlled release“) und das anschließende Verfolgen per Internet. Zusätzlich durch die Kommunikation im Forum und durch eine Vielzahl von weiteren Einzelaktionen, die oft von den Mitgliedern

selbst initiiert und organisiert werden. Die Gesamtheit dieser Elemente rund um das Lesen macht Bookcrossing zu einer Gemeinschaft, die sich durch die allen gemeinsame Leidenschaft für Bücher definiert und auf einer Internet-Plattform zusammenfindet. Online sind dort alle Informationen gebündelt abrufbar. Jedes Mitglied agiert autonom und anonym. Es besteht keinerlei Zwang und nur ein Mindestmaß an Regeln ist einzuhalten innerhalb der Literatur-Tauschbörse, die das Ziel hat, die ganze Welt zu einer kostenlosen Bibliothek zu machen. Bookcrossing hat daher das Potential, durch verschiedenste Aktivitäten (immer im Zusammenhang mit Büchern) auf Literatur hinzu-führen und die Lesemotivation zu steigern.

3. These: Mit Bookcrossing kann das belastete Verhältnis zum Buch, insbesondere für Schüler, positiv beeinflusst werden.

Laut Branchenpresse wird deutschen Schülern der Spaß an Literatur im Deutschunterricht gänzlich verleidet: „Im Deutschunterricht lernen Kinder das Schreiben und Lesen – der Spaß an der Lektüre kommt oft zu kurz.“⁷⁴ Beim Abarbeiten der Pflichtlektüre bleibt offenbar keine Zeit, auf Leseinteressen der Kinder und Jugendlichen einzugehen. Ungeachtet der Tatsache, dass Schüler gänzlich andere Leseerwartungen und -interessen haben als ihre Lehrer, wird immer wieder die Forderung nach einem Literatur-Kanon laut. Doch ist es sinnvoll, ausnahmslos an Klassikern und gesellschaftskritischen Werken festzuhalten, wenn Schüler die Lektüre von Abenteuerliteratur, Märchen, Fantasy-Geschichten, Sachgeschichten sowie „Mangas“ und Comics vorziehen?⁷⁵ Teenager bevorzugen also gänzlich andere Genres als im Lehrplan vorgeschrieben. Und es zeigt sich dabei auch, wie eine Umfrage des Münchner *Instituts für Jugendforschung* ermittelte, dass Jugendliche zwischen 13 und 22 Jahren durchaus in der Lage sind, Buchempfehlungen abzugeben. 80 Prozent waren dazu imstande.⁷⁶

Schon in Kapitel 4.1.3 wurde festgestellt, dass nur 32 Prozent der Jugendlichen den Deutschunterricht interessant finden. Der Einsatz von Bookcrossing-Maßnahmen, z.B. in der Schule, kann ein Mittel sein, diesem Trend entgegenzuwirken. Es können Überlegungen angestrebt werden, die Literaturbestände der Online-

⁷⁴ Bastienne Hamann: „Viele Werke, wenig Abwechslung“, in: <http://www.zdf.de> (Zugriff: 30.7.04)

⁷⁵ vgl. ebenda

⁷⁶ vgl. „Kompetente Jugendliche“, in: <http://www.boersenblatt.net> (Zugriff: 26.7.04)

Datenbank als abwechslungsreiche Bibliothek für Schüler im Deutschunterricht einzusetzen. Insbesondere dann, wenn keine eigene Schulbibliothek zur Verfügung steht (siehe Szenarien in Kap. 4.3.3). Denn laut der *Stiftung Lesen* „kann die Lesebereitschaft von Schülern erheblich erhöht werden, wenn sie unmittelbaren Zugang zu umfangreichen, erschlossenen Buchbeständen haben.“⁷⁷ Und mit den Buchbeständen der Bookcrosser stehen weltweit über eine Million Exemplare⁷⁸ der verschiedensten Gattungen und Sprachen zum Lesen zur Verfügung.

Weiterhin kann das enge Verhältnis zwischen Lesemotivation und Lesekompetenz für Leseschwache oder Kaum- und Wenigleser mit Bookcrossing aufgelockert werden. Die bereits in These 2 aufgeführten Elemente können dazu beitragen. Problematisch ist dabei allerdings, die Nichtleser, die meist auch Wenigmediennutzer sind, zunächst an PC und Internet heranzuführen, da der Umgang mit diesen Medien Voraussetzung für eine aktive Beteiligung an Bookcrossing ist.

