

Wie Schülerinnen und Schüler heute kommunizieren: Kanäle, KI und der Dialog mit Lehrkräften

Transkript zum Video

Zwischenüberschriften und Sprecherbezeichnungen wurden zur besseren Orientierung redaktionell ergänzt.

Dieses Transkript wurde mithilfe von KI erstellt und kann vereinzelt Ungenauigkeiten enthalten.

00:00 – Einführung und Studie zum Kommunikationsalltag

Jessica Mezger

Hallo und herzlich willkommen zu der Session hier im Rahmen des AUSBLICK-Kongresses 2025. Ich freue mich, in der Runde zusammenzukommen. Ich bin Jessi von We are Family. Wir nennen uns selbst oder wir bezeichnen uns selbst als die Next Generation Agency. Was wir machen, ist Kommunikation, Bildungskonzepte, Gesundheitskommunikation.

Wir haben bei uns in der Agentur alle Gewerke, um entsprechend Maßnahmen umzusetzen, sowohl in eben dem Bereich Konzeption und Strategie, wie aber eben nachher auch im Design, in der Kreation, im Video, in auditiven Formaten und so weiter. Was wir tun, ist unter anderem eben auch das Programm BARMER Durchblickt gemeinsam mit der BARMER. Und uns ist essenziell wichtig, dass wir eben nicht einfach nur Kommunikation machen und Programme entwickeln, die gut aussehen und wirkungsvoll ums Eck kommen, sage ich jetzt mal, sondern uns geht es darum, wirklich zielgruppennah zu arbeiten, Kommunikation basierend auf fundiertem Wissen aufzubauen, mit Zielgruppen gemeinsam zu entwickeln.

Und in dem Zug haben wir eben auch unsere eigene Abteilung Audience Insights, wo wir mit Zielgruppen sprechen, wo wir Marktforschung und tiefgehende Sozialforschung mit jungen Menschen machen. Und deshalb habe ich heute auch die Ehre, hier im Kongress Insights aus unserer eigenen Forschung vorzustellen. Das ist die Grundlage dafür, dass wir Kommunikation zielgerichtet und zukunftsorientiert auslegen können, ausarbeiten können, gemeinsam mit unseren Kunden, gemeinsam mit der BARMER, um einfach junge Menschen, junge Zielgruppen zu erreichen. Und heute möchte ich über eine Studie sprechen, die wir spezifisch für den AUSBLICK-Kongress durchgeführt haben, superaktuell im Oktober diesen Jahres, und zwar zum Thema Kommunikation, KI und Dialog mit Lehrkräften.

Wir haben dabei 1.027 Schülerinnen und Schüler in Deutschland befragt, alle im Alter zwischen 15 und 19 Jahren. Heißt wirklich aktiv im Schulalltag mit drin. Und ich möchte die Ergebnisse

heute vorstellen, mit dem Fokus darauf, einfach mal einen Einblick zu geben: Wie sprechen Schülerinnen und Schüler eigentlich? Wie sieht deren Kommunikationsalltag eigentlich aus? Und was bedeutet es im Umkehrschluss für den Umgang, für den Austausch, für die Wirkung von Kommunikation im Schulalltag?

Das Ziel ist heute einfach einen kleinen Impuls zu geben, mehr Verständnis vor allem zu schaffen und die Diskussion anzuregen darüber, wie man mit Schülerinnen und Schülern am besten in die Kommunikation geht, wie man Unterrichtseinheiten eben auch aufsetzt, um möglichst einen großen Effekt und einen nachhaltigen Eindruck zu hinterlassen. Ja, dann würde ich sagen, gehen wir einfach mal rein. Ich starte mit dieser Frage:

02:55 – Was in der Informationsflut hängen bleibt

Jessica Mezger

Wie kommunizieren Schülerinnen und Schüler heute? Ich lasse mal kurz das wirken. Ich hoffe, keiner sitzt zu nah vor dem Bildschirm, weil das, was hier vielleicht für den einen oder anderen direkt mal einen Stresseffekt auslöst und vielleicht sogar auch Teil des eigenen Alltags ist, vermutlich Teil des eigenen Alltags ist. Das ist die Art und Weise, wie jeder Tag bei Schülerinnen und Schülern heute aussieht. Das ist die Art und Weise, wie Kommunikation für sie dauerhaft auf ganz verschiedenen Kanälen in jedem Moment, egal ob man auf dem Sofa sitzt oder in der Bahn oder eben eigentlich im Unterricht, wirkt.

Es passieren ganz viele Sachen gleichzeitig. Es ist viel Video. Jetzt haben wir hier noch den Ton aus. Im besten Fall wird man auch noch auditiv beschallt. Aber, Fakt ist, das ist, wie Kommunikation heute aussieht.

Dopamin Rush, das ist das Wort, wie wir das Ganze an der Stelle bezeichnen würden. Was bleibt eigentlich hängen, wenn so viel verschiedene Informationen, am besten noch parallel und auf verschiedenen Kanälen – jetzt haben wir ja auch gerade nur digital was gesehen ne – in der realen Welt passiert das eben nicht nur digital, sondern auch noch in dem Umfeld direkt um einen drumrum. Was bleibt hängen, wenn so viele Botschaften, wenn so viel Bild und Audio gleichzeitig auf einen einprasselt? Ich mache es kurz und knackig, weil was hängen bleibt, ist genau das. Erstens kurze Botschaften, klare Worte, kurze Sätze, also einprägsame, prägnante Wortwahlen.

