Der Jugend-Guide zum *Journalismus* der Zukunft

Eine qualitative Studie zu Thesen und Forderungen Jugendlicher dazu, wie sie Informationen wahrnehmen, bewerten und zukünftig informiert werden möchten.

Medieninhaber Digitaler Kompass
Autorin: **Inka Tucek**

Wie stellen sich Jugendliche den Journalismus der Zukunft vor? Was erwarten sie von Nachrichten, was stört sie an der heutigen Informationswelt und was würden sie selbst verändern?

Um Antworten auf diese Fragen zu finden, haben wir mit insgesamt 35 Jugendlichen gesprochen. In fünf Gruppendiskussionen mit jungen Menschen aus unterschiedlichen Bildungskontexten wollten wir herausfinden, wie sie sich informieren, was sie über Journalist:innen denken und wie sie bekannte Medienmarken wahrnehmen.

Das Herzstück unserer Gespräche bildete eine Übung, die sich an der Methode der Zukunftswerkstatt nach Jungk und Müllert (1981) orientierte. Dabei beschäftigten sich die Jugendlichen damit, was sie an der heutigen Informationswelt stört und was aus ihrer Sicht besser funktionieren könnte. Ausgehend von ihrer Kritik entwickelten sie eigene Lösungsansätze und Forderungen für eine Informationswelt, die ihren Bedürfnissen besser entspricht.

Ergänzend haben wir die Ergebnisse mit einer Gruppe von Journalist:innen unterschiedlicher Medienhäuser diskutiert. Dabei zeigte sich, dass die Vorstellungen der Jugendlichen und der Medienschaffenden häufig näher beieinanderliegen als erwartet.

Die Ergebnisse bilden den Ausgangspunkt für NewsUp, ein Projekt, bei dem Jugendliche den Journalismus der Zukunft selbst mitgestalten. Über ein Semester hinweg beschäftigen sich Schulklassen mit Journalismus und Informationskompetenz, entwickeln eigene Nachrichtenformate und werden dabei von Journalist:innen unterstützt. Die besten Ideen werden bei unserem Medienkompetenzfestival ausgezeichnet und ausgewählte Formate gemeinsam mit unseren Medienpartnern – Austria Presse Agentur, DER STANDARD, ORF und Wiener Zeitung – umgesetzt.

Doch bevor wir gemeinsam neue Nachrichtenformate entwickeln, wollten wir erst einmal zuhören.

Auf den nächsten Seiten nehmen wir euch mit in unsere Gespräche mit den Jugendlichen. Wir wollen zeigen, wie sie Informationen und Journalismus wahrnehmen, welche Kritik sie äußern und welche Veränderungen sie sich wünschen. Dabei geht es nicht darum, für alle Jugendlichen zu sprechen, sondern ihre unterschiedlichen Perspektiven sichtbar zu machen und daraus Anregungen für einen Journalismus abzuleiten, der junge Menschen tatsächlich erreicht und interessiert.

Warum eigentlich?

In über zehn Jahren Workshop-Erfahrung erleben wir immer wieder, wie interessiert Jugendliche an Medien und Nachrichten sind, wenn man ihnen auf Augenhöhe begegnet. Gleichzeitig sehen wir, wie sich ihre Informationsgewohnheiten verändern, welche Herausforderungen damit einhergehen und dass sich junge Menschen gesellschaftlich und politisch nicht immer ernst genommen fühlen. Auch die Forschung stützt viele dieser Beobachtungen.

Während sich jüngere Jugendliche vor allem über Freund:innen und Familie informieren, gewinnen soziale Plattformen mit steigendem Alter an Bedeutung. Durchschnittlich verbringen Jugendliche rund vier Stunden täglich an ihren Smartphones. Entscheidend ist aber nicht nur, wie lange sie online sind, sondern auch, was sie dort tun. Ein beträchtlicher Teil ihrer Zeit entfällt auf Social Media (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2025), obwohl Jugendliche diesen Plattformen zunehmend auch kritischer gegenüberstehen. Auch KI-Chatbots wie ChatGPT nutzen sie regelmäßig zur Unterstützung und Informationssuche (Jugend-Internet-Monitor, 2026).

Gleichzeitig wächst weltweit die Sorge vor Falschinformationen. Der Digital News Report 2026 beschreibt ein Nachrichtenumfeld, das von politischer, wirtschaftlicher und technologischer Unsicherheit geprägt ist. Nutzer:innen reagieren darauf mit Verunsicherung und Zynismus, zeigen sich aber auch offen für neue Informationsquellen und Formate (Egan et al., 2026).

Dabei erfüllen Nachrichten eine zentrale demokratische Aufgabe. Sie sollen Menschen ermöglichen, informierte Entscheidungen zu treffen und die Gesellschaft mitzugestalten. Doch in der heutigen Informationswelt stehen journalistische Nachrichten neben Werbung, persönlichen Meinungen, Unterhal-

Impressum

Digitaler Kompass
Argentinierstraße 30B / 2.Stock
1040 Wien
Österreich

Die Verantwortung für die Veröffentlichung liegt bei den Autor:innen.

Das Projekt wird mit Mitteln der FFG gefördert.

FFG
Forschung wirkt.

tung und Falschinformation. Auf sozialen Plattformen konkurrieren all diese Inhalte um Aufmerksamkeit, während die Grenzen zwischen unterschiedlichen Informationsangeboten zunehmend verschwimmen (Edgerly & Vraga, 2017; Stark et al., 2023). Für Nutzer:innen wird es dadurch schwieriger, Informationen einzuordnen und ihre Glaubwürdigkeit zu beurteilen. Auch Medienhäuser stehen vor der Herausforderung, in dieser komplexen Informationswelt Orientierung zu bieten.

Besonders junge Menschen wenden sich in ihrer Nachrichtennutzung zunehmend von klassischen Medienmarken und linearen Angeboten ab (Egan et al., 2026). Fernsehen, Radio und Zeitungen gelten bei ihnen zwar als vertrauenswürdig, gleichzeitig aber auch als altmodisch (Schwaiger et al., 2022). Medienhäuser reagieren darauf mit neuen Formaten, doch diese treffen nicht immer den richtigen Ton. Manche Angebote werden von Jugendlichen gar als unauthentisch oder lächerlich wahrgenommen (Tamboer et al., 2020).

