

Presse-Information

Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Börsenverein des
Deutschen Buchhandels e.V.

Braubachstraße 16
60311 Frankfurt am Main

Telefon: +49 69 1306-292
Fax: +49 69 1306-17292
presse@boev.de
www.boersenverein.de

Mit der App zum Abenteuer-Roman: Digitale Angebote fördern Motivation fürs Lesen

Trendbericht Kinder- und Jugendbuch 2013 / Kinder- und Jugendbücher machen 15,6 Prozent des Gesamtumsatzes aus / Veränderte Mediengewohnheiten und -erwartungen im Blick von Verlagen, Bildungspolitik und Pädagogen

„Jugend ohne Buch?“ – Nein. Wenn die Potenziale digitaler Angebote für die Lesemotivation genutzt werden. Internet, Apps, E-Book und Co. stehen nicht zwangsläufig in Konkurrenz zum traditionellen Lesen und gedruckten Büchern. Das ergibt der Trendbericht Kinder- und Jugendbuch, der 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 wurde.

Börsenverein will junge Leser mit kreativer Buchkampagne begeistern

Kinder- und Jugendbücher sind eine wichtige Warengruppe auf dem deutschen Buchmarkt. Sie machten 2012 rund 15,6 Prozent des gesamten Buchumsatzes aus. Damit liegt die Warengruppe weiterhin im Gesamtmarkt auf Platz zwei hinter der Belletristik. „Das Interesse an Büchern und am Lesen ist bei den Jugendlichen ungebrochen groß“, sagt Alexander Skipis, Hauptgeschäftsführer des Börsenvereins. „Bücher stehen aber immer stärker in einem Wettbewerb mit anderen Medien und Aktivitäten, und gleichzeitig weitet sich der Markt durch neue technische Entwicklungen aus. Diese Wachstumsmöglichkeiten nutzen wir und starten deshalb eine deutschlandweite Buchkampagne. Sie läuft drei Jahre und wird über ihre kreativen Aktionen und Angebote vor allem auch die jungen Leser für Bücher begeistern.“

Nach Ausnahmejahren wie 2007 (Harry Potter) und 2009 – etliche Bestseller im All-Age-Bereich – bewegt sich der Kinder- und Jugendbuchmarkt wieder auf seinem normalen, gewohnt hohen Niveau: 2012 ging der Umsatz leicht um 1,8 Prozent zurück. Ein Umsatzplus verzeichneten vor allem Bücher für die jüngsten Leser. Bilderbücher legten um 2,7 Prozent zu, die Warengruppen Spielen und Lernen um 1,8 Prozent sowie Erstlesebücher um 1,7 Prozent. Auch Vorlesebücher konnten ihrem Umsatz leicht um 1,4 Prozent steigern. Die stärksten Warengruppen im Segment sind unverändert Jugendbücher (ab 12 Jahre; Umsatzanteil 26,4

Prozent) und Kinderbücher (bis 11 Jahre; Umsatzanteil 27,0 Prozent). Im vergangenen Jahr verzeichneten Jugendbücher allerdings einen Umsatzrückgang von 5,9 Prozent, Kinderbücher blieben mit einem Minus von 0,9 Prozent stabil. Die Zahlen hat media control GfK International im Auftrag des Börsenvereins ermittelt.

Jugendliche mit Hilfe digitaler Medien zum Lesen motivieren

„Grundsätzlich stellen wir fest, dass Jugendliche heute so viel lesen wie nie zuvor“, betont Dr. Jörg F. Maas, Hauptgeschäftsführer der Stiftung Lesen. „Doch das Leseverhalten hat sich geändert: Gerade Jugendliche begeistern sich auch für digitale Medien – seien es Social Media Aktivitäten, das Lesen von Online-Zeitungen, sonstige Internet-Recherchen oder aber auch Apps und E-Books. Diese Lebenswirklichkeit müssen wir berücksichtigen, um erfolgreiche und zeitgemäße Leseförderungsmaßnahmen umzusetzen: Digitale Medien als sinnvolle Ergänzung zu gedruckten Medien eingesetzt bieten uns eine große Chance, um junge Menschen zum Lesen zu motivieren.“ Dies zeigen auch die Ergebnisse verschiedener Studien des Instituts für Lese- und Medienforschung der Stiftung Lesen. Aufschlussreich vor diesem Hintergrund ist vor allem eine Untersuchung zum Leseförderungspotenzial von E-Readern: Gerade Kindern und Jugendlichen, die sonst wenig lesen, erscheint das Lesen in digitaler Form als moderne und damit attraktive Tätigkeit. Außerdem wirken gerade lange Texte auf dem E-Reader leichter zu bewältigen als ein mehrere hundert Seiten dickes Buch. Zeitgemäße Leseförderung setzt daher auf den komplementären Einsatz unterschiedlicher Medien und bietet Jugendlichen damit neue Impulse, um sie zum Lesen allgemein – sowohl in digitaler als auch in gedruckter Form – zu motivieren.

Angebote für neue Lesegewohnheiten und –erwartungen

Rund 1,6 Millionen Jugendliche lesen regelmäßig (JIM-Studie 2012) – aber was? Die Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen (avj) registriert einen deutlichen Wandel bei der Wahl der Lesestoffe. Viele Jugendliche orientieren sich stark am Angebot für Erwachsene und lesen nicht die als „Jugendbücher“ deklarierten Titel. Die Verlage reagieren darauf, indem sie Bücher tendenziell in eine höhere Altersgruppe einstufen, um die Attraktivität bei ihren tatsächlichen Lesern zu steigern. „Da sich die Entwicklung vom Kind zum Erwachsenen heute sehr schnell vollzieht, gibt es *den* Jugendlichen per se nicht mehr“, sagt Renate Reichstein, Vorsitzende der avj. „Für Verlage werden deshalb All-Age-Titel, also Bücher für junge Menschen ab 14 Jahren, immer interessanter.“ Die avj-Mitgliedsverlage weisen 39 ihrer insgesamt 231 Herbst-Neuerscheinungen für Jugendliche ab 12 Jahren explizit als All-Age-Titel aus. Der Tendenz hin zum

digitalen Lesen tragen die avj-Mitgliedsverlage Rechnung, indem sie bereits rund 70 Prozent ihrer Produktionen (160 Titel) in digitaler Form anbieten. „Es wird die zentrale Herausforderung für Kinder- und Jugendbuchverlage in den kommenden Jahren sein, sich mit den Erwartungen und Gewohnheiten der Jugendlichen auseinanderzusetzen und das Programmangebot entsprechend auszurichten“, so avj-Vorsitzende Reichstein.

Jugendliche aktiv für Literatur begeistern

Bildungspolitik, Lehrkräfte und Eltern sind gefragt, das Interesse Jugendlicher für Lesen und Literatur wach zu halten. Hier besteht nach Aussage des Arbeitskreises für Jugendliteratur (AKJ) dringender Handlungsbedarf. „Unser Ziel muss es sein, dass Jugendliche unabhängig von Geschlecht, Schulform und familiärem Hintergrund Zugang zur Literatur finden können“, sagt Dr. Stephanie Jentgens, Vorsitzende des AKJ. Dazu müsse gewährleistet sein, dass möglichst viele junge Menschen in Bibliotheken und Schulbibliotheken Zugang zu aktueller Jugendliteratur haben. Neben engagierten Lehrkräften benötigten gerade Jungen mehr männliche Leser und Literaturpädagogen als Vorbilder. Und nicht zuletzt seien auch Jugendliche selbst als Vermittler von Lesekultur gefragt. Denn: Lesetipps unter Gleichaltrigen werden besser angenommen als Tipps von Erwachsenen. Zu diesem Zweck hat der AKJ mit finanzieller Unterstützung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung die Initiative „Die Literanauten“ ins Leben gerufen, die im Sommer 2013 startet. Im Rahmen der Initiative sollen Jugendliche ihre Leseerlebnisse an andere Jugendliche weitergeben, indem sie im Internet über ihre Lieblingsbücher sprechen und Veranstaltungen für Altersgenossen organisieren.