Das funktioniert. Darüber hinaus, der zweite Punkt ist, die persönliche Relevanz. Wenn etwas für eine Person einen ganz persönlichen Anknüpfungspunkt findet, und zwar was, was jetzt gerade im Hier und Jetzt für mich relevant ist, zum Beispiel, dass ich meine nächste Reise plane und dass ich nun nicht weiß, wo ich meine Sachen reinpacke, so wie hier mit dem Post, den wir hier von Aevor sehen. Dann ist es für mich von persönlicher Relevanz. Das funktioniert, das catcht meine Aufmerksamkeit.

Dabei muss es natürlich zu meinem Lifestyle passen. Das Thema, in welchem Milieu ich mich bewege, welcher Community ich angehöre, was meine Werte aufnimmt, hat ganz, ganz viel

damit zu tun, was persönliche Relevanz erlangt und verlangt an der Stelle eigentlich als Grundvoraussetzung schon eine Individualisierung und einen Zuschnitt auf eben genau diese Lebenswelt. Als dritter Punkt bleibt hängen ein konkreter Mehrwert. Birthday-Sale minus 30 Prozent. Es liefert mir direkt ein Versprechen an mich, ein Mehrwert für mein Konsumverhalten, weil ich bekomme jetzt nämlich direkt die minus 30 Prozent.

Punkt Nummer vier, was hängen bleibt: Simplizität und Struktur. Und ich weiß nicht, ob dem einen oder anderen die Seite vielleicht sogar bekannt vorkommt. Wahrscheinlich wenn dann mehr Frauen wie Männern. Das ist die Female Company, die hier wirklich einen coolen Job machen, die einfach in diesen Dopamin Rush, in dieses Lebendige, Dynamische, die wirkende Kommunikationswelt, was wir eben gesehen haben, Ruhe reinbringen. Klare Struktur, Leerräume, die einfach mal auch Luft zum Atmen geben, die dazu einladen, mal kurz sich zu fokussieren, visuell, aber auch inhaltlich.

Und dann nicht zu vergessen und ist hier auch als letzten Punkt aufgelistet, weil das was ist, was vielleicht dem einen oder anderen auch schon viele Nerven kostet, aber wo bestimmt jeder ein Beispiel findet, wo er sich aus genau diesem Grund dran erinnert, Wiedererkennbarkeit und Frequenz. Wir sehen hier Duo von Duolingo, wahrscheinlich den meisten auch bekannt, der in einer absurden Art und Weise einfach so unique ist, dass jeder es sofort wieder zuordnen kann und in einer hohen Frequenz in unterschiedlichen Situationen, in unterschiedlichem Storytelling oft auch unerwartet auftaucht und deshalb hängenbleibt.

Die 5 Key Points würde ich hier am Anfang gerne mal jedem mitgeben und eigentlich als so eine Art Checklist mitnehmen, weil das lässt sich eben nicht nur im, in der digitalen Kommunikation, im Bereich Social Media als 5 Key Faktoren nennen, die zu guter Kommunikation beitragen, wenn es um junge Zielgruppen geht. Nein, es lässt sich in jegliche Kommunikationssituation übertragen und sollte immer eine Art Guideline sein und vielleicht auch so ein bisschen eine eigene Checklist, ob man seine Kommunikation wirklich relevant und wirkungsvoll auf junge Zielgruppen ausrichtet. Und by the way nicht nur auf junge Zielgruppen, weil das, was wir vorher gesehen haben, ist ja nicht nur der Alltag von Schülerinnen und Schülern. Ich würde behaupten, das ist der Alltag von ganz, ganz vielen von uns.

Und man kann sich da auch gerne mal selber kontrollieren, indem man zum Beispiel sich einfach mal beschallen lässt und dann nachher wirklich aktiv die Frage stellt, an was kann ich mich jetzt davon erinnern? Und ich wette, dass es genau diese Elemente hier sein werden.

07:46 – Engagement und meistgenutzte Apps

Jessica Mezger

Engagement, das ist die Währung. Während ganz lange vor allem im Social Game das Thema Reichweite das war, wo man drauf geguckt hat, wo man gesagt hat, erfolgreiche Kommunikation oder erfolgreiche Absender haben eben eine große Reichweite, erreichen viele Leute. Davon sind wir inzwischen weg. Was junge Zielgruppen wirklich brauchen, was sie wollen, ist Engagement beziehungsweise nicht, was sie wollen, sondern was dazu führt, dass sie Elemente wirklich aktiv wahrnehmen. Es geht nicht darum, etwas zu sehen.

Es geht darum, wahrgenommen zu werden, dabei zu sein. Das bedeutet aktiv mitgestalten, Feedback geben, sich mit Themen identifizieren, noch mal tiefer reingehen, vielleicht was ergänzen, weiterentwickeln. Engagement ist die Währung. Das ist ein Begriff, der aus unserem Social Team kommt. Alles andere wär gelogen, aber der sich essenziell auf alle anderen Lebensbereiche weitertragen lässt.

Denn was junge Menschen hier lernen, ist die Art und Weise, wie sie kommunizieren und wie Kommunikation durch Engagement ernst genommen wird. Und genau diesen Maßstab setzen sie eben auch an anderen Punkten an, zum Beispiel eben in der Schule. Wir haben in unserer Befragung einmal reingeschaut und die Schülerinnen und Schüler gefragt, was sind denn eure meistgenutzten Smartphone-Apps? Ich habe vorhin gesagt, es geht 15- bis 19-Jährige. Wir haben hier ein Ranking der Top 6 meistgenutzten Apps.