Wie also können journalistische Angebote entstehen, die junge Menschen tatsächlich erreichen? Wir sind überzeugt, dass die Antwort nicht allein in den Redaktionen gefunden werden kann. Die Zukunft des Journalismus sollte nicht nur für, sondern gemeinsam mit Jugendlichen gestaltet werden. Schließlich werden junge Menschen noch immer selten in gesellschaftliche Entscheidungsprozesse eingebunden (Clark & Marchi, 2017). Laut dem Mental Health Jugendbericht von YEP – Stimme der Jugend (2025) erleben neun von zehn Jugendlichen ein Gefühl von Ohnmacht und mangelndem Einfluss auf ihr eigenes Leben.

Mit NewsUp wollen wir deshalb zwei Herausforderungen miteinander verbinden. Jugendliche sollen Journalismus besser verstehen und gleichzeitig die Möglichkeit bekommen, Medien aktiv mitzugestalten. Über ein Semester hinweg beschäftigen sie sich damit, wie Nachrichten entstehen und vor welchen Herausforderungen der Journalismus steht. Dabei entwickeln sie eigene Nachrichtenformate, von denen ausgewählte Ideen von unseren Partnermedien umgesetzt werden. Gleichzeitig kommen Jugendliche und Medienschaffende in direkten Austausch, lernen die Perspektiven und Herausforderungen der jeweils anderen Seite kennen und arbeiten gemeinsam an Formaten. So wollen wir Jugendlichen mehr Selbstwirksamkeit ermöglichen und einen Austausch schaffen, von dem beide Seiten profitieren.

„Weil sie halt so oft auf der *ForYou* aufkommen, haben diese Medien ein gewisses *Vertrauensverhältnis* aufgebaut.“

Schüler, 14 Jahre
über bekannte Medienmarken
auf Social Media

Wie eigentlich?

3 Um im ersten Schritt mehr über die Perspektiven Jugendlicher zu erfahren, haben wir Gruppendiskussionen durchgeführt und diese anschließend mithilfe einer computergestützten, inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse ausgewertet.

Anders als bei Einzelinterviews werden bei Gruppendiskussionen Erfahrungen und Meinungen im gemeinsamen Austausch sichtbar. Die Teilnehmer:innen reagieren aufeinander, stimmen zu, widersprechen und entwickeln Gedanken weiter, wie es auch in alltäglichen Gesprächen geschieht (Lamnek & Krell, 2016). So können wir nicht nur unterschiedliche Erfahrungen und Sichtweisen kennenlernen, sondern auch nachvollziehen,

welche gemeinsamen Meinungen und Orientierungsmuster innerhalb der Gruppen entstehen. Die Gespräche wurden aufgezeichnet, transkribiert und nach der Methode der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse ausgewertet (Kuckartz, 2018).

Die fünf Gruppendiskussionen mit insgesamt 35 Jugendlichen fanden zwischen November 2025 und Februar 2026 statt. Je nachdem, wie intensiv sich die Jugendlichen austauschten, dauerten die Gespräche etwas mehr als eine bis zu zwei Stunden. Lehrpersonen und Lehrlingskoordinator:innen waren bewusst nicht anwesend, um möglichen sozialen Druck zu reduzieren. Ergänzend fand im Jänner 2026 eine Gruppendiskussion mit Journalist:innen statt.

Die Gruppendiskussionen wurden von Inka Tucek, Projektmanagerin bei Digitaler Kompass, durchgeführt, ausgewertet und dokumentiert. Um die Ergebnisse zu reflektieren und einseitige Interpretationen zu vermeiden, wurden sie mehrfach im Team von Digitaler Kompass vorgestellt und diskutiert. Weiters wurde die Konzeption und Auswertung der Studie von Assoz. Prof. Dr. Gerit Götzenbrucker begleitet.

„Ich wünsche mir, dass die Plattform einfach den Beitrag prüft, bevor man was draufstellen darf."

Auszubildender, 17 Jahre
über die Pflicht der Plattformen

Jedoch haben auch Gruppendiskussionen ihre Grenzen. Nicht alle Jugendlichen beteiligten sich gleich stark an den Gesprächen, weshalb manche Sichtweisen mehr Raum hatten als andere. Welche Meinungen offen geäußert werden, kann zudem von der Dynamik innerhalb der Gruppe und der Anwesenheit einer Moderatorin beeinflusst werden. Schließlich haben wir die Jugendlichen zu ihrer Mediennutzung befragt, diese aber nicht selbst beobachtet. Ihre Aussagen geben daher Einblick in ihre eigenen Wahrnehmungen und Erfahrungen, bilden aber nicht zwangsläufig das Nutzungsverhalten ab.

Was haben die Gruppen diskutiert?

Zu Beginn der Gruppendiskussionen haben wir gemeinsam mit den Jugendlichen gesammelt, welche Kanäle und Dienste sie nutzen, um sich zu informieren. Anschließend ging es darum, welche Vorstellungen sie von Journalist:innen und ihrer Arbeit haben. Anhand der Logos verschiedener Medienhäuser wollten wir außerdem herausfinden, welche Medienmarken die Jugendlichen kennen, wie sie diese wahrnehmen und ob sie die Angebote nutzen.

Im zweiten Themenblock bewerteten die Jugendlichen konkrete Nachrichtenbeispiele, die sich an junge Zielgruppen richten. Zunächst vergaben sie anonym Schulnoten, anschließend diskutierten sie ihre Bewertungen in der Gruppe. Die Noten dienten dabei als Ausgangspunkt für den gemeinsamen Austausch.

