

Presse-Information

Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Börsenverein des
Deutschen Buchhandels e.V.

Großer Hirschgraben 17-21
60311 Frankfurt am Main

Telefon: +49 69 1306-292
Fax: +49 69 1306-294
presse@boev.de
www.boersenverein.de

Väter sind gefordert: Lesevorbilder für Jungen gesucht

Trendbericht Kinder- und Jugendbuch 2011 / Kinder- und Jugendbücher machen 15,2 Prozent des Gesamtumsatzes aus / Umsatzanteil von Büchern für Lesenachwuchs wächst

„Väter für das Vorlesen begeistern und mit spannenden Büchern für Jungen in die Zukunft investieren“ – das ist der zentrale Appell des Trendberichts Kinder- und Jugendbuch. In der Verantwortung stünden vor allem Familien, Gesellschaft und Buchbranche. Der Trendbericht wurde heute von der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen (avj), dem Arbeitskreis für Jugendliteratur (AKJ), der Stiftung Lesen und dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels bei einer Pressekonferenz auf der Leipziger Buchmesse vorgestellt.

Mit 15,2 Prozent Umsatzanteil rangiert die Warengruppe Kinder- und Jugendbuch auf dem zweiten Platz hinter der Belletristik. Während der Gesamtbuchmarkt im vergangenen Jahr leicht um 0,4 Prozent zugelegt hat, gingen die Umsätze beim Kinder- und Jugendbuch um 3,4 Prozent zurück. „Damit bewegt sich der Kinder- und Jugendbuchmarkt wieder auf seinem gewohnt hohen, aber normalen Niveau“, sagt Claudia Paul, Pressesprecherin des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels. „2009 war im Bereich der Jugendbücher ein Ausnahmejahr mit vielen neuerschienenen Bestsellern im All-Age-Bereich.“ Vor allem bei „Noch-nicht-Lesern“ und „Leseneulingen“ stehen Bücher hoch im Kurs: Die drei Warengruppen Vorschul-/Erstlesealter (Umsatzanteil 5,5 Prozent), Bilderbücher (Umsatzanteil 17 Prozent) sowie Spielen und Lernen (6,5 Prozent) konnten jeweils um rund fünf Prozent zulegen; Vorlesebücher (Umsatzanteil 4,9 Prozent) gewannen leicht um 1,1 Prozent. Insgesamt machen diese vier Segmente gut ein Drittel des Umsatzes in der Warengruppe Kinder- und Jugendbücher aus. „Leseförderung beginnt schon dann, wenn die Kinder noch nicht selbst lesen können“, sagt Claudia Paul. „Das zeigt sich im wachsenden Anteil der Bücher für die Jüngsten.“

Stärkste Warengruppen im Segment sind nach wie vor Jugendbücher (ab 12 Jahre; Umsatzanteil 27,4 Prozent) und Kinderbücher (bis 11 Jahre; Umsatzanteil 27,3 Prozent). Während die Jugendbücher im vergangenen Jahr einen Umsatzrückgang von 17,8 Prozent verzeichnen, konnten die Kinderbücher um 3,9 Prozent zulegen. Die Zahlen hat media control GfK International im Auftrag des Börsenvereins ermittelt.

Väter für das Vorlesen sensibilisieren

Lesevorbilder sind wichtig, damit aus Leseneulingen begeisterte Leser werden. Gefragt sind hierbei gerade die Väter, die das Vorlesen zwar wichtig finden, es aber überwiegend im Verantwortungsbereich der Mütter ansiedeln: Nur knapp ein Fünftel der Männer liest seinen Kindern allein oder gemeinsam mit der Partnerin vor. Männer sehen sich eher für andere Freizeitbeschäftigungen zuständig, so die Stiftung Lesen. „Das fehlende Zustän-

digkeits-Gefühl der Väter für das Vorlesen muss aber nicht so bleiben“, sagt Christoph Schäfer, Pressesprecher Bildung, Politik, Forschung der Stiftung Lesen. „Zahlreiche Projekterfahrungen belegen: Väter werden zu Vorlese-Vätern – wenn man sie für das Thema sensibilisiert und durch niederschwellige, männer-affine Angebote zum Aktiv-Werden motiviert.“ Mit Initiativen und Projekten wie „Lesestart“ und „Mein Papa liest vor“ richtet sich die Stiftung Lesen auch speziell an Väter.

Spannende Bücher vor dem Schlafengehen

Für gleichberechtigtes Vorlesen macht sich die Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen (avj) stark. Viele Kinder nutzen die Zeit vor dem Schlafengehen zum Lesen – dann sind in der Regel auch die Väter zu Hause und könnten sich dem Nachwuchs widmen, so der Appell der avj. „Kluge Väter lesen, vorbildliche lesen vor“, sagt Ulrich Störiko-Blume, Vorsitzender der avj. „Wenn althergebrachte Rollenzuweisungen abgeschafft werden, muss dies auch im Vermittlungsprozess von Kinder- und Jugendliteratur geschehen.“ Das allerdings reiche nicht aus, denn das Problem liege nicht allein beim fehlenden Vorleser, sondern auch bei der Auswahl des richtigen Lesestoffs. Spaß beim Lesen und eine spannende Handlung werden von Jungen als wichtige Kaufgründe genannt. Deshalb ruft die avj die Buchbranche zur Unterstützung auf. „Hier sollten Verlage ansetzen und sich mit ihren Programmen stärker auf die Bedürfnisse von Jungen ausrichten. Und Buchhandlungen können ihre Stärken – Beratung und Kaufempfehlung – ausspielen und darauf hinwirken, dass Kinder- und Jugendbücher speziell für Jungen bekannter werden“, so Störiko-Blume.

Vorlesen als Investition in die Zukunft

Vorlesen hat einen nachhaltigen Effekt, der über die reine Vorlesesituation hinausgeht. Darauf weist der Arbeitskreis für Jugendliteratur (AKJ) hin. „Vorlesen schafft gemeinsame Erfahrungen, liefert Stoff für gemeinsame Gespräche und spätere Erinnerungen. Für Väter ein wichtiger Schatz, der vielleicht erst viel später richtig gewürdigt wird. Es ist zu hoffen, dass sich auch bei den Männern das Bewusstsein verstärkt, dass das Vorlesen auch für sie eine Win-Win-Situation ist“, sagt Regina Pantos, Vorsitzende des AKJ. Väter könnten durch das Vorlesen im Familienkreis für ihre Söhne eine wichtige Orientierung auch in entwicklungspsychologischer Hinsicht sein.

Die aktuellen Zahlen zum Kinder- und Jugendbuchmarkt sind unter www.boersenverein.de abrufbar.

Die **Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)** wurde 1950 mit dem Ziel gegründet, die Zusammenarbeit von Jugendbuchverlagen zur gemeinsamen Förderung der Kinder- und Jugendliteratur zu organisieren und die Interessen ihrer Mitglieder in der Öffentlichkeit und gegenüber Behörden, Institutionen und Verbänden zu vertreten. Derzeit gehören der avj rund 90 Mitgliedsverlage aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an.



Arbeitskreis für
Jugendliteratur e.V.