Auf Platz 1 landet WhatsApp. WhatsApp eigentlich auf jedem Handy installiert und auch von jedem genutzt. Ist eigentlich, ich sag jetzt mal, das moderne beziehungsweise zeitgemäße Telefon. Also einfach die Art und Weise, wie man schnell und direkt mit seinem persönlichen Umfeld kommuniziert. Dann haben wir Instagram auf Platz 2.

Auf Platz 3 kommt TikTok. Platz 4 vielleicht für den einen oder anderen ein bisschen überraschend. Ich erlebe häufig, dass das die App ist beziehungsweise die Plattform, die grade älteren Generationen den wenigsten den Bezugspunkt liefert. Das ist Snapchat. Dann kommt Spotify auf Platz 5, auch nicht zu unterschätzen und auf Platz 6 nennen Schülerinnen und Schüler uns YouTube.

Um eine Einordnung zu geben, wie viel Zeit sie da eigentlich verbringen, haben wir danach gefragt, was ist die durchschnittliche Zeit, die du eben genau diese Kanäle am Tag verwendest? Und ich habe hier mal die Zahlen rausgepickt, wo es drum geht, dass man länger als 60 Minuten auf dem jeweiligen Kanal ist. Man sagt ja oft so, die Zeit bleibt stehen, beziehungsweise man selber hat das Gefühl, die Zeit bleibt stehen. Faktisch tut sie das aber nicht. Wir haben 49 Prozent der Schülerinnen und Schüler, die am Tag, über 60 Minuten auf TikTok verbringen.

41 Prozent, die über 60 Minuten mit Spotify verbringen. Das kann man vielleicht noch ein bisschen anders werten, weil Spotify ja auch durch das, dass es auditiv ist, häufig nebenher beziehungsweise aufm Schulweg oder aufm Weg von der Schule nach Hause genutzt wird. Dann haben wir 32 Prozent, die über 60 Minuten auf Instagram unterwegs sind, 28 auf WhatsApp. Und dann kommen unten mit 24 und 19 Prozent eben YouTube und Snapchat, was ganz spannend ist, weil YouTube ja ein sehr zeitintensiver Kanal ist. Also wenn ich mir ein Video anschau, dann kostet es eben einfach auch einige Minuten, während Snapchat einfach super, superschnell funktioniert.

Und jetzt kommt die Krux an der Sache. Natürlich ist es nicht so, dass jeder nur einen dieser Kanäle für mehr als 60 Minuten verwendet. Man kann davon ausgehen, dass einfach mehrere der Kanäle an einem Tag sehr intensiv genutzt werden. Die JIM-Studie von 2024, in der 12- bis 19-Jährige befragt werden, liefert uns die Zahl, dass an einem Schultag 157 Minuten auf Social Media verbracht werden. Ich lass die Zahl einmal wirken.

Wenn man es mal überschlägt, bedeutet das, dass sind ungefähr 20 Stunden in der Woche, was einem Halbtagesjob, also einer 50 Prozent-Stelle gleichzusetzen ist. So viel an der Stelle. Heißt,

die Zeit bleibt nicht stehen, die Zeit rennt und es ist sehr viel Zeit, die auf genau diese Kanäle geht. Ich möchte auf zwei einmal kurz eingehen, weil ich glaube, es ist in der Runde ganz spannend, die sich anzuschauen.

11:59 – TikTok und Snapchat im Vergleich

Jessica Mezger

Das erste ist TikTok. TikTok ist in aller Munde. Also jeder hat den Hype, sage ich mal, mitbekommen. Jeder nennt auch TikTok als das Gen Z oder eben auch schon Gen Alpha, Tool beziehungsweise Ersatz zu Facebook, dann Instagram und dann TikTok. An der Stelle kurz: Was macht TikTok eigentlich?

TikTok ist total ungeschönt. Es ist sehr, sehr trendfähig. Wir haben hier einfach eine Schnelllebigkeit, die jede andere Plattform abhängt. TikTok hat aber vor allem eine sehr beeinflussende Art und Weise mit seinen Usern umzugehen, sich gegenseitig zu beeinflussen, selber als Creator Einfluss zu nehmen, aber auch als Betrachter sehr beeinflussende Elemente aufzufangen. Und by the way, es ist eben einfach super unterhaltsam.

Hier ist ungefähr alles erlaubt. Es gibt auch nichts, was es nicht gibt. Es kommt aus jeglicher Bubble, aus jeglicher Ecke der Welt ein Impuls und alles connectet eben auf TikTok. Was total spannend zu sehen ist, ist, dass wir gerade so einen leichten Abwärtstrend haben bei TikTok. Was nicht heißt, dass die Plattform nicht mehr maximal beliebt ist – versteht mich bitte an der Stelle nicht falsch, aber was wir beobachten können, ist, dass gerade bei den Jüngeren wir mehr Non-User haben, wie wir es eben in dieser Peak-Zielgruppe zwischen, ich sage jetzt mal, heute 17- und 24 Jahren haben.

