



# Medienprojekte in Schulen 2024

Auswertung der Umfrage der jule : Initiative junge Leser

November 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 der 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 2025 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).



# 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 Kölner Stadt-Anzeiger Medien // 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 Mittelrhein-Verlag GmbH/Rhein-Zeitung Koblenz Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG Neue Westfälische Northwest-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



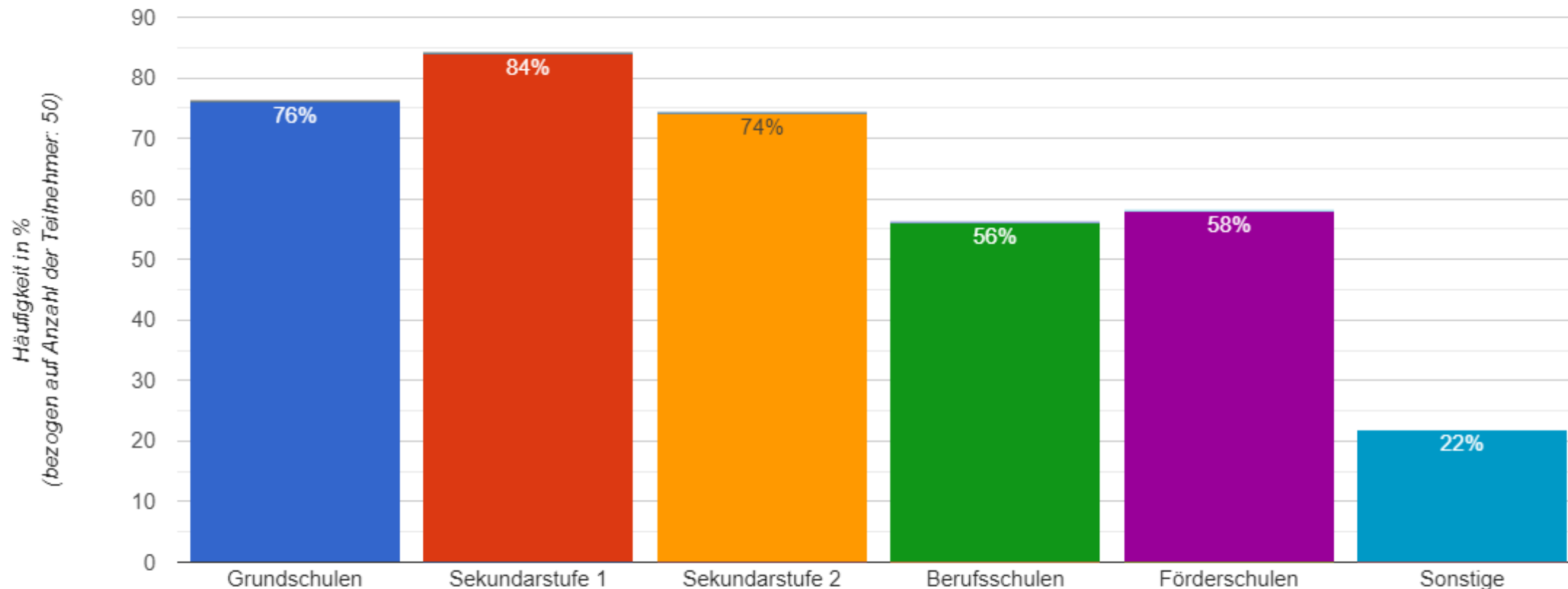
# Umfrage- ergebnisse:

Bildungseinrichtungen  
Nachrichtenmedien  
Begleitmaterialien

ausgewählte Best Practices

Herausforderungen der Medienhäuser

### Für welche Bildungseinrichtungen bietet Ihr Medienhaus medienpädagogische Projekte an?



powered by [www.lamapoll.de](http://www.lamapoll.de)

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: Teilgenommen haben Grund-, Förder-, Berufs- und allgemeinbildende Schulen der Sekundarstufen 1 und 2 sowie in einzelnen Verlagsgebieten Kindertagesstätten.



