

Antrag

der Abgeordneten Denise Loop, Dr. Anna Lührmann, Dr. Anja Reinalter, Dr. Andrea Lübcke, Ayse Asar, Rebecca Lenhard, Jamila Schäfer, Marlene Schönberger, Simone Fischer, Misbah Khan, Ulle Schauws, Nyke Slawik, Marcel Emmerich, Kathrin Göring-Eckardt, Sven Lehmann, Claudia Müller, Dr. Konstantin von Notz und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Medienkompetenz für alle – Nationale Strategie des Bundes für eine lebensbegleitende Medienbildung

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Digitale Medien prägen heute nahezu alle Lebensbereiche – von politischen Debatten auf sozialen Medien über Onlinebestellungen bis hin zu Games oder digitalen Angeboten von Bürgerämtern. Kommunikation, politische Teilhabe, Arbeit und Bildung, Konsum, Kultur und Spiel finden zunehmend in digitalen Räumen statt. Gleichzeitig verändern Algorithmen, Künstliche Intelligenz (KI), gezielte Desinformationskampagnen und Aufmerksamkeitsökonomien die Bedingungen, unter denen Menschen Informationen wahrnehmen, bewerten und verbreiten – etwa, wenn soziale Plattformen Nutzer*innen gezielt ähnliche Inhalte ausspielen und so die Vielfalt von Perspektiven reduzieren. Vor diesem Hintergrund werden Medienkompetenzen immer wichtiger für politische, kulturelle und soziale Teilhabe und die Resilienz gegenüber Desinformationen und Manipulation. Sie sind – neben einer stärkeren Regulierung von großen sozialen Plattformen – entscheidend für eine informierte, selbstbestimmte und demokratische Gesellschaft.

Medienkompetenzen sind Wissen und Fähigkeiten, um Medieninhalte kritisch zu nutzen, zu reflektieren und kreativ einzusetzen. Angesichts der aktuellen Herausforderungen in digitalen Räumen sollten diese gemeinsam mit digitalen Kompetenzen und Demokratiekompetenzen gefördert werden. Diese sind zentral, um Informationen und Medieninhalte kritisch einordnen und bewerten zu können. Insbesondere die neuen Herausforderungen durch generative KI-Tools und KI-Chatbots müssen in der Vermittlung konsequent eingebettet werden.

Doch fast die Hälfte der Bundesbürger*innen hat Schwierigkeiten, seriöse von unseriösen Nachrichtenquellen zu unterscheiden (https://www.interface-eu.org/storage/archive/files/studie_quelleinternet.pdf). KI-Anwendungen verschärfen das Problem, da oft schwer zu erkennen ist, ob Inhalte KI-generiert sind und wer dahintersteht. Nur knapp die Hälfte aller Bürger*innen verfügt über digitale Basiskompetenzen (D21-Digital-Index 2024/25). Nicht einmal die Hälfte der 15-Jährigen in Deutschland traut sich zu, die Qualität von Onlineinhalten fundiert beurteilen zu können

(https://www.pedocs.de/volltexte/2025/33288/pdf/Kastorff_et_al_2024_Fake_News_oder_Fakten.pdf). Bei Achtklässler*innen ist seit 2013 ein Rückgang digitaler Fähigkeiten zu beobachten – trotz wachsender Herausforderungen durch KI und digitalisiertem Unterricht (ICILS Studie 2023). Dies ist aus kinderrechtlicher Perspektive problematisch, da Informations-, Bildungs- und Beteiligungsrechte zunehmend in digitalen Räumen wahrgenommen werden (vgl. General Comment Nr. 25 des UN-Ausschusses für die Rechte des Kindes). Die Bestandsaufnahme der Expertenkommission „Kinder- und Jugendschutz in der digitalen Welt“ beschreibt die Elternbildung als „bundesdeutschen Flickenteppich“ und die Angebotslandschaft der Medienbildung als strukturell fragil (<https://www.bmbfsfj.bund.de/resource/blob/284628/c22a5e3075220368a8591bca19ff288b/20260420-expertenkommission-kinder-und-jugendmedienschutz-bestandsaufnahme-data.pdf>).

