

14.02.2024 - 14:01 Uhr

## Labor für Social-Media-Journalismus: #UseTheNews launcht neues Nachrichtenformat "Social News Daily" - Kooperation mit TikTok



Hamburg (ots) -

"Was haben Nachrichten mit meinem Leben zu tun?" - etwa ein Drittel der 14- bis 24-Jährigen fühlt sich von klassischen Nachrichten nicht angesprochen, weil sie ihnen zu schwer verständlich und zu weit weg von der eigenen Lebenswelt erscheinen. Mit dem neuen Social-Media-Format "Social News Daily" (SND) will die Initiative #UseTheNews der wachsenden Entfremdung zwischen den Nachrichtenmedien und jungen Menschen entgegenwirken und das Vertrauen in den Journalismus stärken. Die ersten Inhalte erscheinen ab dem 19. Februar auf [TikTok](#), [Instagram](#) und [YouTube](#). "Social News Daily" ist Teil der Kampagne zu dem von #UseTheNews ausgerufenen "Jahr der Nachricht". TikTok begleitet die Kampagne als Partner.

"TikTok hat es geschafft, zu der ersten Adresse für die Generation Z und Millennials zu werden. Mit "Social News Daily" wollen wir gerade auch dort möglichst viele Jugendliche und junge Erwachsene für neue Nachrichtenformate gewinnen", sagt Vanessa Bitter, Projektleiterin für das "Jahr der Nachricht".

Für das Format produziert ein Team aus jungen Medienschaffenden und Content Creators von Montag bis Freitag nachrichtliche Inhalte für Social Media, die 14- bis 24-Jährige in ihrer Lebenswirklichkeit nachhaltig erreichen. Neben niedrigschwelligen Erklärformaten und Hintergrundinformationen zu einem wöchentlichen Themenschwerpunkt, gibt "Social News Daily" einen transparenten Einblick in den Alltag einer jungen Redaktion und in den journalistischen Entstehungsprozess.

Darüber hinaus ermöglicht das Format Jugendlichen und jungen Erwachsenen sich an der Themenauswahl und Themenumsetzung zu beteiligen und mit Fragen, Anregungen und eigenen Inhalten das Format selbst mitzugestalten.

Unterstützt und begleitet wird "Social News Daily" durch das breite Partnernetzwerk von #UseTheNews. Nachwuchskräfte aus Redaktionen, Universitäten und anderen Ausbildungsstätten arbeiten gemeinsam mit dem SND-Team an den Inhalten der jeweiligen Themenwochen. Das Format versteht sich somit auch als Lehrredaktion und Labor für eine neue Form von Social-Media-Journalismus, bei dem etablierte Medienhäuser zusammenarbeiten, ihr Wissen austauschen und mit neuen Nachrichtenformaten experimentieren können.

Am 19. Februar startet das SND-Team mit der ersten Themenwoche gemeinsam mit dem Social-Media-Team der ARD tagesschau. Mit Blick auf den zweiten Jahrestag des Krieges in der Ukraine befasst sich das Team unter anderem mit den Fragen: Welche Auswirkungen hat der Krieg in der Ukraine auf junge Menschen in Deutschland? Und wie sieht die Arbeit einer Korrespondentin im Kriegsgebiet aus?

"Wenn TikTok zu WarTok wird, gezielte Desinformationskampagnen auf X eingesetzt werden und KI-Fakes die Runde auf Instagram und TikTok machen, dann zeigt sich, wie wichtig Nachrichtenkompetenz ist. Insbesondere im Superwahljahr 2024. Aus diesem Grund laden wir junge Nachwuchstalente in unsere Social-Media-Redaktion ein, um unsere Erfahrungen und unser Wissen zu teilen. Wir wollen das "Jahr der Nachricht" nutzen, um noch mehr junge Communities im Social Web mit vertrauenswürdigen, seriösen Informationen zu erreichen", betont Isabella David-Zagratzki, Leiterin der Social Media Redaktion der tagesschau.

"Social News Daily soll ein journalistisch unabhängiger, digitaler Diskurs-Hub sein, in dem sich junge Menschen über Themen informieren und austauschen können, die für sie persönliche Relevanz haben", sagt Stefan Apfl, Geschäftsführer des österreichischen Digitalverlags Hashtag.jetzt, welcher das Konzept für "Social News Daily" entwickelt hat.

"Der individuelle Für Dich-Feed bei TikTok bietet einen einzigartigen Mix an unterschiedlichen Themen. Immer mehr Menschen nutzen mittlerweile TikTok, um Nachrichten zu konsumieren, mitreden zu können und um informiert zu sein.", sagt Karsten Samland, Head of Entertainment Operations bei TikTok. "Wir freuen uns auf die frischen Ideen und neuen Formate, mit denen #UseTheNews unsere Community bereichern wird und sind stolz darauf, das Programm als Partner von Beginn an begleiten zu können. Dies ist ein weiterer Baustein unserer Bemühungen zur Stärkung der Medienkompetenz."

Das Format "Social News Daily" findet im Rahmen vom "Jahr der Nachricht 2024" statt. Mit dem Aktionsjahr wollen die Partner von #UseTheNews auf die Bedeutung von vertrauenswürdigen Informationen aufmerksam machen und vor allem bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen für den sicheren Umgang mit Nachrichten werben. Neben "Social News Daily" starten in den kommenden Wochen eine breit angelegte Öffentlichkeitskampagne sowie bundesweite Newscamps für Schülerinnen und Schüler, um auf den Wert verlässlicher Informationen aufmerksam zu machen. Mehr Informationen zum Jahr der Nachricht unter: [www.usethe news.de/de/jahr-der-nachricht-2024](http://www.usethe news.de/de/jahr-der-nachricht-2024)

Über #UseTheNews:

Das "Jahr der Nachricht" ist eine Aktion von #UseTheNews. Die Privat-Public-Partnership-Allianz geht auf eine Initiative der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH und der Hamburger Behörde für Kultur und Medien zurück. Ihr gehören führende Medienhäuser von ARD, ZDF, RTL und Deutschlandradio bis hin zum Spiegel, der Funke-Gruppe und regionalen Verlagen an. Partner sind auch die Verlegerverbände BDZV und MVFP, die Werbeverbände OMG und GWA sowie der Westermann-Verlag, mehrere Landesmedienanstalten und die ZEIT-Stiftung. #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 Forschungsarbeit des Leibniz-Instituts für Medienforschung 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. Unterstützt wird das Projekt von einem Kuratorium aus namhaften Persönlichkeiten aus Medien und Politik. Das Jahr der Nachricht wird außerdem gefördert von der Madsack Stiftung, der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) und dem Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI). Darüber hinaus wird TikTok das Jahr der Nachricht" als Partner begleiten.

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



Mitte Januar hat das Team von "Social News Daily" seine Arbeit aufgenommen. Mit dabei unter anderem (v.l.): Lena Marie Haring, Benedikt Wenck, Melissa Körner, Kim Ly Lam, Elli Edich, Tim Kowalewski-Teusch, Daphne Ivana Sagner, Melih Karakus und Rieke Smit. Standort der Redaktion ist der Hamburger Bürger- und Ausbildungskanal TIDE auf dem Kunst- und Medien-campus in Hamburg. (Foto: dpa/Christian Charisius) / 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/100094189/100916075> abgerufen werden.