# Für welche Bildungseinrichtungen bietet Ihr Medienhaus Projekte an?

Die Sekundarstufe 1 wird von den meisten Medienhäusern erreicht: 84% der Medienhäuser bieten für diese Jahrgänge Projekte an.

Es folgen mit 76% die Grundschulen.

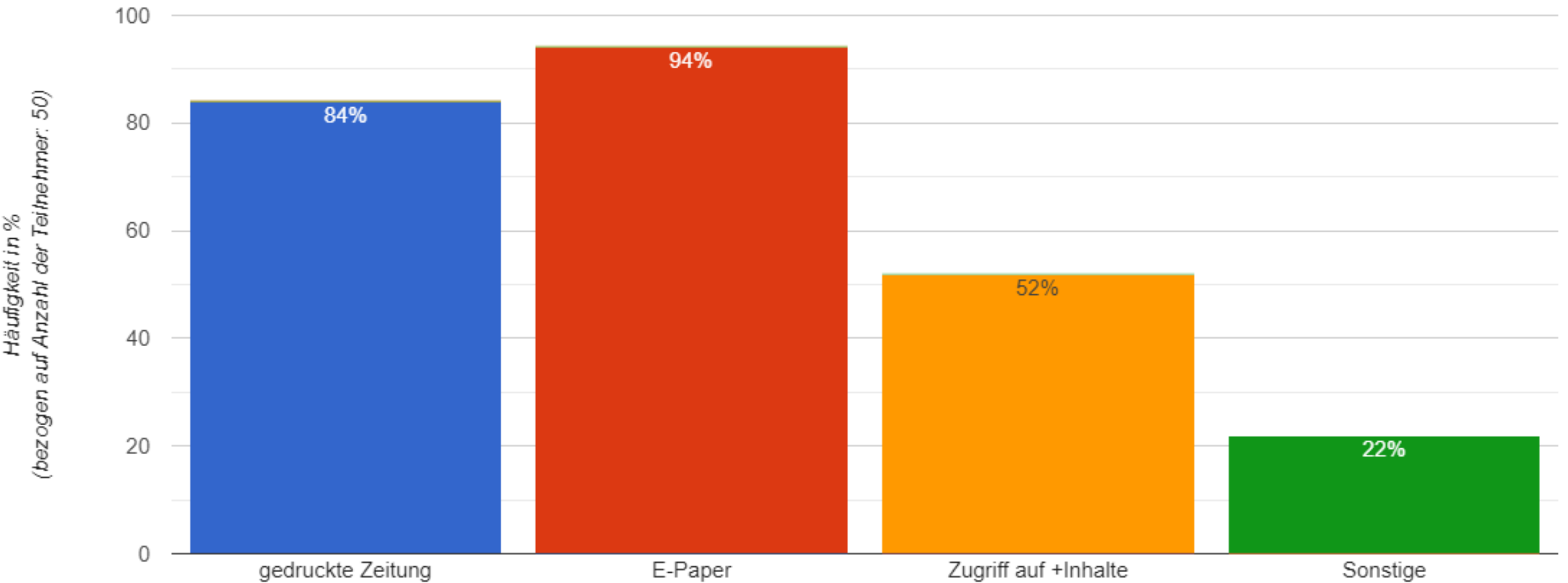
Die Sekundarstufe 2 wird von 74% der Medienhäuser bedient.

Förder- und Berufsschulen liegen mit 58% bzw. 56% auf den Plätzen vier und fünf.

Rund ein Fünftel der Verlage bieten 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.

## Welche Nachrichtenmedien stellt Ihr Medienhaus im Rahmen der Projekte zur Verfügung?



powered by [www.lamapoll.de](http://www.lamapoll.de)

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



# Welche Nachrichtenmedien stellt Ihr Medienhaus zur Verfügung?

94% der Verlage stellen den Schulen das E-Paper, also das digitale Abbild der gedruckten Zeitung, zur Verfügung.

