

**Zeitschrift:** Bündner Schulblatt = Bollettino scolastico grigione = Fegl scolastic  
grischun

**Band:** 49 (1989-1990)

**Heft:** [1]

**Artikel:** Leseanreize schaffen

**Autor:** Wegmann, Heinz

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-356951>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 22.11.2024

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## Leseanreize schaffen

### Schweizerisches Jugendschriftenwerk (SJW)

Ein Neunjähriger in der BRD soll kürzlich auf die Frage, was denn wohl Kultur sei, geantwortet haben: «Kultur ist, wenn man freiwillig liest». An dieser Antwort ist zunächst einmal das Kulturverständnis bemerkenswert: Kultur erscheint hier als etwas vom Alltag Abgelöstes, auf die Freizeit Beschränktes.

Die Antwort weist den Jungen zudem als typischen Vertreter einer Generation aus, die den Zugang zu den andern Medien offenbar leichter gefunden hat als zum Buch; Lesen ist für solche Kinder auf der Stufe von anstrengender, einengender Unterrichtsatmosphäre stehengeblieben, bedeutet demzufolge Pflicht, Mühsal, Langeweile.

Ich – als Vertreter der Print-Medien – wünschte natürlich diesem Jungen Lese-Erlebnisse und Lese-Erfahrungen, die Lesen als spassige und lohnende Beschäftigung erscheinen lassen, der man sich durchaus auch freiwillig unterzieht und die in den Alltag hineingehört wie Spielen oder Musik hören.

Leseförderung – um ein Schlagwort der Gegenwart aufzunehmen – muss deshalb zunächst einmal *Förderung der Leselust* meinen. Denn Umfragen und wissenschaftliche Untersuchungen zum Thema Lesen haben eines klar festgestellt: die Entdeckung der Lesefreude ist eine der besten Voraussetzungen für späteres regelmässiges Lesen.

Alle, die mit Lesen und mit Kinder- und Jugendliteratur zu tun haben, führen deshalb auf ihrer Liste der Zielvorstellungen ähnlich lautende Mottos ganz oben: «Spass am Lesen fördern», «Leselust wecken», «Abenteuer Lesen entdecken» oder «Leseanreize schaffen». Auch das SJW ist hier keine Ausnahme. Diese Hinführung zur Lektüre ist im übrigen ein traditioneller Auftrag des SJW, wie er beispielsweise im jahrelang verwendeten Slogan zum Ausdruck kam: SJW-Brücke zum Buch.

Heute heisst der Slogan «SJW – mehr Freude am Lesen.»

Um dieses Ziel zu erreichen, ist in offener und unverkrampfter Art auf die veränderten Freizeit- und Sehgewohnheiten, aber auch auf die Lesewünsche und Lesebedürfnisse von Kindern und Jugendlichen einzugehen. Dies auch dann, wenn sie zuweilen den allzu hoch angesetzten pädagogischen Absichten der erwachsenen «Büchermacher» und Büchervermittler zuwiderlaufen. Dies gilt in bezug auf Inhalt, Gestaltungsform, Präsentation und Typographie. Kinder sind im Auswählen von Literatur spontaner und mehr auf erste, äussere Eindrücke abgestimmt als Erwachsene: sie greifen zu einem Buch, weil ihnen



SJW—  
Mehr Freude  
am Lesen

SJW-Auslieferung,  
Postfach, 8022 Zürich,  
Telefon 01 251 96 24

Verlangen Sie unser Gesamtverzeichnis SJW-Palette.

der Titel oder das Umschlagbild gefallen. Dort gilt es also, die Leserinnen und Leser einmal abzuholen. Kinder sind aber auch unberechenbarer; Erfolge sind nicht so leicht im voraus programmierbar.