Den Abschluss bildete eine Übung, die sich an der Methode der Zukunftswerkstatt nach Jungk und Müllert (1981) orientierte. In der ersten Phase, der Kritikphase, sammelten die Jugendlichen alles, was sie am heutigen Informationsangebot stört oder nervt. Ihre Aussagen wurden auf einem Plakat festgehalten und anschließend gewichtet. Dafür erhielt jede Person drei Sticker, die sie auf die aus ihrer Sicht wichtigsten Kritikpunkte verteilen konnte. In der anschließenden Utopiephase entwickelten die

Jugendlichen Ideen und Lösungen für die zuvor gesammelten Probleme. Auch diese wurden auf Plakaten festgehalten und mithilfe von Stickern priorisiert.

Wer waren die Teilnehmenden?

An den fünf Gruppendiskussionen nahmen insgesamt 35 Jugendliche zwischen 14 und 19 Jahren teil. Die Gruppen bestanden jeweils aus fünf bis acht Personen. 15 Jugendliche gaben an, weiblich zu sein, 20 männlich.

Unser Ziel war es, mit Jugendlichen aus unterschiedlichen Bildungskontexten ins Gespräch zu kommen. Deshalb bezogen wir sowohl allgemeinbildende und berufsbildende Schulen als auch die betriebliche Ausbildung ein. Alle teilnehmenden Bildungs- und Ausbildungseinrichtungen befinden sich in Wien.

Konkret beteiligten sich Schüler:innen einer allgemeinbildenden höheren Schule im 18. Bezirk, einer Handelsakademie im 8. Bezirk, zweier Polytechnischer Schulen bzw. Fachmittelschulen im 4. und 15. Bezirk sowie Lehrlinge eines Ausbildungsbetriebs im 3. Bezirk.

Ergänzend diskutierten wir mit sieben Journalist:innen von ORF, Wiener Zeitung, Austria Presse Agentur, Kurier, OktoTV und Hashtag.jetzt. Insgesamt waren damit 42 Personen an der Erhebung beteiligt. Die Gespräche behandelten ähnliche Themen, sodass wir die Perspektiven der Jugendlichen und der Medienschaffenden aufeinander beziehen konnten. Im Mittelpunkt dieser Studie stehen jedoch die Erfahrungen, Meinungen und Wünsche der Jugendlichen.

„Das ist gefühlt so, als würde man *Hieroglyphen* lesen.“

Auszubildender, 18 Jahre
über die Unhandlichkeit
von A3-Zeitungsformaten

Lernt die Jugendgruppen kennen

Unsere fünf Jugendgruppen hatten einiges gemeinsam: Alle Teilnehmenden waren zwischen 14 und 19 Jahre alt und gingen in Wien zur Schule oder absolvierten eine Ausbildung. In ihren Informationsgewohnheiten, ihrer Kritik und ihren Wünschen unterschieden sie sich jedoch teilweise deutlich. Bevor wir zu den gruppenübergreifenden Ergebnissen kommen, möchten wir euch deshalb die einzelnen Gruppen näher vorstellen – wir schauen uns an, wie sie ihre Informationsgewohnheiten beschrieben haben und welche Themen ihnen besonders wichtig waren.

Gruppe 1 – Handelsakademie

Die Jugendlichen der ersten Gruppe informierten sich über Instagram und TikTok, aber auch über ihre Eltern, die Schule, Freund:innen und einzelne Creator:innen. Einen hohen Stellenwert hatte der ORF mit seinen Angeboten auf Social Media. Ergänzend nutzten die Jugendlichen spezielle Apps, um sich über Sport und ihre Hobbys zu informieren. Auch ChatGPT diente als Informationsquelle, wobei sie eher zurückhaltend über die Nutzung sprachen und selbst auf mögliche Fehler hinwiesen. Einzelne hatten sich zudem bewusst von sozialen Plattformen zurückgezogen.

Am meisten beschäftigte die Gruppe, wie wenig Grenzen es insbesondere auf TikTok für problematische Inhalte gibt. Die Jugendlichen diskutierten über gewalttätige und gewaltverherrlichende Beiträge, denen sie sich ausgesetzt fühlten. Sie sprachen sich für strengere Kontrollen und Warnhinweise auf Plattformen sowie eine bessere Sortierung der Inhalte aus,

„Keiner wird *fünf Minuten* lang etwas auf *TikTok* lesen.“

Schüler, 15 Jahre

damit störende Beiträge sie gar nicht erst erreichen. Weiters wurde ein eigenes Schulfach für Medien- und Informationskompetenz als Forderung erarbeitet. Auch an den Journalismus richteten sie eine klare Forderung: Nachrichten sollten *„neutral, aber nicht fad“* sein.

Gruppe ❷ – Polytechnische Schule / Fachmittelschule

Die Jugendlichen dieser Gruppe informierten sich vor allem über Instagram, aber auch über TikTok. Weitere Informationsquellen waren ihre Eltern, Fernsehen, Onlinezeitungen und Nachrichten in ihrer Erstsprache. Im Vergleich zur anderen teilnehmenden Fachmittelschule spielte TikTok in dieser Gruppe eine geringere Rolle. Es wurde jedoch deutlich thematisiert, dass Nachrichten kaum aktiv gesucht wurden, sondern die Jugendlichen eher über ihr persönliches Umfeld, soziale Medien oder Vorschläge im Browser erreichten. Klassische Medienmarken waren ihnen vor allem durch deren digitale Angebote oder Social-Media-Auftritte bekannt. Einzelne Jugendliche verzichteten in dieser Gruppe bewusst auf TikTok oder hatten die Plattform inzwischen verlassen.

Besonders kritisch diskutierte die Gruppe den zunehmenden Einsatz künstlicher Intelligenz. Die Jugendlichen beschäftigte die Frage, wie sich KI-generierte Inhalte erkennen lassen und woran man noch feststellen kann, was echt ist. Bei den Lösungsvorschlägen setzten sie weniger auf technische Hilfsmittel als auf geschulte Menschen, denen sie eine verlässliche Überprüfung von Informationen eher zutrauten. Ein weiteres wichtiges Anliegen waren verständliche Nachrichten in einfacher Sprache, die möglichst allen Menschen zugänglich sind.

