

# WIR HABEN DIE WAHL

Lokalredaktionen zwischen Spannung  
und Spaltung, Klicks und Haltung



Modellseminar zur Wahlberichterstattung  
11. bis 15. September 2023 in Tutzing

## IMPRESSUM

### **Veranstalter**

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb  
Anke Vehmeier  
Fachbereich Multimedia / IT  
Lokaljournalistenprogramm  
Adenauerallee 86  
53113 Bonn  
Telefon +49 228 5 15-5 58  
Telefax +49 228 9910515-6655  
E-Mail [anke.vehmeier@bpb.de](mailto:anke.vehmeier@bpb.de)  
<https://www.bpb.de>  
[www.drehscheibe.org](http://www.drehscheibe.org)

### **Tagungsorganisation**

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb  
Adenauerallee 86  
53113 Bonn  
Torsten Wolff  
Tel +49 228 99515 – 238  
E-Mail: [torsten.wolff@bpb.de](mailto:torsten.wolff@bpb.de)  
Tobias Panse  
Tel +49 228 99515 – 547  
E-Mail: [tobias.panse@bpb.de](mailto:tobias.panse@bpb.de)

### **Seminarleitung**

Anke Vehmeier, Leiterin  
Lokaljournalistenprogramm,  
Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn

Grit Baldauf, Regionalleiterin Mittelsachsen,  
Freie Presse, Chemnitz  
Tel.: +49 3731 376-14140  
E-Mail: [Grit.Baldauf@freiepresse.de](mailto:Grit.Baldauf@freiepresse.de)

Dr. Kinza Khan, Leiterin Arbeitsbereich  
Medien, Journalismus und Politische  
Kommunikation,  
Akademie für Politische Bildung Tutzing  
Tel.: +49 8158 256-21  
E-Mail: [K.Khan@apb-tutzing.de](mailto:K.Khan@apb-tutzing.de)

### **Modellseminar-Team**

Julia Dührkop, Reporterin,  
Böhme-Zeitung, Soltau  
Tel.: +49 5191 808-154  
E-Mail: [j.duehrkop@boehme-zeitung.de](mailto:j.duehrkop@boehme-zeitung.de)

Heike Groll, Leitende Redakteurin in der  
Chefredaktion der Volksstimme, Magdeburg  
Tel.: +49 391 59 99 416  
E-Mail: [heike.groll@volksstimme.de](mailto:heike.groll@volksstimme.de)

Michael Husarek, Chefredakteur,  
Nürnberger Nachrichten  
Tel.: +49 911 216-2680  
E-Mail: [michael.husarek@vnp.de](mailto:michael.husarek@vnp.de)

Maike Scholz, Leiterin Lokalredaktion  
Memmingen, Allgäuer Zeitung  
Tel.: +49 8331 109-175  
E-Mail: [mscholz@mm-zeitung.de](mailto:mscholz@mm-zeitung.de)

### **Journalisten-Reader**

Robert Domes  
Freier Journalist  
+49 8341 / 908 912  
E-Mail: [domes@robertdomes.com](mailto:domes@robertdomes.com)  
[www.robertdomes.com](http://www.robertdomes.com)

### **Redaktion:**

Lea van der Pütten, Volontärin beim  
Lokaljournalistenprogramm der bpb,  
[Lea.vanderPuetten@bpb.de](mailto:Lea.vanderPuetten@bpb.de)

Fotos: Beate Winterer / Akademie für  
Politische Bildung

### **Tagungsstätte**

Akademie für Politische Bildung Tutzing  
Buchensee 1, 82327 Tutzing  
Telefon: +49 8158 – 256 – 0  
[apb-tutzing.de](http://apb-tutzing.de)

## INHALT

	Seite
<b>Entspannung, Kontakt, Beziehung</b>	
Wake up mit Simone Schatz	4
<b>Haben wir noch eine Wahl?</b>	
Input zur Lage vor den Wahlen von Grit Baldauf, Heike Groll und Michael Husarek	5
<b>Qualität und Vielfalt sind gefragt</b>	
Podiumsdiskussion mit Ella Schindler, Rebecca Strohmeier und Prof. Frank Decker	7
<b>"Die Rechten werden immer radikaler"</b>	
Andrea Röpke: Ein Überblick über die rechtsextreme Szene	10
<b>Mit Drive zum Erfolg</b>	
Dr. Christoph Mayer: Wie Data Science den Redaktionsalltag neu bestimmt	13
<b>"Wir leben vom ehrenamtlichen Engagement"</b>	
Meike Moog-Steffens: Wie eine Stadt gegen Neonazis aufstand und Bürgerbeteiligung lebt	16
<b>Einfach und auf Augenhöhe</b>	
Daniela Nase: Wie man wissenschaftliche Themen leicht und verständlich erklärt	18
<b>"Wir bilden uns ständig unsere Welt im Kopf"</b>	
Marius Raab: Hinter Glauben an Verschwörungen stecken urmenschliche Bedürfnisse	20
<b>Spielerisch über Verschwörungen aufklären</b>	
Mathias Kaspar: Kartenspiel informiert über Mythen und regt Jugendliche zum Dialog an	22
<b>Die Menschen aus der Bubble holen</b>	
Kaminabend mit Inge Kreutz, Marcus König und Malte Gallée	24
<b>„Potenzial unser Leben zu revolutionieren“</b>	
Dr. Kinza Khan über ethische Aspekte von KI-Anwendungen	28
<b>Zwischen Innovation und Kontroverse</b>	
Johannes Sommer: Warum interessiert KI so viele Menschen?	30
<b>Best Practice zum Nachmachen</b>	
Robert Domes: Dossier Wahlen der Drehscheibe bietet viel Stoff für Lokalredaktionen	33
<b>Wir sehen die Welt so, wie wir es erwarten</b>	
Attila Albert: Selbstbild und Anspruch widersprechen sich – Das können wir ändern	35
<b>AG 1: Kreuzchen und Klicks, Dialog und Ansprache</b>	
Leitung: Heike Groll und Michael Husarek	38
<b>AG 2: Spannung und Spaltung</b>	
Leitung: Julia Dührkop	41
<b>AG 3: Formate und Kanäle</b>	
Leitung: Maike Scholz	44
<b>Programm des Modellseminars</b>	46

Simone Schatz

## Entspannung, Kontakt, Beziehung

Mit Stimmübungen und Bewegung starten die Teilnehmenden in den Tag



Mal laut, mal ganz leise, mal energisch, mal ganz ruhig, mal drinnen, mal draußen starten die Teilnehmenden des Modellseminars jeden Morgen in den Tag. Weckruf mit Simone Schatz.

„Wie fange ich jetzt an?“, fragt sich Simone Schatz am Dienstagmorgen, als nach und nach die Teilnehmenden des Modellseminars quatschend die Terrasse vor dem Auditorium mit Blick auf den Starnberger See betreten. Plötzlich, ein lauter Pfiff und die Teilnehmenden sind still, wenden Schatz ihren Blick zu. „Ah, jetzt gibt's hier gleich Yoga“, scherzt ein Teilnehmer. Nicht ganz. Schatz erklärt, worum es in ihren Morgenübungen geht: Um Entspannung, Kontakt, Beziehung, authentische Haltung, Schauspiel, Körpersprache – und ja, auch um ein bisschen Yoga. Die Runde stellt sich im Halbkreis auf. Die Sonne knallt auf die Steine, viele bleiben im Schatten. Schatz beginnt mit einer Übung, in der die

Gliedmaßen ausgeschüttelt werden. Laut fängt sie an rückwärts zu zählen. 7 – 6 – 5 – 4 – 3 – 2 – 1 – 0. Sie wird immer energischer. Die Teilnehmenden zählen mit. „Lächeln“, fordert Schatz die Runde auf. Die Übung endet in wildem Gefuchtel. 1 – 0 – 1 – 0 – 1 – 0.

Nun sollen die Teilnehmenden Haltung aufbauen, in sich hineinhorchen. Ruhe kommt auf der Terrasse auf. Die Teilnehmenden schließen die Augen. Man hört nur noch das Zwitschern der Vögel und einige tiefe Atemgeräusche.

„Nun möchte ich Sie einladen, die Augen zu öffnen und die erstbeste Person, die Sie sehen, zu begrüßen“, sagt Schatz. Die Teilnehmenden blinzeln ins helle Sonnenlicht, laufen aufeinander zu: Händeschütteln, ein Klopfen auf den Rücken oder ein einfaches Nicken. Nachdem sich jede und jeder nun begrüßt hat, kann das Programm starten. „To be continued“, sagt Schatz, während die Teilnehmenden sich auf den Weg ins Auditorium machen. Morgen wartet schon der nächste Weckruf.

Lea van der Pütten

### Zur Person:

Simone Schatz ist Schauspielerin, Regisseurin, Moderatorin und Journalistin. Sie studierte Journalistik an der Ludwig-Maximilians-Universität München, danach Schauspiel am Münchener SchauSpielStudio. Sie arbeitet als freie Schauspielerin, Regisseurin, Moderatorin und Sprecherin. Außerdem arbeitet sie als Yogalehrerin und Heilpraktikerin für Psychotherapie. Sie gibt Kurse für Atem, Stimme, Sprechen und Präsenz.  
Tel: 0170 2024 993  
E-Mail: [simone.schatz@t-online.de](mailto:simone.schatz@t-online.de)  
<http://simoneschatz.de>

## Grit Baldauf, Heike Groll, Michael Husarek Haben wir noch eine Wahl?

Von Medienkritik, Leser-Misstrauen und vom Umgang mit der AfD

**Viele Menschen wenden sich von den Medien ab. Redaktionen werden als einseitig kritisiert. Das Misstrauen gegenüber den Kolleginnen und Kollegen wächst. Michael Husarek, Grit Baldauf und Heike Groll zeichneten in ihren Vorträgen ein teilweise düsteres Bild. Zugleich betonten sie, wie wichtig es sei, den Kontakt zum Publikum immer wieder neu zu suchen.**

"Wie können wir in der Wahlberichterstattung überhaupt die Leute erreichen?" Michael Husarek, Chefredakteur der Nürnberger Nachrichten, hat auf diese Frage keine eindeutige Antwort. Er sieht sich und seine Redaktionen einer zunehmenden Medienkritik ausgesetzt. Etwa in der aktuellen Diskussion um das antisemitische Flugblatt im Schulranzen des jungen Hubert Aiwanger, stellvertretender bayerischer Ministerpräsident. Husarek bekomme zu hören: "Ihr seid Teil einer Schmutzkampagne." Diese Kritik komme nicht nur von extremer Seite, sondern auch von der CSU, was Husarek "irritiert und besorgt". Auch stelle er fest, dass viele Menschen ihr



Michael Husarek und Grit Baldauf

Zeitungssabo mit der Begründung kündigen, dass ihnen die Haltung des Mediums nicht mehr gefalle.

### Wahlberichte unattraktiv

Messungen im Haus zeigten, dass die Wahlberichterstattung signifikant schlechter gelesen werde als anderer Content. Für den Chefredakteur ist das frustrierend, denn die anstehende Landtagswahl in Bayern sei so spannend wie nie. Zwar werde die CSU weiter regieren, aber in welchem Umfeld? Husarek sieht die Freien Wähler durchaus als artverwandt mit der AfD. Wenn beide Parteien 15 % erreichen, hätte man 30 % Stimmenanteil in einer populistischen Richtung, "was es so in Bayern bisher nie gab".

### Pauschalkritik an Medien

Auch Grit Baldauf, Regionalleiterin Mittelsachsen bei der Freien Presse in Freiberg, kennt die Pauschalkritik an den Medien zur Genüge. Sie hat festgestellt: "Die Grenzen des Sagbaren weichen auf." Bei politischen Skandalen würde nicht mehr über die Inhalte gesprochen, sondern über die Medien, die die Themen angeblich aufbauschen. Das hätten Politiker vor ein paar Jahren so noch nicht gesagt. Das Anprangern von Lokaljournalistinnen und -journalisten sei normal geworden.

Die politische Lage sei für die Redaktionen durchaus herausfordernd: Für die im nächsten Jahr anstehende Landtagswahl in Sachsen sehen Umfragen die AfD bei 35 % (Stand August 2023). Die CDU steht bei 29%, die anderen Parteien zwischen fünf und neun Prozent. Das heißt, die bürgerliche

Mitte fehle. Die anderen Parteien könnten keine Regierung bilden. Die Linke sei nicht mehr die traditionelle Opposition. Allerdings gebe es viele Sympathien für eine Wagenknecht-Partei, die als Abspaltung von den Linken kommen könnte. Große Unbekannte seien in Sachsen die Freien Wähler. Sie bilden in vielen Kommunalparlamenten die Mehrheit und könnten auf Landesebene durchaus erfolgreich sein.