Insbesondere bei Grundschulern kann der Umgang mit und das Agieren bei Bookcrossing.com die Lesemotivation fördern. Denn auch den jüngeren Schülern macht das Lesen offenbar immer weniger Spaß. Eine „Studie zur Entwicklung von Lesemotivation bei Grundschulern“ der Universität Erfurt ergab, dass der Lesespaß bei Kindern zwischen der zweiten und vierten Klasse stark abnimmt. Haben die Leseanfänger im zweiten Schuljahr noch zu 60 Prozent Lust auf das Lesen in der Schule, so sind es zum Ende der Grundschule nur noch 34,5 Prozent. Auch im weiteren Verlauf der Schulbildung ist kaum Besserung zu erkennen. Die *PISA-Studie* belegt, dass 42 Prozent der 15-jährigen Schüler in Deutschland nur ungern lesen. Einer der Hauptgründe für den Leseunwillen der Schüler ist die dogmatische Herangehensweise (an nahezu jeden Titel, der im Deutschunterricht behandelt wird), die durch eine langwierige Suche nach Interpretationsmöglichkeiten gekennzeichnet ist. Nach Aussage von Schülern wirkt dies in besonderem Maße hemmend auf die Lesemotivation. Spannung beim Lesen würde aufgrund dessen nicht aufkommen.⁷⁹ Bookcrossing kann dem entgegenwirken, in der o.g. Art und Weise (s. These 2).

4.3.3 Szenarien: Bookcrossing-Leseförderungsaktionen

Dieser Kapitelabschnitt soll darstellen, inwiefern lesefördernde Bookcrossing-Aktionen ausgestaltet sein können. Verschiedene Szenarien werden dazu entwickelt.

4.3.3.1 Szenario 1: Bookcrossing-Schul-Aktion in der Grundschule

In Kapitel 4.3.1 wurde bereits an die Thematik herangeführt, Bookcrossing zur Leseförderung mittels Aktionen an Schulen einzusetzen. Beim „Bookcrossen“ in Grundschulen haben die Kinder die Möglichkeit, sich auf spielerische Art und Weise mit dem Medium Buch zu beschäftigen. Die Bookcrossing-Charakteristiken Spannung, Abenteuer und Spaß beeinflussen dabei die Lesemotivation zusätzlich positiv.

In Anlehnung an die von einem Community-Mitglied in Müllheim im April 2004 durchgeführte Aktion an einer Grundschule⁸⁰ wird das folgende Szenario entworfen:

Während eines Projekttages im Rahmen des Deutschunterrichts wird den Kindern einer 4. Klasse die „Welt der kostenlosen Bücher“ mittels einer „Bücherjagd“ nähergebracht. Die Organisation dieser Bookcrossing-Aktion übernimmt der/die Deutschlehrer/-in oder ein/eine freiwilliger/-e Helfer/-in aus der Community. Im Vorfeld müssen ausreichend Kinder- und Jugendbücher beschafft (zumindest ein Buch für jedes Kind) und bei Bookcrossing.com registriert werden (vorzugsweise auf einem eigens für die Klasse eingerichteten „Bookshelf“). Quellen für den Bezug kostenloser Bücher können sein:

- private Bestände der Schüler (Schüler und deren Eltern werden informiert und gebeten, jeweils einen Titel für diese Aktion mitzubringen),
- Sponsoren (*Stiftung Lesen*, Kinder- und Jugendbuchverlage oder Kooperation mit einer örtlichen Buchhandlung),
- Geldmittel der Grundschule für die Anschaffung preiswerter MA-Titel,
- „RABCKs“ (s.a. Kap. 2.2.4) von Bookcrossern, die im Vorfeld zur Spende von Kinderbüchern aufgerufen werden.