Gruppe ❸ – Allgemeinbildende höhere Schule

Die Jugendlichen der dritten Gruppe nutzten vielfältige Informationsquellen und wählten diese teilweise sehr bewusst aus. Klassische Medien, insbesondere Fernsehnachrichten, hatten hier einen höheren Stellenwert als in anderen Gruppen. Soziale Medien dienten auch hier manchen als wichtigste Nachrichtenquelle, anderen vor allem als erster Anstoß für weitere Recherchen. Auch Eltern, Podcasts, spezifische Creator:innen, Telegram-Kanäle und ChatGPT wurden genannt. Einzelne Jugendliche dieser Gruppe hatten zudem soziale Plattformen bewusst verlassen.

Die Kritik der Gruppe richtete sich vor allem gegen mangelnde Transparenz, komplizierte und lange Texte sowie zu viel Werbung. Entsprechend wünschten sich die Jugendlichen kürzere, verständlichere Nachrichten und mehr Einblicke in die Arbeitsweise von Medien. Hervorgehoben wurde der transparente Umgang mit künstlicher Intelligenz. Vertrauenswürdige Medien sollten klar kennzeichnen, ob und wie sie KI bei der Erstellung ihrer Inhalte einsetzen.

Gruppe ❹ – Polytechnische Schule / Fachmittelschule

In dieser Gruppe dominierte TikTok die Informationsnutzung, ergänzt durch Instagram. Klassische Medien spielten im Alltag der Jugendlichen kaum eine Rolle. Vereinzelt begegneten ihnen Beiträge der Zeit im Bild oder von Heute auf ihrer For-You-Page, die sie auch als journalistische Inhalte erkannten. Journalismus verbanden sie dennoch eher mit einem

Angebot für ältere Menschen. Ergänzend wurden Eltern und Nachrichten in der Erstsprache als Informationsquellen genannt. Auch ChatGPT nutzten einige, insbesondere für schwierige Fragen. Einzelne vertrauten den Antworten grundsätzlich oder zumindest dann, wenn sie glaubwürdig klangen.

Besonders störten die Jugendlichen die große Menge an Werbung und sich ständig wiederholende Inhalte. Sie wünschten sich weniger aufdringliche Werbung, am liebsten *„so wie früher“*. Gleichzeitig sahen sie auch sich selbst in der Verantwortung, etwa indem sie problematische Beiträge meldeten. Auf Nachfrage gaben jedoch die meisten an, dies kaum zu tun oder aktuell wenig Wirkung darin zu sehen.

„Das finde ich so nervig, dass ich mir da zusätzlich überlegen muss, ob die Seite jetzt wirklich *vertrauenswürdig* ist.“

Schülerin, 17 Jahre

Gruppe ❺ – Auszubildende

Auch für die Auszubildenden waren TikTok und Instagram zentrale Informationskanäle. Instagram wurde dabei als vertrauenswürdiger eingeschätzt als TikTok. Ergänzend informierten sich die Jugendlichen über klassische Medien und persönliche Kontakte. Einige nutzten das Onlineangebot des ORF, während fast alle die Zeit im Bild über soziale Medien verfolgten. Auch Familie, Freund:innen, Snapchat, Onlinezeitungen, Fernsehen und vereinzelt gedruckte Zeitungen wurden als Informationsquellen genannt.

Als größte Probleme ihrer Informationsumgebung identifizierte die Gruppe Falschnachrichten und gezielte Manipulationsversuche. Auch unnötig ausgeschmückte und sich wiederholende Inhalte empfanden die Jugendlichen als störend. Ihre Lösungsvorschläge konzentrierten sich deshalb auf einen wirksameren Umgang mit Falschinformationen. Sie wünschten sich ein Programm, das falsche Nachrichten verlässlich erkennt, sowie rechtliche Konsequenzen für Menschen, die online gezielt Falschinformationen verbreiten.

Zentrale Ergebnisse

Der vorliegende Guide präsentiert die Ergebnisse einer qualitativen Studie und kann daher keinen Anspruch darauf erheben, die Meinungen aller Jugendlichen in Wien repräsentativ abzubilden. Er ermöglicht jedoch tiefere Einblicke in unterschiedliche Erfahrungen und Einstellungen junger Menschen. Auf den folgenden Seiten zeigen wir daher, welche Themen die Jugendlichen gruppenübergreifend beschäftigten, was sie an der heutigen Informationswelt kritisierten und welche Veränderungen sie sich wünschten.

Wiederkehrende Kritikpunkte und Lösungsvorschläge

In den Gruppendiskussionen tauchten viele ähnliche Themen auf, auch wenn die Jugendlichen diese unterschiedlich stark gewichteten. Die folgende Übersicht zeigt, welche Kritikpunkte und Lösungsvorschläge wiederkehrend aufkamen.

Was nervt?

- Falschinformationen und Manipulationsversuche
- Zu lange Texte und komplizierte Sprache
- Unnötige oder wenig relevante Informationen

- Ständige Wiederholung ähnlicher Inhalte
- Zu viel und aufdringliche Werbung
- KI-generierte Inhalte, die schwer zu erkennen sind
- Fehlende Glaubwürdigkeit und Unsicherheit darüber, welchen Quellen man vertrauen kann
- Übertreibungen und Clickbait
- Inhalte, die in ihrer Gestaltung nicht zur jeweiligen Plattform passen

Was sind Lösungen und Wünsche?