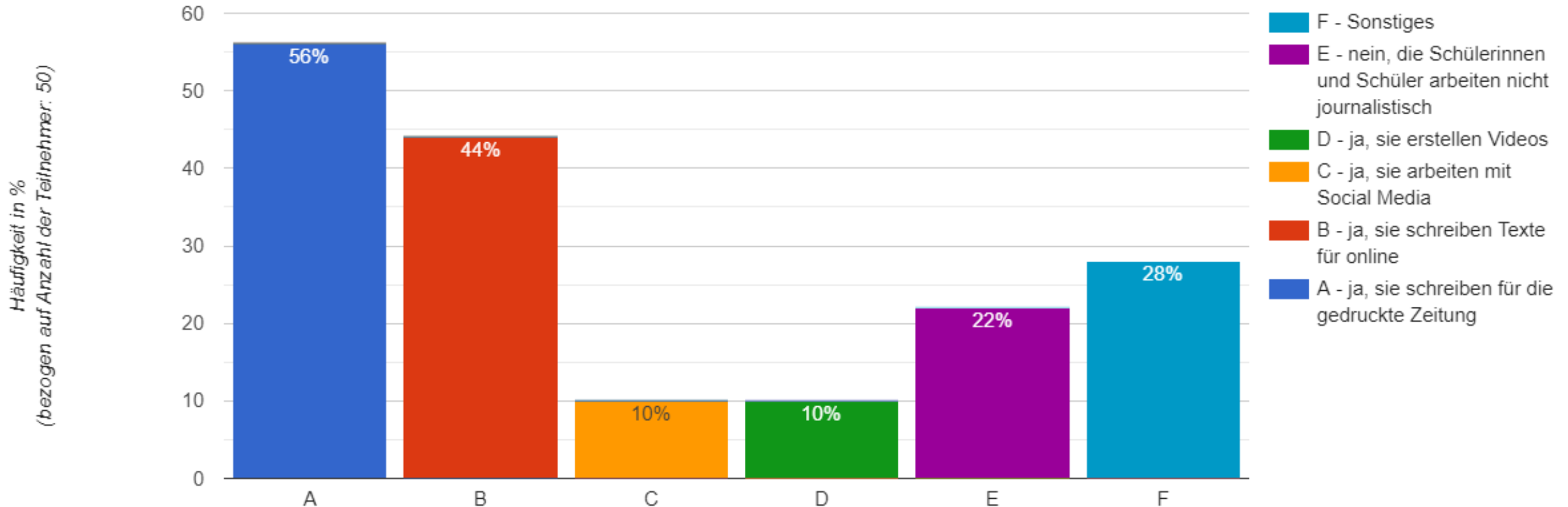
Die gedruckte Zeitung liefern 84% der Verlage.

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.

