

# Lesen brings! Die etwas andere Art der Lesemotivation für Jugendliche

Dass Lesen die wichtigste Kompetenz für das selbstständige Lernen ist, ist allgemein anerkannt. Tatsache ist aber, dass so mancher Jugendliche, der die Pflichtschule verlässt, große Probleme mit seiner Lesekompetenz hat.

Dieser Mangel wirkt sich im späteren Berufsleben negativ aus, denn egal welchen Beruf der Jugendliche erlernen möchte, der rasche technische Fortschritt verlangt ständige Weiterbildung und jede/r sollte in der Lage sein, Gebrauchsanweisungen, Hinweise, Arbeitsanweisungen, etc. sinnerfassend zu lesen.

## Innovatives Konzept für Berufsschulen

Buch.Zeit/Lesekompetenzzentrum OÖ hat sich gemeinsam mit einer Steuerungsgruppe der oö Berufsschulen unter der Leitung von Hr. BSI



Walter Günther des Problems angenommen und ein dreiteiliges Konzept entwickelt. Die Durchführung wurde von der Bildungsabteilung des Landes OÖ im Rahmen der Leseinitiative finanziert.

1. Entwicklung eines Marketingkonzepts für Lesemotivation
2. Schulprojekte der Berufsschulen
3. Lesekompetenzförderung in allen Unterrichtgegenständen

Vorgestellt wurde das Projekt im Rahmen einer Kick Off Veranstaltung von LSR-Präsident Fritz Enzenhofer sowie Fr. LSI Gerlinde Pirc.

## Neue Wege – andere Zugänge

Herzstück des Projekts ist die Entwicklung eines Marketingkonzepts für Leseanimation von Jugendlichen ab einem Alter von ca. 15 Jahren. Dabei wurden zahlreiche Aktionen gemeinsam mit der Wiener Designgruppe „innit“ unter der Leitung von Christina Lanzinger entwickelt und umgesetzt.

Um die Aufmerksamkeit der BerufsschülerInnen zu erregen, wurde mit einer Plakatserie mit Sprüchen im Jugendjargon gestartet. „Checken oder verrecken“ – in Zusammenhang mit der Problematik nicht lesen zu können – war das Leitmotiv der Plakatserie.

Dazu gab es 10.000 Schülerkalender, welche den Verteilern förmlich aus der Hand gerissen wurden. An zahlreichen Berufsschulen traten im Rahmen einer Leseaktion (Literatur einmal anders) die Wordrapper „Mieze Medusa“ und „Markus Köhle“ auf. Dabei wurden weitere Giveaways verteilt, welche auf die Homepage „Lesen brings“ verwiesen. Dort konnten Jugendliche an einem Gewinnspiel teilnehmen, bei dem Laptops, iPods und Handys zu gewinnen waren.

Neben diesen Aktionen, die sich direkt an die SchülerInnen wenden, wurden die Berufsschu-

Dipl.-Päd. Wolfgang  
Lanzinger  
Lesekompetenzzentrum OÖ  
Stiftung Talente

*An der Berufsschule  
Freistadt wird jeden  
Morgen die Lesevier-  
telstunde, bei der mit  
vorgegebener Litera-  
tur der Morgenein-  
stieg in den Unter-  
richt gestaltet wird,  
abgehalten.*



len ermuntert, ein nachhaltiges Lesekonzept einzureichen, bei dem möglichst viele SchülerInnen erreicht werden, das gut im Schulalltag umsetzbar ist und vor allem Lust aufs Lesen macht. 12 von 26 Berufsschulen haben an dem Wettbewerb teilgenommen und viele gute Ideen zur Leseförderung abgeliefert. Siegerprojekt war „Die Leseviertelstunde“ der Berufsschule Freistadt. Jede Klasse hat seither am Morgen die Leseviertelstunde, bei der mit vorgegebener Literatur der Morgeneinstieg in den Unterricht gestaltet wird.

Gemeinsam mit einer Gruppe von BerufsschullehrerInnen hat Buch.Zeit/Lesekompetenzzentrum eine Mappe mit Unterlagen zusammengestellt, bei denen es vor allem um den Umgang mit Alltagslesen und die Kompetenzerweiterung beim sachspezifischen Lesen geht. Es sind vorwiegend fachbezogene Texte, die den Lehrkräften bei der Umsetzung einer Leseförderung in allen Gegenständen helfen sollen. 10–15 Mappen wurden jeder Berufsschule in Oberösterreich kostenlos zur Verfügung gestellt.

Buch.Zeit möchte diesen gemeinsamen Weg

mit den oberösterreichischen Berufsschulen weitergehen und plant weitere Aktionen im Bereich „Social Media“ mit der Agentur Bravo und innit. Dabei wird mit Hilfe verschiedener Medien versucht, einen Zugang für eine erfolgreiche Lesemotivation bei Jugendlichen zu finden.

Das tolle Feedback der Jugendlichen bei den Wettbewerben und in den Schulen hat die Projektleitung sehr gefreut und die Motivation zu neuen Aktionen belebt. ■

#### AUF EINEN BLICK

Die Entwicklung eines Marketingkonzepts für Leseanimation von Jugendlichen ab 15 Jahren ist das Herzstück des Projekts. Mit einer Plakatserie mit Sprüchen im Jugendjargon, eigenen Schülerkalendern und Auftritten von Wordrappern wurde versucht, die Zielgruppe Jugendliche direkt anzusprechen.

mehr unter [www.schullandooe.at](http://www.schullandooe.at)