- Strengere Kontrolle und Überprüfung von Onlineinhalten
- Leicht verständliche Warnhinweise und Kennzeichnungen an Ort und Stelle
- Kürzere, einfachere und präzisere Informationen
- Themen, die junge Menschen direkt betreffen
- Weniger Text, mehr Videos und gesprochene Erklärungen
- Echte, sichtbare Personen, die Informationen vermitteln
- Mehr Transparenz über Quellen, Recherche und den Einsatz von KI
- Wirksame Möglichkeiten, problematische Inhalte selbst zu melden oder zu sperren
- Algorithmen, die Inhalte besser an persönlichen Interessen ausrichten
- Menschen oder technische Hilfsmittel, die KI-generierte Inhalte erkennen und überprüfen

Jugendliche bewegen sich heute in vielfältigen Informationsumgebungen, in denen journalistische Nachrichten neben persönlichen Meinungen, Werbung, Unterhaltung und anderen Inhalten stehen. Nicht alle Kritikpunkte und Lösungsvorschläge aus den Gruppendiskussionen richten sich deshalb unmittelbar an den Journalismus. Dennoch sind sie für Medienschaffende relevant. Denn wer junge Menschen erreichen möchte, sollte auch verstehen, wie sie ihre gesamte Informationsumgebung erleben, was sie daran stört und was sie sich wünschen. Deshalb betrachten wir die Ergebnisse bewusst ganzheitlich und zeigen sowohl Forderungen an den Journalismus als auch weitere Beobachtungen aus den Gesprächen.

Forderungen an den Journalismus

▶ Setzt auf audiovisuelle Inhalte

> **„Also mir persönlich wäre das Hören lieber, weil ich bin nicht so eine Person, die gerne liest. Und wenn lesen, dann halt so spannende Sachen.“**
> (Schülerin, 14 Jahre, Gruppe ❷)

> **„Ja prinzipiell ist es immer besser mit Videos.“**
> (Schüler, 17 Jahre, Gruppe ❸)

In allen fünf Gruppen zeigte sich eine klare Vorliebe für Video- und Audioformate. Es kam in jeder Gruppe der Wunsch nach Nachrichten auf, die audiovisuell und passend zur jeweiligen Plattform aufbereitet werden. Längere Texte waren weniger gefragt, wurden aber durchaus gelesen, wenn ein Thema besonderes Interesse weckte und Jugendliche mehr darüber erfahren wollten. Auf Social Media übernehmen kurze Texte zudem eine wichtige Orientierungsfunktion. Captions, Hashtags und Kommentare helfen dabei, schnell zusätzliche Informationen zu finden und Inhalte einzuordnen.

▶ Zeigt kurz, was wichtig ist und ermöglicht Vertiefung

„Sie reden schnell, sagen die wichtigsten Informationen, du kennst dich aus und fertig ist das Video.“
(Schülerin, 14 Jahre, Gruppe ❶)

„Meistens sehe ich es auf TikTok und dann würde ich es selber recherchieren (...) Ich will nur wissen, dass überhaupt sowas passiert ist und dann kann ich von vertraulichen Quellen selber recherchieren.”
(Schülerin, 17 Jahre, Gruppe ❸)

Viele der Jugendlichen empfanden Nachrichtenbeiträge als zu lang oder unnötig ausgeschmückt. Lieber wäre es ihnen, zunächst schnell zu erfahren, was passiert ist, und anschließend selbst zu entscheiden, ob sie sich vertiefend informieren. Weckt ein Thema hingegen ihr Interesse, sind auch längere Erklärungen und ausführliche Beiträge willkommen.

In allen Gruppen kam die Kritik auf, dass sich Themen und Inhalte häufig wiederholen und wenig Neues bieten. Was Jugendliche hier als relevanter empfinden würden, unterscheidet sich jedoch. Für manche zählt der Neuigkeitswert, für andere steht der Bezug zum eigenen Alltag oder persönliches Interesse im Vordergrund. Als besonders störend wurden wiederkehrend Beiträge beschrieben, die lediglich Bekanntes wiederholen, ohne neue Informationen oder Einordnungen zu liefern.

▶ Berichtet über Politik und Konflikte, aber auch über das, was Jugendliche unmittelbar betrifft

„Also das Journalisten-Team soll nicht mehr arbeiten, aber schon mehr Infos machen. Also anstatt nur Krieg und Politik, keine Ahnung, was in der Stadt passiert zum Beispiel.“
(Schüler, 15 Jahre, Gruppe ❷)

Internationale Konflikte und Politik prägten für viele der Jugendlichen das Bild von Nachrichten. Manche empfanden die starke Präsenz dieser Themen auch als belastend. Wiederholt wurde deshalb der Wunsch nach mehr Berichterstattung aus ihrer unmittelbaren Lebenswelt geäußert. Dabei ging es nicht darum, gänzlich auf politische Nachrichten zu verzichten, sondern auch zu erfahren, was in ihrer Stadt, an ihren Schulen oder bei politischen Entscheidungen passiert, die ihren Alltag direkt betreffen.

▶ Formuliert verständlich und kontextsensibel

„Man kann alles, was man sagen möchte, erklären, aber halt einfacher, damit es jeder verstehen kann. Man muss nicht immer diese komplizierten Wörter benutzen.“
(Schülerin, 14 Jahre, Gruppe ❷)

„Naja kommt auf das Thema an, zum Beispiel bei jetzt Krieg oder so, und da kommt irgendwer der so auf einer lustigen Art spricht auf Insta. Bei solchen Themen sollte man eher ernst bleiben.“
(Schülerin, 15 Jahre, Gruppe ❹)

Viele der Jugendlichen empfanden Nachrichten als unnötig kompliziert. Sie wünschten sich eine einfache, verständliche Sprache, bei der man nicht

ständig Fachbegriffe nachschlagen muss. Gleichzeitig kommt es auf den richtigen Ton an. Eine lockere oder humorvolle Aufbereitung kann ansprechend sein, passt aber nicht zu jedem Thema. Gerade bei ernsten Ereignissen wurde eine angemessene und respektvolle Darstellung erwartet.

