

# Klassische Medien

## 1. Was ist eine Geschichte?

- **Zwei falsche Gedanken:** „Die Zeitung interessiert sich nie für meine Geschichte“, „Die Geschichte ist zu banal für die Zeitung“
- **Eine gute Geschichte ist die, die man gerne liest.** Wer gerne eine Geschichte lesen würde, die aber nirgends findet, muss sie selbst schreiben.

## 2. Möglichkeiten für Medienarbeit

- Interviews mit oder Portraits von Senior- oder Juniorbotschafter
- Berichte über Veranstaltungen oder Aktionen in der Schule
- Gastkommentare oder Leserbriefe zu aktuellen Themen

## 3. Tipps:

- **Grundfrage muss immer lauten: Was ist die Message? Was will ich sagen?**
- **Richtiges Medium:** Richtiges Medium für die Geschichte oder richtige Geschichte für das Medium finden. Bsp: eine Schulaktion in Oberkärnten interessiert die Innsbrucker Stadtzeitung nicht; ein Aufsatz über die Geschichte der EU wird in Boulevardzeitung keinen Platz finden.
- **Richtiger Kontakt zu Redaktionen:** nicht an allgemeine Redaktionsadressen (zb. [redaktion@bezirkszeitung.at](mailto:redaktion@bezirkszeitung.at)) schreiben oder Kontaktformulare ausfüllen, idealerweise persönliche Kontakte nutzen oder zuständige RedakteurInnen suchen und direkt kontaktieren; dabei so kurz wie möglich halten und sich selbst kurz vorstellen; aussagekräftiger Betreff
- **Richtig formulieren:** aussagekräftig; vor allem online kurze Sätze; im Aktiv formulieren; das Wichtigste kommt immer zuerst (gilt für Artikel, gilt aber auch das Angebot an die Redaktion)
- **Richtige Länge:** keine langen nichtssagenden Einleitungen, nicht schwafeln – weder beim Text noch in der Überschrift und schon gar nicht beim Angebot an die Redaktion; zum Punkt kommen und beim Thema bleiben (Grundfrage!)
- **Meinungsbeiträge richtig verfassen:** Meinungsbeiträge leben von einer klaren Meinung. Faustregel: Die Aussage eines guten Meinungsbeitrags lässt sich in einem Satz klar zusammenfassen. Wieder gilt: zum Punkt kommen und beim Thema bleiben (Grundfrage!)
- **Richtige Bilder verwenden:** aussagekräftige Bilder; wichtig: keine fremden Bilder, deren Urheberschaft nicht klar ist. Stattdessen eigene oder lizenzfreie Bilder verwenden

## 4. Angebot des Verbindungsbüros des Europäischen Parlaments

- Ideen für Medienarbeit
- Pressekontakte
- Feedback auf Artikel vor der Abgabe

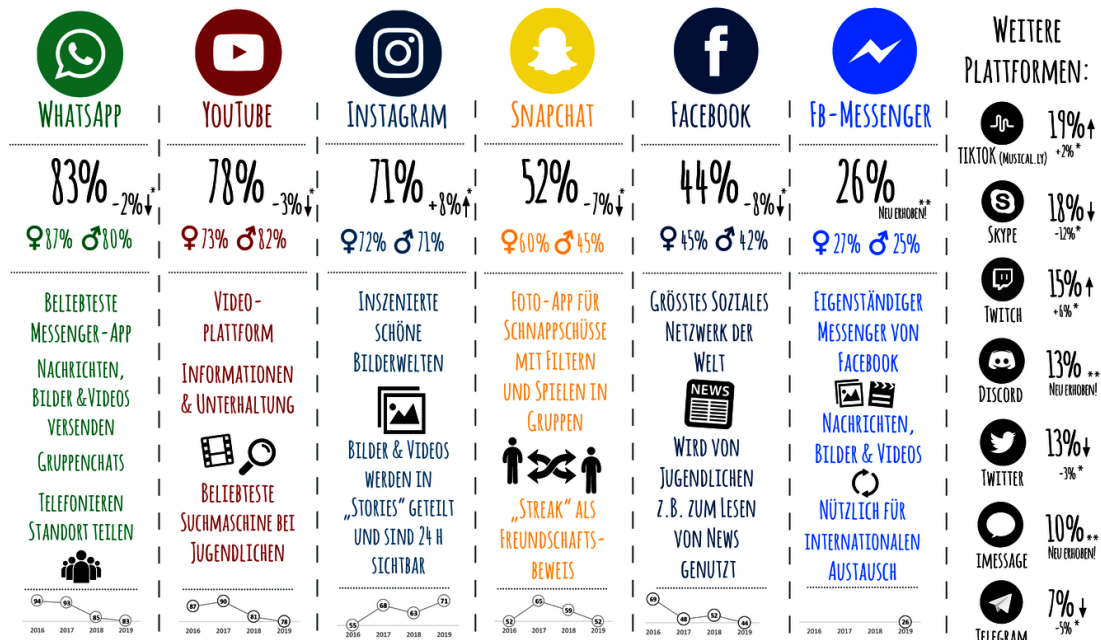
## 5. Nicht vergessen: Zwei verbotene Gedanken

- „Die Zeitung interessiert sich nie für meine Geschichte“
- „Die Geschichte ist zu banal für die Zeitung“

# Social Media

## JUGEND-INTERNET-MONITOR 2019 ÖSTERREICH

Saferinternet.at  
Das Internet sicher nutzen!



\*Im Vergleich zum Jugend-Internet-Monitor 2018 | \*\* Erstmals für den Jugend-Internet-Monitor 2019 erhoben  
Der Jugend-Internet-Monitor ist eine Initiative von Saferinternet.at und präsentiert aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Österreichs Jugendlichen. Frage: Welche der folgenden Internetplattformen nutzt Du? (Mehrfachantworten möglich)  
Repräsentative Online-Umfrage im Auftrag von Saferinternet.at, durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung, 01/02 2019. n = 400 Jugendliche aus Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahren, davon 194 Mädchen. Schwankungsbreite 3-5%.  
Diese Infografik ist lizenziert unter der CC-Lizenz Namensnennung - Nicht kommerziell (CC BY-NC). Icons designed by Freepik.com & FlatIcon.com. Font: Amatic © Vernon Adams, lizenziert unter SIL Open Font License, Version 1.1.  
Gefordert durch das Bundeskanzleramt, Sektion Familien und Jugend. Die alleinige Verantwortung für diese Veröffentlichung liegt beim Autor.

Co-financed by the European Union  
Connecting Europe Facility

### „Erwachsenen-Kanäle“:

- **Facebook:**  
größter Kanal, aber „organische Reichweite ist tot“ - ohne Werbung kaum Reichweite  
Für Zielgruppe Lehrer, Eltern, Gemeinde, etc  
Der Algorithmus favorisiert aktuell Gruppen und „Stories“
- **Twitter**  
„öffentliche SMS“, sehr schnelles Medium  
in Österreich vor allem von Journalisten, Politikern etc. genutzt

### „Jugend-Kanäle“:

- **Instagram**  
inszenierte schöne Bilder  
Beispiel: [Alexander van der Bellen auf Instagram](#)
- **Snapchat**  
Nachrichten, die nach dem Betrachten oder 24h wieder verschwinden  
Facebook-Gruppe reagierte mit „Stories“ (FB stories, Instagram stories, messenger stories)  
Beispiel: [Snapchat Stories](#)
- **TikTok** (ehemals Musically)  
chinesische Server, wird vom EP nicht verwendet  
kurze Videos, mit Musik unterlegt  
Beispiel: [Norbert Hofer auf TikTok](#)