

# Zuhören, pitchen, weitergeben

## Das erste Jahr im CCYA

Formatentwicklung für und mit jungen Zielgruppen, Testen von Modulen zur Medienbildung und Angebote für die journalistische Aus- und Weiterbildung: Im April 2025 hat das Competence Center Young Audiences (CCYA) in Hamburg seine Arbeit aufgenommen. Ein Überblick über größere Projekte, kleine Testballons und erste Erkenntnisse aus dem Praxislabor für Journalismus.

*Von Fiete Stegers,  
Projektleiter CCYA*

„Welche Nebenjobs gibt es für 14-Jährige? Was kann ich tun, wenn ich als Aushilfe schlecht behandelt werde?“ Und: „Wieso ist es so teuer, den Führerschein zu machen?“ Drei Beispiele für Themen, für die sich Jugendliche interessieren und zu denen sie sich mehr Informationen wünschen. In Workshops an weiterführenden Schulen in Hamburg, im Umland und bei Veranstaltungen haben wir Jugendliche gefragt, für welche Themen sie sich allgemein interessieren – und welchen ganz konkreten Fragen und Problemen Journalist:innen nachgehen sollten, damit die Lebensrealität der Jugendlichen sich auch in den Medien widerspiegelt.

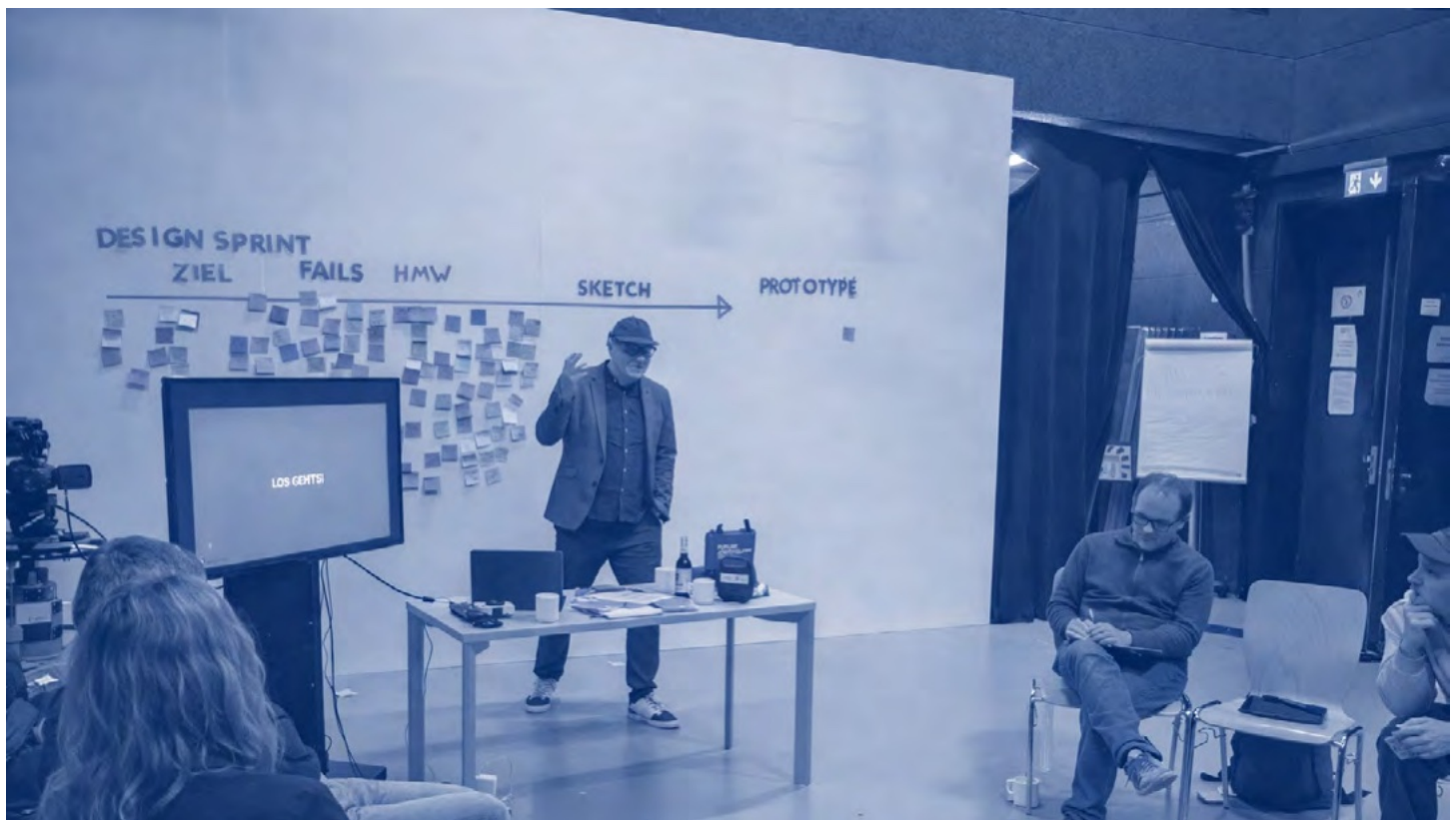
## Windkanal für den „Local Solutions Monitor“

