



Medienprojekte in Schulen 2025

Auswertung der Umfrage der jule : Initiative junge Leser

Februar 2026





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 2025" legt die jule : Initiative junge Leser einen umfassenden Überblick der medienpädagogischen Projekte (Zisch, KLASSE! etc.) der Zeitungsverlage vor.

Die Umfrage fand im Herbst 2025 statt und bildet den Stand des Kalenderjahres 2024 ab. Sie schließt an die Erhebung aus dem Vorjahr an.

Insgesamt haben Projektverantwortliche von **45 Medienhäusern** teilgenommen. Sie stehen für rund **130 individuelle Zeitungstitel** und damit für mehr als ein **Drittel der Zeitungen in Deutschland**. Sie haben 2024 mehr als **550.000 Schüler*innen** an mehr als **21.000 Bildungseinrichtungen** erreicht.



Akteure & Plattformen

Die jule : Initiative junge Leser ist das Wissensnetzwerk der lokalen Medienhäuser zur Gewinnung junger Zielgruppen. jule unterstützt Medienhäuser dabei, den Wandel strategisch, effizient und vernetzt zu gestalten.

Mit der Plattform newsheroes hat die jule : Initiative junge Leser gemeinsam mit dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) eine zentrale Anlaufstelle rund um die Medienprojekte der Zeitungsverlage geschaffen. Unter anderem sind per Postleitzahlensuche die Projektwebsites der Medienhäuser auffindbar.

Die Erkenntnisse aus der Erhebung „Medienprojekte in Schulen“ fließen auf newsheroes sowie in die Kommunikation des BDZV in Richtung politische Akteure ein und dienen der Positionierung der lokalen Medienhäuser als verlässliche Partner von Bildungseinrichtungen.



Schulprojekte im jule-Netzwerk: next steps

Für den März planen wir das kommende Online Meeting Digital Shift der Schulprojekte. [Anmeldung dann hier.](#)

Am 16. Juni 2026 laden wir ein zur Tagung Digital Shift der Schulprojekte. [Mehr Infos.](#)

jule entwickelt aktuell ein niedrigschwelliges Modul zum Einsatz im Schulprojekt.

Co-Creation im Netzwerk:

Wer mit dem jule-Team und weiteren Medienhäusern an einer Weiterentwicklung der Schulprojekte mitarbeiten möchte, meldet sich unter info@junge-leser.info.

Wir organisieren dazu eine Arbeitsgruppe.

A photograph of two children, a boy and a girl, sitting at a table and reading a newspaper together. The girl is in the foreground, pointing at something in the paper, while the boy is slightly behind her, also looking at the paper. They are both smiling and appear to be engaged in the activity. The background is softly blurred, showing what looks like a home or library setting.

Umfrage- ergebnisse:

Bildungseinrichtungen
Nachrichtenmedien
Begleitmaterialien und Aktionen

Ansprache der Lehrkräfte und
Bildungseinrichtungen

Herausforderungen der Medienhäuser

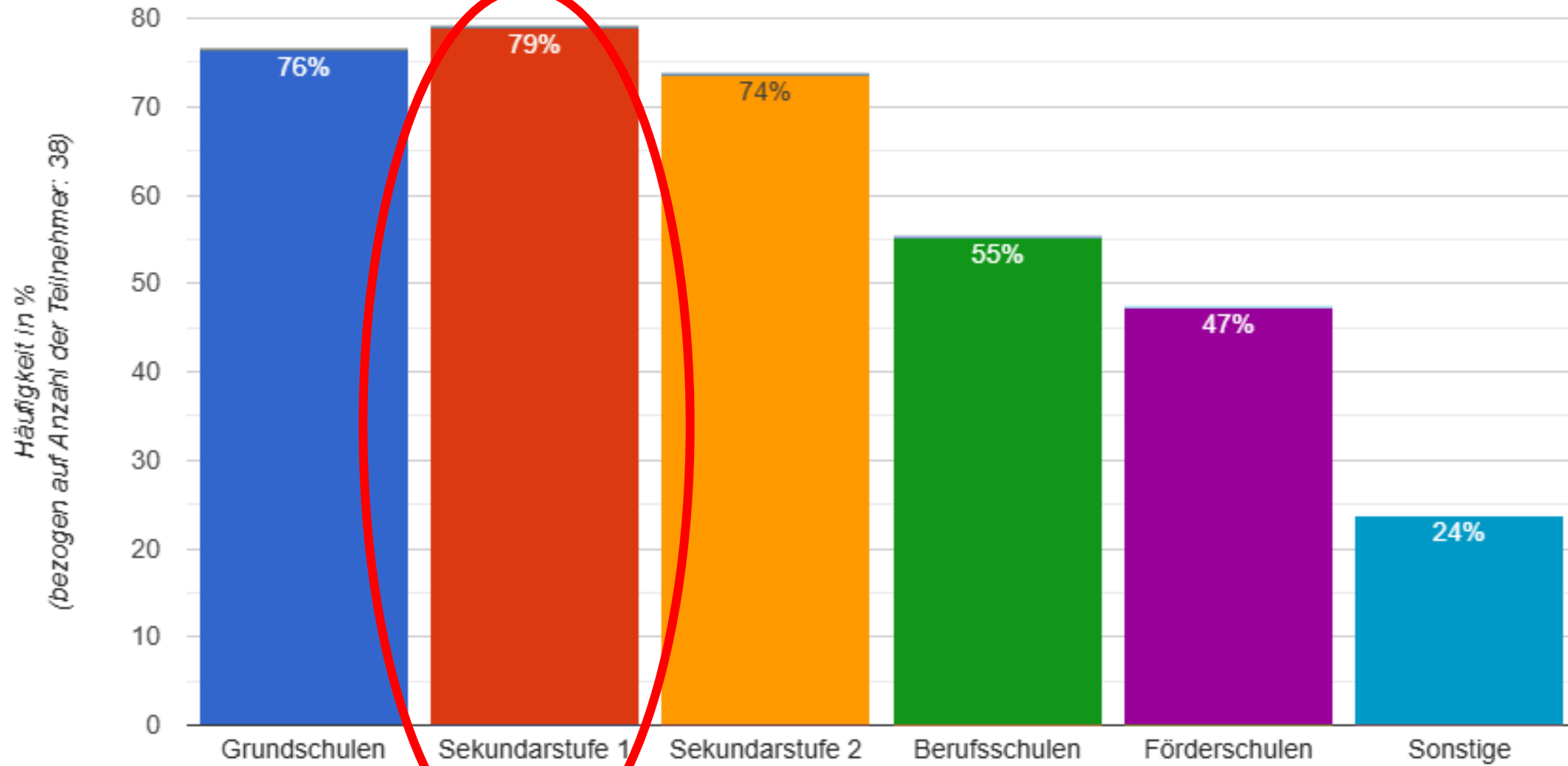
5 Thesen zur Weiterentwicklung der
Projekte



