

Aufruf:

**Angebote zur Förderung der Informationskompetenz  
und Meinungsbildung junger Mediennutzender**

**Antragsfrist: 15.07.2024**

Die Sächsische Landesmedienanstalt (SLM) stellt im Rahmen der ergänzenden Medienkompetenz-Projektförderung 2024 Fördermittel bereit, die zur Förderung der Informationskompetenz und Meinungsbildung junger Mediennutzerinnen und Mediennutzer bis 29 Jahre zu gesellschaftlich relevanten Themen verwendet werden sollen.

14.05.2024

Interessierte Vereine, Einrichtungen und Initiativen sind ab sofort aufgerufen, für die Umsetzung von Medienbildungsangeboten zum benannten Themenschwerpunkt bis zum 15.07.2024 eine Förderung bei der SLM zu beantragen. Es soll eine Vielzahl an kleineren und partizipativen Angeboten ermöglicht werden, sodass je Maßnahme zwischen 2.000,00 und 8.000,00 Euro beantragt werden können.

A Ausgangspunkt und Zielstellung:

Die Informationsquellen und die Art und Weise des Nachrichtenkonsums haben sich maßgeblich gewandelt. Besonders deutlich wird dies bei den 14- bis 29-Jährigen, der so genannten Generation Z. Diese Altersgruppe kennzeichnet sich hinsichtlich ihrer Mediennutzung durch drei wesentliche Merkmale: Sie wuchs in einer rundum digitalisierten Medienwelt mit einem ausdifferenzierten Medienangebot auf, hat die zeitlich intensivste Mediennutzung im Vergleich der Altersgruppen, nutzt dabei intensiv Social Media und agiert dabei sowohl als Konsument als auch Produzent verschiedenster Informationen.

Plattformen wie Instagram, YouTube und TikTok gehören für die Altersgruppe zu wichtigen Quellen für Nachrichten und Informationen. Für knapp zwei Drittel sind originäre Onlineangebote die wichtigste Informationsquelle zum aktuellen Zeitgeschehen und für rund 30 Prozent ist Social Media der wichtigste Kontaktpunkt<sup>1</sup>.

Mit dem Nachrichtenkonsum über Social Media geht auch eine veränderte Wahrnehmung einher, welche Personen als maßgebliche Informationsquellen fungieren. Während bei Nachrichtenmedien Journalistinnen und Journalisten als verlässliche Informationsgeber erkannt werden, sind es bei Instagram & Co. zunehmend Prominente, Influencer und Privatpersonen, die aus den verschiedensten Interessen heraus agieren. Dadurch wird die Unterscheidung zwischen faktenbasierter Information, Desinformation, Meinungsäußerung oder Werbung deutlich erschwert. Zudem agieren Mediennutzende in Social Media selbst als Gatekeeper und bestimmen mit wenigen Wischbewegungen welche Informationen sie erhalten möchten. Algorithmen unterstützen die Auswahl dessen, was gefallen könnte und bestimmen so zum einen über die inhaltliche Vielfalt an Informationen und versorgen den Nutzenden außerdem mit stark emotionalisierenden und mitunter auch extremen Inhalten, um ihn möglichst lange und aktiv auf der Plattform zu halten.

Die dargestellten Einflüsse – intensive Nutzung, eigene Zusammenstellung der Inhalte und Rezipieren von Informationen verschiedenster privater und kommerzieller Akteure zum aktuellen Zeitgeschehen – stellen erhöhte Anforderungen an die Informationskompetenz.

Ziel der Förderung ist es daher, junge Mediennutzerinnen und Mediennutzer mit geeigneten Medienkompetenzangeboten dabei zu unterstützen, sich der vielfältigen Interessen und Meinungen bewusst zu werden, auf die sie bei ihrer Social Media-Nutzung treffen. Dabei sollen sie auch für mögliche Desinformation sensibilisiert werden und Strategien aufgezeigt bekommen,

---

<sup>1</sup> Laut Mediengewichtungsstudie der Medienanstalten (2022-1)

diese zu erkennen, um ihre Kompetenzen im Hinblick auf eine bewusstere mediale Wahrnehmung zu stärken.

Mit einem soliden Wissen über mediale Wirkungen und Mechanismen soll ihnen die Einordnung der verschiedenen Inhalte grundsätzlich leichter fallen und es ihnen ermöglichen, sich eine inhaltlich fundierte Meinung zu gesellschaftlich relevanten Themen bilden zu können und diese sicher zu vertreten.

#### B Zielgruppe:

Die Zielgruppe der Förderung sind Jugendliche und junge Erwachsene bis 29 Jahre, wobei der Schwerpunkt auf dem erwachsenen Anteil der "Generation Z" liegen sollte. Innerhalb dieser Altersgruppe gibt es wiederum diejenigen, die vorwiegend Social Media nutzen, um sich über das aktuelle Zeitgeschehen zu informieren und diejenigen, die sich generell wenig informieren, Social Media aber intensiv zur Kommunikation und Unterhaltung nutzen<sup>2</sup>. Beide Gruppen haben gemeinsam, dass sie keine oder nur sehr wenige journalistische Informationsangebote nutzen und bei ihrer Informationsgewinnung auf eine Gemengelage aus Informationen und Meinungen verschiedenster Akteure treffen. Insbesondere diese Social Media-affine Zielgruppe soll mit den geplanten Medienkompetenzangeboten angesprochen werden.