Also während wir bei den über 17-Jährigen in unserer Befragung 21 Prozent Non-User haben, sind es bei den unter 17-Jährigen, sprich 15- und 16-Jährige, bereits 30 Prozent Non-User. Und das wird gerade sehr stark diskutiert, weil man einfach beobachtet, dass die Plattform vielleicht sogar schon zu schnell ist und in diesem Dopamin Rush, den junge Generationen eh schon so arg erleben, eigentlich diese Überforderung ins Unendliche treibt und junge Menschen eher damit starten, sich ein bisschen davon wieder zu distanzieren, sich Raum zu schaffen und sich vielleicht auch zu schützen. Damit zumindest die User-Zeiten hier ein bisschen reflektierter sich anschauen. Die andere Plattform, die ich zeigen möchte, ist Snapchat. Ich hab es eben schon angesprochen.

Wer Snapchat nicht kennt, sollte sich definitiv einmal damit auseinandersetzen. Es funktioniert nämlich komplett anders, wie zum Beispiel TikTok das tut. Hier ist es eher persönlich. Es geht hier viel ums Chatten. Es geht drum, mit Bildern, mit Videos aus dem eigenen Alltag zu chatten.

Es ist vergänglich, heißt, wenn ich jemandem etwas schicke, dann ist es nach einmal anschauen oder eben nach einer gewissen Zeit wieder verschwunden. Damit ein sehr, sehr dynamisches Tool. Es geht direkt an die Personen, die ich kenne und vor allem hat Snapchat einen gamifizierten Ansatz im Hintergrund, wo es darum geht, einfach Punkte zu sammeln in dem Austausch mit eben meinen Freunden, guten Bekannten und hat damit einfach noch mal eine andere Motivation, an der Stelle aktiv auf dem Tool zu sein. Und Snapchat gewinnt im Gegensatz

zu eben dem, was wir gerade bei TikTok gesehen haben, vor allem eben in der jungen Generation. Wir haben ja auch sehr hohe Verweildauern pro Tag, obwohl es eben einfach so schnell geht und auch so zwischendrin passiert, was ganz spannend ist.

Und weltweit, unabhängig von eben der User-Zahl, haben wir ein Wachstum an aktiven Usern von plus 7 Prozent, was wirklich nennenswert ist, dafür, dass es eine Plattform ist, die auch wirklich schon lange existiert. Und das lässt sich so ein bisschen dem zusprechen, dass wir hier einfach aus diesem großen Ganzen, aus dieser extremen Beschallung mit ganz, ganz vielen verschiedenen Impulsen rausgehen, sondern eher wieder Raum haben in der persönlichen Kommunikation mit einem Fokus und mit einem individuellen Mehrwert.

15:36 – Online- und Offline-Kommunikation

Jessica Mezger

Was würde ein Boomer also sagen? „Leben in einer Parallelwelt“ – vor allem mit Blick auf diese hohen Zahlen, die ich eben gezeigt habe? Gen Z sagt: „Hä, parallel? It's life.“ Und das eben auch zu Recht. Junge Leute kennen einfach gar keinen Unterschied zwischen der Offline- und der Onlinewelt.

Stellt man sich es einmal vor, dann sind sie geboren in einer Welt, wo eben von Anfang an in ihrer Welt beides existiert hat, und zwar auch beides schon connected existiert hat. Und das macht eben einfach diese junge Generation heute aus. Wir haben 38 Prozent, die sogar sagen, es macht für sie keinen Unterschied, mit Freundinnen digital oder persönlich zu kommunizieren. Es ist eine Welt, es ist ihre Welt. Und wenn man sich das Ganze jetzt mal aber anschaut, wie diese Welt eigentlich für sie funktioniert und was sie emotional mit ihnen macht, dann ist es doch wieder irgendwie ganz spannend und man muss definitiv beide Perspektiven mitziehen.

Auf der einen Seite dieses Offene und dieses im Hier-und-Jetzt-Sein und mit dem, ich sage jetzt mal, Fortschritt oder mit der gesellschaftlichen Entwicklung mitzugehen. Auf der anderen Seite aber auch was sehr Kritisches. Und das Kritische war in der Vergangenheit bei jungen Leuten häufig nicht da. Hat ja auch zu vielen Krankheitsbildern geführt und zu ganz, ganz kritischen gesellschaftlichen Diskussionen. Wenn wir uns das jetzt heute angucken, haben wir da aber noch mal einen anderen Blick drauf.

Ich möchte es am Beispiel von einer Schulklasse machen. Sagen wir, eine durchschnittliche Schulklasse in Deutschland hat 25 Schüler und Schülerinnen. Wir haben hier einmal nachgefragt: „Stimmst du dieser Aussage zu deiner Social-Media-Nutzung zu?“ Und wir haben 43 Prozent, die erst mal das bestätigen, was wir eben gesehen haben. Sie können sich einen Alltag ohne Social Media absolut nicht vorstellen. Es gehört einfach ganz fest dazu.

Wir haben noch einige, die sagen, das fällt ihnen total schwer, aber die 43 Prozent, die können sich es einfach per se gar nicht vorstellen. Es existiert nicht. Jetzt kommen wir aber noch mal zu Zahlen, die uns aufzeigen, wie schwierig das auch sein kann. Wir haben nämlich 76 Prozent, die auch sagen, dass sie mehr Zeit auf Social Media verbringen, wie sie eigentlich gerne würden, wie ihnen eigentlich lieb ist. Und dazu ergänzend die Zahl von 71 Prozent, die bereits heute dazu

tendieren, ihre Social-Media-Nutzung einzuschränken durch eigene Maßnahmen, durch beschränkende Tools, durch Selbstkontrolle und alles, was da mit dazukommt.