⁷⁷ „Leseverhalten und Lesekultur in Deutschland“, in: „Handmappe Lesen“, Stiftung Lesen, Mainz 1996

⁷⁸ 1 289 444 registrierte Bücher, Stand: 31.7.04, 22.00 Uhr, in: <http://www.bookcrossing.com>

⁷⁹ vgl. Bastienne Hamann: „Viele Werke, wenig Abwechslung“, in: <http://www.zdf.de> (Zugriff: 30.7.04)

⁸⁰ vgl. „Die Tigerbande crosst“, in: <http://www.bookcrossing.com/forum/14> (Zugriff: 29.07.04)

Die als Bookcrossing-Exemplare gekennzeichneten Bücher werden kurz vor Beginn der Aktion durch die Betreuer im Schulhaus oder auf dem Schulgelände (Schulspielplatz etc.) versteckt. Zum Einstieg in die „Bookcrossing-Stunde“ wird den Kindern die Thematik anhand einiger Bookcrossing-Exemplare nähergebracht. Ein Flyer, der speziell für Kinder entwickelt wurde, wirkt dabei unterstützend. Haben die Kinder die Problematik erfasst, wird das „Bookcrossing-Vokabular“ erklärt. Die wichtigsten Begriffe („Register“, „Release“, „Catch“, „Journal“, „Bookshelf“ etc.), mit denen sie später selbst im Internet umgehen sollen, stehen dabei im Vordergrund. Anschließend findet die „Bücherjagd“ statt. Für diesen aktiven Teil der Aktion sollte genügend Zeit zur Verfügung stehen, damit sich die Kinder über die gefundenen Bücher austauschen und ggfs. Fragen stellen können. Bei Nichtgefallen werden die Bücher untereinander getauscht. Je nach Motivation und Wunsch der Grundschüler kann direkt danach eine Lesestunde erfolgen, in der die Kinder die Gelegenheit haben, sich in ihre „Bücherfänge“ zu vertiefen.

Im darauffolgenden Teil der Aktion werden die Kinder dazu aufgefordert, kleine „Journal-Einträge“ zu verfassen, die den Fundort und evtl. auch schon kurze Leseindrücke dokumentieren. Dies wird zunächst mit Unterstützung der Betreuer auf dem Papier geübt und später am PC umgesetzt. Dazu können entweder die in der Schule zur Verfügung stehenden PCs (mit Internet-Anschluss) oder die Online-Terminals einer öffentlichen Bibliothek oder Mediathek genutzt werden. Nach dem Verfassen der Einträge in den virtuellen Tagebüchern der BC-Bücher werden den Kindern am Ende der Aktion die verschiedenen Möglichkeiten des weiteren Umgangs mit den Bookcrossing-Büchern erläutert. In einer abschließenden Runde können die Kinder ihre Eindrücke und Meinungen zu Bookcrossing vorbringen und Ideen, wie sie mit den Büchern weiter verfahren wollen, besprechen. Im Anschluss daran kann eine Lesenacht – die Kinder lesen sich aus ihren Bookcrossing-Büchern gegenseitig vor und verbringen die Nacht im Klassenraum oder in der Schulbibliothek (in Schlafsäcken) – stattfinden. Damit steht der Tag ganz im Kontext der Bücher und des Lesens.

Findet die Bookcrossing-Aktion bei den Schülern positiven Anklang und ist eine weitere Beschäftigung mit dem Thema erwünscht, kann es sinnvoll sein, eine eigene „offizielle Bookcrossing Zone“ in der Lesecke des Klassenraumes oder in der Schulbibliothek zu eröffnen. Diese so genannte OBCZ kann in Form eines Bücherregals oder einer Bücherkiste (von den Kindern selbst gestaltet) eingerichtet werden. Langfristig wird hiermit eine eigene kleine Klassenbibliothek mit Bookcrossing-Exemplaren etabliert, die unter den Schülern in Umlauf sind. Dies hat den Vorteil, dass stets genügend Lesestoff vorhanden ist und dass die Kinder Erfahrungen mit gleichen Buchtiteln machen (die nicht auf dem Lehrplan stehen), was wiederum vorteilhaft für den Deutschunterricht sein kann. Falls der Buchbestand zur Neige geht (durch vermehrtes „Aussetzen“ der Exemplare), kann bei einem gemeinsamen Besuch eines Bücherflohmarktes preisgünstig für Nachschub gesorgt werden. Werden neue Titel für die „OBCZ“ registriert, wird dies zusätzlich auf einer Tafel („schwarzes Brett“) vermerkt, die in der Lesecke angebracht ist, denn es ist davon auszugehen, dass nicht alle Kinder die Gelegenheit haben werden, das Geschehen täglich im Internet zu verfolgen. Außerordentlich nützlich ist daher ein eigener PC mit Internet-Anschluss im Klassenraum.