**Börsenverein des
Deutschen Buchhandels**

Stiftung Lesen

Der **Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V. (AKJ)** ist der 1955 gegründete Dachverband der Kinder- und Jugendliteratur in Deutschland. Ihm gehören rund 40 Mitgliedsverbände und über 200 Einzelpersonen an; der AKJ wird gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, in dessen Auftrag er jährlich den Deutschen Jugendliteraturpreis verleiht. Seit 2003 entscheidet neben Kritikern eine unabhängige bundesweite Jury aus Jugendlichen über einen eigenen Preis, den „Preis der Jugendjury“. Zu den zentralen Aufgaben des AKJ zählen die Förderung der Lesekultur in der Kinder- und Jugendbildung sowie Ausbau und Pflege internationaler Kontakte.

Der **Börsenverein des Deutschen Buchhandels** engagiert sich für das Kulturgut Buch und das Lesen, für die Meinungsfreiheit und die kulturelle Vielfalt der Gesellschaft. Er wurde 1825 gegründet und vertritt die Interessen von rund 5.700 Verlagen, Buchhandlungen, Antiquariaten, Zwischenbuchhändlern und Verlagsvertretern. Der Börsenverein veranstaltet die Frankfurter Buchmesse und verleiht jährlich den Friedenspreis des Deutschen Buchhandels sowie den Deutschen Buchpreis. Er engagiert sich für den UNESCO-Welttag des Buches und veranstaltet seit über 50 Jahren den jährlichen Vorlesewettbewerb sowie weitere Leseförderungsprojekte.

Seit 1988 entwickelt die **Stiftung Lesen** zahlreiche Projekte, um das Lesen in der Medienkultur zu stärken. Traditionell steht die gemeinnützige Organisation unter der Schirmherrschaft der Bundespräsidenten. Zweck der Stiftung Lesen ist die Förderung von Buch, Zeitschrift und Zeitung in allen Bevölkerungskreisen sowie die Pflege und der Erhalt einer zeitgemäßen Lese- und Sprachkultur, nicht zuletzt in den neuen Medien. Dabei ist sie Plattform für die Verbindung von Wirtschaftsunternehmen mit modernen Formen der Leseförderung.

Leipzig, 18. März 2011

Johannes Neufeld
Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 069 1306-292
Telefon auf der Leipziger Buchmesse 0341 4145-4486

18. März 2011: Trendbericht Kinder- und Jugendbuch

Christoph Schäfer - Stiftung Lesen

Fehlende Vorbilder - was tun, wenn der Vater nicht liest?

„Lass dich mit einem Buch erwischen“, lautete eine Plakatkampagne in den USA, die prominente Sportler als Leser ablichtete - und brachte damit einen wesentlichen Leseförderungs-Impuls auf den Punkt: Wer Kindern nicht einfach erklärt, dass es toll und wichtig ist, Bücher zu lesen, sondern sich selbst „mit einem Buch erwischen“ lässt, löst durch den Vorbild-Effekt einen entscheidenden Motivationsschub aus. Bei Mädchen - aber gerade auch bei Jungen. Noch stärker ist dieser Effekt, wenn man sich als Vater oder Mutter nicht nur von seinen Kindern „mit einem Buch erwischen lässt“, sondern ihnen aktiv vorliest.

Diese Wirkung wiederum ist aufgrund von Lesesozialisations-Studien quantifizierbar: „Lesen macht mir Spaß“, sagen laut einer repräsentativen Untersuchung 70 Prozent aller Erwachsenen, denen als Kind häufig vorgelesen wurde - und knapp 45 Prozent aller Erwachsenen, denen nur selten bzw. nie vorgelesen wurde. Bei den ehemaligen Vorlese-Kindern erklären gar doppelt so viele (47 Prozent), dass sie „immer ein Buch haben, in dem sie gerade lesen“ wie die Kinder von Kaum- oder Nicht-Vorlesern (25 Prozent). (Quelle: Stiftung Lesen: Lesesozialisation in der Familie, 2008)

Dennoch lesen 42 Prozent der Eltern ihren Kindern nur selten oder nie vor (Quelle: Vorlesestudie 2007 der Stiftung Lesen, der ZEIT und der Deutschen Bahn) - und vorlesende Väter sind ganz besonders rar: Nur acht Prozent der Väter werden - laut Vorlesestudie 2008 - als Vorlese-Hauptakteure wahrgenommen, in weiteren 11 Prozent der Familien sind sie immerhin noch gemeinsam mit den Müttern als Vorleser aktiv. Aber in rund 80 Prozent der Familien lesen Väter praktisch nicht vor. Warum sie es nicht tun, darüber gab die Vorlese-Studie 2009 Aufschluss: Neben den Gründen „Keine Zeit“ oder auch „Ich setze bei der Freizeitgestaltung mit meinen Kindern andere Schwerpunkte“, wurde als zentraler Grund offenbar: Sie fühlen sich schlicht und einfach für dieses Thema nicht zuständig. Bezeichnend war die Antwort eines Vaters dreier Kinder: „Ich finde Vorlesen ungeheuer wichtig - deswegen versuche ich immer wieder meine Frau zu motivieren, vorzulesen.“

Aussagen wie diese legen ein quasi in Beton gegossenes Rollenverständnis nahe, das sich kaum umformen lässt. Doch zahlreiche Projekterfahrungen belegen das Gegenteil: Väter werden zu Vorlese-Vätern - wenn man sie für das Thema sensibilisiert. Und wenn man sie durch niederschwellige, männer-affine Angebote zum Aktiv-Werden motiviert. Die frühkindliche Initiative „Lesestart“, in seiner derzeitigen Projektstruktur vom BMBF gefördert und zuvor in Kooperation mit zahlreichen Partnern von der Stiftung Lesen realisiert, belegt: Eltern lesen ihren Kindern häufiger vor, wenn sie die Bedeutung frühkindlicher Spracherziehung in überzeugender Weise vermittelt bekommen. Das gilt für Mütter wie für Väter. Ebenso ermutigend ist das Projekt „Mein Papa liest vor“ der Hesenstiftung - Familie hat Zukunft und der Stiftung Lesen. Hier bieten Unternehmen im Intranet regelmäßig neuen Vorlese-Stoff zum Download an, der sich speziell an Väter richtet. Dies in Verbindung mit Hintergrundinformationen rund um das Thema „Warum Vorlesen wichtig ist - und wie ich meine Kinder als Vorleser begeistern kann“. Das Feedback auf das Projekt ist ausgesprochen positiv: viele Väter erklären, dass sie das Angebot nicht mehr missen möchten. Immer mehr Unternehmen sind mit dabei - mittlerweile rund 100 - und längst ist das Projekt nicht mehr nur auf Hessen beschränkt.

Fazit: Nur in jeder fünften Familie sind Väter als Vorleser präsent - das liegt daran, dass sich viele Väter für das Vorlesen nicht zuständig fühlen. Exemplarisch dafür steht die Aussage eines Vaters in einer Vorlesestudie: „Ich finde Vorlesen ungeheuer wichtig - deswegen versuche ich immer meine Frau zu motivieren, vorzulesen“. Dieses Rollenverständnis lässt sich - wenn auch im Rahmen eines langwierigen Prozesses - verändern: Väter werden zu Vorlese-Vätern, wenn man sie für das Thema sensibilisiert und im Rahmen von niederschwelligen Angeboten motiviert. Zukunftsweisend ist hier das Projekt „Mein Papa liest vor“: Rund 100 Firmen bieten in ihrem jeweiligen Intranet Vorlesegeschichten zum Download ihren Mitarbeitern an.

