

Sechs Gründe für Kinder- und Jugendengagement

Studien und Umfragen belegen: Kinder- und Jugendengagement zahlt sich aus. Für die Kinder. Für die Jugendlichen. Für die Eltern. Für die Gesellschaft. Und: Für die Zeitungsverlage. Eine kleine Auswahl:

„Die größte Herausforderung für Zeitungen ist die Gewinnung junger Leser“

Medien-Trendmonitor 2010

„Zeitungsprojekte in Grundschulen fördern Leselust nachhaltig“

Hochschule Heilbronn 2010

„Zeitung macht Azubis fit“

Universität Koblenz –Landau

„Bessere Schulnoten durch Zeitungslesen“

Pisa-Studie (Finnland 2006)

„Schulprojekte zahlen sich langfristig aus“

GrowingLifelongReaders, NAA 2004

„Zeitungsprojekte in der Schule fördern später eigene Zeitungsabonnements“

Allensbach1993

Schulprojekte in der Mittelstufe sind seit mehr als 20 Jahren wichtig. Einerseits. Andererseits sind sie nur ein kleiner Tropfen auf dem großen, heißen Stein.

Heute weiß man: Vom Kindergarten über die Grundschule und Mittelstufe bis hin zum Ausbildungsplatz und an der Uni – Meilensteine auf dem Weg vom Kind zum Erwachsenen und zur Familiengründung müssen eingerammt werden, um erfolgreich zu sein.

Ebenso wichtig sind adäquate Zeitungsinhalte. In vielfältiger Form (on- und offline) sind sie in den letzten Jahren entstanden – stecken aber immer noch in den Kinderschuhen.

Der Marketingkreis schließt sich mit einem Aktionsbündel vom „sicheren Schulweg“ über „Schreibwettbewerbe“ bis hin zum „Kinderflohmarkt“ auf dem Verlagsgelände.

Dies alles vor dem Hintergrund einer sich zunehmend verändernden Medien- und Mediennutzungswelt. Ein Transformationsprozess mit vielfältigen Herausforderungen, Aufgaben und offenem Ausgang für die Verlagswelt.

Eines aber bleibt wie es ist: „Nähe schafft Vertrauen“. Und so wird es kommen: Die Kinder und Jugendlichen von heute sind die Leser von morgen. Oder nicht.

Es gibt viel zu tun. Wer kämpft kann gewinnen. Wer nicht kämpft hat schon verloren. Relevanz ist die Voraussetzung. Qualität oberste Maxime.

Packen wir's an. Gemeinsam.