

2025

Bildung

Forschung

Journalismus



WIRKUNGS- BERICHT



**DIGITALER
KOMPASS**



digitalerkompass.at



Impressum:

Inhalt: Thomas Prager, Tim Dombrowski

Grafik: Florian Frauendorfer

Lektorat: Inka Tucek, Nora Reichhalter, Katharina Weiße

Bilder: Marko Laitinen (S. 01, 02, 03, 05, 07, 09, 10, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 26, 27, 28)

Maya Luna Mendivil Jahnke (S. 11)

Max Herbst/APA (S. 12, 21, 22)

Susanne Garber (S. 12)

Thomas Ramstorfer (S. 13)

Karo Pernegger (S. 18)

Jürg Christandl (S. 22)

Helena Guschlbauer (S. 23)

LIEBE LESERINNEN & LESER,

wir erinnern uns noch an unseren ersten Workshop in einer Schule – ohne optimiertes Konzept und ziemlich gestresst standen wir vor der Klasse einer befreundeten Lehrerin. Donald Trump war vorwiegend durch Reality-TV bekannt, das Wort „Fake News“ war noch nicht geboren, und unser Büro bestand aus einem Küchentisch.

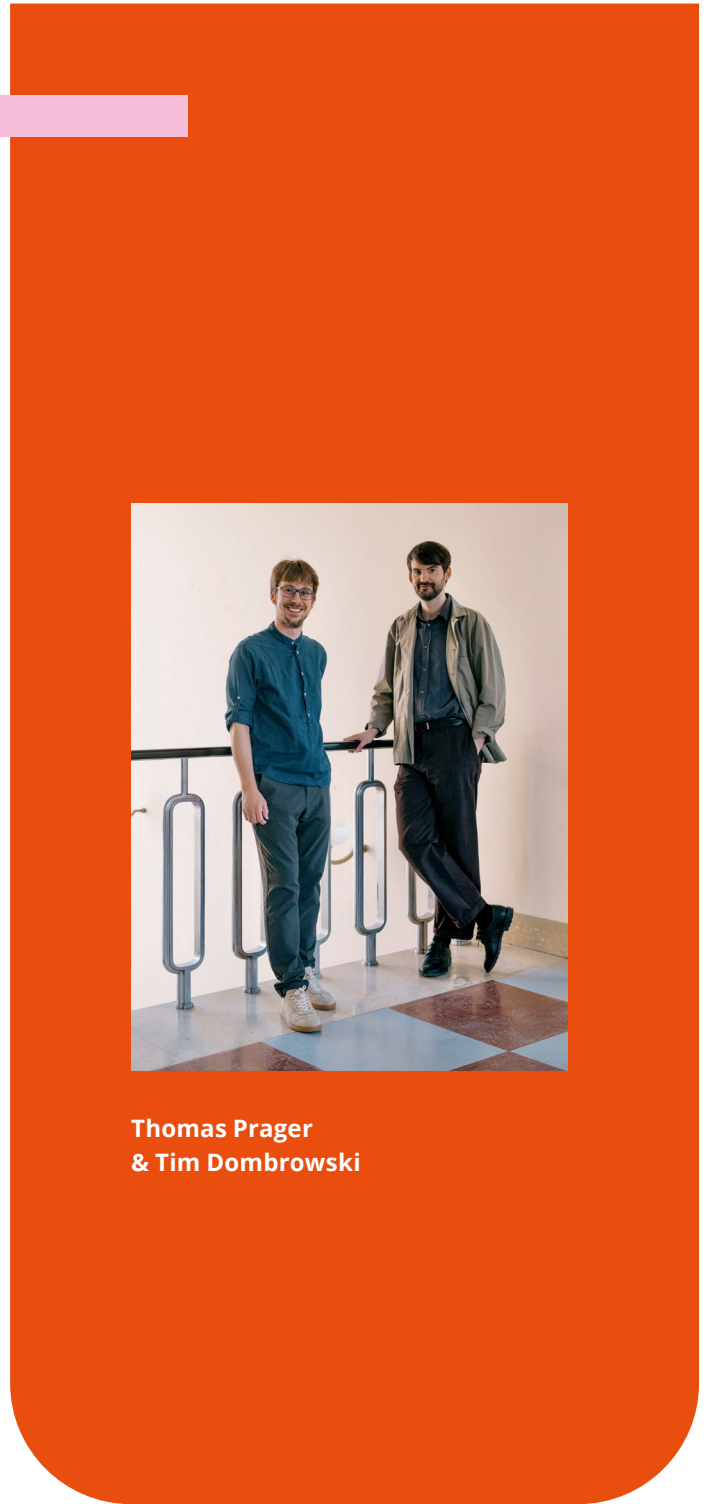
Seitdem ist viel Zeit vergangen, inzwischen prägt Donald Trump schon wieder das Weltgeschehen und politische Debatten. Die Bedrohung unserer Demokratie ist nicht mehr vage, sondern durch manche Politiker:innen und Techunternehmer:innen hochaktuell. Eine neue Welle an KI-generierten Inhalten flutet gleichzeitig das Netz und lässt viele mit der Frage zurück: „Was kann man eigentlich noch glauben?“. Der neue Global Risk Report nennt Des- und Misinformation daher auch 2026 als unter den größten globalen Risiken unserer Zeit.

Auch deshalb hat das Thema Medienkompetenz als Lösungswort gegen die anhaltende Desinformationskrise deutlich an Prominenz gewonnen. Es floriert auf Panels, in der Medienberichterstattung und findet seinen Weg bis in Regierungsprogramme. Entsprechend viele neue Initiativen sind im Themenfeld entstanden.

Wir freuen uns, dass unsere Arbeit nun auf mittlerweile neun Jahren Erfahrung beruht. So konnten wir im vergangenen Jahr neue spannende Projekte starten und neue Initiativen mit unserem Know-How in ihrer Entstehung unterstützen. Hierzu zählen Kooperationen mit renommierten Partnern wie dem ORF, der APA und der DPA.

Unsere Leidenschaft für das Thema Medienkompetenz ist geblieben. Wir wollen mit unserer Aufklärungsarbeit Halt bieten und speziell jungen Menschen die Werkzeuge mitgeben, sich selbst kompetent zu orientieren und eine demokratische Landschaft der Zukunft mitzugestalten.

Hierfür wurden wir 2025 mit einem verstärkten Team tätig und haben so mehr erreicht als je zuvor. Wir konnten unsere Bildungsangebote ausbauen, arbeiteten stärker mit Medienhäusern und Jugendlichen zusammen und entwickelten neue journalistische Formate für TikTok.



**Thomas Prager
& Tim Dombrowski**

2026 wird für uns ebenso spannend werden, denn das Thema Medienkompetenz bleibt eine der zentralen Herausforderungen unserer Zeit. Was wir an neuen Lösungsansätzen und Vorhaben planen, lesen Sie am Ende unseres Wirkungsberichts.

In diesem Sinne wünschen wir eine inspirierende Lektüre!