▸ Bekannt und geschätzt heißt nicht automatisch genutzt – macht eure Angebote zugänglich

> „Was ich teilweise in diesen Qualitätszeitungen schade finde, ist, man liest einen sehr interessanten Artikel und nach dem ersten Absatz braucht man ein Abo, um weiterzulesen. Deswegen sind die eigentlich überhaupt nicht relevant."
> (Schüler, 14 Jahre, Gruppe ❶)

> „Diese Zeitungen sind eigentlich eher gut, aber ich glaube so für ältere Leute."
> (Auszubildender, 16 Jahre, Gruppe ❺)

In allen Gruppen erkannten die Jugendlichen zahlreiche Medienmarken anhand ihrer Logos und verbanden teilweise bestimmte Vorstellungen mit ihnen. Einige Angebote wurden über Websites oder im Fernsehen genutzt. Auf Social Media spielte insbesondere die Zeit im Bild eine wichtige Rolle. Gleichzeitig zeigte sich wiederholt, dass Jugendliche Medienmarken durchaus positiv wahrnehmen, ohne ihre Angebote tatsächlich zu nutzen. Gründe dafür sind etwa Paywalls, kompliziert aufbereitete Inhalte oder eine wenig ansprechende Gestaltung. Manche Jugendliche äußerten zudem den Eindruck, dass sich klassische Medien gar nicht an sie richten, sondern vor allem für ältere Menschen gemacht sind.

▸ Seid jugendgerecht, aber bleibt authentisch

> „Vielleicht einfach neutral und nicht extra versuchen, so jugendlicher zu wirken."
> (Schüler, 14 Jahre, Gruppe ❶)

> „Es sind immer diese Stereotype. Oh, sie können das nicht, weil sie haben eine Aufmerksamkeitsspanne von einer halben Sekunde und wir müssen jetzt Nachrichten für sie machen. Aber die Zielgruppe ist halt nicht wirklich getroffen."
> (Schülerin, 17 Jahre, Gruppe ❸)

Humor, Memes und Musik können Nachrichten für Jugendliche attraktiver machen, wenn sie passend und mit Feingefühl eingesetzt werden. Eine bemüht jugendliche Sprache oder stereotype Vorstellungen darüber, was junge Menschen anspricht, werden dagegen kritisch wahrgenommen.

Manche der Jugendlichen wünschten sich sogar ausdrücklich eine sachliche und neutrale Berichterstattung. Das bedeutet aber nicht, dass Nachrichten langweilig gestaltet sein müssen. Schnelle Schnitte, eine ansprechende Bildsprache oder kreative Formate können Aufmerksamkeit schaffen, ohne an journalistischer Sachlichkeit zu verlieren. In der Diskussionsrunde der Handelsakademie brachte ein Schüler diesen Wunsch besonders treffend auf den Punkt. Nachrichten sollten „neutral, aber nicht fad" sein – eine Forderung, der sich auch seine Mitschüler:innen anschlossen.

▶ Denkt das soziale Umfeld mit – es prägt, wie Jugendliche Medien nutzen und bewerten

„Uns wurde auch immer in der Schule gesagt, dass das eine sehr seriöse Zeitung ist (...). Also das war unsere Zeitung, zu der wir immer gegriffen haben, wenn wir was recherchiert haben oder in Zeitungen gelesen haben."
(Schülerin, 16 Jahre, Gruppe ❸)

„Mir wurde immer beigebracht, dass Kurier und Standard so mehr die sind, denen man so vertraut und in Krone und Heute zwar nicht direkt steht, dass es falsch ist, aber halt teilweise auch so Informationen ausgelassen werden und das wurde mir beigebracht"
(Schülerin, 14 Jahre, Gruppe ❶)

Familie, Freund:innen und Schule beeinflussen, welche Medien Jugendliche nutzen und wie sie deren Glaubwürdigkeit einschätzen. Informationen werden sowohl in persönlichen Gesprächen als auch digital weitergegeben, etwa über WhatsApp-Gruppen oder Social Media. Es scheint, als werde damit nicht nur Wissen vermittelt, sondern auch Vertrauen in bestimmte Medienmarken. Mehrfach wurde zudem die Bedeutung von Nachrichten in der eigenen Erstsprache angesprochen, die ein Jugendlicher als *„einfach attraktiver und angenehmer"* beschrieb.

▶ Journalismus, erklär dich

„Ja, dass die Nachrichten eben aufklären, wie sie vielleicht an diese Information gekommen sind. (...) Natürlich ist das nicht gleich ein Zeichen, dass alles 100-prozentig stimmt, aber ich glaube, das würde ein besseres Gefühl geben."
(Schülerin, 17 Jahre, Gruppe ❸)

Besonders in den Gruppen der Handelsakademie und der allgemeinbildenden höheren Schule wurde der Wunsch nach mehr Transparenz im Journalismus deutlich. Die Jugendlichen wollten besser nachvollziehen können, woher Informationen stammen, wie sie recherchiert werden und nach welchen Kriterien Redaktionen entscheiden, was und wann veröffentlicht wird. Auch der Einsatz künstlicher Intelligenz sollte aus ihrer Sicht klar gekennzeichnet werden. Mehr nachvollziehbare Einblicke könnten aus Sicht der Gruppen dazu beitragen, das Vertrauen in Nachrichten zu stärken.

▶ Nehmt die Vielfalt Jugendlicher ernst

„Wenn man sagt Jugendliche, da gibt es so viele verschiedene Arten."
(Schüler, 15 Jahre, Gruppe ❶)

Wie unterschiedlich die Interessen und Bedürfnisse Jugendlicher sind, zeigte sich bereits an den verschiedenen Schwerpunkten der Diskussionen. In den Gruppen der Handelsakademie und der allgemeinbildenden höheren Schule wurde diese Vielfalt zudem ausdrücklich thematisiert. Dort betonten Jugendliche, dass es nicht funktioniert, sie als einheitliche Zielgruppe zu betrachten. Wer junge Menschen erreichen will, sollte ihre unterschiedlichen Interessen und Lebensrealitäten ernst nehmen, statt von einer einheitlichen Vorstellung davon auszugehen, was Jugendliche interessiert.

Zentrale Beobachtungen

▸ Was sind eigentlich Nachrichten? Die Grenzen verschwimmen

„Es sind einfach so Wissensvideos, aber keine Nachrichten, sondern mehr was halt Teenager beschäftigt. Es ist so Hintergrundwissen, was halt eigentlich nicht so erforderlich ist und mehr ablenkt davon, was passiert ist.“
(Schülerin, 15 Jahre, Gruppe ❷)

Die Grenzen zwischen Nachrichten, Unterhaltung, Wissensformaten und anderen Inhalten waren für die Jugendlichen nicht immer eindeutig. Sie bewegen sich in Informationsumgebungen, in denen Inhalte zunehmend ineinander übergehen.

