

## **Medienprojekte in Schulen 2024**

### **Medienprojekte der Zeitungen in Schulen – eine Einordnung**

Die Zeitung ist zentrales Medium der Meinungsbildung und der politischen Information. Der kompetente Umgang mit Nachrichten bildet einen Eckpfeiler der Teilhabe am demokratischen Gemeinwesen. Nahezu alle lokalen Medienhäuser bieten für die Schulen in ihrem Verbreitungsgebiet medienkundliche Projekte an und binden dabei ihre crossmedialen Nachrichtenkanäle ein.

In der digitalen Informationsgesellschaft gelten Medien- und Nachrichtenkompetenz als Schlüsselqualifikationen – vor allem vor dem Hintergrund von Fake News, also bewusst verbreiteten Falsch- und Desinformationen. Medienkompetenz ist die Fähigkeit, Medien und ihre Inhalte den eigenen Zielen und Bedürfnissen entsprechend zu nutzen.

Die lokalen und regionalen Medienhäuser unterstützen Lehrkräfte seit vielen Jahren mit ihren medienpädagogischen Projekten bei der Vermittlung von Medienkompetenz in der digitalen Welt. Die Medienprojekte der Zeitungen sind crossmedial, handlungsorientiert sowie lebensnah und an vielen Schulen fester Bestandteil des Unterrichts.

### **Über die Umfrage**

Mit der Auswertung der Umfrage "Medienprojekte in Schulen 2024" legt die jule : Initiative junge Leser einen umfassenden Überblick über die medienpädagogischen Projekte (Zisch, KLASSE! etc.) der Zeitungsverlage vor.

Die Umfrage fand im Frühjahr 2024 statt und bildet den Stand des Jahres 2023 ab. Insgesamt haben Projektverantwortliche von 50 Medienhäusern teilgenommen. Sie stehen für mehr als 100 individuelle Zeitungstitel und damit für rund ein Drittel der Zeitungen in Deutschland.

Die Umfrageergebnisse hat das jule-Team in einem Online Meeting im September 2024 vorgestellt und Elemente aus der anschließenden Diskussion mit den Medienhäusern in die Auswertung einfließen lassen.

Fragen zu der Auswertung richten Sie bitte ans jule-Team: [info@junge-leser.info](mailto:info@junge-leser.info).

Die Ergebnisse werden auch auf der Plattform newsheroes.de veröffentlicht. newsheroes.de ist die Informationsplattform des Bundesverbands Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) zu den Medienprojekten der Zeitungsverlage.

### **Teilnehmende Medienhäuser**

B.Boll Mediengruppe / Badische Zeitung / Boyens Medien GmbH & Co. KG / Bruns Verlags-GmbH & Co. KG / Frankfurter Societäts-Medien GmbH / FUNKE Mediengruppe / Geislinger Zeitung / Goslarsche Zeitung Karl Krause GmbH & Co. KG / Heidenheimer Zeitung / Kieler Nachrichten / Verlag DuMont Schauberg / Lensing Media/Medienhaus Bauer / Madsack Mediengruppe / Main-Echo / Main-Post / Mannheimer Morgen / Südhessen Morgen / Mediengruppe Attenkofer / Mediengruppe Bayern / Mediengruppe Münchner Merkur/tz mgo / Mediengruppe Oberfranken / Rhein-Zeitung Koblenz / Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG / Neue Westfälische / Nordwest-Zeitung Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG / NWZ NEUE WÜRTTEMBERGISCHE ZEITUNG / Oberpfalz Medien GmbH / Pforzheimer Zeitung / Presse-Druck- und Verlags-GmbH/Augsburger Allgemeine / Rheinische Post / Die Rheinpfalz / Schwarzwälder Bote / Senner Medien GmbH & Co. KG / Stimme Mediengruppe / Süddeutsche Zeitung / SÜDKURIER Medienhaus / Südwest Media Network GmbH / Südwest Presse Hohenlohe / Verlag Nürnberger

Presse / Volksstimme / Mitteldeutsche Zeitung / VRM / Westfälische Nachrichten, Verlag  
Aschendorff / Zeitungsverlag Der Patriot / Zeitungsverlag Waiblingen

## **Executive Summary**

### **Medienprojekte der Zeitungen in Schulen: Crossmediale, interaktive Nachrichtenkompetenzvermittlung für mehr als 300.000 Schülerinnen und Schüler**

Mehr als 300.000 Schülerinnen und Schüler an 8.500 Bildungseinrichtungen haben 2023 an Medienkompetenzprojekten mit den crossmedialen Nachrichtenmedien der lokalen und regionalen Medienhäuser teilgenommen, das entspricht einem Viertel der Schulen in Deutschland. Die Medienprojekte der Zeitungsverlage werden mit Online-Quizen und Lerntools zunehmend digitaler und interaktiver. Schülerinnen und Schüler sammeln in den Projekten journalistische Erfahrung, auch diese auf nahezu allen Kanälen. Schulbesuche und Workshops gehören vielfach zu den Angeboten der Medienhäuser für Schulen.