Und ich erinnere, wir sprechen von 15- bis 19-Jährigen in dieser Befragung. Heißt, wir sehen hier schon einen sehr reflektierten Umgang mit dem Thema, reflektierter, wie er vielleicht bei den älteren Geschwistern gewesen ist, sage ich jetzt an der Stelle. Und wir sehen aber vor allem auch, dass sie da eigentlich eine Tagesaufgabe haben und eine anhaltende Herausforderung. Selbstkontrolle, Detox und Fokus. Das sind Themen, die neben dieser langen Zeit auf Social Media und dieser intensiven und anhaltenden Kommunikation im Alltag wirklich was sind, was schwer wiegt, womit sie sich beschäftigen und was ihnen Kraft kostet.

Ein Boomer könnte jetzt sagen: „Stundenlang ohne Sinn und Verstand.“ Gen Z wird sagen: „Reflektiert, aber ohne Anleitung“. Weil das ist nämlich genau das, was ihnen fehlt. Es ist Teil des Alltags, es lässt sich nicht ausschließen. Es besteht für sie gar nicht die Frage: mit oder ohne diesen Teil der Kommunikation, weil es ist die Art und Weise, wie in der Generation heute gesprochen wird. Aber was ihnen fehlt, ist eine sinnvolle Anleitung.

Dabei passiert gerade auf den Kanälen viel, viel mehr wie nur Unterhaltung. Wir haben gefragt:

18:55 – Social Media als Wissens- und Nachrichtenquelle

Jessica Mezger

„Zu welchem Zweck nutzt du eigentlich digitale Apps und Messenger?“ Nicht überraschend auf Platz 1: unterhalten werden, auf Platz 2 das Thema Chatten. Aber dann, und das ist grade für Sie in dem Umfeld hier was, was man sich einmal mitnehmen kann. Es geht ihnen hier vor allem auch um das Thema von News zu erfahren oder sich gezielt Wissen aufzubauen, weil auch das passiert auf Social Media. Dabei geht es bei Wissen und News vor allem Themen wie zum Beispiel Politik und Gesellschaft, das nennen sie uns als Themenbereich Nummer 1, dann aber auch Sport, Geschichte, Natur und Umwelt und auch nicht zu vergessen das Thema Wirtschaft und Finanzen, was ihnen auf den Plattformen viel begegnet und wo sie sich Wissen rausziehen können. Wissen geht dabei eher über YouTube, das ist da mit 45 Prozent ganz vorne mit dran.

Dann kommt TikTok und Instagram, was immer noch bei gut einem Viertel das Thema ist. Und News, total spannend, News vor allem über Instagram, und zwar Instagram noch deutlich plus 10 Prozent, bevor man zu einer Nachrichtenapp greift. Also eben, wenn man jetzt sagt, Zeitungersatz ist die Nachrichtenapp, aber Instagram ist eigentlich noch viel mehr informativ und viel aktueller wie eben die Nachrichtenapp, dann muss man das schon mal sehr reflektiert anschauen, was das eigentlich für das Bildungsverhalten bedeutet. Und es ist nicht so, dass sie da wahllos unterwegs sind. 7 von 10 haben wirklich ganz spezifische Quellen, wo sie nach Wissen suchen, wo sie sich ihr Wissen hernehmen, zum Beispiel Mrwissen2go, Herr Anwalt, die wir hier unten sehen.

Und was die eben einfach gut machen, ist, dass sie immer verfügbar sind. Das bringt das Format mit sich. Dass wie sie kommunizieren sehr anwendungsorientiert ist, sehr auf Augenhöhe. Es ist

immer modular, kleine Botschaften snackable würde ich an der Stelle sagen. Vor allem on demand verfügbar, heißt, man kann immer wieder reinpicken, man kann es sich noch mal anschauen, man kann auf Pause drücken, man kann es mit jemandem teilen oder irgendwie sich abspeichern und zu einem späteren Zeitpunkt wieder reingehen.

Sie verbinden es aber vor allem auch mit einem Storytelling und schaffen damit eigentlich sich selber als eigene Marke, als eigener Absender und werden so ein bisschen zum Teil der Lebenswelt junger Menschen. Die Schule ist in dem Fall ein Kontrastraum beziehungsweise einfach eine andere Art des Kommunikationsraums. Wenn wir uns mal anschauen, welche Apps werden hier eigentlich verwendet, dann tauchen die ganzen, die wir eben mit einer sehr hohen Präsenz im, ich sag jetzt mal privaten Alltag aufgetaucht sind, hier nicht mehr auf. Wir haben hier wirklich lediglich WhatsApp, YouTube und eben teilweise noch News-Plattformen, um nach Unterrichtsinhalten zu recherchieren. Jetzt ein kurzer side comment, wenn man sich schon mal gefragt hat, was passiert eigentlich in der Pause, dann ist hier back to normal.