Im Gegensatz zu den Erfahrungen in Nürnberg berichtet Baldauf, dass ihr Haus mit der Berichterstattung über die Kommunalwahl Leser gewonnen hat. "Da ist das Interesse der Leser groß."

Einen anderen Weg, die Leser zu erreichen, beschreibt Heike Groll von der Volksstimme Magdeburg. Sie ist nicht nur Mitglied der Chefredaktion, sondern auch Leserin in ihrem Haus. Leserinnen und Leser können sich mit Fragen, Beschwerden und Sorgen an sie wenden. Dies werde sehr gut angenommen. Dabei hat Groll immer wieder auch Menschen mit extremen Meinungen am Telefon. Sie berichtet, dass sie ihre eigene Meinung zurückstellt und oft einfach nur zuhört. "Wir können kein Weltbild ändern, wir können nur Gedanken-Anstöße geben."

Häufig meldeten sich auch Leserinnen und Leser, die nach den Regeln und der Arbeitsweise der Redaktion fragen. "Wir werden hinterfragt und müssen unsere Arbeit erklären." Das sei eine gute Möglichkeit, Transparenz im Journalismus zu schaffen und für ihn zu werben.

### **Den Menschen zuhören**

Und es kommen auch viele Sorgen und Klagen der Menschen bei Groll an. Sie stellt fest, dass die Alltagsorgen die Menschen oft viel mehr interessieren als das, womit sich die Journalisten meistens beschäftigen. Die Klagen der Leute gibt Groll dann an die

Kollegen im Haus weiter, die die Themen aufgreifen.

Aus ihren Erfahrungen als Leserin rät Heike Groll den Kolleginnen und Kollegen, öfter rauszugehen und sich dort zu bewegen, wo die Menschen leben. Und sie empfiehlt, sich vorurteilslos anzuhören, was die Menschen zu sagen haben. "Die Leute wollen, dass man ihnen zuhört – und sie sind dankbar, wenn wir das tun."

In der anschließenden Diskussion wurde die Frage erörtert: Wie gehen wir mit der AfD um? Husarek fährt in Nürnberg die Linie, die AfD nicht zu hauseigenen Veranstaltungen einzuladen und in der Berichterstattung weitgehend zu ignorieren. Bei der Freien Presse hingegen, so Baldauf, sind die AfD-Leute bei Wahl-Foren und Podien dabei und tauchen auch in der Berichterstattung auf. Allerdings spiele die AfD in der Kommunalpolitik in Sachsen eine andere Rolle.

Eine Teilnehmerin sagte, sie zitiere AfD-Politiker genauso wie andere, insofern sie nicht gerade Blödsinn reden. Ein anderer meinte, es sei wichtig, gerade den Schwachsinn widerzugeben, den AfD-Gemeinderäte oft von sich zu geben. Dadurch würde man sie letztlich entlarven.

Robert Domes

#### **Zur Person:**

**Grit Baldauf ist Regionalleiterin**

**Mittelsachsen bei der Freien Presse,**

**Chemnitz**

**Tel.: +49 3731 376-14140**

**Grit.Baldauf@freiepresse.de**

**Heike Groll ist Leitende Redakteurin in der Chefredaktion der Volksstimme, Magdeburg**

**Tel.: +49 391 59 99 416**

**E-Mail: heike.groll@volksstimme.de**

**Michael Husarek ist Chefredakteur, Nürnberger Nachrichten**

**Tel.: +49 911 216-2680**

**E-Mail: michael.husarek@vnp.de**

Podium mit Ella Schindler, Rebecca Strohmeier und Prof. Frank Decker

## Qualität und Vielfalt sind gefragt

Wie gehen Lokalredaktionen mit Rechtspopulismus und Radikalisierung um?

**Tragen die Medien zur Polarisierung der Gesellschaft bei? Sind sie in der Lage, Streit zu schlichten und Lösungen anzubieten? Vor allem: Wie gehen Lokaljournalisten mit zunehmender Radikalisierung der Debatten um? Diese Fragen diskutierten Ella Schindler, Rebecca Strohmeier und Prof. Frank Decker. Einige der Antworten sind: Wir brauchen Qualitätsstandards im Journalismus, mehr Vielfalt in den Redaktionen und eine Berichterstattung, die vielfältig und konstruktiv ist.**

Der Befund ist eindeutig, sagt der Bonner Politikwissenschaftler Prof. Frank Decker. "Die Gesellschaft ist fragmentiert. Die Integrationskräfte sind schwächer geworden." Vor allem der rechte Rand habe sich radikalisiert. Und: Der Glaube an Verschwörungserzählungen decke sich sehr stark mit rechtspopulistischen Einstellungen.

Diese Ergebnisse stammen aus der Studie "Demokratievertrauen in Krisenzeiten" der Friedrich-Ebert-Stiftung von 2023, an der Deckert beteiligt war. Zugleich zeigte sich, dass nur noch weniger als 20 % der Bevölkerung optimistisch in die Zukunft blicken. Oft stecken ökonomische Gründe dahinter. Die wirtschaftlichen Probleme vieler Menschen haben zugenommen. Viele fühlten sich jedoch auch in kultureller Hinsicht als Verlierer, weil sie die multikulturelle Vielfalt der heutigen Gesellschaft verstörend finden. Gerade Populisten wüssten diesen Unmut auf ihre Mühlen zu lenken, sagt Deckert.

Natürlich trage die Art, wie Medien über Konflikte berichten, zu der Polarisierung bei, betont Rebecca Strohmeier, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl

für Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Oft fokussierten die Medien sich auf die Streitpunkte eines Themas. "Dann nehmen die Leute das viel angespannter wahr, als es tatsächlich ist." Im Lokalen hingegen tauche dieser Fokus seltener auf. Die Probleme, die vor der Haustür liegen, sind von den Menschen leichter überprüfbar. Das sei auch eine Chance für Lokaljournalistinnen und -journalisten, weniger den Konflikt, sondern mehr die Lösung in den Blick zu nehmen. Allerdings, warnt Strohmeier, solle konstruktiver Journalismus keine Schönfärberei sein.

### Randgruppen zu Wort kommen lassen

Der Weg aus dem journalistischen Krisenmodus liegt für Ella Schindler in der Vielfalt. Die Redakteurin beim Verlag Nürnberger Presse plädiert dafür, einerseits die Themenpalette zu erweitern, andererseits häufiger Protagonisten aus marginalisierten Gruppen zu Wort kommen zu lassen. Seien es queere Menschen oder welche mit Behinderung oder mit Migrationshintergrund. Durch eine stärkere Präsenz in der Berichterstattung würden diese Menschen, ihre Themen und Meinungen dann bald nicht mehr als exotisch und problematisch angesehen werden.

Oft heiße es in den Redaktionen, dafür sei keine Zeit. Doch Schindler betont, dass es eine Frage des guten Willens sei "und eine Sache der Übung".



Moderiert von Anke Vehmeier (links) und Grit Baldauf (rechts) diskutierten auf dem Podium: Rebecca Strohmeier (2. v. links), Prof. Frank Decker und Ella Schindler.

Strohmeier erklärt, dass die Rechtspopulisten sich viel von Donald Trump abgeschaut hätten. Sie arbeiten mit Kampfbegriffen, Zuspitzungen, auch mit gezielten Falschmeldungen, vor allem aber mit Emotionen. Genau diese Art von Meldungen würden von den Algorithmen der Social Media Kanäle belohnt.

Auch die so genannten Qualitätsmedien seien davon nicht frei, sagt Frank Decker. Im starken Wettbewerb setzten auch sie mehr und mehr auf Emotionalisierung und das Heischen um schnelle Aufmerksamkeit. Da bleibe dann die Qualität oft auf der Strecke. Deshalb fordert der Politikwissenschaftler, eine ehrliche Debatte über Qualitätsstandards im Journalismus und darüber, wie diese bezahlt und staatlich gefördert werden können.

Schindler sieht das Problem nicht in den Zuspitzungen von Debatten. Das gehöre für die Medien dazu. Aber die Aufgabe sei es auch, die Inhalte einzuordnen." Sie findet, dass insgesamt zu viel über Rechtspopulisten berichtet wird, und warnte davor, das Wording der Politik zu übernehmen. "Wenn wir das tun, wird's gefährlich."

Decker teilt diese Meinung nicht. Man solle der AfD "nicht ohne Not eine Bühne bieten".

Aber er würde sich wünschen, dass man die Partei zwingt, ihre politischen Antworten auf die Problemfragen zu geben. Um sie zu entlarven, müsse man allerdings sehr gut vorbereitet sein.

Auch Strohmeier meint, man dürfe die AfD nicht totschweigen. Sonst machten sich die Medien erst recht angreifbar. Allerdings sei es wichtig, immer wieder offensichtlich falsch Aussagen aufzudecken und kenntlich zu machen.

### Politik hat Vertrauen verspielt

Decker fügt hinzu, dass es nicht nur darum gehe, sich politisch mit der AfD auseinanderzusetzen, sondern auch die Ursachen zu diskutieren. Denn in der aktuellen Politik werde viel Vertrauen zerstört, was den Rechtspopulisten in die Hände spiele. Zum Beispiel beim Thema Migration gebe es eine Reihe von Defiziten. Die Medien seien zu wenig bereit, diese zu benennen und aufzuarbeiten. Auch im Lokaljournalismus wünscht sich Decker mehr Anspruch, der Wahrheit auf die Spur zu kommen, mehr Unabhängigkeit und Kritik.

Die Frage "Was heißt Haltung" beantworteten die drei Diskutierenden so:

Für Strohmeier ist Haltung in der Wissenschaft, offen an die Themen ranzugehen und die Forschung stärker mit der Praxis zu verschränken.

Decker wünscht sich in der Politik weniger taktischen Opportunismus und mehr Ehrlichkeit und Glaubwürdigkeit.

Schindler wünscht sich, dass im Lokaljournalismus das breite Spektrum des Alltagslebens abgebildet wird und dass mehr Vielfalt und Sensibilität für Randgruppen in die Redaktionen einzieht.

Robert Domes

#### Zur Person:

Ella Schindler, 46, ist in der Ukraine aufgewachsen und zog mit 16 Jahren mit ihrer Familie nach Deutschland. Mit einem Volontariat bei der Nürnberger Zeitung startete sie ihren Werdegang im Journalismus. Nach ihrem Volontariat arbeitete Schindler als Redakteurin in verschiedenen Bereichen und Ressorts beim Verlag Nürnberger Presse. Seit drei Jahren verantwortet sie dort nun selbst die Volontärsausbildung. Neben ihrem Redaktionsjob hat Schindler Lehraufträge an verschiedenen Hochschulen inne.  
Tel.: +49 911 216-2079  
E-Mail: ella.schindler@pressenetz.de

Rebecca Strohmeier, geb. 1998, hat Kommunikationswissenschaft und Soziologie an der Ludwig-Maximilians-Universität in München studiert. Nach ihrem Master in Kommunikationswissenschaft arbeitete sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin im dt.ec.bw-Forschungsprojekt „Konflikt und Kommunikation“ an der Universität der Bundeswehr in München. Die Arbeit an dem Projekt setzt sie seit April 2023 an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt am Lehrstuhl für Journalistik mit dem Schwerpunkt Medienstrukturen und Gesellschaft fort.  
Tel.: +49 8421 93-21754  
E-Mail: rebecca.strohmeier@ku.de

#### Frank Decker

Prof. Dr. Frank Decker studierte Politische Wissenschaft, VWL, Publizistik und Öffentliches Recht in Mainz und Hamburg. 1999 schloss er seine Habilitation am Fachbereich für Wirtschafts- und Organisationswissenschaften der Helmut-Schmidt-Universität der Bundeswehr Hamburg ab. Decker stieg zum geschäftsführenden Direktor des Instituts auf, bis er 2011 die Position des wissenschaftlichen Leiters der Bonner Akademie für Forschung und Lehre praktischer Politik übernahm. An der Universität Bonn lehrt und forscht er am Institut für Politische Wissenschaft und Soziologie. Seine Forschungsschwerpunkte sind westliche Regierungssysteme, Parteien, Rechtspopulismus im internationalen Vergleich, Föderalismus und Demokratiereformen.  
Tel.: +49 228 735076 (Büro)  
E-Mail: frank.decker@uni-bonn.de

Andrea Röpke

## "Die Rechten werden immer radikaler"

Ein erschreckender Überblick über die rechtsextreme Szene

**„Das System überwinden!“- Wie neue rechtsextreme Mischszenen die Demokratie gefährden. So lautete der Titel des beeindruckenden Vortrags der Investigativ-Journalistin Andrea Röpke. Dabei gab sie einen Überblick über die rechtsextreme Szene, deren Umfang, Vernetzung und Radikalität erschreckten.**

Von Anastasia-Kult bis zu Querdenkern, von Reichsbürgern bis zur Identitären Bewegung, von Corona-Leugnern bis zu völkischen Gemeinschaften, von AfD bis NPD – die rechtsextreme Szene ist vielfältig, für Außenstehende unübersichtlich, sie ist gut vernetzt und sehr häufig gewaltbereit.