Das SJW – mit seinem Vertriebssystem, das direkt ans Zielpublikum heranführt – findet solches immer wieder bestätigt: Überraschungen sind an der Tagesordnung, Hefte werden von den Kindern zu Bestsellern oder Flops gemacht aus Gründen, die uns Erwachsenen zuweilen schwer verständlich scheinen. Ich meine, das ist gut so. Es erhält eine von den Jahren her ehrwürdige Institution wie das SJW jung und wandlungsfähig.

In dem zuweilen recht heftig geführten Kampf zwischen den Verlagen um den «zukünftigen Leser» hat das SJW eine ganze Reihe von zusätzlichen Trümpfen in der Hand, die zusammenhängen mit seiner besonderen, unverwechselbaren Form, dem Heft: so ist für Erstleser das SJW-Heft sehr oft der erste Schritt zur «Ganzschrift»; es führt über die Häppchen-Literatur der Lesebücher hinaus zum Erlesen eines in sich geschlossenen Werkes. Kinder, die (noch) zuviel Respekt vor einem «dicken» Buch haben, finden im SJW-Heft ein überblickbares Stück Literatur, das sie bewältigen können.

In einer Zeit, wo für das Lesen innerhalb der andern Freizeitangebote weniger Zeit übrigbleibt, bekommt die qualitativ hochstehende Kurzform eine verstärkte Bedeutung. SJW-Hefte können Antrieb sein, sich mit einem Thema (oder einem Autor) näher auseinanderzusetzen. (In diesem Zusammenhang ist auf die neue Reihe «Lieblingsbücher/Liebblingsautoren» hinzuweisen, in welcher «Kinderbuch-Klassiker» in Kurzform, d.h. in Originalauszügen mit überleitenden Texten, versehen mit einem Anhang über Leben und Werk der Autoren/innen, erscheinen); SJW-Hefte können aber auch Hintergrund- und Zusatzinformationen zu einem Thema liefern, das im Unterricht nur angetippt wurde.

Schliesslich können SJW-Hefte – durch ihre Handlichkeit und nicht zuletzt wegen ihres tiefgehaltenen Preises – als Werkzeuge und Arbeitsmaterialien zu einem «natürlichen», d.h. alltäglichen Umgang mit dem Medium Buch hinführen.

Es gilt auch in Zukunft, diese ganz besondere Marktnische des SJW zu behaupten: durch ein attraktives und lesefreundliches Verlagsangebot, das den verschiedensten Lesebedürfnissen Rechnung trägt (folgerichtig heisst denn auch das Gesamtverzeichnis «SJW-Paellte») und mit einem Vertriebssystem, das den jugendlichen Leser sehr direkt anzusprechen und zu erreichen versucht.

*Heinz Wegmann, Verlagsleiter des SJW*

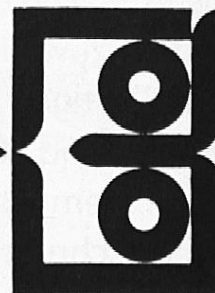
# ACHTUNG – FERTIG – LOS

In Ihrer Nähe ist ein Bibliotheksprojekt unterwegs, eine neue Gemeinde-, Regional-, Schulbibliothek. Bald geht es los.

Ob die Leute darüber informiert sind, dass sie von der Schweizerischen Volksbibliothek (SVB) wirksame



**Starthilfe** bekommen können?



Um neugegründeten Bibliotheken in der Aufbauphase zu helfen und ihnen zu ermöglichen, vom Eröffnungstage an alle Leserinteressen anzusprechen, stellt ihnen die SVB für mehrere Jahre grosse, auswechselbare Bücherkollektionen gebührenfrei zur Verfügung.

---

**Bitte, geben Sie diese Information an die Initianten weiter!**

---

Wir interessieren uns für eine Starthilfe der SVB

Name ..... Vorname .....

PLZ .... Ort.....Strasse .....

Bibliothek .....

---

Einsenden an:

Schweizerische Volksbibliothek  
**BIBLIOCENTER DEUTSCHSCHWEIZ**  
Hallerstrasse 58  
3000 **Bern** 26  
Tel.: 031/23 42 33