Also da ist WhatsApp wieder sehr, sehr vorne mit dabei, dann aber vor allem auch das Thema Instagram checken, Snapchat einmal zu nutzen und dann TikTok, was mit 35 Prozent nicht zu unterschätzen ist, aber trotzdem hier eigentlich nicht genügend Zeit findet, weil die Pause wahrscheinlich zu kurz ist beziehungsweise man auch in dem Moment gar nicht so arg beschallt werden möchte. Jetzt machen wir einen kleinen Exkurs, weil es grad ein super relevantes Thema ist,

22:05 – Künstliche Intelligenz im Schulalltag

Jessica Mezger

und zwar zur künstlichen Intelligenz. Wir haben auch hier nachgefragt. Ein Boomer würde jetzt sagen: „Faul und unselbstständig. Sie nutzen künstliche Intelligenz, um easy die Schulaufgaben zu machen.“ Gen Z würde sagen: „Effizient und im Hier und Jetzt.“ Weil das ist nämlich die Technik, das ist die Art und Weise, wie sich nachher auch unser Arbeitsleben gestalten wird und was wir da verwenden. Nahezu alle Schülerinnen und Schüler in unserer Befragung, 97 Prozent, nutzen heute KI-Anwendungen und sie fühlen sich sehr wohl damit. Also es ist nicht so, dass sie da unsicher sind.

Wir haben grade mal 4 Prozent, die sagen, sie fühlen sich nicht wohl damit, also absolut nicht wohl. 13 Prozent, die sagen, eher nicht wohl damit, aber der Großteil ist da sehr, sehr confident unterwegs. Was sie nutzen, ist primär ChatGPT, aber auch so was wie die Google AI mit 25 Prozent ist längst in der Zielgruppe angekommen. Meta, Perplexity und Copilot sind Begriffe, aber einfach noch nicht so aktiv in der regelmäßigen Nutzung. Was jetzt hier total spannend ist und was ich unbedingt an der Stelle mitgeben möchte, ist die Erkenntnis, dass Schülerinnen und Schüler KI hauptsächlich dafür nutzen, um eben im schulischen Kontext Dinge zu erledigen oder Support zu bekommen.

60 Prozent lösen Schulaufgaben damit, noch mal 60 Prozent fassen Texte zusammen, 59 Prozent schreiben Texte. Sie holen sich zudem auch Tipps, mehr als die Hälfte, 57 Prozent, wie sie Dinge umsetzen können, was ja vielleicht sogar wirklich sehr löblich ist. Und 55 Prozent recherchieren

Fachinhalte. Und der Punkt ist kritisch zu betrachten, weil... (huch, jetzt habe ich einfach zu schnell getippt) Weil nämlich ChatGPT kann Fehler machen. Das wissen wir alle, es wird auch heiß diskutiert.

No News an der Stelle, aber was wir in unserer Befragung auch sehen, ist, dass wir einfach Schüler und Schülerinnen haben, die ein sehr, sehr hohes Vertrauen gegenüber der KI mitbringen. 48 Prozent vertrauen auf die Antworten der KI und es sind nur im Gegensatz dazu 3 Prozent, die wirklich Antworten routiniert überprüfen. Und da haben sie vielleicht auch selber schon Erfahrungen gemacht im Unterricht oder im schulischen Umfeld, wo solche Effekte zum Tragen kommen, also wo man vielleicht Antworten bekommt oder Ergebnisse auf Schulaufgaben, die einfach nicht überprüft wurden. Und das ist total kritisch. Wir haben grade eine aktuelle Metastudie von der Columbia Journalism Review 2025, die sagt, dass ChatGPT in 60 Prozent der Fälle nicht vollständig korrekte Antworten liefert.

Und das in Kombination mit dem, wie einfach das Nutzungsverhalten grade ist, ist – ich würde mal sagen, ein dickes Ausrufezeichen dahin, dass Schülerinnen und Schüler hier auch einfach Support brauchen und dass es essenziell ist, beizubringen und zu lernen, wie ich eigentlich KI effizient, wirkungsvoll und richtig einsetzen kann, um genau nicht in diese Falle zu tippen. Noch ein spannender Fact an der Stelle, wir haben auch noch mal nachgefragt: Wofür nutzt du die KI am meisten? Und da ist auch ein Thema aufgekommen, was in Richtung persönliche Gespräche geht. Wir haben 16 Prozent der 17- bis 19-Jährigen, die KI-Anwendungen nutzen, um persönliche Gespräche zu führen. Also wie lief es heute in der Schule?

Wird mit der KI besprochen zum Beispiel, wenn man es mal ganz taktisch sagen möchte. Das Thema Dialog ist damit was, was im Bereich der künstlichen Intelligenz stattfindet, was aber auf der anderen Seite natürlich auch im Schulalltag eine ganz große

25:38 – Erwartungen an den Dialog mit Lehrkräften

Jessica Mezger

Rolle spielt, nämlich der Dialog mit Lehrkräften. Und wir waren mal total neugierig, wie stellen sich Schüler und Schülerinnen den Dialog mit Lehrkräften eigentlich wirklich vor, wenn man sie fragt, was muss er aus deren Perspektive mitbringen? Wir sehen hier erst mal, dass er primär persönlich stattfindet, also obwohl wir heute auch Messengerdienste in der Schule haben und so weiter, sind die noch nicht so stark genutzt. Der persönliche Austausch ist hier das, was den Hauptanteil annimmt, was aber auch Schülerinnen und Schülern extrem wichtig ist.

„It is, what it is: Ein Spiegelbild & Gegenpol zur Social-Media-Kommunikation.“ Das nehme ich an der Stelle mal vorweg, weil das ist nämlich eigentlich das, was wir aus der Art und Weise, wie Schülerinnen und Schüler mit Lehrkräften kommunizieren wollen und was sie auch von ihnen erwarten, aufbauen. Das reflektiert sehr schön das, was wir vorher gesehen haben, was wir in einer Onlinekommunikation, in einer sehr multidimensionalen und sehr schnellen Kommunikationswelt und einem Kommunikationsgeschehen sehen. Was nämlich Schüler und

Schülerinnen vom Dialog mit Lehrkräften gerne hätten, ist, dass sie sehr viel Geduld einfordern und die Fähigkeit zuzuhören, respektvolle Sprache, ich glaub, da kann ich ein bisschen drüberspringen. Das hätte uns alle wahrscheinlich gewundert, wenn das hier nicht gestanden wäre, das ist ein Hygienefaktor.