Christoph Schäfer
Pressesprecher Bildung, Politik, Forschung
der Stiftung Lesen

Kontakt:

Christoph Schäfer

Stiftung Lesen

Am Römerwall 40, 55131 Mainz

Telefon: 06131 28890-28

E-Mail: christoph.schaefer@stiftung-lesen.de

Internet: www.StiftungLesen.de

18. März 2011: Trendbericht Kinder- und Jugendbuch

Ulrich Störiko-Blume – Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)

Der V-Faktor: Vorbildliche Väter lesen vor

„Die unglaubliche Nähe, die entsteht ... Der Vater, der vorliest, macht nichts anderes, und das Kind, das zuhört, macht ebenfalls nichts anderes. Der Vater ist eine halbe Stunde lang zu 100 Prozent für sein Kind da.“

Arne Ulbricht im Sonntagsgespräch mit BuchMarkt am 27.02.2011

Vor dem Lesen kommt das Vorlesen. Vorlesen können auch Väter; das kann mehr als eine Überbrückung für die Phase sein, in der die Kinder noch nicht selbst lesen können. Die Gemeinsamkeit des Lesens ist das Entscheidende. Das kann sich später fortsetzen, wenn Väter dieselben Bücher wie ihre Kinder lesen, insbesondere die Jungen. Füreinander da sein, miteinander etwas genießen – das ist ein Kernbestandteil des Familienlebens.

Wenn allgemein in der Gesellschaft Barrieren für Frauen und althergebrachte Rollenzuweisungen abgeschafft werden, muss dies auch im Vermittlungsprozess von Kinder- und Jugendliteratur geschehen.

Kinder beiderlei Geschlechts werden derzeit überwiegend

- von Müttern erzogen
- von Erzieherinnen im Kindergarten umsorgt
- von Grundschul-Lehrerinnen elementar gebildet
- von Bibliothekarinnen mit Büchern versorgt
- von Buchhändlerinnen beraten

Wenn hier eine zu stark einseitig weiblich geprägte Domäne bestehen bleibt, wird das Interesse des männlichen Nachwuchses nicht im möglichen und wünschenswerten Ausmaß geweckt.

Die Befunde neuerer Untersuchungen bestätigen das – zeigen aber auch Ansatzpunkte für ein Gegensteuern auf. Eine kulturell orientierte männliche Komponente in der Erziehung muss selbstverständlicher und präsenter werden.

1. Die Lage

Wer kauft Kinder- und Jugendbücher (KJB)?

- Über 90 Prozent aller KJB werden von Erwachsenen (= Menschen über 20 Jahre) gekauft.
- 2/3 der Käufer von KJB sind weiblichen Geschlechts.
- Vorlesebücher verkaufen sich auf niedrigem Niveau, bleiben aber stabil.

Wer von den Kindern (6 – 13 Jahre) liest Kinder- und Jugendbücher?

- 15 Prozent der Mädchen, aber nur 6 Prozent der Jungen bezeichnen Bücherlesen als liebste Freizeitaktivität.
- 11 Prozent der Mädchen, aber nur 6 Prozent der Jungen würden von allen Medien am wenigsten auf Bücher verzichten.
- 3/5 der Mädchen, aber nur 2/5 der Jungen sind regelmäßige Leser.
- 15 Prozent der Mädchen, aber 24 Prozent der Jungen sind Nichtleser.

Wer von den Jugendlichen (12 – 19 Jahre) liest Jugendbücher?

- 48 Prozent der Mädchen, aber nur 28 Prozent der Jungen lesen täglich oder mehrmals in der Woche Bücher.
- Für 62 Prozent der Mädchen ist Bücherlesen sehr wichtig oder wichtig (Rang 4 unter den Medien), nur 39 Prozent der Jungen sehen das ebenso (Rang 8).
- 11 Prozent der Mädchen, aber 23 Prozent der Jungen sind Nichtleser.

Das alltägliche Zeitbudget von Kindern und Jugendlichen wird mit ständig neuen medialen Angeboten herausgefordert:

- Die Ausstattung der Haushalte mit Internetzugang ist nahe 100 Prozent.
- TV-Nutzung geht leicht zurück, während die PC-Nutzung offline und online stark zunimmt.
- Während 2004 nur 49 Prozent das Internet täglich oder mehrmals in der Woche nutzten, ist dieser Anteil 2010 auf 90 Prozent gestiegen. Trotz dieses enormen Zeitbedarfs ist die vergleichbare Quote beim Bücherlesen seit 1998 mit leichten Schwankungen bei 38 Prozent geblieben. Die TV-Nutzung ist zum Vergleich von 92 Prozent auf 88 Prozent gesunken.
- Für die Schule sind bereits heute fast alle im Netz: Nur 16 Prozent der 6- bis 13-Jährigen benutzen das Internet nie für Hausaufgaben.
- Die Ausstattung der Jugendlichen mit Handys ist nahezu 100 Prozent; die Kinder ziehen allmählich nach; gewöhnliche Handys werden immer mehr durch Smartphones ersetzt.

Was Mütter und Väter heute meistens tun:

- Väter nehmen kaum Einfluss auf die Buchkäufe, sie interessieren sich offenbar nicht dafür.
- Mütter bemühen sich sehr um die richtige Literatur ihrer Kinder. Fantasy liegt ihnen jedoch persönlich meistens nicht, aber sie tolerieren solche Bücher, weil sie dem Interesse ihrer Kinder genügen wollen. Bei der Lektüre für Jungen wissen sie nur begrenzt, was ihre Kinder wirklich interessiert.
- Beide Faktoren zusammen sind mit dafür verantwortlich, dass die Jungen ab etwa 12 Jahren in großem Maße als Leser verlorengehen.
- Elektronische Medien und Fernsehen sind den meisten Müttern suspekt; sie kennen sich nicht wirklich aus und versuchen lediglich, das Zeitbudget dafür zu begrenzen.

Die für das Bücherlesen von Jungen negativen Faktoren:

- Unter Jungen ist das Lesen von Büchern häufig negativ konnotiert – für Mädchen dagegen sind Bücher ein fester Bestandteil ihres Lebens, worüber sie sich mit ihren Freundinnen gern austauschen.
- Sach- und Lernbücher verlieren gegenüber erzählerischen Büchern. Ihr Anteil ist von 22 Prozent im Jahre 2006 auf 17 Prozent im Jahre 2009 gesunken.
- Eltern beklagen, dass es für Mädchen ein viel größeres geeignetes Buchangebot gibt als für Jungen.
- Wenn es um „Spaß haben“ geht, sind Bücher die mit Abstand am seltensten genannten Medien.

2. Die Chancen

Die wichtigsten Faktoren für die Verbesserung der Leseneigung bei Jungen:

- Kaufgrund # 1 ist 2010 „Spaß beim Lesen“, das war 2007 # 5. War 2007 das „Thema“ des Buches Kaufgrund # 1, ist dieses Kriterium auf # 9 gesunken.
- Umgekehrt war 2007 das Kriterium „Spannung“ # 4, ist es jetzt # 2.
- Von 2006 auf 2009 hat sich der Anteil der für Jungen gekauften Bücher insgesamt von 42 Prozent auf 44 Prozent erhöht, bei den einzelnen Altersgruppen sieht das so aus:
 - 10/11-Jährige: von 35 Prozent auf 42 Prozent
 - 12/13-Jährige: von 19 Prozent auf 30 Prozent
 - 14/15-Jährige: von 18 Prozent auf 21 Prozent
- Jungen lassen sich von dicken Büchern nicht abschrecken, wenn sie spannend sind.
- Bei den KJB-Käufern ab 40 Jahren nimmt der Anteil der Männer zu.
- Wenn für die Haupterzieher das Buch das am wenigsten verzichtbare Medium ist, besteht diese Präferenz auch bei 25 Prozent ihrer Kinder; bei Eltern mit anderen medialen Präferenzen liegt diese Zahl bei 6 Prozent.

