

Inhalt

<i>Claudia Langen/Ulrike Bentlage</i>	
Vorbemerkungen	7
 <i>Claudia Langen</i>	
Lesekompetenz und neue Medien – eine Einführung	9
 <i>Claudia Langen</i>	
Das Lesebarometer 1999 – Tendenz steigend?	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>	
Der Griff zum Buch – warum wird gelesen?	19
Buchhandlungen bieten neuen Lesestoff	19
Fernsehen hat an Attraktivität verloren	21
Informieren statt unterhalten	23
Leserprofile erkennbar	24
 <i>Claudia Langen</i>	
Lesen in einer veränderten Medienlandschaft	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>	
Ohne Lesen keine Zukunft – ein Ausblick	41
Literaturverzeichnis	45
Anhang: Konstruktion des Lesebarometers	49