Das sind die wichtigsten Ergebnisse der Umfrage „Medienprojekte in Schulen“ der jule : Initiative junge Leser, die für die BDZV-Informationsplattform newsheroes.de umgesetzt wurde. Insgesamt haben Projektverantwortliche von 50 Medienhäusern teilgenommen. Sie stehen für mehr als 100 individuelle Zeitungstitel und damit für rund ein Drittel der Zeitungen in Deutschland.

### **Fokus Bildungseinrichtungen**

Mehr als 300.000 Schülerinnen und Schüler an 8.500 Bildungseinrichtungen haben im Kalenderjahr 2023 an den medienpädagogischen Projekten von Zeitungsverlagen teilgenommen. Die Projekte erstrecken sich über alle Altersgruppen und Schularten hinweg: Von der Grundschule bis zur gymnasialen Oberstufe, Berufsschulen und Förderschulen sowie Kindertagesstätten.

### **Crossmediales Angebot**

94% der Verlage stellen den Schulen das E-Paper zur Verfügung. Die gedruckte Zeitung liefern 84% der Verlage. 52% ermöglichen den Zugriff auf die +Inhalte. Häufig haben Schulen die Wahl, welche der genannten Zugangswege zu den Medienprodukten sie in welcher Kombination nutzen möchten.

Die Projekte sind handlungsorientiert und ermöglichen es Schülerinnen und Schülern vielfach, selbst journalistisch tätig zu werden. Es entstehen Online-Inhalte, Artikel für die gedruckte Zeitung, Videos und Content für Social Media. Bei rund einem Fünftel der Medienhäuser arbeiten die Teilnehmenden nicht journalistisch.

### **Begleitmaterialien und weitere Angebote**

Mit 98% stellen nahezu alle Medienhäuser den Lehrkräften begleitende Unterrichtsmaterialien zur Verfügung. Ein Drittel der Medienhäuser hat interaktive Tools im Angebot, wie Online-Quize, Videos etc.

Schulbesuche von Journalistinnen und Journalisten bieten 84% der Medienhäuser an, 26% veranstalten (zum Teil digitale) Workshops für Schulklassen zu den Themen Fake News, Desinformation etc.

### **Binnensicht: Herausforderungen der Medienhäuser**

Insgesamt sind die Medienhäuser mit den Projekten zufrieden, insbesondere mit der Zusammenarbeit mit Schulen und Lehrkräften.

Herausforderungen sehen die Medienhäuser in der Aktivierung der Schulen zur Teilnahme an Rechercheterminen und Workshops sowie die Akquise von Schulen fürs Projekt. Eine ähnlich große Herausforderung ist es, Akzeptanz für digitale Nachrichtenprodukte bei den Lehrkräften zu schaffen. Drittgrößte Herausforderung ist die Akquise von Wirtschaftspartnern und Sponsoren.

## Umfrageergebnisse

### Fokus Bildungseinrichtungen

300.000 Schülerinnen und Schüler an 8.500 Bildungseinrichtungen haben im Kalenderjahr 2023 an den medienpädagogischen Projekten von Zeitungsverlagen teilgenommen. Die Zeitungshäuser haben somit ein Viertel der allgemeinbildenden Schulen in Deutschland erreicht<sup>1</sup>.

Die Projekte erstrecken sich über alle Altersgruppen und Schularten hinweg: Teilgenommen haben Grund-, Förder-, Berufs- und allgemeinbildende Schulen der Sekundarstufen 1 und 2 sowie in einzelnen Verlagsgebieten Kindertagesstätten.

- Die Sekundarstufe 1 wird von den meisten Medienhäusern erreicht: 84% der Medienhäuser bieten für diese Jahrgänge Projekte an.
- Es folgen mit 76% die Grundschulen.
- Die Sekundarstufe 2 wird von 74% der Medienhäuser bedient.
- Förder- und Berufsschulen liegen mit 58% bzw. 56% auf den Plätzen vier und fünf.
- Rund ein Fünftel der Verlage bietet Projekte für weitere Bildungseinrichtungen an, u. a. Kindertagesstätten, Volkshochschulen mit Deutsch-als-Fremdsprache-Kursen, Fachakademien sowie Einrichtungen für Menschen mit Handicap.

Mit Hilfe der Postleitzahlensuche auf [www.newsheroes.de](http://www.newsheroes.de) finden Lehrkräfte die medienpädagogischen Angebote ihrer Lokalzeitung.

### Crossmediales Angebot

Die Projekte der Medienhäuser sind lebensnah: Sie geben den Schulen Zugang zu lokalen und regionalen Nachrichtenmedien und schaffen damit unmittelbaren Zugang zu Informationen aus dem sozialen Nahraum der Schülerinnen und Schüler. Dabei überwiegen die digitalen Produkte:

- 94% der Verlage stellen den Schulen das E-Paper, also das digitale Abbild der gedruckten Zeitung, zur Verfügung.
- Die gedruckte Zeitung liefern 84% der Verlage.
- 52% ermöglichen den Zugriff auf die +Inhalte, also Nachrichten hinter der Paywall.
- Die Instagram-Accounts der lokalen Medienhäuser spielen in den Projekten von rund einem Fünftel der Zeitungen mittlerweile eine Rolle.