Aber das Thema viel Geduld, die bekommen sie an anderen Stellen nicht unbedingt. Gleichzeitig erfahren sie da eine sehr hohe Personifizierung, die auch an der Stelle wieder zutrifft. Wird unterstützt von einer hohen Erwartung an ein Verständnis, eine Offenheit und ein Interesse an der eigenen Person, was quasi tiefer geht wie einfach nur Operatives und Lerninhalte. Sie erwarten vor allem eine passende und unmittelbare Rückmeldung. Das nennen uns 60 Prozent als sehr wichtig und sie erwarten auch eine Einfühlsamkeit.

Und das ist total spannend, wenn man es mal mit einer Zahl gegenüberstellt auf das Thema erwartest du Direktheit, haben uns nur 27 Prozent geantwortet, dass das was ist, was sie gerne im Dialog mit Lehrkräften sehen. Bedeutet auch hier, ja, sie wollen eigentlich wirklich, dass die Kommunikation zwar klar ist in der Sprache und einfach aufzugreifen, aber eine Einfühlsamkeit mit sich trägt. Im Gegenzug sehen wir, dass die Hemmschwelle sehr niedrig ist. Schüler und Schülerinnen sind total offen mit ihren Problemen auf Lehrkräfte zuzugehen. Auf der einen Seite was total Positives, würde ich sagen, auf der anderen Seite bedeutet es aber auch, dass Lehrkräfte natürlich sehr viel auffangen müssen, weil und ich denk, das werden die meisten hier bestätigen.

Weil das, womit sie auch einfach auf die Lehrkräfte zugehen, ist eben nicht nur Unterrichtsthemen, das ist es primär mit 94 Prozent, aber es ist auch viel Organisatorisches und nicht zu unterschätzen persönliche Anliegen, und zwar in 70 Prozent der Fälle. Kommunikation mit Lehrkräften oder Kommunikation im schulischen Umfeld aus Perspektive von Schülerinnen und Schüler setzt eigentlich das Thema Respekt statt Autorität, Drive statt Druck und Anleitung statt Anweisung auf den Tisch. Und ich würde gerne mal diese Seite allen mitgeben, um sich ein bisschen reinzudenken, um aber auch zu reflektieren und das vielleicht so ein bisschen als, nicht als Hilfestellung, aber als Eindruck in die Kommunikation im Alltag mitzunehmen. Respekt, Drive und Anleitung.

Das ist das, was aus dem Kommunikationsverhalten junger Zielgruppen, junger Schülerinnen und Schülerinnen, junger Schülerinnen und Schüler reflektiert und was sie sich entsprechend auch von Lehrkräften wünschen, um einfach eine starke, eine zukunftsorientierte Bildung und ein Lernumfeld zu schaffen, was ihnen genau das gibt und den Antrieb verschafft, den sie brauchen.

29:16 – Fünf Schlussfolgerungen für den Bildungsalltag

Jessica Mezger

Und jetzt komm ich nach dieser Folie zu 5 Takeouts, die wir aus dem gesamten Thema hier noch mal mitgeben wollen. Ich habe vorher gesagt, wir wollen für mehr Verständnis sorgen, wir wollen

aber auch konkrete Handlungs-empfehlungen beziehungsweise Denkanstöße für den Alltag, für den Bildungsalltag mitgeben. Aus der Schule, aus der Studie in den Alltag. So rum, nicht aus der Schule in den Alltag. Die Schule ist der Alltag.

Ich starte mit Punkt Nummer 1. Kommunikation gewinnt durch Engagement. Engagement bedeutet klare Botschaften, persönliche Relevanz, konkreter Mehrwert, Simplizität und Struktur und Wiedererkennbarkeit sind die Grundlagen, um dieses Engagement herauszufördern, um Interaktion, um Teilhabe zu fordern. Es geht nicht nur drum, gesehen zu werden, das reicht nicht aus. Gesehen werden heißt nicht wahrgenommen werden.

Wahrgenommen und, sage ich mal, wirkungsvoll wahrgenommen werden Informationen und Inhalte dann, wenn sie durch Engagement oder mit Engagement vermittelt werden. Social Media und KI sind auch relevante Wissensquellen. Wir haben es vorher gesehen. Social Media wird oft ja auch nur an den Pranger gestellt mit dem Thema, es unterhält, es führt zur Entspannung beziehungsweise man lässt sich einfach berieseln. Ja, man lässt sich berieseln, aber nicht nur mit Schwachsinn, nicht nur mit leeren Botschaften oder einem Blick, sag ich mal, auf unterhaltsame Videos.

Nein, hier passiert viel, was sehr, sehr viel Information und Aktualität zum Alltag hat. Also alltagsnah und persönlich ausgerichtet, aktuell und schnell und on demand verfügbare Informationen. Es gibt hier einen Repeatbutton, ein extremer Vorteil für Schülerinnen und Schüler. Heißt, Social Media und KI dürfen auch als Wissensquelle wahrgenommen und eingesetzt werden, weil im privaten Alltag machen es Schüler und Schülerinnen so oder so. Es gehört dazu, es ist ein ganz natürliches Verhalten, was sie haben.

