Pressemeldung

Prominenter Vorleseaufruf im Wartezimmer

Vorlesen macht Kinder in jeder Sprache stark. Diese Botschaft bringt TV-Wartezimmer® ab sofort mit Clarissa Corrêa da Silva, Bernhard Hoëcker, Jeff Kinney, Peter Maffay und Hendrikje Balsmeyer, Judith Rakers und Sally auf über 8.000 Bildschirme in Deutschlands Arztpraxen. Die prominenten Stimmen zeigen im Rahmen der Kampagne „Ich lese vor – du auch?“ der Stiftung Lesen und des Buchhandelsunternehmens Thalia, dass jeder Mensch ein Vorlese-Vorbild sein kann. Das Wartezimmer ist nicht zufällig gewählt, denn Lesekompetenz und Gesundheit gehören eng zusammen. Nur wer ausreichend gut lesen kann, kann sich selbstbestimmt über die eigene Gesundheit informieren. Die Grundlagen für Lesekompetenz legt das Vorlesen. Die mehrsprachigen Botschaften rufen daher dazu auf, Kindern vorzulesen – zu Hause oder beim Bundesweiten Vorlesetag am 20. November.

Mainz, 3. November 2026. Ein Drittel der 15-Jährigen und jeder fünfte Erwachsene können nicht ausreichend gut lesen. Wer nicht gut lesen kann, hat Schwierigkeiten, medizinische Informationen zu Krankheiten oder Behandlungsmöglichkeiten zu verstehen und sich im Gesundheitssystem zurechtzufinden. Mangelnde Lesekompetenz beginnt aber schon lange vor einer Diagnose – nämlich dann, wenn Kindern nicht oder nur selten vorgelesen wird. Denn Vorlesen legt wichtige Grundlagen für das Sprachverständnis, den Wortschatz und vieles mehr. Um Eltern, Familien und freiwillig Engagierte zu erreichen und für das Vorlesen zu begeistern, stellt TV-Wartezimmer® seine Screens für die Kampagne der Stiftung Lesen und Thalia zur Verfügung.

„Wir stellen unsere Screens gern für gesellschaftlich wichtige Themen zur Verfügung. Vorlesen gehört dazu, denn es legt ein starkes Fundament für die Entwicklung kleiner Kinder. Deshalb unterstützen wir die Kampagne der Stiftung Lesen. Mit unserer Reichweite können wir dazu beitragen, dass mehr Eltern erfahren, wie sehr Vorlesen das Familienleben bereichert und Kindern den Start ins Leben erleichtert", sagt **Christian-Georg Siebke, Geschäftsführer von TV-Wartezimmer**.

Vorlesen stärkt Kinder in jede Sprache

Vorbilder spielen in der Leseförderung eine große Rolle. Durch sie werden Vorlesen und Lesen im Alltag sichtbar. Was sichtbar ist, wird auch von Menschen wahrgenommen, die selbst keine Erfahrungen mit dem (Vor-)Lesen haben. Diese Erfahrung kann dazu beitragen, dass Eltern ihren Kindern mehr vorlesen. Damit die Hürden beim Vorlesen so gering wie möglich sind, macht die Kampagne außerdem deutlich: Vorlesen braucht keine perfekte Vorbereitung und ist unabhängig von der Sprache. Wenn Erwachsene Kindern Geschichten vorlesen, verbringen sie Zeit miteinander und machen Lust aufs Lesenlernen. Dabei lernen Kinder ganz nebenbei neue Wörter und Sprachstrukturen kennen. Vorlesen in der Familiensprache zeigt Kindern außerdem, dass jede Sprache wertvoll ist. Das stärkt die Sprachentwicklung und die Persönlichkeit der Kinder. Wenn Kinder eine Erstsprache gut beherrschen, fällt ihnen das Lernen einer weiteren Sprache leichter. Das hilft ihnen auch beim Deutschlernen.

Aufruf vor dem Bundesweiten Vorlesetag

Die Kampagnenwebsite bietet Informationen rund ums (mehrsprachige) Vorlesen sowie zum freiwilligen Engagement. Die Kampagne unterstützt damit auch den Bundesweiten Vorlesetag. Als gemeinsame Initiative der Deutsche Bahn Stiftung, der Stiftung Lesen und der Wochenzeitung DIE ZEIT setzt der Aktionstag seit 2004 jedes Jahr ein Zeichen für das Vorlesen. Am 20. November wird in Kinos, auf Müllwagen, an Bahnhöfen, in Planetarien, Büchereien, Kitas, Schulen und Vereinen sowie an vielen weiteren Orten vorgelesen.

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

Über TV-Wartezimmer

TV-Wartezimmer ist Marktführer für digitale Patientenkommunikation im Wartebereich und betreibt mit über 8.000 aktiven Screens in deutschsprachigen Arztpraxen, Kliniken und Krankenhäusern Europas größtes Health-Media-Netzwerk. Das tagesaktuelle Programm umfasst eine Mischung aus Patientenfilmen zu Vorsorgemöglichkeiten und Therapieformen, Dokumentationen, Nachrichten aus Politik und Gesellschaft sowie Werbung und Unterhaltung. Monatlich erreicht das Unternehmen mehr als neun Millionen Patient:innen, verkürzt die Wartezeit und bereitet sie durch Erklärfilme auf das Arztgespräch vor. Ärzt:innen können auf mehr als 900 selbstproduzierte, fachbereichsspezifische Videos zurückgreifen, deren Qualität von Berufsverbänden, Kammern und unabhängigen Studien regelmäßig bestätigt und zertifiziert wird. Die vielfach preisgekrönte Content-Produktion – zuletzt ausgezeichnet mit dem COMPRIX 2026 – steht über die neue Produktionsmarke TVW Productions auch externen Partnern aus dem Gesundheitswesen zur Verfügung. Mit PAS Pro bietet TV-Wartezimmer Praxen zudem ein digitales Patientenaufrufsystem, das Abläufe strukturiert und Teams entlastet. Das Unternehmen mit Sitz in Freising bei München wurde 2003 gegründet und wird seit 2023 von Geschäftsführer Christian-Georg Siebke geleitet. TV-Wartezimmer ist Mitglied des Digital Media Institute (DMI) und des Förderkreises der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM).

Pressekontakt Stiftung Lesen:
Laura Trost
Pressesprecherin | Leiterin Marketing und Kommunikation
Stiftung Lesen
Römerwall 40, 55131 Mainz
Tel.: 06131 / 28890 – 69
E-Mail: laura.trost@stiftunglesen.de
www.stiftunglesen.de