

27.01.2014

"Die Macht der Worte"

RTL TV-Spots werben für das Lesen



Lesen zu können ist in Deutschland keine Selbstverständlichkeit: Rund 7,5 Millionen Erwachsene hierzulande sind funktionale Analphabeten, das heißt, sie sind nicht in der Lage, Texte zu verstehen und richtig zu schreiben. Damit fehlt ihnen eine wichtige Schlüsselkompetenz für die persönliche Entwicklung, für Bildung und für beruflichen Erfolg. Vor diesem Hintergrund machen RTL und die Stiftung Lesen in gemeinsamen TV-Spots ab dem 27. Januar Werbung für ein ganz besonderes Produkt: das Lesen. Mit der Produktion

und der kostenlosen Ausstrahlung der Spots möchte RTL die Arbeit der Stiftung Lesen unterstützen und Lesekompetenz in Deutschland fördern.

Bekannte Gesichter aus dem Programm von RTL machen sich in sechs unterschiedlichen Trailern für das Lesen stark und fungieren so als Lese-Vorbilder für die Zuschauer. Mit dabei sind RTL-Chefredakteur Peter Kloeppe, Comedian Bülent Ceylan sowie die Moderatoren Frauke Ludowig, Janine Steeger, Nazan Eckes und Steffen Hallaschka. In den Spots unter dem Motto „Die Macht der Worte“ formen sich aus Worten Gegenstände – zum Beispiel Instrumente, Lichter, Kleider, Fesseln oder eine Krone. So wird deutlich: Wer Lesen kann und Sprache richtig nutzt, wird durch die Macht der Worte stark, sexy, schlagfertig, erfolgreich, einflussreich und vieles mehr. Diese Botschaft wird durch die prominenten Testimonials, die für viele RTL-Zuschauer Vorbildcharakter haben, noch gestärkt.

RTL wird die TV-Spots ab Ende Januar regelmäßig in seinem Programm ausstrahlen. Thomas Kreyes, Generalsekretär RTL: „Lese- und Medienkompetenz hängen eng zusammen. Nur, wer Lesen kann, kann Informationen verarbeiten und an aktuellen Diskussionen teilnehmen. Aus diesem Grund ist uns die Förderung des Lesens ein besonderes Anliegen, für das wir uns gerne einsetzen und stark machen.“

„Neben den konkreten Leseförderungsprojekten für alle Altersgruppen, die die Stiftung Lesen umsetzt, ist es wichtig, ein noch stärkeres öffentliches Bewusstsein für die Bedeutung des Lesens zu schaffen. Die TV-Spots sprechen eine breite Zielgruppe an und helfen dabei, möglichst viele Menschen zum Lesen zu motivieren“, ergänzt Dr. Jörg F. Maas, Hauptgeschäftsführer der Stiftung Lesen. „Wir wünschen uns, dass das vorbildliche Engagement von RTL viele Nachahmer findet. Denn nur, wenn sich alle für das Lesen einsetzen, können wir aus Deutschland Leseland machen.“

Die Spots sind ab heute im Programm von RTL zu sehen – oder auf der Website sowie dem Youtube-Kanal der Stiftung Lesen.