

# Die Next Generation Agency



# We are Family

## Next Generation Agency

- **Unsere Expertise:**  
Wir sind eine Kommunikationsagentur (Full Service) spezialisiert auf junge Zielgruppen und ihre Wegbegleiter:innen wie Eltern, Pädagog:innen oder Lehrkräfte.
- **Unsere Vision:**  
Wir agieren in den Bereichen Bildung, Lifestyle und Work, um gemeinsam mit unseren Kund:innen und der Next Gen Zukunft zu gestalten.
- **Unsere Projekte im Bildungsbereich:**  
Wir schaffen zusammen mit unseren Kund:innen direkt im Klassenzimmer Wirkung – von der Programmentwicklung bis zur Lehrkräfte-Kommunikation über unser Netzwerk.
- **Wir sprechen nicht über die Zielgruppe, sondern MIT ihr ...**  
... und verbinden Daten mit praxisnaher Anwendung. Unsere eigene Forschungs-Unit versorgt uns und unsere Kund:innen mit datenbasierten Insights aus unseren Forschungs-Panels.



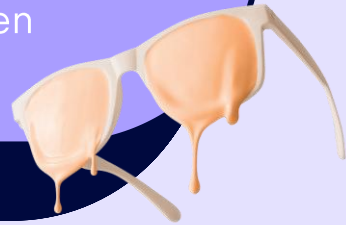
# Wahr oder falsch? Klischees über den Lehrberuf

## Ständig frei:

Lehrkräfte arbeiten nur das Nötigste.

## Ständig Ferien:

Lehrer:innen haben mehr Urlaub und Freizeit als alle anderen Berufsgruppen.



## Unfair!

Lehrer:innen benoten nach Sympathie.

## Besserwiser:innen

Lehrkräfte wissen ALLES besser und wollen IMMER recht haben.



# Studienreihe Lehrkräfte 2025/26



## 1 Ansprache von Lehrkräften

Wie erreicht man eigentlich Lehrkräfte – und was sind ihre Kanäle? Unsere repräsentative Lehrkräftebefragung liefert **Einblicke in Kanalnutzung, Inhalte und die Schlüsselrolle der Schulleitung** als Multiplikator:innen.



## 2 Außerschulische Lernorte

Was brauchen Lehrkräfte, um **außerschulische Lernorte wirksam in den Unterricht einzubinden**? Unsere repräsentative Lehrkräftebefragung liefert Insights in Nutzung, Hürden und Potenziale.

TODAY!!



## 3 Wie ticken Lehrkräfte?

COMING SOON 🙌



## 4 KI & Unterrichts- materialien

# Studienreihe Lehrkräfte 2025/26



we are family

## Education Panel

Im Panel vertreten:  
Lehrkräfte, Schulleitungen,  
Schulpersonal & Pädagog:innen

TODAY!!

COMING SOON 🙌



### 1 Ansprache von Lehrkräften

Wie erreicht man eigentlich Lehrkräfte – und was sind ihre Kanäle? Unsere repräsentative Lehrkräftebefragung liefert **Einblicke in Kanalnutzung, Inhalte und die Schlüsselrolle der Schulleitung** als Multiplikator:innen.



### 2 Außerschulische Lernorte

Was brauchen Lehrkräfte, um **außerschulische Lernorte wirksam in den Unterricht einzubinden**? Unsere repräsentative Lehrkräftebefragung liefert Insights in Nutzung, Hürden und Potenziale.



### 3 Wie ticken Lehrkräfte?



### 4 KI & Unterrichts- materialien

**LEHRKRÄFTEBEFRAGUNG**

# Wie ticken Lehrkräfte?

**Das sind die Menschen hinter dem Beruf!**

*We are Family Research*

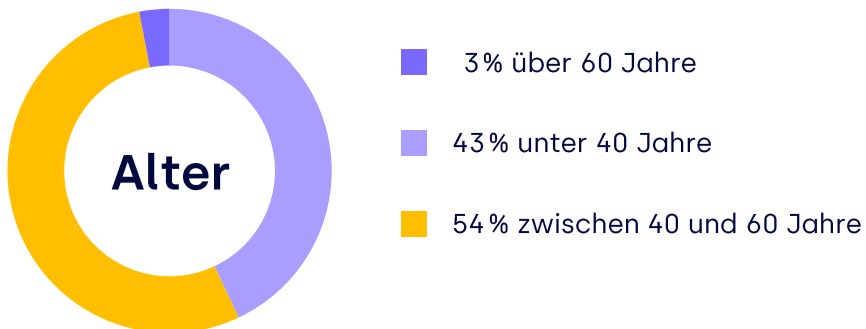
2026

# Stichprobe

340 Lehrkräfte in Deutschland

Mit  $\pm 5$  % Fehlermarge bei einem Konfidenzniveau von 95 % spiegeln unsere **Ergebnisse mit hoher statistischer Wahrscheinlichkeit die tatsächlichen Einstellungen und Verhaltensweisen der Grundgesamtheit deutscher Lehrkräfte** wider.

