



# Digitale Medien in der Leseförderung – Potenziale und praktischer Einsatz

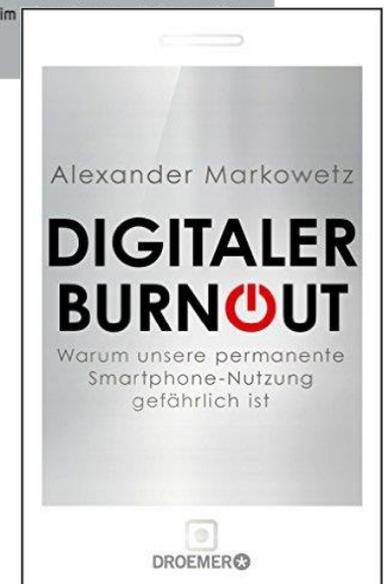
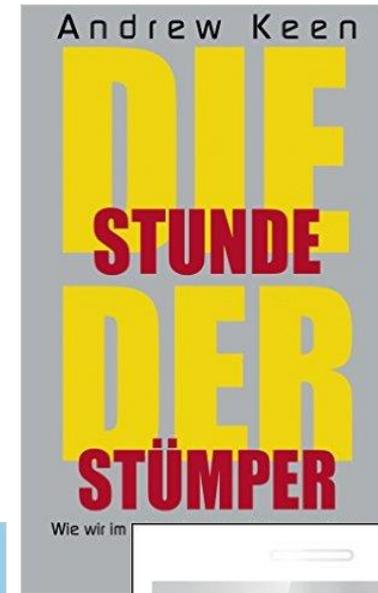
Ringvorlesung „Neues Lesen“ der Hochschule für Angewandte  
Wissenschaften | Fakultät Design, Medien und Information  
Dr. Simone C. Ehmig | 16. Juni 2016

# Wie entwickelt sich die Lese- und Lebenswelt der Kinder? - Pessimistische Perspektiven

# Pessimistische Thesen beherrschen die Diskussion

- Kinder und Jugendliche lesen nicht (mehr).
- Kinder und Jugendliche verbringen ihre Freizeit nur (noch) vor dem Computer und mit ihrem Smartphone.
- Zu viel Medienkonsum führt zu Bewegungsarmut, Übergewicht, Einsamkeit, Intelligenzverlust, Aggressivität, Krankheiten ...  
→ „Digitale Demenz“, „Cyberkrank“

# Lesen und Leser – „Opfer“ der digitalen Welt?

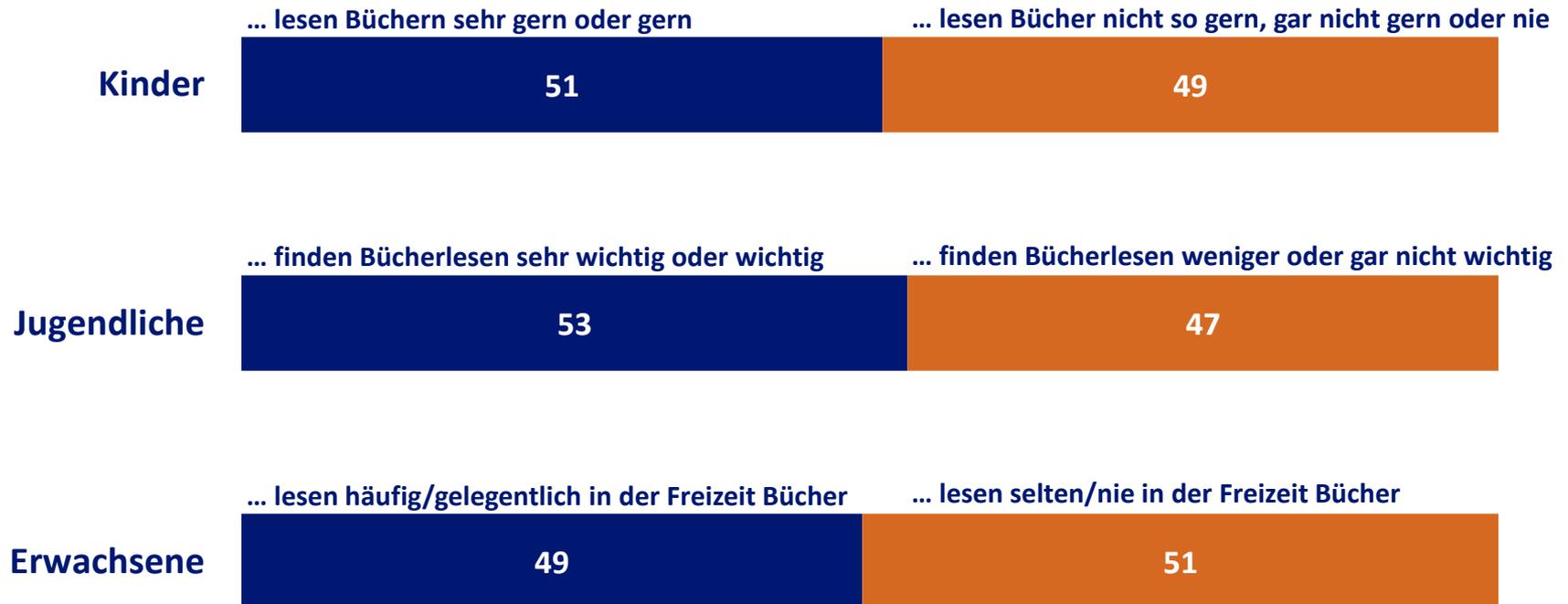


# (Wie) Ist die Lesewelt zu retten?



# Lesen – wie sehen die Realitäten aus?

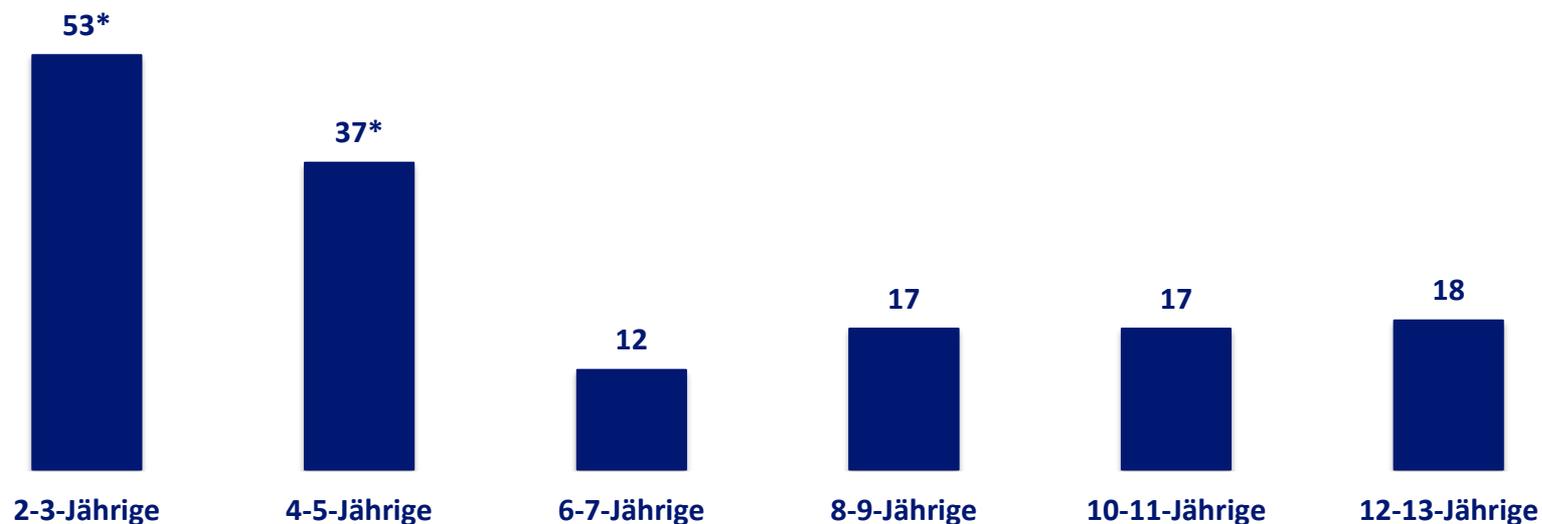
# Ähnlich große / geringe Leseaffinität von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen



Quellen: Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2015): Buch und Buchhandel in Zahlen 2015. Frankfurt am Main, 33; Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2011): JIMplus Nahaufnahmen 2011. Einstellungen und Hintergründe zum Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen. Qualitative Zusatzbefragung zur JIM-Studie 2011 Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart, 16; Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2015): KIM-Studie 2014. Kinder + Medien, Computer + Internet. Stuttgart, 6.

# Je älter die Kinder, desto weniger von ihnen lesen jeden oder fast jeden Tag in Büchern

Aussagen der Haupterzieher | Anteil der Kinder in Prozent, die täglich oder fast täglich Bücher lesen bzw. anschauen



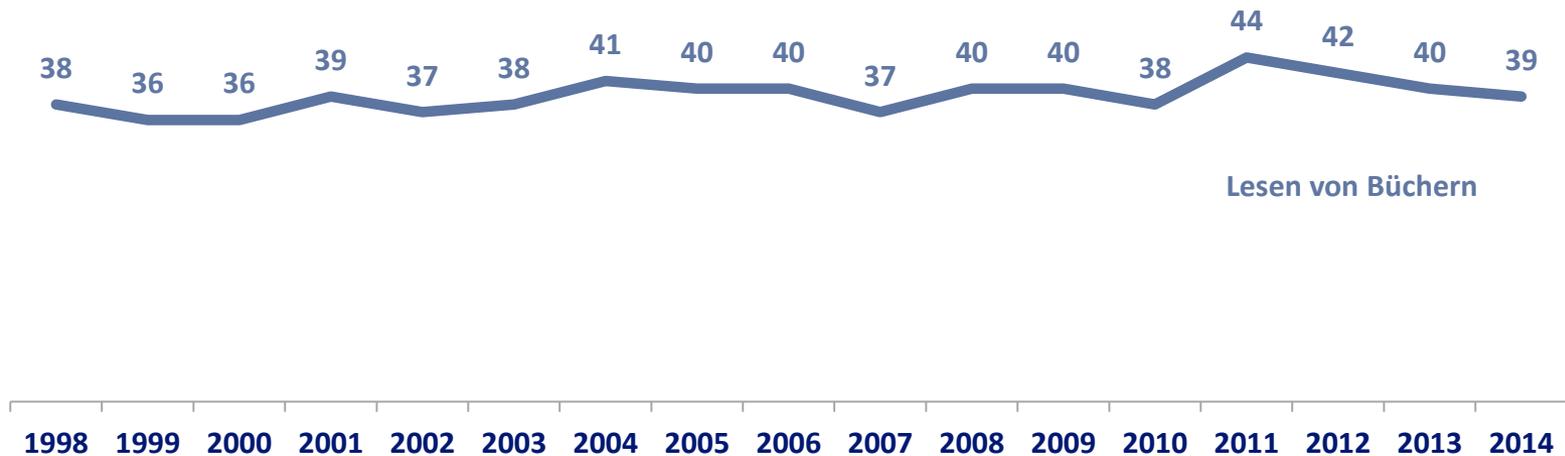
Quellen: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM-Studie 2014. Kinder + Medien, Computer + Internet. Stuttgart, 2014.  
\* mini-KIM 2014.