Thomas Prager & Tim Dombrowski
Geschäftsführer

05

Kommentar

06

Wirkungsmodell

05

Eine Reise durch die Jahre

09

Bildungsbereich

Empowerment durch Bildung

Unsere Bildungsleitlinien – ein Erfolgsrezept

Bildungsbereich in Zahlen

Neue Projekte mit starken Partnern

14

Journalismus – Bait

Faktenchecks auf TikTok

Partizipation – Jugendliche gestalten Bait mit

Die Talente von Morgen für den Journalismus der Zukunft

20

Forschung: Innovation mit und für die Zielgruppe

22

Im Scheinwerferlicht

24

Jahresbilanz

26

Ausblick

27

Das Team

MEDIENKOMPETENZ IST EINE ABSOLUTE NOTWENDIGKEIT

Als Schülerin habe ich ständig das Gefühl, in einem digitalen Dauerfeuer der Informationen zu stehen. Schlagzeilen, Meinungen, Videos und Nachrichten zu jedem Thema und aus jedem Land prasseln dauerhaft auf uns ein. Zwischen dem Liken, Teilen und Scrollen nimmt sich fast niemand Zeit für die Frage: „Stimmt das überhaupt?“. Bildungsangebote zu Medienkompetenz und die Erkennung von Falschmeldungen sind daher für mich nicht einfach nur nett, sondern eine absolute Notwendigkeit.

In Österreich sind fast alle Jugendlichen täglich für mehrere Stunden online. Laut dem Jugend-Internet-Monitor 2025 nutzen 70 Prozent der 11- bis 17-Jährigen regelmäßig Instagram und TikTok, um sich dort zum einen zu unterhalten und zum anderen über jegliches Weltgeschehen zu informieren. Ich kann es nur bestätigen: Diese Plattformen sind für meine Generation die Hauptinformationsquellen. Dort gibt es jedoch keine Faktenchecks im Hintergrund, die den Konsum von Falschinformation regulieren könnten, sondern Algorithmen, die Videos pushen, die schockieren oder wütend machen.

Wie gefährlich das ist, spiegelt eine OECD-Studie deutlich wider. Nur 44 Prozent der österreichischen 15-Jährigen können Falschmeldungen zuverlässig erkennen. Das heißt im Umkehrschluss, dass mehr als die Hälfte der Social Media User im Dunkeln tappen. Das ist keine kleine Schwäche, das ist ein echtes Risiko für unsere Meinungsbildung, unsere mentale Gesundheit und letztlich für unsere Demokratie.

Medienkompetenz bedeutet daher für mich nicht trockene Theorie oder einen mahnenden Vortrag, den man sich halt einmal anhört. Es geht für mich mehr ums Überleben im digitalen

Quelle: Österreich - Nutzung sozialer Medien durch Jugendliche 2025 | Statista „Fake oder Fakt?“. Falsche Nachrichten erkennen - vorarlberg.ORF.at
Soziale Medien: Alterslimit wichtig, aber nicht ausreichend: Gallup Austria



*Isabella Wagner: Schulsprecherin,
HAK Eisenstadt und Teilnehmerin am
Teenage Factchecking Network.*

Alltag. Es geht um junge Nutzerinnen und Nutzer, die wissen sollen, wie Fake News funktionieren oder wie politische Inhalte gezielt emotionalisiert und genutzt werden. Ohne dieses Wissen sind die zukünftigen Generationen nur Spielbälle von Manipulation, und das oft, ohne es zu merken.

Eine Gallup-Umfrage in Österreich zeigt, dass 81 Prozent der Befragten Medienerziehung wichtiger finden als bloße Altersbeschränkungen. Das ist ein starkes Signal und eine Meinung, die ich als 17-Jährige ebenfalls vertrete. Verbote allein haben noch nie geholfen, was hilft, ist Bildung, die in den Unterricht einbezogen gehört. Ich wünsche mir deshalb, dass Medienkompetenz nicht als Randthema behandelt wird, sondern als das, was es wirklich ist: Die Schlüsselkompetenz unserer Zeit. Wir Jugendliche sind nicht zu jung für politische Meinungen oder Informationen über wirtschaftliche Krisen. Wir stehen mitten im Informationsfluss. Wenn man uns dort nicht unterstützt, sondern allein lässt, lässt man uns im Chaos zurück. ■

Wirkungsmodell

EINE REDAKTIONELLE GENERATION ENTSTEHET

Die meisten Jugendlichen informieren sich heutzutage größtenteils online über Social Media-Kanäle. Dort treffen sie auf eine unüberschaubare Menge an Informationen, die ungefiltert auf sie einwirken. Sie können auf exzellente Inhalte stoßen, treffen aber auch auf Falschmeldungen und Verschwörungsmythen. Denn Big-Tech-Unternehmen präsentieren verschiedene Quellen gleichwertig nebeneinander. Doch welche Quellen informieren und welche manipulieren? Das ist eine Kernfrage der heutigen Zeit und der Bildungsauftrag des 21. Jahrhunderts.

Unsere Vision: Eine redaktionelle Generation

Digitaler Kompass verfolgt die Vision eines sozialen Wandels hin zu einer *redaktionellen Generation* – einer Generation von Heranwachsenden, die journalistische Grundtechniken erlernt hat und Informationen im digitalen Raum selbständig auf ihren Wahrheitsgehalt untersucht. Sie trifft mündige demokratische Entscheidungen und weist den Weg in einen künftigen faktenbasierten Diskurs im Sinne des Gemeinwohls.