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 94 Mitgliedsverlage aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an.

Der **Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V. (AKJ)** ist der 1955 gegründete Dachverband der Kinder- und Jugendliteratur in Deutschland. Ihm gehören rund 40 Mitgliedsverbände und 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 zehn Jahren 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 Kinder- und Jugendliteratur sowie der literarästhetischen Bildung von Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Darüber hinaus widmet sich der Verein dem Ausbau und der 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 über 5.400 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.

Die **Stiftung Lesen** ist anerkannter, kompetenter und unabhängiger Partner und Anwalt für das Lesen. Sie fördert Lesekompetenz und Zugänge zum Lesen für alle Alters- und Bevölkerungsgruppen in allen Medien. Als operative Stiftung führt sie in enger Zusammenarbeit mit Partnern – Bundes- und Landesministerien, wissenschaftlichen Einrichtungen, Stiftungen, Verbänden und Unternehmen – Forschungs- und Modellprojekte sowie breitenwirksame Programme durch. Zahlreiche Prominente unterstützen die Stiftung als Lesebotschafter. Die Stiftung Lesen wurde 1988 gegründet und steht unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten.

Leipzig, 15. März 2013

Kontakt für die Medien:

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.
Thomas Koch, Presse-Referent
Telefon +49 (0) 69 1306-292, E-Mail: t.koch@boev.de

Telefon auf der Leipziger Buchmesse: +49 (0) 341 4145-4486

15. März 2013: Trendbericht Kinder- und Jugendbuch

Renate Reichstein - Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)

Angebote für neue Lesegewohnheiten und -erwartungen

„Die 12- bis 16-Jährigen findet man nicht in der Buchhandlung.“ So beginnt ein Vertreterbericht über die Frühjahrsreise 2013. Damit ist bereits eines der Problemfelder umrissen, mit denen Verlage, Buchhandlungen und mit ihnen die Bücher für Jugendliche zu kämpfen haben.

Die Mitgliedsverlage der avj publizierten in ihren Herbstprogrammen 2012 insgesamt 231 Neuerscheinungen für 7 Millionen Jugendliche im Alter zwischen 12 und 19 Jahren, von denen 23% - laut JIM Studie - angeben, täglich ein Buch zu lesen: 1.6 Mio tägliche Leser! Dieses Mengen-Missverhältnis lässt sich durch das tatsächliche Leseverhalten dieser Jugendlichen erklären.

Sie lesen mehrheitlich eben nicht die als „Jugendbücher“ deklarierten Artikel, sondern orientieren sich stark am Angebot für erwachsene Leser. So werden von Befragten in der JIM Studie neben „Harry Potter“, „Twilight / Bis(s)“ und „Tribute von Panem“ eben auch „Schoßgebete“ und Klassiker wie „Wilhelm Tell“ genannt.

192 der Herbst-Neuerscheinungen sind als „Jugendbuch“ deklariert, obwohl man nicht wenige von ihnen eher für Leser ab 11 Jahren empfehlen würde. Der Trend geht offenbar allgemein dahin, Bücher altersmäßig hoch zu stufen, weil sie dadurch für ihre tatsächlichen Leser erheblich an Attraktivität gewinnen. Entsprechend hätte man vor Jahren die 39 heute explizit als All-Age-Neuerscheinungen ausgewiesenen Titel zu einem Großteil als „Jugendbücher“ deklariert.

Die Lesefähigkeit der Jugendlichen wird gar nicht in Zweifel gezogen. Fraglich aber ist, wie diese Zielgruppe deutlich stärker für die Lektüre von Ganzschriften interessiert werden kann. Laut „Buch und Buchhandel in Zahlen 2012“ geben 44% der Jugendlichen im Alter von 14 bis 19 Jahren an, täglich bzw. mehrmals pro Woche ein Buch zu lesen. Vorwiegend sind dies Schüler weiterführender Schulen. Die Zahlen machen Mut, insbesondere auch vor dem Hintergrund der großen Medienkonkurrenz und zeigen, dass die Verlage sich noch sehr viel genauer mit den Vorlieben und Gewohnheiten ihrer möglichen Kunden und Leser beschäftigen müssen.

Obwohl nur 2% der Jugendlichen angeben, regelmäßig E-Books zu lesen, bieten die avj-Mitgliedsverlage bereits 70% ihrer Produktionen in digitaler Form an. Mit dieser Angebotsentwicklung machen sich die Verlage fit für den prognostizierten und sich schon partiell andeutenden Wandel der Lesegewohnheiten gerade der älteren Jugendlichen.

Es wird die große Herausforderung der Kinder- und Jugendbuchverlage in den nächsten Jahren sein, sich intensiv mit den Erwartungen und Befindlichkeiten der Jugendlichen zwischen 12 und 16 Jahren zu befassen und entsprechend ihre Programmangebote auszurichten. DEN Jugendlichen gibt es nicht mehr. Es gibt noch 12-Jährige und 13-Jährige, die mit entsprechend konzipierten Jugendbüchern interessiert werden können.

Die 14-Jährigen fühlen sich heute schon sehr erwachsen und meiden alles, was unter dem falschen Etikett daher kommt. Mit speziellen Imprints oder neuen Labels versuchen Verlage, sich neu und speziell für diese Zielgruppe aufzustellen. Und sie haben Erfolg damit!

Renate Reichstein,
Vorstandsvorsitzende der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)

Kontakt:

Margit Müller (Geschäftsführerin)
Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)
Braubachstraße 16, 60311 Frankfurt am Main
Telefon: 069 1306-248
E-Mail: margit.mueller@avj-online.de
Internet: www.avj-online.de

15. März 2013: Trendbericht Kinder- und Jugendbuch

Dr. Stephanie Jentgens – Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V.

Jugend ohne Buch? – Erfahrungen aus der Praxis



Ich möchte Ihnen Remi Butza vorstellen. Er ist 20 Jahre alt. Er ist in Polen geboren, aber in Deutschland aufgewachsen. Bei ihm zu Hause gab es kaum Bücher. Von der Grundschule erhielt er eine Hauptschulempfehlung. Die Hauptschule, dachte er damals, ist für die Schüler, die nichts können. Seine Klassenlehrerin in der Hauptschule war Frau Lichtenberg. Sie engagierte sich sehr für die Leseförderung ihrer Schüler. In der 5. oder 6. Klasse bekam Remi von einer Bekannten seiner Mutter einen Harry Potter-Band geschenkt. Das war das erste Buch, das ihn richtig faszinierte. Danach las er sehr gern Fantasyliteratur.