Neue Chance E-Books:

- Die Ausstattung des Marktes mit E-Book-Readern und Tablet-PCs beginnt gerade.
- 20 Prozent der 10- bis 19-Jährigen, die gerade ein KJB gekauft haben, können sich vorstellen, dieses auch als E-Book zu **lesen**.
- 10 Prozent der 10- bis 19-Jährigen, die gerade ein KJB gekauft haben, können sich vorstellen, dieses auch als E-Book zu **kaufen**.

3. Was tun?

- **Appell an die Väter:** Bücherlesen bei Kindern findet zu 1/3 nachmittags und zu 2/3 abends vor dem Schlafengehen statt – dann sind die Väter zu Hause und haben meistens auch Zeit.
- **Appell an die Verlage:** Es gibt zu wenig „komische/lustige“ KJB, insbesondere für Jungen. Machen!
- **Appell an die Lektorate:** Titel, Umschlagtext und Buchanfang müssen spannend sein.
- **Appell an die Buchhandlungen:** Ihre Stärken sind persönliche Empfehlung, Tipp, Gespräch – das alles zusammen ist Kaufgrund # 1 für den Besuch in der Buchhandlung und macht 88 Prozent der Kaufentscheidung aus.
- **Appell an die Bibliotheken bzw. ihre Betreiber:** Ihre Empfehlungen können bei jungen Lesern sehr viel bewirken, denn fast alle Kinder besitzen einen Bibliotheksausweis.

Erkenntnisse und Hinweise sind folgenden Studien zu verdanken:



Kinder- und Jugendbuch-Studie 2010 im Auftrag von avj und Börsenverein, durchgeführt von GfK und Sinus Sociovision



KIM-Studie 2010, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest



JIM-Studie 2010, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest



Buch und Buchhandel in Zahlen 2010, Börsenverein

Ulrich Störiko-Blume

Vorsitzender des Vorstandes

der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)

Kontakt:

Margit Müller (Geschäftsführerin)

Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)

Großer Hirschgraben 17-21, 60311 Frankfurt am Main

Telefon: 069 1306-248

E-Mail: margit.mueller@avj-online.de

Internet: www.avj-online.de

18. März 2011: Trendbericht Kinder- und Jugendbuch

Regina Pantos – Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V. (AKJ)

Jungen und Lesen: XY ungelöst

Dass Jungen weniger und schlechter lesen als Mädchen, ist kein neues Phänomen. Das war schon vor 50 Jahren so, als ich zur Schule ging und jeder Lehrer hätte es bestätigen können. In unser gesellschaftliches Bewusstsein ist diese Tatsache mit den Ergebnissen der ersten PISA Studie vor 10 Jahren geraten. Besonderen Alarm löste damals die sogenannte Risikogruppe aus: 15-jährige Jungen aus formal niedrigen Schulformen und ungünstigen sozialen Lagen, häufig mit Migrationshintergrund, deren Lesekompetenz so gering war, dass eine berufliche Ausbildung kaum möglich erschien. Was aus diesen Jungen, die heute 25 Jahre alt sind und damit zur Vätergeneration gehören, geworden ist, wissen wir nicht. Es gibt keine entsprechenden Langzeitstudien und keine aussagekräftige Evaluation der seither durchgeführten Projekte zur Leseförderung. Bei ihnen die Frage nach dem vorlesenden Vater zu stellen, ist wahrscheinlich müßig.

Also fangen wir wieder von vorne an bei den Familien mit Kleinkindern. Dort finden sich nach Auskunft der Vorlesestudie der Stiftung Lesen von 2008 nur 8 Prozent der Väter, die das Vorlesen zu ihrer Chefsache machen. In 11 Prozent der Familien ist es gemeinsame Sache, ansonsten sind die Mütter fürs Vorlesen zuständig. Vor hundert Jahren war das auch schon so, wie uns Heinrich Mann in seinem Roman „Der Untertan“ wissen lässt. Dort heißt es: „Die Mutter nährte ihn mit Märchen“. Und sie genießt mit ihrem Sohn die vor Gemüt überfließenden Dämmerstunden. Der Vater ist jedoch mit der gefühlsselligen Art seiner Frau absolut nicht einverstanden. „Sie verdarb das Kind fürs Leben...Kein Wunder, da sie Romane las.“ Die zärtlichen Stunden mit der Mutter nutzt der Junge aus, „aber er fühlte gar keine Achtung vor seiner Mutter. Ihre Ähnlichkeit mit ihm selbst verbot es ihm“. Hier wird ein entwicklungspsychologisches Dilemma deutlich: Mit drei Jahren beginnen die Kinder sich dem eigenen Geschlecht zuzuordnen und bewerten ihre Fähigkeiten geschlechtsspezifisch. Diederich Heßling im „Untertan“ weiß, dass das Verhalten und die Vorlieben der Mutter nicht in das männliche Selbstkonzept passen, das er nach dem Willen des autoritären Vaters entwickeln soll.

Auch heute wird Lesen und Vorlesen noch oft von Jungen als „weibisch“ abgelehnt. Dabei geht es wahrscheinlich weniger um das Lesen an sich als vielmehr darum, dass das Vorlesen der Mütter in einer intimen Situation mit enger Bindung stattfindet, die das prosoziale Verhalten von Mädchen befördert und bei ihnen für eine nachhaltige Lesebegeisterung sorgt. Jungen entwickeln dagegen bereits im Vorschulalter ein mehr auf Konkurrenz und Wettbewerb orientiertes Verhalten, das Abgrenzung vom anderen notwendig macht. Dazu kommt als Verstärker, dass Kinder in der gesamten Kindheit – und nicht nur in unserem Kulturkreis – gleichgeschlechtlichen Freunden den Vorzug geben. Väter als Vorleser im familialen Umfeld könnten also gerade für Jungen eine wichtige entwicklungspsychologische Orientierung bieten. Und für Mädchen wäre es auch ein Vorteil, denn sie könnten ihren Horizont in Bezug auf Rollenverhalten um einen interessanten Aspekt erweitern.

Aber es kommt nicht nur auf das Geschlecht des Vorlesers an, sondern auch auf den Kommunikationsstil in der Vorlesesituation. Der Vorleser muss mit Spaß bei der Sache sein und offen und interessiert auf die Bedürfnisse des Kindes eingehen. Auch wenn das Vorlesen eingebettet ist in Rituale – was Kinder lieben und was ihnen Sicherheit gibt – sollte es nicht Pflicht sein sondern Kür. Sonst wird es kontraproduktiv und liefert den Vorwand für den Einwand, dass lieber Mutter vorlesen sollte, weil sie es besser kann. Vorlesen ist auch kein Geschenk des Erwachsenen für das Kind wie ein Bonbon, sondern es schafft gemeinsame Erfahrungen, liefert Stoff für gemeinsame Gespräche und spätere Erinnerungen. Für Väter ein wichtiger Schatz, der vielleicht erst viel später richtig gewürdigt wird, wenn es Situationen gibt, wo es schwierig wird für die Väter und Kinder, wenn sie miteinander reden müssen und es oft nicht können. Es ist zu hoffen, dass mit der Doppelrolle von Ernährer und Erzieher, die beide Elternteile heute oft einnehmen, sich auch bei den Männern das Bewusstsein verstärkt, dass das Vorlesen auch für sie eine Win-Win-Situation ist. Dabei könnte sicher auch die allgemeine Tagespresse, egal ob gedruckt oder digital, einen Beitrag leisten. U.a. auch mit Hinweisen und Lektüreempfehlungen, die auf das

Interesse von Vätern ausgerichtet sind. Das Angebot auf dem Kinderbuchmarkt ist groß genug, es muss nur entsprechend gesichtet und wahrgenommen werden.

