

Pressemeldung

Freiwilliges Engagement in Deutschland: Neue Kampagne wirbt mit prominenter Hilfe fürs Vorlesen #MachmitLiesvor

Gesellschaft gestalten, Chancen für Kinder verbessern, zeitlich flexibel sein – das sind Gründe, warum sich Menschen in Deutschland engagieren. Ein Engagement, das all das vereint: Vorlesen. Gleichzeitig zur Aktionswoche des bürgerlichen Engagements startet jetzt die Vorlese-Kampagne der Stiftung Lesen. Das Ziel: Aufmerksamkeit für die Bedeutung des Vorlesens für Kinder und Gesellschaft schaffen und (junge) Menschen zum Engagement motivieren. Denn Vorlesen sorgt dafür, dass Kinder leichter lesen lernen. Und ob Menschen lesen können, hat Auswirkungen auf das Selbstbild, die Anfälligkeit gegenüber Populismus, Jobchancen oder Wahlbeteiligung – sprich: die Lesefähigkeit ist ein Gesellschaftsthema. Doch 37 % der Kinder bekommen zu Hause nicht oder nur selten vorgelesen und sind im überforderten Bildungssystem auf Unterstützung von außen angewiesen.

Mainz, 18. September 2024. „Populisten hassen diesen Trick: Vorlesen.“ – mit frechen Sprüchen und bildstarken, KI-generierten Motiven ist die Vorlese-Kampagne der Stiftung Lesen ein echter Hingucker. Neben dem Wolf im Schafspelz werben vom Aussterben bedrohte Eisbären, erfolgreiche Dachse oder schlaue Eulen für das Vorlesen. Denn egal ob im Kampf gegen Populismus, den Klimawandel oder für gleiche Startchancen für alle Kinder in Deutschland: Vorlesen schafft die Grundlage für Wissen, Bildung und wirtschaftlichen Erfolg. #MachmitLiesvor – die Kampagne der Stiftung Lesen startet am 23. September. Jede Woche wird eines der fünf Motive auf den Social-Media-Kanälen der Stiftung veröffentlicht: Begleitet von zahlreichen Informations- und Weiterbildungsangeboten für alle, die sich ein freiwilliges Engagement vorstellen können. **Sabine Uehlein, Geschäftsführerin Programme Stiftung Lesen**, unterstreicht: „Lesen ist kein Hobby, sondern eine zentrale Grundlage für eine gesunde, belastbare Gesellschaft. Freiwilliges Engagement macht daher für die Zukunft von Kindern, aber auch die Gesellschaft einen echten Unterschied. Diesen Zusammenhang stellen wir heraus und bringen freiwilliges Engagement für das Lesen in das Bewusstsein der Menschen.“

Die Rolle des Vorlesens für gesellschaftliche Herausforderungen

Vorlesen stärkt das Verständnis für Sprache und macht Lust auf das Lesen. Wer Lust auf Lesen hat, übt es häufiger und erarbeitet sich so fast nebenbei eine gute Lesekompetenz. Sprich: Kann nicht nur formal lesen, sondern versteht Zusammenhänge und kann Inhalte bewerten. Dazu macht (Vor-)Lesen neugierig, fördert das Verständnis für drängende gesellschaftliche Probleme und liefert Argumente in der Diskussion mit anderen. So ausgerüstet lernen Kinder, sich Wissen anzueignen, sich eine eigene Meinung zu bilden, sich durchzusetzen und vermeintlich Unumstößliches zu hinterfragen. Aber: Vier von zehn Kinder bekommen zu Hause nicht vorgelesen. Die fehlenden Grundlagen können Kinder im überforderten Bildungssystem nur schwer aufholen – wenn überhaupt. Insgesamt sind in Deutschland Bildungserfolge eng an die Voraussetzungen im Elternhaus geknüpft. Umso dringender braucht es freiwillige Engagierte, die einen Unterschied machen wollen. Das weiß auch **Rocco Bräuniger, Country Manager Amazon in Deutschland, Österreich und der Schweiz**. Mit Blick auf die wirtschaftliche Situation in Deutschland betont er: „Lesen ist eine unverzichtbare Grundfähigkeit, die die Basis für alle weiteren Kompetenzen bildet, unabhängig davon, ob es sich um hoch qualifizierte oder geringer