- Alle Bundesländer vertreten
- 29 % männlich, 71 % weiblich



# Studiendesign

Feldphase: März 2026, 9 Tage

- Online-Fragebogen
- Durchschnittliche Befragungsdauer: 20 Minuten
- Freiwillige Teilnahme mit Incentivierung

Genug wissenschaftliche Einordnung ...  
**wir gehn rein!**



# Lehrkräfte

in Deutschland



**Alex**

**40,9 %\***



**Kim**

**34,4 %\***



**Toni**

**24,7 %\***

\*Anteil an der Gesamtstichprobe  
We are Family Research, Lehrkräftebefragung „Wie ticken Lehrkräfte?“, März 2026

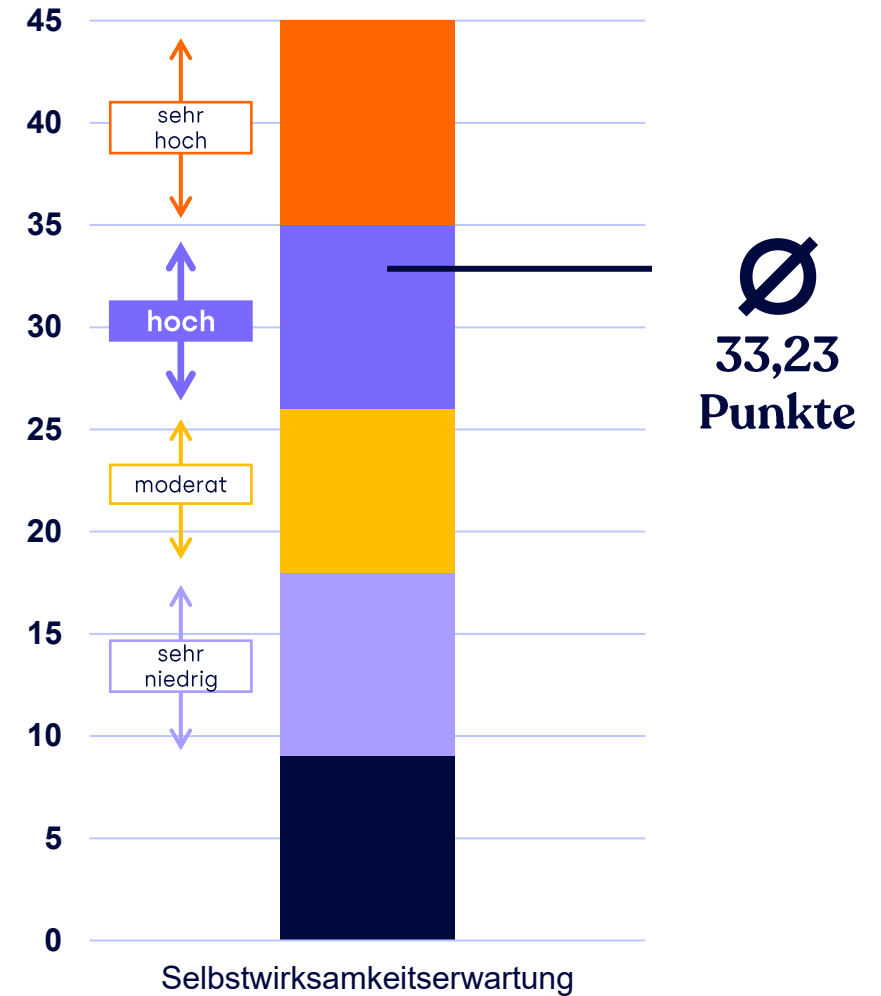
Gemeinsamkeiten:  
Welche Werte,  
Bedürfnisse und  
*Erfahrungen*  
*verbinden?*



# Lehrkräfte erleben eine hohe Selbstwirksamkeitserwartung im Job

In unserer Studie erzielte die **berufliche Selbstwirksamkeit** mit einem Durchschnittswert von 33,23 Punkten bei maximal 45 möglichen Punkten **einen auffallend hohen Wert.**

Das bedeutet:  
Viele Lehrkräfte erleben, dass ihr Handeln im Unterricht, in Lernprozessen und in Beziehungen messbar wirkt.



