

# Entdeckt die Möglichkeiten!

Schulprojekte sind seit Jahrzehnten ein erfolgreiches Instrument, um junge Zielgruppen an die Tageszeitung heranzuführen. Die print-zentrierten Projekte geraten durch neue Medien und digitale Verlagsprodukte unter Innovationsdruck – eine Herausforderung, der sich die Zeitungen stellen. Ein Gastbeitrag der jule: Initiative junge Leser GmbH.

Pädagogische Projekte in Schulen, die Kinder und Jugendliche von der Grundschule bis zum Abi erreichen, sind extrem wertvoll für Zeitungen. Sie stärken nachweislich die Bindung an die Verlagsprodukte und bilden eine wichtige Brücke zu jungen Zielgruppen. In den anerkannten Projekten, teilweise mit jahrzehntelanger Tradition, arbeiten Schulklassen mit der Tageszeitung im Unterricht – für viele Kinder und Jugendliche nach wie vor der Erstkontakt mit lokalen Medien.

Die Zielgruppen, die Verlage im Projekt erreichen, sind längst digital unterwegs: Neben den Schülern sind junge Lehrer zunehmend nicht mehr printsozialisiert. Und auch in vielen Elternhaushalten werden Nachrichten online konsumiert. Was liegt also näher, als auch die digitalen Produkte der Tageszeitungen in die

Schulprojekte einzubinden? Was selbstverständlich klingt, stellt Verlage im Schulalltag vor technische Hürden. Zwar würden Pädagogen in deutschen Klassenzimmern gerne Whiteboards, Internet, Tablets & Co. im Unterricht einsetzen, häufig ist jedoch selbst die WLAN-Abdeckung in der Schule eine Herausforderung. Kein Wunder, dass vielerorts noch die gedruckte Tageszeitung beim Einsatz in Bildungseinrichtungen die Nummer eins ist.

Doch die Verlage stellen sich der Herausforderung. Sie entwickeln individuelle Ansätze, um ihre Digitalkanäle in pädagogischen Projekten Schülern und Lehrern zugänglich zu machen. Die jule : Initiative junge Leser beobachtet dieses Engagement intensiv. Die ausgewählten Beispiele zeigen eine ganze Bandbreite digitaler Möglichkeiten für Verlage.

## Digitalkanäle ins Begleitmaterial und E-Paper-Zugänge

Bei der *Main-Post* aus Würzburg bekommen Lehrer und Schüler nicht nur die gedruckte Zeitung geliefert. Die Regionalzeitung gibt den Teilnehmern freien Zugang zum Digital-Abo mit E-Paper und allen Online-Texten. „Wir wollen den Schülern zeigen, welche digitalen Angebote wir haben“, erklärt Peter Krones, Mitglied der Chefredaktion. Deshalb sind schon früh sämtliche Digitalkanäle ins Projekt eingebunden worden und auch die neue App *Main-Post News* wird im kommenden Schuljahr den Schülern zur Verfügung gestellt werden. „Wir erklären zum Beispiel, warum wir bei Facebook sind, was wir uns davon erhoffen, und tragen so auch zur Medienkunde an den Schulen bei.“ Das sei nur die konsequente Fortführung dessen, was auch mit dem klassischen Printprojekt in den vergangenen Jahrzehnten erfolgt sei: Medienkompetenz vermitteln.

Die *Neue Westfälische* aus Bielefeld hat ebenfalls keine digitalen Berührungsängste und schaltet beim eigenen KLASSE!-Projekt begleitend zur Printlieferung das E-Paper auf Anfrage für ganze Klassen frei. Erfreulich: Die Nachfrage nach dem E-Paper im Rahmen des Projekts nimmt stetig zu. „Gern probieren wir immer wieder mit einzelnen Projektklassen aus, wie digitale Angebote, beispielsweise der neue WhatsApp-Dienst der *NW*, im Projekt eingesetzt werden können“, so Projektreдаkteurin Ivonne Michel. Im Lehrer-Begleitmaterial gibt es den Abschnitt „Digitale Ange-



Social Media trifft Zeitung: Teilnehmer des KLASSE!-Projektes posieren mit der Neuen Westfälischen. Das Foto wurde mit einem Gesichtsfilters von Snapchat erstellt



bote“. Neben den üblichen Arbeitsblättern und Informationen rund um die *NW* geht es um E-Paper, Website wie auch um das Engagement in sozialen Netzwerken, sprich: Facebook, Twitter und Instagram. Die Materialien werden laufend in Absprache von Projekt- und Digitalredaktion aktualisiert.