Diese Fragestellung war Teil einer ersten Workshop-Reihe für ein neues journalistisches Format: Der „Local Solutions Monitor“ ist geplant als Kollaborationstool für den Kontakt zwischen Menschen und einer lokalen Tageszeitung. User:innen können Hinweise und Fragen zu lokalen Themen und Problemen einstellen. Die Redaktion recherchiert, diskutiert ihre Erkenntnisse mit der Community und spricht mit Expert:innen und Entscheider:innen. Das Ziel: gemeinsam Lösungen und Kompromisse finden, Wirksamkeit erfahren.



Die Idee für den "Local Solutions Monitor" wurde von der dpa und der Verlagsinitiative DRIVE beim Kick-off für das Competence Center Young Audiences im April 2025 präsentiert. Das „Hamburger Abendblatt“ signalisierte Interesse an der Umsetzung eines Prototyps mit dem Fokus auf jüngere Zielgruppen. In den folgenden Monaten stellte das Projekt den Schwerpunkt der Arbeit des CCYAs dar.

*Mit solchen Legofiguren konnten Schüler:innen ihre Wünsche visualisieren.*



Zum „Local Solutions Monitor“ gab es einen zweitägigen Design-Sprint im TV-Studio von TIDE Hamburg, bei dem auch Schüler:innen dabei waren.

Co-Creation – also das gemeinsame Erstellen von Inhalten und Entwickeln von Formaten zusammen mit der Zielgruppe – stellt ein wichtiges Leitprinzip der Arbeit im CCYA dar. In diesem Sinne wurden auch hier potenzielle Nutzer:innen frühzeitig eingebunden.

Nach einer ersten Workshop-Reihe gab es im zweiten Halbjahr eine zweite Phase von Schulworkshops, in denen Lego-Bausteine zur Visualisierung von Themen und Problemen eingesetzt wurden. Auf Basis der so gesammelten Erkenntnisse wurden zusammen mit Redakteur:innen des „Hamburger Abendblatts“ in einem zweitägigen Design-Sprint im Studio des Hamburger Bürger:innen-Senders TIDE konkrete Prototypen für die Beteiligung von Jugendlichen entworfen (mehr dazu ab S. 11).

### Schnelle Entwicklung, rasches Feedback



Angebote für die journalistische Aus- und Weiterbildung gehören ebenfalls zum Portfolio des CCYAs. Im Startjahr widmeten sich zwei 1- bis 2-tägige **Seminare für RTL Nord und Lensing Media** zugleich Formatentwicklung und journalistischer Ausbildung: Volontär:innen und Auszubildende der beiden Medien erhielten Tipps für die Arbeit für und mit jungen Zielgruppen. Sie profitierten von den Erfahrungen der Medienpädagog:innen von TIDE und aus medienpraktischen Co-Creation-Projekten von #UseTheNews.

In einer an den konkreten Bedürfnissen ihrer Medienhäuser orientierten Challenge entwickelten die Teilnehmenden in wenigen Stunden eigene Ideen für Social-Media-Formate. Zum Beispiel für einen Podcast, der Jugendliche zu einem selbst gewählten Thema mit Expert:innen ins Gespräch bringen soll. Mit einer Besonderheit: Wenn die jungen Mode-



Nachwuchsjournalist:innen von Lensing Media besuchten im Sommer 2025 das CCYA.

rator:innen das Gefühl haben, dass die erwachsenen Gesprächspartner:innen schwierige Fachbegriffe benutzen oder gar von oben herab sprechen, drücken sie einen Buzzer – das Signal, sich schleunigst wieder auf Augenhöhe zu begegnen. Ihre Format-Ideen präsentierten die Volontär:innen anschließend in einem Pitch vor Jugendlichen – ein unmittelbarer Reality-Check.

Erneut erwies sich hier TIDE mit seinem Zugang zu Hamburger Schulen und seiner anerkannten medienpädagogischen Kompetenz als Schlüsselfaktor für die Arbeit des CCYA.

Bei allen im Rahmen des CCYAs durchgeführten Maßnahmen wird versucht, den Erkenntnisgewinn für die beteiligten Medien mit den Interessen der teilnehmenden Jugendlichen und Lehrkräfte auszubalancieren. Für diese sollten unmittelbare Benefits deutlich werden, um sie zur Teilnahme zu motivieren (z. B. das Aufgreifen im Lehrplan vorgesehener oder ergänzender Inhalte, Einblick in die Arbeit von Redaktionen, attraktive Workshop-Formate als Abwechslung zum normalen Unterricht, das Erlebnis von Selbstwirksamkeit durch das Erstellen eigener Inhalte oder die Einflussnahme auf journalistische Formatentwicklung/Themenfindung).