Diese Befunde zeigen, dass digitale, demokratische und medienbezogene Kompetenzen in Deutschland bei vielen Menschen noch nicht ausreichend verankert sind. Da das Vertrauen in traditionelle Medien sinkt und populistische Weltbilder an Attraktivität gewinnen, braucht es eine flächendeckende Kompetenzvermittlung. Und doch fehlen aktuell eine kohärente Strategie sowie eine verlässliche Finanzierung für die Förderung dieser Kompetenzen in allen Altersgruppen. Die Kompetenzvermittlung ist fragmentiert, im ländlichen Raum oft nur schwach vertreten und erreicht vulnerable Gruppen oft nicht, etwa Menschen mit Behinderungen, Menschen, die überwiegend andere Sprachen als Deutsch sprechen, oder Kinder, die kein Gymnasium besuchen.

Die kurzfristige, projektbezogene Finanzierung durch den Bund verhindert eine langfristige Qualitätsentwicklung und belastet Medienzentren, Volkshochschulen und freie Träger, die das Rückgrat der Medienbildung bilden. Fachkräfte verbringen häufig viel Zeit mit Antragstellungen statt mit Bildungsarbeit. Medienpädagogik als eigenständiges Berufsfeld ist bislang nicht ausreichend anerkannt und nicht systematisch in Schulen verankert. Gleichzeitig bestehen Forschungslücken zu Medienkompetenzen vulnerabler Gruppen, zu den Auswirkungen algorithmischer Systeme auf politische Meinungsbildung und Informationsverhalten sowie zur Entwicklung von Medienkompetenzen über die gesamte Lebensspanne.

Es gibt zahlreiche erprobte Formate und Initiativen, die hervorragende Arbeit vor Ort leisten und über viel Erfahrung verfügen. Diese Angebote sollten dauerhaft abgesichert und flächendeckend ausgebaut werden. Es braucht verbindliche Ziele, Standards und eine verlässliche Finanzierung. Deutschland braucht – wie andere europäische Länder – eine Nationale Strategie, die Medienkompetenzen stärkt und bestehende Initiativen bündelt und ausbaut. Diese Strategie sollte vom Bund gemeinsam mit Ländern, Wissenschaft und Zivilgesellschaft entwickelt werden. Ziel ist die Stärkung von Digital-, Medien- und Demokratiekompetenzen als Grundlage einer resilienten, digitalen Demokratie.

Medienkompetenzförderung betrifft Kitas, Schulen und Hochschulen, Jugendarbeit, Seniorenbildung, berufliche Qualifizierung und Zivilgesellschaft. Eine starke Demokratie braucht medienkompetente Bürger*innen in jedem Alter. Medienkompetenzen müssen über den schulischen Bereich hinaus bei allen gesellschaftlichen Gruppen mit passgenauen Angeboten gefördert werden.

Die Angebote sollen alltagsnah gestaltet sein und an bestehenden Strukturen anknüpfen – etwa an den rund 8000 öffentlichen Bibliotheken, 850 Volkshochschulen oder 600 Landesbildstellen und Medienzentren. Auch Elterngruppen, Sportvereine, Kirchengemeinden und andere zivilgesellschaftliche Akteur*innen sollten als informelle Lernorte einbezogen und gefördert werden. Nicht zuletzt sollen auch Medienorganisationen stärker in die Vermittlung einbezogen werden.