Weitere Überlegungen führen dazu, diese Aktion als dauerhaftes Projekt in Form eines Gestaltungsmodells für Leseförderungsmaßnahmen unter der Schirmherrschaft der *Stiftung Lesen* einzuführen. Die Mainzer Institution könnte hierfür Bücherkisten oder Büchergutscheine und zusätzlich Materialien zur Anleitung und Tipps für Bookcrossing-Leseaktionen zur Verfügung stellen.

4.3.3.2 Szenario 2: Bookcrossing-Schulaktion in der Sekundarstufe

Die Grundschulaktion kann in abgewandelter Form auch in höheren Klassenstufen durchgeführt werden.

Version A)

Als Alternative zur „Bookcrossing-Bücherjagd“ auf dem Schulgelände wird eine „literarische Schnitzeljagd“ organisiert. Bookcrossing-Bücher werden dabei an verschiedenen Plätzen in der

Heimatstadt deponiert und „zum Jagen freigegeben“. Ergänzend werden verschiedene Aufgaben gestellt, deren Lösung richtungweisend für den Verlauf der „Bücherroute“ ist. Die in Gruppen unterteilte Schulklasse bekommt dabei den Auftrag, im Team nach jeweils einem Buch gezielt zu suchen.

Version B)

Anstatt einer „Bücherjagd“ wird im Deutsch- oder Fremdsprachenunterricht der Oberstufe ein Bookcrossing-Projekt durchgeführt, bei dem die Schüler aufgefordert werden, sich selbständig mit Bookcrossing.com zu beschäftigen. Die Vorgabe hierbei ist, sich (unabhängig vom Lehrplan, je nach eigenen Leseinteressen) für einen Titel aus der Datenbank der Online-Plattform zu entscheiden, diesen bei dem aktuellen Besitzer anzufordern und nach Erhalt zu lesen. Später sollen Journal-Einträge, in Form von Rezensionen, erfolgen und die Bücher zurückgeschickt oder weitergegeben werden. Die Schüler haben damit die Gelegenheit, sich aktiv am Bookcrossing-Kreislauf zu beteiligen und mit Mitgliedern der Community in Kontakt zu kommen. Auf diese Art und Weise wird die Lesemotivation durch autonomes Handeln (je nach eigenen Interessen) gestärkt und gleichzeitig PC-/Internet-Kompetenz und Lesekompetenz geschult. Für den Englisch- oder Französischunterricht kann die Aufgabenstellung heißen, Kontakt zu Community-Mitgliedern im Ausland herzustellen und dort Titel in der jeweiligen Fremdsprache anzufordern.

Version C)

Ergänzend zu den o.g. lesefördernden Aktionen besteht die Möglichkeit der kreativen Auseinandersetzung mit dem Thema Bookcrossing. Hierfür bietet sich die Durchführung eines Projekts im Kunstunterricht (oder anderen Gestaltungsfächern) an. Die Schüler erhalten dabei die Vorgabe, ein neues Label für Bookcrossing-Bücher zu entwerfen. Dies kann auf dem Papier erfolgen, besser aber noch mit Hilfe von Gestaltungsprogrammen am PC.

Eine Vielzahl weiterer Szenarien zur Leseförderung mit Bookcrossing ist vorstellbar, wobei sich die Vielfalt allerdings auf die Auswahl der Orte und Anlässe beschränkt.

Demnach sei z.B. auf die Möglichkeit hingewiesen, „Bookcrossing-Ferien für Kinder und Jugendliche“ zu veranstalten. Das Thema Bookcrossing kann in die Programme von Kinder- und Jugendfreizeiten oder -ausfahrten während der Schulferien integriert werden. Eine Umsetzung ist hierbei von der Auswahl der Örtlichkeiten (mit oder ohne Internet-Zugang) abhängig, wobei das Mitführen eines Notebooks das „Bücherkreuzen“ erheblich erleichtert. Als Grundlage für Bookcrossing-Aktivitäten muss eine ausreichende Menge an Buchexemplaren mitgeführt werden, je nach Teilnehmern und Interesse. (Die Gratis-Bezugsquellen für Bücher sind in **Szenario 1** dargestellt.) Neben der allgemeinen Beschäftigung mit dem Thema Bookcrossing, dem Lesen und dem physischen Austausch von Büchern sowie dem kommunikativen Austausch über Literatur, sollten die Kinder und Jugendlichen, wie oben erwähnt, aktiv an die Thematik herangeführt werden, z.B. durch „literarische Schnitzeljagden“ (siehe **Szenario 2**). Abgerundet werden können diese „Bücherferien“ durch die Einladung eines bekannten Kinder- und Jugendbuchautors zu einer Lesung.