## Unterrichtsentwürfe testen

Im CCYA können neben neuen journalistischen Formaten für junge Zielgruppen auch klassische Unterrichtsentwürfe und Module zur Vermittlung von Nachrichten- und Informationskompetenz getestet werden. Derzeit befinden sich im CCYA verschiedene Unterrichtskonzepte in der Entwicklungs- bzw. Testphase.

Im **Unterrichtsmodul „Diskurskompass“** soll es darum gehen, insbesondere bei polarisierenden Debatten etwa auf Social Media, Fakten durch Recherche zu klären und die Diskussion zu versachlichen.



Im CCYA können Schüler:innen sich in Workshops ausprobieren und ihre Wünsche und Ideen einbringen.



Nach einem ersten Test in Zusammenarbeit mit der Organisation „Jugend debattiert“ und TIDE entwickelte sich hieraus der Anstoß, zunächst ein konkretes Modul zu Recherchetechniken in Schulungen von „Jugend debattiert“ zu integrieren.

Ein anderes Modul mit dem Arbeitstitel **„Ein Foto und seine Geschichte“** (dpa) soll den kritischen Umgang mit Bildern fördern und ein Bewusstsein für Bedingungen und Relevanz journalistischer Berichterstattung vermitteln. Die Teilnehmenden werden angeregt, Fotos oder Videos aktueller Ereignisse zu analysieren und lernen die Entscheidungskriterien und Entstehungsbedingungen bildjournalistischer Arbeit kennen. Ähnliche Konzepte gibt es bereits bei #UseTheNews-Schwesterinitiativen in den Niederlanden und der Schweiz.

**“Das CCYA ermöglicht uns immer wieder, wichtige und wertvolle Erkenntnisse, wie das Nachrichtengeschäft und unsere Arbeit als Journalisten von Jugendlichen wahrgenommen wird. Das ist oft aufrüttelnd, aber auch ermutigend. Das Projekt ‘Local Solutions Monitor’ bietet den Test für eine niedrigschwellige Zusammenarbeit mit der für uns wichtigen Zielgruppe. Und wie wir in dem Sprint zum Projekt gemerkt haben: Denken ist gut, einfach mal machen ist krasser.”**

Cordula Schmitz, Chefredakteurin Digital, Hamburger Abendblatt



### Wie geht es weiter?

2026 sollen im CCYA Unterrichtsmaterialien erprobt werden, die die Ergebnisse einer Studie über das Wissen von Jugendlichen über den TikTok-Algorithmus aufgreifen. Diese hatte das Leibniz-Institut für Medienforschung 2025 für #UseTheNews durchgeführt. Bei einer weiteren für 2026 geplanten Studie des Leibniz-Instituts ist eine Einbindung des CCYAs bereits in der Forschungsphase vorgesehen. →

[Zur #UseTheNews-TikTok-Studie 2025](#)

Zusammen mit der Hamburg Media School wurde ein Round Table durchgeführt, bei dem die Herausforderungen für den Journalismus durch die **„Creator Economy“** mit Medienakteur:innen erörtert wurden. Dieses Thema soll 2026 durch konkrete Projekte im CCYA vertieft werden.

In Kooperation mit Radio Hamburg sollen zudem bei TIDE Audiobeiträge mit Jugendlichen produziert werden. Des Weiteren sind Projekte mit dem NDR und RTL Nord sowie eine Kooperation mit dem Offenen Kanal Schleswig-Holstein und eine Ausweitung des CCYAS nach Norden geplant.

**Zudem freuen wir uns  
über weitere Projektideen!**

## **Das CCYA bietet neue Möglichkeiten für Medienhäuser**

- Windkanal für die Produktentwicklung journalistischer Formate und Themenfindung für junge Zielgruppen
- Praxistest von Bildungsmodulen für die Vermittlung von Nachrichten- und Informationskompetenz
- Angebote für journalistische Aus- und Weiterbildung im Hinblick auf die Arbeit für und mit jungen Zielgruppen
- Fokusgruppen für die wissenschaftliche Forschung

## **Was heißt das konkret?**

1. Mitglieder der Initiative #UseTheNews haben vollen Zugang zum CCYA und den dort gewonnenen Erkenntnissen.
2. Medienhäuser oder sonstige Interessenten, die nicht Mitglied bei #UseTheNews sind, aber mit dem CCYA arbeiten wollen, schließen eine Kooperations- oder Projektvereinbarung.
3. Beauftragt ein Partner ein Projekt im „Windkanal“-Modus des CCYAs, übernimmt er die ggf. entstehenden Kosten.
4. #UseTheNews und TIDE sind gemeinnützig und arbeiten ohne Gewinnabsicht.

**Du willst dein Projekt im  
CCYA einbringen?**

**Kontakt: [fiete.stegers@haw-hamburg.de](mailto:fiete.stegers@haw-hamburg.de)  
Mehr Informationen zum CCYA**