

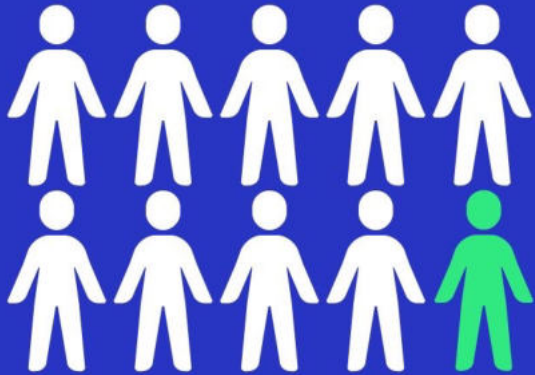
Modellprojekte

Das Jahr der Nachricht 2024

Stand 11.04.2024



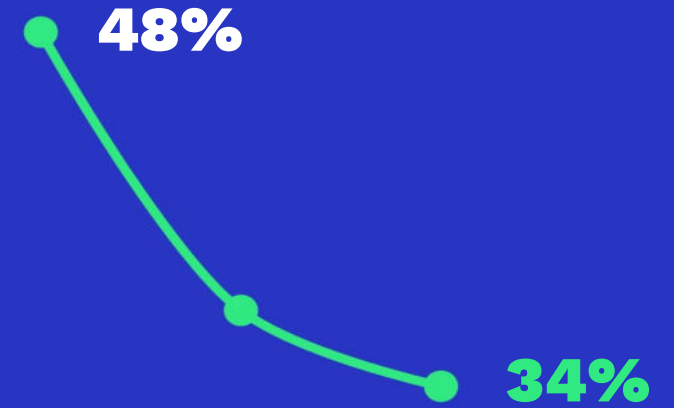
Auf dem Weg zum desinformierten Bürger ...



**Jeder zehnte Deutsche
versucht, Nachrichten aktiv
zu vermeiden.**



**Weniger als ein Drittel der
18- bis 24-Jährigen sind an
Nachrichten noch sehr
interessiert.**



**Das Vertrauen in
Nachrichten sinkt weiter.**

#newsavoidance

#newsfatigue

#newsdeprivation

#newsilliteracy



Zeit zu handeln!

Und wie?

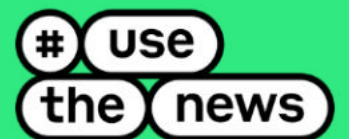
Aber warum?

Nachrichtenzkompetenz ist die Basis für eine faktenbasierte Meinungsbildung und damit eine Grundlage der **Demokratie**. Sie ist zugleich der effektivste Schutz gegen Desinformation.



Wir machen 2024 zum **Jahr der Nachricht**

Mit der Kampagne „Das Jahr der Nachricht“ machen die Partner von #UseTheNews auf die **Unverzichtbarkeit von verlässlichen Nachrichten** aufmerksam. Denn nur der kompetente Umgang mit ihnen schützt eine Gesellschaft vor Manipulation und Desinformation.





Warum 2024

Wir feiern 75 Jahre Grundgesetz

Artikel 5 (1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die **Pressefreiheit** und die **Freiheit der Berichterstattung** durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

Wie gewinnen wir die Gen Z für die Nachrichten?

MESSAGE

Awareness-Kampagne

Wir wollen ein öffentliches Bewusstsein schaffen für die **Bedeutung von Nachrichten** und Nachrichtenkompetenz.

Um die Gen Z zu erreichen, müssen wir ihr Umfeld mitnehmen. Daher soll mit der Kampagne **jeder Bundesbürger:in** im Laufe 2024 in Kontakt kommen.

ACTIVATE

Social News Desk (SND)

Es soll eine Verknüpfung zwischen aktuellen Nachrichten und der Lebenswirklichkeit der **14- bis 24-Jährigen** hergestellt werden.

Mithilfe eines **Social News Desks** soll ein Format gefunden werden, das Jugendliche dazu animiert, sich mit wichtigen Nachrichten zu befassen. Geplant sind eine transparente Themenkonferenz sowie eine Live-Sendung (per Stream) und begleitende Social-Media-Inhalte.