Auch Jugendhäuser bieten sich zur Durchführung von Bookcrossing-Aktionen zur Leseförderung an. Vor allem in Großstädten leben viele Jugendliche aus unteren sozialen Schichten, deren Verhältnis zum Lesen gestört ist. Denn wie in Kap. 4.1.2 festgehalten wurde, ist das Leseverhalten in besonderem Maße vom Einfluss der Familie und der näheren sozialen Umgebung abhängig. Für diese Jugendlichen, die außerhalb der Schule nur wenig oder kaum lesen, sind zur Annäherung an das Thema Buch und zur Lesemotivation zunächst Comics zu empfehlen. Als Einstiegsgenre zur Entwicklung von Lesemotivation sind Comics besonders geeignet, da Jugendliche (vor allem ausländischer Herkunft) mit schwacher Lesekompetenz zunächst nur die Lektüre einfacher Texte bewältigen. Über das Medium Internet (konkret mit Bookcrossing.com) und über das Genre Comic kann hier versucht werden, die Kinder und Jugendlichen zum Lesen zu motivieren. Verstärkend können viellesende Schüler oder Eltern als Lesepatens eingesetzt werden. So genannte Lesepartys sind weiterhin ein Mittel zur Steigerung der Lesemotivation. Die Themen Musik und

Bücher – auch Hörbücher können zum Einsatz kommen – bestimmen dabei die Gestaltung des Abends.

Wie gezeigt wurde, sind vor allem Kinder durch die Eigenschaften (Spaß, Spiel, Spannung, Abenteuer), die Bookcrossing in sich vereint, zu erreichen. Leseförderungsaktionen bei dieser Zielgruppe können daher in besonderem Maße erfolgreich sein. Die Lesemotivation älterer Kinder und Jugendlicher kann wie bei den Jüngeren durch Schulaktionen mit Bookcrossing gesteigert werden, wobei unterschiedliche Schwerpunkte (je nach Alter) gesetzt werden sollten. Leseförderung für Erwachsene stellt sich im allgemeinen als sehr schwierig dar. Für Bookcrossing gilt allerdings, wie in These 1 in Kap. 4.3.2 festgehalten, dass die Methode an sich schon Ansätze zur Leseförderung beinhaltet. Sobald durch das „Aussetzen“ und Weitergeben von Büchern die Faszination für das Lesen und die Internet-Community (mit einer Chance von bis zu 20 Prozent) Verbreitung findet, ist damit Leseförderung in direkter Form umgesetzt. Wenn Leseförderung zusätzlich Medienkompetenz schafft, so gelingt dies im Falle von Bookcrossing optimal durch die direkte Verbindung vom „alten“ Medium Buch mit den „neuen“ Medien PC und Internet.

Leseförderung stellt sich als Gemeinschaftsaufgabe für die Gesamtheit der Gesellschaft dar. Aus diesem Grund sind alle Wirtschaftsunternehmen dazu aufgerufen, Beiträge zur Unterstützung in diesem Bereich zu leisten. Vor allem Verlage und Buchhandlungen müssen diesbezüglich in die Pflicht genommen werden, insbesondere weil deren künftiges „Marktgeschehen“ von der Lesefähigkeit und Lesebereitschaft der Bevölkerung beeinflusst wird.⁸¹ Die Methode Bookcrossing und auch die Community bergen Potentiale für Ansätze zur Leseförderung. Dies sollte von den etablierten Leseförderungs-Institutionen erkannt werden. Zukünftig besteht dann vielleicht die Chance auf Zusammenarbeit und damit auf Bündelung von Potentialen und Kompetenzen für eine erfolgreiche gemeinsame Förderung des Lesens.

⁸¹ „Zehn Befunde zur Lese- und Medienforschung“, in: „Handmappe Lesen“, Stiftung Lesen, Mainz 1996