

GMK-Mitgliederumfrage 2026:

Knapp 90 Prozent geben schulischer Medienbildung schlechte Noten

Niemand bewertet die derzeitige Medienbildung an Schulen als „sehr gut“. 55 Prozent sehen schuleigene, festangestellte Medienpädagog*innen in der Hauptverantwortung, weitere 12 Prozent externe Medienpädagog*innen.

89,6 % bewerten die Medienbildung an Schulen als „eher schlecht“ oder „sehr schlecht“ (172 von 192).	55 % sehen schuleigene, festangestellte Medienpädagog*innen in der Hauptverantwortung.	0 % bewerten die derzeitige Medienbildung an Schulen als „sehr gut“.
--	--	--

Die aktuelle Mitgliederumfrage der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (GMK), durchgeführt in Kooperation mit dem Deutschen Kinderhilfswerk (DKHW), zeichnet ein deutliches Stimmungsbild unter Fachkräften der Medienpädagogik und angrenzender Bildungsbereiche. Insgesamt nahmen 200 Personen teil, je nach Frage variiert die Zahl der Antworten.

1. Zwei Drittel sehen Medienpädagog*innen in der Hauptverantwortung

- Bei der Frage nach der hauptsächlichen Verantwortung für Medienbildung in Schule (n = 194) nennen 55 Prozent schuleigene, festangestellte Medienpädagog*innen und 12 Prozent externe Medienpädagog*innen. Zusammengenommen sind das 67 Prozent. Lehrkräfte werden von 21 Prozent genannt.
- Die offenen Antworten relativieren eine reine Zuständigkeitslogik: Häufig wird Medienbildung als gemeinsame Aufgabe multiprofessioneller Teams beschrieben, mit klaren Rollen für Lehrkräfte, Schulsozialarbeit, Medienpädagog*innen und weitere Partner*innen.

*„Das ist kein Zusatzjob für Lehrer*innen, sondern gehört in professionelle Hände.“*

*„Es sollten immer multiprofessionale Teams an Schule verantwortlich sein: Lehrkräfte, Schulsozialarbeit und Medienpädagog*innen gemeinsam.“*

– exemplarische Antworten aus der Mitgliederumfrage

2. Das Problem ist nicht vorrangig mangelnde Technik – es fehlt an Struktur, Zeit und Personal

- In den qualitativen Antworten zu fehlenden Rahmenbedingungen (n = 166) verdichten sich mehrere Problemlagen: unzureichende medienpädagogische Qualifikation und Fortbildung, fehlende curriculare Verankerung und Verbindlichkeit, Mangel an qualifiziertem Personal, Zeitdruck sowie kurzfristige bzw. projektförmige Finanzierung.
- Hinzu kommen unklare Zuständigkeiten, teils nicht verlässlich funktionierende Infrastruktur und eine starke Abhängigkeit vom Engagement einzelner Lehrkräfte oder Schulleitungen.

„Medienbildung ist an Schulen noch immer nicht strukturell verankert und hängt damit zu oft vom Engagement einzelner ab. [...] Es braucht dringend zusätzliches, qualifiziertes Personal.“

– exemplarische Antwort aus der Mitgliederumfrage

3. Medienbildung muss über Technikkompetenz hinausgehen

- In den offenen Antworten zum Idealzustand (n = 150) zeichnet sich Medienbildung als verbindlicher Bestandteil des Schulalltags von Klasse 1 bis 13 ab. Zur Organisationsform gibt es unterschiedliche Vorschläge: eigenes Fach, Querschnittsaufgabe oder eine Kombination aus beidem.

- Inhaltlich stehen nicht nur Geräte- und Anwendungskompetenzen im Vordergrund, sondern die Befähigung zu einer selbstbestimmten, kritisch-reflektierten und kreativen Nutzung von digitalen Medien und KI-Anwendungen. Schüler*innen sollen an Medienkonzepten und Themenauswahl beteiligt werden.