In den Gesprächen wurde wiederholt diskutiert, wann ein Beitrag tatsächlich als Nachricht oder Journalismus gilt. Entscheidend waren vor allem Merkmale wie Aktualität, Relevanz und Vertrauenswürdigkeit. Worauf Jugendliche ihr Vertrauen stützen, unterscheidet sich jedoch. Manche verlassen sich auf ihr Bauchgefühl, andere auf bekannte Medienmarken und Personen, redaktionelle Prüfprozesse, Fachwissen, Quellenangaben oder die vermutete Absicht hinter einem Beitrag. Gleichzeitig räumten einzelne Jugendliche auch ein, dass es ihnen im Alltag nicht immer leichtfällt, Inhalte einzuordnen, oder dass sie dies nicht immer tun.

▸ Jugendliche sehen Plattformen nicht als neutrale Räume

„Ich glaube, TikTok soll ein bisschen mehr aufpassen, welche Videos da reinkommen.“
(Schüler, 15 Jahre, Gruppe ❹)

Viele der Jugendlichen waren mit den Mechanismen sozialer Plattformen und ihren Risiken vertraut. Wiederholt wurde thematisiert, dass Creator:innen die Plattformlogiken nutzen, um Reichweite und Aufmerksamkeit zu gewinnen. Gleichzeitig empfanden die Jugendlichen die zunehmende Menge an Werbung und die Verbreitung problematischer Inhalte, insbesondere auf TikTok, als störend.

In mehreren Gruppen wurde darüber gesprochen, dass sich Beiträge melden oder als „nicht interessant“ markieren lassen. Gleichzeitig äußerten die Jugendlichen Zweifel daran, wie wirksam diese Möglichkeiten tatsächlich sind. Manche berichteten, dass sie versuchen, ihre Feeds durch Likes oder die Dauer, mit der sie Inhalte ansehen, gezielt zu beeinflussen. Doch auch das funktioniert nicht immer wie gewünscht. In mehreren Gruppen wurde deshalb gefordert, Plattformen stärker in die Verantwortung zu nehmen und klarere Grenzen für die Verbreitung von Inhalten zu setzen.

▸ Jugendliche misstrauen KI und nutzen sie trotzdem

„Leute, gebt zu! Ich weiß, es ist oft falsch, aber wenn man irgendwas nachlesen will oder schnell mal die Info braucht, dann als erstes Chat-i.“
(Schülerin, 14 Jahre, Gruppe ❶)

In fast allen Gruppen wurde ChatGPT als Informationsquelle genannt. Auffällig war, dass einige Jugendliche darüber eher zögerlich oder beinahe rechtfertigend sprachen. Die Risiken von KI-Chatbots, insbesondere ihre Fehleranfälligkeit, waren manchen durchaus bewusst.

Mit dieser Unsicherheit gingen die Jugendlichen jedoch unterschiedlich um. Während sich einige auf ihr Bauchgefühl verließen, überprüften andere Informationen gezielt anhand weiterer Quellen. Die einfache und schnelle Nutzung macht Chatbots trotz bestehender Zweifel für viele zu einer naheliegenden ersten Anlaufstelle bei Fragen.

▸ Manche Jugendliche kehren sozialen Medien den Rücken

„Ich habe halt alle Social Media Plattformen gelöscht und deshalb bekomme ich da nichts mit.“
(Schülerin, 14 Jahre, Gruppe ❶)

In einigen Gruppen berichteten Jugendliche, dass sie soziale Medien insgesamt oder bestimmte Plattformen bewusst nicht mehr nutzen. Gerade weil soziale Medien im Alltag vieler junger Menschen eine zentrale Rolle spielen, fällt diese bewusste Entscheidung gegen ihre Nutzung auf.

Eine 18-jährige Schülerin erklärte beispielsweise, dass sie viel Zeit auf Social Media verbracht und sich nach der Nutzung häufig schlecht gefühlt habe. Deshalb entschied sie sich, die Plattformen vorerst zu löschen. Solche Erfahrungen zeigen, dass Jugendliche ihre Mediennutzung durchaus kritisch hinterfragen.

▸ Medienkompetenz ist geteilte Verantwortung

„Das fand ich eine gute Idee, dass es so einen Beruf gibt, wo Leute Sachen prüfen und wirklich schauen: Ist es realistisch? Gibt es das?“
(Schülerin, 16 Jahre, Gruppe ❸)

„Ich würde sagen, dass Bildung in jungen Jahren über das Internet und über richtige Informationen, das ist schon eigentlich ganz wichtig.“
(Schüler, 15 Jahre, Gruppe ❶)

Neben ihrer Kritik an Plattformen betonten einige Jugendliche auch, wie wichtig es ist, Informationen selbst einordnen und überprüfen zu können. Gleichzeitig wollten sie mit dieser Verantwortung nicht allein gelassen werden. Informationen zu überprüfen kostet Zeit und kann anstrengend sein.

In mehreren Gruppen wurden deshalb auch Politik, Bildungseinrichtungen und Expert:innen als wichtige Akteure genannt, die gemeinsam mit den Nutzenden für mehr Orientierung und Medienkompetenz sorgen sollten. Besonders interessant war dabei die Rolle von Faktenchecker:innen. Während einige Jugendliche deren Arbeit bereits kannten, entwickelten andere die Idee einer professionellen Faktenprüfung selbst als Lösungsvorschlag. Das zeigt, dass der Wunsch nach verlässlicher Überprüfung vorhanden ist, die bestehenden Angebote und Berufsbilder aber wohl noch nicht allen bekannt sind.