Teilnehmende Medienhäuser

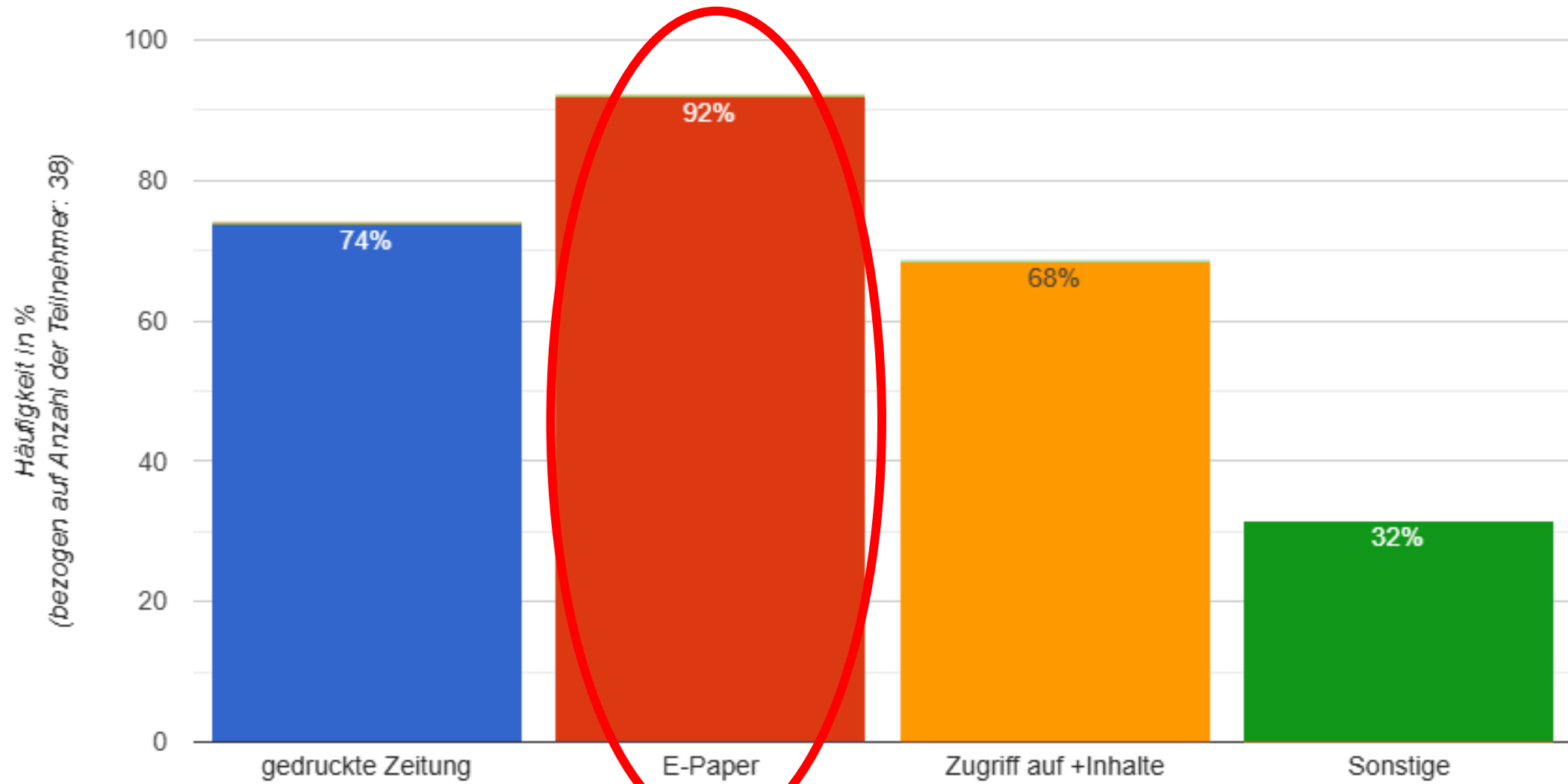
Mannheimer Morgen Goslarsche Zeitung VRM SÜDKURIER ZEIT Verlag Neue Osnabrücker Zeitung Bruns Verlags-GmbH & Co. KG Lausitzer Rundschau Verlag Nürnberger Presse Neue Pressegesellschaft Märkisches Medienhaus Medienhaus Lüneburg Aschendorff Medien Schwarzwälder Bote Südwest Media Network Nürtinger Zeitung/Wendlinger Zeitung WESER-KURIER Boyens Medien Heilbronner Stimme Oberpfalz Medien MADSACK berry2b Neue Westfälische OM-Medien Heidenheimer Zeitung Medienhaus Main-Echo Süddeutsche Zeitung Pforzheimer Zeitung Rheinische Post Westdeutsche Zeitung sh:z Badische Zeitung FUNKE Medien Volksstimme Magdeburg Mitteldeutsche Zeitung Frankfurter Allgemeine Zeitung B. Boll Mediengruppe RHEINPFALZ Medienhaus Lensing Medienhaus Bauer Temming Media Northwest Mediengruppe Remscheider Medienhaus Main-Post Mittelrhein-Verlag GmbH Augsburger Allgemeine

Für welche Bildungseinrichtungen bietet Ihr Medienhaus medienpädagogische Projekte an?