2004 gehörte Remi zu den ersten Mitgliedern des Leseclubs der Wermelskirchener Hauptschule. Der Leseclub beteiligte sich als Jugendjury an der Vergabe des Deutschen Jugendliteraturpreises und fuhr auch zur Frankfurter Buchmesse. Das war für Remi ein beeindruckendes Erlebnis. Durch den Leseclub wurden seine Leseinteressen immer weiter gesteckt. Er lernte Rezensionen zu schreiben und hierfür gezielt nach Informationen zu suchen. Heute sagt er, dass die Bücher ihn in Sachen Allgemeinbildung vorangebracht haben. Nach dem Hauptschulabschluss wechselte Remi zum Gymnasium und machte 2012 sein Abitur. Er will Musik und Mathematik für das Lehramt studieren und bereitet sich zurzeit auf die Aufnahmeprüfung in Musik vor. Nebenbei arbeitet er in einer Buchhandlung und liest begeistert die Ansichtsexemplare, die die Buchhandlung erhält.

Remi Butza ist ein Glücksfall und er gehört einer Minderheit an. Die Mehrheit der Jugendjurymitglieder ist weiblich, besucht ein Gymnasium und hat im unmittelbaren familiären Umfeld buchaffine Menschen. Die Jugendjuries bilden hiermit ein gesellschaftliches Phänomen ab.

Remis Geschichte zeigt, dass Kinder aus Migrationsfamilien und Jugendliche, bei denen man behaupten könnte, ihre Lesesozialisation sei im Grunde schon abgeschlossen, den Zugang zur Literatur noch finden können.

Was brauchen wir, damit sich die Frage „Jugend ohne Buch?“ nicht in eine Tatsache verwandelt?

Wir brauchen:

- Zugang zu aktueller Jugendliteratur in Bibliotheken und Schulbibliotheken für alle Kinder und Jugendlichen.
- Engagierte Lehrkräfte, die Leseförderung nicht auf Lesetechnik beschränken, sondern Begeisterung für aktuelle Kinder- und Jugendliteratur transportieren können.
- Männliche Leser und Literaturpädagogen als Vorbilder.
- Mehr Jugendliche als Vermittler von Lesekultur, die das Gespräch über Literatur in Gang halten. Denn: Lesetipps unter Gleichaltrigen werden besser angenommen als Tipps von Erwachsenen.

Was wir dafür tun:

Diesem Gedanken trug bereits die Gründung der Jugendjuries des Deutschen Jugendliteraturpreises vor zehn Jahren Rechnung. Und an diesem Punkt knüpft auch das neue Projekt an, das der Arbeitskreis für Jugendliteratur mit finanzieller Unterstützung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung anlässlich des Jubiläums der Jugendjuries startet: die „Literanauten“. Die Literanauten, das sind Jugendliche, die eigene Leseerlebnisse weitergeben, über Bücher im Internet sprechen und Veranstaltungen für andere Jugendliche durchführen. Bundesweit werden ab Sommer 2013 für zunächst 5 Jahre an zahlreichen Standorten Jugendliche für Jugendliche aktiv werden.

Dr. Stephanie Jentgens
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

Trendbericht Kinder- und Jugendbuch 2013

Leipzig, 15. März 2013



Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V. (AKJ)

1955 gegründeter Dachverband
der Kinder- und Jugendliteratur
in Deutschland

42 Mitgliedsverbände aus den
Bereichen Bibliothek, Bildung,
Buchhandel, Verlag und
Forschung sowie rund 200
ausgewiesene Experten der
Kinder- und Jugendliteratur

Förderung durch das
Bundesministerium für Familie,
Senioren, Frauen und Jugend

Deutscher Jugendliteraturpreis
Kranichsteiner Jugendliteratur-
Stipendien



Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)

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

Ca. 100 Mitgliedsverlage

Kinderbuchhandlungspreis
avj medienpreis



Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

1825 gegründeter Dachverband

Über 5.400 Mitglieder (Verlage,
Buchhandlungen, Antiquariate,
Zwischenbuchhändler und
Verlagsvertreter)

Deutscher Buchpreis
Friedenspreis des Deutschen
Buchhandels



Stiftung Lesen

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

Stifterrät: 35 Mitglieder
Stiftungsrät: 25 Mitglieder
Lehrerclub: 32.000 Mitglieder
Rund 10.000 ehrenamtlich
engagierte Vorlesepaten im
Vorleseclub

Schirmherrschaft des
Bundespräsidenten

Der Deutsche Lesepreis
Oppenberg-Medienpreis

Der Markt der Kinder- und Jugendbücher in Deutschland

Leipzig, 15. März 2013

**Börsenverein des
Deutschen Buchhandels**



Vorsicht Buch! – Die Buchmarketing-Kampagne

Werde Fan auf facebook.com/vorsichtbuch
vorsichtbuch.de

VORSICHT BUCH

Eine Initiative der Deutschen Buchbranche.

Ich habe einen Vampir geheiratet
auf 148 Seiten

Fantastische und romantische Geschichten – dein Buchhändler vor Ort kennt sie alle.

