

Zwei von drei Teilnehmern schafften mindestens drei Bücher und erhielten dafür eine Urkunde. Der Anteil der Buben liegt unverändert bei 35 Prozent. Das Gefälle bei den weiterführenden Schulen überrascht wenig: 39 Prozent der Teilnehmer waren Gymnasiasten, 13 Prozent Realschüler und nur 7 Prozent Haupt-/ Mittelschüler. Die Beteiligung sinkt mit ansteigender Klassenstufe: Besuchen 22 Prozent der Teilnehmer die 5. Klasse, sind dagegen nur noch 7 Prozent Achtklässler. Dafür hat sich der Anteil der Grundschüler rapide erhöht und liegt nun bei 40 Prozent.

### Ausweitung der Zielgruppe auf die Grundschüler

Dieses gute Ergebnis bestätigt den Erfolg des geänderten Konzeptes: 2014 wurde der Sommerferien-Leseclub erstmals auch für Grundschüler angeboten. Besonders kleineren Büchereien, in deren Einzugsgebiet es keine weiterführenden Schulen gibt, kommt dies sehr entgegen, da die bisherige bewusste Fixierung auf die schwer erreichbare Zielgruppe der Jugendlichen bisweilen eben auch zu einer relativ mageren Beteiligung geführt hat.

Nun kann jede Bibliothek selbst festlegen, für welche Klassenstufen bzw. für welche Altersspanne sie ihren Sommerferien-Leseclub anbietet, und sollte dies vor Ort in der Werbung, den Medien und bei ihren Kooperationspartnern kommunizieren. Denn auf der offiziellen Website wie auch auf den Werbemitteln gibt es nun statt einer konkreten Altersangabe lediglich den Hinweis: „Für Schülerinnen und Schüler aller Schularten. Frage Deine Bibliothek“.

Immerhin haben sich 151 Bibliotheken am Sommerferien-Leseclub 2014 beteiligt, wobei für die enorme Steigerung (um 21 Bibliotheken, also 16 Prozent) vor allem kleine Büchereien verantwortlich sind, die den Leseclub für das Grundschulalter anbieten. Die vielen positiven Rückmeldungen zeigen, dass die Ausweitung auf die Grundschule ein richtiger Schritt war. Schließlich kann eine Bibliothek ein solches Projekt nur dann über einen längeren Zeitraum weiterführen, wenn sie einen entsprechenden Erfolg und genügend Teilnehmer vorweisen kann. Den Bibliotheken aber, die mit dem Sommerferien-Leseclub bewusst eine spezielle Aktion nur für Jugendliche anbieten wol-

**Lesen was geht: spannende Ferienlektüre in der Stadtbücherei Bad Aibling**



## Lesen – das geht doch!

### Stolze Bilanz des Sommerferien-Leseclubs 2014

Über 14.000 Kinder und Jugendliche haben sich 2014 am bayernweiten Leseclub „Lesen was geht!“ beteiligt und in den Sommerferien über 100.000 Bücher gelesen.

Von Norbert Hellinger und Rebecca Jacoby



len, bleibt es unbenommen, an ihrem bisherigen Konzept festzuhalten. Auf jeden Fall wird auch der Sommerferien-Leseclub 2015 sowohl für Grundschüler und / oder auch für Jugendliche, die weiterführende Schulen besuchen, angeboten.

**Der Erfolg hat viele Väter**

Der Sommerferien-Leseclub wird von der Landesfachstelle für das öffentliche Bibliothekswesen koordiniert und konzeptionell zusammen mit den Bibliotheken weiterentwickelt. Die Schirmherrschaft hat von Anfang an der Bayerische Bibliotheksverband e. V. übernommen. Als Kooperationspartner sorgt der Sankt Michaelsbund e. V. dafür, dass sich auch die öffentlichen Büchereien in kirchlicher Trägerschaft beteiligen können, während das Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB) über seine Kanäle die Schulen über den Sommerferien-Leseclub informiert.



