

*Claudia Langen, Ulrike Bentlage (Hrsg.)*

# **Das Lesebarometer – Lesen und Mediennutzung in Deutschland**

Eine Bestandsaufnahme zum Leseverhalten 1999

Verlag Bertelsmann Stiftung  
Gütersloh 2000

# Inhalt

<i>Claudia Langen/Ulrike Bentlage</i>	
<b>Vorbemerkungen</b> .....	7
 <i>Claudia Langen</i>	
<b>Lesekompetenz und neue Medien – eine Einführung</b> .....	9
 <i>Claudia Langen</i>	
<b>Das Lesebarometer 1999 – Tendenz steigend?</b> .....	11
Positive Veränderungen beim Leseindex .....	11
Anteil Buchleser konstant .....	12
Buchkauf leicht rückläufig .....	14
Kein Unterschied zwischen Ost und West .....	14
Frauen lesen lieber als Männer .....	16
 <i>Claudia Langen</i>	
<b>Der Griff zum Buch – warum wird gelesen?</b> .....	19
Buchhandlungen bieten neuen Lesestoff .....	19
Fernsehen hat an Attraktivität verloren .....	21
Informieren statt unterhalten .....	23
Leserprofile erkennbar .....	24
 <i>Claudia Langen</i>	
<b>Lesen in einer veränderten Medienlandschaft</b> .....	25
Wachsendes Medienangebot .....	25

Auf der Suche nach dem passenden Angebot .....	27
Zeit für neue Medien? .....	29
Unterschiedliche Medien für unterschiedliche Nutzergruppen .....	33
Mehr Unterhaltung mit gezielter Information? .....	36
<i>Ulrike Bentlage</i>	
<b>Ohne Lesen keine Zukunft – ein Ausblick .....</b>	<b>41</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>45</b>
<b>Anhang: Konstruktion des Lesebarometers .....</b>	<b>49</b>