Wenn es in der Familie keinen lesenden Vater gibt, sollte der Kindergarten dieses kompensieren. Dort gibt es jedoch auch nur wenige männliche Erzieher, die als lesendes Vorbild dienen können. Ihre Quote ist noch geringer als die der vorlesenden Väter in der Familie. In der nächsten Station der Lesesozialisation, der Schule, sieht es ähnlich aus. Eine Umfrage unter GEW-Lehrern vom April 2010 ergab zwar, dass die Lehrerschaft der Entwicklung der Lesekompetenz höchste Bedeutung zumisst, aber ein gutes Drittel ist skeptisch, ob die schulischen Leseförderungsbemühungen überhaupt wirksam sind. Bei lesefördernden Aktivitäten wie Klassenbücherei oder Teilnahme an Wettbewerben sind die Frauen sehr viel engagierter als die Männer, d.h. dass auch hier die Männer keine Vorbildrolle für Jungen einnehmen. Zudem werden die Ressourcen für individuelle Leseförderung, die einzelnen Jungen oder z.B. einer Peer Group von Jungen zugute kommen könnten, als völlig unzureichend eingeschätzt. Hier könnte aber z.B. durch Leseclubs für Jungen eine Möglichkeit bestehen, ihre Rolle als aktive Leser und Vermittler von Literatur zu entwickeln ohne sich von Mädchen abgrenzen zu müssen.

Derzeit sieht es in der Arbeitswelt ja aber so aus, dass Männer immer noch besser verdienen als Frauen und ihre Karrierechancen im Berufsleben entschiedener wahrnehmen als Frauen. Es geht offenbar auch ohne lesende Väter als Vorbild. Denn Geschlecht ist nur dann ein Risikofaktor, wenn die Herkunft aus einer bildungsfernen und einkommensschwachen Familie hinzukommt. Die Differenz zwischen 15-jährigen Hauptschülern und Gymnasiasten ist bei PISA sechsmal höher als der Vorsprung der Mädchen bei der Leseleistung. Gesellschaftlicher Handlungsbedarf geht darum über die Frage nach den lesenden Vätern weit hinaus.

Regina Pantos
Vorsitzende des Arbeitskreises für Jugendliteratur e.V.

Kontakt:
Julia Lentge
Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V.
Metzstraße 14c, 81667 München
Telefon: 089 45808082
E-Mail: lentge@jugendliteratur.org
Internet: www.jugendliteratur.org



Arbeitskreis für
Jugendliteratur e.V.

Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V. (AKJ)

1955 gegründeter Dachverband der
Kinder- und Jugendliteratur in
Deutschland

ca. 40 Mitgliedsverbände
und 200 Einzelpersonen als
Mitglieder
Förderung durch das
Bundesministerium für Familie,
Senioren, Frauen und Jugend

Deutscher Jugendliteraturpreis



Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)

1950 gegründeter Fachverband für
Kinder- und Jugendbuchverlage
aus Deutschland, Österreich
und der Schweiz

ca. 90 Mitgliedsverlage

Kinderbuchhandlungspreis



Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

1825 gegründeter Dachverband

ca. 5.700 Mitglieder
(Verlage, Buchhandlungen,
Antiquariate, Zwischenbuchhändler
und Verlagsvertreter)

*Vorlesewettbewerb
Deutscher Buchpreis
Friedenspreis des
Deutschen Buchhandels*



Stiftung Lesen

1988 gegründete Organisation, die
zahlreiche Projekte entwickelt, um
das Lesen zu fördern und zu
erforschen

Stifterrat: 37 Mitglieder
(Unternehmen,
Wirtschaftsverbände,
Bundesländer etc.)
Stiftungsrat: 20 Mitglieder
(Mitgliedsverbände
und -organisationen)

