

26.10.2023 - 14:00 Uhr

## Weckruf für die Demokratie: Deutsche Medien wollen mit einem "Jahr der Nachricht" die Öffentlichkeit wachrütteln



Berlin (ots) -

Mit einem "Jahr der Nachricht" wollen die Partner der Medien-Initiative #UseTheNews im kommenden Jahr auf die Bedeutung von vertrauenswürdigen Informationen aufmerksam machen und vor allem bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen für den sicheren Umgang mit Nachrichten werben. Die von der dpa und dem Senat der Freien und Hansestadt Hamburg initiierte UseTheNews gGmbH begründete das Vorhaben am Donnerstag in einer Pressekonferenz in Berlin unter anderem mit jüngsten Studien, die über eine zunehmende Entfremdung zwischen den Nachrichtenmedien und Teilen der Bevölkerung berichten. Zugleich habe die Zunahme von Desinformationen in den sozialen Medien zu deutlich mehr Verunsicherung und Misstrauen gegenüber Nachrichten geführt. Das Jahr 2024 liefere einen bedeutenden historischen Rahmen. 75 Jahre nach der Verabschiedung des Grundgesetzes im Mai 1949 stehe der gesellschaftliche Konsens über das mit dem Artikel 5 verbundene Verständnis von Presse- und Meinungsfreiheit in Frage.

"Desinformation und Fake News, die zunehmenden tätlichen Angriffe auf Journalist\*innen, der wirtschaftliche Druck auf unabhängige Medien: all das gefährdet die Presse- und Meinungsfreiheit. Im Jahr der Nachricht wollen wir erfahrbar machen, wie wichtig zuverlässig recherchierte, der Wahrheit verpflichtete Nachrichten für unser Zusammenleben sind. Ich freue mich auf die breite Kampagne, die täglichen Social Media- Shows und die Newscamps für die Generation Z", sagte die Aufsichtsratsvorsitzende der Funke Mediengruppe, Julia Becker für den Leitungskreis des #UseTheNews-Kuratoriums.

Der ARD-Vorsitzende und SWR-Intendant Prof. Dr. Kai Gniffke erklärte: "In Zeiten von Künstlicher Intelligenz und Deepfakes ist die Antwort auf die Frage, 'Was ist Wirklichkeit und was Fälschung?' alles andere als einfach. Diese Herausforderung meistern wir nur, wenn wir zusammen für Qualitätsjournalismus eintreten: Verlage, öffentlich-rechtliche und privatwirtschaftlich geführte Qualitätsmedien. Das "Jahr der Nachricht" steht genau dafür - für einen gemeinsamen, medienübergreifenden Einsatz für demokratischen Diskurs und gesellschaftlichen Zusammenhalt."

"Die Ergebnisse aktueller Studien zu Desinformation, zu Defiziten bei der Nachrichtenkompetenz und zu einem gewachsenen Misstrauen in Medien sind alarmierend. Uns droht die gemeinsame Faktenbasis für den demokratischen Diskurs abhanden zu kommen, und damit eine Grundlage unserer liberalen Demokratie. Unsere

Initiative #UseTheNews leistet bereits seit drei Jahren bundesweit einen wichtigen Beitrag, um die Nachrichtenkompetenz junger Menschen zu verbessern. Dass mit einem 'Jahr der Nachricht' nun von öffentlich-rechtlichem Rundfunk und privaten Medien gemeinsam ein Aktionsjahr gestartet wird, ist das richtige Signal zur richtigen Zeit", sagte Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg.

Das "Jahr der Nachricht" wird ebenso wie die Initiative #UseTheNews von einer breiten Allianz von privaten und öffentlichen Partnern unterstützt. Neben der ARD, dem ZDF und RTL/ntv sind auch mehrere Verlagshäuser wie Der SPIEGEL oder die Funke-Gruppe sowie die führenden Verlegerverbände und die Organisation der Mediaagenturen (OMG) dabei, aber auch verschiedene Landesmedienanstalten, die Bundeszentrale für Politische Bildung, das Leibniz-Institut für Medienforschung sowie die Madsack-Stiftung oder die ZEIT-Stiftung.

Der Vorsitzende der Geschäftsführung der dpa, Peter Kropsch, betonte, angesichts der Bedeutung des Themas strebten die Initiatoren für das "Jahr der Nachricht" ein möglichst breites Bündnis auch über den Kreis von #UseTheNews hinaus an. "Wir freuen uns über weitere Unterstützung und sind für zusätzliche Partner offen."

Das Programm zum Jahr der Nachricht baut auf vier Bestandteile:

- eine Kommunikationskampagne soll unter dem Slogan "Nachrichten, die stimmen statt Stimmung machen" die breite Bevölkerung ansprechen
- ein sogenannter Social News Desk wird täglich ein Nachrichtenthema so aufbereiten, dass Jugendliche und junge Erwachsene den Zusammenhang zur eigenen Lebenswirklichkeit herstellen können. Die von einem Team von jungen Journalistinnen und Journalisten produzierten Video- und Audio-Formate sollen unter enger Einbindung von Schulklassen primär über Social Media-Kanäle veröffentlicht werden. #UseTheNews arbeitet dabei mit der österreichischen Social-Media-Agentur Hashtag zusammen.
- in regionalen Newscamps sollen Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit bekommen, einen digitalen Journalismus zum Anfassen zu erleben.
- dazu plant #UseTheNews Kooperationsprojekte zwischen Partnerschulen und Lokalredaktionen.