Andrea Röpke sieht einen klaren Trend: "Die Rechten werden immer radikaler, viele Gruppen wollen die Abschaffung der Demokratie, den Umsturz. Die Szene ist vielfältig, aber sie entwickelt eine Gruppendynamik und es geht nicht mehr nur gegen Schwächere oder Migranten, sondern vor allem gegen den Staat und seine Angehörigen, aber auch gegen Medien, gegen Engagierte." Verschiedene Gruppierungen, vereint durch den Zorn auf die Politik, den Staat und die Institutionen,

vermischen und versammeln sich zu Demonstrationen, Störaktionen bei Wahlkampf-Veranstaltungen oder antidemokratischen Protesten, etwa gegen die Corona-Politik. Drohungen und Übergriffe aus dem sogenannten "Querdenken"-Spektrum werden oft nicht geahndet, die TäterInnen fürchten kaum Repressionen, fühlen sich mit ihrer Lust auf Revolte im Recht.

### Gewalt als legitim betrachtet

Röpke zitiert den Extremismusforscher Andreas Zick von der Uni Bielefeld: "Das Rechtssystem, was vor Ort eigentlich gelten sollte, das wird infrage gestellt und als illegitim betrachtet – Gewalt dagegen als legitim." Nach ihren Recherchen und auch eigenen Erfahrungen hat die Aggression und Gewaltbereitschaft der Szene zugenommen. Vor allem die etablierten Medien zählten zum Feindbild. Auch Lokal-Redaktionen würden eingeschüchtert, oft einzelne Redaktionsmitglieder bedroht, es werde versucht, sie als kritische Stimme mundtot zu machen. Auch aktive Gewalt gegen Journalistinnen und Journalisten gebe es immer häufiger. Röpke: "Es gibt Regionen, wo keine JournalistInnen mehr zu den sogenannten 'Spaziergängen' zum Beispiel der 'Freien Sachsen', aber auch an vielen anderen Orten, mehr hingehen, weil es zu gefährlich ist."

### Propaganda in eigenen Medien

Die Szene nutzt vor allem die sozialen Medien (vor allem Telegram), gründet Internet-Fernsehen wie den extrem rechten Sender „AUF1“, der jetzt sogar einen kleinen Sendeplatz kaufen konnte. Röpke stellte das



Compact-Magazin vor, herausgegeben von Jürgen Elsässer, einem Vordenker der verschwörungsideologischen Szene. Das Magazin – und einige andere Plattformen – pflege eine "Amerikanisierung der Berichterstattung", so Röpke, d.h. sie arbeiten mit Provokation und bewusster Verbreitung von Falschmeldungen. Es werde weder Wert auf Fakten gelegt, noch auf Einschätzungen von Behörden, Institutionen oder seriöser Expertenschaft. Politisch treten sie pro-russisch auf.

Röpke berichtet von einer soziologischen Studie an der Universität Basel, wonach die AnhängerInnen der Corona-Proteste aus der Mittelschicht stammen, eher älter und akademisch gebildet seien. Den Soziologen um Oliver Nachtwey und Carolin Amlinger zufolge herrsche bei diesen Menschen eine Sehnsucht nach libertärem Autoritarismus, der Wunsch nach einem Minimalstaat, aber straffen Hierarchien. Die Menschen seien anfällig für Verschwörungsmymen, seien vom politischen System entfremdet, demokratiefeindlich und nach rechts offen.

### **Reichsfahnen bei Corona-Demos**

So sei es nicht verwunderlich, dass bei Corona-Demonstrationen massenhaft Reichsfahnen geschwungen werden, die eigentlich den sogenannten Reichsbürgern zugeordnet werden. Viele "Querdenker" und "Reichsbürger" mischen sich inzwischen mit dem Ziel, einen politischen Umsturz herbeizuführen. Der Sturm auf den Reichstag im August 2020 war der traurige Höhepunkt dieser Allianz, der Sturm auf das amerikanische Capitol ist der Ansporn, sich wehrhaft gegen die "Corona-Diktatur", wie sie es nennen, zu "widersetzen".

Auch in Sachen Geschichtsfälschung und Revisionismus gebe es erschreckende Parallelen von rechter Corona-Protestbewegung und Rechtsextremisten. So zeigten Protestierende bei Anti-Corona-Demos gelbe Davidsterne, verglichen die

Zustände mit dem Jahr 1933 und stilisierten sich als die "neuen Juden", die vom demokratischen Staat Verfolgten. Sie sehen sich im "Widerstand", vergleichen sich mit Sophie Scholl. Verbrechen des Nationalsozialismus würden verharmlost, der Holocaust geleugnet oder relativiert. Es sei Teil eines rechten Kulturkampfes die Geschichte umzudeuten. Ganz wie Björn Höcke es fordert: Wir brauchen wieder Denkmäler statt Mahnmale.

Wie gewaltbereit die Szene ist, zeigt Röpke am Beispiel der "Patriotischen Union". Laut Generalbundesanwaltschaft soll die große rechtsterroristische Gruppe die Entführung von Karl Lauterbach und den Sturz des Staates geplant haben. Bei mehreren Razzien fand die Polizei umfangreiche Waffenarsenale.

### **Aufrufe zum Umsturz**

Es gebe zahlreiche weitere Aufrufe, die bestehende Demokratie zu stürzen, codiert wird vor allem in der esoterisch-völkischen Szene von dem Anbruch einer "Neuen Zeit" gesprochen. Die rechtsextreme "Identitäre Bewegung" rät zu einem Hegemonialanspruch im vopolitischen Raum, der zur Macht führen solle. Zudem werde eine "Kulturrevolution von rechts" propagiert, dazu gehöre die Einrichtung eigener Schulen und Medien. Es gebe völkische Initiativen, die Anwesen und Land erwerben und dort völkische Gemeinschaften gründen. Röpke berichtet, dass dort "die nationalsozialistische Idee einer homogenen Volksgemeinschaft" gepflegt werde. Die russische „Anastasia-Bewegung“ pflege einen Ahnen- und Arierkult, den sie über sogenannte Familienlandsitze auch in Deutschland verbreitet. Enge Verbindungen gebe es zu den homogenen völkischen Siedlungen. Mit dieser "Landnahme" versuchten diese Bewegungen sich auszubreiten.

Röpke sieht eine erschreckende Tendenz: Rechtsextremismus trete immer offener und selbstbewusster auf, die Rechtsextremen versteckten sich nicht mehr. Auch AfD-Politiker zeigten sich unverhohlen zusammen mit radikalen Rechtsextremen oder bedienten sich – wie Höcke – offen umstürzlerischer Kampf-Rhetorik. Die Journalistin befürchtet: "Wir werden ein offenes, radikales Zusammengehen 2024 in Thüringen sehen."

Wie in der Fragerunde deutlich wurde, haben viele Kolleginnen und Kollegen Erfahrungen mit rechtsextremen Menschen und Gruppen in ihrer Region. So gab es viele Beiträge und Fragen zu dem Thema. Hier die wichtigsten:

Wie kann eine angemessene Berichterstattung aussehen?

Röpke: Holen Sie sich vielschichtige Meinungen und Kenntnisse, Beratung und fachliche Hilfe. Übernehmen Sie nicht einfach vorgefasste Pressemitteilungen. Vertrauen Sie nicht nur auf die Einschätzungen der Sicherheitsbehörden wie den Verfassungsschutz, denn die gehen sehr verharmlosend mit diesen Gruppen um, warnen kaum vor deren Radikalisierung und Vermischung. Nehmen Sie sich Zeit und veröffentlichen Sie möglichst nicht alleine, sondern als Redaktionsteam.

### **Umgang mit der "Basis"-Partei**

Wie soll man mit der Partei "Die Basis" umgehen?

Röpke: Ich bezeichne sie als "Querdenker"-Partei. Aber wir haben keine flächendeckende Recherche dazu, die ist dringend notwendig. Sie ergänzt sich mit der AfD, geht auch mit ihr partiell zusammen. Ich würde empfehlen, die Basis sehr kritisch zu sehen. Dazu ist es gut, sich informell zu vernetzen.

Was machen wir, wenn wir bedroht werden?

Röpke: Man kann zum Schutz präventiv mit Pseudonym arbeiten, das ist legitim. Man kann die Artikel auch ohne Autorenzeile veröffentlichen. Wenn etwas vorfällt, bitte Betroffenenberatungen gegen rechts informieren, die haben Erfahrung. Auch die Journalistenverbände sind gewarnt und helfen. Es ist auf jeden Fall sinnvoll, sich gut zu vernetzen, wenn man sich mit diesem Thema beschäftigt.

### **Zur Person:**

Andrea Röpke, Jahrgang 1965, Dipl. Pol, ist freie Journalistin und Buchautorin mit dem Themenschwerpunkt Rechtsextremismus. Seit Anfang der 1990er Jahre recherchiert und publiziert sie zum Neonazismus und ist insbesondere durch ihre Insider-Reportagen dazu bekannt. Ihre Arbeiten wurden in überregionalen Zeitschriften und Magazinen veröffentlicht und mehrfach ausgezeichnet.

Dr. Christoph Mayer

## Mit Drive zum Erfolg

Wie Data Science den Redaktionsalltag neu bestimmt

**Ein Programmpunkt, der eigentlich gar nicht für das Plenum gedacht war, sorgte für so großes Interesse unter den Teilnehmenden, dass er kurzerhand doch noch ins Auditorium verlegt und allen zugänglich gemacht wurde: Dr. Christoph Mayer stellt DRIVE vor. Dabei handelt es sich um ein Gemeinschaftsprojekt der dpa und der Unternehmensberatung Schickler in Data Science. Gemeinsam mit 25 Verlagen hat DRIVE seit 2020 eine große Dateninfrastruktur aufgebaut, wo live verschiedene Artikel und Nutzungsdaten einfließen, die gemeinsam analysiert und ausgewertet werden.**

„Zu Beginn möchte ich Ihnen eine Frage stellen“, eröffnet Christoph Mayer seinen Input. „Wie viele Sekunden verbringt ein Leser durchschnittlich pro Tag auf einer regionalen News-Webseite?“ Auf der Präsentationsfolie prangen groß drei Antwortmöglichkeiten: sieben Sekunden, eine Minute oder fünf Minuten. Die Mehrheit im Publikum ist sich einig: eine Minute. „Die böse Wahrheit: Sieben Sekunden“, korrigiert Mayer und sorgt damit für überraschte Minen.

### Print funktioniert anders als digital

Nach diesem ersten Weckruf leitet Mayer ins Thema ein: „Print funktioniert anders als digital.“ So hätte man anders als im Print im Digitalen keine klar greifbare Nutzerschaft. Für die Menschen zähle hier das, was sie nicht woanders kriegen. „Die Zeitung ist gewissermaßen ein Pushprodukt“, erklärt Mayer. Die Zeitung erreicht einen täglich im Briefkasten, dort könne man sie schlecht ignorieren. Ein digitales Abo hingegen könne leicht vergessen werden. „Da erinnert dann

nur einmal im Monat der Kontoerzug dran.“ Gerade im Produktwert unterschieden sich das Print- und Digitalangebot jedoch massiv: Beim Durchblättern der Zeitung sind Artikel sofort sichtbar. Online hingegen werden viele Artikel nie gesehen, sie müssen zunächst aktiv geöffnet werden. Gleichzeitig übertrifft der Wert individueller Artikel online die der Printversion, wo die Gesamtschau der Artikel einen Mehrwert schafft.

Nach einem Exkurs über die Grundlogiken und die Gewohnheiten im Digitalen – Stichworte Mediennutzung und Seitenaufrufe – stellt Mayer einige Ergebnisse aus dem Data Science Projekt vor.