Wirkungsmodell

Bildung _____
Forschung _____
Journalismus _____

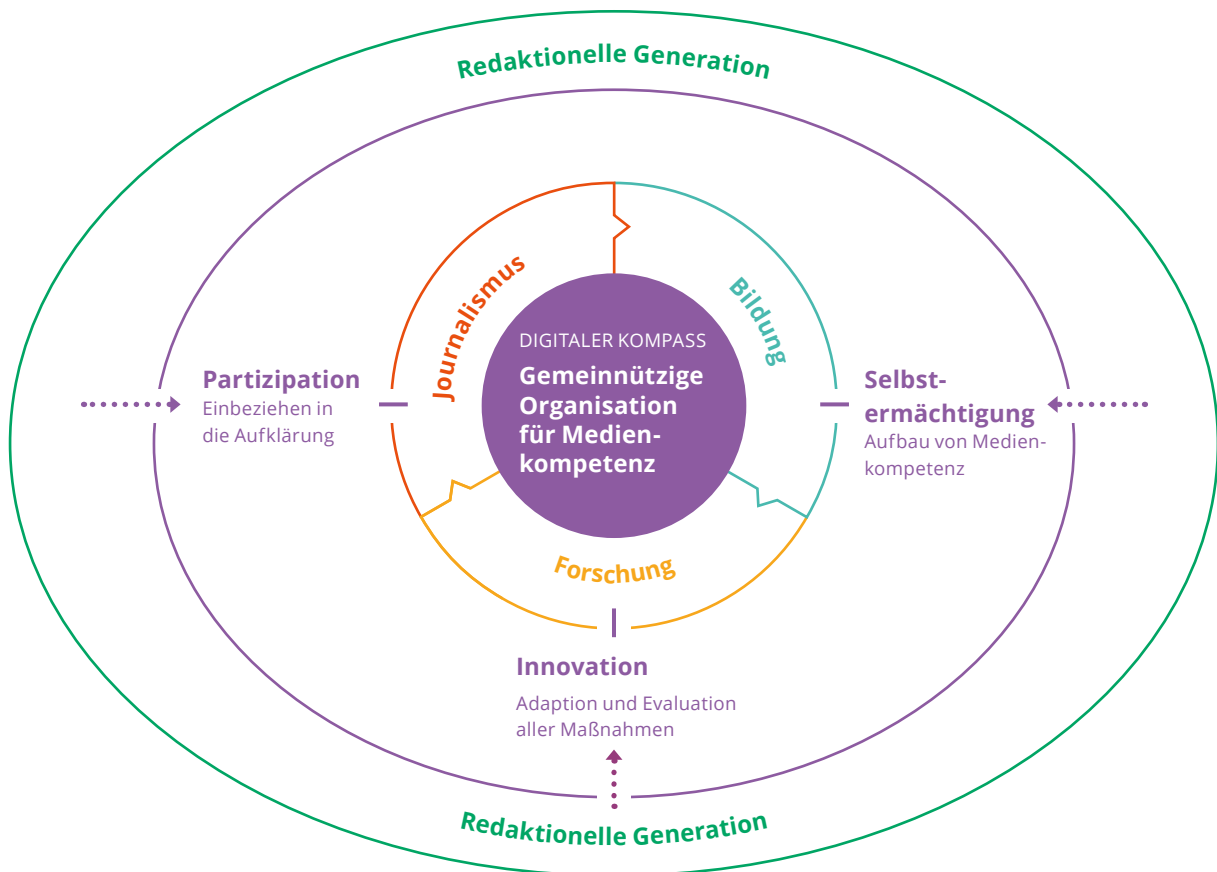


Drei-Ebenen-Modell

Für unser Ziel einer redaktionellen Generation setzen wir zahlreiche Bildungsangebote für Schüler:innen und Lehrer:innen um, betreiben wissenschaftliche Forschung und etablieren journalistische Vorbilder auf TikTok. Diese drei Schwerpunkte: **Bildung, Forschung & Journalismus** gehen dabei nachhaltig Hand in Hand, bedingen einander und verstärken unseren Impact. So können wir etwa Themen aus den Klassenzimmern direkt in unsere Redaktion tragen und aktuelle Falschmeldungen aus der Lebenswelt unserer Zielgruppe für ein größeres Publikum richtigstellen. Gleichzeitig liefert unsere Arbeit in Klassenzimmern und auf TikTok viele Daten, die wir wissenschaftlich nutzen können, um einerseits unsere Angebote zu evaluieren und zu verbessern, und andererseits das Thema Desinformation weiter zu erforschen. ■

3 Ebenen-Modell

Redaktionelle Generation:



Eine Reise durch die Jahre

2015

Eine Idee entsteht: Mit der Flüchtlingskrise in Europa geht eine ungeahnte Flut an Falschinformationen einher und spaltet die Öffentlichkeit. Zeit, etwas zu unternehmen.

Vereinsgründung & Konzeption: Unser erster Workshop entsteht und wird mit Schulklassen ausgetestet.

2016

2017

Nachhaltige Finanzierung für alle Bildungsschichten: Mit Drei Hilft wird der erste Partner für unsere Workshops gefunden. Damit können nun alle Schulklassen unabhängig von ihren finanziellen Möglichkeiten teilnehmen.

2018

Tage der Nachrichtenbildung: Wir setzen unser erstes großangelegtes Projekt um. Dabei werden Workshops für 1.000 Schüler:innen durchgeführt und ein Forschungsbericht gemeinsam mit der Universität Wien veröffentlicht.

Teamerweiterung und die erste europäische Partnerschaft: Unser erstes Team von Medien-trainer:innen wird ausgebildet und beginnt seine Arbeit in den Schulklassen Österreichs. Unsere Kooperation mit der Medienkompetenzorganisation Lie Detectors beginnt.

2019

2020

Neue Wege in der Pandemie: Unsere Bildungsangebote werden digitalisiert und auf ganz Österreich sowie den DACH-Region ausgeweitet. Zeitgleich entsteht unsere Studie Corona Report – Jugend und Medien.

Meilenstein: Erstmals erreichen wir innerhalb eines Jahres die Marke von 10.000 Jugendlichen mit unseren Workshops.

2021

Gründung von Bait Media: Nach einem Jahr der Konzeption wird Bait als erster Factchecking-Kanal gezielt für Jugendliche auf TikTok ins Leben gerufen.

2022

2023

Neue Dimensionen: Im ersten Jahr werden mehr als drei Millionen Jugendliche auf TikTok erreicht und das journalistische Projekt Bait wird mehrmals ausgezeichnet. In der Bait Academy wird das gesammelte Know-How an Nachwuchstalente weitergegeben.

Europäische Anerkennung & Erweiterung des Workshop-Angebots:

Wir gehen mit neuen Workshopkonzepten an Schulklassen und begründen eine Ausbildungsschiene speziell für Lehrlinge. Unsere Arbeit wird mit dem europäischen Voices Award prämiert.

2024

2025

Jahr des Austausches: Über Fokusgruppen und qualitative Einzelinterviews beteiligen sich Jugendliche noch mehr an unserer Arbeit. Gemeinsam entwickeln wir den Grundstein für neue Lernmaterialien, neue Bait Formate und das erste Medienkompetenzfestival für Jugendliche „NewsUp!“.

2050

Eine redaktionelle Generation stärkt die demokratischen Prozesse unserer Gesellschaft.

EMPOWERMENT DURCH BILDUNG

Das vergangene Jahr stand im Zeichen des Ausbaus unseres Workshop-Angebots für 14- bis 19-jährige Jugendliche. Dank der Aufnahme in die Reihe der Anbieter der Förderschiene „Starke Schule, starke Gesellschaft“ der OeAD konnten mehr Schulklassen als je zuvor unsere kostenlosen Workshops in Anspruch nehmen. 2025 besuchten drei Mal so viele Oberstufenschulklassen unsere Workshops wie im Vorjahr – nämlich 162 statt 52.

Möglich war uns dieser Ausbau vor allem dank unserer neuen Projektmanagerin Inka Tucek. Die ausgebildete Pädagogin und Projektmanagerin trug die Weiterentwicklung unserer Bildungsangebote federführend voran.

Insgesamt erreichte Digitaler Kompass die beeindruckende Anzahl von 15.000 Jugendlichen. Ein besonderer Fokus lag auf unseren Workshops direkt an Schulen, doch wir arbeiteten auch außerschulisch mit benachteiligten Jugendgruppen, Start-Stipendiaten und Lehrlingen.

Besonders erfreulich sind die Ergebnisse unserer Impact-Messung: Nach einem unserer Workshops erkennt fast ein Viertel der Klasse zusätzlich Falschnachrichten, die zuvor nicht erkannt wurden. So schließt fast die Hälfte die zuvor bestehende Wissenslücke bei der Erkennung von Falschnachrichten.

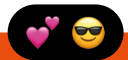


Zu Beginn konnte nur eine:r von zwei Jugendlichen Falschmeldungen und wahre Meldungen korrekt unterscheiden. Am Ende des Workshops erkannten 77 Prozent der Teilnehmenden die Falschmeldungen.

Doch unser Engagement ging noch weiter: So entwickelten wir digitale Schulungsmaterialien mit der APA und dem ORF, mit denen wir nun noch besser Jugendliche in ganz Österreich erreichen können. Parallel dazu entwickelten wir unsere Workshops inhaltlich weiter, um aktuelle Herausforderungen wie KI-generierte Fakes und Propaganda auf TikTok aufzugreifen. Unser Ziel bleibt es, Schüler:innen genau über die Themen aufzuklären, mit denen sie in ihrem Alltag konfrontiert sind. ■

Mone Denninger | Bundesgymnasium Erlgasse:

Der Workshop hat uns angesprochen, weil TikTok für viele Jugendliche eine zentrale Informationsquelle ist. Ich wollte, dass meine Schülerinnen und Schüler lernen, Fakten von Fakes zu unterscheiden. Die Übungen waren alltagsnah, direkt anwendbar und haben Spaß gemacht.



Laura Lassar | Zentrum für Mediennutzung und Mediengestaltung des KUS-Netzwerk & Lehrlingsbibliothek am Berufsschulstandort Längenfeldgasse:

Insgesamt ein sehr gelungener Workshop, der Jugendlichen nicht nur näherbringt, wie man digitale Inhalte kritisch konsumiert, sondern auch verantwortungsvoll gestaltet. Wir werden den Workshop sicher wieder buchen.