Die *Main-Post* und die *Neue Westfälische* positionieren sich damit bei den Lehrkräften als verlässliche Erklärer der Digitalisierung. Den Schülern zeigen die Zeitungshäuser, dass sie auf allen Plattformen mit relevanten Inhalten auffindbar sind. Und natürlich ist auch Raum für spontane und witzige Aktionen wie die Snapchat-Selfies bei der *NW*. Ivonne Michel rief die Teilnehmer dazu auf, sich mit dem Gesichtfilter von Snapchat zu fotografieren, und machte aus den besten Bildern einen Beitrag in der gedruckten Ausgabe.

„Trotz aller Begeisterung für die virtuelle Welt spielen die klassischen Textformen und die gedruckte Zeitung im Unterricht aber weiterhin die Hauptrollen“, beschreibt die Projektredakteurin ihre Erfahrungen. Die Schüler und Lehrer schätzten es einfach, mit der gedruckten Ausgabe arbeiten und Textstellen markieren zu können. Einen weiteren Grund sieht Ivonne Michel in der mangelnden technischen Ausstattung der Schulen.

### Sanfte Digitalisierung bei der Heilbronner Stimme

Die *Heilbronner Stimme* hat auf die technischen Herausforderungen in den Schulen mit einer bewusst sanften Herangehensweise an die Digitalisierung reagiert. Neben dem eigentlichen Schulprojekt entwickelten die Heilbronner die Digitalvariante Zisch 2.0, die seit dem Schuljahr 2014/2015 läuft. Das Projekt ist eine Kombination von Print und Digital: Teilnehmende Klassen erhalten neben dem Printprodukt die *Stimme*-App und einen E-Paper-Zugang. Schülerinnen und Schüler können mittels Smartphone oder Tablet problemlos in der Schule und zu Hause auf die Digitalkanäle zugreifen. Außerdem lesen die Schülerinnen und Schüler in zwei sechswöchigen Zeiträumen die gedruckte Zeitung. „Wir nutzen damit die bei den Jugendlichen vorhandene

## ÜBER DIE AUTOREN

Thorsten Merkle ist Geschäftsführer der *jule : Initiative junge Leser GmbH*.

Dr. Kerstin Goldbeck ist bei *jule* zuständig für den Fachbereich Forschung & Projekte.

Die *jule : Initiative junge Leser GmbH* ist das Wissensnetzwerk der Zeitungen für das wichtige Zukunftsfeld „Junge Leser“. Das Netzwerk bilden derzeit mehr als 60 Mitgliedsverlage mit einer Auflage von rund sechs Millionen Exemplaren. Mehr Informationen finden Sie hier:

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

technische Ausstattung“, sagt Projektredakteurin Milva-Katharina Klöppel. „Denn: Auch wenn fast jeder Zisch-Schüler heute ein Smartphone besitzt, wissen die jungen Menschen nur selten, wie sie damit verlässliche Nachrichtenquellen anzapfen. Das zeigen wir ihnen mit der *Stimme*-App und dem E-Paper.“

Darüber hinaus hat die *Heilbronner Stimme* zum 20-jährigen Zisch-Jubiläum mit „Zisch Geht App“ einen WhatsApp-Wettbewerb veranstaltet. Über einen Zeitraum von zehn Wochen hatten teilnehmende Schülerinnen und Schüler sieben Fragen rund um das Projekt zu beantworten, teilweise mittels Selfies und Emoticons. „Eine spielerische Art, mit der Zeitung zu arbeiten, sie kennenzulernen. Und erstmals der direkte Kontakt und Austausch mit den Schülern – statt über die Lehrer“, freut sich Milva-Katharina Klöppel.

### MediaCampus – Schulprojekte mit digitalem Rahmen

Die Funke Mediengruppe (u.a. *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*) setzt mit ihrem MediaCampus auf eine in sich geschlossene Digitalstrategie. Auf dem Web- und Mobilportal finden die Nutzer



Beim Schulprojekt Zisch 2.0 der Heilbronner Stimme erhalten die Schüler neben dem Printprodukt die Stimme-App und einen E-Paper-Zugang

einerseits täglich sechs eigens kuratierte Nachrichten aus dem Funke-Nachrichtenangebot für junge Leute. Flankiert werden diese von Schülerartikeln, die im Rahmen des Projekts entstehen. Für die Lehrkräfte ist das Portal darüber hinaus die zentrale Projektsteuerung, in der „Lehrerwelt“ finden sie Anmelde- und Verwaltungsbereich sowie aktuelle Unterrichtsmaterialien zum Download und Projektinfos.