Punkt Nummer 3 aus der Studie in den Alltag. Gebraucht werden Räume, um Fachwissen, Orientierung und Selbstbefähigung zu transportieren. Wir haben vorher gesehen, Schüler und Schülerinnen sind reflektierter mit dem Umgang mit Social Media, fühlen sich da auch oft irgendwie überfordert oder suchen ihren Freiraum, suchen ihren Ruheraum. Die Schule und das Schulumfeld bilden heute schon so einen Raum, weil einfach hier nicht diese sehr penetrante beziehungsweise diese sehr, sehr starke und sehr umfangreiche Kommunikation und Präsenz der Tools stattfindet, wie wir auch vorne gesehen haben. Damit ist es ein Kontrastraum, es kann aber auch ein Schutzraum sein.

Und sich das einmal bewusst zu machen und vielleicht auch so auf den Raum Schule zu gucken und entsprechend mit Schülerinnen und Schülern auch zu interagieren, kann eine ganz spannende Diskussion sein. Punkt Nummer 4, Digitalkompetenz stärkt Gesundheit. Gesundheit ist wiederum die Voraussetzung für Lernfähigkeit und Bildungsteilhabe. Ich habe vorher gesagt, ein Gen Z-ler würde sagen, ich bin zwar viel online, aber es ist nicht so, dass ich mir die Frage stelle, soll ich das überhaupt sein oder soll ich es nicht sein? Nein, ich brauch eine Anleitung, wie ich damit umgehen kann.

Und diese Anleitung fehlt gerade und diese Anleitung führt zu Stress und negativen Emotionen. Nicht nur an der Stelle sehen wir das, sondern auch im Thema KI, wo ich vorher gesagt habe, es wird relativ wenig reflektiert, es wird viel eingesetzt, es wird wenig reflektiert, dadurch sind die Ergebnisse auch einfach nicht so gut. Heißt, was wir brauchen, ist Digitalkompetenz. Wenn wir die Digitalkompetenz im Zusammenspiel mit Gesundheit und Lernfähigkeit sehen, ist es auch

gar keine Frage von: Möchte ich eine weitere Kompetenz irgendwie mit aufnehmen? Das ist einfach ein Faktor, der im Zusammenhang essentiell ist und eine Wechselwirkung hervorruft.

Und Punkt Nummer 5, mit Blick auf Lehrkräfte, die mit Sicherheit keinen leichten Job haben, von ihnen wird verlangt, immer erreichbar zu sein und das eben in multiplen Rollen. Weil genau das haben Schülerinnen und Schüler aus ihrer natürlichen Kommunikation mitgenommen. So sieht ihr Kommunikationsalltag aus und das spiegeln sie auch auf die Schule und auf den Schulraum beziehungsweise das Schulpersonal wider. Aus Schülerinnen und Schülerperspektive geht es um Navigation mit Überblick. Sie brauchen einen engagierten Coach und sie brauchen aber auch eine verlässliche Bezugsperson.

Und dieser Bezugsperson sprechen sie eben auch so Sachen bei, wie zum Beispiel, was ich eben im Punkt Nummer 4 gesagt habe, die Digitalkompetenz zu vermitteln. Vielleicht sprechen sie es nicht eins zu eins so aus, aber die Lehrkraft hat an der Stelle eigentlich die Chance und aber auch die Verantwortung, genau das zu tun. Und das ist aber keine Aufgabe, was eine Lehrkraft alleine tragen kann und auch nicht eine Schule, es ist eine Aufgabe der Gesellschaft. Und genau an solchen Punkten setzen Programme wie eben zum Beispiel auch BARMER Durchblickt an, unterstützen, liefern Materialien, um sich als Lehrkraft und eben aber auch, um die Schüler und Schülerinnen in der Klasse weiterzubilden und diese Wechselwirkung zwischen Gesundheit, Lernfähigkeit und Digitalkompetenz wirklich für sich zu benutzen. Genau.

Und an der Stelle, glaube ich, ist das BARMER Durchblickt-Programm ein schöner Abschluss, passend auch zu dem Tag heute. Und ich möchte mich bedanken für die Aufmerksamkeit. Ich hoffe, ich habe ein paar Gedankenanstöße reinbringen können. Ich freue mich auf Fragen.

34:28 – Frage zur Studie und Abschluss

Jessica Mezger

Bisher ist nur eine Frage reingekommen und zwar die danach, ob die Studie erhältlich ist, beziehungsweise wie sie erhältlich ist. Dieses Video, beziehungsweise die Aufnahme, die wir hier haben, die wird auf der AUSBLICK-Seite sichtbar sein. Heißt, da kann man jederzeit noch mal reinspringen. Wir teilen aber auch gerne die Präsentation. Dafür einfach uns direkt kontaktieren.

Entweder mich oder über Gabi, Gabriele Preisinger, Kontakt hier rechts. Aber auch wenn weitere Fragen sind, wir haben da noch einige Insights rund das Thema, die wir gerne teilen, wo wir gerne zu beraten. Einfach auf uns zukommen. Dann beantworten wir Fragen und gehen da auch gerne noch mal gemeinsam tiefer rein und rücken, glaube ich, den einen oder anderen Insight raus. Vielen lieben Dank und einen schönen Mittag allen gemeinsam.