Werde Fan auf facebook.com/vorsichtbuch
vorsichtbuch.de

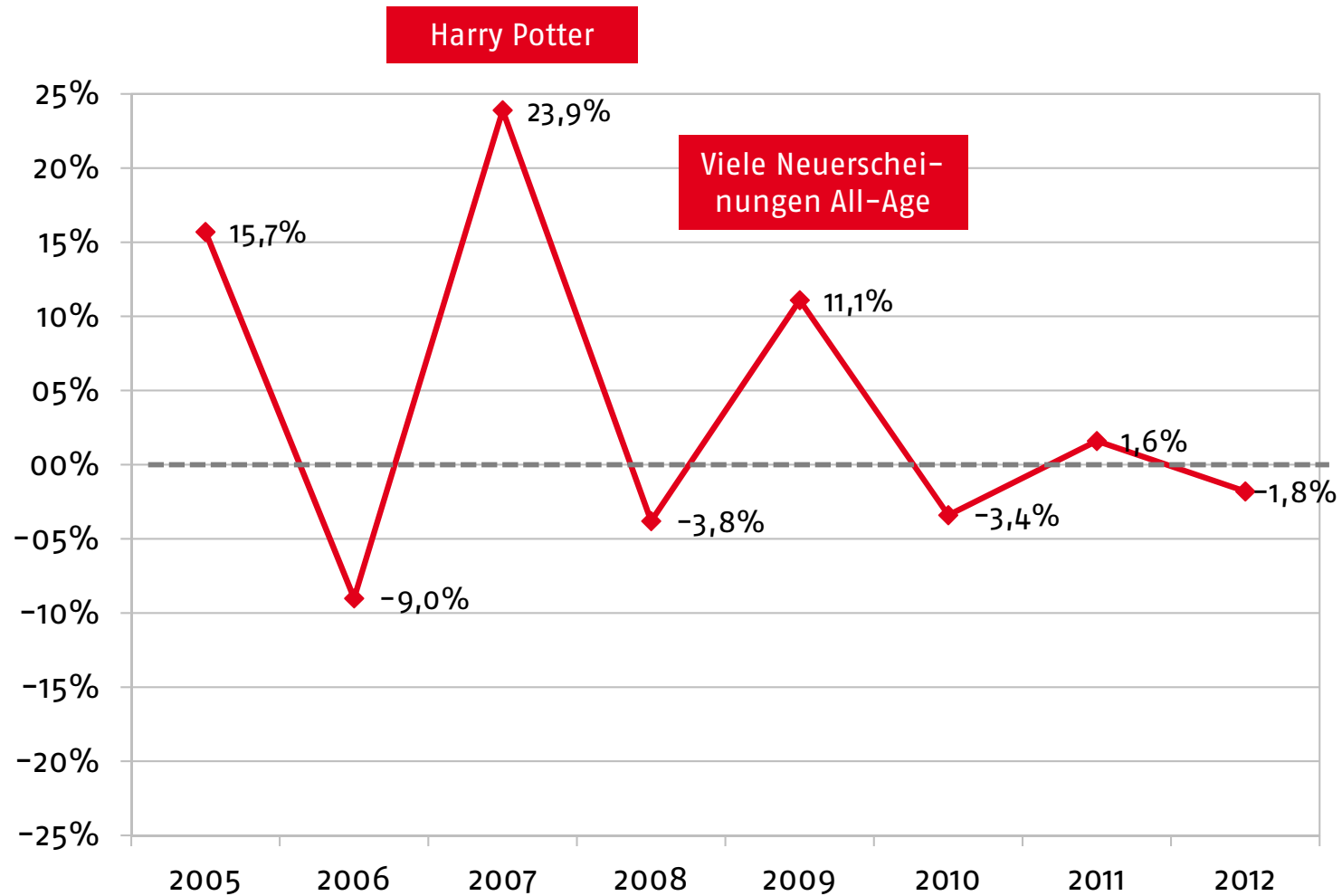
VORSICHT BUCH

Eine Initiative der Deutschen Buchbranche.

Ich habe Dämonen beschworen
auf 136 Seiten

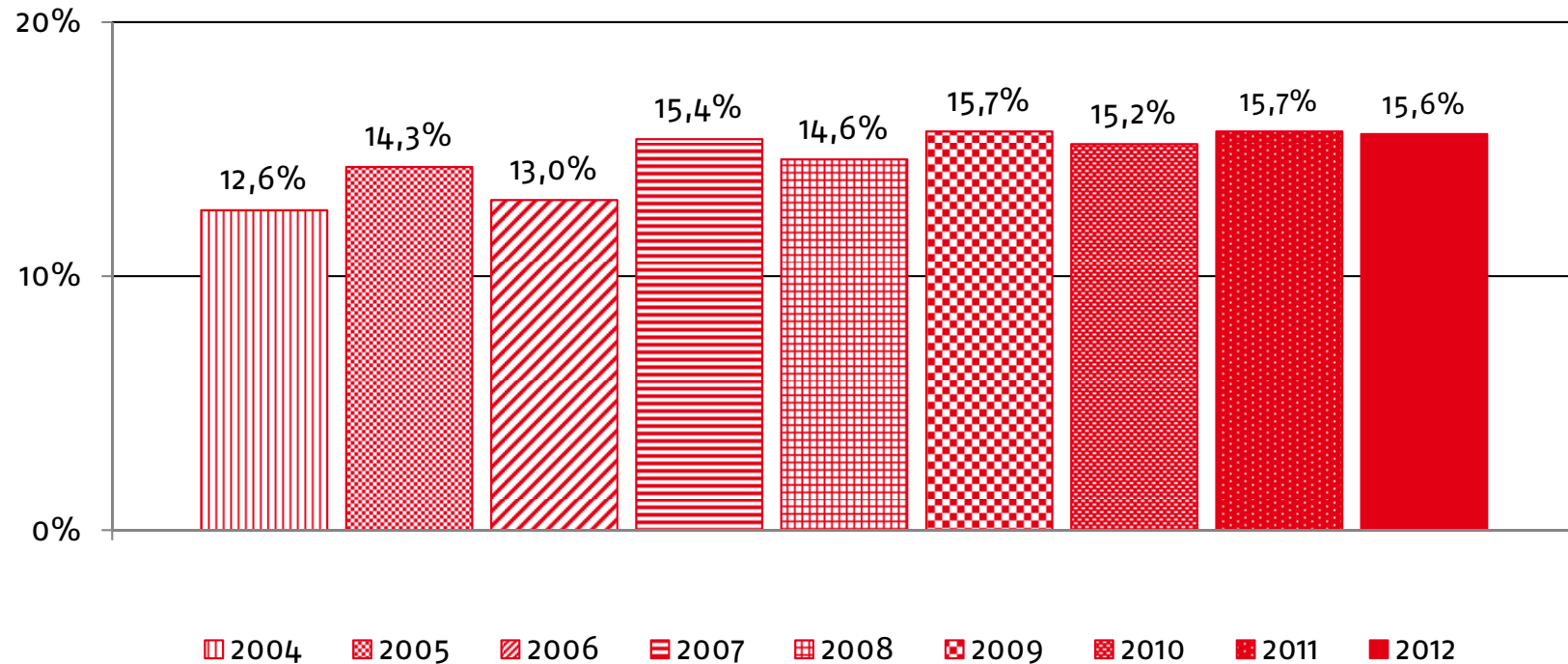
Fremde und fantastische Welten – dein Buchhändler vor Ort kennt den Weg dorthin.