# War früher alles besser?

# Mediennutzung Jugendlicher 1998 bis 2014: Anteil der (Buch-) Leser/innen konstant

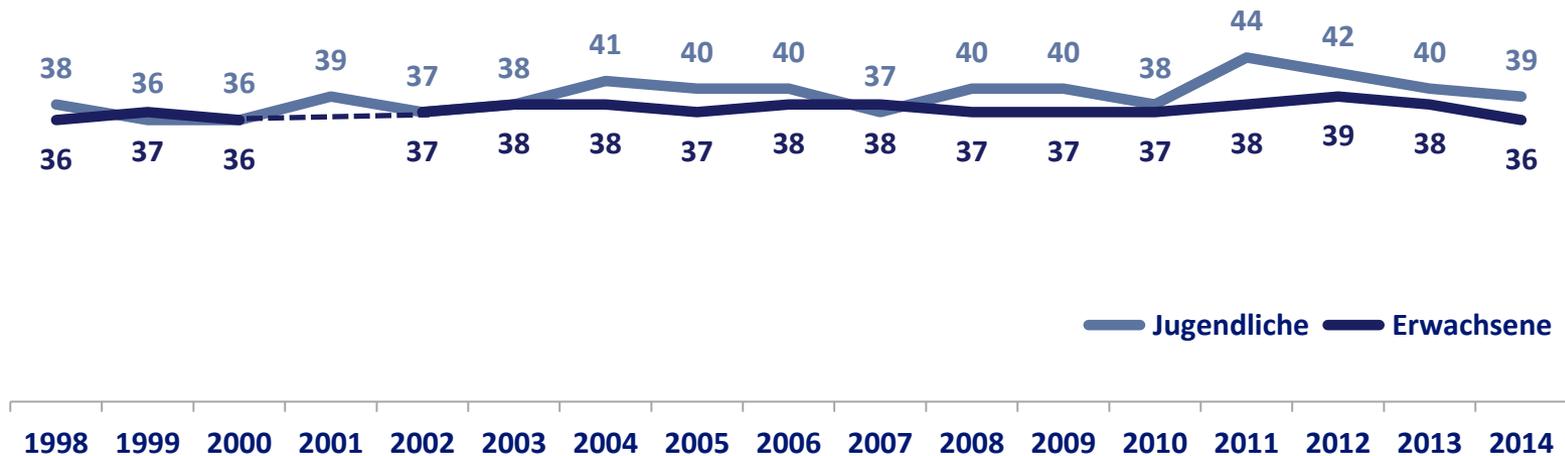
Deutschsprachige Jugendliche im Alter von 12- bis 19 Jahren, die täglich oder mehrmals pro Woche in Büchern lesen | Anteil in Prozent



Quellen: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998-2014. Basis: alle befragten Jugendlichen; 1998: n=803; 1999: n=1.204; 2000: n=1.200; 2001: n=2.018; 2002: n=1.092; 2003: n=1.209; 2004: n=1.000; 2005: n=1.203; 2006: n=1.205; 2007: n=1.204; 2008: n=1.208; 2009: n=1.200; 2010: n=1.208; 2011: n=1.205; 2012: n=1.201; 2013: n=1.200; 2014: n=1.200.

# Mediennutzung 1998 bis 2014: Konstanter Anteil von Leser/innen auch unter Erwachsenen

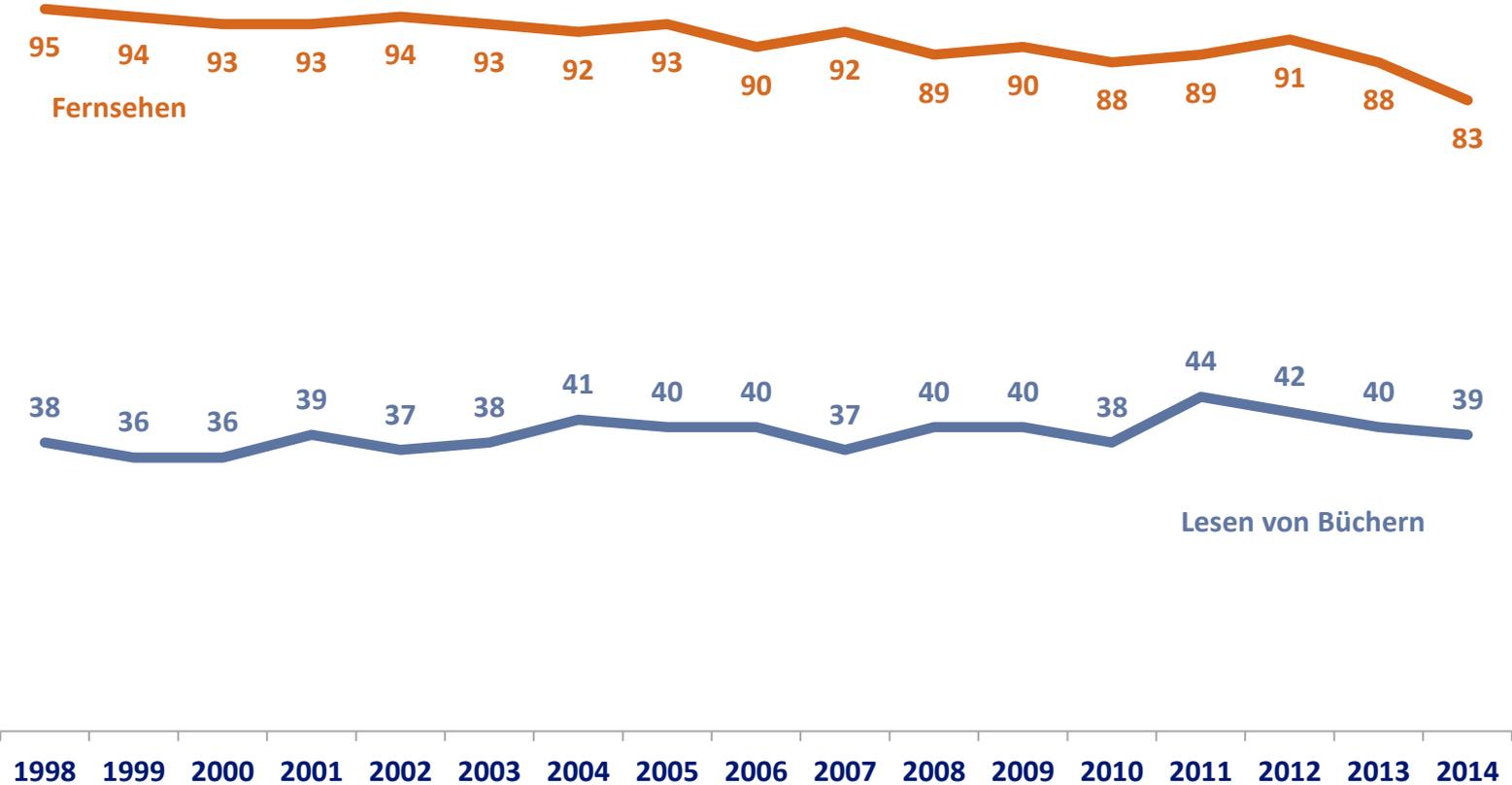
Deutschsprachige Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren und deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren, die täglich oder mehrmals pro Woche in Büchern lesen | Anteil in Prozent



Quellen: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998-2014. Basis: alle befragten Jugendlichen; 1998: n=803; 1999: n=1.204; 2000: n=1.200; 2001: n=2.018; 2002: n=1.092; 2003: n=1.209; 2004: n=1.000; 2005: n=1.203; 2006: n=1.205; 2007: n=1.204; 2008: n=1.208; 2009: n=1.200; 2010: n=1.208; 2011: n=1.205; 2012: n=1.201; 2013: n=1.200; 2014: n=1.200; Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2015): Buch und Buchhandel in Zahlen 1998-2000 und 2002-2014.

# Mediennutzung Jugendlicher 1998 bis 2014: Fernsehen auf hohem Niveau leicht rückläufig

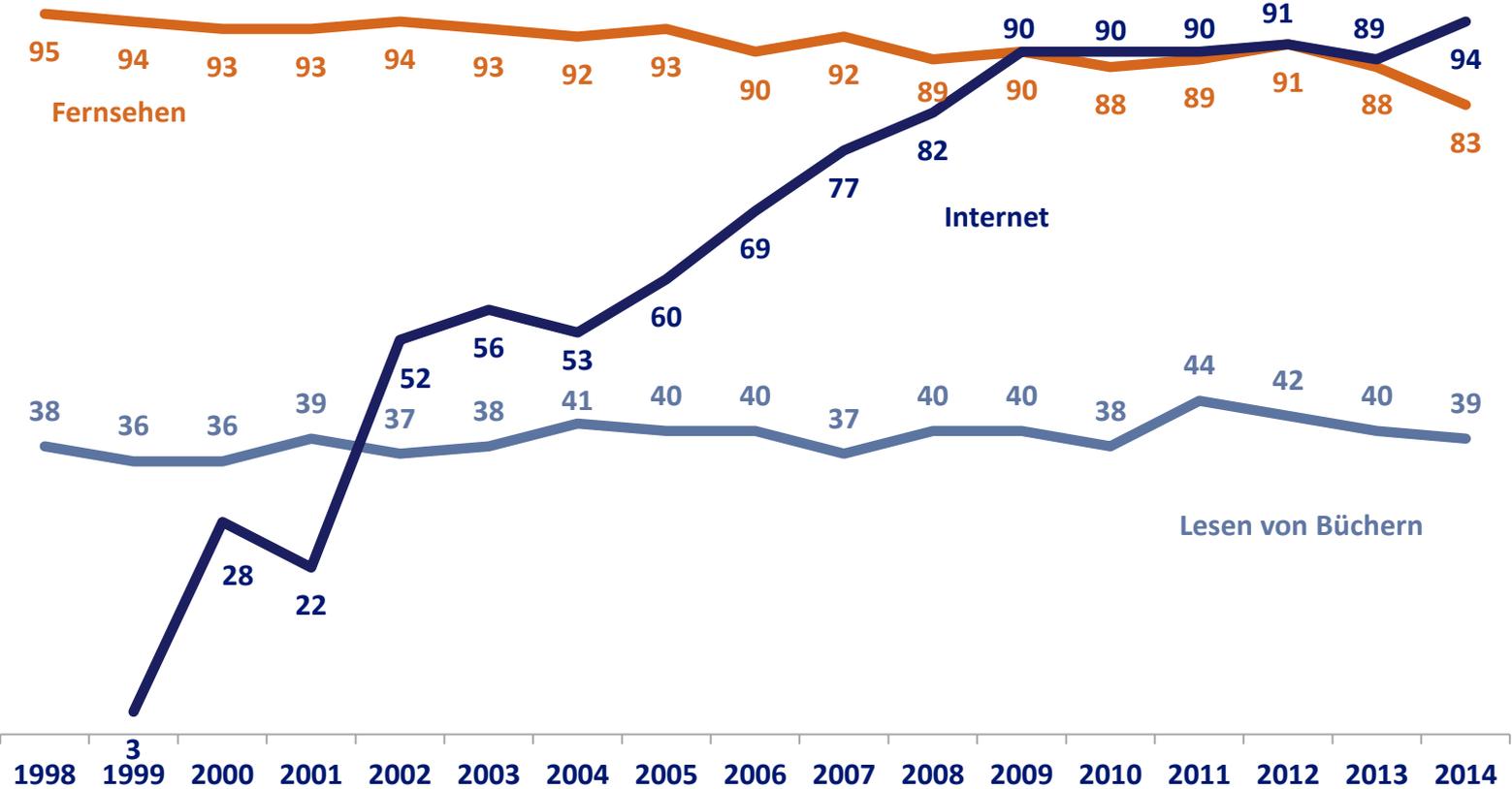
Deutschsprachige Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren, die täglich oder mehrmals pro Woche in Büchern lesen bzw. fernsehen | Anteil in Prozent



Quellen: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998-2014. Basis: alle befragten Jugendlichen; 1998: n=803; 1999: n=1.204; 2000: n=1.200; 2001: n=2.018; 2002: n=1.092; 2003: n=1.209; 2004: n=1.000; 2005: n=1.203; 2006: n=1.205; 2007: n=1.204; 2008: n=1.208; 2009: n=1.200; 2010: n=1.208; 2011: n=1.205; 2012: n=1.201; 2013: n=1.200; 2014: n=1.200.