**DIE AUTOREN**  
**Norbert Hellinger ist Leiter der Außenstelle Nürnberg der Landesfachstelle für das öffentliche Bibliothekswesen und Koordinator für den SFLC in Bayern.**

Der Bibliotheksverband Mittel- und Oberfranken e. V. vertreibt bayernweit die benötigten Werbematerialien und die ekz.bibliotheksservice GmbH erstellt die auch der im Frühjahr erscheinenden BibTipp-Ausgabe beigeheftete Vorschlagsliste mit aktuellen Büchern, die sich für den Sommerferien-Leseclub besonders eignen.

**Rebecca Jacoby ist Mitarbeiterin der Außenstelle Würzburg der Landesfachstelle für das öffentliche Bibliothekswesen.**

Die Landesfachstelle fördert bei kommunalen öffentlichen Bibliotheken die Anschaffung der während der Sommerferien exklusiv nur von Club-Mitgliedern ausleihbaren Bücher im Rahmen des gezielten Bestandsaufbaus.

In der Berufsschule der Medien in München erstellen die angehenden Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste / Fachrichtung Bibliothek jeweils im ersten Ausbildungsjahr eine witzige Powerpoint-Präsentation, die die Bibliotheken in den Schulklassen oder im Rahmen einer Eröffnungsveranstaltung vorführen können, um für die Teilnahme am Sommerferien-Leseclub zu werben.

Für die praktische Durchführung des Sommerferien-Leseclubs vor Ort sind die Bibliotheken selbst verantwortlich, wobei das Spektrum von der Großstadtbibliothek mit zahlreichen hauptamtlichen Mitarbeitern und einem eigenen Etat für Leseförderung und Öffentlichkeitsarbeit bis hin zur kleinen ehrenamtlich geleiteten Gemeindebücherei reicht, die dann aber wenigstens auch in den Sommerferien geöffnet haben sollte.

**Professionelle Werbematerialien und kleine Werbegeschenke**

Deshalb braucht es gebrauchsfertige Werbematerialien, die unverändert verwendet oder lediglich mit Stempel, Eindruck oder Aufkleber versehen werden. Wegen des Wiedererkennungswertes, aber auch aus Kostengründen wird das Layout jeweils über mehrere Jahre beibehalten. Lediglich auf der Anmeldekarte, die 2014 in einer Auflage von 50.000 Stück vor allem in den Schulen verteilt wurde und damit ein attraktiver Werbeträger ist, müssen jedes Jahr vor dem Druck die Sponsoren-Logos ausgetauscht werden.



Für die Ausweitung auf das Grundschulalter wurden keine neuen Werbematerialien konzipiert, nur von der Bewertungskarte wurde eine eigene Junior-Variante entworfen, bei der das Buch nicht benotet, sondern mit kindgerechten Smileys bewertet wird.

2014 erhielten die neuen Clubmitglieder bei der Anmeldung zusätzlich zum Clubkärtchen, in das die gelesenen Bücher eingetragen werden, einen kleinen Steh-auf-Kreisel. Der Pfiff daran war, dass sich dieser Kreisel bei genügend Schwung auf den Kopf stellt und dann das Motto „Lesen was geht!“ zu sehen ist. Das jährlich wechselnde Give-away soll die Teilnehmer ein wenig motivieren und auch bei ihren Freunden für den Sommerferien-Leseclub werben, wozu das Logo aufgedruckt sein muss.



Andererseits darf es einschließlich Aufdruck nicht viel kosten. Der erschwingliche Stückpreis von etwa einem halben Euro ist nur durch die hohe Auflage zu erzielen, die durch die Bestellung von konfektionierten, preisgünstigen Werbemittel-Paketen mit Materialien für 50 oder 100 Teilnehmer erreicht wird. Freilich sind die einzelnen Werbemittel darüber hinaus auch separat zu erhalten und können auch während der Sommerferien noch nachbestellt werden.