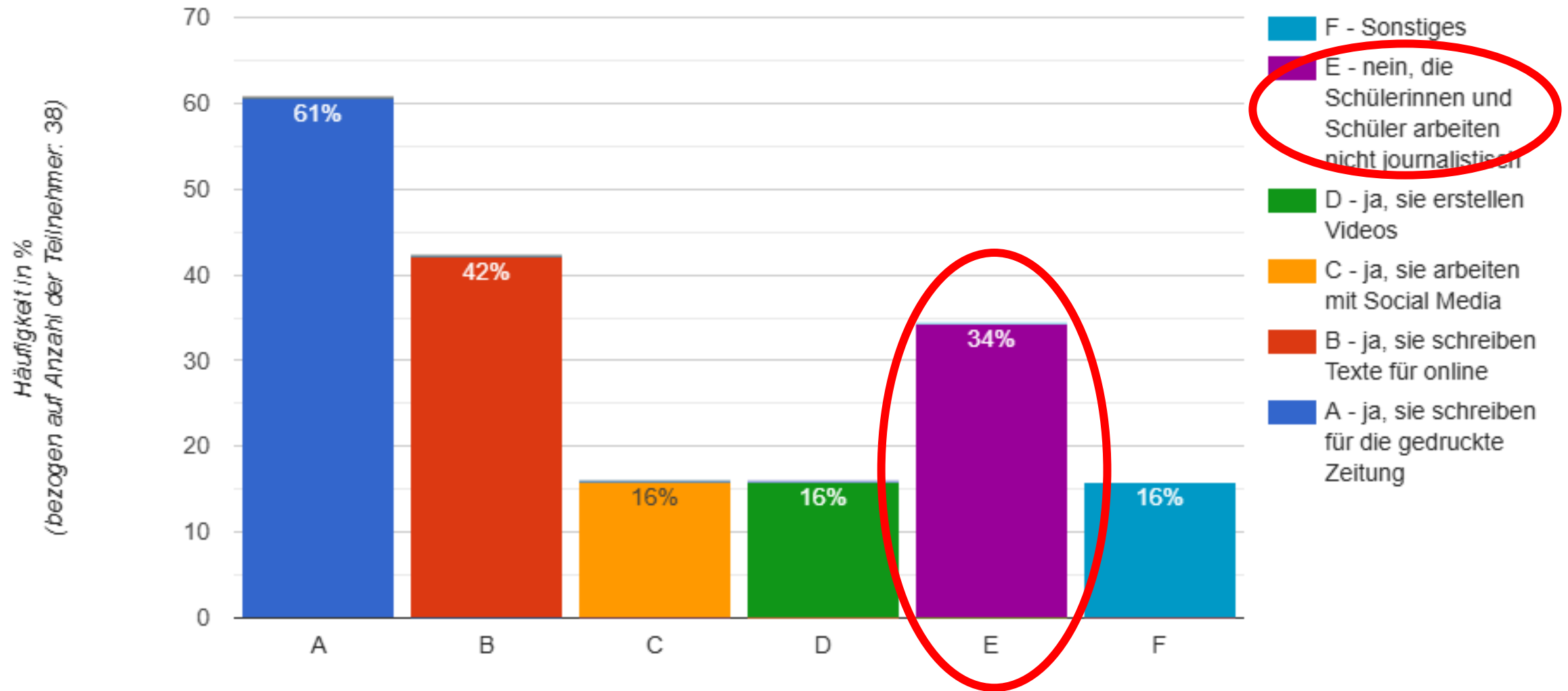
powered by www.lamapoll.de

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



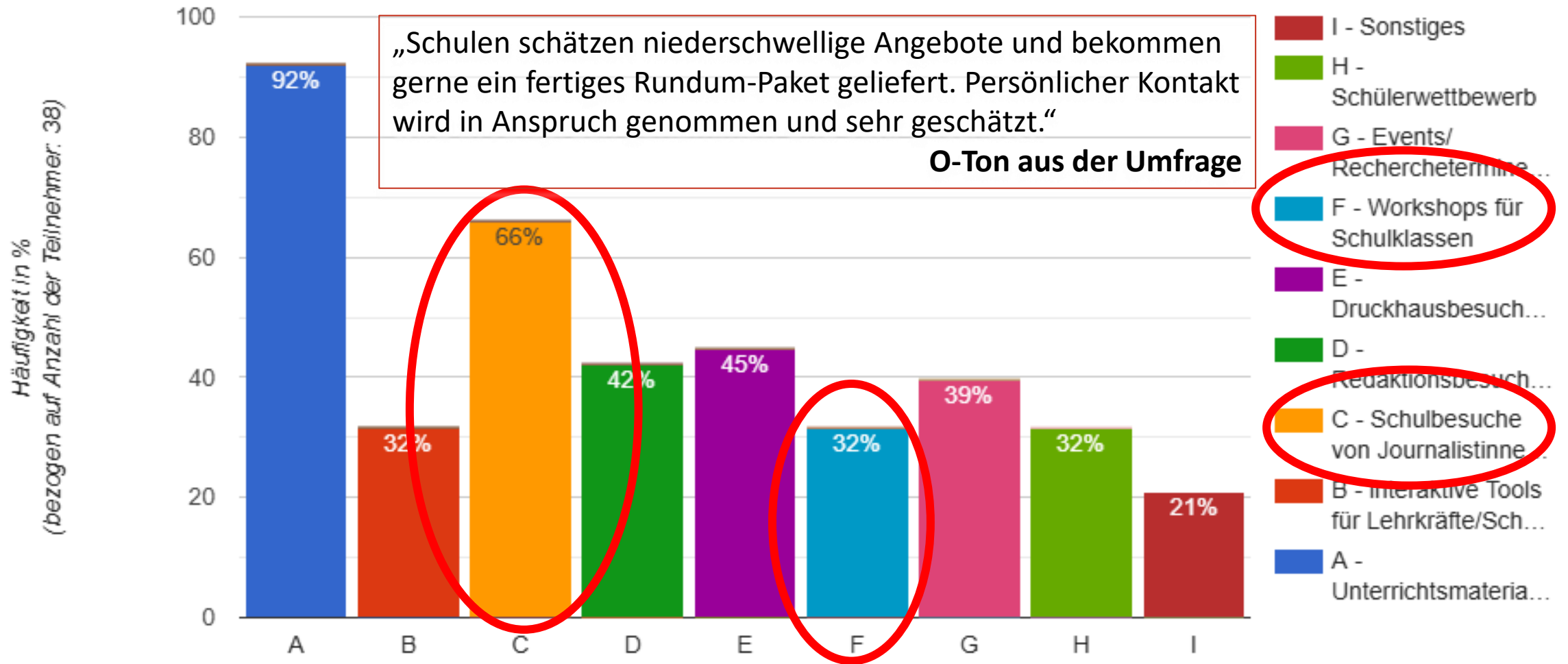
powered by www.lamapoll.de

Im Rahmen unserer Projekte können Schülerinnen und Schüler journalistisch arbeiten:

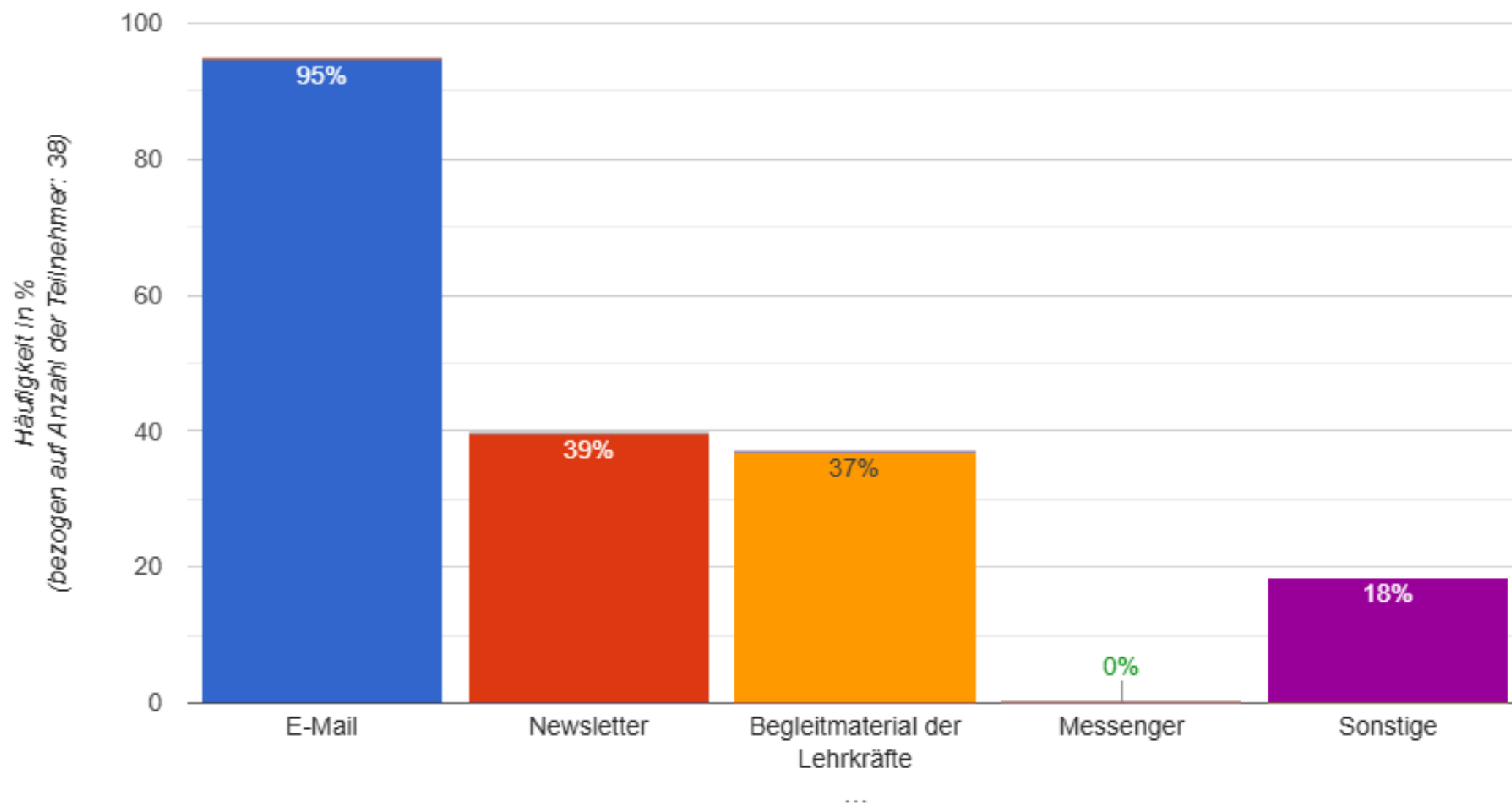


powered by www.lamapoll.de

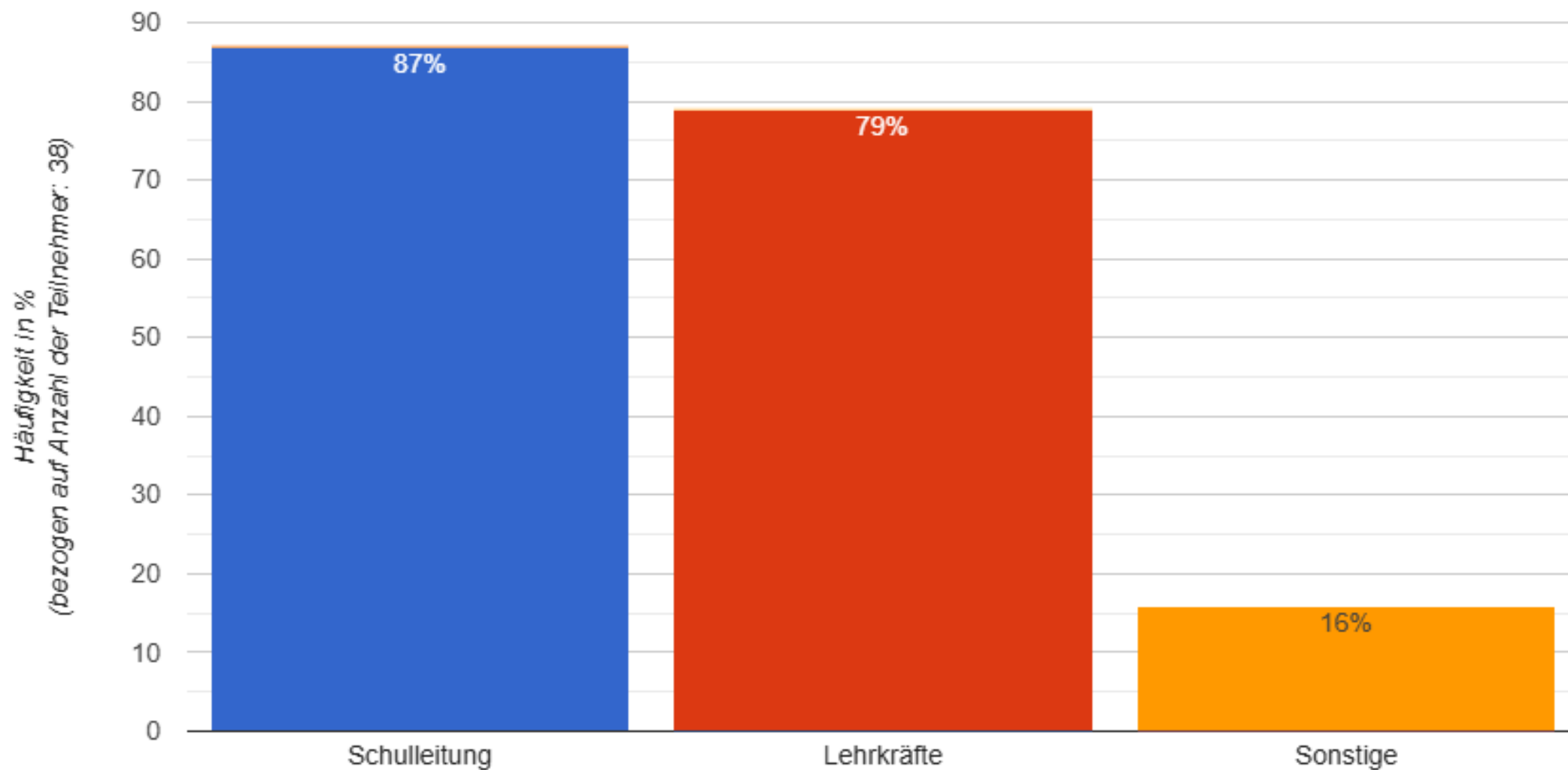
Diese begleitenden Elemente gibt es im Projekt:



Über welche Kanäle kommunizieren Sie während des Projekts mit Lehrkräften?