# Mediennutzung Jugendlicher 1998 bis 2014: Internetnutzung geht nicht zu Lasten der Bücher

Deutschsprachige Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren, die täglich oder mehrmals pro Woche in Büchern lesen bzw. fernsehen bzw. das Internet nutzen | Anteil in Prozent



Quellen: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998-2014. Basis: alle befragten Jugendlichen; 1998: n=803; 1999: n=1.204; 2000: n=1.200; 2001: n=2.018; 2002: n=1.092; 2003: n=1.209; 2004: n=1.000; 2005: n=1.203; 2006: n=1.205; 2007: n=1.204; 2008: n=1.208; 2009: n=1.200; 2010: n=1.208; 2011: n=1.205; 2012: n=1.201; 2013: n=1.200; 2014: n=1.200.

Kann man erwarten, dass alle Kinder zu Lesern werden?

# Problem Zugangsvoraussetzung: (Zu) Vielen fehlt die Lesekompetenz

- **7,5 Millionen = 14,5 Prozent**  
funktionale Analphabeten, die nicht richtig lesen und schreiben können,  
unter den Deutsch sprechenden Erwachsenen (leo – Level-One-Studie 2011)
- **17,5 Prozent**  
der 16- bis 65-Jährigen in Deutschland sind maximal in der Lage kurze  
Texte mit einfachem Vokabular zu lesen und ihnen in stark begrenztem  
Maße Informationen zu entnehmen (PIAAC 2013).
- **14,5 Prozent**  
15-jährige Jugendliche mit mangelnden Lesefähigkeiten (PISA 2012)
- **33 Prozent**  
der Grundschüler erreichen nicht die Regelstandards im Lesen,  
**12 Prozent** nicht die Mindeststandards (IQB Grundschul-Ländervergleich 2011)

Weitere Daten und Quellen unter: <http://www.stiftunglesen.de/ueber-uns/portraet/empfehlungen/>.

# Digitale Medien: Verlust oder Gewinn für das Lesen?

# Print und Digitales – beides hat seinen Platz im Alltag von Kindern ...

... sogar in den Ferien!



Quelle: Bild 27.10.2015. Basis: Forsa.

# Veränderungen in Lesestrategien bei klassischen Printmedien

- Lesen wird Wochenend- und Urlaubsbeschäftigung statt Alltag.
- Leser überfliegen Texte häufiger.
- Leser nutzen Texte selektiver: „Häppchenlesen“

# Veränderungen in Lesestrategien bei klassischen Printmedien

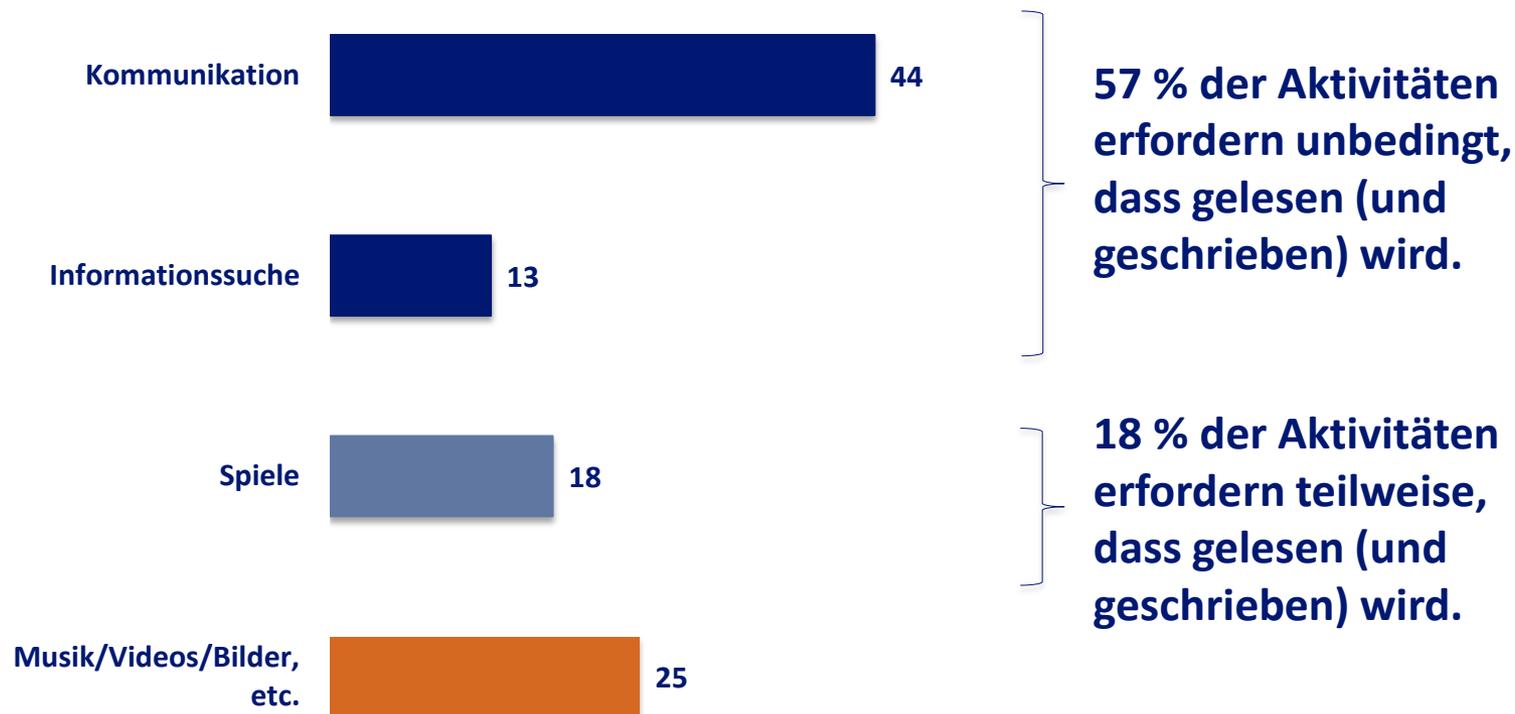
- Lesen wird Wochenend- und Urlaubsbeschäftigung statt Alltag.
- Leser überfliegen Texte häufiger.
- Leser nutzen Texte selektiver: „Häppchenlesen“
- **Also doch ein (negativer) Einfluss digitaler Medien?**

# Gewinn durch digitale Medien:

✚ Effektive Lesezeit

# Internetaktivitäten von Jugendlichen 2014

Anteil der Online-Zeit, die Jugendliche Internetnutzer im Alter von 12-19 Jahren im Internet mit einer Aktivität verbringen, in Prozent. Basis: Internetnutzer (n = 1.185)

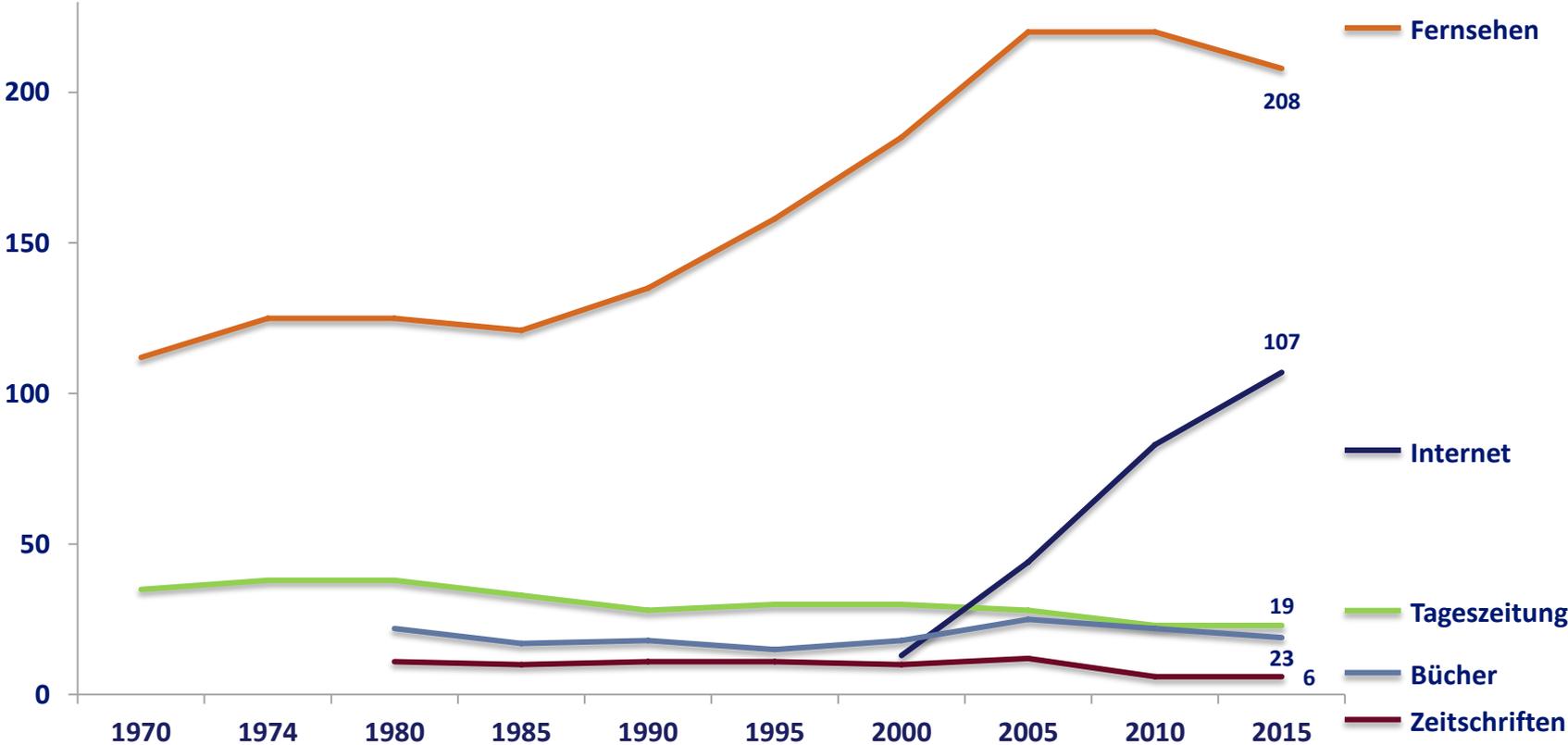


Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2014.