### **Redaktionelle Praxis vs. User Needs**

„Ich konzentriere mich hier jetzt mehr auf die Politikberichterstattung“, sagt Mayer. „Wahlthemen sind immer etwas schwer auszuwerten, weil die oft sehr punktuell sind.“ Eine neue Grafik erscheint an der Wand. Wie relevant ist Politik, gemessen an der Artikelmenge eines Verlages? Zwei Auswertungen aus dem DRIVE-Projekt zeigen: Politik gehört zu den wichtigsten Themen in Redaktionen. Bei einem regionalen Verlag im Norden, den Mayer exemplarisch anführt, nähme Politik mehr als 20 Prozent aller Themen im Digitalen ein. Und aus Nutzersicht? „Politik ist wichtig, aber nicht ganz so wichtig, wie die Redaktion das eigentlich empfindet“, erklärt Mayer. Häufig schnitten Themen wie Katastrophen, Kriminalität oder regionale Unternehmen besser ab. „Alles was meine Umgebung sicher oder unsicher macht, interessiert mich immer.“ Aber: Politik zähle zu den Hauptgründen, warum jemand ein Abo abschließt – wenn sie denn lokal ist. Auch bei der Form gehen die redaktionelle Praxis und die sogenannten User Needs – die Nutzerbedürfnisse – häufig auseinander. „Politik wird besonders viel im Berichtsstil geschrieben.“ Von welchen Formaten hätten die Leserinnen und Leser gerne mehr? Interviews, Kurzmeldung und Meinung lautet die eindeutige Antwort. Und das bitte einfach und verständlich.

### **Redaktionsalltag neu ausrichten**

DRIVE hat sich die User Needs zur Grundlage genommen für eine Neuausrichtung redaktioneller Arbeit im Digitalen. „Das ist eines der schwierigsten Themen, weil es natürlich massive Veränderungen in der Redaktion zur Folge hat“, sagt Mayer.

Politik werde bisher noch zu oft im Update-Me-Format geschrieben. Um relevant für die Leserinnen und Leser zu werden, bedürfe es vor allem zweierlei: Inspiration und

Einordnung. Auch lockere Divert-Me-Formate fänden Anklang in der Leserschaft. „Porträts funktionieren zum Beispiel sehr gut, wenn sie einen starken menschlichen Charakter haben“, so Mayer.

Wann sind die Menschen für welche Themen zugänglich? Ein Blick in die Wochenmatrix verrät: „Politik ist eher ein Thema für Mittwoch- und Donnerstagmittag.“ Allgemeine Belustigung im Plenum, aber auch eine kritische Nachfrage: „Hängt es nicht auch davon ab, wann Zeitungen welche Themen bedienen?“ Mayer nickt, betont aber, dass es sich um Durchschnittswerte der 25 Verlage handele. „Ich glaube, das hat mehr mit dem natürlichen Impuls der Menschen zu tun“, sagt er. „Aber das ist immer die Schwierigkeit bei der Datenanalyse: Du kannst nur das analysieren, was da ist.“

### **Die Diskussion ist eröffnet**

Und damit schließt Mayer seinen Input und öffnet die Runde ins Publikum. Die erste Frage kommt sofort: „Als Medienhäuser kommen wir nicht drumherum, auch nationale und internationale Politik abzubilden. Was würden Sie empfehlen?“ Mayers Antwort ist hart, aber ehrlich: „Das ist eine bittere Pille, dass der Zug etwas abgefahren ist für die lokalen Medien. Ich würde nationale und internationale Politik nur machen, wenn ich einen lokalen Twist mit reinbringen kann.“

### **Die Verpackung nicht ändern**

Wie groß sind die Unterschiede zwischen Digital und Print, man höre widersprüchliches, so die nächste Frage. Auch hier fällt die Antwort klar aus: „Die Unterschiede gibt es, aber wenn man rein auf Digital arbeitet, wird Print auch besser.“ In Aachen mache man es bereits gut vor. „Wichtig ist im Print aber, dass ich die Verpackung nicht ändere. Die Menschen haben sich an die Form, ans

Layout, an die Schriftgröße gewöhnt“, ergänzt Mayer.

Es folgt eine rege Diskussion über Fehler, die Redaktionen machen. „Ich glaube, ein Fehler ist, dass sich Redaktionen zu sehr auf ihr städtisches Zentrum konzentrieren“, kritisiert er. „Der Großteil der Abonnenten wohnt in den kleinen Dörfern rundherum.“ Zustimmung aus dem Publikum.

### **Es zählt die Überschrift**

Es folgt ein Ausblick: Mayer würde nicht empfehlen, das Geschäftsmodell einer Redaktion die nächsten Jahre auf SEO oder Social Media aufzubauen. Nicht, wenn davon eine Redaktion finanziert werden soll. „Grundsätzlich denke ich schon, dass Social Media seine Berechtigung hat. Vielleicht nicht als Abo-Bringer, aber weil sich die Leute da aufhalten, und um das etwas zu moderieren.“ Für ein Geschäftsmodell reiche das nicht. „Ich würde auf Direct setzen.“ Und da zählt vor allem eines: Die Überschrift. „Wenn ihr die Überschrift verbockt, hättet ihr euch den Text eigentlich sparen können.“ Für Redaktionen sieht er die Zukunft in einer gesunden Mischung aus Redakteurinnen und Redakteuren auf der einen Seite und Managern, die sich mit Daten, User Needs und KI auskennen.

Lea van der Pütten

Zur Person:

Dr. Christoph Mayer ist Partner bei der auf Medien spezialisierten Unternehmensberatung SCHICKLER. Er verantwortet den Bereiche Data & AI, der für Medienunternehmen spezialisierte Daten-Lösungen entwickelt und den Einsatz von KI in die Praxis bringt. Er promovierte am Karlsruher Institut für Technologie in Informatik.

E-Mail: [C.Mayer@schickler.de](mailto:C.Mayer@schickler.de)

Meike Moog-Steffens, Bürgermeisterin von Schneverdingen

## "Wir leben vom ehrenamtlichen Engagement"

Wie eine Stadt gegen Neonazis aufstand und von Bürgerbeteiligung profitiert

**Vor 15 Jahren gründeten die Menschen in Schneverdingen das Bürgerbündnis "bunt statt braun". Sie sorgten mit vielen Aktionen dafür, dass die damals sehr umtriebigen Neonazis vor Ort bald keine Rolle mehr spielten. Bürgermeisterin Meike Moog-Steffens erzählte nicht nur von dieser Erfolgsgeschichte, sondern auch davon, wie ihre Stadt durch gelebte Bürgerbeteiligung profitiert.**

Die niedersächsische Kleinstadt Schneverdingen hat gut 19.000 Einwohner, liegt im Städtedreieck zwischen Hamburg, Hannover und Bremen, hat eine unterdurchschnittliche Steuerkraft und lebt von der ehrenamtlichen Mitarbeit der Bürgerinnen und Bürger. So beschreibt Bürgermeisterin Moog-Steffens ihre Stadt. Und sie erzählt, dass der Ort ein gutes Beispiel dafür gibt, wie eine breite Mitte der Gesellschaft gegen eine Neonazi-Kameradschaft zusammenstehen kann.



Meike Moog-Steffens (rechts) im Gespräch mit Julia Dührkop.

Der Anlass waren die "Snevern Jungs", eine rechtsextreme Kameradschaft. Diese wurde 2005 im Bericht des niedersächsischen Verfassungsschutzes genannt. Immer wieder bemühte sich die Kameradschaft um gesellschaftliche Akzeptanz. Mitglieder waren beim Blutspenden und Müllsammeln dabei. Beim Volkslauf zum Heideblütenfest 2007 kam es dann zum Eklat. Mitglieder der Kameradschaft liefen mit und zogen beim Zieleinlauf ihre T-Shirts aus und zeigten faschistische Tattoos. Die Veranstalter und die Stadt zogen Konsequenzen.

Die Stadt holte sich Beistand vom Landespräventionsrat. Es gab eine gut besuchte Infoveranstaltung über rechtsextreme Tendenzen und insbesondere über die Snevern Jungs. Ein halbes Jahr nach dem unrühmlichen Volkslauf wurde das Bürgerbündnis "bunt statt braun" gegründet. Der größte Teil der örtlichen Vereine war dabei, außerdem Schulen, Kirchen, Kitas, Politik, Verwaltung, Polizei. Ein Bündnis auf vielen Schultern in der Mitte der Gesellschaft. Mit vielen Aktionen und einer konsequenten Haltung wurde den Neonazis der Boden entzogen.

Moog-Steffens, die wenige Jahre später Bürgermeisterin von Schneverdingen wurde, sieht darin einen Erfolg des bürgerschaftlichen Engagements. Dieses hält sie auf allen Ebenen hoch. Als Moog-Steffens 2011 ins Amt kam, entwickelte sie den Prozess der Stadtstrategie. Dabei griff sie die Idee einer breit angelegten und regelmäßigen Bürgerbeteiligung auf. Diese Idee war schon Jahre vorher entstanden, aber wieder eingeschlafen.

Um das zu verhindern, wurde der Prozess hauptamtlich begleitet. Im Rathaus wurde eine Stabsstelle Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung eingerichtet. Seitdem treffen sich Bürgerinnen und Bürger, Aktive aus der Politik und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtverwaltung regelmäßig, um Zukunftsprojekte zu entwickeln und umzusetzen. Darüber hinaus steuert ein Lenkungskreis, in dem die größten Schneverdinger Vereine und gesellschaftlichen Gruppen vertreten sind, den Prozess.

### **200 Projekte entwickelt**

Heraus kamen bisher 200 Projekte. Das reicht vom Bürgerbus bis zum Programmkino, vom Kulturhaus bis zum Repair-Café, von Kunst-Aktionen bis zum Gemeinschaftsgarten. Die Bürgerbeteiligung sorgte für eine hohe Zufriedenheit der beteiligten Menschen, es gebe viel Wertschätzung und Anerkennung, berichtet Moog-Steffens.

Natürlich gebe es auch immer wieder Projekte, die scheitern, so die Bürgermeisterin. Das gehöre zum Prozess dazu. Aber Moog-Steffens ist sicher: Wenn die Bürgergruppen nicht hauptamtlich begleitet würden, würden viel mehr Vorhaben schiefgehen oder Ideen wieder einschlafen. Andererseits sei es wichtig, die Gruppen nicht zu bevormunden, sondern ihnen nur fachliche und manchmal auch rechtliche Hilfe anzubieten.

### **Mitglied bei Netzwerk Cittaslow**

Seit 2016 ist Schneverdingen der internationalen Vereinigung "Cittaslow" beigetreten. Das ist ein Zusammenschluss von Gemeinden unter 50.000 Einwohnern, ein Netzwerk lebenswerter Städte, die für Lebensqualität und Nachhaltigkeit stehen, die Tradition und Innovation verbinden und den Menschen ein lebenswertes Umfeld bieten.

Jede Gemeinde, die der Vereinigung beitreten möchte, muss einen umfangreichen Kriterienkatalog erfüllen, deren Einhaltung von einer Kommission überprüft wird. Die Mitgliedschaft kostet 3500 Euro pro Jahr. Zweimal jährlich treffen sich die Mitglieder in jeweils einer anderen Stadt, um auch von den Erfahrungen der anderen zu lernen.

Moog-Steffens sagt dazu: "Wir nutzen das Label, um zu zeigen, dass wir nachhaltig sein wollen, dass wir nicht nur eine Schlafstadt sein wollen. Dazu gehören Natur, Umweltschutz und Ehrenamt."

Eines der Probleme sei der hohe Altersdurchschnitt der Menschen, die sich ehrenamtlich engagieren. Im vergangenen Jahr habe man zwei Foren für junge Menschen durchgeführt. Es wurden auch Projekte für diese Zielgruppe entwickelt. "Aber es ist wahnsinnig schwer, an junge Leute ranzukommen."

Dennoch ist die Bürgermeisterin sicher, dass es nur der umfangreichen Bürgerbeteiligung und dem Ehrenamt zu verdanken ist, dass ihre Stadt "lebens- und lebenswert" ist.

Robert Domes

### **Zur Person:**

Meike Moog-Steffens, 61, ist seit 2011 parteilose Bürgermeisterin der Stadt Schneverdingen (19.200 Einwohner/-innen). Sie ist Volljuristin und arbeitete bis 2000 in einer Kanzlei im Schwerpunkt "Arbeitsrecht". Danach war sie bis zu ihrem Amtsantritt hauptamtliche Geschäftsführerin des TV Jahn Schneverdingen e. V. 2019 begann ihre zweite Amtszeit, die 2026 endet.  
E-Mail: meike.moog-steffens@schneverdingen.de  
Tel.: 05193 93-100

Daniela Nase

## Einfach und auf Augenhöhe

Wie man schwierige wissenschaftliche Themen leicht und verständlich erklärt

**Wie lassen sich schwierige wissenschaftliche Themen leicht und verständlich erklären? Vor dieser Aufgabe steht Daniela Nase beim Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) jeden Tag. Ihr Credo dabei: Komplexität reduzieren, Geschichten auf Augenhöhe erzählen und mit ihnen an der Lebenswelt der Menschen andocken.**

Als Leiterin der Abteilung Innovations- und Transfermarketing in einem großen Forschungszentrum hat Daniela Nase eine Scharnierfunktion zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Bei Öffentlichkeitsarbeit gehe es nicht mehr nur um die Vermittlung von Wissen, sagt sie, sondern darum, den Dialog zu fördern und die Gemeinschaft zu beteiligen. Ziel sei auch, der Öffentlichkeit klar zu machen, wie Wissenschaft funktioniert und arbeitet. In diesem Punkt habe sich durch Corona viel verändert, sagt Nase. Die Menschen wollten inzwischen vermehrt wissen, wie Erkenntnisse zustande kommen.