INTERACT

Newscamps

Jugendliche sollen auf unterhaltsame Art mit den Themen Journalismus, Nachrichten und Desinformation in Kontakt kommen und in Workshops eigene Ideen, Konzepte und Prototypen entwickeln.

Dafür findet eine bundesweite Serie von **regionalen Mitmach-Events** für Schüler:innen mit **Festival-Charakter** statt.

CO-CREATE

Modellprojekte

Um Schüler:innen mit der Relevanz von lokalen Medien vertraut zu machen, initiiert #UseTheNews **Modellprojekte zwischen Schulklassen und Lokalredaktionen**.

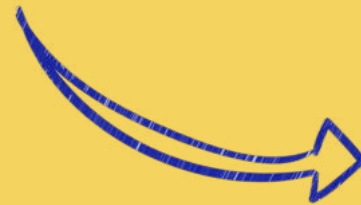
Dabei suchen sich die Jugendliche lokale **Zukunftsthemen** und setzen sie begleitet von der Redaktion in Audio- und Videoformaten um, die vom Medium publiziert werden.

Modellprojekte

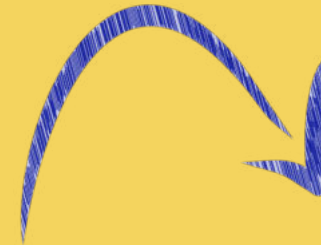
Andocken an die Lebensrealität der Jugendlichen:

„Das haben Nachrichten mit deinem Leben zu tun!“

Gemeinsam mit Journalist:innen und ggfs.
Medienpädagog:innen wählen
Jugendliche Themen aus, die sich mit der
Zukunft ihrer Heimatregion oder lokalen
Problemen beschäftigen



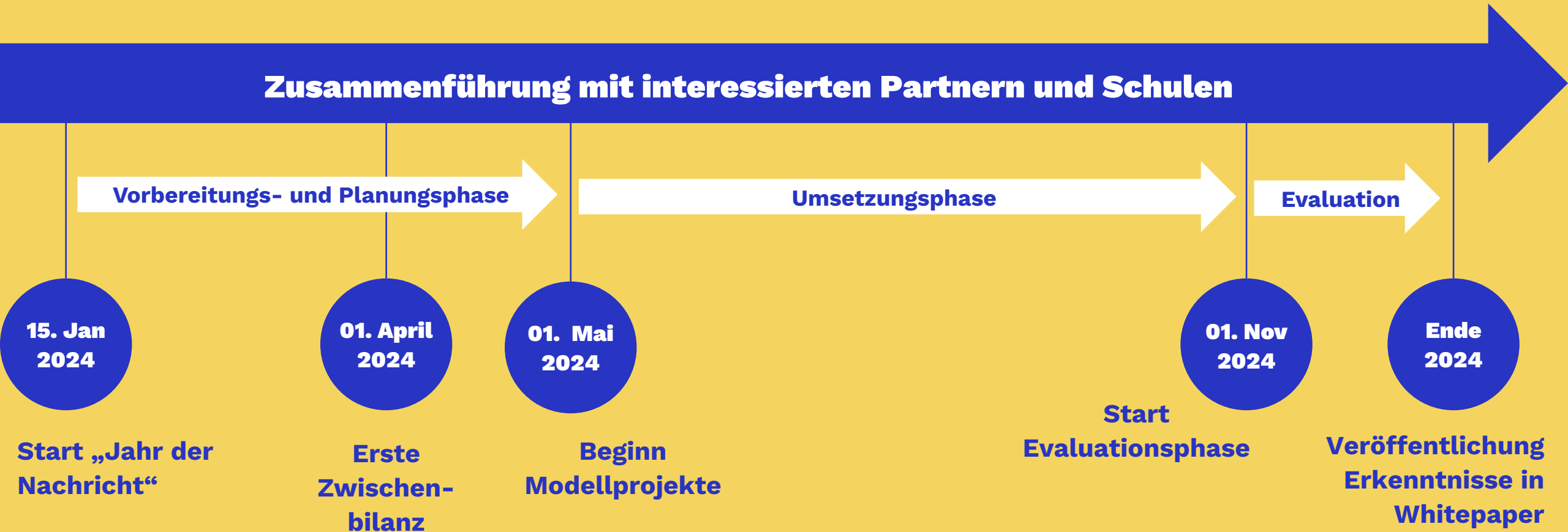
Per Smartphone
produzieren die
Jugendlichen eigene
Interviews, Berichte,
Clips und Audios zu
lokalen Aspekten des
Klimawandels, des
lokalen Handels o.a.