# Nutzungsdauer von Medien bei Erwachsenen 1970 bis 2015

Werte für Deutschland insgesamt (bis 1990 nur alte Bundesländer) | Personen ab 14 Jahren | 1970-1989 Montag bis Samstag, 1990-2015 Montag bis Sonntag, 5.00-24.00 Uhr. Angaben in Minuten pro Tag

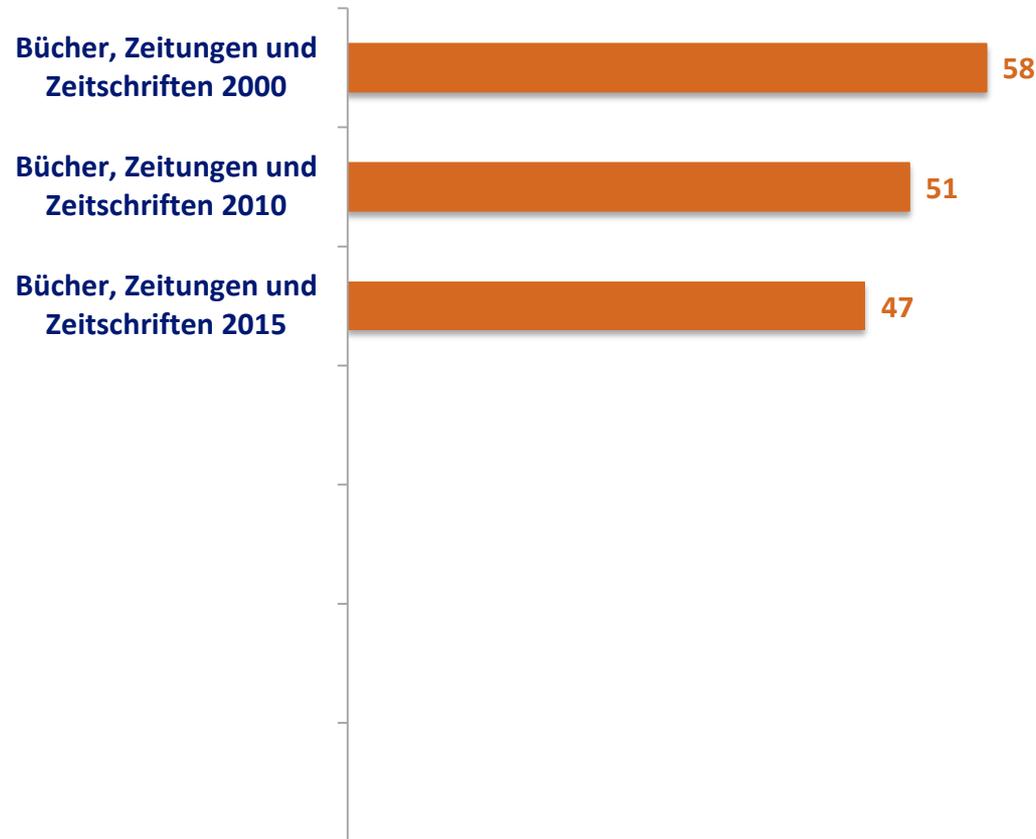
Minuten pro Tag



Quellen: Reitze, Helmut/Ridder Christa-Maria (Hrsg.): Massenkommunikation VIII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2010. Baden-Baden, 2010, 57; Reitze, Helmut (Hrsg.): Massenkommunikation VII/VIII. Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich. Frankfurt am Main, 2015, 310.

# Trend: Rückläufige Lesedauer von Printmedien bei Erwachsenen

Bevölkerung ab 14 Jahren. Durchschnittliche Dauer der Nutzung in Minuten pro Tag

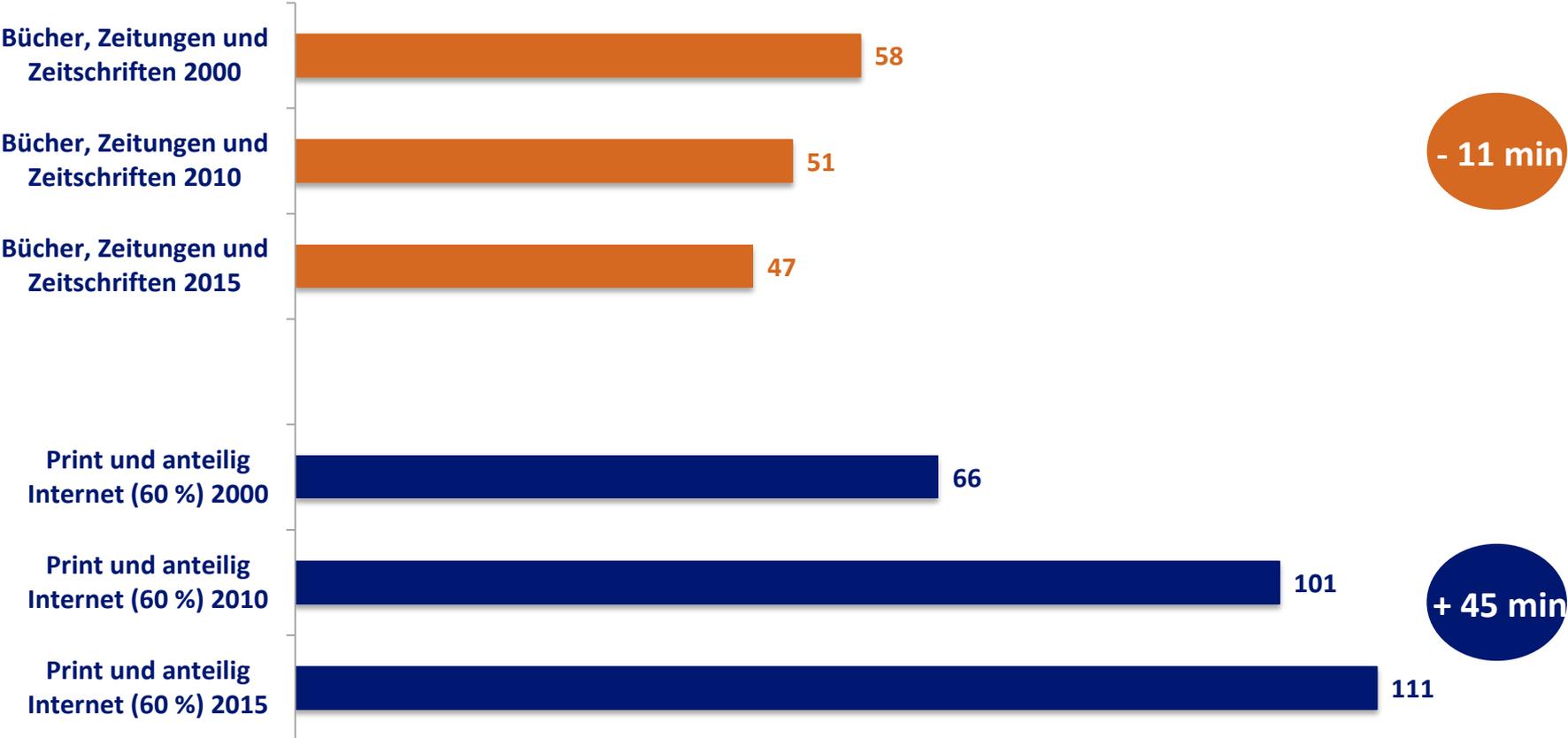


- 11 min

Quellen: Reitze, Helmut/Ridder Christa-Maria (Hrsg.): Massenkommunikation VIII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2010. Baden-Baden, 2010, 57; Reitze, Helmut (Hrsg.): Massenkommunikation VII/VIII. Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich. Frankfurt am Main, 2015, 310.

# Hochrechnung: Digitale Angebote erhöhen die effektive Lesedauer bei Erwachsenen

Bevölkerung ab 14 Jahren. Durchschnittliche Dauer der Nutzung in Minuten pro Tag



Quellen: Reitze, Helmut/Ridder Christa-Maria (Hrsg.): Massenkommunikation VIII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2010. Baden-Baden, 2010, 57; Reitze, Helmut (Hrsg.): Massenkommunikation VII/VIII. Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich. Frankfurt am Main, 2015, 310.

# Lesen und Schreiben – Querschnittsaktivität in unterschiedlichen Situationen und Medien

Pilotstudie mit vier Modellpersonen, deren Alltag an einem Stichtag mittels Eyetracking-Technologie aus eigener Perspektive aufgezeichnet wurde. Basis: 5:38 Stunden, in denen die Modellpersonen gelesen oder geschrieben haben | Angaben in Stunden und Minuten

Lesen / Schreiben insgesamt\*

5:54

Davon:

Lesen in Büchern, Zeitungen, Zeitschriften

1:14

Lesen von E-Books

0:07

Lesen / Schreiben online

4:17

Social Media, Textnachrichten, Surfen, Online-Shopping usw.

Beiläufiges Lesen im Alltag

0:16

Plakate, Beschriftung von LKWs, Straßenschilder, Packungsaufschriften

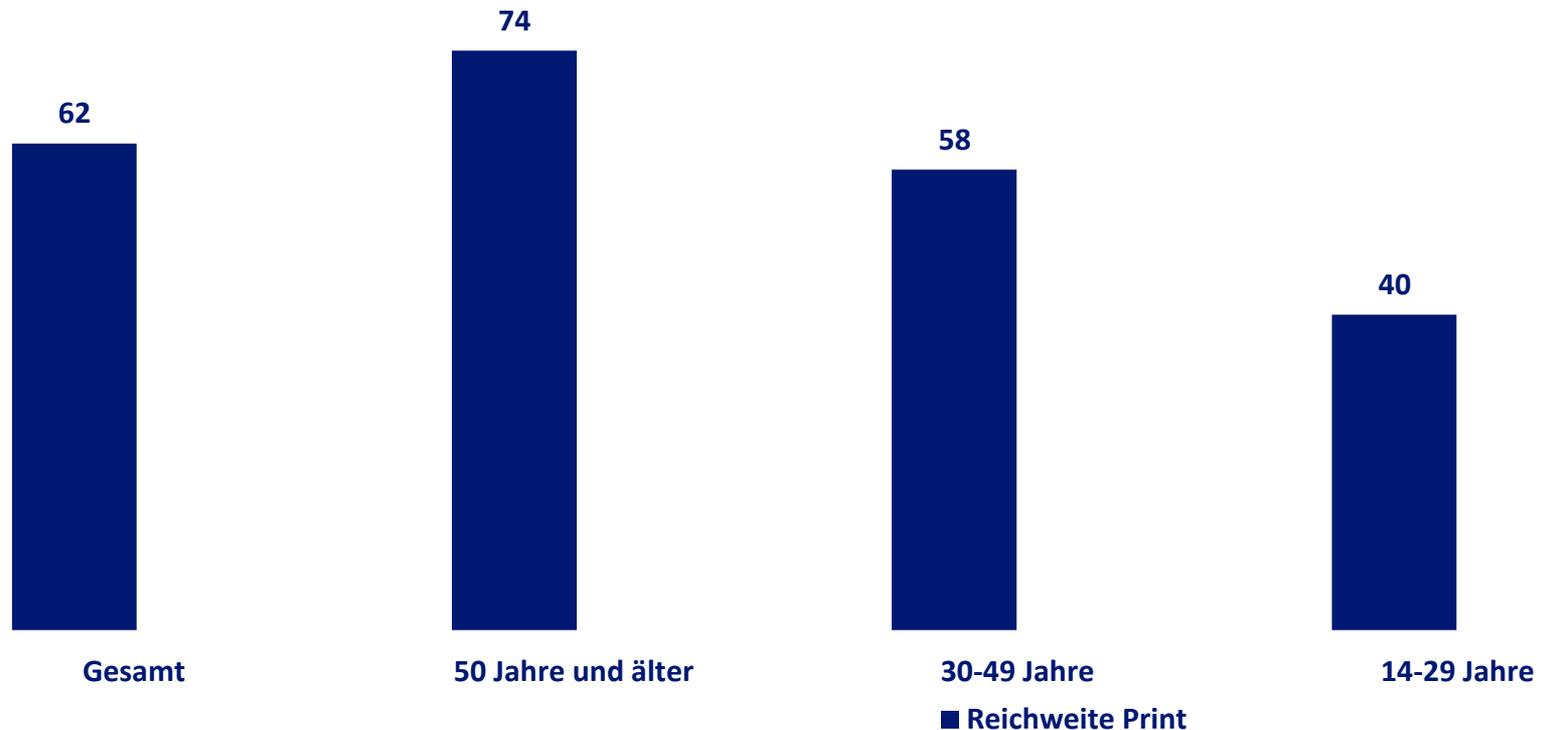
Quelle: Stiftung Lesen (2015): Medien im Alltag junger Erwachsener. Eine Pilotstudie in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI).