Wichtig sei, den Nutzen von Forschungsergebnissen für die Gesellschaft herauszustellen, die Aufmerksamkeit für Themen – und auch für die eigene Organisation – zu erhöhen und die Legitimation der wissenschaftlichen Arbeit zu stärken. Nicht zuletzt soll Öffentlichkeitsarbeit auch Begeisterung wecken und Nachwuchs gewinnen.

Während früher vorwiegend über Pressemitteilungen und Medienberichte kommuniziert wurde, sind es inzwischen vermehrt eigene Kanäle. Das DLR bespielt beispielsweise viele Social-Media-Plattformen und nutzt dort auch jeweils eine

adressatengerechte Ansprache. Eines jedoch haben alle Ausspielungen gemeinsam, betont Nase: Sie sollen so einfach wie möglich auf verständliche Art und Weise den Menschen die Arbeit des Zentrums und seiner Wissenschaftler nahebringen. Das kann ein Post auf Twitter oder Instagram sein, ein Youtube-Film, eine Fotostory oder Grafik, ein Print-Magazin oder Podcast.

Wie man komplizierte Fragen einfach beantwortet, hat Nase in ihrer Arbeit für die



"Sendung mit der Maus" gelernt, für die sie viele Jahre lang Sachgeschichten realisiert hat. Die Mittel sind einfache Worte, keine Fachbegriffe (und wenn, dann erklärt), konkret statt abstrakt.

### **Saubere Storyline ist das A und O**

"Es geht immer um Storytelling, also darum, Geschichten zu erzählen", sagt die Autorin. Dazu brauche man gute Protagonisten, eine klare Fragestellung, eine gute Dramaturgie und eine saubere Storyline. "Das ist das A und O", sagt Nase, "wenn man die Geschichte nicht sauber erzählt, springen die Leute sehr schnell ab." Was auch in der Wissenschaft gut funktioniert, sei das Mittel der Personalisierung.

Zusätzlich setzt das DLR bei Social Media auf Dialogformen. Interaktive Grafiken oder kleine Quiz-Einheiten sollen die Menschen zum Mitmachen anregen. Mit spielerischen Mitteln erreiche man viele Userinnen und User. So wurde ein Adventskalender für Twitter entwickelt, in dem jeden Tag ein Geräusch erraten werden sollte. Solche Aktionen brächten tolle Klickraten, berichtet Nase.

### **Mit Lockerheit und Humor**

Gerade in Social Media sei die Art des Erzählens enorm wichtig. Dazu gehöre eine lockere Ansprache und Humor, ebenso wie starke Fotos und Videos. Also Bilder von Forschungsmissionen und spannenden Forschungsgegenständen. Dies müsse man auch intern im Haus vermitteln. Da gehe es darum, die Marke bekannter zu machen. "Wenn wir das schaffen, haben wir einen Erfolg erzielt."

Nase empfiehlt auch, mutig zu sein durch ungewöhnliche Überschriften oder Bildtexte. Hier könne man die Aufmerksamkeit der Menschen gewinnen. Wichtig ist ihr auch eine ordentliche Fehlerkultur. Was falsch war, müsse man korrigieren. Auch plädiert

Nase dafür, Misserfolge ehrlich zu kommunizieren. Letztlich sei auch das Scheitern ein wissenschaftlicher Fortschritt, da aus den Fehlern gelernt und auch so die Wissenschaft weiterentwickelt wird.

Es gehe vor allem darum, auf Augenhöhe und nicht von oben herab zu kommunizieren. Das sei auch immer schon das Credo der "Sendung mit der Maus" gewesen, sagt Nase.

Robert Domes

#### **Zur Person:**

Daniela Nase studierte Volkswirtschaft und Politologie. Von 1995 bis 2019 arbeitete sie als Fernsehjournalistin für den WDR und andere Sender. Viele Jahre schrieb sie Sachgeschichten für die "Sendung mit der Maus". Ende 2019 wechselte sie zum Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR). Dort leitete sie die Gruppe Kommunikation und übernahm 2022 die Leitung der Abteilung Innovations- und Transfermarketing.

Daniela Nase ist Autorin mehrerer Bücher der Reihe "Frag doch mal die Maus".  
E-Mail: Daniela.Nase@dlr.de

Marius Raab

## "Wir bilden uns ständig unsere Welt im Kopf"

Hinter Glauben an Verschwörungstheorien stecken urmenschliche Bedürfnisse

**Manche Verschwörungstheorien sind gefährlich. Andere warnen vor echten Gefahren. "Pauschale Urteile bringen uns also nicht weiter", sagt Dr. Marius Raab. Der Psychologe will deshalb die Theorien und die Menschen, die an sie glauben, unvoreingenommen betrachten und verstehen. Er sieht hinter dem Phänomen tiefe urmenschliche Grundbedürfnisse.**

Verschwörungstheorien haben eine große Kraft. Sie bieten Erklärungen in einer komplexen unübersichtlichen Welt, können den Gläubigen das Gefühl vermitteln, autonom, kompetent und sozial eingebunden zu sein. Sie können Kontrollverlust abwehren und Teilhabe versprechen. Aus psychologischer Sicht gebe es also durchaus Gründe für

Verschwörungstheoretiker, eine solche Weltsicht einzunehmen. Raab meint: "Wir sollten Verständnis kriegen für das, was sie antreibt."

### Im Austausch mit der Umwelt

Menschen seien nicht isoliert, sondern im Austausch mit ihrer Umwelt, erklärt Raab: "Wir bilden uns ständig unsere Welt im Kopf, wir bilden uns ständig Hypothesen." Ob die dann eintreffen, sei dahingestellt. Aber die Fähigkeit, Vorhersagen zu treffen, mache Leben erst möglich.

Wenn es um Fakten und Nachrichten geht, habe man häufig einen unscharfen Raum. Die Informationslage sei oft dünn oder



unklar. Auch renommierte Medien neigten dazu, bei Ereignissen zu spekulieren. In unserer komplexen Welt und Gesellschaft gebe es *die* Wahrheit einfach nicht. So sei oft das Ergebnis von Faktenchecks, dass manche Teile von Verschwörungstheorien stimmen, andere Teile nicht.

### **Bedürfnis nach Einzigartigkeit**

Über Verschwörungsgläubige gebe es nur wenig Forschungen, so Raab. Man könne sagen, dass Menschen, die an Verschwörungstheorien glauben, tendenziell "ein gesteigertes Bedürfnis nach Einzigartigkeit" haben. Dass ihnen das zwischenmenschliche Vertrauen fehlt, ebenso das Vertrauen in Institutionen. Dadurch und weil sie nicht mehr wüssten, was vor sich geht, fühlten sie sich hilflos. Die Folge sei ein Gefühl, abgehängt von der Teilhabe zu sein, letztlich von Kontrollverlust.

Raabs Theorie dazu: Die Menschen haben ein Defizit in der Erklärbarkeit, und das füllt eine Verschwörungstheorie auf. Dabei sei es keineswegs so, dass diese Theorien einfacher seien. Oft seien Verschwörungstheorien viel komplexer als die Wahrheit – zum Beispiel die angeblichen Hintergründe für die Anschläge von 9/11.

Verschwörungstheorien seien oft deshalb reizvoll, weil sie den Nimbus des Verbotenen hätten, erklärt Raab. Manchmal seien sie auch eine Folge von Enttäuschung und Verbitterung. Die Verschwörungsgläubigen hätten dann das Gefühl, sie seien die letzten Vernünftigen.

Wie geht man mit dem Thema und diesen Menschen journalistisch um? Raab stellt die Gegenfrage: "Müssen wir so einen Menschen demaskieren, wenn er niemandem schadet?" Aber wenn jemand eine antisemitische Theorie vertritt, müsse man die auch klar benennen.

Robert Domes

### **Zur Person:**

Dr. Marius Raab ist Psychologe und Informatiker. Er forscht und lehrt am Lehrstuhl für Allgemeine Psychologie und Methodenlehre der Otto-Friedrich-Universität Bamberg. Er hat 2016 über "Experimentelle Ansätze zur Erforschung von Verschwörungstheorien" promoviert und ist Autor des Buches "Am Anfang war die Verschwörungstheorie" im Springer-Verlag. Seine Schwerpunkte als Psychologe und Informatiker sind Digitalisierung und Virtualisierung für mittelständische Unternehmen, Spiel und Gamification, Ästhetik, und Verschwörungstheorien.

### **Weiterführende Links:**

<http://www.verschwoerung.online>  
<https://www.researchgate.net/profile/Marius-Raab>

Tel.: 0951 8631859

E-Mail: [marius.raab@uni-bamberg.de](mailto:marius.raab@uni-bamberg.de)

Mathias Kaspar

## Spielerisch über Verschwörungen aufklären

Kartenspiel gibt Informationen über Mythen und regt Jugendliche zum Dialog an

**Mit einem Kartenspiel sollen Kinder und Jugendliche lernen, kritisch mit Verschwörungsmmythen umzugehen. Das Spiel, das von einer Gruppe von YouthBridge München entwickelt wurde, soll junge Menschen befähigen, sich kritisch mit den Verschwörungstheorien auseinanderzusetzen. Mathias Kaspar von YouthBridge stellte das Projekt vor.**

Die Idee für das Kartenspiel entstand im Oktober 2020 im Rahmen der Projektarbeit bei der Initiative YouthBridge München (siehe Erklärung unten). Eine Gruppe junger Menschen setzte sich das Ziel, Kinder und Jugendliche über Verschwörungstheorien aufzuklären und zugleich Präventionsarbeit zu leisten. "Uns war klar, wir brauchen etwas Attraktives und Spielerisches", erklärt Kaspar. So entwickelte die Gruppe ein Kartenspiel, das eine Reihe von Verschwörungstheorien erklärt und zugleich mit kritischen Fragen auf den Wahrheitsgehalt abklopft.

Für jede Theorie gibt es zwei Karten in derselben Farbe, einmal die Karte mit einem Bild und einer Zusammenfassung der Theorie, einmal die Gegenfragen dazu. In der Gestaltung orientierten sich die Studenten an den Yu-Gi-Oh-Karten, die Anfang der 2000-er Jahre herauskamen. In Anlehnung daran nennt sich das Verschwörungsspiel "Myth-Oh-No"

Das Spiel funktioniert so: Nach dem Austeilen der Spielkarten können sich die Jugendlichen ein paar Minuten ihre Karten durchlesen. Dann beginnt die Partnersuche: Wer hat die Gegenfragen zu der Zusammenfassung und umgekehrt? Wenn sich die Paare gefunden haben, tauschen sie sich über den Verschwörungsmmythos auf

ihren Karten aus und präsentieren schließlich den jeweiligen Mythos der ganzen Gruppe. Hierbei können alle auch ihr Vorwissen, persönliche Meinungen und zusätzliche Gegenargumente zu dem Mythos einfließen lassen.

### Glaubenssätze bei Verschwörungen

Bei ihrem Projekt haben sich die Projektmacher intensiv mit dem Hintergrund von Verschwörungsmmythen auseinandergesetzt, sagt Kaspar. Für Verschwörungstheoretiker gebe es drei Glaubenssätze: Nichts geschieht durch Zufall. Nichts ist, wie es scheint. Alles ist miteinander verbunden.

Wer an Verschwörungen glaubt, hat eine Reihe von Grundannahmen:

- Intentionalismus: Der Mensch habe Kontrolle über den Verlauf der Geschichte. Diese Annahme stehe in völligem



Widerspruch zum heutigen Stand der Wissenschaft, wonach soziale Systeme ein meist unberechenbares Eigenleben führen.

- Heimlichkeit: Es gebe eine Gemeinschaft von Verschwörern. Diese wird oft unpräzise identifiziert, z. B. Juden, Außerirdische, Politiker. Daneben gebe es Eingeweihte, die bei der Geheimhaltung helfen. Das Volk hingegen sei unwissend. Die meisten Verschwörungstheorien hätten einen populistischen Gedanken: Die Führung sei korrupt, das Volk müsse darunter leiden. Nur die Verschwörungstheoretiker wüssten Bescheid und könnten das Land bzw. die Welt retten.

- Dualismus von Gut und Böse: Die Bösen seien der Teufel oder mit ihm verbunden. Oder sie sind eine Marionette des Bösen. Vermeintliche Verschwörer werden oft in metaphorischer und apokalyptischer Sprache beschrieben.