*Leseförderungspreis
„AusLese“*

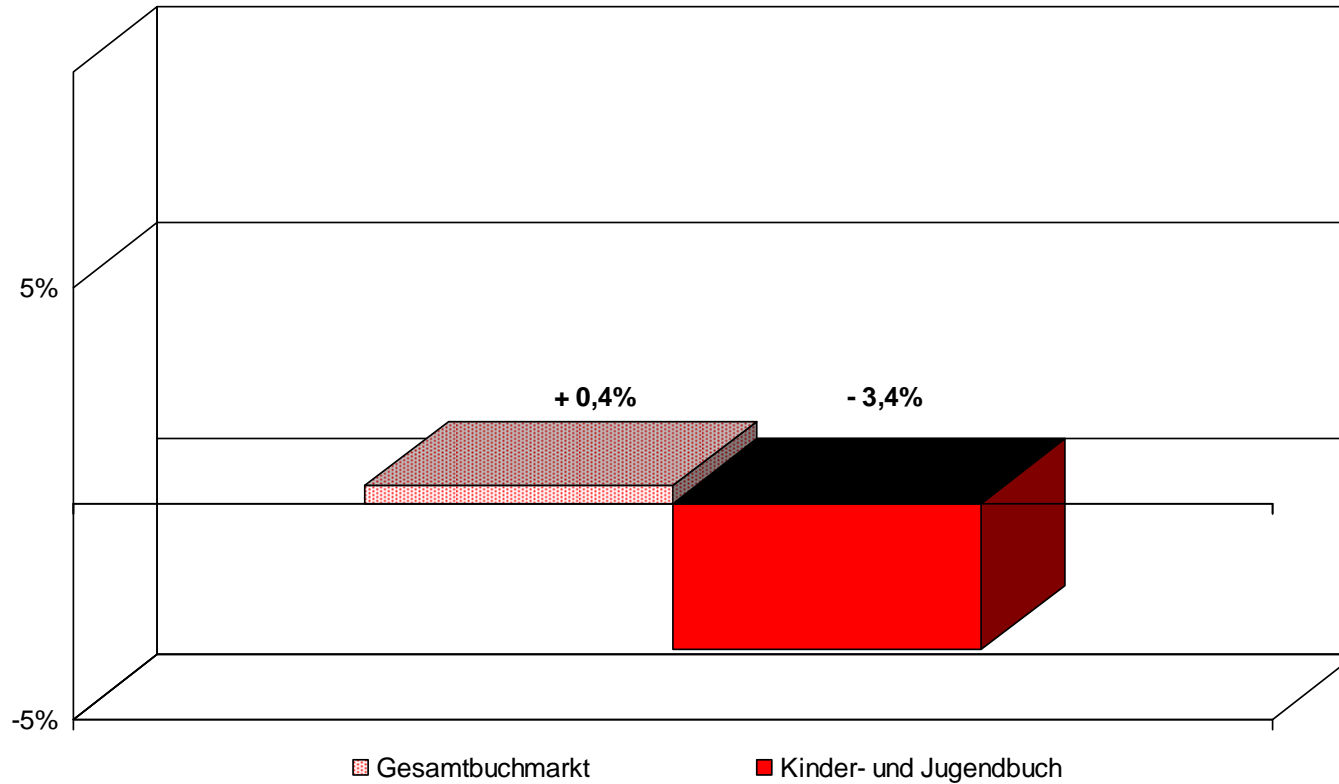
Leipzig, 18. März 2011

Der Markt der Kinder- und Jugendbücher in Deutschland 2010

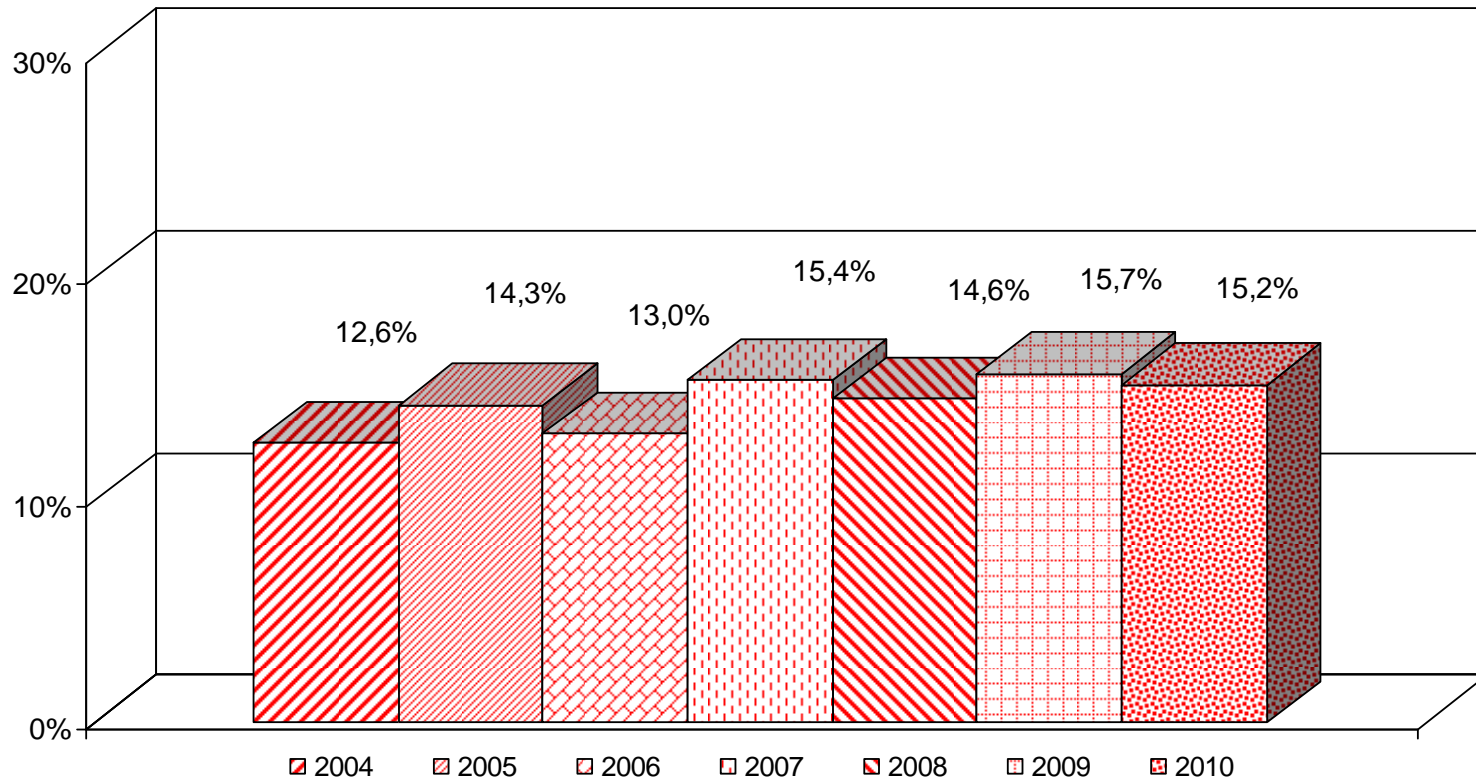
Börsenverein des
Deutschen Buchhandels



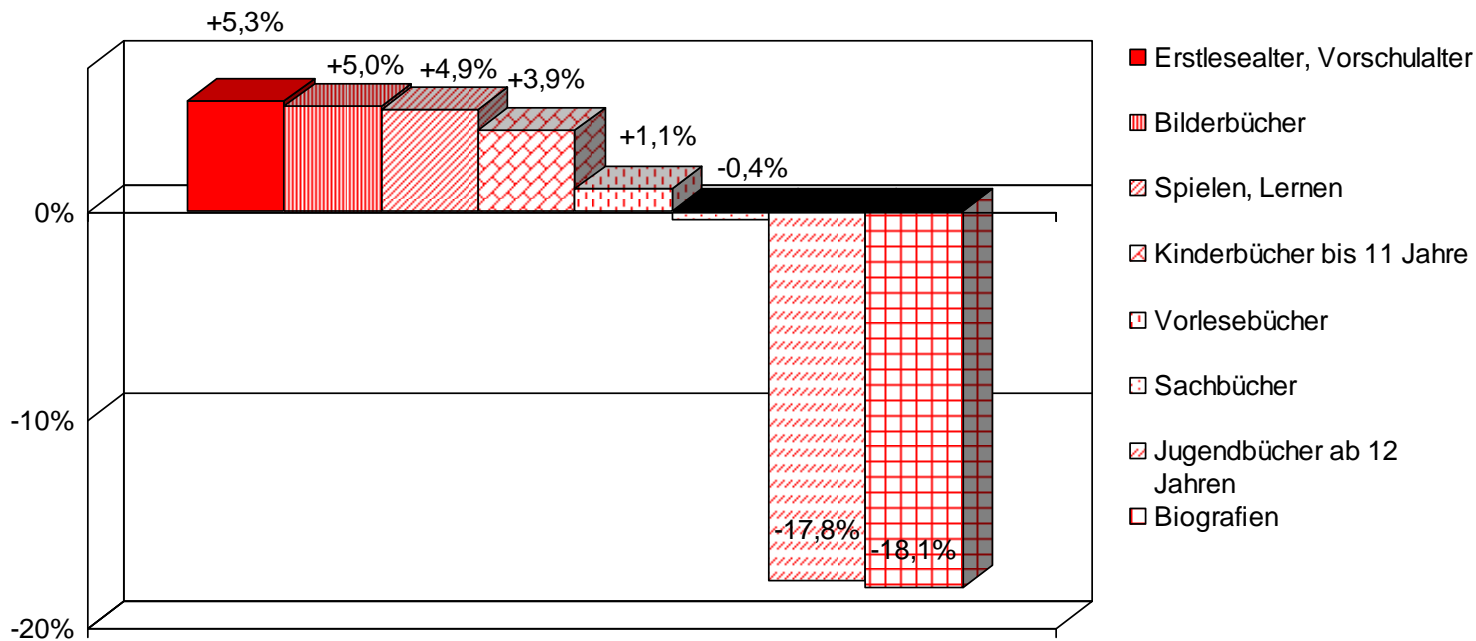