# Gewinn durch digitale Medien:

- + Effektive Lesezeit
- + Lesergruppen

# Beispiel Zeitungen: Rückläufige Reichweite gedruckter Zeitungen bei jüngeren Lesern

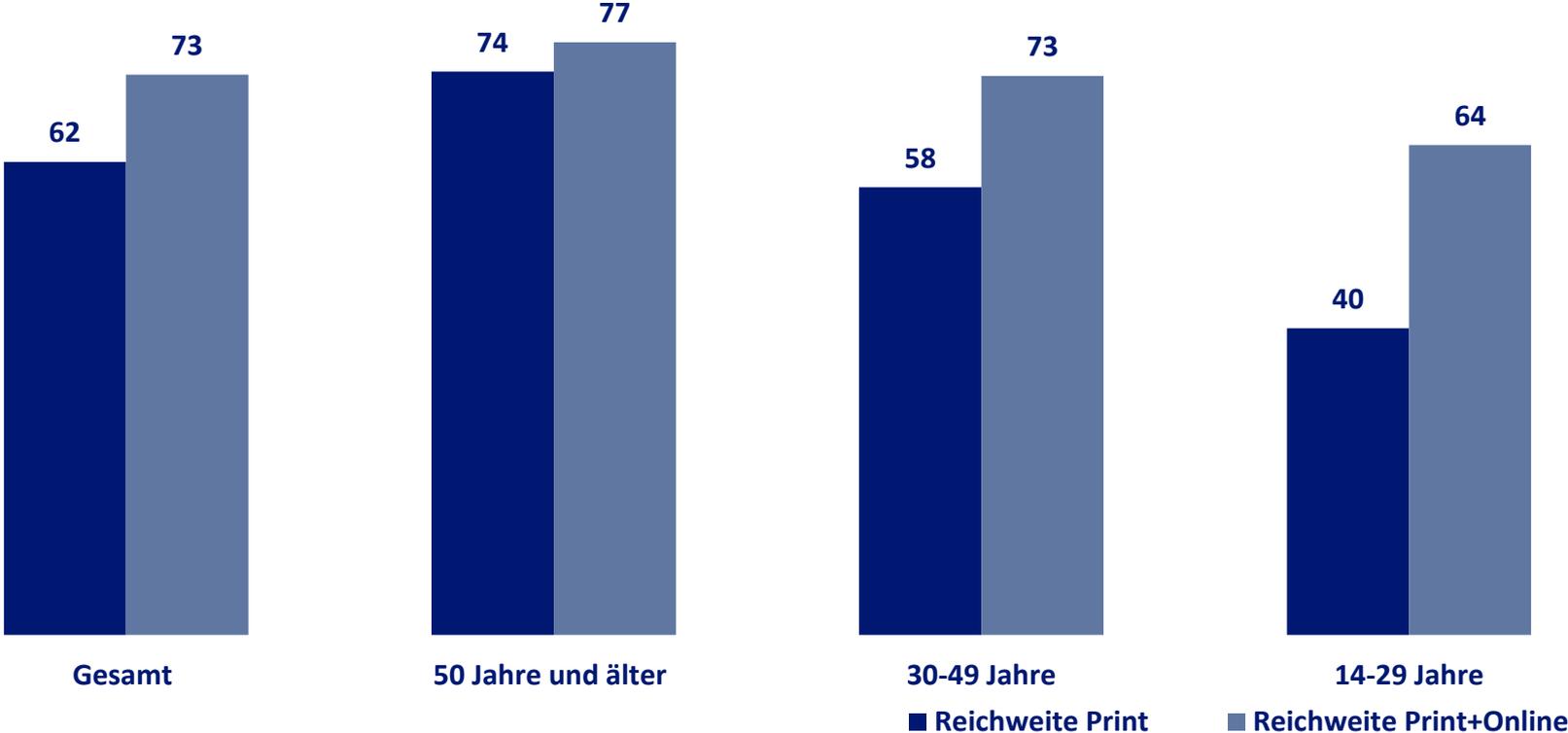
Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren | Reichweiten der Print- und Online-Ausgaben von Zeitungen 2014  
Angaben in Prozent



Quelle: ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft (Hrsg.): Zeitungsqualitäten 2015. Leistungsdaten der Zeitungen im intermedialen Vergleich. Frankfurt am Main, 2015, 19.

# Beispiel Zeitungen: Digitale Angebote bedeuten einen Zugewinn an jungen Lesern

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren | Reichweiten der Print- und Online-Ausgaben von Zeitungen 2014  
Angaben in Prozent



Quelle: ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft (Hrsg.): Zeitungsqualitäten 2015. Leistungsdaten der Zeitungen im intermedialen Vergleich. Frankfurt am Main, 2015, 19.

# Gewinn durch digitale Medien:

- + Effektive Lesezeit
- + Lesergruppen
- + Zugänge zu schwierigen Zielgruppen

# Besitz von Tablet-PCs bietet Potenzial zum Vorlesen – besonders bei Bildungsfernen

2012: „Haben Sie zu Hause einen Tablet-PC, also z.B. ein Apple iPad oder Samsung Galaxy Tab?“ und „Planen Sie zu Hause die Anschaffung eines Tablet-PCs in den nächsten 12 Monaten oder ist das nicht vorgesehen?“ (n=500) | 2013: „Ich nenne Ihnen nun einige Medien, bitte sagen Sie mir, ob Sie sie täglich, mehrmals in der Woche, etwa einmal in der Woche, mindestens einmal im Monat, seltener oder nie nutzen.“ und „Planen Sie zu Hause die Anschaffung eines Tablet-PCs in den nächsten 12 Monaten oder ist das nicht vorgesehen?“  
**Basis: Befragte Mütter und Väter (n=500) | Anteil in %**

**Bildungsniveau in Familien mit Kindern im Alter zwischen 2 und 8 Jahren\* ...**

niedrig (n=66)



+ 34 %

niedrig (n=56)



mittel (n=180)



+ 19 %

mittel (n=170)



hoch (n=246)



+ 27 %

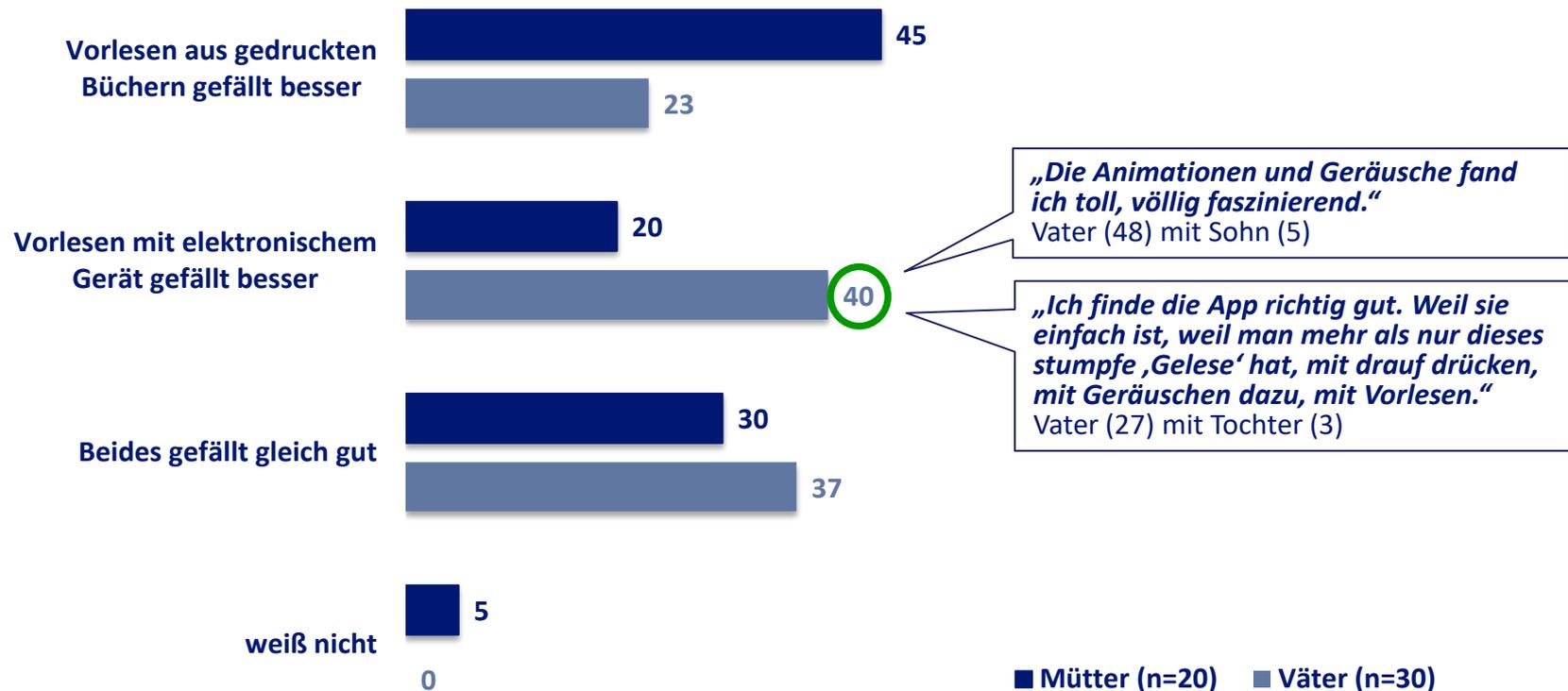
hoch (n=244)



■ Ein Tablet ist vorhanden  
 ■ Anschaffung eines Tablets ist geplant

# Vielen Vätern gefällt das Vorlesen mit digitalen Trägermedien besser als mit dem Buch

Mütter und Väter 2- bis 8-jähriger Kinder, die sowohl aus Büchern vorlesen als auch mit dem Kind Bilder- und Kinderbuch-Apps anschauen (n=50); in Prozent



# Gewinn durch digitale Medien:

- + Effektive Lesezeit
- + Lesergruppen
- + Zugänge zu schwierigen Zielgruppen
- + Leseanlässe und -situationen

# Bilder- und Kinderbuch-Apps ersetzen das Vorlesen aus dem Buch nicht – sie ergänzen

Eltern, die mindestens ein- bis zweimal pro Woche Bilder- und Kinderbuch-Apps mit dem Kind anschauen (n=37)  
Häufigkeit, mit der (auch) aus einem Buch vorgelesen wird, in Prozent



