

Leseförderung

# Auf Entdeckungsreise in der Welt der Bücher

Der Bundesverband Leseförderung will den Buchhandel stärker einbinden. Aktionen und Projekte am POS können das Lesen schmackhaft machen.



**Professionelle Leseförderung:** Der Vorstand des Bundesverbandes Leseförderung, v.l. Ulrike Erb-May, Anja Kuypers, Vanessa Puttner, Manuela Hantschel und Bettina Twrsnick, will die Akteure aus dem pädagogischen Bereich und der Buchbranche noch stärker miteinander vernetzen.

In der Buchhandlung Bindernagel im hessischen Butzbach schiebt Claudia Lang regelmäßig die Verkaufsmöbel zur Seite. Sie schafft Platz für dicke Sitzkissen, auf denen es sich die Kinder oder Jugendlichen aus der Kleinstadt bequem machen dürfen. Dann wird die 30 qm große Kinderbuchecke zum Erlebnisraum: Lang liest vor, zeigt Illustrationen, diskutiert, vermittelt und teilt vor allem ihre Begeisterung: „Ich biete für alle Lesealter entsprechende Aktionen an“, erklärt die Buchhändlerin, die eine Ausbildung zur Lese- und Literaturpädagogin absolviert hat. Ihr Konzept hat Erfolg: Die Resonanz auf die Veranstaltungen sei sehr gut, was sich unmittelbar auf die Verkaufszahlen auswirke. Und es gelinge immer wieder, neue Kunden zu gewinnen.

Um Kinder und Jugendliche für Literatur zu begeistern, braucht es heute ein breites Engagement. Eltern, Erzieher, Lehrer, Bibliotheken, Bildungseinrichtungen und Vereine sind gefragt, wenn es darum geht, das Lesen zu fördern. Aber auch der Buchhandel kann sich dafür einsetzen, und so hat sich der Bundesverband Leseförderung das Ziel gesetzt, die verschiedenen Akteure besser miteinander zu vernetzen. „Wir bieten seit 2012 die Weiterbildung Lese- und Literaturpädagogik an“, sagt die Vorsitzende Manuela Hantschel, „und wir würden gern noch weitere Vertreter aus dem Buchhandel und den Verlagen dafür gewinnen.“

Es gibt für Buchhändler vielfältige Möglichkeiten, Kinder und Jugendliche anzusprechen. Unabhängig von den Einzelaktio-



**Enger Kontakt zur Zielgruppe: Buchhändlerin Claudia Lang (Butzbach) will Kindern Lust auf Lesen machen. Ihre Ausbildung zur Lese- und Literaturpädagogin lieferte ihr viele Anregungen für Aktionen im Handel.**

nen trifft sich etwa in der Buchhandlung Bindernagel ein Leseclub von 8- bis 14-jährigen Kindern, die sich über Leseexemplare austauschen und ihre Buchtipps in einen Blog schreiben, den Lang für sie eingerichtet hat. Zudem lädt sie Kindergärten ein oder besucht Schulen, um den Kindern neue Titel oder Klassiker vorzustellen. „Ich lege dabei immer Wert darauf, dass die Kinder selbst aktiv werden“, betont sie.

Sabine Coldehoff, die in Friedberg eine mobile Buchhandlung mit Webshop betreibt, steht ebenfalls in einem engen Kontakt mit Kindergärten und Schulen, denn auch sie ist ausgebildete Lese- und Literaturpädagogin. Da sie nicht die Möglichkeit hat, ihre Zielgruppe in ein stationäres Geschäft einzuladen, bietet sie in den Einrichtungen Büchertische an und gibt parallel dazu Workshops und Vorträge für die Pädagogen. Darüber hinaus organisiert sie Bücherabende für Eltern, die Tipps zur Leseförderung ebenfalls dankbar aufnehmen würden. „Bei allen Aktionen, an denen El-

tern oder Erzieher teilnehmen, habe ich immer direkt eine Rückmeldung und gewinne Neukunden“, fasst sie zusammen.

