

28.02.2024 - 11:01 Uhr

"Vertraue Nachrichten, die stimmen statt Stimmung machen" - #UseTheNews startet Kommunikationskampagne gegen Desinformation

„Fake News gebe ich keine Bühne.“

Lina Larissa Strahl, Sängerin und Schauspielerin

Vertraue Nachrichten, die stimmen statt Stimmung machen.

JahrDerNachricht .de

Hamburg (ots) -

Krieg in der Ukraine und in Gaza, Klimawandel, Ampel-Streit und Rechtsextremismus bestimmen den gesellschaftlichen Diskurs in Deutschland. Viele Menschen sind verunsichert. Sie glauben Falschinformationen schnell und neigen zum Misstrauen gegenüber den etablierten Informationsmedien. Faktentreue Nachrichten sind jedoch die Voraussetzung, dass Menschen sich nicht beeinflussen lassen und sich selbstbestimmt eine Meinung bilden. Mit der breit angelegten Kampagne "[Jahr der Nachricht](#)" will die Initiative #UseTheNews auf die Bedeutung von vertrauenswürdigen journalistischen Inhalten aufmerksam machen und Desinformation eindämmen. Koordiniert wird die Kampagne von der Organisation der Mediagenturen (OMG), Kreativpartner ist die Agentur brinkertlück creatives.

Den Kern der nationalen Kommunikation bildet unter dem Claim "Vertraue Nachrichten, die stimmen statt Stimmung machen" eine großflächige Testimonial-Kampagne. Zu den prominenten Gesichtern zählen unter anderem die Schauspielerin und Sängerin Lisa Larissa Strahl, TikTok-Creatorin Nadine Breaty, Nachrichtensprecherin Damla Hekimoglu (unter anderem Tagesschau24), TikTokerin Jeannie Wagner sowie die RTL- und ntv-Moderatorinnen Pinar Atalay und Nadja Kriewald. Die Motive sind deutschlandweit in TV, Radio, Print sowie auf digitalen Plakatflächen und in den sozialen Netzwerken zu sehen.

"Desinformation heizt das gesellschaftliche Klima an. Sie untergräbt den Zusammenhalt und bedroht die Demokratie. Wir freuen uns, dass die Werbewirtschaft in dieser Situation das Jahr der Nachricht auf ganzer Breite unterstützt", erklärt Meinolf Ellers, Geschäftsführer der UseTheNews gGmbH.

Raphael Brinkert, CEO und Gründer der Agentur brinkertlück creatives aus Hamburg, hofft auf ein breites Echo: "Die größten Feinde unserer Demokratie sind Fake News und Desinformation. Zeit, dass wir ihnen mit Herz, Haltung und Aufklärung Paroli bieten", sagt Brinkert.

Die Organisation der Mediaagenturen (OMG) ist für die Mediaplanung und -akquirierung verantwortlich. Zahlreiche Medien haben bereits positiv reagiert und ihre Unterstützung signalisiert. "Wenn nicht jetzt, wann dann? Wir bedanken uns sehr bei allen Medienpartnern, denn deren Werbe- und Trailerflächen werden jetzt zum entscheidenden Erfolgsfaktor für die Kampagne, On- wie Offline - über alle Kanäle", sagt Klaus-Peter Schulz, Geschäftsführer der OMG.

Mehr Informationen zur Kampagne ab sofort auf: www.jahrdernachricht.de

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

Medieninhalte



Larissa Strahl, Sängerin und Schauspielerin, unterstützt das "Jahr der Nachricht". Mit der breit angelegten Kampagne macht die Initiative #UseTheNews auf die Bedeutung von vertrauenswürdigen journalistischen Inhalten aufmerksam. Koordiniert wird die Kampagne von der Organisation der Mediaagenturen (OMG). Kreativpartner ist die Agentur brinkertlück creatives. / Weiterer Text über ots und 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.



Damla Hekimoglu, Journalistin und Nachrichtensprecherin, unterstützt das "Jahr der Nachricht". Mit der breit angelegten Kampagne macht die Initiative #UseTheNews auf die Bedeutung von vertrauenswürdigen journalistischen Inhalten aufmerksam. Koordiniert wird die Kampagne von der Organisation der Mediaagenturen (OMG). Kreativpartner ist die Agentur brinkertlück creatives. / Weiterer Text über ots und 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.



Nadine Breaty, Influencerin und Autorin, unterstützt das "Jahr der Nachricht". Mit der breit angelegten Kampagne macht die Initiative #UseTheNews auf die Bedeutung von vertrauenswürdigen journalistischen Inhalten aufmerksam. Koordiniert wird die Kampagne von der Organisation der Mediagenturen (OMG). Kreativpartner ist die Agentur brinkertlück creatives. / Weiterer Text über ots und 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.



Jeannie Wagner, Fußballerin und Content Creatorin, unterstützt das "Jahr der Nachricht". Mit der breit angelegten Kampagne macht die Initiative #UseTheNews auf die Bedeutung von vertrauenswürdigen journalistischen Inhalten aufmerksam. Koordiniert wird die Kampagne von der Organisation der Mediagenturen (OMG). Kreativpartner ist die Agentur brinkertlück creatives. / Weiterer Text über ots und 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/100094189/100916445> abgerufen werden.