



## Ried lässt sich von der Jugend was sagen

### Stadtmarketing Ried startet im Mai einen Video-Wettbewerb für Jugendliche

**Was die Jugend zu sagen hat, ist wichtiger denn je. Denn in den vergangenen beiden Jahren hatten Kinder und Jugendliche wenig Möglichkeiten sich auch in der „echten“ Welt auszutauschen und mitzuteilen. Umso wichtiger ist es dem Rieder Stadtmarketing diese Gruppe vor den Vorhang zu holen und ihnen zuzuhören. Bei einem Wettbewerb können sich die Heranwachsenden mit der Stadt auseinandersetzen und dabei auch noch super Preise gewinnen.**

Was bewegt die Jugend, was ist ihre Meinung zur Stadt Ried, wo halten sie sich gerne auf oder wo eben auch nicht und warum eigentlich? Das alles möchte das Rieder Stadtmarketing von Jugendlichen zwischen 12 und 20 Jahren wissen und startet daher einen Video-Wettbewerb namens ClipUp. Denn welche Form wäre näher als das täglich von Millionen jungen Leuten genutzte Video-Format?

#### **Im Mai wird es ernst!**

Jugendliche zwischen 12 und 20 Jahren sind zwischen dem 01. und 31. Mai dazu aufgerufen, Videos über „ihr“ Ried und ihre Story darin zu drehen und auf der Homepage [clipup.ried.com](http://clipup.ried.com) hochzuladen. Einreichen kann man sowohl als Einzelperson als auch in der Gruppe bzw. dem Verein oder als Klasse. Das Stadtmarketing sammelt alle hochgeladenen Videos über den gesamten Mai und veröffentlicht zwischen 01. und 30. Juni die jeweiligen Top 25 pro Kategorie (Einzel, Gruppe, Klasse) in regelmäßigen Abständen auf seinen Social Media-Kanälen bei TikTok, Instagram, YouTube und Facebook. Wichtig ist, dass nur die Clips am Wettbewerb teilnehmen, die vorab nicht durch die Teilnehmer\*innen auf eigenen Kanälen veröffentlicht werden. Wichtig ist auch, dass die Spielregeln wie „keine Beleidigungen“ und Co. (siehe [clipup.ried.com](http://clipup.ried.com)) von allen eingehalten werden. Umso wichtiger ist, dass es keine gestalterischen Vorgaben gibt, so dass sich die Video-Künstler\*innen für ihre eigene Darstellungsform entscheiden können. Ob gesungen, getanzt, gespielt oder als Poetry Slam aufgesagt, alles ist möglich.

#### **Kür durch Publikum und Fachjury**

Sobald das jeweilige Video vom Stadtmarketing öffentlich gemacht wird, hat das Publikum 24 Stunden Zeit, um ihm auf dem jeweiligen Kanal ein Like, „Gefällt mir“ oder Herz zu schenken. Diese Stimmen fließen zu 50 % in die Gesamtwertung ein, wobei die weiteren 50 % die Stimmen der Fachjury abbilden.

Als Anreiz seine eigene Meinung einzubringen winken für einzelne Teilnehmer\*innen, Gruppen, Vereine oder Klassen tolle Preise. Ob Gutscheine, Praktika der etwas anderen Art oder Party-Equipment – alle Preise und deren Sponsoren sind ab 15.04. auf [clipup.ried.com](http://clipup.ried.com) sichtbar.



**Foto:** v.l.n.r.: Stadtmarketing-Geschäftsführer Mag. Roland Murauer,  
Stadtmarketing-Projektleiterin Olga Fedik, Stadtmarketing-  
Projektassistenz Susanna Hohensinn, Bürgermeister Bernhard Zwielehner

**Fotocredit:** Sandra Pfeil

**Kontakt:** Susanna Hohensinn  
[veranstaltung@ried.com](mailto:veranstaltung@ried.com)  
0660/3228052

**Kanäle:** TikTok      treffpunkt.ried  
Instagram      treffpunkt.ried  
YouTube      treffpunkt.ried  
Facebook      Ried im Innkreis – Treffpunkt Innviertel