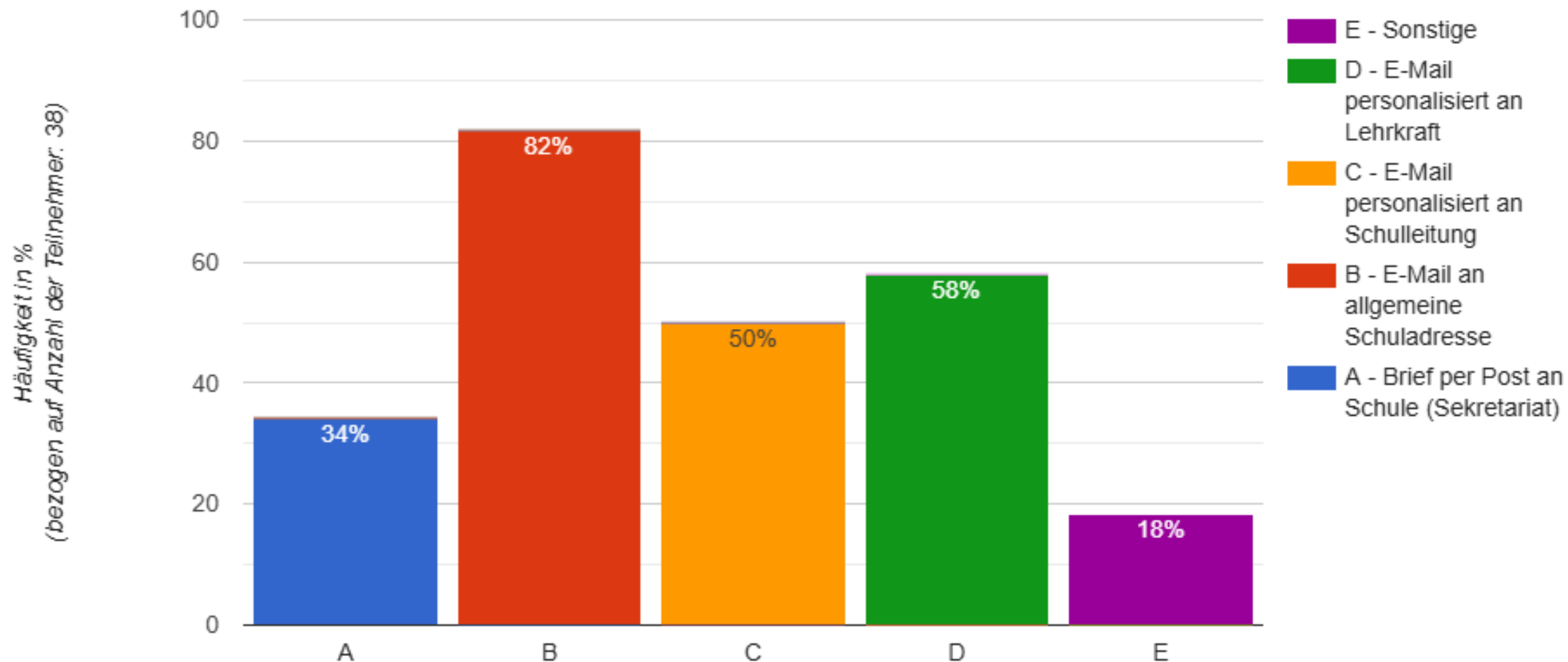


Wer wird in den Schulen direkt adressiert, um Teilnehmende für das medienpädagogische Projekt zu gewinnen?



powered by www.lamapoll.de

Welche Kanäle werden dafür genutzt?