Einblicke in unser Team aus Medientrainer:innen: [zum Video](#)

UNSERE BILDUNGSLEITLINIEN – EIN ERFOLGSREZEPT

Unsere Bildungsinhalte werden immer von Mitarbeiter:innen von Digitaler Kompass gemeinsam mit Jugendlichen und Lehrpersonen entwickelt. Einmal fertiggestellt, werden sie regelmäßig evaluiert, aktualisiert und optimiert. So stellen wir sicher, dass die sich stetig verändernden Bedürfnisse von Schüler:innen und Lehrer:innen bedacht werden. Dieses Wissen, die Erfahrungen aus mittlerweile neun Jahren in der Bildungsarbeit, zusammen mit den neuesten Erkenntnissen aus der wissenschaftlichen Forschung, haben wir in vier grundlegende Leitlinien vereint:

1. In der Medienrealität bewegen:

Uns ist es wichtig, Themen zu behandeln, die Jugendliche tagtäglich auf ihren Smartphones vorfinden und die auf sozialen Plattformen wie YouTube, TikTok und Instagram kursieren.

2. Interaktivität als Schlüssel:

Unser Ziel ist es, das Problem der Desinformation, das für Jugendliche in der Regel abstrakt ist, erlebbar zu machen. Gleichzeitig vermitteln wir unsere pädagogischen Konzepte spielerisch und realitätsnah. So erzeugen wir Interesse für das Thema und gewährleisten Lernerfolge.

3. Konkretes Handwerkszeug:

Im dritten Schritt vermitteln wir den Jugendlichen konkrete Techniken, die sie dabei unterstützen, selbst unterschiedlichste Inhalte zu bewerten und sich gegen Falschmeldungen zu wehren. So erhalten Jugendliche das Handwerkszeug, mit dem sie selbstständig glaubwürdige Quellen finden und diese für sich nutzbar machen können.

4. Neutralität in der Lehre:

Wir belehren nicht mit erhobenem Zeigefinger, sondern vermitteln politisch neutrale Techniken. Das erhöht die Glaubwürdigkeit, verhindert Reaktanz und fördert selbstständiges Denken.



Medientrainerin Valerie Schmid entschlüsselt mit Schüler:innen Falschbehauptungen.

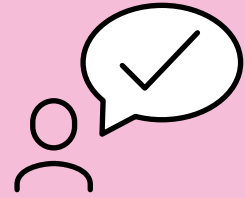
Diese Leitlinien werden von unserem Team, von engagierten Medientrainer:innen, in die Schulklassen Österreichs getragen. Als Expert:innen aus der medialen Praxis sind sie ein weiteres Kernelement unserer Arbeit. Unser junges Team vereint Erfahrungen aus den größten Redaktionen des Landes, wie u. a. ORF, Kleine Zeitung, derStandard, Oberösterreichische Nachrichten oder Kurier sowie aus innovativen Medien Start-ups wie Bait, Hashtag und Zwischenbrücken.

Dank ihres Erfahrungsschatzes und ihrer Authentizität sind sie die bestmöglichen externen Expert:innen in der Schule. ■

Bildungsbereich in Zahlen

15.000

erreichte Schüler:innen



583

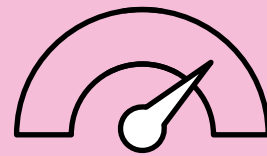
umgesetzte Workshops



um 42,60%

Kompetenzsteigerung im Workshop

4x so viele Schüler:innen erkennen selbstständig nach unserem Workshop eine Falschinformation



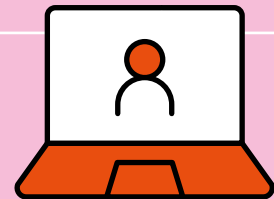
107

aktive Medientrainer:innen



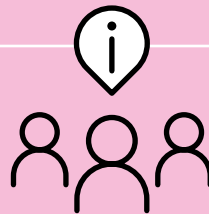
58

neu ausgebildete Medientrainer:innen



162

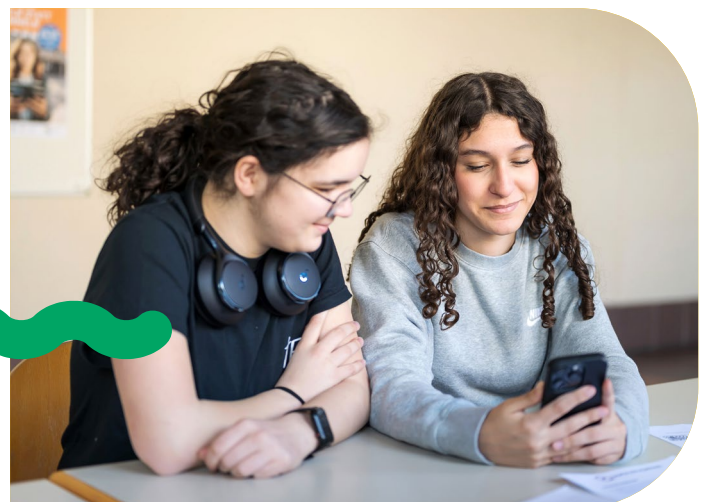
erreichte Schulen



Eine Gruppe neuer Medientrainer:innen aus mehreren Medienhäusern.



Zwei Schülerinnen beim Workshop „Wer wird Faktenchecker:in?“



KOOPERATIONEN: NEUE PROJEKTE MIT STARKEN PARTNERN



2025 nahmen sich immer mehr Medienhäuser dem Thema Medienkompetenz an und sorgten für zusätzliche wertvolle Aufklärung. Digitaler Kompass unterstützte mehrere neue Projekte als Kompetenzpartner und brachte dabei seine langjährige Erfahrung aus der Bildungsarbeit ein.

Gemeinsam mit unserem langjährigen Partner, der europäischen NGO **Lie Detectors**, gestaltete Digitaler Kompass die Medienkompetenzinitiative des **ORF** maßgeblich mit. Im Zuge dessen geben nun pädagogisch ausgebildete Journalist:innen Workshops im ORF-Zentrum, sowie an Schulen. Speziell für Schulklassen aus den Bundesländern wurde eigens eine digitale Unterrichtseinheit gestaltet.

Ein besonderes Highlight waren die Faktenchecktage im Oktober für rund 600 Schüler:innen aus 23 Schulklassen im ORF-Zentrum. Die Workshops wurden von bekannten ORF-Moderator:innen wie Helene Vogelreiter, Kathrin Pollak, Philipp Maschl und Eva Wackenreuther durchgeführt.



Inka Tucek und Tim Dombrowski entwickelten mit dem APA Faktencheckteam die E-Learning Plattform CheckBar.



Thomas Prager und Inka Tucek mit ORF-Redakteurin Kathrin Pollak

Bildungsbereich



Auch die **APA** entwickelte mit Unterstützung von Digitaler Kompass gleich eine gesamte E-Learning-Plattform. Digitaler Kompass brachte seine Expertise federführend ein, um sicherzustellen, dass die neuen Angebote die Zielgruppe (Lehrkräfte und Schüler:innen) ansprechen und an den Schulen angenommen werden.

Mit der **Kleinen Zeitung** und dem Zentrum für Medienwissen der **Wiener Zeitung** produzierte Digitaler Kompass Lehrvideos zum Thema Medienkompetenz. Die Videoserie der Kleinen Zeitung vermittelt auf Social Media, wie man Falschmeldungen selbst entschlüsseln kann. Mit dem Zentrum für Medienwissen produzierte Digitaler Kompass eine Videoserie, die Einblicke hinter die Kulissen unserer Workshops gab. Außerdem wurde eine Videoserie produziert, in der unsere TikTok-Hosts Medienkompetenzbegriffe niederschwellig in Sketches erklärten.