Umsatzveränderung zum Vorjahr



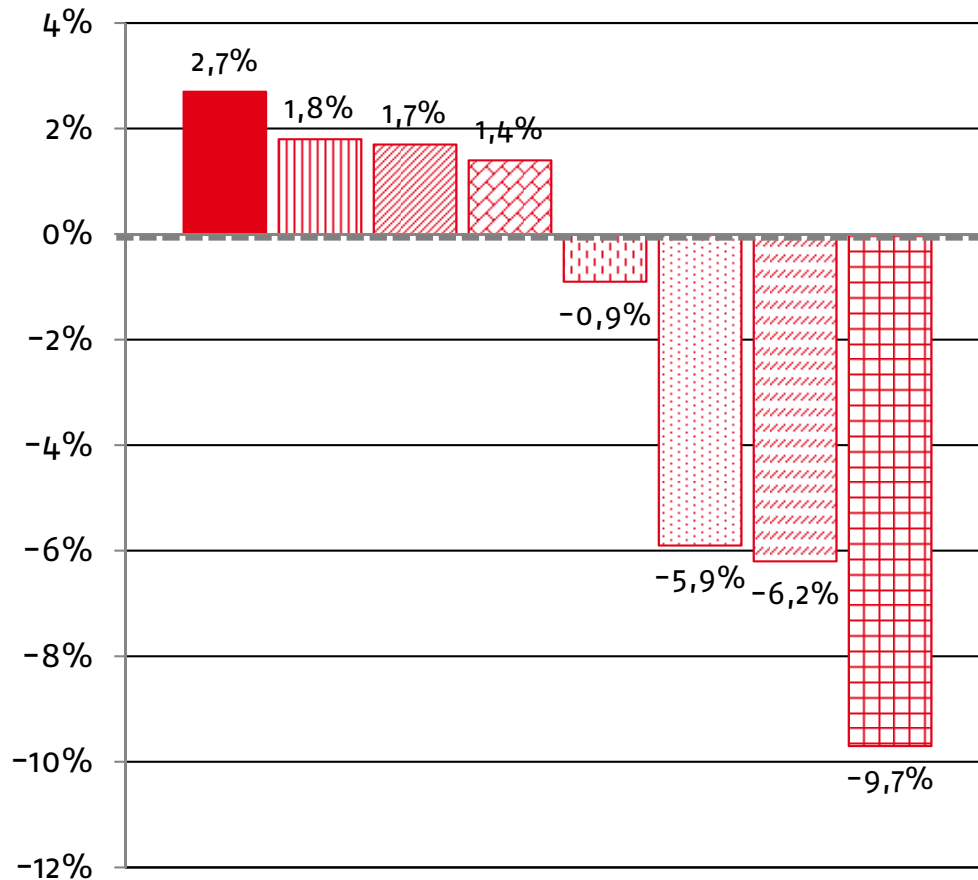
Quelle: media control GfK INTERNATIONAL

Anteil Kinder- und Jugendbuch am Gesamtumsatz



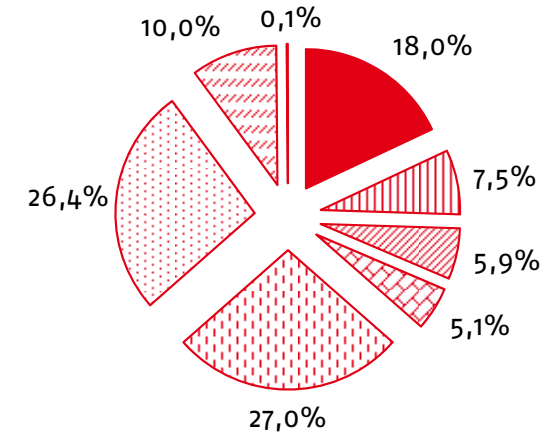
Quelle: media control GfK INTERNATIONAL

Veränderung Umsatzanteil in der Warengruppe (2012 zu 2011)



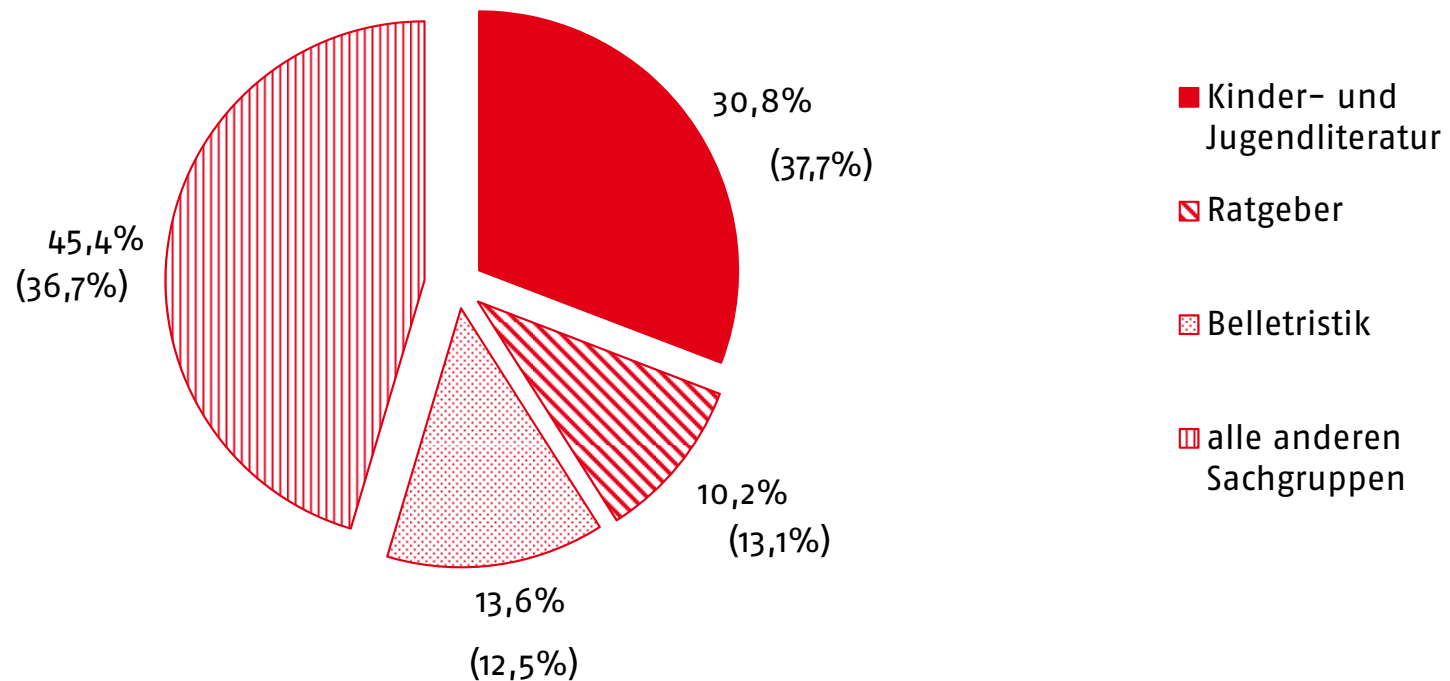
- Bilderbücher
- ▨ Erstlesebücher
- ▩ Kinderbücher bis 11 Jahre
- ▧ Sachbücher
- ▩ Spielen, Lernen
- ▨ Vorlesebücher
- ▧ Jugendbücher ab 12 Jahre
- ▩ Biografien

Marktanteile innerhalb der Warengruppe 2012



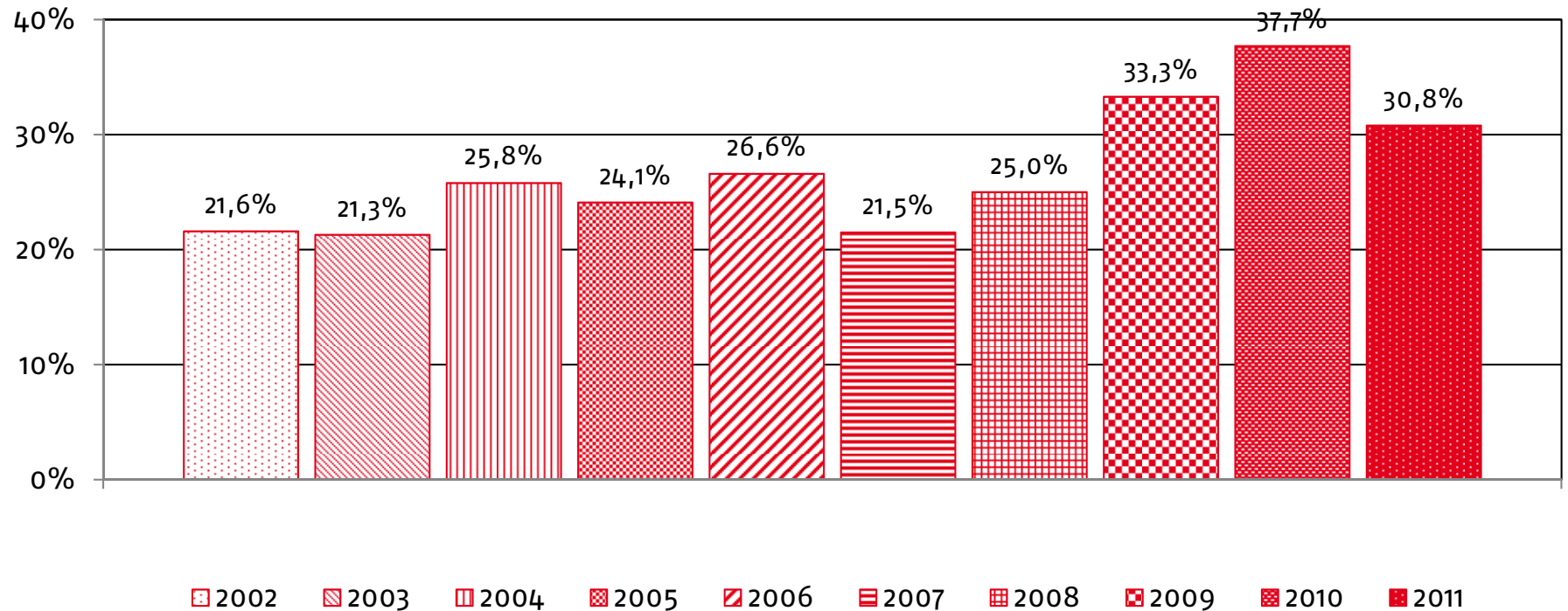
Quelle: media control GfK INTERNATIONAL 2013