Auf diese Weise lernen sie
redaktionelle Arbeitsweisen
sowie die Rolle und Grundsätze
journalistischer Arbeit kennen
und verstehen den Wert von
(Lokal-)Nachrichten



Fahrplan



Beispiel „Zukunft Nordsee“

Co-Creation an der Küste

Ein Kooperationsprojekt zwischen
Nordsee-Zeitung, Ostfriesen-Zeitung,
dem Klimahaus Bremerhaven und einem
Gymnasium



**Gemeinsames Ziel: Digitaler Content mit
Themen, die für die Zukunft der Küste eine
Rolle spielen, z.B. Klimawandel, Entwicklung
von Wirtschaft und Tourismus...**



**Junge Menschen entwickeln mit der
Ostfriesen-Zeitung digitale Projekte. Die
Ergebnisse sollen auf Social-Media-Kanälen
und digitalen Portalen des Verlags publiziert
werden.**



Lieblingsformate der Schüler:innen:



(Kurz)videos



Podcasts

=

**Win-win
für alle!**



Beispiel „Zukunft Nordsee“

So ist das Projekt gestartet



Gemeinsames Ziel: Geschichten über den Wandel an der ganzen Nordseeküste und Erreichen von jungen Zielgruppen (Next Generation)



Notwendig: engagierte

Projektverantwortliche in der Redaktion

(und zeitliche Freiräume) + eine Schule, die

bereit ist, ihren Lehrplan über den

klassischen Unterricht hinaus zu erweitern +

motivierte Schüler:innen



**Themen, die die Jugendlichen beschäftigen, sind:
Tourismus, intensive Fischerei, ökologische vs.
konventionelle Landwirtschaft,
Generationenkonflikte im Job, Schule und Arbeit.**



Laufende/geplante Projekte

...bundesweit

- **Januar 2024:** Modellprojekt Bergedorfer Zeitung, Stadtteilschule Kirchwerder und Salon 5 (Podcast-Projekt) → **abgeschlossen und veröffentlicht**
- **Fortlaufend:** Modellprojekt Zukunft Nordsee: Gymnasium Esens/ Zeitungsgruppe Ostfriesland
- **März 2024:** Auftakt Modellprojekt Bergedorfer Zeitung/Lauenburgische Landeszeitung & #UTN-Partnerschule Lauenburg (Podcast-AG)
- **März 2024:** Auftakt Modellprojekt zwischen Rheinpfalz und eigener Schule (Social-Media-Beiträge)
- **April 2024:** Projekttag zwischen HAZ & Gymnasium Barsinghausen → ggfs. weiteres Modellprojekt
- Konzept Modellprojekte mit **DVV** → Umsetzung mit lokaler VHS und Jugendeinrichtung



Modul Modellprojekte

... z.B. bei einem Newscamp

- 1.** Lokaljournalist:innen legen zusammen mit den Schüler:innen ein regionales Thema fest, dass für alle relevant ist (z.B. Zukunft der Region) und entwickeln dazu mögliche Unterthemen.
- 2.** Gemeinsam werden Themen priorisiert und mittels Voting Favoriten bestimmt.
- 3.** Lokaljournalist:innen stellen vor, wie sie die Themen aufbereiten würden und in welchem Format. Dabei geben sie Input zu versch. journalistischen Formaten und wie diese entstehen. Anschließend besprechen sie mit den Schüler:innen, wie sie das umsetzen würden.