## Eltern sehen kein „Entweder – Oder“:

*„Ich kann mir vorstellen, das iPad zum Vorlesen zu nutzen. Aber immer auch Bücher!“*

Mutter (25) mit Sohn (2)

*„Ich finde beides gut. Man sollte das Buch auch nicht vernachlässigen.“*

Mutter (43) mit Sohn (6)

*„Spaß würde ich an beidem haben.“*

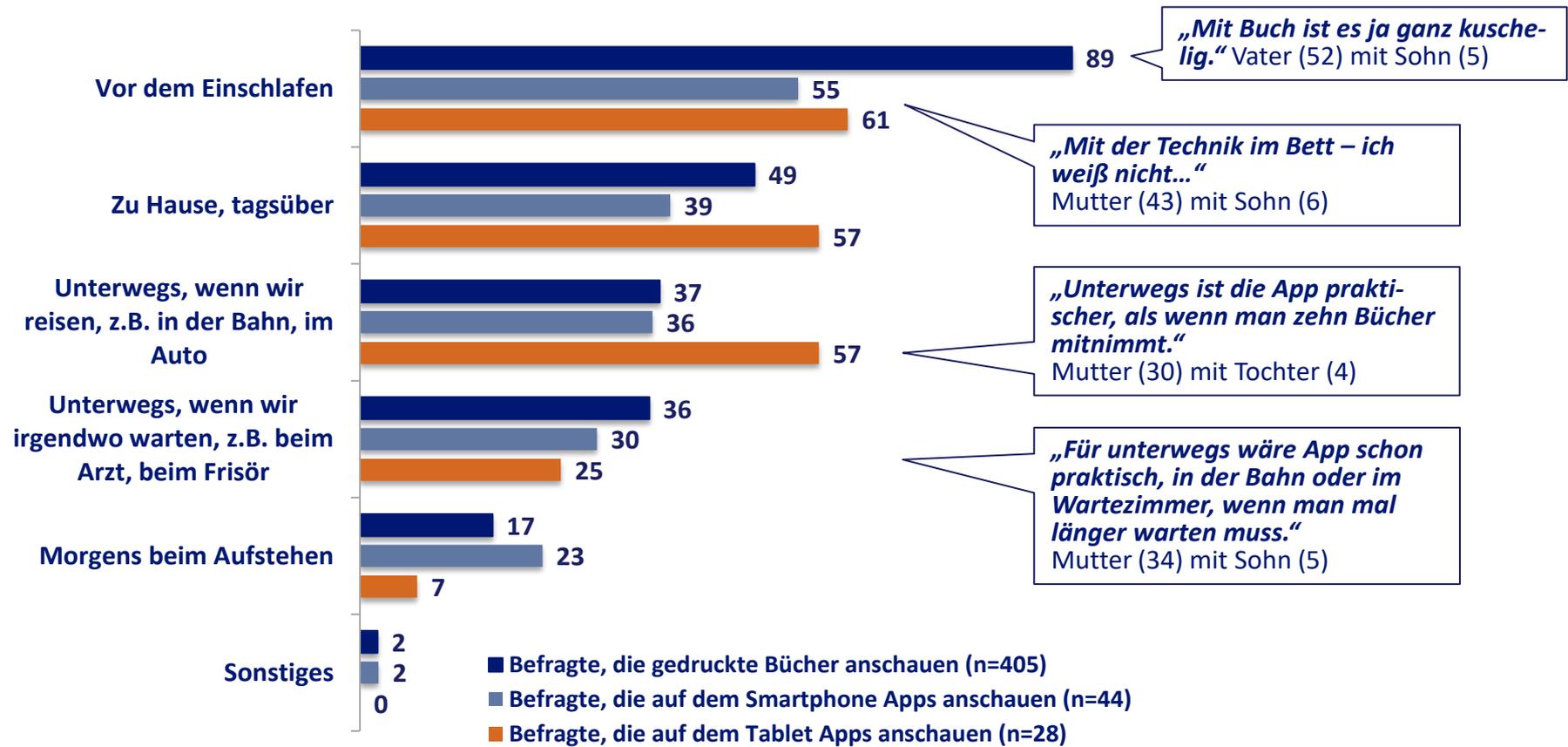
Vater (39) mit Sohn (5)

*„Ich finde beides gleich gut. Also zur Ergänzung zum Buch finde ich die App toll, aber ich würde nicht nur die App nutzen.“*

Mutter (30) mit Sohn (4)

# Situative Nutzung: Bücher zum Kuscheln, Apps für unterwegs und zwischendurch

Wann und wo schauen Eltern mit dem Kind Bücher bzw. Bilder- und Kinderbuch-Apps an?



Analysebasis: Aussagen des Befragten über sich selbst

Quelle: Stiftung Lesen | Vorlesestudie 2012: Vorlesen mit Bilder- und Kinderbuch-Apps | Repräsentative Befragung von 250 Vätern und 250 Müttern | 2012

# Herausforderungen

# Herausforderungen

→ Print- und literaturzentrierter Lesebegriff

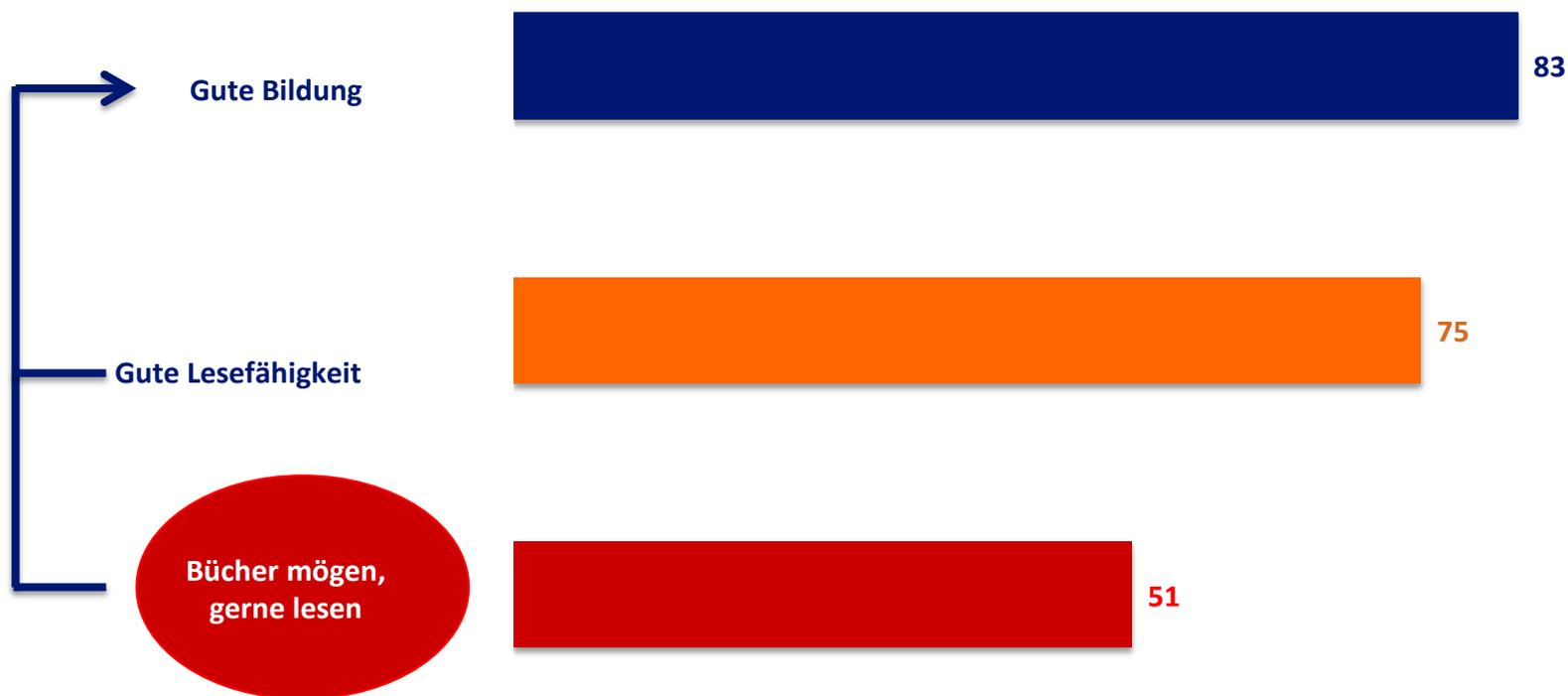
# Herausforderungen

- ➔ Print- und literaturzentrierter Lesebegriff
- ➔ Missing Link zwischen Bildungsambitionen und Wahrnehmung von Lesefreude als Einflussfaktor

# Lesefreude wecken, um Kompetenz zu stärken – bei Vielen nicht im Bewusstsein

Frage: „Wir haben mal eine Liste zusammengestellt mit verschiedenen Forderungen, was man Kindern für ihr späteres Leben alles mit auf den Weg geben soll, was Kinder im Elternhaus lernen sollen. Was davon halten sie für besonders wichtig, was für auch noch wichtig und was für eher unwichtig?“

Basis: Befragte Mütter und Väter mit niedrigem Bildungsniveau (n=88), die die verschiedene Forderungen für besonders wichtig halten; Anteil in Prozent



# Herausforderungen

- Print- und literaturzentrierter Lesebegriff
- Missing Link zwischen Bildungsambitionen und Wahrnehmung von Lesefreude als Einflussfaktor
- Diskrepanz zwischen Wertschätzung des Lesens durch Eltern und aktiver Unterstützung ihrer Kinder

# Eltern sind in der Familie häufig nicht als Lesevorbilder präsent

Basis: Befragte Mütter und Väter von 2- bis 8-jährigen Kindern und ihre Partner/in (n=500); Anteil in Prozent

Anteil der Familien, in denen Väter und/oder Mütter täglich oder mehrmals in der Woche ...



das Internet nutzen und dort häufig Online-Angebote von Zeitungen und Zeitschriften lesen

E-Reader nutzen



Anteil der Familien, in denen Väter und/oder Mütter...

in den letzten 12 Monaten mind. einmal eine öffentliche Bibliothek besucht haben



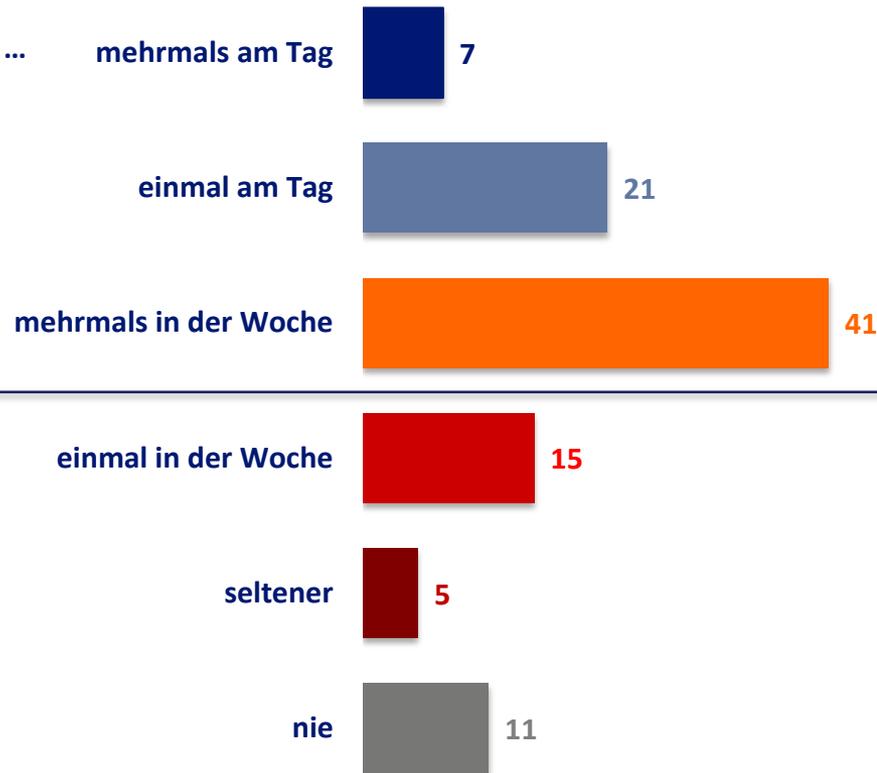
# Wie oft lesen Eltern vor?