Umsatzveränderung 2010 gegenüber 2009



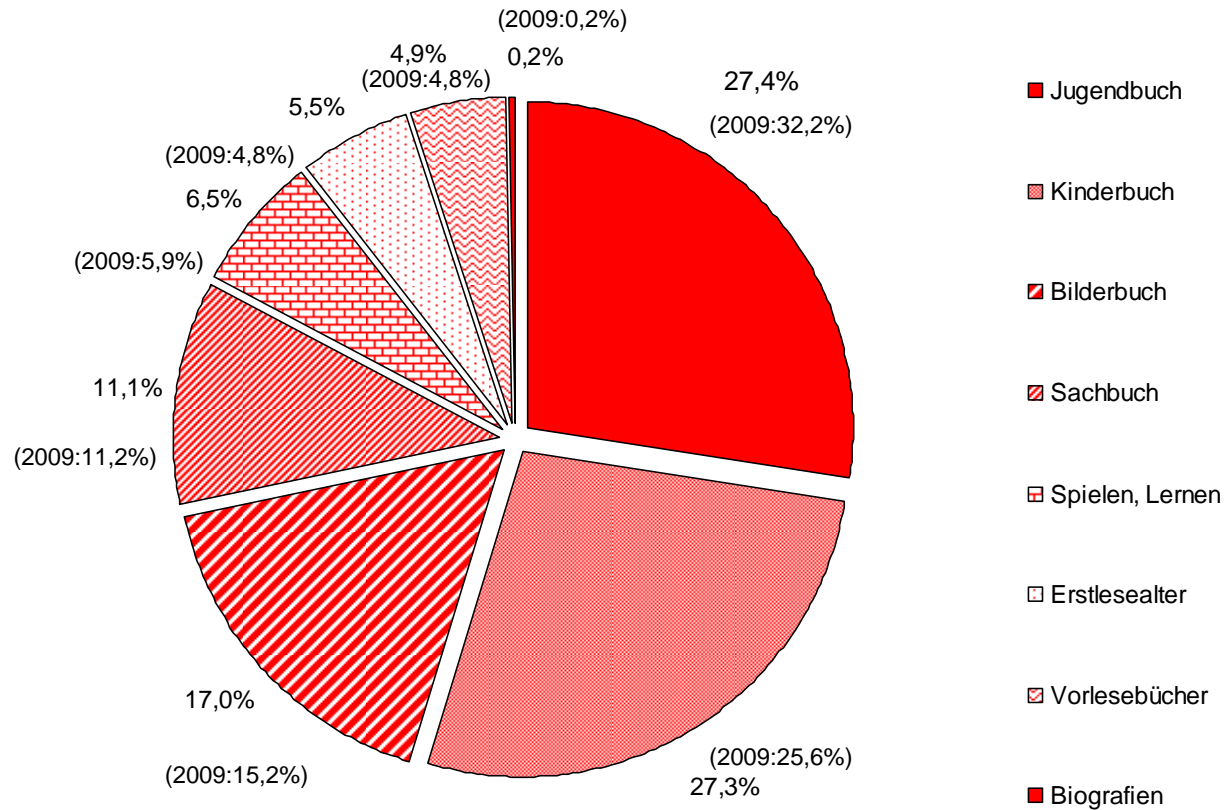
Anteil Kinder- und Jugendbuch am Gesamtumsatz 2010



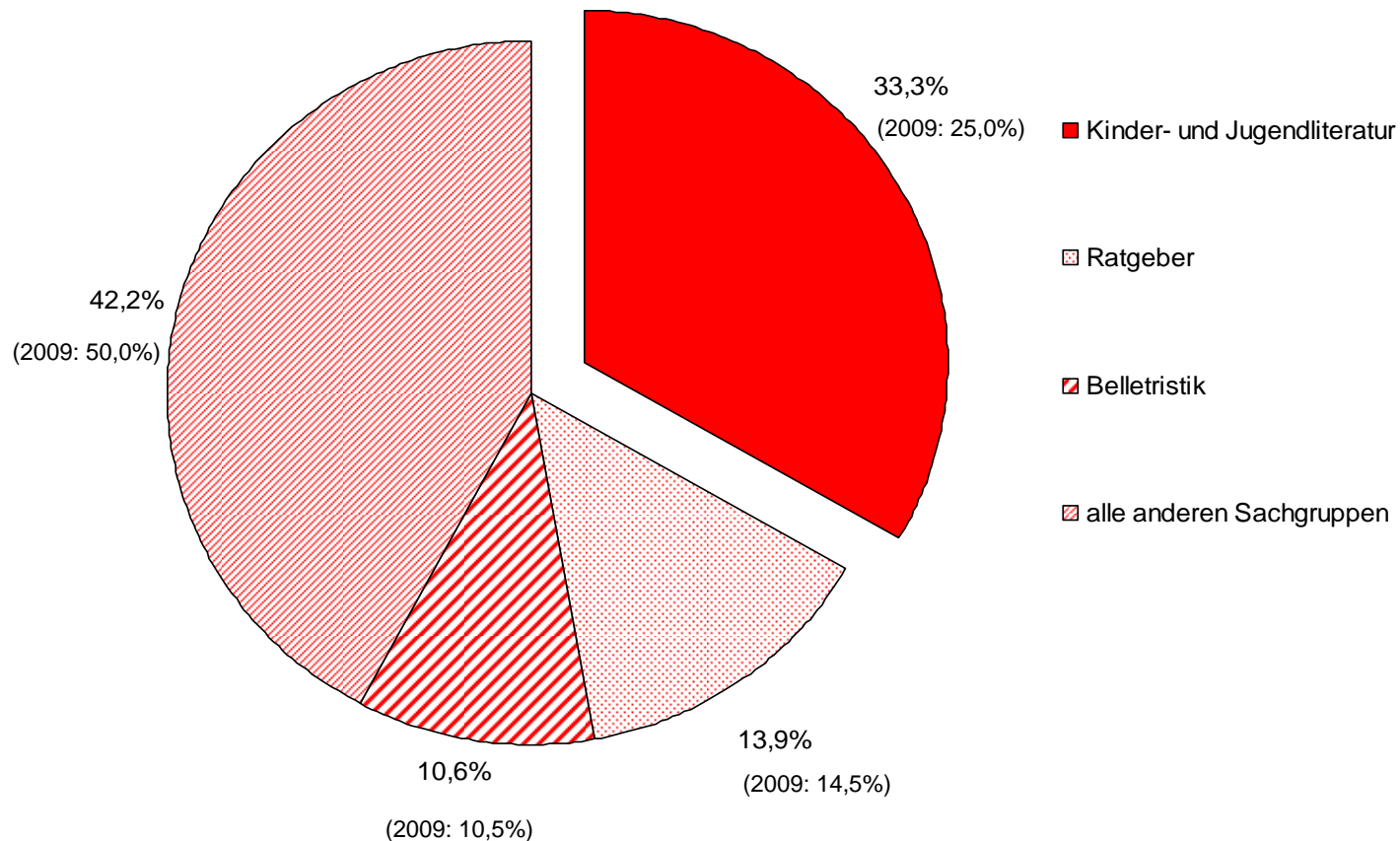
Umsatzveränderung in der Warengruppe Kinder- und Jugendbuch 2010