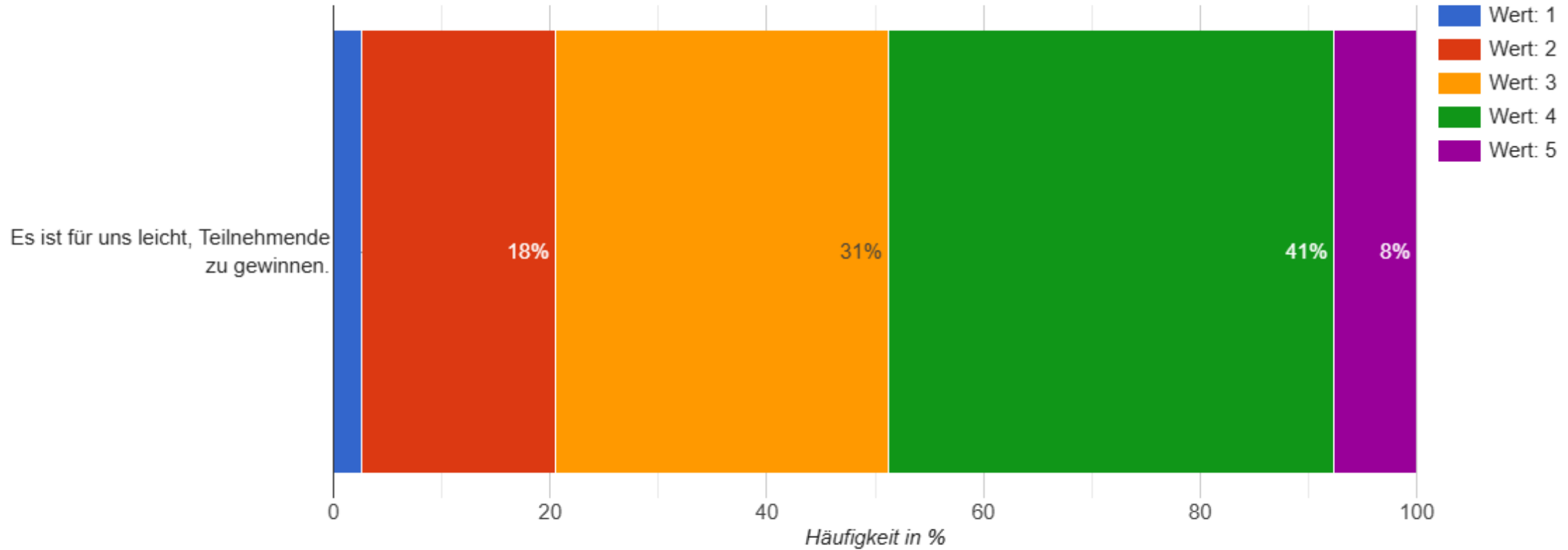
powered by www.lamapoll.de



Binnensicht: Herausforderungen der Medienhäuser



Es ist für uns leicht, Teilnehmende zu gewinnen.



powered by www.lamapoll.de

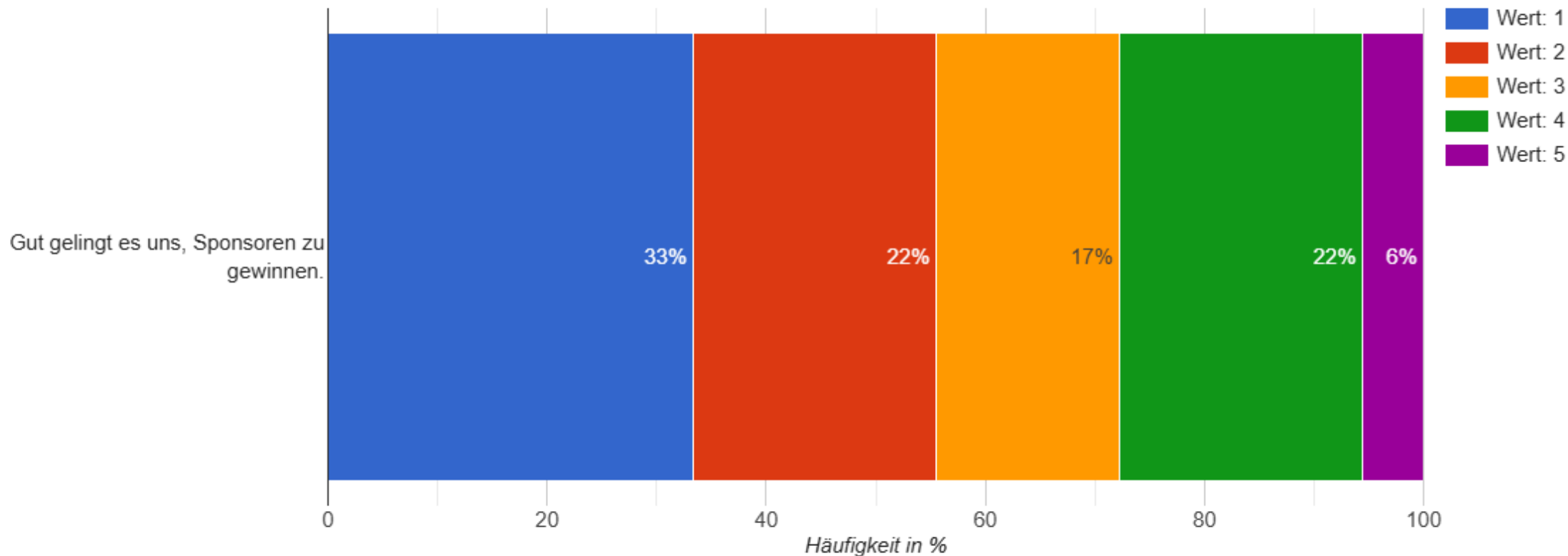
stimme nicht zu

stimme voll zu

„Wir sind sehr dankbar, dass unsere Hauptsponsoren ... jedes Jahr als Partner beim Projekt dabei sind. ... Dennoch ist es jedes Jahr aufs Neue ein gemeinsames Aufeinanderzugehen.“

O-Ton aus der Umfrage

Gut gelingt es uns, Sponsoren zu gewinnen.



