

Pressemeldung

Lesen schmackhaft machen: Mit Buchgeschenken und Unterstützung aus einer überraschenden Branche

6,58 Millionen – so viele Kinderbücher sind 2023 in Deutschland über die Ladentheke gegangen. Aber nicht in einer Buchhandlung, sondern in den Restaurants von McDonald's Deutschland, dem Marktführer in der Systemgastronomie. Laut aktueller repräsentativer Umfrage von Eltern von Kindern im Alter zwischen 3–9 Jahren besitzen 62 Prozent aller Kinder der Altersgruppe ein Buch oder mehr aus dem Happy Meal®. Dabei erreichen die Buchgeschenke auch viele Familien, die zu Hause nur noch selten vorlesen. Die Aktion macht McDonald's zu einem der größten Leseunterstützer Deutschlands. Denn Buchgeschenke helfen dabei, dass zu Hause (mehr) vorgelesen wird, und das erleichtert Kindern das Lesenlernen. Ein Engagement, das zeigt: Unternehmen können die Bildungswende in Deutschland aktiv unterstützen.

Mainz, 29. Oktober 2024. Klassiker, Sachbücher, Fantasy und Co. – seit 2012 bietet McDonald's Deutschland Bücher als Alternative zu Spielzeug im Kindermenü „Happy Meal®“ an. Jeden Monat können Familien ein neues Buch entdecken. Die repräsentative Befragung von McDonald's und Stiftung Lesen zeigt nun, dass das Engagement des Unternehmens nachhaltig wirkt und neue Zielgruppen erreichen kann. Denn obwohl Fast Food und Bücher auf den ersten Blick nicht zusammengehören mögen, beweist die Kooperation das Gegenteil. Ganze drei Viertel der Eltern, die selten oder nie vorlesen, sind laut Befragung offen gegenüber Buchgeschenken. Das ist insbesondere wichtig, da es laut Vorlesemonitor 2024 – einer Befragung zum Vorleseverhalten in Familien von der Stiftung Lesen, der Deutsche Bahn Stiftung und DIE ZEIT – in einem Drittel der Familien maximal 10 Kinderbücher gibt. Und wo kein Lesematerial vorhanden ist, wird auch nicht vorgelesen. Warum sich eine der bekanntesten Marken der Welt für die Leseförderung stark macht und in einem Aktionsmonat pro Jahr sogar ausschließlich Bücher im Happy Meal® anbietet, erklärt **Stephanie Blum, Director Marketing**: „Die Bücher sind eine unserer beliebtesten Aktionen im Happy Meal®. Eltern wie Kinder nehmen das Angebot als besonders wertvoll an – wir freuen uns, dass wir damit einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag leisten können! Das Happy Meal® schenkt Freude, mit den Büchern aber vor allem auch Zukunftschancen. Mehr Bücher im Haushalt erhöhen die Chance, dass vorgelesen wird oder Kinder selbst zum Lesen motiviert werden.“ Doppelt positiv: Mit jedem ausgegebenen Buch erhält zusätzlich die McDonald's Kinderhilfe Stiftung eine Spende von 10 Cent.

Nachhaltige Wirkung: Eltern erzählen anderen Eltern von der Aktion

Unter den Eltern, die Bücher aus dem Happy Meal® besitzen, herrscht Konsens: 86 Prozent finden, dass Bücher im Menü eine gute Idee sind, um Kinder zum Lesen zu motivieren. Die absolute Mehrheit der Eltern berichtet sogar, dass sich ihre Kinder mindestens mehrmals pro Woche mit den geschenkten Büchern beschäftigen. Kein Wunder, dass etwa die Hälfte der Eltern bereits anderen Eltern oder Bekannten von der Aktion erzählt haben. Eine Chance für die Leseförderung, aber auch für McDonald's wie Stephanie Blum, Director Marketing, zufrieden über die Aktion ergänzt: „Das positive Feedback ermutigt uns, genau da weiter zu machen. Im Oktober haben unsere Gäste wieder die Möglichkeit, Bücher im Happy Meal® zu erhalten. Natürlich tragen alle Titel auch wieder das Gütesiegel der Stiftung Lesen. Wir sind stolz auf diese langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit!“

Aktion als Blaupause für andere Unternehmen

„Das Engagement von McDonald’s Deutschland ist für uns auf vielen Ebenen wichtig“, ergänzt **Sabine Uehlein, Geschäftsführerin Programme der Stiftung Lesen**. „Auf der einen Seite können wir Familien nachweislich dazu motivieren, dass Bücher und das Thema Lesen im Alltag stattfindet. Das ist ein Riesengewinn! Auf der anderen Seite hoffen wir anderen Unternehmen zu zeigen, dass nachhaltiges Engagement in der Leseförderung das eigene Angebot positiv ergänzen kann – selbst wenn man es erst einmal nicht erwartet.“ Die Kooperation zeigt sehr deutlich: Mit Kreativität, Mut und Engagement können Aktionen mit Unternehmen entstehen, die überraschen und nachhaltig einen Unterschied machen.

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:

Laura Trost
Senior PR-Managerin
Römerwall 40, 55131 Mainz
Tel: 06131 / 2 88 90-69
E-Mail: laura.trost@stiftunglesen.de
www.stiftunglesen.de