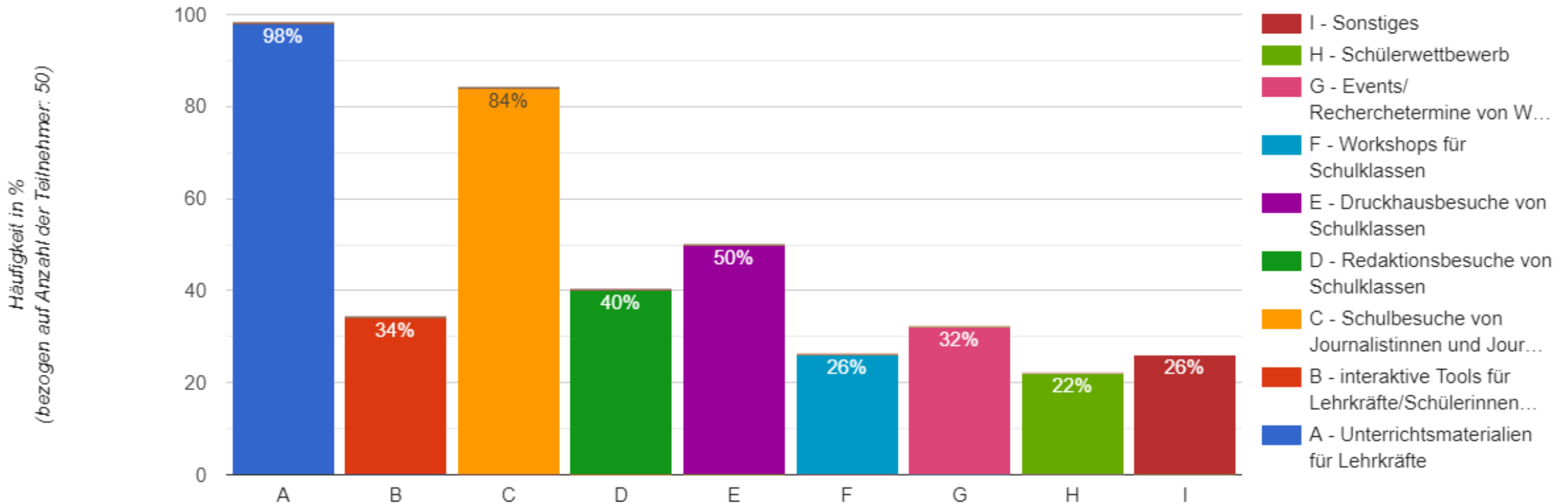
### Im Rahmen unserer Projekte können Schülerinnen und Schüler journalistisch arbeiten:



powered by [www.lamapoll.de](http://www.lamapoll.de)

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.

### Diese begleitenden Elemente gibt es im Projekt:



powered by [www.lamapoll.de](http://www.lamapoll.de)

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



## Diese begleitenden Elemente gibt es im Projekt:

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.

Rechercheterminale und Schülerwettbewerbe gibt es bei einem Drittel bzw. einem Fünftel der Medienhäuser.



# Best Practices



# Digitale / interaktive Best Practices (Auswahl)

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.

