

## P R E S S E M I T T E I L U N G

### **Diskriminierung stoppen: TV-Spots zur Legasthenie und Dyskalkulie appellieren für mehr Verständnis und Unterstützung in der Gesellschaft**

**Der Bundesverband Legasthenie und Dyskalkulie (BVL) möchte mit seinen TV-Spots darauf aufmerksam machen, dass Menschen mit einer Legasthenie und Dyskalkulie mehr Akzeptanz und Toleranz erfahren.**

**Bonn, 12. Januar 2016**

In Deutschland sind ca. 10 Millionen Menschen von einer Legasthenie oder Dyskalkulie betroffen. Bis heute hält sich der Makel, sie seien dumm oder faul. Die Begriffe „Legasthenie“ und „Dyskalkulie“ werden leider oftmals verwendet, um Menschen zu verunglimpfen. In der Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf wird ihnen das Leben häufig unnötig schwer gemacht, anstatt sie zu unterstützen. Der BVL hat daher nach einem Weg gesucht, eine breite Öffentlichkeit darüber zu informieren, dass Menschen mit einer Legasthenie oder Dyskalkulie über die gleichen Stärken verfügen wie andere Menschen auch, denn beide Beeinträchtigungen haben keinen Einfluss auf die allgemeine Begabung.

Die Marktschreier Kommunikationsagentur, die der Initiator der BVL TV-Spots war, hat dem BVL Wege geebnet, die die Realisation eines TV-Spots trotz der knappen finanziellen Ressourcen eines Selbsthilfevereins möglich gemacht haben. Es wurden die Türen zu RTL geöffnet, wo die beiden Spots in den Werbeblöcken ein Jahr lang kostenfrei gesendet werden. Nur dank des sozialen Engagements von RTL konnte das Projekt überhaupt in Angriff genommen werden. Die Agentur hat im nächsten Schritt Studenten einer Gestaltungshochschule in München unter Leitung von Christoph Everding beauftragt, eine Idee für einen TV-Spot zu entwickeln, um auf die Themen aufmerksam zu machen. Das Konzept der Studenten Ahmed Fouda, Benedikt Matern, Pascal Plaumann und Tsing Tsing Wu sollte bildhaft darstellen, wo die Probleme bei einer Legasthenie oder Dyskalkulie liegen und wie sie mit entsprechender Unterstützung gelöst werden können. Die Konzeptidee des Legasthenie-Spots wurde vom BVL auch auf das Thema Dyskalkulie übertragen, denn beide Themen konnten nicht gleichzeitig in einem Spot vermittelt werden.

„In 20 Sekunden lässt sich so ein komplexes Thema wie Legasthenie oder Dyskalkulie natürlich nicht aufarbeiten, aber wir freuen uns, wenn Bilder die Botschaft ‚Menschen mit Legasthenie oder Dyskalkulie sind wie Du und ich‘ transportieren“, sagt Christine Sczygiel, Bundesvorsitzende des BVL. Die Spots wurden mit dem Song „Nimm mich mit“ des jungen aufstrebenden Musikers VAUU unterlegt. Er spielt auch selber in dem TV-Spot zur Legasthenie mit. Diese spontane Unterstützung war ebenfalls eine wertvolle Hilfe. „Meine eigenen Erfahrungen mit

der Legasthenie in der Schulzeit sitzen noch tief. Ich finde daher die BVL-Kampagne genial und unterstütze sie sehr gerne“, sagt VAUU. Auch wenn der Song nicht für den Spot geschrieben wurde, so steht die Botschaft „Nimm mich mit“ auch stellvertretend dafür, dass Menschen mit einer Legasthenie oder Dyskalkulie nicht ausgegrenzt werden dürfen. Nachdem in einem weiteren Schritt auch der Drehort in einer U-Bahn in München möglich war, konnte das Drehbuch für beide Spots geschrieben und die Produktion der Spots von Jodo-ProductionServices realisiert werden. Von der Idee bis zur Realisation waren es spannende Monate. Dank der guten Zusammenarbeit und des Engagements aller Beteiligten ist es gelungen, dass die beiden Spots jetzt bei RTL ausgestrahlt werden.

Weitere Informationen:

<http://www.bvl-legasthenie.de>  
<http://www.pr4you.de>

**Verwendung honorarfrei, Beleghinweis erbeten**  
**488 Wörter, 3.420 Zeichen mit Leerzeichen**

#### **Weiteres Pressematerial zu dieser Pressemitteilung:**

Sie können im Online-Pressefach schnell und einfach weiteres Bild- und Textmaterial zur kostenfreien Verwendung downloaden:

<http://www.pr4you.de/pressefaecher/bvl>

#### **Ansprechpartner für Rückfragen zu dieser Pressemitteilung:**

##### **(1) Bundesverband Legasthenie und Dyskalkulie e. V.**

Frau Annette Höinghaus  
BVL (Bundesverband Legasthenie und Dyskalkulie e. V.)  
c/o EZB  
Postfach 201338  
D-53143 Bonn

Telefon: +49 (0) 4193 96 56 04  
Fax: +49 (0) 4193 96 93 04  
E-Mail: [presse@bvl-legasthenie.de](mailto:presse@bvl-legasthenie.de)  
Internet: <http://www.bvl-legasthenie.de>

## (2) PR-Agentur PR4YOU

Herr Holger Ballwanz, Herr Marko Homann

PR-Agentur PR4YOU  
Christburger Straße 2  
D-10405 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 43 73 43 43

Fax: +49 (0) 30 44 67 73 99

E-Mail: [presse@pr4you.de](mailto:presse@pr4you.de)

Internet: <http://www.pr4you.de> & <http://www.pr-agentur-gesundheitswesen.de>

### Über den Bundesverband Legasthenie und Dyskalkulie e.V.:

Der Bundesverband Legasthenie und Dyskalkulie e.V. besteht seit über 30 Jahren und ist eine Interessenvertretung von Betroffenen und deren Eltern sowie von Fachleuten (Pädagogen, Psychologen, Ärzten, Wissenschaftlern und im sozialen Bereich Tätigen), die sich in Theorie und Praxis mit der Legasthenie und Dyskalkulie auseinandersetzen. Er trägt dazu bei, dass gesetzliche Grundlagen und wissenschaftliche sowie praktische Möglichkeiten der Hilfe in allen Bundesländern geschaffen und verbessert werden. Durch persönliche Beratung, Informationsschriften und Hinweise auf geeignete Literatur sollen die Eltern die Schwierigkeiten ihrer betroffenen Kinder besser verstehen lernen.

Der BVL fördert durch wissenschaftliche Kongresse und Veröffentlichungen die Forschung und den wissenschaftlichen Dialog unter Fachleuten aller beteiligten Disziplinen. Durch Informationen und Zusammenarbeit mit den Medien macht der BVL die Probleme der Legastheniker und Dyskalkuliker bekannt.

Weitere Informationen: <http://www.bvl-legasthenie.de>