### Verlage in neuer Rolle

Sowohl Lang als auch Coldehoff greifen für ihre Arbeit auf Materialien diverser Verlage sowie auf Infos und Kontakte des Bundesverbands Leseförderung zurück. Hilfreiche Anregungen liefern dessen Broschüren „Leseträume mit den Büchern von Kirsten Boie“ (2015, gemeinsam mit Oetinger) und „Bärenstarke Leseabenteuer“ (2017, in Kooperation mit Arena). Dabei richtet sich „Leseträume“ an Leseförderer in Kindergärten, Schulen und Bibliotheken, zeigt aber auch Praxisbeispiele für außerschulische Aktionen. Die Kinder in den beschriebenen Projekten waren 3 bis 14 Jahre alt.

In der Broschüre „Bärenstarke Leseabenteuer“ stellt Arena verschiedene Beispiele vor, wie Titel der „Bücherbär“-Reihe in der Grundschule eingesetzt wurden. Sie richtet sich demnach vorrangig an Pädagogen, einzelne Teile der Projekte können aber ebenso als Anregung für außerschulische Aktionen dienen. Der Arena Verlag verfolgt das Ziel, die Leseförderung in Zukunft noch intensiver zu unterstützen, sagt Geschäftsführer Albrecht Oldenbourg, dem im Oktober Alexandra Borisch (zuvor in leitender Funktion bei cbj/Random House) im Amt nachfolgen wird. „Die Aufgabe der Verlage ist es nicht nur, die Versorgung mit altersgerechten und qualitativ wertvollen Inhalten zu gewährleisten, sondern auch frühzeitig auf die tiefere Bedeutung des Lesens für die Persönlichkeitsbildung hinzuweisen. Dazu müssen neue Kommunikationswege beschritten werden.“ Man müsse sich dort einmischen, wo über das Lesen entschieden werde: in Familien, KiTas und Schulen. Die Lesetütenaktion (mit Oetinger) und die Broschüre seien bereits Schritte in diese Richtung. „Wir werden aber gern stärker gefordert und sind für weitere Kooperationen bereit“, betont er.

Die Zielgruppe kann von so einer Haltung nur profitieren. Aktionen zur Leseförderung im Handel seien von der Planung über die Pressearbeit und manchmal bis hin zum Kuchenbacken zwar ein großer Aufwand, meint Lang: „Aber die dankbaren und glücklichen Kinder sind ein guter Lohn.“

**Ulrike Peters** [peters@buchreport.de](mailto:peters@buchreport.de)

## Bundesverband Leseförderung

Der Bundesverband Leseförderung wurde 2009 mit dem Ziel gegründet, bundesweit alle lesefördernden Akteure miteinander zu vernetzen. Er setzt sich für eine professionelle und nachhaltige Förderung der Lese-, Schreib-, Literatur- und Medienkompetenz in Deutschland ein. Dafür arbeitet der Verband eng sowohl mit Vertretern der Wissenschaft als auch mit anderen Verbänden zusammen, die sich für Bildung, Erziehung, Förderung der Toleranz und interkulturelle Verständigung bei Kindern und Jugendlichen einsetzen.

Im Jahr 2012 haben die Kinderbuchautoren Kirsten Boie und Paul Maar die Schirmherrschaft übernommen. Der Verein hat rund 300 Mitglieder, zu den Fördermitgliedern zählen u.a. die Verlage Arena, Carlsen, Dix, Helmut Lingen, Talisa, Ökotopia und Oetinger.

Das Angebot umfasst:

- Beratung und Information über Möglichkeiten der Leseförderung;
- Fachtagungen und Seminare;
- Austausch und Vernetzung mit ehrenamtlich oder professionell tätigen Leseförderern;
- Weiterbildung Lese- und Literaturpädagogik (berufsbegleitend, deutschlandweit) für Interessierte aus pädagogischen und sozialen Bereichen, aber auch aus Bibliotheken, Buchhandel und Verlagen.

**Kontakt:** Bundesverband Leseförderung e.V.  
Manuela Hantschel (stv. Vorsitzende)  
Karlstraße 32  
74321 Bietigheim-Bissingen  
Telefon 0700/28537361  
[info@bundesverband-lesefoerderung.de](mailto:info@bundesverband-lesefoerderung.de)  
[www.bundesverband-lesefoerderung.de](http://www.bundesverband-lesefoerderung.de)