## Ideal: täglich oder mehrmals in der Woche

Frage: „Wie oft lesen Sie selbst ihrem Sohn/ihrer Tochter im Allgemeinen vor? Ist das ...?“ und „Und wie oft liest Ihre Partnerin/Ihr Partner dem Kind im Allgemeinen vor? Ist das ...“

**Aussagen von Müttern und Vätern über sich selbst und ihre Partner/in (n=500) | Anteil in Prozent**

**In Familien mit Kindern  
im Vorlesealter lesen  
Väter und/oder Mütter ...**



... vor.

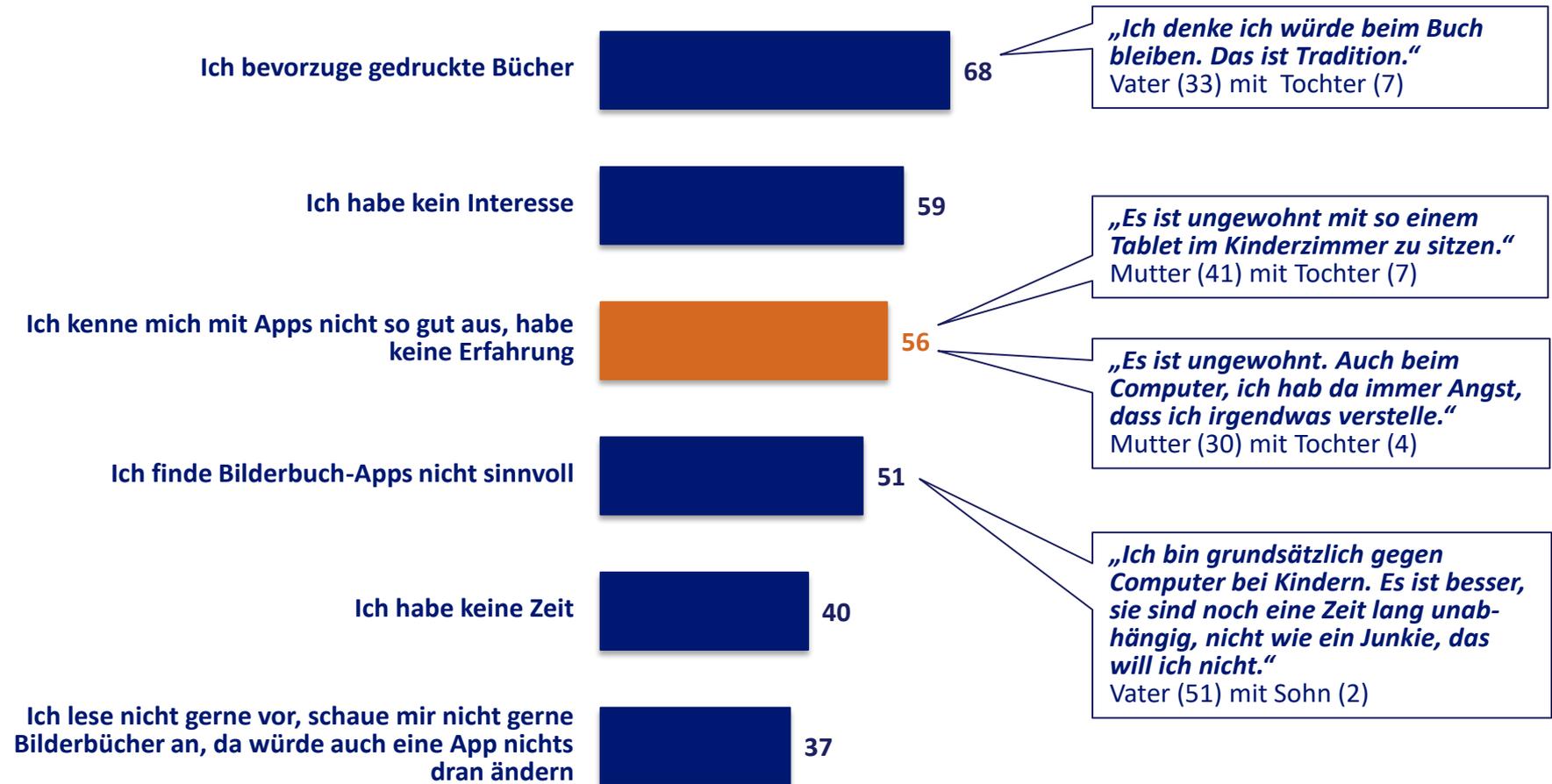
Quelle: Stiftung Lesen | Vorlesestudie 2014: Vorlesen macht Familien stark | Befragung von 250 Vätern und 250 Müttern | 2014

# Herausforderungen

- Print- und literaturzentrierter Lesebegriff
- Missing Link zwischen Bildungsambitionen und Wahrnehmung von Lesefreude als Einflussfaktor
- Diskrepanz zwischen Wertschätzung des Lesens durch Eltern und aktiver Unterstützung ihrer Kinder
- Orientierungs- und Beratungsbedarf im Bereich digitaler Medien

# Fehlende Erfahrung ist zentrale Ursache der Zurückhaltung gegenüber Vorlese-Apps

Gründe gegen die Nutzung von Bilder- und Kinderbuch-Apps bei Befragten, die sich nicht vorstellen können, in Zukunft Bilder- und Kinderbuch-Apps mit dem Kind anzuschauen (n=256); Mehrfachantworten in %



Analysebasis: Aussagen des Befragten über sich selbst

Quelle: Stiftung Lesen | Vorlesestudie 2012: Vorlesen mit Bilder- und Kinderbuch-Apps | Repräsentative Befragung von 250 Vätern und 250 Müttern | 2012

# Konsequenzen

- ➔ Lesebegriff: erden und weiten!
- ➔ Lesefreude und -motivation (neben -kompetenz) als Bildungsvoraussetzung begreifen und fördern!
- ➔ (Lese-) motivierendes Potenzial digitaler Medien erkennen, akzeptieren und nutzen!
- ➔ Digitale Medien komplementär statt kompetitiv betrachten!
- ➔ Erfahrungen sammeln und weitergeben, um Unsicherheit abzubauen!

# Was heißt das praktisch?

## Beispiel Stiftung Lesen

# „Digitale Lesewelten“ der Stiftung Lesen



## DIGITALE LESEWELTEN

Reisen Sie mit uns durch das digitale Leseuniversum! Es gibt viele Welten zu entdecken: Empfehlenswerte Kinderbuch-Apps und spannende Enhanced E-Books, Tipps und Tricks, wie Sie mit digitalen Lesemedien Kinder und Jugendliche zum Lesen motivieren können, aktuellste Forschungsergebnisse zu digitalen Lesegewohnheiten und Standpunkte für und wider die digitalen Lesemedien.

Eines lässt sich nämlich nicht übersehen: Das Lesen mit und in den digitalen Medien gehört mittlerweile zum Alltag vieler Kinder und Jugendlichen dazu. Ob beim Informieren auf Wikipedia, dem Lesen von Statusmeldungen auf Facebook oder beim Entdecken interaktiver Geschichten-Apps ist Lesekompetenz gefragt. Sie ist im digitalen Zeitalter mehr denn je eine Schlüsselkompetenz, um an Bildung teilzuhaben, Informationen zu bewerten und unsere Gesellschaft aktiv mitgestalten zu können.

Umgekehrt besitzen digitale Angebote ein großes Potenzial, um Kinder und Jugendliche zum Lesen zu motivieren und können erfolgreich in Familie, Kita, in der Schule, der Bibliothek oder im Jugendzentrum eingesetzt werden.

Auf den folgenden Seiten finden Sie Anregungen und Informationen, die Sie inspirieren möchten, innovative Leseförderungsansätze mit digitalen Medien auszuprobieren und umzusetzen.



Am 20.11.2015 mitmachen!

DER BUNDESWEITE VORLESETAG

Eine Initiative von DIE ZEIT, STIFTUNG LEBEN und DEUTSCHE BANK STIFTUNG

### Ausgezeichnete "Digitale Lesewelten"

## Deutschland Land der Ideen



Unsere "Digitalen Lesewelten" zählen zu den diesjährigen Preisträgern des Wettbewerbs **"Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen"** mit dem Thema "Stadt, Land, Netz! Innovationen für eine digitale Welt".

<http://www.stiftunglesen.de/initiativen-und-aktionen/digitales/>

## Standpunkte: Digitales Lesen



©Fotolia

Digitale Lesemedien: Aufbruch in eine neue, aufregende Ära des multimedialen Geschichtenerzählens oder Ende der Gutenberg-Galaxie? Hier finden Sie einen Überblick über Chancen und Risiken des ...

> [Weiterlesen](#)

## Forschung: Digitales Lesen



©Fotolia

Aktuelle Forschungsergebnisse, fundierte Untersuchungen und innovative Berichte bilden die Basis für den Entwicklungsbereich digitales Lesen der Stiftung Lesen. Hier finden Sie Zusammenfassung und...

> [Weiterlesen](#)

## Empfehlungen: Digitales Lesen



©Fotolia

Im unübersichtlichen App- und E-Book-Kosmos den Überblick zu behalten, ist nicht so leicht. Unsere Empfehlungen und Anleitungen zu Kinderbuch- und Lern-Apps, Games, E-Books und Online-Zeitschriften...

> [Weiterlesen](#)

## App Empfehlung Screencast: Digitales Lesen



©Stiftung Lesen

In den App Empfehlung Screencasts der Stiftung Lesen können Sie Geschichten-Apps in Ausschnitten kennenlernen und erfahren, wie sie diese in Schule, Elternhaus und Freizeit zum gemeinsamen Lesen...

> [Weiterlesen](#)

# Digitale Lesewelten: Ziel Ansprache und Einbindung von Multiplikatoren

## Fortbildungen: Digitales Lesen



@Fotolia

Unsere Fortbildungen und Webinare geben Ihnen die Gelegenheit, Ihr Wissen über die verschiedenen Aspekte des digitalen Leseuniversums zu vertiefen. Hier erfahren Sie die aktuellen Termine und die...

> [Weiterlesen](#)

## Die Fachtagung "Digitale Medien: Chancen für das Lesen"



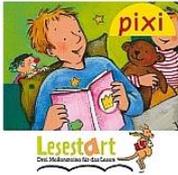
@Stiftung Lesen.PUNCTUM / Alexander Schmidt

Die Fachtagung "Digitale Medien: Chancen für das Lesen" war eine Veranstaltung der Stiftung Lesen in Kooperation mit Microsoft Deutschland im Rahmen des Wissenschaftsjahres 2014 – Die digitale...

> [Weiterlesen](#)

# Lesestart – auch die drei Meilensteine für das Lesen nutzen digitale Impulse

Unsere neueste kostenlose App ...