Gemeinsames Ziel:
Ideenaustausch zwischen
Journalist:innen und
Schüler:innen und Erstellung
eines ersten Projektplanes



Weitere Tipps

... um ein Modellprojekt zu starten

1

Im Vorfeld klären: Unterstützung durch die Chefredaktion und Freigabe durch die Redaktionsleitung (zeitliche Kapazitäten, bestenfalls Betreuung durch zwei Redakteur:innen)

2

Interessierte Schule finden oder Verknüpfung durch #UseTheNews

3

Klärung vorab mit der Schulleitung/Lehrkraft zu Rahmenbedingungen und Voraussetzungen (Niveau der Schüler:innen, Medien-AG vorhanden? Dann Vorplanung des Projekts hinsichtlich Zeitplans und Themenschwerpunkte)

4

**Feintuning: Konkrete Inhalte erstellen (in Absprache mit Lehrkraft)
+ Auftaktmeeting und Planung mit Schüler:innen**



Modellprojekte

So können Medien andocken

Co-Creation-Projekt mit #UTN-Partnerschule

- Verknüpfung durch #UseTheNews mit Schule in der Region und Kick-Off
- Vorbereitung und Durchführung des Projektes (vorb. Workshop in Schule, gemeinsame Themenfindung, Unterstützung bei der Produktion → feste:r Ansprechpartner:in)
- GGfs. Begleitung durch Medienpädagog:innen
- Veröffentlichung der Projektergebnisse

Co-Creation-Projekt mit eigener Schule

- Eigenständige Organisation und Durchführung eines Modellprojektes zu einem lokalen Schwerpunktthema
- In Kooperation mit einer Schule aus dem eigenen Netzwerk
- GGfs. unter Begleitung von Medienpädagog:innen oder Faktencheck-Expert:innen
- Beratung durch #UseTheNews

Gemeinsames Projekt mit Jugendeinrichtung / anderem Medienhaus

- Gemeinsames Kooperationsprojekt mit anderem Medienpartner / einer Jugendeinrichtung und/oder einer Landesmedienanstalt
- Begleitung und Weiterentwicklung des Projektes mit journ. Expertise
- Veröffentlichung der Projektergebnisse auf den eigenen Kanälen

Modellprojekte

So profitieren Medien davon



Brand Awareness

Die Zusammenarbeit mit Schulen ermöglicht es Medien, langfristige Beziehungen zu jungen Menschen aufzubauen. Dies kann dazu beitragen, eine loyalere Leserschaft zu entwickeln und das langfristige Engagement mit dem Medium zu fördern.



Wissenstransfer

Schüler:innen lernen journalistische Inhalte und bringen gleichzeitig frische Ideen ein, die zu innovativen Inhalten, neuen Recherchequellen und exklusiven Stories führen → Chance gemeinsam mit den Nutzer:innen von morgen neue für sie relevante Informationsangebote zu entwickeln und für sie relevante Themen zu entdecken



Co-Creation

Junger Content für die eigenen Kanäle sowie Co-Postings und Verlängerung der erstellten Inhalte auf den Kanälen der Jugendlichen



Employer Branding

Positionierung bei der jungen Zielgruppe als potenzieller Arbeitgeber / neue Erfahrungswerte im Umgang mit der Gen Z



Medienkompetenz

Förderung von Medien- und Nachrichtenkompetenz bei der jungen Zielgruppe und damit Stärkung des Vertrauens in den (Lokal-)Journalismus

Modellprojekte

So kann es auf Medienseite gelingen...



Dos:

- **Nehmt die Jugendlichen ernst** und duzt sie bestenfalls.
- Akzeptiert, dass sie in Sachen Social Media (meistens) mehr draufhaben und nutzt die Chance, mehr über **ihre Meinung** z.B. zu eigenen Videos und Social-Media-Beiträgen zu erfahren (Hätten sie es geschaut oder weitergewischt?).
- **Viel Praxis und Bewegung:** Bei Umfragen/Abfragen, z.B. zu den Nutzungsgewohnheiten der Schüler:innen o.ä., stellt sie lieber im Raum auf statt per Hand abzufragen.
- Vereinbart **feste Deadlines**, gibt **klare Anweisungen** und erarbeitet gemeinsam mit ihnen ihre Ideen (Schüler:innen sind keine Volos).
- Setzt auf die Schüler:innen, die wirklich **Lust aufs Projekt** haben, und lässt die anderen ziehen.
- Bringt eure journalistische Expertise ein, aber lässt den Jugendlichen auch **Freiraum**, um ihre Inhalte zu erarbeiten.

Modellprojekte

So kann es auf Medienseite gelingen...