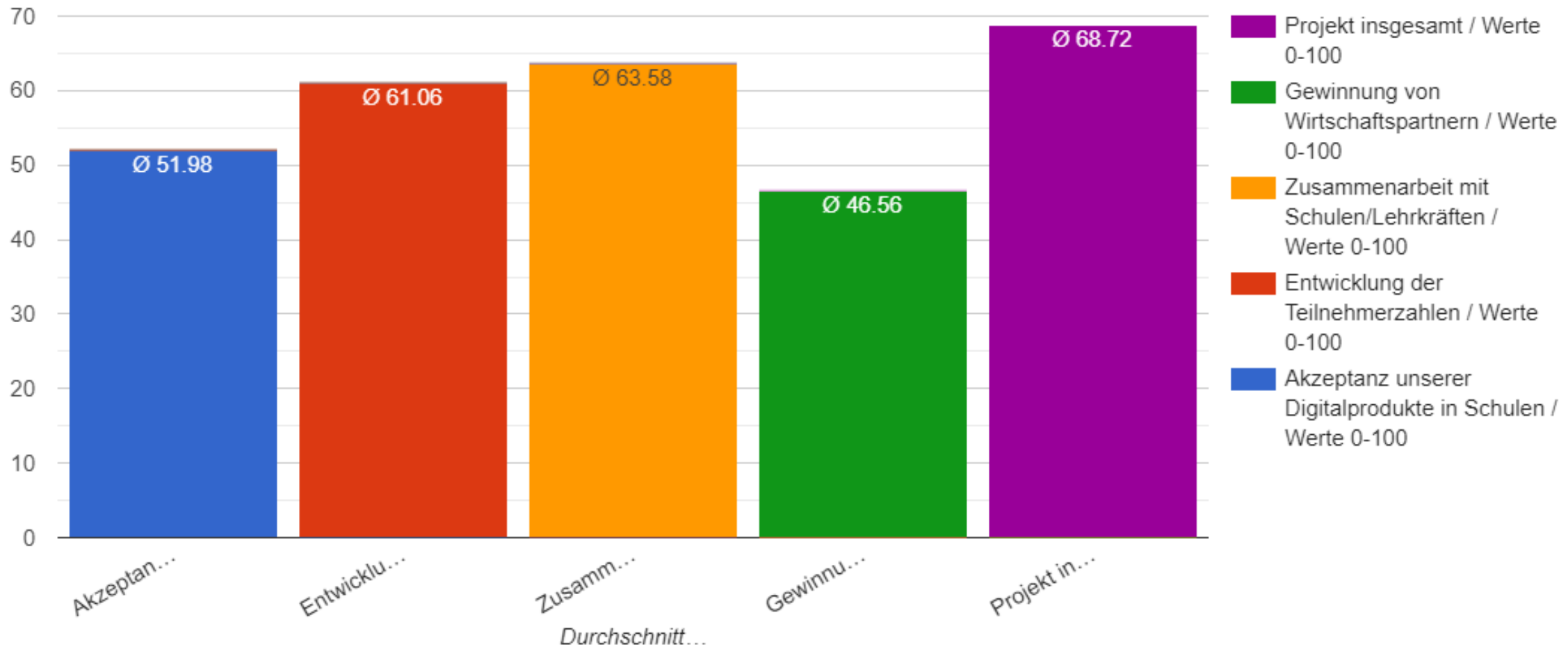
Die Titel der FUNKE Mediengruppe versorgen **Lehrkräfte mit Tipps für digitale Werkzeuge**, die im Unterricht eingesetzt werden können (z. B. kollaborative Whiteboards, Gestaltungsmöglichkeiten, Umfragetools etc.). Im Lehrkräfte-Newsletter und den Lernmaterialien sind digitale und interaktive Erweiterungen 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.