Unser Co-Gründer Tim Dombrowski wurde außerdem in den Beirat der Wiener Zeitung berufen und wird auch hier mit seiner Expertise im Bereich Medienkompetenz einbringen.

Mit **Okto** veranstalteten wir heuer die zweite Digitaljournalismus Academy für Nachwuchsjournalist:innen. Eine noch jüngere Zielgruppe sprach unsere internationale Medienkooperation im Rahmen des Teenage Factchecking Networks an. Digitaler Kompass kooperierte dabei mit Medienhäusern wie der **Deutschen Presse-Agentur** oder **Verificat** aus Spanien. ■



FAKTENCHECKS AUF TIKTOK – WIR KLÄREN DORT AUF, WO SICH JUGENDLICHE INFORMIEREN

Bait ist der erste Fact-Checking-Kanal für Teenager direkt auf TikTok. Wir klären Jugendliche in Videoformaten über Falschmeldungen auf – dort, wo sie sich täglich bewegen – und vermitteln ihnen die Tools, mit denen sie Fakes selbstständig erkennen können. Unsere Bait-Redakteur:innen nehmen die Zuschauer:innen mit auf ihre Recherche, erklären Zusammenhänge und legen ihre Methoden offen. Damit geht Bait über das reine Widerlegen von Falschmeldungen hinaus und wir befähigen junge Menschen, Desinformation eigenständig zu entlarven. Dabei bleiben wir unseren journalistischen Qualitätskriterien verpflichtet – sie sind das Fundament unserer Arbeit.

2025 war ein Jahr der Innovation für Bait. Journalistische Erklärungsvideos bekamen auf TikTok weniger Reichweite, also haben wir neue Wege eingeschlagen, um mit ausgefeiltem Storytelling weiterhin möglichst viele Jugendliche zu erreichen.

Auch unsere Redaktion erneuerte sich: Ein jüngeres Redaktionsteam gestaltet die Inhalte von Bait und ist damit noch näher an unserer Zielgruppe.

2025 produzierte die Redaktion daher Faktenchecks aus neuen Perspektiven, etwa aus dem Winkel einer 360°-Kamera oder im Setup eines Streams (mehr dazu auf den folgenden Seiten). Unser Ziel dabei: Unsere journalistischen Videos interessanter als Propagandavideos zu gestalten und sie in die Feeds möglichst vieler TikTok-Nutzer:innen zu bringen.

Insgesamt veröffentlichten wir 2025 87 Videos, oft unter der Mitwirkung von Jugendlichen. Damit erreichte Bait insgesamt 940.000 Zusehende auf TikTok.

Dieses Wissen trug die Bait-Redaktion auch mit in die Medien-Kooperationen. Gemeinsam produzierten wir mit dem ORF drei Folgen für Kids TV, in denen wir vermittelten, wie Kinder Falschmeldungen erkennen können. Gemeinsam mit der Wiener Zeitung produzierten wir interaktive Sketches. ■

Redakteurin:

Marie Claire Hildebrandt



Unser Redaktionsstatut
findet man [hier](#)



Redakteurin **Nora Reichhalter** moderiert einen Faktencheck



Ausgewählte Kommentare:

„Danke für deine Recherche und den Faktencheck“ Tik-Tok-User: @Pauline



„Gut, dass ihr das aufgedeckt“

Tik-Tok-User: @Foxy



„Mehr davon“

Tik-Tok-User: @melisa



87

Videos

1.200.000

Beitragsaufrufe

1.768

Kommentare

23.000

Likes

940.000

erreichtes Publikum

(Stand 08.01.2026)

PARTIZIPATION – JUGENDLICHE GESTALTEN BAIT MIT

Teenager Tsvetan dreht ein Bait Video



Digitaler Kompass wurde 2025 Partner des internationalen Teenage Fact-Checking Networks (TFCN) – einem globalen Projekt, das junge Menschen zu Faktenchecker:innen ausbildet. Nach dem Erfolg in den USA, initiiert von MediaWise am Poynters Institut, startete die Deutsche Presse-Agentur das Projekt mit starken Partnern in Europa: Poligrafo brachte das Netzwerk nach Portugal, Faaktabari nach Finnland, Teach for Bulgaria nach Bulgarien und Digitaler Kompass nach Österreich.

Zehn Jugendliche zwischen 15 und 19 Jahren lernten von unserer Bait-Redaktion, wie Faktenchecks funktionieren. Im Anschluss produzierten sie dann, mit unserer Unterstützung, ihre eigenen Videos. Daraus entstanden zehn von Teenagern recherchierte und produzierte Faktenchecks, welche auf unserem TikTok-Kanal veröffentlicht wurden.

Diese europäische Weiterentwicklung ist ein weiterer vielversprechender Schritt auf unserem Weg, möglichst viele Jugendliche aktiv in unsere Arbeit einzubinden. Denn hier erreichen Teenager über ihre eigenen Kontakte und Netzwerke Gleichaltrige und erschließen uns damit neue Zielgruppen. So können wir verstärkt auch jene Jugendlichen erreichen, die sich vorwiegend über soziale Medien informieren und kaum oder keinen klassischen Journalismus konsumieren.

Diese stellen Factchecking unterhaltsam dar und vermitteln der Zielgruppe Recherche-Techniken, ohne dabei belehrend zu wirken.

Die Formatentwicklung konnte durch eine Förderung der Datum Stiftung realisiert werden, die Bait als ihr erstes Projekt förderte. Das Ergebnis waren fünf intensive Entwicklungstage mit 15 User-Interviews, mindestens 10.000 Post-Its und fünf innovativen Prototypen für mögliche neue Formate als Ergebnis. Drei Formate wurden bereits im selben Jahr als Pilotprojekte umgesetzt. ▶



Die Teilnehmerinnen der Bait Academy im Workshop

Bait Academy



Die Absolvent:innen der Digitaljournalismus Academy 2025

Das Herzstück bildet ein neues Format im Stil eines Streamer-Set-ups, das an bekannte Streaming-Videos erinnert und den Weg eines Faktenchecks in den Mittelpunkt stellt: Die Hosts werden mit viralen TikTok-Videos konfrontiert und haben fünf Minuten Zeit, um diese zu enttarnen. Live kommentieren sie ihre Rechercheisen und begründen die einzelnen Schritte hin zum Faktencheck. Die Zuschauer:innen können den Weg transparent mitverfolgen und lernen so subtil selbst Faktencheck-Techniken.

Ein weiteres Format, das Jugendlichen auf Augenhöhe begegnet, ist das 360° Videoformat. In dieser innovativen Erzählweise sprechen unsere Hosts niederschwellig über virale Fakes und Gerüchte, während sie bei alltäglichen Tätigkeiten zu sehen sind – und das noch aus einem lustigen Winkel. Erste Formate zeigen unsere Hosts beim Scooter fahren, Spazieren gehen auf bekannten Plätzen oder sogar beim Schafe füttern.