Zur Finanzierung der Strategie müssen sehr große Online-Plattformbetreiber in die Pflicht genommen werden. Denn sie tragen durch ihre Geschäftsmodelle zur Problemlage bei, während sie zugleich enorme Profite erwirtschaften. Deshalb sollen ihre Umsätze aus Onlinewerbung besteuert und die Einnahmen unter anderem in einen Nationalen Medienkompetenz-Fonds überführt werden. Dieser Fonds soll die langfristige und unabhängige Förderung medienpädagogischer Angebote sichern. Als Vorbild dient das kanadische „Digital Literacy Exchange Program“, das insbesondere die Medienkompetenzen sozial benachteiligter Personen stärkt. Der Nationale Medienkompetenz-Fonds soll von einer neu einzurichtenden, staatsfernen und unabhängigen Koordinierungsstelle verwaltet werden, die über Programmlinien und Auswahlprozesse entscheidet.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

1. geeignete Maßnahmen für die altersübergreifende Vermittlung von Medienkompetenzen in einer Nationalen Strategie Medienkompetenz – in enger Abstimmung mit den Ländern – zu bündeln und bundesweit verfügbar zu machen. Dabei ist die Verbindung mit Medien-, Demokratie- und Digitalkompetenzen zu beachten. Die Strategie soll messbare Ziele sowie ein kontinuierliches Monitoring und die Evaluation der Maßnahmen beinhalten;
2. eine Koordinierungsstelle Digitale Medienkompetenz auf Bundesebene einzurichten, die Angebote bündelt und sichtbar macht, gemeinsame Qualitätsstandards und einen Kompetenzrahmen entwickelt, Trends identifiziert, Forschungsergebnisse für die Praxis aufbereitet, Lehr- und Lernmaterialien bereitstellt, medienpädagogische Initiativen und Akteur*innen vernetzt und weiterbildet und sich eng in die Aufklärung von Desinformationskampagnen einbringt. Dabei ist die enge Zusammenarbeit mit Ländern, Kommunen und Zivilgesellschaft sicherzustellen;
3. einen dauerhaften Nationalen Medienkompetenz-Fonds einzurichten, der unter anderem aus Einnahmen aus der Besteuerung von Onlinewerbeumsätzen großer Digitalunternehmen gespeist werden kann (vgl. Drucksachen Nummern 21/2247 sowie 21/5287). Der Fonds soll medienpädagogische Angebote langfristig fördern und entsprechend finanziell ausgestattet werden;
4. aus den Mitteln des Nationalen Medienkompetenz-Fonds Maßnahmen für verschiedene Zielgruppen zu finanzieren. Diese umfassen insbesondere:
 - a. eine bundesweite Aufklärungskampagne über die Bedeutung von Medienkompetenzen für Eltern und Bezugspersonen von (Klein-)Kindern, die alltagsnahe Unterstützung bietet und gemeinsam mit Expert*innen und Elternverbänden entwickelt wird. Die Kampagne soll durch niedrigschwellige Beratungsangebote in Kindertagesstätten, Familienzentren und Familienbildungsstätten ergänzt werden. Mehrsprachigkeit und die Lebenssituation von Familien mit Migrationsgeschichte sind dabei zu beachten;
 - b. außerschulische medienpädagogische Angebote als festen Bestandteil der Ganztagschule, um allen Schüler*innen Medien-, Demokratie- und Digitalkompetenzen zu vermitteln. Dabei sollten insbesondere KI, Social Media und Games in den Blick genommen werden. Dafür müssen Kooperationen zwischen Schulen und außerschulischen Akteur*innen wie zivilgesellschaftlichen Trägern, Volkshochschulen, Bibliotheken oder Medienzentren strukturell abgesichert werden;