# 82 %

der Lehrkräfte finden:

**Lieber kleine Effekte erzielen als die Welt verändern!**



**Das zeigt ein starkes Praxis-Mindset:**

Lehrkräfte sind wirksam und konkret – direkt im Klassenzimmer. Dieses Mindset ist ein **Hebel für Bildungsprogramme** und die **passende Ansprache**.

## Nutzung von KI und digitalen Medien:

# 84 %

der Lehrkräfte sind davon überzeugt, dass es wichtig ist, technologisch auf dem Laufenden zu bleiben.



Für **57 %** stellt KI eine **Bereicherung im Alltag** dar. **71 %** nutzen **Social Media täglich** und 34 % interessieren sich für Influencer:innen, die über Bildung und Schule sprechen.

Unsere Befragung macht deutlich: Die **Offenheit von Lehrkräften gegenüber der digitalen Welt variiert** – ebenso wie ihr Antrieb, sich damit auseinanderzusetzen. Ihre Experimentierfreude hängt vom persönlichen Interesse und dem eigenen Werteprofil ab.

**Eine große Rolle spielt das Alter: Die durchschnittliche Lehrkraft nutzt Social Media 8,86 Stunden in der Woche.** Während Lehrkräfte über 50 im Schnitt 7,81 Stunden durch ihre Feeds scrollen, kommen ihre jüngeren Kolleg:innen unter 30 Jahren auf 10,91 Stunden pro Woche.

# Social Media Verbot unter 15 Jahren?

**65 %**

der Lehrkräfte befürworten ein  
Verbot digitaler Medien und  
Smartphones an der Schule.



Frage: Wie stehst du zu einem Social-Media-Verbot für Kinder unter 15 Jahren auch außerhalb der Schule?

Frage: In welchen Situationen sollten digitale Medien in der Schule verboten werden?

Bewertung von Aussagen über berufliche Haltungen und Handlungen im Lehrberuf auf einer Skala von 1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu)

We are Family Research, Lehrkräftebefragung „Wie ticken Lehrkräfte?“, März 2026

Unterschiede:  
Welche Lehrkräfte-  
Personas  
*begegnen uns  
an den Schulen?*



# Ein Berufsbild – drei Profile



40,9 %\*

© KI-generierte Zusammensetzung  
Maskot - adobestock.com  
Konstantin Yuganov - adobestock.com

## Alex

die wertestarken  
Allrounder:innen

Let's do this!



34,4 %\*

© KI-generierte Zusammensetzung  
forenna - adobestock.com  
Monkey Business - adobestock.com

## Kim

 Go with the Flow!

die pragmatisch-  
stabilen  
Beziehungstypen



24,7 %\*

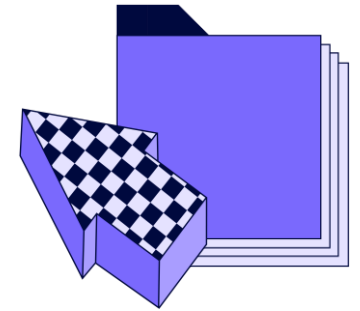
© KI-generierte Zusammensetzung  
Rido - adobestock.com  
Drazen - adobestock.com

## Toni

 It is what it is.

die zurückhaltend-  
kritischen  
Individualist:innen

# LK-Persona Cheat-Sheet



**Alex**

die wertestarken Allrounder:innen



**Kim**

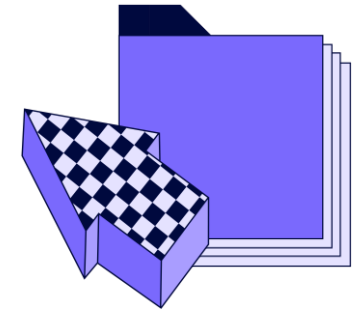
die pragmatisch-stabilen Beziehungstypen



**Toni**

die zurückhaltend-kritischen Individualist:innen

	Alex die wertestarken Allrounder:innen	Kim die pragmatisch-stabilen Beziehungstypen	Toni die zurückhaltend-kritischen Individualist:innen
<b>Kernmotiv</b>	<b>Sinn, Wirkung, Werte</b>	<b>Beziehung, Nähe, Pragmatismus</b>	<b>Routine, Stabilität, Entlastung</b>
<b>Identifikation mit dem Beruf Lehrkraft</b>	sehr hoch (4,01/5)	solide, aber distanziert (3,92/5)	gering (3,60/5)
<b>Energie für den Job</b>	hoch (3,76/5)	moderat (3,44/5)	niedrig (3,19/5)
<b>Pädagogischer Fokus</b>	Individuelles Feedback, Differenzierung	Beziehungsqualität, Dialog	Routine, fachliche Distanz
<b>Energie für den Job</b>	hoch (3,76/5)	moderat (3,44/5)	niedrig (3,19/5)