powered by www.lamapoll.de

stimme nicht zu

stimme voll zu

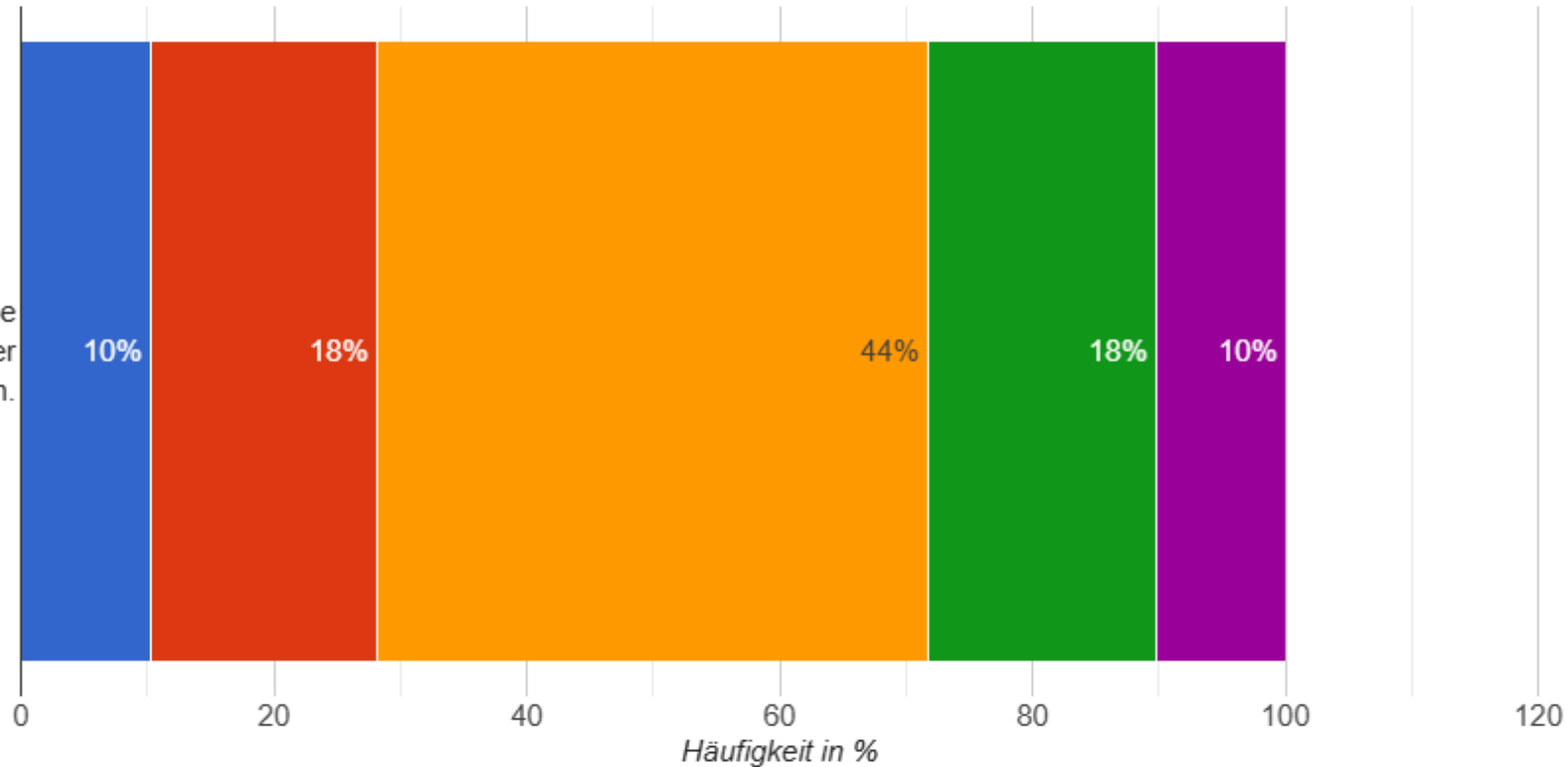
„Viele Lehrer sind keine Zeitungsleser, das ist eine Herausforderung für die Akzeptanz der Projekte. Wir sehen weniger Bereitschaft zur aktiven Beteiligung, z.B. bei einem Schreibwettbewerb.“

O-Ton aus der Umfrage

Es könnte bei uns besser laufen, die Relevanz des Projekts gegenüber Lehrkräften deutlich zu machen.