Don`ts:

- Begebt euch nicht in die **Lehrer-Rolle** – davon haben die Jugendlichen jeden Tag genug. Sie wollen **eingebunden werden** und ihre Meinung sagen. Deshalb lohnt es sich, beispielsweise Reels zu unterschiedlichen Nachrichtenthemen zu zeigen und mit den Schüler:innen darüber zu diskutieren, wie sie das finden.
- Journalistische Darstellungsformen nicht wie bisher an Printbeispielen vermitteln, sondern an **digitalen Angeboten** (vor allem Video – müssen nicht nur Beiträge des eigenen Verlags sein).
- Akzeptiert **keine Unpünktlichkeit & No-Shows**, aber legt auch nicht zu hohe Maßstäbe an.
- Zwängt den Jugendlichen keine **Themen** auf, sondern fragt sie selbst, was sie am meisten interessiert (AHA-Effekt!). Erarbeitet gemeinsam mit ihnen ihre **Ideen**.

Modellprojekte

So können Schulen andocken

Co-Creation-Projekt in AG / Kurs

- Durchführung eines Modellprojektes zu einem lokalen Schwerpunktthema über einen längeren Zeitraum
- In Kooperation mit einem #UseTheNews-Medienpartner oder eigenem Projektpartner
- GGfs. Beratung durch #UseTheNews / Medienpädagog:innen
- Voraussetzung: mind. eine feste Lehrkraft als Ansprechpartner und Betreuungsperson

Co-Creation-Projekt in Projektwoche

- Durchführung eines Modellprojektes zu einem lokalen Schwerpunktthema vorrangig in Projektwoche
- Vorbereitung des Projektes im Unterricht (Themenauswahl, Recherche, Terminierung Interviewpartner)
- GGfs. Begleitung durch Medienpädagog:innen
- Voraussetzung: feste Klasse/Gruppe betreut durch mind. eine Lehrkraft

Kooperation der Schülerredaktion mit Medienpartner

- Gemeinsames Kooperationsprojekt zwischen eigenem Schülermedium und Medienpartner
- Gemeinsame Weiterentwicklung lokaler Themen/Inhalte
- Veröffentlichung der Projektergebnisse in beiden Medien
- Feste:r Ansprechpartner:in im Kollegium

Modellprojekte

So profitieren Schulen davon



Wissenstransfer

Schüler:innen/Lehrkräfte lernen durch den Austausch mit der (Lokal-)Redaktion journalistische Grundlagen und bauen Fähigkeiten in der digitalen Medienproduktion aus



Medienkompetenz-förderung

Durch die eigenständige Produktion von journalistischen Inhalten verstehen die Schüler:innen die Funktionsweisen von (Lokal-)Journalismus und die Bedeutung von verlässlichen Nachrichten für die Demokratie



Co-Creation

Content für die eigenen Kanäle sowie Co-Postings und Verlängerung der erstellten Inhalte auf den Kanälen des Mediums



Sichtbarkeit

Präsenz Ihrer Schule auf den Kanälen von #UseTheNews und dem Jahr der Nachricht sowie diverse Möglichkeiten für die Positionierung Ihrer Schule als Medienkompetenzschule

Modellprojekte

So kann es auf Schulseite gelingen...



Mind. eine Lehrkraft mit Knowhow in Medienproduktion / Umgang mit der Technik



Notwendige technische Ausstattung an der Schule vorhanden o. leihbar (Mikrofone, Devices mit Kamera, Schnittprogramme...)



Möglichst praktischer Einstieg mit Schüler:innen (z.B. durch das gemeinsame Hören/Anschauen von Bsp.) + Sammeln von Themen, die sie interessieren / beschäftigen



Stetige Begleitung des Projekts durch Lehrkraft und kontinuierlicher Austausch mit AP von Medienpartner