Lizenzvergabe deutscher Bücher ins Ausland 2011 (2010)



Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 2012

Lizenzvergabe – Anteil Kinder- und Jugendbücher



Quelle: Buch und Buchhandel in Zahlen 2012

Der Markt der Kinder- und Jugendbücher in Deutschland

Leipzig, 15. März 2013

**Börsenverein des
Deutschen Buchhandels**





Wie Jugendliche lesen

Leipzig, 15. März 2013

Veränderte Lebens- und Medienwirklichkeit von Jugendlichen

- Kinder und Jugendliche wachsen heute unter anderen medialen, schulischen und gesellschaftlichen Bedingungen auf als vor 10 Jahren. Bei ihnen handelt es sich bereits um eine neue Mediengeneration, die durch veränderte Anforderungen und ein differenzierteres Medienangebot beeinflusst werden. (Quelle: IGLU-Studie 2011)



Das zeigt sich in den aktuellen Zahlen zur (digitalen) Mediennutzung:

- Fast alle (98 %) der Jugendlichen haben **Zugang zum Internet**. 91 % nutzen es mehrmals in der Woche oder häufiger. **Gerätebesitz**: 96 % besitzen ein eigenes Mobiltelefon, 47 % ein Smartphone.
- Tablet-PCs sind unter Jugendlichen noch vergleichsweise selten verbreitet: 7 % der Jugendlichen besitzen ein eigenes Gerät. In jedem fünften Haushalt ist jedoch ein solches Gerät vorhanden.
- 45 % der Zeit im Internet entfällt auf **kommunikative Tätigkeiten**, Unterhaltung (25 %), Spielen (16 %) und **Informationssuche** (16 %).
- Die Jugendlichen verbringen einen Großteil der Zeit im Internet mit Tätigkeiten, bei denen sie lesen müssen: Informationssuche über Suchmaschinen, Wikipedia und Nachrichtenseiten sowie Kommunikation über soziale Netzwerke, E-Mails und Chatrooms/Instant Messenger.

Jugendliche lesen – gedruckt **und** digital!

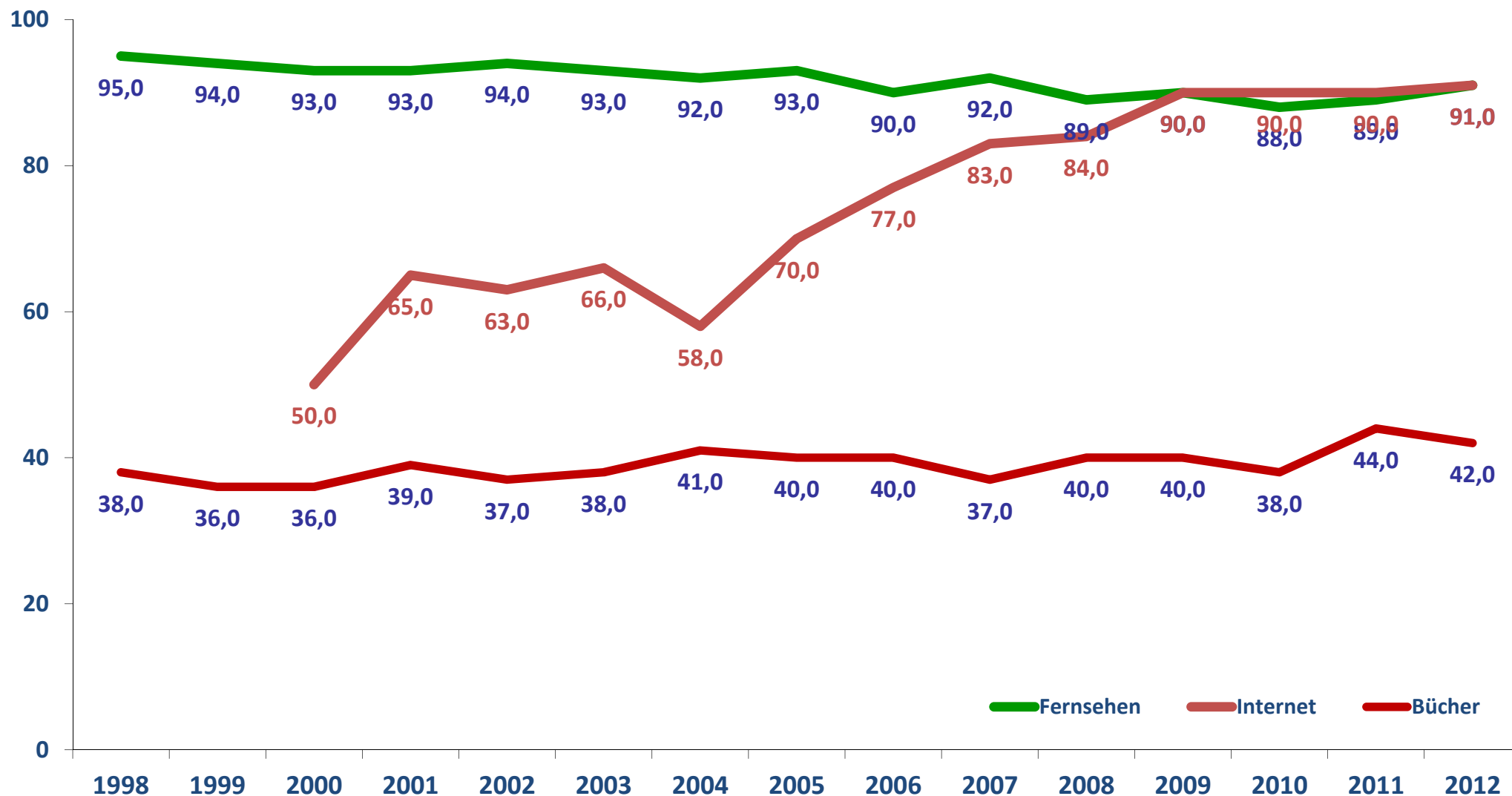
- 42 % der Jugendlichen (12-19-Jährige) lesen täglich oder mehrmals in der Woche in Büchern.
- 41 % lesen täglich oder mehrmals in der Woche in gedruckten Tageszeitungen.
18 % lesen die Tageszeitung online.
- 26 % lesen täglich oder mehrmals in der Woche in Zeitschriften.
13 % lesen Zeitschriften online.
- 2 % lesen E-Books.