### **Auf Augenhöhe diskutieren**

Die Arbeit mit dem "Myth-Oh-No"-Kartenspiel basiert auf der Grundeinstellung, auf Augenhöhe mit den Kindern und Jugendlichen zu diskutieren, sagt Kaspar. Ziel sei ein sokratischer Dialog, in dem die Gesprächspartner gleichwertig sind. Die Methode soll einerseits kritisches Denken fördern, andererseits die Kinder und Jugendlichen befähigen, sich eine Meinung zu bilden bzw. ihre Meinung zu korrigieren.

Das Spiel wurde durch Unterstützung der Hanns-Seidel-Stiftung gedruckt. Es wird für schulische Zwecke oder in Jugendgruppen genutzt. Es kann kostenlos bestellt werden unter [youthbridge@ejka.org](mailto:youthbridge@ejka.org)

Robert Domes

### **Zur Person:**

Mathias Kaspar ist seit Oktober 2022 Jugendleiter, Eventorganisor und Referent für Radikalisierungsprävention bei YouthBridge München. Parallel studiert er seit 2022 Sozialwissenschaften an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Seit 2020 leitet er das Projekt "Myth-Oh-No", ein Kartenspiel, das sich mit Verschwörungsmymen und dem Umgang mit ihnen auseinandersetzt.  
E-Mail: [Mkaspar@ejka.org](mailto:Mkaspar@ejka.org)

Das amerikanische Mutterprojekt YouthBridge entstand 2003 in New York. 2017 nahm YouthBridge München seine Arbeit auf. Die Initiative will junge Menschen aus allen Kulturen und Schichten zusammenbringen, um gemeinsam Projekte zu erarbeiten. Sie ist ein Projekt der Janusz Korczak Akademie in München. Die jüdische Organisation setzt sich dafür ein, Berührungängste abzubauen und ein friedliches Zusammenleben zu gewährleisten.

## Kaminabend mit Inge Kreutz, Marcus König und Malte Gallée Die Menschen aus der Bubble holen

Auf welchen Kanälen lässt sich Politik und Journalismus noch vermitteln?

**Wie erreichen wir die Menschen, die sich nur noch in ihrer Bubble bewegen? Wie können wir gerade die jungen Menschen ansprechen? Wie reagieren wir auf den rauen und teils bedrohlichen Umgangston in den Sozialen Medien? Wie schaffen wir es, wieder über politische Inhalte zu diskutieren? Nürnbergs OB Marcus König, der grüne EU-Abgeordnete Malte Gallée und die Lokaljournalistin Inge Kreutz suchten darauf beim Kaminabend Antworten. Dabei stellten sie fest, dass Politik und etablierte Medien vor denselben Herausforderungen stehen.**

Der schwarze Kommunalpolitiker und der grüne Europaabgeordnete waren sich in ihrer Bewertung einig: In den Sozialen Medien ist der Ton rauer geworden, es gehe häufig nur darum, persönlich zu beleidigen, anstatt sich mit Inhalten auseinanderzusetzen. "Oft wird nur noch der andere

schlecht gemacht", sagt König. Gallée hat eine deutliche Zunahme von rechtsextremen, rassistischen, frauenfeindlichen Positionen festgestellt.

Dennoch ist Social Media für die Politiker und Wahlkämpfer einer der wichtigsten Kanäle. Die Lokalzeitung liege längst nicht mehr in allen Haushalten, so König. Der Oberbürgermeister fragt sich: "Wie erreichen wir noch die Menschen mit unseren Informationen?" Und er denkt crossmedial. König nutzt Instagram, Twitter und Facebook und ist sicher, dass er die eigene Vermarktung dort vorantreiben muss. Er überlegt auch, ob man wieder auf Flugblätter zurückkommen muss, die per Postwurfsendung Informationen in viele Haushalte bringen.



Auf dem Podium diskutierten (von links) der Nürnberger OB Marcus König, Michael Husarek, Lea van der Pütten und Inge Kreutz. Der EU-Abgeordnete Malte Gallée war online zugeschaltet.

Gallée nutzt neben klassischen Medien wie Print und TV vor allem Social Media für seine Botschaften. Dennoch ist ihm der Straßenwahlkampf am liebsten. Da habe man einen direkten und offenen Umgang mit den Menschen. Online setzt er vor allem auf TikTok, wo er einen eigenen Kanal mit tausenden Followern aufgebaut hat. "Dort erreiche ich gerade die jungen Menschen." Allerdings gibt er zu, dass bei Sozialen Medien die Informationsqualität von klassischen Medien fehle.

### **Einordnung und Analyse nötig**

"Die Gesellschaft verspartet sich." So bringt Inge Kreutz die Lage auf den Punkt. Sie ist Mitglied der Chefredaktion des Trierischen Volksfreunds und schrieb ihre Doktorarbeit über "Lokale Politikberichterstattung". Ihr Befund: "Jeder lebt in seiner eigenen Bubble." Da müssten klassische Medien umso mehr Meinungsbildung leisten durch Einordnung, Vergleich, Analyse und Hintergrundberichterstattung.

Haben Podiumsdiskussionen in diesen Zeiten noch einen Sinn?

Für Inge Kreutz ist es das beste Format, um die Protagonisten miteinander ins Gespräch zu bringen. So könne sich das Publikum sehr persönlich und direkt eine Meinung bilden. Aber Kreutz betont auch, dass es das Publikum nicht mehr gibt.

Das kann Marcus König nur bestätigen. Er erinnert sich an den OB-Wahlkampf 2020. Da seien bei den Podiumsdiskussionen überwiegend die Anhänger der drei Kandidaten im Saal gewesen. Die unabhängigen Bürger seien da in der Minderheit gewesen. Dennoch findet er, dass diese Veranstaltungen wichtig seien. Man müsse einfach alle Formate bedienen.

Dem stimmt Malte Gallée zu. Es sei mehr denn je wichtig, dass die Kandidaten in der Realität aufeinander treffen und diskutieren.

Sonst sei die Gefahr groß, dass die Menschen sich nur noch in ihrer Filterblase oder bei dubiosen Quellen informieren. Erfahrungsgemäß stärke das nur die Kräfte von Rechtsaußen.

Wie geht man mit rechtsextremen Parteien um?

König berichtet, dass im 70-köpfigen Nürnberger Stadtrat vier AfD-Räte sitzen. Die seien aber meistens stumm und hätten in den vergangenen zwei Jahren nur einen Antrag gestellt. "Ich kenne deren Haltung gar nicht." Anders bei Facebook und Twitter, wo die Wortwahl von offenbar rechtsextremen Usern heftig und teils bedrohlich sei. Wöchentlich stelle er und sein Team zehn bis 20 Strafanzeigen, sagt König.

### **Shitstorm ohne inhaltliche Argumente**

Gallée kennt diese Reaktionen. Auf eine Rede, die er auf Social Media veröffentlichte, habe er einen Shitstorm bekommen. "Der war ohne inhaltliche Argumente und nur beleidigend." Er versuche, das nicht an sich ranzulassen und rette sich mit dem Gedanken, "dass diese Hasskommentare russische Bots von einer Trollarmee sind".

Kreutz sieht da auch die Medienhäuser in der Pflicht. "Wir müssen im Community-Management professioneller werden." Da fehle es vielen Regionalzeitungen an Know-How oder ganz einfach an Mitarbeitern, die solche Kanäle moderieren können.

Medienwissenschaftler vermuten, dass die Sozialen Medien eine Kommunikationslücke füllen, die die klassischen Medien hinterlassen. Ist das so?

Die Diskutierenden sehen das nicht so. Gallée sagt, dass das Angebot zu senden und zu empfangen einfach einladend sei. "Die Schwelle für Interaktion ist niedrig." Das

bringe allerdings die Menschen oft dazu, unüberlegt und kurzatmig zu agieren.

Der Diskussionskreis habe sich einfach erweitert, meint König. Für ihn als Kommunalpolitiker liege der Fluch darin, dass sich häufig Menschen zu Wort melden, die mit Nürnberg nichts zu tun haben. "Die Leute kennen weder die Stadt, noch die Situation, aber sie schimpfen."

### **Overkill an Informationen**

"Es gibt keine Informationslücke, sondern eher einen Overkill an Information", sagt Kreuz. Woran es mangle, sei die Einordnung.

Welche Formate können Politik schmackhaft machen?

König betont, dass Politik von Menschen gemacht wird. Entsprechend sollten sich Formate an Menschen orientieren. Aber: "Wir haben ein Defizit im Grundwissen, wie Kommunalpolitik funktioniert." Die Frage sei, wie man junge Menschen erreichen könne. Als eine Antwort darauf habe man im Nürnberger Rathaus eine Party für 18-Jährige veranstaltet, zu der 3500 junge Menschen gekommen seien.

Die Frage, wie man junge Menschen erreicht, beschäftigt auch die Lokalzeitung, so Inge Kreuz. "Viele Menschen betrachten uns als die Eliten, mit denen man nichts zu tun haben will." Für sie sei die Frage, ob Politik und Lokalmedien in dieser Frage kooperieren sollten. König stimmte dem zu. Allerdings müsse man klarstellen, dass man weiterhin auf verschiedenen Seiten steht: "Kooperieren ja, aber ohne zu klüngeln."

Wie schaffen wir Demokratiebildung?

Die Selbstwirksamkeit von Demokratie sei bei vielen Leute in Vergessenheit geraten, meint Gallée: "Die Demokratie ist das riesengroße Privileg, dass wir die Regeln,

wie wir leben wollen, selbst bestimmen können", sagt er. Für ihn ist die große Aufgabe, den Bezug zur Lebenswirklichkeit der Menschen wieder herzustellen.

Wie kann eine Finanzierung oder Förderung von journalistischer Arbeit aussehen?

Für König ist es wichtig, dass Journalismus frei ist. Die Förderung dieser wichtigen Arbeit sei eine gesellschaftliche Aufgabe. Da könne die Kommunalpolitik nichts tun.

### **Fake News entlarven**

Gallée meint, nur mit Mehrwert für die Konsumenten lasse sich Geld verdienen. Man müsse den Menschen das Gefühl geben, durch den Medienkonsum etwas besser zu wissen und zu verstehen. Er würde gerne die Aufgabe sehen, dass die etablierten Medien Fake News entlarven und dem Hass und der Hetze im Netz entgegenzutreten.

Kreuz warnt vor Illusionen: "Mit der Berichterstattung über Demokratie und Kommunalpolitik lässt sich kein Geld verdienen." Das könne man bisher nur durch andere Felder im journalistischen Geschäft auffangen. Was die Förderung angeht, ist sie kritisch: "Die meisten von uns haben ein schlechtes Gefühl bei der Vorstellung, dass der Staat Journalismus finanziert."

Robert Domes

Zur Person:

Inge Kreutz ist Newsmanagerin und Mitglied der Chefredaktion des Trierischen Volksfreunds. Dort ist sie für das Editorial Management zuständig und verantwortet die Volontärsausbildung. Sie arbeitet seit ihrem Volontariat 1998 beim Volksfreund als Redakteurin. Dieses Jahr schloss Kreutz ihre Promotion zum Thema „Lokale Politikberichterstattung“ an der Universität Trier ab, wo sie seit 2013 als Lehrbeauftragte zu crossmedialem Journalismus arbeitet.  
Tel.: +49 1715652871  
E-Mail: i.kreutz@volksfreund.de

Malte Gallée, Bündnis 90/Die Grünen, ist seit Januar 2022 der jüngste deutsche Europaabgeordnete. Geboren ist Gallée 1993 in einem 28-Seelen-Ort in der Nähe von Heidenheim. Dort wurde er auch für grüne Themen sensibilisiert. Ausschlaggebend für sein politisches Engagement war die Reaktorkatastrophe von Fukushima 2011. Er publizierte eine Lektüre zur deutschen Energiewende und arbeitete für den Dachverband für erneuerbare Energien in Tansania. Anschließend studierte er VWL und Philosophie an der Universität Bayreuth.  
Tel. Büro Berlin: 0177 7929 557  
E-Mail: Malte.gallee@europarl.europa.eu

Marcus König, CSU, ist seit dem 1. Mai 2020 Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg. Er trat 1994 der Jungen Union bei und 1998 der CSU. König absolvierte von 1999 bis 2002 eine Ausbildung zum Bankkaufmann bei der Dresdner Bank. Er stieg bei der Commerzbank zum Filialdirektor und schließlich zum Abteilungsdirektor auf. Seit 2008 gehört König dem Nürnberger Stadtrat an.  
Tel.: 0911 / 231-5090  
Sandra.Goetz@stadt.nuernberg.de

Fragen und Moderation des Abend übernahmen Lea van der Pütten, Volontärin beim Lokaljournalistenprogramm der bpb, und Michael Husarek, Chefredakteur der Nürnberger Nachrichten

Dr. Kinza Khan

## „Potenzial unser Leben zu revolutionieren“

Aber in welche Richtung? Und zu welchen Bedingungen?