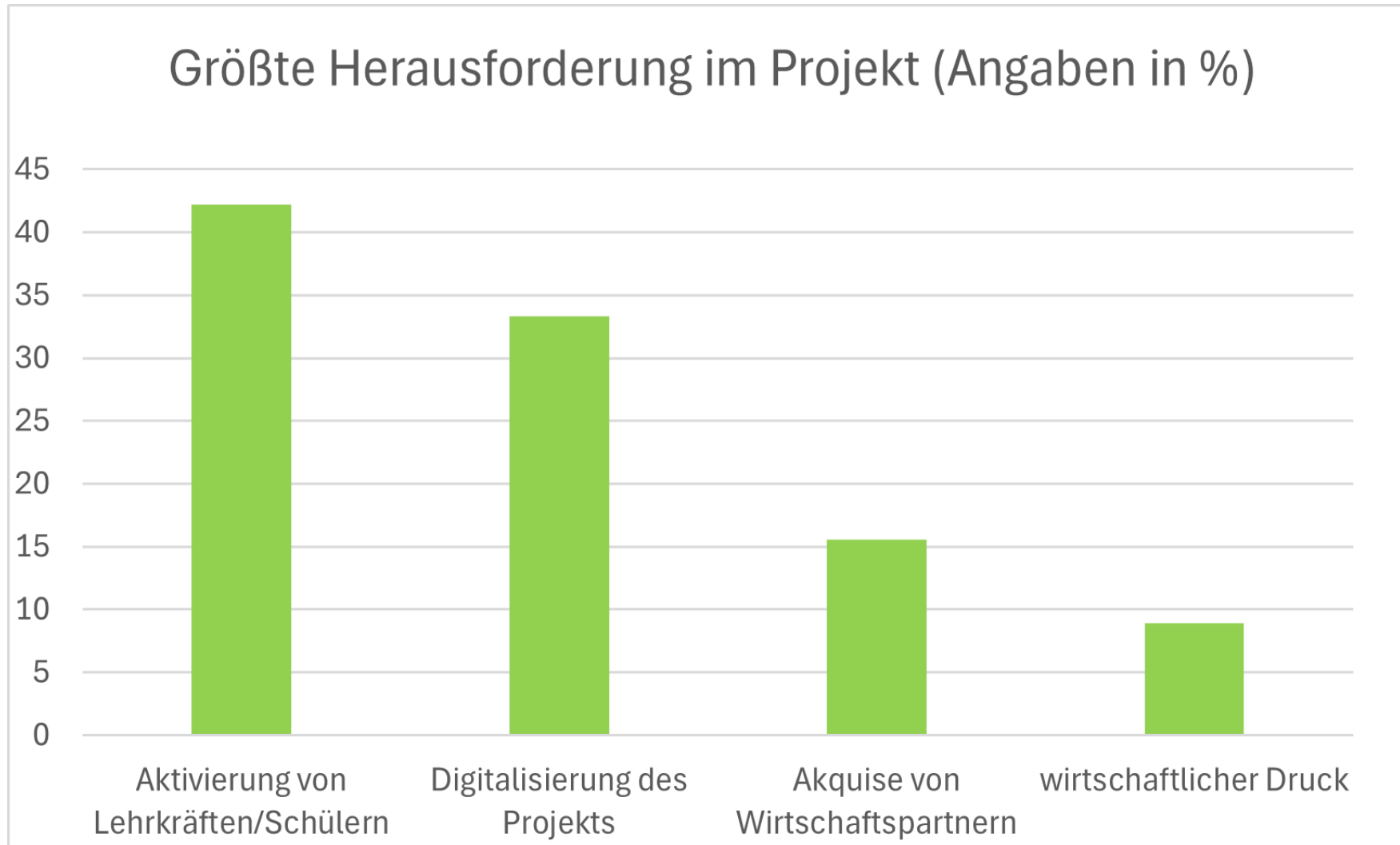


# Binnensicht: Herausforderungen der Medienhäuser

### Bitte zufrieden sind Sie mit einzelnen Elementen der Projekte?



Insgesamt sind die Medienhäuser mit den Projekten zufrieden. Insbesondere mit der Zusammenarbeit mit den Schulen und Lehrkräften sowie der Entwicklung der Teilnehmendenzahlen sind die Medienhäuser im Schnitt zufrieden. 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.



# Diese Herausforderungen sehen Medienhäuser bei den Projekten:

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.



# news heroes



- ▶ Mit der Plattform „newsheroes“ hat die jule – Initiative junge Leser gemeinsam mit dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) und den angeschlossenen Landesverbänden eine zentrale Anlaufstelle rund um die Medienprojekte der Zeitungsverlage geschaffen.



## newsheroes – USPs und Zweck

- „newsheroes“ bietet eine einzigartige und übersichtliche Bündelung der vielfältigen, bundesweit verfügbaren und lokal ausgerichteten Schulprojekte der Zeitungen.
- Die Plattform tritt zum Angebot medienpädagogischer Informationsseiten von Marktbegleitern wie dem ÖR hinzu, die ebenfalls um Lehrkräfte und junge Zielgruppen werben.
- Sie ist Aushängeschild für und Drehkreuz zu den pädagogischen Projekten der Zeitungsverlage, ohne deren bestehende Webauftritte überflüssig zu machen.
- Sie informiert über Berufe in den Medien sowie den Weg in den Journalismus und unterstützt so bei der Nachwuchssuche.
- Sie kann als medienpädagogische Anlaufstelle eine Erweiterung der bestehenden Webpräsenzen der Landesverbände werden.



# Fragen?

Thorsten Merkle

Geschäftsführer

[merkle@junge-leser.info](mailto:merkle@junge-leser.info)

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

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