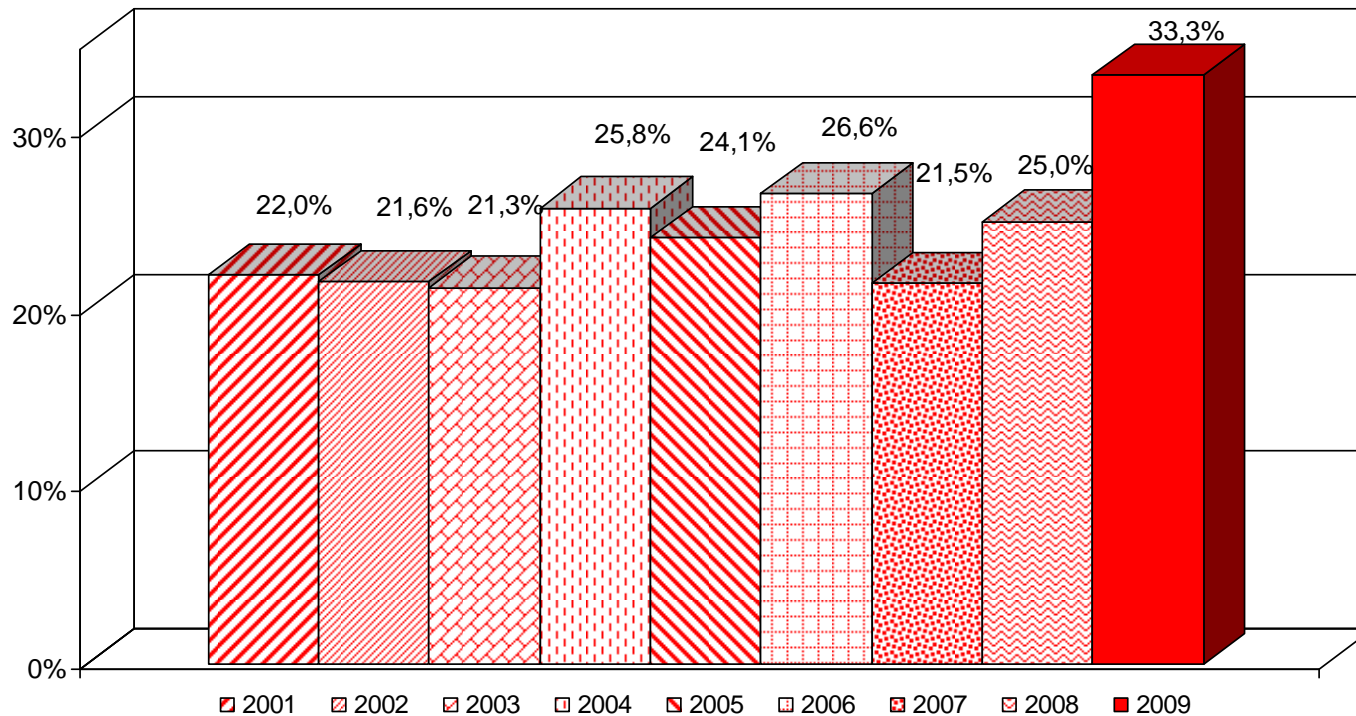
Marktanteile innerhalb der Warengruppe Kinder- und Jugendbuch 2010



Lizenzvergabe deutscher Bücher ins Ausland 2009



Lizenzvergabe - Anteil Kinder- und Jugendbuch 2009



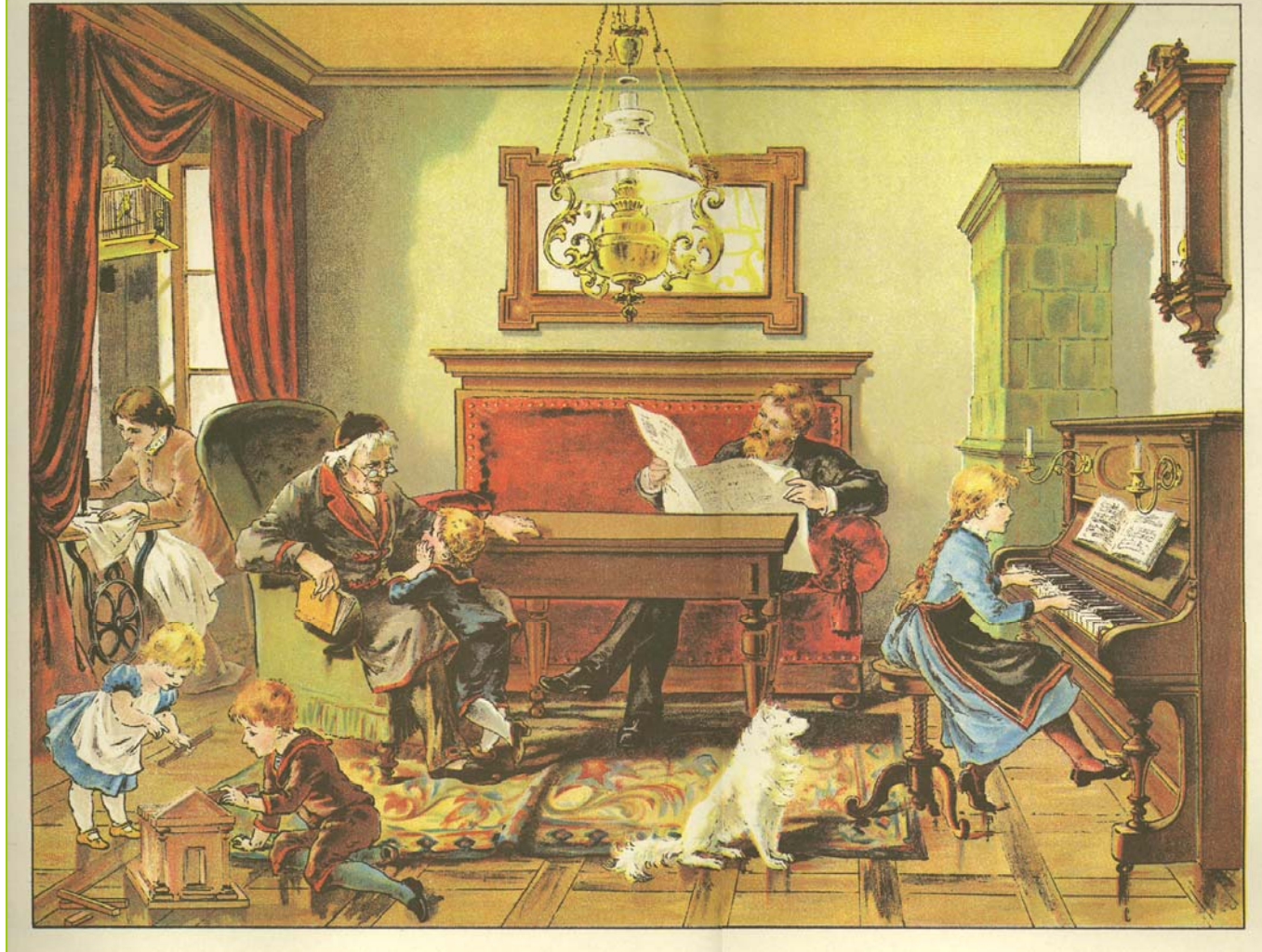
Leipzig, 18. März 2011

Der Markt der Kinder- und Jugendbücher in Deutschland 2010

Börsenverein des
Deutschen Buchhandels



Die städtische Stube.



Farblithografie von 1889

Trendbericht 2011
Fehlende Vorbilder – Was tun, wenn der Vater nicht liest?



Trendbericht 2011
Fehlende Vorbilder – Was tun, wenn der Vater nicht liest?



Trendbericht 2011
Fehlende Vorbilder – Was tun, wenn der Vater nicht liest?

Leipzig, 18. März 2011

Der Markt der Kinder- und Jugendbücher in Deutschland 2010

Börsenverein des
Deutschen Buchhandels

