

01.09.2021 - 09:30 Uhr

## Nachrichtengebote für die Generation Z: #UseTheNews-Playbook von dpa, BDZV und HAW Hamburg erschienen



Hamburg (ots) -

Wie informieren sich junge Menschen in Deutschland und wie entwickelt man zeitgemäße Nachrichtengebote für die Generation Z? Mit dem Projekt #UseTheNews gehen Medien und Medienforschung der veränderten Nachrichtennutzung auf den Grund und entwickeln neue Informationsangebote speziell für unter 30-Jährige. Das jetzt veröffentlichte Playbook liefert zu diesem Thema wertvolle Erkenntnisse und Arbeitsergebnisse. Herausgeber sind die dpa Deutsche Presse-Agentur und der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV). Die Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW Hamburg) unterstützt das Projekt.

Neben Basiswissen über veränderte Einstellungen und Nutzungsgewohnheiten bietet das Playbook Inspiration und konkrete Handlungsempfehlungen für die Entwicklung neuer Nachrichtengebote. Darüber hinaus gibt es Einblicke in den Stand einer zeitgemäßen Nachrichtenkompetenz-Vermittlung in Schulen. Im rund 150-seitigen Buch teilen über fünfzig Expertinnen und Experten ihr Wissen. Das Playbook kann ab sofort unter [www.usethenews.de](http://www.usethenews.de) kostenfrei heruntergeladen werden.

"Die Medienbranche steht vor einer großen gemeinsamen Zukunftsaufgabe: Wie sind junge Menschen von der Relevanz journalistischer Arbeit zu überzeugen und mit welchen Inhalten gelingt das?", sagt Peter Kropsch, Vorsitzender der dpa-Geschäftsführung und Mitglied im Lenkungskreis des #UseTheNews-Kuratoriums. "Dass die Branche den richtigen Weg eingeschlagen hat, dokumentiert das Playbook eindrucksvoll. Die #UseTheNews-Studie liefert verlässliche Zahlen, im News-Literacy-Lab entstehen kreative Prototypen und es werden Wege aufgezeigt, wie das Wissen um Medien und Journalismus die Schulen besser erreicht", so Kropsch weiter.

"Für diese Studie haben sich zahlreiche verschiedene Stakeholder zusammengetan, die normalerweise auf dem deutschen Medienmarkt hart miteinander konkurrieren", sagt Dietmar Wolff, Hauptgeschäftsführer des BDZV. "Erstmals denken wir nun alle gemeinsam den Nachrichtenkonsum konsequent von der jungen Zielgruppe her: Was funktioniert? Wie und in welcher Form? Auf welchem Kanal? Neben einer Vielzahl interessanter qualitativer und quantitativer Studienergebnisse hat die offene und kollegiale Kollaboration von Zeitungs- und Rundfunkunternehmen, dpa und Leibniz-Institut obendrein ein Playbook mit zahlreichen Anregungen und Best-Practice-Beispielen hervorgebracht, aus dem sich Redaktionen frei bedienen können. Eine Win-Win-Win-Situation, an der der BDZV sehr gern mitgewirkt hat", betont Wolff.

"Das News Literacy Lab zeigt, was für enormes kreatives Potenzial es in deutschen Medienhäusern gibt, ob öffentlich-rechtlich oder privat - und welche Dynamik sich entfalten kann, wenn schöpferische Leute über Unternehmensgrenzen und journalistische Gewerke hinweg kooperieren", sagt Prof. Dr. Christian Stöcker von der HAW Hamburg. "Die Medienhäuser haben erkannt, dass wir mitten in einem großen Transformationsprozess stecken, und sie sind jetzt zu unkonventionellen Lösungsansätzen bereit. Zu sehen, in welchem Tempo interdisziplinär Ideen entstehen und umgesetzt werden, ist beeindruckend", unterstreicht Stöcker.

## **Inhalte des Playbooks:**

Studien: Was die #UseTheNews-Studie über Jugendliche und junge Erwachsene verrät und was wir daraus für den Journalismus und die Bildungspolitik lernen können. Inkl. Überblick über aktuelle Studien zur Medien- und Nachrichtennutzung

Methoden der Produktentwicklung: Wie Newsrooms neue Produkte für junge Zielgruppen entwickeln und wie erfolgreiches Product Thinking im Journalismus gelingt.

Best Practices: Erfolgreiche Medienangebote für junge Menschen in Deutschland - Medienschaffende berichten über die Herausforderungen und Erkenntnisse bei der Entwicklung neuer Formate.

Best Practices international: Junge Medienmacherinnen und -macher geben Einblicke in ihre Erfolgsfaktoren bei der Erreichung junger Zielgruppen. Inkl. Überblick über internationale Best Practices

Die #UseTheNews-Themengruppen und ihre Projekte: Innovative Produktentwicklungen und erste Pilotprojekte zu den Themen Audio/Podcast, Formate, Kollaboration, Produkt/Marke, Sprache, Themen und Video. Inkl. Tipps für die Praxis

Nachrichtenkompetenz in den Schulen: Was wir über die Vermittlung von Nachrichtenkompetenz im Schulunterricht wissen und wie mit dem Ansatz der Open News Education (ONE) die bereits bestehenden Angebote zur Förderung von Nachrichten- und Medienkompetenz ergänzt und verknüpft werden können.

## **Über #UseTheNews:**

Das bundesweite Projekt #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.

## **Initiatoren, Partner und Unterstützer von #UseTheNews:**

ARD, Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), Behörde für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg, Bundeszentrale für politische Bildung, Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV), City University of New York (CUNY), Deutsche Presse-Agentur dpa, Deutschlandradio, Funke-Mediengruppe, Hamburger Abendblatt, HAW Hamburg, Media Lab Bayern, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut, Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH), Museum für Kommunikation, NDR, News Literacy Project, NOZ, next media accelerator (nma), ntv, RTL, Schöpflin Stiftung, Spiegel, SWR, VRM, ZDF, ZEIT-Stiftung, Zeitungsgruppe Ostfriesland (ZGO)

**#UseTheNews-Playbook kostenfrei herunterladen:** [www.usethenews.de](http://www.usethenews.de)

Pressekontakt:

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

BDZV  
Anja Pasquay  
Pressesprecherin  
Telefon: +49 30 7262 98-214  
E-Mail: [pasquay@bdzv.de](mailto:pasquay@bdzv.de)

HAW Hamburg  
Prof. Dr. Christian Stöcker  
Petra Petruccio  
E-Mail: [usethenews@haw-hamburg.de](mailto:usethenews@haw-hamburg.de)

Medieninhalte



Nachrichtensangebote für die Generation Z: #UseTheNews-Playbook von dpa, BDZV und HAW Hamburg erschienen. Mit dem Projekt #UseTheNews gehen Medien und Medienforschung der veränderten Nachrichtennutzung auf den Grund und entwickeln neue Informationsangebote speziell für unter 30-Jährige. Das jetzt veröffentlichte Playbook liefert zu diesem Thema wertvolle Erkenntnisse und Arbeitsergebnisse. Foto: dpa / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/8218](http://www.presseportal.de/nr/8218) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100876869> abgerufen werden.