"Qualitätsmedien und eine kritische Medienbildung sind für unsere Demokratie unerlässliche Garanten einer freien Meinungsbildung und Information", sagte Thomas Krüger, Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb. "Die Newscamps bringen den Journalismus und junge Zielgruppen in einen produktiven Austausch, fördern die Nachrichtenkompetenz und stärken die politische Medienbildung."

Begleitet wird das "Jahr der Nachricht" ab Oktober 2024 von einer Sonderausstellung im Museum für Kommunikation (Berlin, Frankfurt). Hinzu kommen Ende 2024 die Veröffentlichung eines Praxis-Whitepapers für Redaktionen sowie eine begleitende wissenschaftliche Untersuchung.

Leonie Wunderlich vom Leibniz-Institut für Medienforschung stellte im Rahmen der Pressekonferenz eine neue Studie zur jungen Nutzungsgruppe der „Gering Informations-Orientierten“ vor. Sie machen etwa ein Drittel der 14- bis 24-Jährigen aus (Jugendliche im Alter von 14-17 Jahren: 45%, junge Erwachsene im Alter von 18-24 Jahren: 22%). Nach Einschätzung der Medienwissenschaftlerin ist die Entfremdung dieser Gruppe zu Nachrichten so tiefgreifend, dass sie nur noch mit erheblichem Aufwand für besonders niedrigschwellige Angebote der Informationsmedien zu erreichen sind.

Im Fokus der Studie standen junge Menschen, die sich kaum für aktuelle Informationen interessieren und mit journalistischen Angeboten nicht erreicht werden: die gering Informationsorientierten. Hierzu wurden im Sommer 2023 in vier Großstädten in Deutschland zehn Fokusgruppen (n=46) mit solchen Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter zwischen 14 und 22 Jahren geführt, die sich aufgrund ausgewählter soziodemografischer Merkmale dieser Gruppe zurechnen lassen. Die Fokusgruppen fanden in den Städten Hamburg, Bottrop (Nordrhein-Westfalen), Dresden (Sachsen) und Nürnberg (Bayern) statt.

Die in dieser Studie gewonnenen Erkenntnisse sind nicht dazu geeignet, verallgemeinernd und allgemeingültig auf alle Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland übertragen zu werden. Vielmehr geben die Ergebnisse wertvolle Einsichten in eine Teilgruppe junger Menschen, die wenig am aktuellen Weltgeschehen interessiert ist und mit Informationsangeboten etablierter Anbieter kaum erreicht wird.

Studie:

"Verständlicher, nicht so politisch" - Einblicke in die Bedürfnisse und Nutzungspraktiken gering informationsorientierter junger Menschen

<https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/90067>

Über #UseTheNews

Die Initiative #UseTheNews geht der Nachrichtennutzung und -kompetenz junger Menschen auf den Grund und entwickelt neue Informations- und Bildungsangebote. In einem News Literacy Lab werden auf Basis der Studienergebnisse neue Nachrichtenangebote konzipiert. Begleitet wird das News Literacy Lab von Journalismus-Experten der Hamburger Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW Hamburg). Darüber hinaus werden unter dem Titel Open News Education (ONE) Bildungsangebote, Unterrichtsmaterialien und Fortbildungen für Lehrkräfte entwickelt, um die Vermittlung von Nachrichtenkompetenz in Schulen zu stärken. Initiiert wurde #UseTheNews von der Deutschen Presse-Agentur dpa und der Hamburger Behörde für Kultur und Medien. Unterstützt wird das Projekt von einem Kuratorium aus namhaften Persönlichkeiten aus Medien und Politik. Im Mai 2022 wurde die Initiative auf eine rechtsgültige Basis gestellt und in die UseTheNews gGmbH überführt. #UseTheNews hat Partner in Österreich, Schweiz, den Niederlanden und den USA, die die Initiative in den eigenen Ländern vorantreiben.

Weitere Infos zum "Jahr der Nachricht":

<https://www.usethe news.de/de/jahr-der-nachricht-2024>

Pressekontakt:

UseTheNews gGmbH / dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH  
Jens Petersen  
Leiter Konzernkommunikation  
Telefon: +49 40 4113 32843  
E-Mail: [pressestelle@dpa.com](mailto:pressestelle@dpa.com)

#### Medieninhalte



*Pressekonferenz in Berlin: Deutsche Medien wollen mit einem "Jahr der Nachricht" die Öffentlichkeit wachrütteln. Im Bild vlnr: Leonie Wunderlich (Bredow-Institut), Prof. Dr. Kai Gniffke (ARD-Vorsitzender), Peter Kropsch (CEO der dpa), Tobias Korenke (Sprecher Funke Mediengruppe), Dietrich Wolf Fenner (Sprecher Museum für Kommunikation). Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/168022](http://www.presseportal.de/nr/168022) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.*



*Pressekonferenz in Berlin: Deutsche Medien wollen mit einem "Jahr der Nachricht" die Öffentlichkeit wachrütteln. Im Bild vlnr: Peter Kropsch (CEO der dpa), Prof. Dr. Kai Gniffke (ARD-Vorsitzender), Leonie Wunderlich (Bredow-Institut), Tobias Korenke (Sprecher Funke Mediengruppe), Dietrich Wolf Fenner (Sprecher Museum für Kommunikation). Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/168022](http://www.presseportal.de/nr/168022) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100094189/100912782> abgerufen werden.