**Im Schnelldurchlauf durch die ethischen Aspekte von KI-Anwendungen: Mit-Organisatorin des Modellseminars Kinza Khan spricht in ihrem zehnmütigen Input über die Gefahren, Gesetzeslücken und Datenmissbrauch bei KI-Anwendungen.**

„KI kann unser Leben sicherer, bequemer und gesünder machen“, leitet Moderatorin Grit Baldauf in das Thema Künstliche Intelligenz ein. „Sie hat das Potenzial, unser Leben zu revolutionieren.“ Da sind sich die Journalistinnen und Journalisten am Donnerstag im Auditorium der Akademie für politische Bildung einig. „KI-Anwendungen lösen oft eine Begeisterung aus, die toll ist. Aber sie haben auch strukturelle Problematiken, die gerade für uns Journalistinnen und Journalisten total relevant sind“, steigt Kinza Khan in ihren Vortrag ein. Und auf genau diese geht sie die folgenden zehn Minuten ein.

### Daten und Algorithmen

Dass Daten im Digitalen und auch bei KI erfasst werden, ist nichts Neues. „Es geht aber nicht nur um Ihre individuellen Daten, sondern auch um Kategorien und Muster“, erklärt Khan. Geschlecht, Zeitpunkt des Kaufes, Alter ... Das werde alles erfasst. „Und das bedeutet, dass es umsonst verfügbar ist.“

Es folgt ein kurzer Exkurs in die Geschichte der Algorithmen. Wann wurden Algorithmen entdeckt? Eine kurze Fragerunde ans Publikum, und die Antwort ist klar: im 9. Jahrhundert. „Bei Algorithmen handelt es sich um Schritt-für-Schritt-Anleitungen“, sagt Khan. Das reiche analog vom Kochrezept

bis hin zur Ikea-Aufbau-Anleitung. Und im Digitalen? „Algorithmen entwickeln sich, wenn sie mit Daten gefüttert werden.“

### Von Medizin bis hin zu Barbie

KI hat viele Bereiche, in denen sie angewendet werden kann – und teils auch schon lange wird. Zum Beispiel in der Medizin: „Es ist natürlich schön, wenn wir frühzeitig erkennen, wenn es jemandem nicht gut geht“, sagt Khan. „Aber was ist, wenn die Daten in falsche Hände geraten? Oder wenn Krankenkassen mit den gleichen Daten arbeiten?“

### Diskriminierende Stereotype

Besonders problematisch werde es dann, wenn die Algorithmen mit Daten gefüttert



werden, die diskriminierende Stereotype bedienen. Das fängt etwa dabei an, dass Frauen bei einer automatisierten Kreditkartenvergabe rein statistisch wahrscheinlich seltener eine Karte bekommen. Oder wenn für unterschiedliche Staaten auf der Welt eine Landes-Barbie entworfen werden würde. „Alle Barbies haben im Ergebnis rassistische Stereotype bedient“, sagt Khan. „Die deutsche Barbie war übrigens eine Nazi-Barbie.“

### **Wer haftet für KI?**

Und die ethischen Fragen reichen weiter. Was ist, wenn sich das Strafmaß danach richtet, wie wahrscheinlich ein Täter erneut straffällig werden würde? Wer haftet eigentlich für KI? Wäre ein Algorithmus-TÜV denkbar? Und wer entscheidet über das Wasser, mit denen die Rechenzentren gekühlt werden? Was bedeutet das für die Landwirtschaft?

„Wenn wir uns KI-Anwendungen anschauen, müssen wir diese ethischen Aspekte auch beachten“, schließt Khan ihren Vortrag ab.

Lea van der Pütten

### **Zur Person:**

Dr. Kinza Khan ist Dozentin für Journalismus, Medien und Politische Kommunikation an der Akademie für politische Bildung in Tutzing. Sie hat an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg in Kommunikationswissenschaft promoviert. Zuvor hat sie in Frankfurt Vergleichende Religionswissenschaft, Orientalistik und Politologie an der Goethe-Universität studiert. Journalistische Erfahrungen hat Khan bei verschiedenen Sendern des Öffentlich-rechtlichen Rundfunks gesammelt sowie beim F.A.Z.-Fachverlag in Frankfurt.  
Tel.: +49 8158 256-21  
E-Mail: k.khan@apb-tutzing.de

Johannes Sommer

## Zwischen Innovation und Kontroverse

Warum interessiert KI so viele Menschen?

**Ob selbstausfüllendes LinkedIn-Profil, Bildbearbeitung mittels Sprachanwendung oder die automatisierte Erstellung von Powerpoint-Präsentationen – all das ist bereits oder in absehbarer Zukunft durch KI-Anwendungen möglich. Johannes Sommer eröffnet mit seinem Input eine Welt voller Möglichkeiten – aber auch einigen Fragezeichen.**

„Innerhalb von zwei Monaten haben mehr als 170 Millionen Menschen ChatGPT genutzt“, sagt Sommer. „So schnell hat das noch keine Anwendung zuvor geschafft.“ Dabei gibt es KI schon lange – und zwar in verschiedenen Bereichen. Von der Autoindustrie bis hin zur Medizin wird KI seit vielen Jahren eingesetzt. „Damit bewegen wir uns natürlich in sehr spezialisierten Bereichen, die uns alle wenig betreffen“, erklärt Sommer. Warum kommt der aktuelle Boom gerade jetzt? Bei ChatGPT handelt es sich um ein Sprachmodell. „Und weil Sprache uns jeden Tag betrifft, betrifft uns diese KI auch alle“, so Sommer. Hinter ihm erscheint die nächste Folie seiner Präsentation. Ein Foto von Yuval Harari, daneben sein Zitat: „Der wichtigste Aspekt der gegenwärtigen KI-Revolution ist, dass die KI die Sprache auf einem Niveau beherrscht, das die durchschnittlichen menschlichen Fähigkeiten übertrifft.“ Und das hat Auswirkungen: Auswirkungen auf die Tools, die wir einsetzen, auf Software, die wir bereitstellen, auf Geschäftsprozesse und den Wettbewerb.

### Funktionsweise eines Sprachmodells

Ein Sprachmodell bestimmt die Wahrscheinlichkeiten von Wortsequenzen. Das heißt, dass das nächste Wort auf Basis

von der Wahrscheinlichkeitsverteilung für alle möglichen Worte ausgewählt wird. „Das nächste Wort wird auf Basis der Eingabe generiert“, erklärt Sommer. „Sie sehen: Die Eingabe ist recht entscheidend.“ Ein Beispiel: Bei der Eingabe „I ate the pizza while it was still ...“ errechnet das Sprachmodell eine Wahrscheinlichkeit von 80,45 Prozent, dass das nächste Wort „hot“ ist. Wenn hingegen die Eingabe lautet „My oven broke, so I ate the pizza while it was still ...“, dann errechnet das Modell die höchste Wahrscheinlichkeit für „cold“ als nachfolgendes Wort. Je genauer der Prompt – also die Eingabe –, desto genauer das Ergebnis.

Das zeigt auch das nächste Beispiel, das Sommer mitbringt: KI-generierte Bilder eines Luxuswohnzimmers im French style. Der Prompt beschreibt nicht nur die Szenerie, sondern auch das Licht, die Brennweite und das Kameramodell. Wichtig, und das betont Sommer immer wieder, sei, zu wissen, dass



es sich nicht um ein Wissensmodell handelt, sondern um ein Sprachmodell. Es ist wahrscheinlichkeitsbasiert. Das bedeutet, es ist fehleranfällig. „95% Korrektheit sind eine relevante Herausforderung“ heißt es groß auf der nächsten Folie. „Und diese fehlenden fünf Prozent können einen ganz entscheidenden Unterschied machen“, so Sommer. „Und damit komme ich zur dunklen Seite der Macht.“

### Die dunkle Seite der Macht

„Halluzinieren“ nennt es sich in der Fachsprache, wenn die KI Dinge dazuerfindet. Sommer wirft seine eigene Vita an die Wand, die er mit KI generiert hat. Darin steht „Er hat das Unternehmen 2008 zusammen mit seinem Kollegen Andrew Bredenkamp gegründet [...]“. Ein Satz, der in einer Vita durchaus vorkommen könnte. „Ich habe weder das Unternehmen gegründet, noch kenne ich einen Andrew Bredenkamp“, stellt Sommer die Behauptung richtig. „Rauszukriegen, welche fünf Prozent falsch sind, ist ziemlich schwer.“ Ein zweiter großer Aspekt ist Desinformation. „Ich kann natürlich mit KI auch jede Menge Schindluder betreiben“, sagt Sommer. Menschen in andere Kontexte setzen, Sprache in Audio übersetzen und dadurch Menschen Dinge sagen lassen, die sie nie gesagt haben, sogar ganze fiktive Dialoge stattfinden lassen: All das ist mit KI möglich. „Die KI selbst macht das nicht, das ist der Mensch, der das nutzt“, sagt Sommer.

Auch über Datenschutz und Urheberrecht wird in Zusammenhang mit KI-Anwendungen immer wieder gestritten. „Datenschutz ist ein Problem, dass sich meiner Meinung nach relativ leicht überwinden lässt. Was sich nicht so leicht überwinden lässt: Wem gehören die Inhalte?“, ist Sommers Einschätzung dazu. Ein Lösungsansatz, den Redaktionen hinsichtlich des Urheberrechts nutzen können: Webseitenbetreiber können die

Sammlung von Daten durch KI auf ihren Seiten blockieren. „Das ist einfach, man muss es nur tun“, sagt Sommer. Zudem gebe es bereits einige Regulierungsversuche für KI, so Sommer. Der EU AI Act zum Beispiel. „Es gibt natürlich auch hier die Downsides: In China zum Beispiel muss alles, was generiert wird, staatsnah sein.“

### Anwendungsbeispiele

Google nutzt sie, Microsoft nutzt sie, Adobe auch. „Auch wenn gerade alle Welt von Microsoft Copilot spricht, ist Google der Major Player, wenn es um KI geht“, sagt Sommer. Mit Copilot hat Microsoft einen Assistenten angekündigt, der etwa automatisiert Powerpoint-Präsentationen aus Word-Dokumenten erstellen oder auf Grundlage von Präsentationen Excel-Tabellen erstellen und Ergebnisse berechnen kann. Und auch die Google-Suche werde sich künftig ändern, so Sommer. „Die KI zieht sich die Informationen aus verschiedenen Webseiten und generiert eine eigene Antwort.“ Diese werde dann in einer Box ausgespielt.

### Was bedeutet das für die Medien?

„Bei Medien gibt es die meisten Anwendungsfälle“, sagt Sommer. So könnten schon jetzt automatisiert gute Berichte zu Fußballspielen, zum Wetter oder zu Wahlen erstellt werden, weil all diese Themen daten- und regelbasiert sind und somit auch rechtssicher. „Das zeigt, dass KI dem Redakteur bei ganz vielen Dingen helfen kann, die er vorher manuell tun musste“, fasst Sommer zusammen. Und: „Die KI ist wahnsinnig gut darin, komplizierte Inhalte in einfache Sprache zu setzen.“ Müssen Journalistinnen und Journalisten um ihre Jobs bangen? „Nein“, so die klare Antwort von Sommer. „Es braucht das menschliche Korrektiv, zum einen wegen der

fünf Prozent und zum anderen, um die Modelle besser zu machen.“

### Diskussion und Ausblick

Damit beendet Sommer seinen Vortrag. Neben ihm nimmt Kinza Khan Platz auf dem Podium. Moderatorin Grit Baldauf öffnet den Raum für Fragen aus dem Publikum: „Gibt es die Möglichkeit, die Daten, mit denen die KI gefüttert wird, einem Filter zu unterwerfen?“ Nicken auf dem Podium. „Ja, das Eingrenzen auf Quellen ist das, was gerade passiert“, sagt Sommer. Ob man sich nicht unglaublich mache, wenn man KI-Bilder generiert, statt Originalbilder zu verwenden, lautet die nächste Frage. Ab wann sei eine rote Linie erreicht? „Mitten in einer Glaubwürdigkeitskrise der Medien würde ich es vermeiden, die rote Linie zu dehnen“, sagt Khan. „Wo man die Grenze zieht, ist am Ende Haus-Policy“, ergänzt Sommer. „Ich halte es für total legitim, abstrakte Themen mit KI-Bildern zu ergänzen.“

Was bedeute die Veränderung in der Google-Suche für die SEO-Strategie, so die nächste Frage. SEO-Schulungen seien weiterhin wichtig. Ziel müsse es sein, in die Box zu kommen.