(Quelle: JIM-Studien 1998 – 2012, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest)

Mediennutzung 1998 - 2012

Jugendliche lesen nach wie vor und zu einem konstanten Anteil Bücher



Quelle: JIM-Studien 1998 – 2012, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Lesemotivation durch Einbezug aller Lesemedien

Beispiel: E-Reader

- Studien zeigen: Digitale Medien verfügen über großes Potenzial, um die Lesemotivation bei Jugendlichen weiter zu steigern.
- Beispiel: **E-Reader Studie** des Instituts für Lese- und Medienforschung der Stiftung Lesen:
 - E-Reader tragen dazu bei, gerade bei „lesefernen“ Jugendlichen das Lese-Image zu verbessern.
 - Die Nutzung von E-Readern wirkt modern und attraktiv.
 - E-Reader und E-Books bewirken eine Anfangsbegeisterung. Eine vorhandene Hemmschwelle zum (Erst-)Kontakt mit Büchern kann gesenkt werden.



Fazit

- Digitale Angebote und digitales Lesen stehen bei Jugendlichen hoch im Kurs.
- Digitales Lesen kann positive Effekte auf das Lese-Image und die Lesemotivation haben.
- Zeitgemäße Leseförderung muss die Lebenswirklichkeit der Jugendlichen widerspiegeln: Komplementäre **Nutzung von digitalen und gedruckten Medien** als Chance, um junge Menschen zum Lesen zu motivieren.
- So können digitale Anwendungen gerade bei Jugendlichen die Hinwendung zum Buch befördern und neue Nutzergruppen dazu gewinnen.



Stiftung Lesen

Römerwall 40

55116 Mainz

T 06131 288 90 0

F 06131 23 03 33

E mail@stiftunglesen.de

www.stiftunglesen.de



Angebote für neue Lesegewohnheiten und -erwartungen

Leipzig, den 15. März 2013

Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V.



Neuerscheinungen Jugendbuch (Herbst 2012)

- **231** Neuerscheinungen für Jugendliche ab 12 Jahre
- Davon **192** „Jugendbücher“ und **39** „All-Age-Titel“
- Insgesamt **160** Titel auch als E-Book veröffentlicht

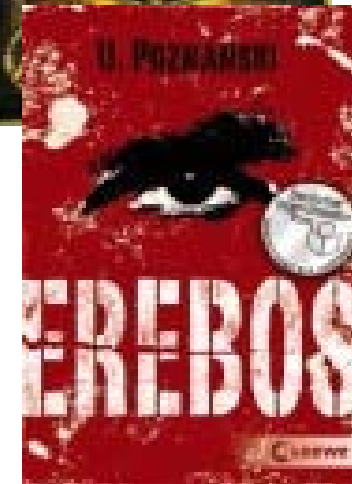
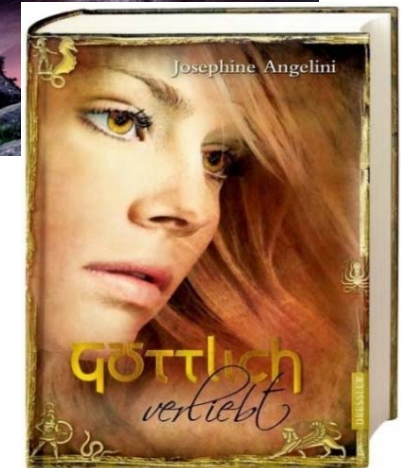
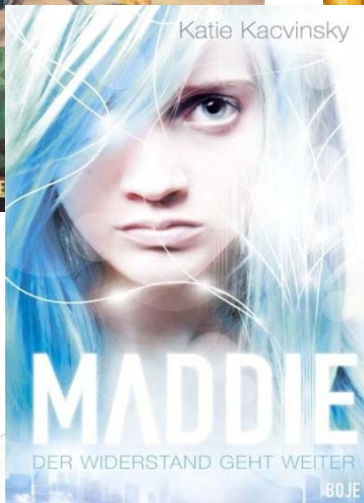
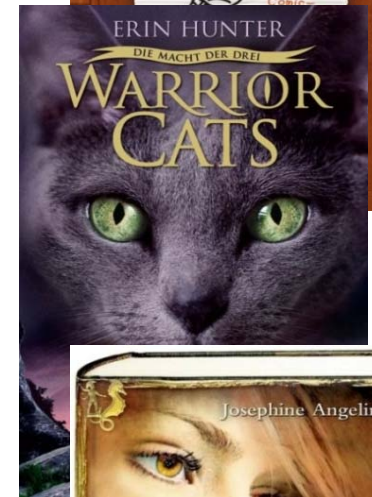
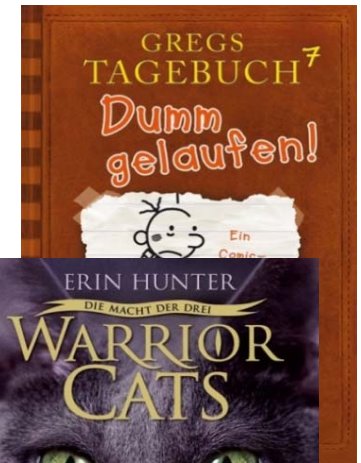
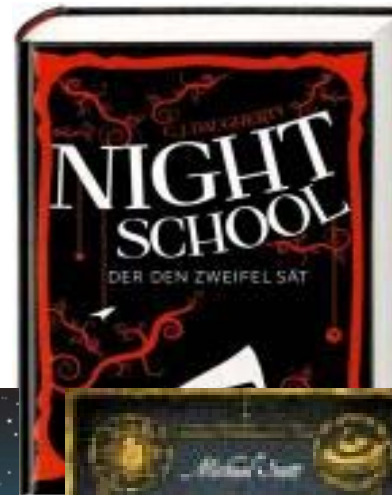
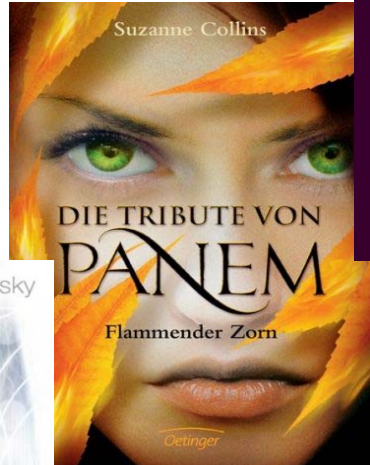
Jugendliche Leser 12 – 19 Jahre