Ein Tag voller Abenteuer

- Für iPhone oder iPad
- Für Android

Weitere kostenlose Lesestart-Apps ...



Meine ersten Bücher

- Für iPhone
- Für iPad
- Für Android



Alle meine Bücher

- Für PC oder Mac



Mein neuer Freund, das Känguru

- Für iPhone / iPad
- Für Android
- Für Kindle Fire
- Für PC oder Mac

<http://www.lesestart.de/fuer-eltern/lesestart-apps/>

# Nominiert für den Deutschen eBook Award 2014 – die Lesestart-Bilderbuch-App

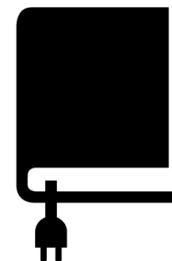
## Mein neuer Freund, das Känguru

Einreichung von: Verlagsgruppe Oetinger, Bettina Riediger

Vertriebsplattform: iTunes, App Store, Google Play



**Jury-Meinung:** In „Mein neuer Freund, das Känguru“ wird Fixed-Layout EPUB für die digitale Version eines Kinderbuchs verwendet. Die Geschichte kann in verschiedenen Rollen erlebt werden, im Titel sind Vorlesefunktion mit Wort-Hervorhebung, sowie kleine Animationen, Spiele und Sounds auf den jeweiligen Textseiten realisiert. Mit der mehrsprachigen Verfügbarkeit und den Wahlmöglichkeiten zwischen verschiedenen Lese-Modi ist die Zielsetzung der Leseförderung hier optimal umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.



<http://www.deutscher-ebook-award.de/sieger/nominierte-enhanced-ebooks-2014/>

# Die Kriterien der Jury zeigen den potenziellen Mehrwert ...

## Mein neuer Freund, das Känguru

Einreichung von: Verlagsgruppe Oetinger, Bettina Riediger

Vertriebsplattform: iTunes, App Store, Google Play



### Jury-Meinung:

In „Mein neuer Freund, das Känguru“ wird Fixed-Layout EPUB für die digitale Version eines Kinderbuchs verwendet. Die Geschichte kann in verschiedenen Rollen erlebt werden, im Titel sind Vorlesefunktion mit Wort-Hervorhebung, sowie kleine Animationen, Spiele und Sounds auf den jeweiligen Textseiten realisiert. Mit der mehrsprachigen Verfügbarkeit und den Wahlmöglichkeiten zwischen verschiedenen Lese-Modi ist die Zielsetzung der Leseförderung hier optimal umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

<http://www.deutscher-ebook-award.de/sieger/nominierte-enhanced-ebooks-2014/>

# Die Kriterien der Jury zeigen den potenziellen Mehrwert ...

## Mein neuer Freund, das Känguru

Einreichung von: Verlagsgruppe Oetinger, Bettina Riediger

Vertriebsplattform: iTunes, App Store, Google Play



### Jury-Meinung:

In „Mein neuer Freund, das Känguru“ wird Fixed-Layout EPUB für die digitale Version eines Kinderbuchs verwendet. Die Geschichte kann in verschiedenen Rollen erlebt werden, im Titel sind Vorlesefunktion mit Wort-Hervorhebung, sowie kleine Animationen, Spiele und Sounds auf den jeweiligen Textseiten realisiert. Mit der mehrsprachigen Verfügbarkeit und den Wahlmöglichkeiten zwischen verschiedenen Lese-Modi ist die Zielsetzung der Leseförderung hier optimal umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

<http://www.deutscher-ebook-award.de/sieger/nominierte-enhanced-ebooks-2014/>

# Die Kriterien der Jury zeigen den potenziellen Mehrwert ...

## Mein neuer Freund, das Känguru

Einreichung von: Verlagsgruppe Oetinger, Bettina Riediger

Vertriebsplattform: iTunes, App Store, Google Play



### Jury-Meinung:

In „Mein neuer Freund, das Känguru“ wird Fixed-Layout EPUB für die digitale Version eines Kinderbuchs verwendet. Die Geschichte kann in verschiedenen Rollen erlebt werden, im Titel sind Vorlesefunktion mit Wort-Hervorhebung, sowie kleine Animationen, Spiele und Sounds auf den jeweiligen Textseiten realisiert. Mit der mehrsprachigen Verfügbarkeit und den Wahlmöglichkeiten zwischen verschiedenen Lese-Modi ist die Zielsetzung der Leseförderung hier optimal umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

<http://www.deutscher-ebook-award.de/sieger/nominierte-enhanced-ebooks-2014/>

# Die Kriterien der Jury zeigen den potenziellen Mehrwert ...

## Mein neuer Freund, das Känguru

Einreichung von: Verlagsgruppe Oetinger, Bettina Riediger

Vertriebsplattform: iTunes, App Store, Google Play



### Jury-Meinung:

In „Mein neuer Freund, das Känguru“ wird Fixed-Layout EPUB für die digitale Version eines Kinderbuchs verwendet. Die Geschichte kann in verschiedenen Rollen erlebt werden, im Titel sind Vorlesefunktion mit Wort-Hervorhebung, sowie kleine Animationen, Spiele und Sounds auf den jeweiligen Textseiten realisiert. Mit der mehrsprachigen Verfügbarkeit und den Wahlmöglichkeiten zwischen verschiedenen Lese-Modi ist die Zielsetzung der Leseförderung hier optimal umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

<http://www.deutscher-ebook-award.de/sieger/nominierte-enhanced-ebooks-2014/>

# Die Kriterien der Jury zeigen den potenziellen Mehrwert ...

## Mein neuer Freund, das Känguru

Einreichung von: Verlagsgruppe Oetinger, Bettina Riediger

Vertriebsplattform: iTunes, App Store, Google Play



### Jury-Meinung:

In „Mein neuer Freund, das Känguru“ wird Fixed-Layout EPUB für die digitale Version eines Kinderbuchs verwendet. Die Geschichte kann in verschiedenen Rollen erlebt werden, im Titel sind Vorlesefunktion mit Wort-Hervorhebung, sowie kleine Animationen, Spiele und Sounds auf den jeweiligen Textseiten realisiert. Mit der mehrsprachigen Verfügbarkeit und den Wahlmöglichkeiten zwischen verschiedenen Lese-Modi ist die Zielsetzung der Leseförderung hier optimal umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

<http://www.deutscher-ebook-award.de/sieger/nominierte-enhanced-ebooks-2014/>

# Die Kriterien der Jury zeigen den potenziellen Mehrwert ...

## Mein neuer Freund, das Känguru

Einreichung von: Verlagsgruppe Oetinger, Bettina Riediger

Vertriebsplattform: iTunes, App Store, Google Play



### Jury-Meinung:

In „Mein neuer Freund, das Känguru“ wird Fixed-Layout EPUB für die digitale Version eines Kinderbuchs verwendet. Die Geschichte kann in verschiedenen Rollen erlebt werden, im Titel sind Vorlesefunktion mit Wort-Hervorhebung, sowie kleine Animationen, Spiele und Sounds auf den jeweiligen Textseiten realisiert. Mit der mehrsprachigen Verfügbarkeit und den Wahlmöglichkeiten zwischen verschiedenen Lese-Modi ist die Zielsetzung der Leseförderung hier optimal umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

umgesetzt worden. Die enhanced-Funktionen bewegen sich dabei technisch wie gestalterisch auf hohem Niveau.

<http://www.deutscher-ebook-award.de/sieger/nominierte-enhanced-ebooks-2014/>



## MEIN PAPA LIEST VOR!

### Ein Vorlese-Service für Väter am Arbeitsplatz

Vorlesen leicht gemacht – das ist die Idee hinter dem Projekt „Mein Papa liest vor!“, das die Stiftung Lesen 2010 zunächst in Hessen gemeinsam mit der „hessenstiftung – familie hat zukunft“ gestartet hat. Inzwischen sind dank der Unterstützung unserer Partner in weiteren Bundesländern Landesinitiativen gestartet. Details hierzu finden Sie in dem Beitrag „Mein Papa liest vor! - Engagement in den Bundesländern“.

**Der Hintergrund:** Das Projekt „Mein Papa liest vor!“ wendet sich an alle berufstätigen Väter und Mütter von Kindern ab dem Säuglingsalter bis zu zwölf Jahren. Ziel ist es, den Eltern, insbesondere den Vätern, die Möglichkeit zu geben, als lesende Vorbilder für ihre Kinder stärker in Erscheinung zu treten und ihre Rolle als prägende (Lese-)Förderer wahrzunehmen. Aber warum richtet sich das Projekt speziell an Väter?

Dass Lesen die Fantasie der Kinder beflügelt, ihnen neue Welten und andere Kulturen erschließt und letztlich der Schlüssel zu Bildung ist, erkennen auch Väter an. Dass Vorlesen Kinder an das eigene Lesen heranführt und Lust auf das Lesenlernen macht, ebenso. Aber nur wenige Väter fühlen sich dafür zuständig: 47 Prozent der Väter in Deutschland lesen ihren Kindern selten oder nie vor. Kinder brauchen jedoch Väter, die ihnen vorlesen. Zum einen, weil eine lebendige familiäre Vorlesekultur auch auf ihr Engagement angewiesen ist: In 31 Prozent aller Familien mit kleinen Kindern wird nur selten oder gar nicht vorgelesen. Zum anderen, weil Jungen tendenziell deutlich weniger gerne lesen als Mädchen und somit weitaus stärker gefährdet sind, die Grundkompetenz Lesen nur rudimentär zu erwerben. Gerade hier werden vorlesende Väter besonders gebraucht: als „Botschafter des Lesens“, die als männliche Rollen-Vorbilder Jungen zum Lesen motivieren können.

**So funktioniert es:** Wie aber kann man Väter als Vorleser gewinnen? Viele Väter und Mütter geben an, dass ihnen die Zeit dafür fehlt, und genau hier setzt „Mein Papa liest vor!“ an:

▼ [Mehr Informationen](#)



Zum Starterpaket  
> Hier entlang

**Kontakt**

Heike Zschau  
E-Mail schreiben

Projektassistentin  
Tel.: 06131-28890-18  
Fax: 06131-28890-49

**Downloads**

- > Infoflyer "Mein Papa liest vor!"
- > Flyer "Mein Papa liest vor!" Bayern
- > Flyer "Mein Papa liest vor!" Berlin
- > Flyer "Mein Papa liest vor!" Hamburg
- > Flyer "Mein Papa liest vor... und meine Mama auch!" Nordrhein-Westfalen

... z. B. über das Intranet von aktuell mehr als 1.400 Unternehmen bundesweit ...

- ➔ Studie zum Potenzial von E-Readern in der Leseförderung (2011)
- ➔ Vorlesestudie zur Nutzung digitaler Vorleseangebote in Familien (2012)
- ➔ Quasi-experimentelle Untersuchung zum Ablauf von Vorlesesituationen mit Buch vs. Tablet und zur Verarbeitungsleistung von Kindern (MA-Arbeit Universität Mainz / Stiftung Lesen 2014)
- ➔ Grundlagenstudie zur Zukunft des Lesens in Deutschland (in Vorbereitung)

**Dr. Simone C. Ehmig**

Institut für Lese- und Medienforschung  
der Stiftung Lesen

Römerwall 40

55131 Mainz

Tel. 06131 28890 81

[simone.ehmig@stiftunglesen.de](mailto:simone.ehmig@stiftunglesen.de)

[www.stiftunglesen.de](http://www.stiftunglesen.de)