# LK-Persona Cheat-Sheet

	 <b>Alex</b> die wertestarken Allrounder:innen	 <b>Kim</b> die pragmatisch-stabilen Beziehungstypen	 <b>Toni</b> die zurückhaltend-kritischen Individualist:innen
<b>Weiterbildungsbereitschaft</b>	hoch (4,04/5)	moderat (3,94/5)	niedrig (3,33/5)
<b>digitale Anwendungskompetenz</b>	hoch – early Adopter:in	hoch - pragmatische Anwender:in	moderat - niedrig
<b>Einordnung digitale Kompetenzen für Schüler:innen</b>	sehr wichtig	unverzichtbar	wichtig
<b>Social-Media-Nutzung</b>	<b>8,86 Std./Woche</b>	<b>9,38 Std./Woche</b>	<b>8,17 Std./Woche</b>
<b>Offenheit gegenüber Bildungsinfluencer:innen</b>	<b>ausgeprägt = offen</b>	<b>eher niedrig</b>	<b>gleichgültig</b>
<b>Haltung zu KI</b>	<b>offen, wenn transparent</b>	<b>pragmatisch, wenn sofort nutzbar</b>	<b>skeptisch, nur mit Beweis</b>

# Playbook für Bildungsanbieterende

40,9%\*



## Alex erreichen

- **Botschaft:** „Wir machen dich wirksamer – mit Struktur, Feedback und echtem Mehrwert.“
- **Formate:** Checklisten, Vorlagen, Reflexionstools, After-Class-Prompts
- **Tonalität:** Partnerschaftlich, präzise, auf Augenhöhe, Sparring statt Sales
- **KI-Framing:** Transparente Assistenz für Planung und Feedback, keine Black Box
- **No-Gos:** Hero-Narrative ohne Belege, Buzzwords, diffuse KI-Versprechen

34,4%\*



## Kim erreichen

- **Botschaft:** „Das funktioniert sofort und bringt dich näher an deine Schüler:innen.“
- **Formate:** Modulare Bausteine, kooperative Formate, Gesprächsanlässe
- **Tonalität:** Nahbar, zweckmäßig, echt, Funktion vor Image
- **KI-Framing:** Greifbar, niedrigschwellig, sofort integrierbar
- **No-Gos:** Berufungsromantik, missionarischer Anspruch, Identitätsaufladung

24,7%\*



## Toni erreichen

- **Botschaft:** „Das nimmt dir etwas ab. Ohne Vorleistung und ohne Onboarding.“
- **Formate:** Fertige Lösungen, transparente Kurzeinführung, nahtlose Integration
- **Tonalität:** Sachlich, nüchtern, verständnisvoll, keine Appelle oder Forderungen
- **KI-Framing:** Nur mit konkretem Vorher-Nachher-Beweis, keine Zukunftsvisionen
- **No-Gos:** Motivationsappelle, Gruppenformate, Innovationsframing („revolutionär“, „Game-Changer“)

Und Jetzt?

**Wie finden die Erkenntnisse ihren Weg  
in Schul- und Bildungsprogramme?**



# Tiefgehendes Lehrkräfteverständnis

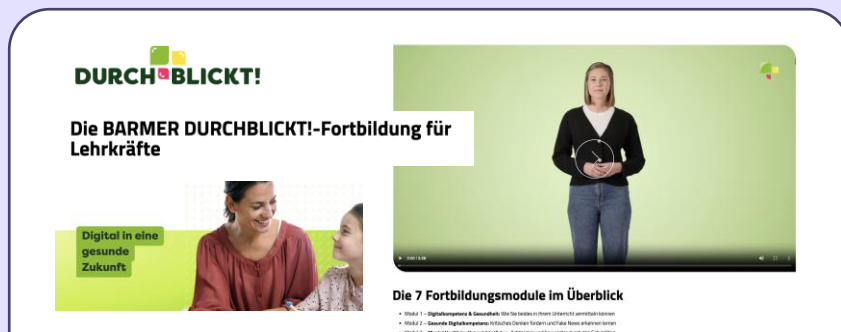
## nachhaltige Grundlage im Kommunikationsprozesse