qualifizierte Aufgaben handelt. Es liegt in unser aller Interesse, als Wirtschaft und als Gesellschaft, in Bildung zu investieren. Lese- und Schreibkompetenz ist ganz klar die Basis für den Bildungserfolg. Wer Kindern vorliest, so wie auch zahlreiche meiner Kolleginnen und Kollegen, trägt dazu bei, die Liebe zum Buch und zum Lesen zu wecken. Und in 15-20 Jahren gehen diese Kinder dann nicht nur selbstbewusst ihren beruflichen Träumen nach, sondern gebe die Liebe zum Lesen auch der nächsten Generation mit.“

Prominente Stimmen für das Lesen

Prominente Unterstützung bekommt die Kampagne von den Lesebotschafterinnen und Lesebotschaftern der Stiftung Lesen. **Lesebotschafter, Schauspieler und Komiker Bernhard Hoëcker** beispielsweise ist bekannt für sein breitgefächertes Wissen. Er erläutert: „Den positiven Effekt des Vorlesens merkt man zum Beispiel am Wortschatz. Jeder Mensch hat einen aktiven Wortschatz, aber das sind ja nicht alle Wörter, die man so kennt und versteht. Beim Vorlesen stößt man immer wieder auf Wörter, die man selbst noch gar nicht beim Sprechen benutzt – die aber dann in den aktiven Wortschatz eingehen.“ Gleichzeitig lernen kleine Zuhörerinnen und Zuhörer auch ganz viel von den Menschen, die sich freiwillig engagieren. Das ist für beide Seiten ein Gewinn und macht auch den Vorlesenden Spaß. Für **Jennifer Sieglar, Autorin, Moderatorin und Lesebotschafterin** ist klar: „Engagement hält die Gesellschaft zusammen. Denn auch für den Einzelnen hat das doch viele Vorteile: sich Zeit zu nehmen, etwas zu tun, was einem wichtig ist und zu sehen, was das auch mit anderen macht.“ Beim Vorlesen können sich beide Seiten immer wieder auf neue Themen einlassen und gemeinsam über das Gelesene sprechen. Erwachsene Vorbilder animieren Kinder zum Lesen und helfen, wichtige gesellschaftliche Entwicklungen zu verstehen.

Regional, flexibel: Informieren und loslegen – zum Bundesweiten Vorlesetag

Ob langfristiges Engagement oder erst einmal ausprobieren, allein oder zu zweit: Ein Vorlese-Engagement ist vielseitig, regional und richtet sich nach dem eigenen Terminkalender. Alle Informationen rund ums Vorlese-Engagement finden Interessierte auf der Kampagnenseite: www.stiftunglesen.de/mach-mit-lies-vor. Zusätzlich zu den Hintergründen finden Interessierte hier Anlaufstellen und Informationen zum Vorlese-Engagement, Weiterbildungsangebote über den Campus der Stiftung Lesen sowie eine Idee für den ersten Einsatz: den Bundeweiten Vorlesetag am 15. November 2024.

Über die Stiftung Lesen

Lesen ist die zentrale Voraussetzung für Bildung, beruflichen Erfolg, Integration und eine zukunftsfähige gesellschaftliche Entwicklung. Damit alle Kinder in Deutschland lesen können, engagiert sich die Stiftung Lesen gemeinsam mit Bundes- und Landesministerien, mit Unternehmen, Stiftungen, Verbänden und wissenschaftlichen Einrichtungen in bundesweiten Programmen und Kampagnen. Die Stiftung Lesen steht seit ihrer Gründung unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten und wird von zahlreichen prominenten Lesebotschafter*innen unterstützt. www.stiftunglesen.de

Pressekontakt Stiftung Lesen:

Mareike Bier

PR- und Kommunikationsmanagerin

Römerwall 40, 55131 Mainz

Tel: 06131 / 2 88 90-36

E-Mail: mareike.bier@stiftunglesen.de

www.stiftunglesen.de