Wer dahinter steckt

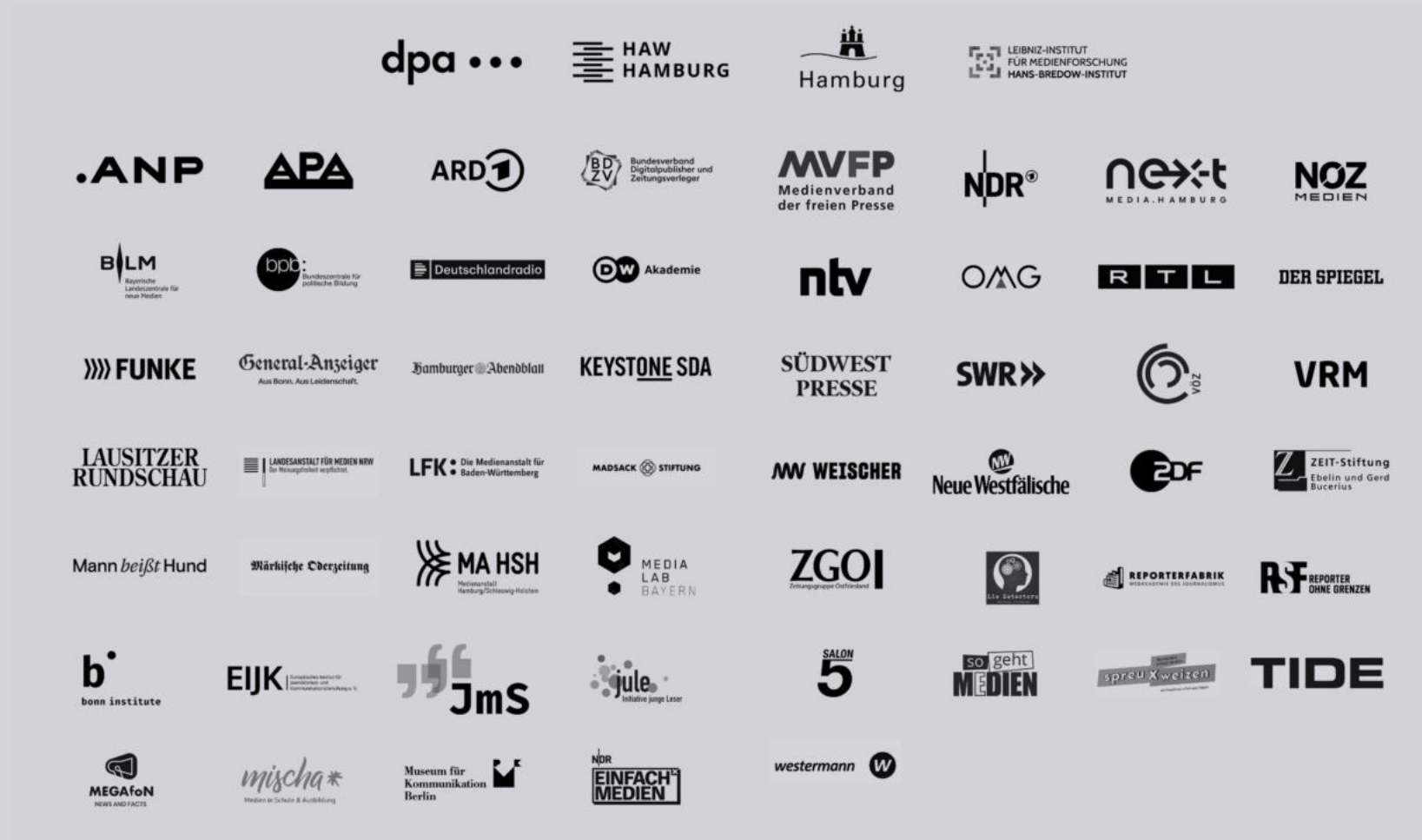


Die **Initiative #UseTheNews** geht seit 2020 der Nachrichtennutzung und -kompetenz junger Menschen auf den Grund und entwickelt neue Informations- und Bildungsangebote.

Initiiert wurde #UseTheNews von der Deutschen Presse-Agentur dpa und der Hamburger Behörde für Kultur und Medien. Unterstützt wird das Projekt von namhaften Persönlichkeiten aus Medien, Bildung und Forschung.

→ www.usethenews.de

#UseTheNews Partner



Kontakt



Sandra Jütte

Wissenschaftliche Mitarbeiterin
#UseTheNews / HAW Hamburg

sandra.juette@haw-hamburg.de



Katja Fleischmann

Produktmanagerin DRIVE
dpa infocom GmbH

katja.fleischmann@dpa-info.com