Strategien und  
Konzepte passend  
ausgerichtet



Programme  
zielgruppenrelevant  
entwickelt



**DURCHBLICK!**

Die **BARMER DURCHBLICK!**-Fortbildung für  
Lehrkräfte

Digital in eine  
gesunde  
Zukunft

Die 7 Fortbildungsmodulare im Überblick

- Modul 1 - Digitalkompetenz & Gesundheitsförderung: Wie hat sich das Thema verändert? Woher kommen die Herausforderungen?
- Modul 2 - Second Step Digitalkompetenz: Persönliche Daten schützen und die Netzwerke analysieren

# Tiefgehendes Lehrkräfteverständnis

## nachhaltige Grundlage im Kommunikationsprozesse

Strategien und  
Konzepte passend  
ausgerichtet

Programme  
zielgruppenrelevant  
entwickelt

Umsetzung mit  
schlanken (effizienten)  
Ressourceneinsatz



# Tiefgehendes Lehrkräfteverständnis

## nachhaltige Grundlage im Kommunikationsprozesse



Strategien und  
Konzepte passend  
ausgerichtet



Programme  
zielgruppenrelevant  
entwickelt



Umsetzung mit  
schlanken (effizienten)  
Ressourceneinsatz



Budgets  
wirkungsvoll  
platziert, genau da  
wo es sich auszahlt



Begeisterung,  
Bekanntheit,  
Loyalität



# Wer Lehrkräfte versteht, bringt Bildungsprogramme in den Unterricht.

## Strategischer Mehrwert für Absender von Bildungsprogrammen:

- 1 Die richtigen Lehrkräfte erreichen. (Person statt Berufsbild)**  
Treffsichere Ansprache aktiviert Dein Bildungsprogramm nachhaltig im Schulalltag.
- 2 Schnell auf den Punkt kommen. (Zeit = Währung)**  
Needs der Lehrkräfte und Antworten von Bildungsprogrammen alignen. Wertschätzend gegenüber Lehrkräften und alltagsnah.
- 3 Weniger Streuverluste, gezielte Kommunikation.**  
Effizienterer Mitteleinsatz für Bildungsangebote statt Gießkannenprinzip.
- 4 Bildungsangebote, die doppelt ankommen.**  
Materialien und Formate erst für Gatekeeper (Lehrkräfte) dann für User (Lernende) gestalten.
- 5 Marktpotenzial realistisch einschätzen.**  
Über eine Million Lehrkräfte in Deutschland, aber nicht alle sind in jedem Programm relevant.
- 6 Erlebbarer Differenzierung im Bildungsmarkt. (und mehr Spaß!)**  
Zielgenaue Kommunikation hebt Angebote vom One-size-fits-all-Wettbewerb ab.



# Q&A: Noch Fragen? Hau raus ...

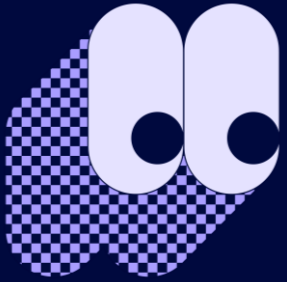
ODER FRAG ALEX, KIM UND TONI SELBST!



**Jessica Mezger**

Head of Audience Insights

[jessica@we-are-family.de](mailto:jessica@we-are-family.de)



Exklusive Einblicke in die Welt der Next Gen & Insights über ihre Wegbegleitenden?



**Stay tuned!**



Mehr über unsere Forschung:



# Gemeinsam Bildung gestalten:



## Lehrkraft? Sag uns deine Meinung!

Du hast Lust, Einblicke in deinen Berufsalltag zu teilen? Unser **unabhängiges Marktforschungspanel** gibt dir die Möglichkeit – **anonym, datenschutzkonform, ohne Verpflichtungen, Werbung oder nervige Mails.**

Mit deiner Perspektive auf den Beruf können wir Angebote entwickeln, die in deinem Berufsalltag wirken und Entlastung bringen.

**Gerne mit interessierten Kolleg:innen teilen!**

Jetzt registrieren:



## Bildungsanbietende? Let's connect!

**Coming soon:** Wir entwickeln das Netzwerk Digitale Bildung weiter und schaffen die zentrale Plattform, auf der Lehrkräfte und Bildungsangebote/-inhalte zusammenfinden. **Du kannst ab sofort Partner werden!**

**Weitere Services für Bildungsanbietende:**



Insights &  
Programm-  
entwicklung



Serious Games &  
interaktive  
Lernerlebnisse



Bildungs-  
kommunikation  
& Netzwerk

Get in touch:

