

Pressemeldung

Mit Vorbildern aus der Lesekrise: Prominent besetzte Kampagne sucht Vorlese-Vorbilder

Was Kinder erleben, prägt, was sie später selbst tun. Sie lernen über Beobachtung und Nachahmung, welches Verhalten angemessen ist oder für welche Tätigkeiten Platz im Alltag eingeräumt wird. Das gilt insbesondere fürs Vorlesen und Lesen. Der Vorlesemonitor zeigt: Eltern, denen als Kind vorgelesen wurde, lesen ihren eigenen Kindern später häufiger vor. Auch Erwachsene lesen mehr, wenn ihnen vorgelesen wurde. Damit wirkt Vorlesen über Generationen und macht Vorlese-Vorbilder zu einem nachhaltigen Schlüssel für die Leseförderung. Sie bringen Kinder mit Geschichten in Kontakt und zeigen gleichzeitig: (Vor-)Lesen ist ein wichtiger Bestandteil im Leben und macht Spaß. Aus diesem Grund sucht die Stiftung Lesen gemeinsam mit Thalia und zahlreichen Prominenten über die Kampagne „Ich lese vor – du auch?“ nach Vorlese-Vorbildern – und das in vielen, unterschiedlichen Sprachen.

Mainz, 9. September 2026. Bülent Ceylan, Bernhard Hoëcker, Clarissa Corrêa da Silva, Jeff Kinney, Jess Schöne, Judith Rakers, Peter Maffay und Hendrikje Balsmeyer, Saliha Ozcan (bekannt als Sally) und Sherif Rizkallah – sie alle setzen sich aktiv als Vorleserinnen und Vorleser für Kinder ein. Denn Vorlesen ist weit mehr als eine schöne Tätigkeit. Es legt die Grundlagen für das eigene Lesenlernen und stärkt die gesamte Persönlichkeit von Kindern. Das macht sie zu starken Vorlese-Vorbildern, die Kinder unterstützen, aber an denen sich auch Erwachsene orientieren können. Denn rund um das Vorlesen gibt es zahlreiche Mythen. So sind viele Eltern unsicher, ob sie auch in ihrer Sprache vorlesen können. Die Kampagne unterstützt genau das mit einem klaren „Ja“. „Vorbilder sprechen die unterschiedlichsten Sprachen und jede einzelne davon eignet sich zum Vorlesen“, unterstreicht **Dr. Jörg F. Maas, Hauptgeschäftsführer der Stiftung Lesen**. „Statt künstliche Hürden aufzubauen, müssen wir mehr Menschen motivieren, vorzulesen – egal, ob auf Deutsch oder in jeder anderen Sprache. So entwickeln Kinder Interesse an Sprache und das erleichtert es ihnen letztlich auch, in die Bildungssprache Deutsch zu wachsen. Wichtig ist es, ein lesefreundliches Umfeld zu schaffen und zu zeigen: Lesen ist etwas, was in deinem Leben einen Platz hat.“ Dass Lesen wieder mehr in die Mitte der Gesellschaft rücken muss, zeigt auch die PISA-Sonderauswertung: Deutschland verzeichnet den größten Rückgang bei der Lesefreude unter Jugendlichen weltweit.

Kampagne „Ich lese vor – du auch?“ – erreicht Menschen im Alltag und Online

Die prominenten Motive der Kampagne werden ab dem 7. September über Social Media gestreut, finden aber auch über den Kampagnenpartner Thalia bundesweit über die Filialen ihren Weg in die Öffentlichkeit. Um mehr Menschen in ihrem Alltag zu erreichen, werden die Motive auf digitalen Flächen in Innenstädten und Bahnhöfen der Großstädte Köln, Hamburg, Berlin, Frankfurt, Mainz, München und Dresden ausgespielt. Dadurch erreichen sie Menschen außerhalb der Online- und Leseaffinen-Welt. Das ist insbesondere wichtig, da in Zeiten von Social Media Menschen vor allem die Inhalte gezeigt bekommen, die ihnen der Algorithmus vorschlägt. Die Out-of-Home-Verlängerung ist daher zentral, um Menschen zu erreichen, die noch nicht mit dem Thema Vorlesen in Kontakt gekommen sind. Die Flächen stellt der Anbieter Ströer zur Verfügung, um die Kampagne zu unterstützen und noch mehr Vorlese-Vorbilder zu finden. Ergänzt wird die Kampagne um Informationen rund um das Vorlesen allgemein und

in mehreren Sprachen sowie das freiwillige Vorlese-Engagement, zum Beispiel zum Bundesweiten Vorlesetag am 20. November. Mehr Informationen unter www.stiftunglesen.de/ichlesevor

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

Pressesprecherin / Leitung Marketing & Kommunikation

Römerwall 40, 55131 Mainz

Tel: 06131 / 2 88 90-69

E-Mail: laura.trost@stiftunglesen.de

www.stiftunglesen.de