„Medienbildung würde nicht nur Techniknutzung vermitteln, sondern Selbstwirksamkeit, Teilhabe, Demokratiebildung, Datenschutz, Umgang mit Desinformation, KI-Kompetenz und kreative Medienproduktion stärken.“

– exemplarische Antwort aus der Mitgliederumfrage

4. Außerschulische Medienpädagogik als dauerhafte Kooperationspartnerin

- Die Befragten beschreiben externe Fachkräfte als Quelle aktueller Expertise, praxisnaher Methoden und lebensweltorientierter Zugänge. Außerschulische Angebote können Räume ohne Noten- und Leistungsdruck schaffen, Lehrkräfte entlasten und auch Eltern sowie pädagogische Fachkräfte qualifizieren.
- Als Voraussetzung für nachhaltige Wirkung werden feste Kooperationsstrukturen, Regelmäßigkeit, faire Honorierung und verlässliche Finanzierung genannt. Außerschulische Medienpädagogik wird als Unterstützung der schulischen Verantwortung und dauerhafte Bildungspartnerin gesehen.

*„In einem Workshop sind Kinder nicht Schüler*innen mit Note im Hinterkopf, sondern Teilnehmende – und sprechen anders über ihre TikTok-Nutzung, über KI, über das, was Eltern verbieten.“*

– exemplarische Antwort aus der Mitgliederumfrage

Politische Konsequenzen, die GMK und DKHW daraus ableiten

- Jährlich mindestens 800 Millionen Euro von Bund, Ländern und Kommunen für eine Offensive schulischer Medienbildung. Zunächst könnten für Qualifizierung und mehr Personal Mittel aus Digitalpakt 2.0 und Startchancen-Programm genutzt werden. Für eine flächendeckende und dauerhafte Lösung braucht es eine gesetzliche Verankerung im Kinder- und Jugendhilfegesetz (SGB VIII) analog zur Schulsozialarbeit, sowie eine verlässliche Beteiligung des Bundes an den laufenden Personalkosten.
- Feste medienpädagogische Fachkräfte an Schulen, qualifizierte Einbindung der Schulsozialarbeit und multiprofessionelle Teams, die gemeinsam mit Schüler*innen und Eltern tragfähige Medienkonzepte entwickeln.
- Medienbildung strukturell statt nur projektförmig absichern und medienpädagogische Inhalte verbindlich in allen Studien- und Ausbildungsgängen der Pädagogik und Sozialen Arbeit verankern.

Zur Einordnung der Umfrage

Die Befragung ist eine GMK-Mitgliederumfrage und keine repräsentative Bevölkerungs- oder Lehrkräftebefragung. 200 Personen nahmen teil; 138 ordneten sich dem Berufsfeld Medienpädagogik/Medienbildung, 44 dem Berufsfeld Schule zu (Mehrfachnennungen möglich). Die geschlossenen Fragen wurden deskriptiv ausgewertet, die offenen Antworten qualitativ codiert. Aussagen aus den offenen Fragen bilden ein fachliches Meinungsbild ab, sind aber nicht statistisch generalisierbar.

Über die GMK

Die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (GMK) ist der größte bundesweite Fachverband für Medienkompetenz und Medienbildung. Mit dem Ziel, Medienpädagogik als festen Bestandteil der Bildungslandschaft zu etablieren, bringen wir seit 1984 Fachkräfte, Expert*innen, Institutionen sowie alle Interessierten aus Bildung, Kultur, Medien und Politik zusammen – für eine kreative und kritische Medienpädagogik, die politische, soziale, kulturelle, technische und ethische Perspektiven verbindet. Als gemeinnütziger Verein mit Sitz in Bielefeld beraten wir Politik und Bildungssektor, positionieren uns öffentlich zu aktuellen medienpädagogischen Themen und sind Plattform für Austausch, Vernetzung und Kooperationen.