Das Portal erfreut sich auch außerhalb der regulären Zeiträume, in denen die Tageszeitung an die Klassen geliefert wird, konstant hoher Zugriffszahlen von rund 90.000 Page Impressions pro Monat. „Damit haben wir eine ganzjährige Präsenz unserer Zeitungsmarken auch losgelöst von der konkreten Projektdurchführung in den Schulen und bei der Zielgruppe der 14- bis 20-Jährigen geschaffen“, freut sich Dr. Andrea Dahms, stellvertretende Leiterin des MediaCampus.

Es gelingt also, Schüler und Lehrer gleichermaßen mit dem Portal zu binden – sicherlich auch, weil das Projektteam um Leiter Harald Heuer in Essen zu drängenden Nachrichtenthemen auch tagesaktuelle Unterrichtsmaterialien liefert und via Lehrer-Newsletter mit den Pädagogen in Kontakt steht.

## Einsatz von Tablets in Schulprojekten

Einige Verlage bemühen sich, die fehlende technische Infrastruktur in den Schulen mit eigenen Ressourcen auszugleichen und so digital zu punkten. Es gibt verschiedene Ansätze, die von Tablet-Pilotklassen bei der *Mittelbayerischen Zeitung* bis hin zum Tableteinsatz bei redaktionellen Unterrichtsbesuchen reichen – so

zum Beispiel beim *Bergsträßer Anzeiger*. Bei Besuchen im Klassenzimmer hat der Projektedakteur einen Klassensatz Tabletgeräte dabei und lässt die Klasse die Verlags-App ausprobieren. „Da wir die aktuelle Ausgabe der digitalen Zeitung vorinstallieren, können die Schüler unser Digitalprodukt kennenlernen, ohne dass wir auf ein WLAN oder andere digitale Infrastruktur in den Schulen angewiesen sind“, erklärt Selina Katzenmeier aus dem Verlagsmarketing des *Mannheimer Morgen*. Das Projekt „Tablet-Klasse“ haben *Bergsträßer Anzeiger* und *Mannheimer Morgen* gemeinsam entwickelt. Nach der erfolgreichen Pilotphase beim BA soll das Projekt 2017 auch in Mannheim ausgerollt werden. Andere Verlage stellen Tablet-Klassensätze leihweise für mehrere Wochen zur Verfügung und bieten Zugang zum E-Paper oder statten Klassen mit Unterstützung von Sponsoren gleich dauerhaft aus.

## Ausblick – Digitalkanäle in pädagogischen Projekten

Um als Verlag die angestammten pädagogischen Projekte digital anzureichern, ist Experimentierfreude gefragt. Sicher sind Pilotprojekte mit interessierten Schulen sinnvoll, um neue digitale Möglichkeiten zu entwickeln. Fest steht, dass Verlage alle bestehenden Kanäle von Print bis Online in Projekte integrieren sollten, um Schülerinnen und Schüler wie auch das Lehrpersonal mit ihnen bekannt zu machen.

Darüber hinaus positionieren sich Zeitungsverlage bei den Lehrern mit digitalen Projekten als Instanzen der Medienkompetenzvermittlung. Die Voraussetzungen dazu sind ideal, da Zeitungsverlage als Experten für Print und Online unterschiedliche Medienkanäle in Medienprojekte einfließen lassen können. Damit schließen sie an einen Bedarf der jungen Lehrkräfte an. Das geschieht im besten Falle über qualitative Ansätze, die Lehrerinnen und Lehrer ausreichend Orientierung in der digitalen Welt geben.

Mit der redaktionellen Serie #allesdigital startete zum Beispiel die *Main-Post* vergangenen Herbst in den neuen Durchgang des Schulprojekts KLASSE! Die Beiträge sind speziell konzipiert worden, um Lehrkräften (natürlich auch weiteren interessierten Lesern) digitales Know-how nahe zu bringen, die Inhalte werden in Lehrerworkshops zum Projektauftritt vertieft.

Vor allem aber sollten die Zeitungen nicht darauf vertrauen, dass die Digital Natives den Auftritt der Tageszeitung auf Facebook oder anderen Plattformen von alleine finden werden. Eine Erhebung, die wir bei jule für einige unserer Mitgliedsverlage unter Projektteilnehmern in weiterführenden Schulen gemacht haben, zeigt das Gegenteil: Schüler vermuten die Tageszeitung gar nicht in den sozialen Netzwerken, im Zweifel nicht einmal online. Auch den digital Affinen muss man klarmachen, dass die alte Tante Tageszeitung digital verfügbar ist. Nirgendwo geht das zielgerichteter als im Rahmen der pädagogischen Projekte.