Neu in unserem TikTok-Feed ist außerdem ein Quizformat zu aktuellen KI-Fakes und Entwicklungen. Junge Passant:innen werden dabei auf die Probe gestellt und müssen zwischen echten und KI-generierten Inhalten unterscheiden. Dabei sprechen die Teilnehmer:innen ihre Gedanken und Beobachtungen laut aus und erklären, anhand welcher Indizien sie KI-Bilder oder Videos erkennen. Die TikTok Zuschauer:innen knabbeln mit und lernen nebenbei den einen oder anderen Trick, mit dem sich KI-generierte Inhalte enttarnen lassen. ■



Academy Absolvent Thomas Dissauer übt vor der Kamera

PARTIZIPATION – **DIE TALENTE VON MORGEN FÜR DEN JOURNALISMUS DER ZUKUNFT**

Zentral für den Erfolg von Bait ist die Zusammenarbeit mit Jungjournalist:innen. Über das Teenage Factchecking Network, die Bait Academy und Workshops in Schulklassen tritt die Redaktion stetig in den Dialog mit Jugendlichen. So erfahren wir laufend jene Themen, über die Jugendliche sich Aufklärung wünschen und stellen sicher, dass die Bait-Formate und Sprache Jugendliche auf Augenhöhe erreichen. Die engagiertesten Nachwuchstalente werden dann im Rahmen von Praktika in die Redaktion übernommen.

Am besten gelingt das in der Bait Academy, in der wir mit jungen Talenten zusammenarbeiten, die den Journalismus von morgen mitgestalten wollen.

Die Bait Academy bietet Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine praxisnahe journalistische Ausbildung mit Fokus auf Medienkompetenz und innovativen Journalismus. Vermittelt werden journalistische Grundfertigkeiten, Fact-Checking-Methoden und Content-Produktion – direkt von unseren Bait-Redakteur:innen und erfahrenen Medienprofis.

2025 veranstalteten wir zwei Academics: Die erste Ausbildung im Rahmen des internationalen Teenage-Factchecking Networks in Österreich und die zweite im Rahmen der Digitaljournalismus Academy gemeinsam mit dem Community-TV-Sender Okto. ▶

2 Academics

17 Ausbildungsmonate

5 Praktikant:innen

20 ausgebildete Talente



Bait Academy



Im Juli 2025 veranstalten wir zwei Ausbildungswochen gemeinsam mit Okto, die den Teilnehmenden einen tiefgehenden Einblick in TV-Produktion und Digitaljournalismus ermöglichen. Neben Redakteur:innen von Okto und Bait gaben auch erfahrene Journalist:innen wie Jakob Winter (Profil) sowie Kathrin Pollak und Cassandra Steiner (ORF) ihr Wissen weiter – von Moderation für Social Media bis hin zu Investigativjournalismus. Besonders erfreulich: Mehrere Absolvent:innen der Akademie erhielten im Anschluss ein Praktikum in einer oder beiden Redaktionen – eine nachhaltige Förderung journalistischer Nachwuchstalente. Die Praktikantin Marie Claire Hildebrandt wurde danach fix in die Bait-Redaktion übernommen und gilt nun als Vorbild für künftige Nachwuchstalente.

Stefanie Smejkal:

„Eine super Erfahrung, wo man einerseits theoretisches Wissen bezüglich Journalismus und das Arbeiten in einer Redaktion bekommt und andererseits das Gelernte auch praktisch anwenden darf.“



Tsvetan Tsankov:

„Ein wichtiges Thema für die heutige Gesellschaft, spannend und zugänglich für Jugendliche gemacht!“



Hermine Schulz:

„Der Austausch mit Expertinnen war so bereichernd und interessant.“



Die Academy erfreut sich wachsender Beliebtheit. So bekamen die Redaktionen von Okto und Bait 2025 rund 30 Bewerbungen von engagierten Nachwuchsjournalist:innen in der Form von Videobeiträgen.

Auch individuelle Karriereschritte konnten wir gezielt unterstützen: Dank des „Drei Hilft Fellowships“ und der Förderung durch Drei Österreich erhielt eine Alumna der des Teenage Fact-Checking Networks ein bezahltes Praktikum in unserer Redaktion. Außerdem wirkte Bait am Ausbildungsprogramm Ressort Z des Forums für Journalismus und Medien mit, womit die Jungjournalistin Sophia Tiganas vier Monate in der Bait-Redaktion mitarbeiten konnte. Zudem konnten zwei Schüler des BORG Henriettenplatz im Rahmen ihrer berufspraktischen Tage ein Video für Bait produzieren.

Die Bait Academy 2025 hat damit nicht nur ihre Reichweite erweitert, sondern auch eindrucksvoll gezeigt, dass junge Menschen mit den richtigen Werkzeugen aktiv am Medienwandel mitwirken können. ■

FORSCHUNG: INNOVATION MIT UND FÜR DIE ZIELGRUPPE

Digitaler Kompass entwickelt seine Angebote ständig in Iterationen weiter. Seit unserer Gründung evaluieren wir unsere Angebote laufend und adaptieren sie entsprechend der Ansprüche der Zielgruppe. 2025 hoben wir diese Arbeit auf ein neues Level und ergänzten die fortgeführte quantitative Analyse um zahlreiche qualitative Befragungen von Jugendlichen im Rahmen von Fokusgruppen und Einzelinterviews. Insgesamt befragten wir über 1.700 Jugendliche nach unseren Workshops quantitativ und ergänzten diese Ergebnisse durch Einzelinterviews mit Jugendlichen aus unterschiedlichen Bildungskontexten.

Zu den Interviewten zählten Lehrlinge sowie Schüler:innen der Vienna Business School Schönborngasse, der Polytechnischen Schulen Urfahr in Oberösterreich, des BORG Henriettenplatz im 15. Wiener Bezirk und des Bundesrealgymnasiums Schopenhauerstraße im 18. Bezirk. Jugendliche offenbarten uns in diesen Gesprächen spannende Einblicke, welche die Basis für künftige Weiterentwicklungen unserer Medienkompetenz-Arbeit sind.

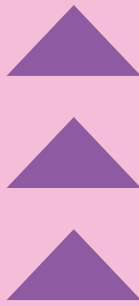
Unsere Zielgruppe ist heterogen. Einige Jugendliche verbringen täglich sechs bis sieben Stunden auf TikTok und beziehen ihre Informationen fast ausschließlich über soziale Medien. Andere wiederum verfügen über ein ausgeprägtes Problembewusstsein: Sie hinterfragen Inhalte und die Macht der Algorithmen kritisch und versuchen bewusst Distanz zu Social-Media-Plattformen zu schaffen.

Auch die quantitativen Ergebnisse unserer Befragung von 1.714 Jugendlichen nach unseren Schulworkshops bestätigen diese Diskrepanz. Social Media sind die primäre Informations-

quelle von Jugendlichen: Auf Platz 1 liegt TikTok, welches von rund zwei Dritteln als Informationskanal genutzt wird, gefolgt von Instagram und dem Fernsehen. Gleichzeitig gaben die Befragten auch an, dass ihnen auf TikTok und Instagram die meisten Falschmeldungen begegnen. TikTok wurde mit Abstand als primäre Plattform für Falschmeldungen genannt. Dieses Aufklärungsbedürfnis untermauert die wichtige Arbeit, die Digitaler Kompass leistet und ermutigt uns, unsere Angebote stetig auszubauen. Neue Erkenntnisse flossen direkt in unsere Arbeit ein: So überarbeiten wir unsere Workshop-Konzepte umfangreich auf Basis des erhaltenen Feedbacks. Bei der neuen E-Learning-Plattform CheckBar, welche Digitaler Kompass gemeinsam mit der APA entwickelte, organisierten wir vorab Fokusgruppen mit Lehrkräften und Jugendlichen, damit die Angebote im Unterricht wirklich weiterhelfen können. Auf Grundlage dieser Erkenntnisse entstand die Plattform, die modular aufgebaut und nun flexibel nach den Bedürfnissen von Schüler:innen und Lehrkräften im Unterricht einsetzbar ist.