#### C Zuschnitt der Angebote:

Für die Förderung der Informationskompetenz sollen möglichst lebensnahe und relevante Themen aufgegriffen werden, für die sich junge Menschen interessieren und über die sie sich verstärkt medial informieren.<sup>3</sup> Durch das Aufgreifen eines solchen Themas lassen sich Desinformationsstrategien, die dahinterstehenden Akteure und Intentionen und die begünstigenden Faktoren

---

<sup>2</sup> Laut der Studie "#UsetheNews" des Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) 2021

<sup>3</sup> Aktuell relevante Themenbereiche für junge Menschen finden sich in der Studie "jung.kritisch.demokratisch" der Bertelsmann Stiftung

von Social Media-Plattformen bei der Verbreitung zielgruppenaffin thematisieren.

Die Angebote sollten einen möglichst praktischen Bezug haben und dort stattfinden, wo die Zielgruppe sich üblicherweise aufhält. Dazu gehören Onlinemedien und Plattformen sowie verschiedene außerschulische Bildungsorte. Es werden keine Angebote im schulischen Kontext gefördert. Anstelle neuer Ansätze, können auch bereits bestehende Konzepte und Methoden (z.B. Erkennen von Desinformation) aufgegriffen und für die Zielgruppe angepasst werden.

#### D Antragstellung:

1. Der Förderantrag sollte **inhaltlich** Folgendes beinhalten:
  - Angaben zum Antragsteller (Expertise im Förderkontext)
  - Projektzeitraum (bei längerem Projektzeitraum unterteilt in Planungs-, Durchführungs- und Auswertungsphase),
  - Ausführungen zu Zielstellung, Zielgruppe, Inhalten, zu fördernden Medienkompetenzen und methodischer Umsetzung sowie zur Ansprache und Gewinnung der Teilnehmenden,
  - Qualifizierung der Umsetzenden,
  - Umsetzungsort und ggf. Kooperationspartner.
  
2. Der Förderantrag sollte **formal** Folgendes beinhalten:
  - Kosten- und Finanzierungsplan, unterteilt in Eigenanteil und Förderanteil der SLM mit den ausgewiesenen Positionen Honorarkosten, Technik- und Materialkosten, Reisekosten, Kosten für Öffentlichkeitsarbeit und Akquise, sonstige Kosten,
    1. Nachweis der Eintragung in das amtliche Register (nicht älter als ein Jahr),
    2. Erklärung, dass die beantragte Maßnahme noch nicht begonnen und die Kosten noch nicht verausgabt wurden,
    3. Erklärung, ob eine Vorsteuerabzugsberechtigung gem. § 15 und 15 a) UstG allgemein oder für das Projekt besteht,
    4. Datum und Unterschrift.
  
3. Antragsberechtigt sind natürliche und juristische Personen. Der Aufruf richtet sich insbesondere an medienpädagogisch aktive Vereine,

Initiativen und Einrichtungen. Wichtig ist, dass die Angebote in Sachsen realisiert werden und das Onlineangebote regional in Sachsen beworben werden.

Auch die Projektträger in den Wirkungskreisen sind antragsberechtigt, sofern sie kein von der SLM bereits gefördertes Personal in die Umsetzung einbeziehen.

#### E Förderfähigkeit:

1. Der förderfähige Umfang liegt zwischen 2.000,00 bis max. 8.000,00 Euro je Antrag und Maßnahme. Die Finanzierung sollte einen angemessenen Eigenanteil ausweisen.
  
2. Für die Antragsstellung, Durchführung und Abrechnung gilt die **Förderrichtlinie** der SLM, die unter [www.slm-online.de](http://www.slm-online.de) abrufbar ist. Darin hervorzuheben ist, dass:
  - Honorarkosten bis max. 40,00 Euro pro Stunde gefördert werden und Personalkosten nur dann förderfähig sind, wenn diese auf einer ausschließlich projektbezogenen Rechtsgrundlage beruhen und separat mit Belegen ausgewiesen werden können,
  - die Anmietung von Technik grundsätzlich gegenüber einem Technikkauf zu bevorzugen ist und bei Technikanschaffungen diese nur für geringwertige Wirtschaftsgüter (bis zu 170,00 Euro) in voller Höhe, ansonsten nach der AfA-Tabelle und bezogen auf den Nutzungszeitraum, förderfähig sind,
  - Kosten für Buchhaltung, Büromaterial und Raummieten nur dann gefördert werden können, wenn diese ausschließlich für das Projekt angefallen sind und
  - die Förderung generell nur auf Einzelnachweis erfolgt und keine pauschalen Kosten gefördert werden.
  
3. Die beantragten Maßnahmen dürfen noch nicht begonnen haben und die Kosten noch nicht verausgabt sein. Es besteht kein Rechtsanspruch auf Förderung.

F Fristen:

1. Frühestmöglicher Förderbeginn ist der 03.09.2024. Ein früherer Maßnahmenbeginn ist anzeige- und genehmigungspflichtig. Der Förderzeitraum endet am 30.04.2025.
2. Der Förderantrag ist vollständig und schriftlich unterzeichnet bis **zum 15.07.2024, 24:00 Uhr**, mit dem Stichwort: " MK-Projektförderung 2024" **per E-Mail an: [info@slm-online.de](mailto:info@slm-online.de)** zu richten (Frist: Eingang im E-Mail-Postfach und Ausschlussfrist). Verspätet eingegangene Anträge werden nicht mehr berücksichtigt.

F Kontakt für Rückfragen:

Sächsische Landesmedienanstalt Tel: 0341 2259-132/130 E-Mail: <a href="mailto:info@slm-online.de">info@slm-online.de</a>
--