Häufig haben Schulen die Wahl, welche der genannten Zugangswege zu den Medienprodukten sie in welcher Kombination nutzen möchten. Sechzehn Prozent der Medienhäuser stellen die gedruckte Zeitung im Projekt nicht mehr aktiv zur Verfügung.

---

<sup>1</sup> Statista: [Im Schuljahr 2023/2024 gab es 32.758 Schulen in Deutschland](https://www.statista.com/deutschland/). Aufgerufen am 11.11.2024

Die Projekte sind handlungsorientiert und ermöglichen es Schülerinnen und Schülern vielfach, selbst journalistisch tätig zu werden und so Mechanismen der Medienproduktion besser zu verstehen. Dabei beschränkt sich die journalistische Arbeit nicht aufs Schreiben für die gedruckte Zeitung. Es entstehen Online-Inhalte, Videos und vereinzelt Content für Social Media. Bei rund einem Fünftel der Medienhäuser arbeiten die Teilnehmenden nicht journalistisch.

### **Begleitmaterialien und weitere Angebote**

Die Medienhäuser stellen den Lehrkräften zahlreiche begleitende Elemente und Materialien zur Verfügung.

- 98% der Verlage bieten Unterrichtsmaterialien für Lehrkräfte zur Medienbildung und vielfältigen weiteren Themen.
- Bei 84% der Verlage besuchen Journalistinnen und Journalisten Schulklassen und berichten von ihrer Arbeit.
- 50% laden die Schulklassen zu Druckhausbesuchen ein.
- 40% bieten Redaktionsbesuche an.
- 34% haben interaktive Tools und 26% Workshops für Lehrkräfte sowie die Schülerinnen und Schüler im Angebot.
- Recherchetermine und Schülerwettbewerbe gibt es bei einem Drittel bzw. einem Fünftel der Medienhäuser.

### **Digitale / interaktive Begleitelemente – ausgewählte Best Practices**

Die Main-Post bietet in ihrem [Klasse-Projekt](#) interaktive Lernmaterialien, Quizze, Videos, Online-Anwendungen sowie wöchentlich Webinare für Schulen zu Medienthemen an – auch für Partnerverlage.

Die Mediengruppe Oberfranken hat ein [Online-Wochenquiz](#), mit dem Schülerinnen und Schüler ihr aktuelles Nachrichten-Wissen testen können.

[Newsdate](#) von Lensing Media und Medienhaus Bauer bietet einen Instagram-Takeover für Klassen an und stellt eine interaktive Lernplattform zur Verfügung, die den Lehrkräften auch die Hausaufgabenkontrolle ermöglicht.

Die Titel der FUNKE Mediengruppe versorgen Lehrkräfte mit Tipps für digitale Werkzeuge, die im Unterricht eingesetzt werden können (z. B. kollaborative Whiteboards, Gestaltungsmöglichkeiten, Umfragetools etc.). Im Lehrkräfte-Newsletter und den Lehrmaterialien sind digitale und interaktive Erweiterungen des Lehrmaterials in Form von Quiz, Kreuzworträtseln, Drag-and-Drop-Übungen etc. verlinkt.

Das [digitale Wimmelbild](#) der Lausitzer Rundschau ermöglicht Schülerinnen und Schülern eine digitale Besichtigung des Medienhauses.

In der Materialdatenbank auf [www.newsheroes.de](http://www.newsheroes.de) finden Lehrkräfte erste Materialien für den Einsatz im Unterricht.

### **Binnensicht: Herausforderungen der Medienhäuser**

Insgesamt sind die Medienhäuser mit den Projekten zufrieden - insbesondere mit der Zusammenarbeit mit den Schulen und Lehrkräften sowie der Entwicklung der Teilnehmendenzahlen. Die Akzeptanz der Digitalprodukte könnte aus Sicht der Verlage auf Seiten der Schulen noch ein Stück besser sein.

Die größten Herausforderungen der Medienhäuser mit Blick auf die Projekte lassen sich in vier Bereiche clustern:

- Für 42% ist die Aktivierung von Lehrkräften sowie Schülerinnen und Schülern die größte Herausforderung. Dabei geht es u. a. um die Teilnahme an Rechercheterminen und Workshops sowie die Akquise von Schulen fürs Projekt.
- Die zweitgrößte Herausforderung ist für 33% die Digitalisierung der Projekte. Gemeint sind damit einerseits die Herausforderungen, die gelernten Projektabläufe in die digitale Welt zu überführen, andererseits bei Lehrkräften die Akzeptanz für digitale Nachrichtenprodukte im Projekt zu schaffen.
- Auf Platz drei liegt die Akquise von Wirtschaftspartnern und Sponsoren, die für 16% die größte Herausforderung darstellt.
- Die Projekte unter wachsendem wirtschaftlichem Druck aufrecht zu erhalten ist für 9% die größte Herausforderung.

Fragen zur Auswertung richten Sie bitte ans jule-Team: [info@junge-leser.info](mailto:info@junge-leser.info).

[www.junge-leser.info](http://www.junge-leser.info)

[www.newsheroes.de](http://www.newsheroes.de)