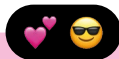
Auch bei der Weiterentwicklung unseres TikTok-Kanals arbeiteten wir intensiv mit der Zielgruppe zusammen. Im Rahmen eines Design-Sprints führte das Projektteam 15 Einzelinterviews mit Jugendlichen und analysierte ihre personalisierten TikTok-Feeds. Auf dieser Grundlage entstanden erste Ideen und Prototypen für neue journalistische TikTok-Formate. ■





Anonymisiert (15 Jahre):

„Danke, dass Sie da waren und wir kein Mathe und Informatik haben. Sie können gerne wieder kommen.“



Anonymisiert (18 Jahre):

„Ich habe gelernt, dass man Bilder suchen kann und somit überprüfen kann, ob diese real sind oder von einer AI erstellt wurden.“



Anonymisiert (17 Jahre):

„Also ich hinterfrage nicht immer alles. Wenn ich mir denke, da bin ich unsicher, dann scrolle ich einfach weiter.“



1.714 befragte Jugendliche

62,7%
der Jugendlichen nennen TikTok
als Nachrichtenquelle (Platz 1)

74,5%
der befragten Jugendlichen nennen TikTok
als häufigsten Kanal für Falschmeldungen (Platz 1)

Jugendliche erzählen uns in Fokusgruppen, welche Inhalte sie sich wünschen.



Die E-Learning Plattform **CheckBar** wurde auf Basis der Meinung Jugendlicher entwickelt.

IM SCHEIN- WERFERLICHT

Probleme rund um die wachsende Desinformation und die mangelnde Medienkompetenz in Österreich rückten 2025 immer mehr ins Zentrum der öffentlichen Debatte. Dadurch bekommt auch unsere Arbeit immer mehr Aufmerksamkeit.

Wir sehen jede gebotene Bühne als Verpflichtung und Chance, um unseren Bildungsauftrag einem größeren Publikum näherzubringen.

Unsere Teammitglieder Inka Tucek, Tim Dombrowski und Thomas Prager wurden zu Gastvorträgen am Pro European Values Forum, dem Publizistik-Institut, sowie auf ein Panel des speak-out Festivals geladen und sprachen dort über das Thema Medienkompetenz.

Ein besonderes Highlight für uns war außerdem das Interview von Thomas Prager in der ZIB 2 zur Funktionsweise und Gefahren des TikTok Algorithmus. Außerdem informierten mehrere renommierte Medien über unsere neuen Projekte: derStandard berichtete über den Start des Teenage Factchecking Network, sowie die Kleine Zeitung, der Innovation Report der Wiener Zeitung und die Salzburger Nachrichten über CheckBar. Auch unser neues Angebot für Schulen mit dem ORF bekam viel mediale Aufmerksamkeit (u.a. auf Ö1 Doublecheck, Guten Morgen Österreich oder orf.at). ■

Co-Gründer **Tim Dombrowski** spricht am speak-out Festival über digitale Ungleichheit.



Projektmanagerin **Inka Tucek** spricht über unsere Bildungsarbeit.

11 Fernsehbeiträge

ZIB 2 // ZiB Magazin // 2x ORF Kulturmontag // 3x ORF Kids TV // 3x Okto TV // 1x W24

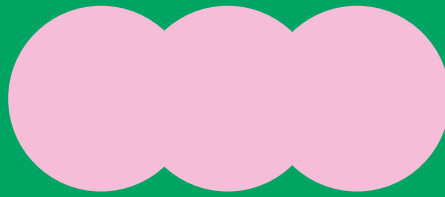
15 Beiträge in Print- & Onlinemedien

4x orf.at // 2x derStandard // 1x profil // 1x Kleine Zeitung // 1x die Furche // 1x Wiener Zeitung // 1x Salzburger Nachrichten // 1x Futurezone // 1x NÖN // 1x wn24

3 Vorträge & Panels

Uni Wien // Speak-out Festival // Pro European Values Forum

In den Medien



Medientrainerin Naz Küçüktekin im Interview über ihre Workshops



NAZ KÜÇÜKTEKIN
Journalistin, Workshopleiterin Verein „Digitaler Kompass“

Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen |
im Ö1 doublecheck, 02.10.2025:

„Die Graswurzel-Revolution der Medienbildung, die eher von kleinen Organisationen von der Seite kommt, ist eine tiefe Ermutigung. Die macht mir tatsächlich Hoffnung“



ZIB THOMAS PRAGER
Geschäftsführer „Digitaler Kompass“

Co-Gründer Thomas Prager über die Gefahren des TikTok Algorithmus.

„Angesichts der Unmengen an KI-generierten Inhalten auf den diversen Plattformen ist der Erwerb von Medienkompetenz das Gebot der Stunde.“

Christian Kneil stellvertretender
Chefredakteur der APA | 03.03.2026:

BILANZ – DIGITALER KOMPASS

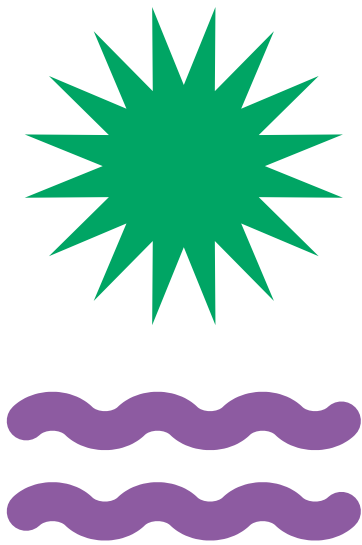
Digitaler Kompass arbeitet nicht gewinnorientiert, sondern im Interesse des Gemeinwohls. Diese Ausrichtung ist in unseren Vereinsstatuten festgeschrieben, denen wir verpflichtet sind.

Unsere Arbeit im Sinne der „redaktionellen Generation“ ist frei zugänglich für alle. Bildungsangebote für finanziell schwächer gestellte sind kostenfrei, und in unseren journalistischen Aktivitäten halten wir uns an höchste journalistische Qualitätsstandards, die Unabhängigkeit und Transparenz gewährleisten.

Daher ist es für uns selbstverständlich, unsere Finanzierung offenzulegen. Wir setzen auf ein ausgewogenes Vier-Säulen-Modell, das Abhängigkeiten verhindert und finanzielle Stabilität sichert:

Unser Finanzierungsmodell:

- » **Institutionelle Unterstützung**
Stiftungen und Institutionen, die sich den Werten einer demokratischen Gesellschaft verpflichtet fühlen, ermöglichen die Umsetzung laufender und neuer Projekte.
- » **Europäische Partnerschaften**
Für die Etablierung bewährter europäischer Medienkompetenz-Projekte in Österreich erhalten wir eine zweckgebundene finanzielle Unterstützung im Einklang mit unseren Statuten.
- » **Private Spenden**
Zivilgesellschaftliche und wirtschaftliche Zuwendungen tragen ebenfalls zu unserer Arbeit bei. Digitaler Kompass hat 2024 den offiziellen Spendenbegünstigungsbescheid für gemeinnützige Organisationen vom Finanzamt Österreich erhalten.
- » **Bait Media GmbH**
Digitaler Kompass ist Eigentümer der Bait Media GmbH. Unter dem Dach der GmbH werden visuelle Bildungsinhalte für privatwirtschaftliche Unternehmen und Institutionen produziert – immer im Sinne unserer gemeinnützigen Ziele.