**Sonderpreis:  
Übernachtung auf Burg Rabenstein**

Neben den selbst eingeworbenen Preisen konnten alle teilnehmenden Bibliotheken in Nordbayern als Hauptgewinn je ein Kombi-Familienticket für die Burg Rabenstein in der Fränkischen Schweiz verlosen, das den freien Eintritt und eine Burgführung sowie eine Führung durch die nahegelegene Tropfsteinhöhle einschloss. Die Bibliotheken im südlichen Bayern konnten dagegen Freikarten für die Western City in Dasing bei Augsburg als Hauptgewinn einsetzen. Da die Eintrittskarten erst nach den Sommerferien bei der Abschlussveranstaltung in den Bibliotheken verlost werden, müssen sie auch noch im folgenden Jahr Gültigkeit besitzen. Im Gegenzug werben die Bibliotheken durch ausgelegte Flyer für die Freizeitattraktionen.

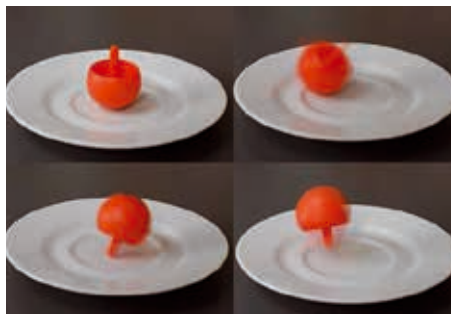
Burg Rabenstein stiftete außerdem einen einmaligen Sonderpreis: Eine Übernachtung auf Burg Rabenstein in einer Suite inkl. Halbpension, VIP Tickets für die Besichtigung der Falknerei, der Sophienhöhle und der Burg Rabenstein, für 2 Erwachsene und 2 Kinder! Dieser Sonderpreis wurde unter allen teilnehmenden bayerischen Bi-

bliotheken verlost. Zum Zuge kommen sollte das Sommerferien-Leseclub-Mitglied, das seine Bewertungskarte am schönsten oder kreativsten ausgefüllt bzw. auf der Rückseite bemalt hatte. Damit sollte die Mühe belohnt werden, die sich die Schüler mit ihrem Feedback zum gelesenen Buch machen. Aus den uns von jeder Bibliothek zugesandten schönsten Bewertungskarten löste die Landesfachstelle die Siegerin aus, die dann freudestrahlend in der Europa-Bücherei Passau ihren Preis entgegennehmen konnte.

**Übernachtung auf Burg Rabenstein als Sonderpreis**



**Präsentation der FaMI-Azubis an der Berufsschule in München für die SFLC-Werbung in Schulen**



**Kreiseln was geht: Wie es funktioniert, erklärte die Stadtbibliothek Weissenburg auf Facebook.**

**Wann wird es endlich wieder Sommer?**

Schon laufen wieder die Vorbereitungen für den nächsten Sommerferien-Leseclub. Ausführliche Informationen dazu finden Sie auf der Website der Landesfachstelle [www.oebib.de](http://www.oebib.de). Die offizielle Website [www.sommerferien-leseclub.de](http://www.sommerferien-leseclub.de) richtet sich an die Öffentlichkeit und wird im Frühsommer 2015 noch rechtzeitig aktualisiert, bevor die Werbematerialien verteilt werden.

Gerne können Sie sich auch an die für Leseförderung zuständigen Kolleginnen und Kollegen in Ihrer Fachstelle wenden oder eine E-Mail an [sommerferien-leseclub@bsb-muenchen.de](mailto:sommerferien-leseclub@bsb-muenchen.de) senden. Anmeldeschluss für die Bibliotheken, die den Sommerferien-Leseclub 2015 durchführen wollen, ist der 31.3.2015. Für neue Interessenten, erstmalige Teilnehmer oder noch Unentschlossene gibt es wieder eine Informationsveranstaltung, die diesmal am 3. März 2015 in der Außenstelle Würzburg der Landesfachstelle stattfindet.

FOTOS: EUROPABÜCHEREI PASSAU; LANDESFACHSTELLE; BERUFSSCHULE MÜNCHEN; STADTBIBLIOTHEK WEISSENBURG