▶ Journalist:innen als Gegengewicht zu Falschinformationen, KI und Manipulation

„Ich finde, wir brauchen Journalisten, weil sie Themen seriös behandeln und nicht wie irgendwelche Influencer, die halt irgendwas nur für Klicks und Aufrufe machen.“
(Schüler, 15 Jahre, Gruppe ❷)

„Und da gibt es Journalisten, die auch die Wahrheit sagen und nicht wie Politiker einfach versuchen zu manipulieren eben.“
(Auszubildende, 17 Jahre, Gruppe ❺)

In den Jugendgruppen wurde überwiegend positiv über Journalist:innen und ihre Arbeit gesprochen. Auch Jugendliche, die kaum traditionelle Medien nutzten, äußerten sich grundsätzlich positiv über das Berufsbild. Als charakteristisch galt, dass Journalist:innen vor Ort berichten, dadurch näher am tatsächlichen Geschehen sind und insbesondere in Krisenzeiten wichtige Informationen liefern.

Gruppenübergreifend zeigte sich zudem, dass Journalist:innen als bedeutsames Gegengewicht zu Falschinformationen, KI-generierten Inhalten und manipulativer Kommunikation wahrgenommen wurden. Neben der klassischen Kontrollfunktion gegenüber Politik und Macht spielte für viele Jugendliche besonders die Überprüfung von Informationen auf sozialen Medien eine wichtige Rolle. Diese Wahrnehmung lässt sich gut mit ihren beschriebenen Informationsgewohnheiten in Verbindung bringen. Denn während heute nahezu alle Informationen verbreiten können, wurde die Fähigkeit zur sorgfältigen Überprüfung insbesondere Journalist:innen zugeschrieben.

Jugendliche und Journalist:innen teilen viele Kritikpunkte und Erwartungen

Unter den teilnehmenden Journalist:innen überwog die Einschätzung, dass junge Menschen mit journalistischen Angeboten schwer zu erreichen sind. Zwar können Jugendliche über verschiedene digitale Kanäle angesprochen werden, doch fehlen häufig die Ressourcen, um Inhalte für unterschiedliche Plattformen aufzubereiten. Gleichzeitig wurde diskutiert, wie schwer sich nachvollziehen lässt, welche Inhalte bei jungen Menschen ankommen und warum. Nutzungszahlen und andere Kennwerte helfen dabei aus Sicht der Journalist:innen nur begrenzt weiter.

In vielen Punkten zeigten sich Gemeinsamkeiten mit den Jugendgruppen. Auch die Journalist:innen kritisierten die Logiken sozialer Plattformen und wünschten sich klarere Grenzen für diese. Ebenso betonten sie, dass Jugendliche keine einheitliche Zielgruppe sind, sondern unterschiedliche Bedürfnisse haben. Verständlichkeit wurde ebenfalls als wichtiger Anspruch an den Journalismus diskutiert, wobei eine zu starke Vereinfachung von Inhalten kritisch gesehen wurde. Insgesamt zeigten die Journalist:innen durchwegs Verständnis für die Kritikpunkte und Lösungsvorschläge, die die Jugendlichen eingebracht hatten.

Aus den Gesprächen nehmen wir mit, dass es mehr braucht als einzelne Nachrichtenformate für Jugendliche, die unabhängig von ihnen in Redaktionen entwickelt werden. Wer junge Menschen erreichen will, muss auch die eigenen Arbeitsweisen, Plattformstrategien und den direkten Austausch mit ihnen weiterentwickeln. Genau hier setzt NewsUp an. Wir bringen Jugendliche und Medienschaffende zusammen, um gemeinsam neue journalistische Angebote zu gestalten.

Wie wichtig es ist, dass daraus tatsächlich etwas entsteht, brachte ein Schüler am Ende einer Gruppendiskussion auf den Punkt: *„Wir haben heute so viele Themen angesprochen. Ich hoffe auch echt, das wird alles umgesetzt.“*

Quellenverzeichnis

Clark, L. S., & Marchi, R. (2017). Moving forward: What we can do. (S. 163-200). *In Young people and the future of news.* Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781108116015.008

Edgerly, S. & Vraga, E. K. (2017). News, entertainment, or both? Exploring audience perceptions of media genre in a hybrid media environment. Journalism: *Theory, Practice & Criticism, 20(6),* 807-826. https://doi.org/10.1177/1464884917730709

Egan, J., Robertson, C. T., Ross Arguedas, A., Newman, N., Nielsen, R. K., Mukherjee, M., & Fletcher, R. (2026). *Reuters Institute Digital News Report 2026.* Reuters Institute for the Study of Journalism. https://doi.org/10.60625/risj-4vgf-s811

Jugend-Internet-Monitor. (2026, 13. Mai). Saferinternet.at. https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor

Jungk, R. & Müllert, N. R. (1981). *Zukunftswerkstätten: Mit Phantasie gegen Routine und Resignation.* Heyne.

Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (4. Aufl.). Weinheim: Beltz Juventa.

Lamnek, S. & Krell, C. (2016). *Qualitative Sozialforschung: Mit Online-Materialien.* Beltz Verlagsgruppe.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2025). *JIM-Studie 2025: Jugend, Information, Medien.* https://mpfs.de/studie/jim-studie-2025/

Schwaiger, L., Vogler, D. & Eisenegger, M. (2022). Change in News Access, Change in Expectations? How Young Social Media Users in Switzerland Evaluate the Functions and Quality of News. *The International Journal Of Press/Politics,* 27(3), 609-628. https://doi.org/10.1177/19401612211072787

Stark, B., Magin, M. & Geiß, S. (2023). Meinungsbildung in und mit sozialen Medien. In M. Taddicken & J.-H. Schmidt (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (2. Aufl., S. 214-231). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25995-2_23

Tamboer, S. L., Kleemans, M., & Daalmans, S. (2020). ‘We are a neeeew generation’: Early adolescents’ views on news and news literacy. *Journalism, 23*(4), 806-822. https://doi.org/10.1177/1464884920924527

YEP – Stimme der Jugend. (2025). Mental Health: Der Jugend zuhören! Jugendbericht. https://yep-works.org/wp-content/uploads/2025/04/20250401_Mental-Health_Jugendbericht_Download.pdf