1,6 Mio

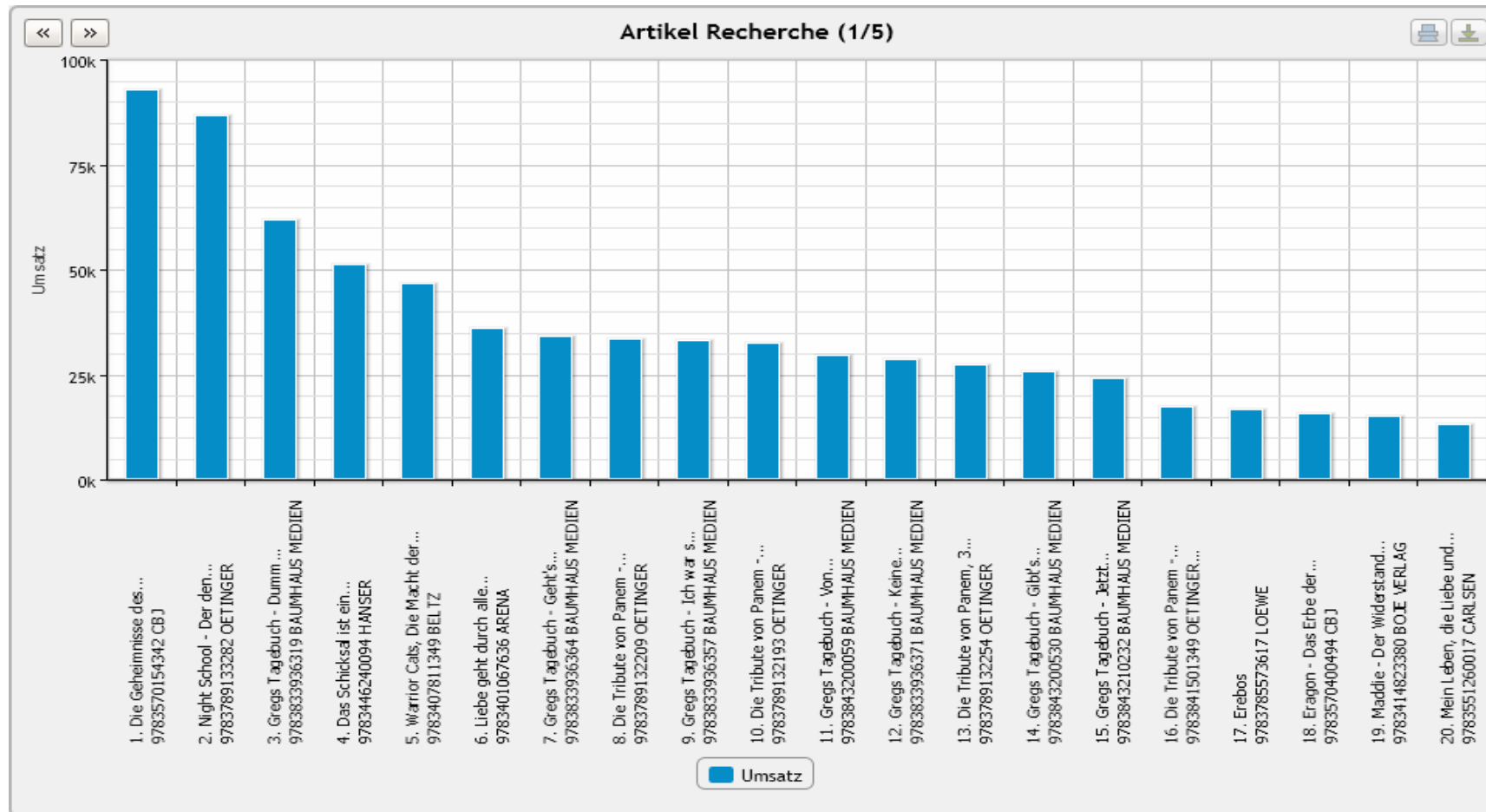
„tägliche Leser“



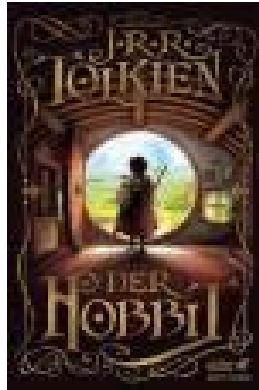
Lese-Stoffe:



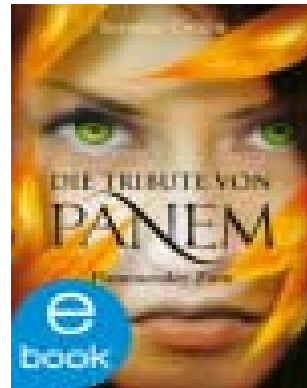
GfK Top 20 – 8. KW 2013



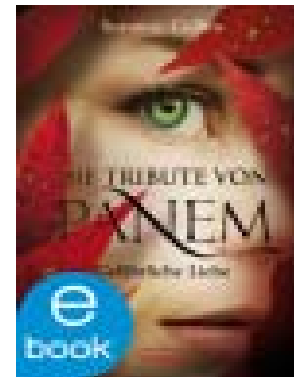
E-Book Bestseller 2012



Platz 4



Platz 14



Platz 15

Quelle: media control GfK INTERNATIONAL 2013

Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V.



Angebote für neue Lesegewohnheiten und -erwartungen

Leipzig, den 15. März 2013

Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V.



Jugend ohne Buch? – Erfahrungen aus der Praxis

Leipzig, den 15. März 2013



Arbeitskreis
für Jugendliteratur e.V.



Remi Butza

Geboren in Polen

Aufgewachsen in Deutschland



„Die Hauptschule ist für die
Schüler, die nichts können.“

2012 Abitur

Was ist notwendig, damit sich die Frage
„Jugend ohne Buch?“ nicht in die Tatsache
„Jugend ohne Buch!“ verwandelt?

Was wir brauchen:

- Zugang zu aktueller Jugendliteratur in Bibliotheken und Schulbibliotheken für alle Kinder und Jugendlichen.
- Engagierte Lehrkräfte, die Leseförderung nicht auf Lesetechnik beschränken, sondern Begeisterung für aktuelle Kinder- und Jugendliteratur transportieren können.
- Männliche Leser und Literaturpädagogen als Vorbilder.
- Mehr Jugendliche als Vermittler von Lesekultur, die das Gespräch über Literatur in Gang halten. Denn: Lesetipps unter Gleichaltrigen werden besser angenommen als Tipps von Erwachsenen.

Partizipation von Jugendlichen



Jugendjury des Deutschen Jugendliteraturpreises

2013

10-jähriges Jubiläum

Partizipation von Jugendlichen



Die Literanauten

Ab Sommer 2013

Ein Projekt des Arbeitskreises für
Jugendliteratur mit finanzieller
Unterstützung des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung

Jugend ohne Buch? – Erfahrungen aus der Praxis

Leipzig, den 15. März 2013



Arbeitskreis
für Jugendliteratur e.V.



Arbeitskreis für Jugendliteratur e.V. (AKJ)

1955 gegründeter Dachverband
der Kinder- und Jugendliteratur
in Deutschland

42 Mitgliedsverbände aus den
Bereichen Bibliothek, Bildung,
Buchhandel, Verlag und
Forschung sowie rund 200
ausgewiesene Experten der
Kinder- und Jugendliteratur

Förderung durch das
Bundesministerium für Familie,
Senioren, Frauen und Jugend

Deutscher Jugendliteraturpreis
Kranichsteiner Jugendliteratur-
Stipendien



Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)

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

Ca. 100 Mitgliedsverlage

Kinderbuchhandlungspreis
avj medienpreis



Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

1825 gegründeter Dachverband

Über 5.400 Mitglieder (Verlage,
Buchhandlungen, Antiquariate,
Zwischenbuchhändler und
Verlagsvertreter)

Deutscher Buchpreis
Friedenspreis des Deutschen
Buchhandels



Stiftung Lesen

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

Stifterrät: 35 Mitglieder
Stiftungsrät: 25 Mitglieder
Lehrerclub: 32.000 Mitglieder
Rund 10.000 ehrenamtlich
engagierte Vorlesepaten im
Vorleseclub

Schirmherrschaft des
Bundespräsidenten

Der Deutsche Lesepreis
Oppenberg-Medienpreis