- Wert: 1
- Wert: 2
- Wert: 3
- Wert: 4
- Wert: 5



powered by www.lamapoll.de

stimme nicht zu

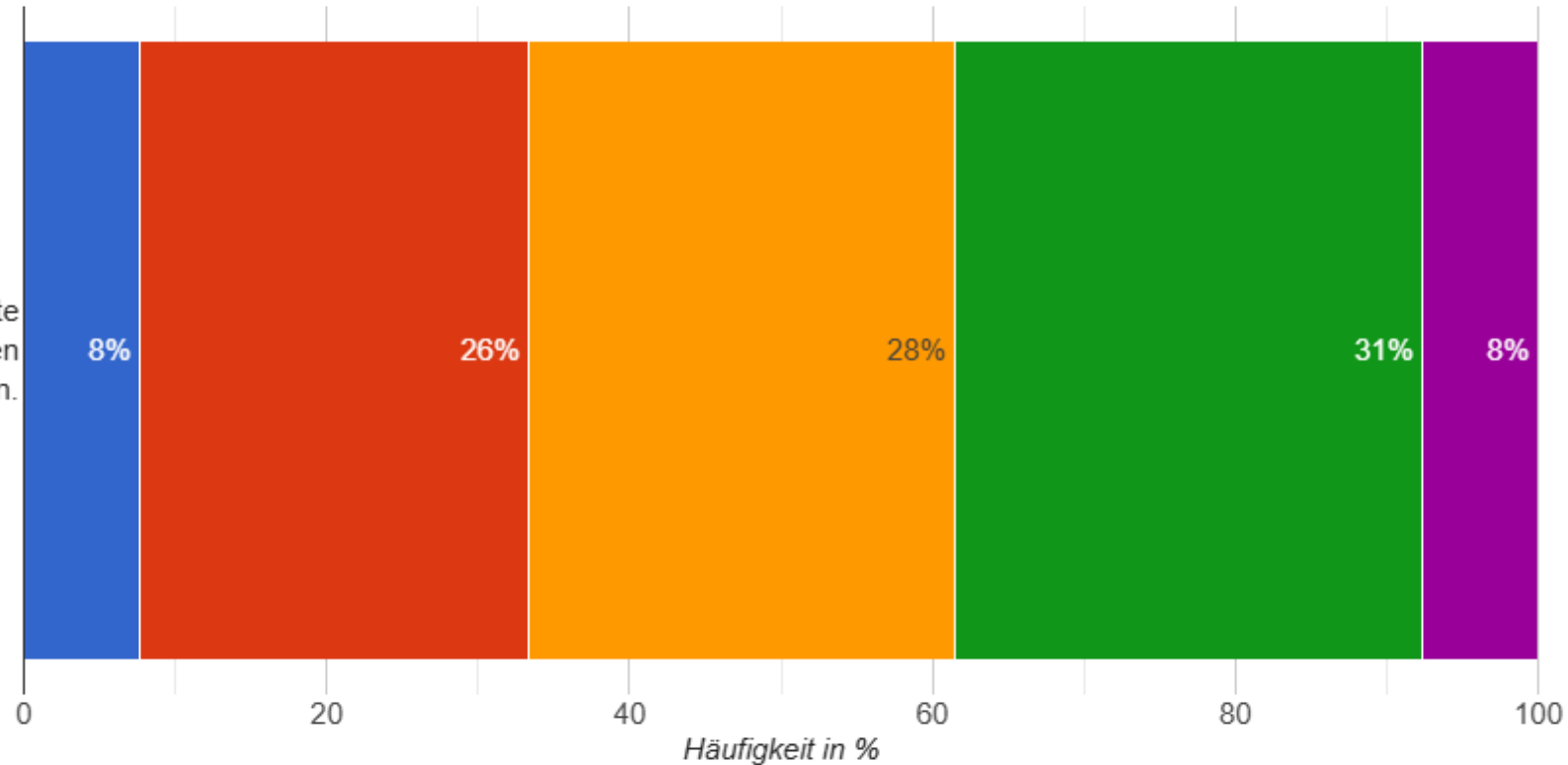
stimme voll zu



Für uns ist es schwierig, Lehrkräfte von der Arbeit mit digitalen Nachrichtenmedien zu überzeugen.

- Wert: 1
- Wert: 2
- Wert: 3
- Wert: 4
- Wert: 5

Für uns ist es schwierig, Lehrkräfte von der Arbeit mit digitalen Nachrichtenmedien zu überzeugen.



powered by www.lamapoll.de

stimme nicht zu

stimme voll zu



Herausforderungen und Lösungsansätze der Projektverantwortlichen

Herausforderungen (Projektverantwortliche)

- Zeit- und Belastungsdruck bei Lehrkräften: wenig Raum für Zusatzprojekte
- Überzeugungsarbeit zu digitalen Nachrichtenmedien: Skepsis, fehlende Routine
- geringe Kapazitäten im Medienhaus
- technische Ausstattung an Schulen: Tools, Prozesse, unterschiedliche Voraussetzungen

Lösungsansätze / Wünsche der Projektverantwortlichen:

- einfache Formate & Materialien: „low effort“, klare Abläufe, schnell einsetzbar
- bessere Digital-Infrastruktur an Schulen & Qualifizierung & Begleitung der Lehrkräfte: Fortbildungen, Umsetzungssupport vor Ort



5 Thesen zur Weiterentwicklung der Medienprojekte

Ergebnisse der
Mentimeter-
Abstimmung aus der
Ergebnispräsentation

5 Thesen zur Weiterentwicklung der Schulprojekte

1. Marke statt Produkt: Medienprojekte müssen konsequent markenzentriert sein - nicht produktzentriert.

3.3

Weil sich Produkte und Kanäle weiterentwickeln, muss die Marke als kanalübergreifende Quelle glaubwürdiger Nachrichten der Anker der Schulprojekte sein.

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

5 Thesen zur Weiterentwicklung der Schulprojekte

2. Skepsis abbauen: Medienprojekte müssen so gestaltet sein, dass sie Skepsis vieler älterer Lehrkräfte gegenüber digitalen Nachrichtenmedien abbauen.

4.3

Das gelingt über Wissensvermittlung, verlässlichen Support und ggf. eine attraktive, offizielle Fortbildungs-Zertifizierung.

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

5 Thesen zur Weiterentwicklung der Schulprojekte

3. Jüngere Lehrkräfte gewinnen: Medienprojekte müssen gezielt auch jüngere Lehrkräfte erreichen und vom Nutzen überzeugen.

4.8

Dazu gehören neben einer Multichannel-Kommunikationsstrategie persönliche Kontaktpunkte vor Ort, um Vertrauen aufzubauen (z. B. Schulbesuche, kurze Q&A-Slots, Ansprechperson).

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

5 Thesen zur Weiterentwicklung der Schulprojekte

4. Niedrigschwelliger Zugang zum Projekt: Medienprojekte müssen ohne Zusatzaufwand nutzbar und schnell in den Unterricht integrierbar sein.

4.4

Dafür sind maximale Flexibilität (Zeitpunkt, Dauer, Wiederholung), ein unkomplizierter Zugang und ein modularer „Baukasten“ ohne verpflichtende Extra-Leistungen zentral.

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu

5 Thesen zur Weiterentwicklung der Schulprojekte

5. Kontinuierlich verbessern: Medienprojekte müssen systematisch überprüft und weiterentwickelt werden.

4.7

*Dafür braucht es einen festen Feedback-Kanal zu Lehrkräften und Schüler*innen sowie eine interne Review-Routine.*

Stimme überhaupt nicht zu

Stimme voll und ganz zu



Fragen?

Thorsten Merkle

Katja Spiegel

Geschäftsführer

jule-Team

merkle@junge-leser.info

spiegel@junge-leser.info

www.junge-leser.info

www.newsheroes.de