- c. flächendeckende, niedragschwellige Fortbildungsangebote für Fachkräfte in Kindertagesstätten, Lehrkräfte und Fachkräfte aus der Kinder- und Jugendhilfe mit Fokus auf die Vermittlung von Medien- und Demokratiekompetenzen, die in die Arbeitszeit integriert und berufsbio grafisch anerkannt werden. Dazu gehören insbesondere Weiterbildungen zu Fähigkeiten, Grenzen und Risiken von KI-Tools.
 - d. unabhängige, vielfältige und nicht-kommerzielle digitale Angebote für Kinder und Jugendliche, wie etwa moderierte Chat-Räume, KI-Tools, Kinderwebseiten und -apps;
 - e. Angebote der Erwachsenenbildung und Weiterbildung unter anderem von Kreis- und Landesmedienzentren, freien Trägern, Volkshochschulen oder Bibliotheken, Angebote zur Medienkompetenzvermittlung im Arbeitskontext, in der beruflichen Bildung sowie mit Hilfe von Elterngruppen und Vereinen;
 - f. niedragschwellige, aufsuchende Angebote für ältere Menschen, beispielsweise in Seniorenbegegnungsstätten, Mehrgenerationenhäusern, Bibliotheken oder mobile Beratungsangebote, die über Nutzungsschulungen hinausgehen;
 - g. ein bundesweites Programm zur Qualifizierung und Vernetzung von Multiplikator*innen, um Kompetenzen in Milieus hineinzutragen, die durch institutionelle Bildungsangebote kaum erreicht werden. Dazu gehören zugängliche und modular aufgebaute Fortbildungsformate sowie anerennungsfähige Zertifizierungen;
 - h. mehrsprachige und interkulturelle Formate für Menschen mit Migrationsgeschichte sowie gezielte Medienkompetenzprogramme für mehrsprachige Communities;
 - i. inklusive Angebote für Menschen mit Behinderungen sowie barrierefreie Medienangebote. Die Barrierefreiheit der Angebote und Materialien ist konsequent sicherzustellen;
 - j. Projekte von Bürgermedien wie Offene Kanäle, Bürgerradios und gemeinwohlorientierte Medienprojekte, die als bewährte Orte demokratischer Partizipation und aktiver Medienpraxis anzuerkennen sind;
 - k. Begleitforschung zum Medienkompetenz-Fonds, die die geförderten Projekte evaluiert, um ihre Wirksamkeit zu ermitteln und Best-Practice Modelle für die bundesweite Skalierung zu identifizieren;
5. auf die Länder hinzuwirken, dass Digital-, Demokratie- und Medienkompetenzen (inklusive KI-Kompetenzen) als fester Bestandteil im Lehramtsstudium, im Studium der Sozialen Arbeit und in der Erzieher*innenausbildung sowie in der praktischen Ausbildung und Weiterbildung von Lehrkräften, Sozialarbeiter*innen und Erzieher*innen verankert werden;
 6. ein Bundesprogramm Schulsozialarbeit, unter anderem mit einem Schwerpunkt Medienpädagogik aufzulegen, welches niedragschwellige medienpädagogische Arbeit insbesondere für Kinder und Jugendliche in belasteten Lebenslagen stärkt;
 7. die Bundesbeteiligung an der Digitalisierung der Schulen zu verstetigen, um dauerhaft Investitionen in eine zeitgemäße digitale Bildungsinfrastruktur an Schulen sicherzustellen und die Grundlage für eine reflektierte Medienbildung zu schaffen;

8. Medienkompetenzförderung in relevante Bundesprogramme wie die „Frühen Hilfen“, „Gesellschaftlicher Zusammenhalt“, „Demokratie Leben!“ oder „Kultur macht stark“ fest zu integrieren;
9. öffentliche Bibliotheken als kostenfreie, niedrigschwellige Anlaufstellen für Medienbildung anzuerkennen und entsprechend auszustatten. Ihre Rolle als Medienkompetenz-Orte ist in der Bundesförderung explizit zu verankern;
10. eine Förderlinie für interdisziplinäre und praxisnahe Forschung zu Medienkompetenzen einzurichten. Die Ergebnisse der Förderlinie sollen in die Weiterentwicklung der Strategie einfließen. Ein besonderer Fokus soll auf den Auswirkungen von generativer KI und Deepfakes auf die politische Meinungsbildung – insbesondere von Jugendlichen – liegen, um wirksame medienpädagogische Angebote zu entwickeln.

Berlin, den 23. Juni 2026

Katharina Dröge, Britta Haßelmann und Fraktion

Vorabfassung – wird durch die lektorierte Fassung ersetzt.