Bilanz / Unterstützer:innen



Einnahmen:

Workshops & Vorträge & Bildungsmaterialien	151.291,36 €
Spenden & Subventionen	24.000,00 €
Europäische Partnerschaften	23.515,82 €
Institutionelle Unterstützung	163.189,85 €
Überschuss 2024	12.614,09 €
Bait Media GmbH	95.277,40 €

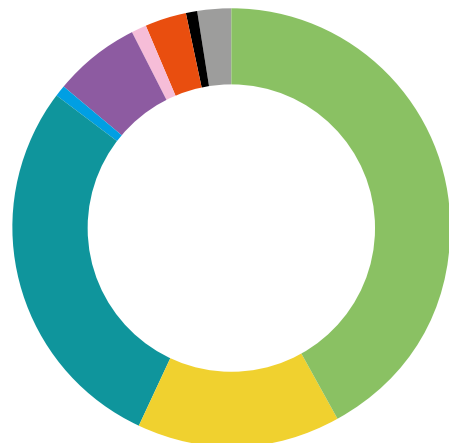
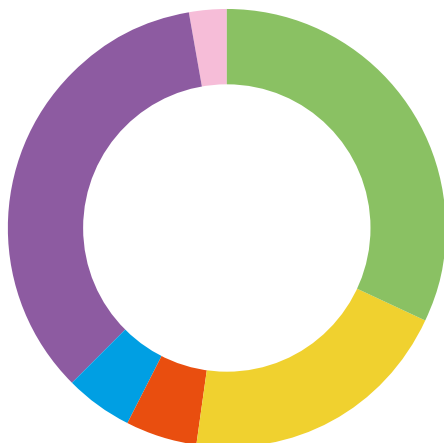
Summe: **469.888,52 €**

Ausgaben:

Personalaufwand	175.321,64 €
Bezogene Leistungen	118.078,65 €
Spesen	3.695,96 €
Miet & Büroaufwand	26.532,05 €
Lizenzen	3.925,99 €
Steuer- und Beratungsaufwand	13.575,60 €
Werbung & Marketing	2.463,98 €
Sonstige betriebliche Aufwendungen	10.363,19 €
Bait Media GmbH	62.530,43 €

Summe: **416.487,49 €**

Jahresüberschuss 53.401,03 €



AUSBLICK

2026 wird für Digitaler Kompass ein weiteres spannendes Jahr der Weiterentwicklung und Expansion. Im Fokus stehen einerseits der weitere Ausbau sowie die inhaltliche Überarbeitung unserer bestehenden Programme. Außerdem starten wir mit zwei wegweisenden Vorhaben ein neues Kapitel in der Geschichte unserer Organisation:

NewsUp! – Europas erstes Medienkompetenzfestival

Mit dem ersten Medienkompetenzfestival Europas schaffen wir eine Plattform, auf der Jugendliche aktiv die Zukunft der Medien mitgestalten können. Junge Menschen begegnen etablierten Journalist:innen auf Augenhöhe, entwickeln gemeinsam neue Ideen für den Journalismus von morgen und setzen innovative Impulse für eine Medienlandschaft, die ihre Bedürfnisse ernst nimmt.

NewsUp! soll langfristig die österreichische Medienlandschaft mitgestalten und zu einem partizipativeren, vielfältigeren und zukunftsorientierten Journalismus beitragen. Dank der FFG kann das Projekt über die nächsten zwei Jahre aufgebaut werden. Bereits jetzt haben sich mit der APA, dem Standard, dem ORF und der Wiener Zeitung einige der renommiertesten Medienhäuser Österreichs als Partner:innen angeschlossen.

Das Festival selbst wird voraussichtlich im Juni 2027 stattfinden.

Umzug ins Funkhaus

Mitte April 2026 eröffnen wir im traditionellen Funkhaus in der Argentinierstraße unsere neuen Büroräumlichkeiten.

Nach einem erfolgreichen Jahr 2025 starten wir voller Energie ins Jahr 2026 und freuen uns darauf, bald von unseren nächsten Schritten zu berichten. ■



NEWSUP!



DAS TEAM



TIM DOMBROWSKI
GRÜNDER & GESCHÄFTSFÜHRER



THOMAS PRAGER
GRÜNDER & GESCHÄFTSFÜHRER



INKA TUCEK
PROJEKTMANAGERIN



JONIS WIDMANN
OPERATIONS- & OFFICE KOORDINATOR



SOFIA KALISLAMOVA
PROJEKTADMINISTRATORIN



NORA REICHALTER
REDAKTEURIN | BAIT



MAGDALENA BAUER
REDAKTEURIN | BAIT



MARIE CLAIRE HILDEBRANDT
REDAKTEURIN | BAIT

Kontakt:

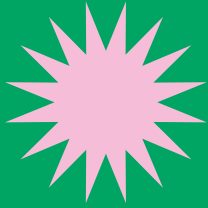
Goldschlagstraße 172/ Stiege 4/ 1.Stock
1140 Wien | Österreich

Geschäftsführung: +43 660 911 24 26
Workshopanfragen: +43 660 555 13 95

Instagram: @digitaler.kompass
TikTok: @bait.faktencheck

office@digitalerkompass.at
www.digitalerkompass.at

Abonnieren Sie hier
unseren Newsletter: [Link](#)

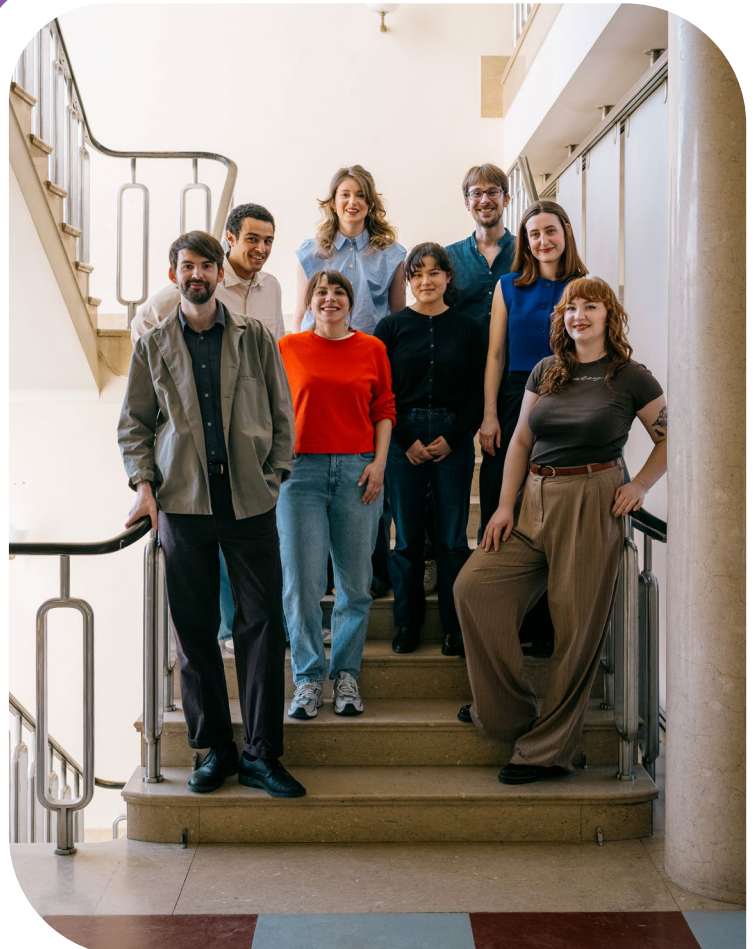


Unser Dank gilt:



 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

 Bundesministerium
Bildung, Wissenschaft
und Forschung



**DIGITALER
KOMPASS**