„Wer verantwortet die KI? Können wir sicher sein, dass es unseren demokratischen Grundsätzen entspricht?“ Es gebe Versuche der Regulierung, wie zum Beispiel den EU AI Act. Aber: „Bisher sind alle KI-Anwendungen privat organisiert, das heißt sie spiegeln den Turbokapitalismus brutal wider“, schränkt Khan ein. Müsse man abwägen zwischen Kapital und demokratischen Grundwerten, würde das Ergebnis wahrscheinlich häufig Richtung Kapital ausfallen. „Solange es privatwirtschaftlich bleibt und wir keine Kontrollinstanzen haben, können wir nichts tun. Die Entwicklung ist einfach zu schnell“, sagt Khan.

Mit Blick auf die Zeit stellt Grit Baldauf die Abschlussfrage: „Habe ich in fünf Jahren noch einen Job?“ Ja, lautet die einstimmige Antwort des Podiums. „So wie wir gelernt haben im Internet zu recherchieren, statt ins Archiv zu laufen, werden wir lernen, dass wir uns mit KI viel Zeit sparen können. Es ist eine riesige Chance für den Journalismus“, sagt Sommer. Khans Einschätzung: „Journalistinnen und Journalisten sind notwendiger denn je. Ich glaube, wir haben eine Aufgabe, die wir seit der Mitte des letzten Jahrhunderts nicht mehr hatten, weil so viel Propagandamüll unterwegs ist.“

Lea van der Pütten

#### Zur Person:

Johannes Sommer ist CEO des Berliner KI-Spezialisten Retresco und verantwortet seit 2013 die Bereiche Sales, Marketing und Finanzen. In seiner Position leitet er die strategische Positionierung und marktseitige Ausrichtung des Unternehmens. Mit einem Team von 70 Expert/innen arbeitet Johannes Sommer an innovativen Lösungen zur digitalen Transformation und skalierbarer Content Automation.  
Tel.: +49 30 609 839 600  
E-Mail: sommer@retresco.de

Robert Domes

## Best Practice zum Nachmachen

Dossier Wahlen der Drehscheibe bietet viel Stoff für Lokalredaktionen

**Auch und gerade in Lokal- und Regionalredaktionen haben Wahlen einen hohen Stellenwert. Neue Anregungen und Ideen sind stets erwünscht, sowohl für Projekte und Formate, als auch für Techniken und multimediale Ausspiel-Kanäle. Dies geht aus einer Umfrage unter Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten hervor, die Robert Domes 2022 gemacht hat.**

Die Befragung im Auftrag der Bundeszentrale für politische Bildung diente dazu, Konzepte und Ideen zum Thema Wahlen für die lokaljournalistische Arbeit zu entwickeln.

Best Practice, Best Practice, Best Practice! So lässt sich das Ergebnis der Umfrage zusammenfassen. So unterschiedlich die Bedingungen in den einzelnen Häusern sind, so einig sind sich alle, dass sowohl neue, als auch bewährte Aktionen, vorbildliche Artikel und Serien, Methoden,



Formate oder Vorgehensweisen von höchstem Interesse sind. Eine Liste bzw. Übersicht an guten Beispielen wird von allen Befragten als sinnvoll erachtet.

Ein Angebot, das juristische Fragen klärt (Presserecht im Wahlkampf) wird von der Mehrheit der Befragten befürwortet. Ebenso ein Angebot mit Basisinformationen über Wahlsysteme, Stimm- und Sitzverteilungen, Statistikgrundlagen und über Rechts- und Linksextremismus.

### Unübersichtliches Angebot

Lokaljournalist\*innen, die zu Wahlen und Wahlberichterstattung Hintergründe, Material und Hilfe suchen, finden heutzutage eine Vielzahl von Angeboten im Internet. Allerdings ist dieses Angebot meist unübersichtlich, bei inoffiziellen Seiten ist der Inhalt nicht nachprüfbar. Das Material ist häufig unjournalistisch aufbereitet, bruchstückhaft oder der journalistische Nutzwert ist unklar.

Deshalb ist ein kompaktes und klar gegliedertes Angebot speziell für Lokalredaktionen sinnvoll, und es entspricht auch dem Wunsch vieler Kolleginnen und Kollegen. Das beste und umfassendste Angebot zum Thema für Lokalredaktionen bieten die Seiten der Drehscheibe in ihrem Dossier Wahlen. Dort sind sowohl Sachinformationen und Hintergründe zu finden, als auch fachliche Tipps und Best Practice Beispiele. Dort werden auch die wichtigsten Info-Seiten aus dem umfangreichen Programm der bpb eingebunden und verlinkt. Dieses Info-Paket wurde im vergangenen Jahr runderneuert und ausgebaut.

## Wissen und Werkzeuge

Das Dossier ist in 4 Kapitel gegliedert: Wissen, Organisieren, Recherchieren, Umsetzen.

Im Kapitel "Wissen" gibt es breite Basisinformationen über Wahlen, über Stimmabgabe und Sitzverteilung, auch ein Wahlglossar, in dem viele Begriffe erklärt werden.

Das Kapitel "Organisieren" bietet – wie der Name schon sagt – alles zum Thema Orga. Das sind vor allem Leitfäden. Zum Beispiel: "Sechs Monate vor der Wahl", "Eine Woche vor der Wahl".

Das Kapitel "Recherchieren" bietet Experten-Interviews und Recherchehilfen. Immer mit dem Ziel, es soll möglichst nutzwertig für die lokaljournalistische Praxis sein.

Das Kapitel "Umsetzen" bietet Best Practice Beispiele. Es ist – entsprechend den Wünschen der Kolleginnen und Kollegen – der größte Bereich des Dossiers mit einer enormen Vielzahl an guten Umsetzungsbeispielen.

## Beispiele sollen eigene Ideen anregen

Die Drehscheibe hat ihren Namen deshalb, weil sie Geschichten zum Weiterdrehen anbietet. Es ist ein Ideen- und Werkzeugkasten. Viele Geschichten, die zur Bundestagswahl funktionieren, können auch für eine Kommunalwahl nachgedreht werden. Hier empfiehlt Domes, sich durch das Angebot zu scrollen anregen zu lassen.

Wer etwas ganz Spezielles braucht, kann jederzeit die Redaktion der Drehscheibe anrufen oder anmailen.

Zum Schluss gab Domes noch eine Bitte der Redaktion weiter: Wer etwas nachgedreht oder selbst eine gute Idee entwickelt hat, soll sie unbedingt an die Drehscheibe schicken. Das Portal lebt davon, dass sich möglichst viele mit ihren Ideen beteiligen.

## Zur Person:

Robert Domes ist freier Journalist und Autor.

Tel.: +49 8341 / 908 912

E-Mail: domes@robertdomes.com

[www.robertdomes.com](http://www.robertdomes.com)

## Info:

Das Dossier Wahlen der Drehscheibe findet man unter:

<https://www.drehscheibe.org/wahlen.html>

Attila Albert

## Wir sehen die Welt so, wie wir es erwarten

Selbstbild und Anspruch widersprechen sich – Das können wir ändern

Es gehört zu den Widersprüchlichkeiten im journalistischen Selbstbild und Anspruch, zwei ganz gegensätzliche Fähigkeiten in sich vereinen zu wollen: Die unvoreingenommene Beobachtung und Analyse – und die anschließende Kommentierung, also Parteinahme. Gelingen soll das durch einen mehrstufigen Arbeitsprozess – erst die Recherche, dann die Einordnung – und sich auch in unterschiedlichen journalistischen Formaten (Reportage, Analyse, Kommentar etc.) ausdrücken. Doch die Erfahrung zeigt, dass der redaktionelle Produktionsprozess vielfach anders verläuft: Zuerst steht oft die These, manchmal sogar bereits die Artikelüberschrift oder Schlagzeile, die durch die Recherche nicht ergebnisoffen überprüft, sondern gestützt werden soll; formal berichtende Formate sind sowohl durch die Auswahl der präsentierten Fakten wie der Wortwahl eindeutig kommentierend angelegt.

Daher gehört es zu den fortlaufenden Klagen oder zumindest enttäuschten Feststellungen, dass Journalisten gar nicht so objektiv oder neutral berichten würden, wie sie es vorgeblich anstrebten. Journalist und Sachbuchautor Wolf Schneider, ehemaliger Stern-Verlagsleiter, Welt-Chefredakteur, langjähriger Leiter der Henri-Nannen-Schule, drückte es mit Paul-Josef Raue, ehemaliger Chefredakteur von Frankfurter Neuen Presse, Magdeburger Volksstimme, Braunschweiger Zeitung, Thüringer Allgemeinen u.a., recht vorwurfsvoll so aus:

„Viele Journalisten machen von sich aus Politik. Was unter Hitler wie unter Honecker ein Zwang war – über Tatsachen nicht

unparteiisch zu berichten, sondern mit ihnen zu agitieren im Dienst der Partei –, das betreiben heute viele hundert Journalisten auf eigene Rechnung, wenn sie im Spiegel, im Stern, in der taz und in ein paar anderen Redaktionen sitzen. Sie wollen nicht informieren, sondern missionieren; mindestens halten sie ihre Meinung von einer Sache allemal für wichtiger als die saubere Schilderung des Sachverhalts. Geschieht dies im Leitartikel, so ist es in Ordnung; findet es unter der Dachzeile ‚Nachrichtenmagazin‘ statt, so liegt eine vorsätzliche Irreführung vor.“

Man könnte zu Recht fragen, was schiefgelaufen ist, wenn zwei der prominentesten Ausbilder von Journalisten und langjährige redaktionelle Führungskräfte dieses Ergebnis ihrer Bemühungen feststellen mussten. Doch die Psychologie hat das Phänomen, meinungsgetrieben zu recherchieren und zu berichten, als grundlegendes menschliches



Verhaltensmuster eingeordnet, dem mit redaktionellen Statuten nur begrenzt zu begeben ist.

Der englische Denkpsychologe Peter Watson formulierte in den 60er Jahren, dass wir alle die Welt „kognitiv verzerrt“ und einseitig wahrnehmen würden: Jeder habe die Neigung, Informationen so zu ermitteln, auszuwählen und zu interpretieren, dass sie die eigenen Erwartungen bestätige (sog. „Bestätigungsfehler“). Weitere Forschungen zeigten: Passende Erinnerungen bleiben besser in Erinnerung, werden höher gewichtet als widersprechende; Quellen für Informationen, die nicht ins eigene Weltbild passen, werden gemieden.

Damit wird der individuelle Journalist für einseitige oder tendenziöse Berichterstattung zwar vielfach äußere Umstände – Aufforderung durch Vorgesetzte, konzeptionelle Vorgaben des Mediums – oder persönliche Überzeugungen anführen, sei es den Einsatz für eine konkrete „gute Sache“ oder eher abstrakte Ziele wie „Gerechtigkeit“ oder „Demokratie“. Aber er folgt damit immer auch einem menschlichen Denk- und Verhaltensmuster, das uns alle prägt. Die promovierte Germanistin, Journalistin und Sachbuchautorin Dagmar Lorenz stellt den fortlaufenden Widerspruch zwischen Anspruch und Realität nüchtern fest:

„Dass zumindest die ‚Unparteilichkeit‘ zwar als ideale Forderung ihre Berechtigung haben mag, in der Medienrealität aber keineswegs ein ‚unwandelbares‘ Fixum journalistischer Arbeitsauffassung und Arbeitspraxis darstellt, zeigt zum einen die Geschichte der Presse selbst, deren Erzeugnisse häufig durchaus parteilich waren und von den jeweiligen Zeitgenossen als solche auch verstanden wurden: Politische Rücksichten, wirtschaftliche Interessen oder unverhohlene staatliche Zensurverordnungen prägten zu allen Zeiten die Bedingungen journalistischer

Berichterstattung. Zum anderen aber empfanden sich auch die Journalisten zuweilen selbst als gesellschaftliche Vertreterinstanzen eines moralischen Gewissens.“

Sollen Objektivität oder Neutralität zumindest angestrebt werden, soweit es konzeptionelle, politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen zulassen, lässt sich zu einem gewissen Grad gegensteuern. Beispielsweise durch unmissverständlich formulierte, intern bekannte und durchgesetzte Standards sowie die Gestaltung der redaktionellen Produktion, etwa durch ein 4-Augen-Prinzip bei der Texterstellung (z. B. Redakteur und Rechercheur oder Archivar) und im Redigierprozess (z. B. Ressortleiter und Mitglied der Chefredaktion). Hilfreich ist auch eine weltanschaulich vielfältig aufgestellte Redaktion, in der die individuellen Mitglieder zwar tendenziell jeweils weiter die Bestätigung ihrer Ansichten suchen werden, aber damit insgesamt verschiedene persönliche Ansichten und damit in der Berichterstattung dargestellte Perspektiven einfließen können.

Gleichzeitig kann jeder einzelne Journalist daran arbeiten, gedanklich offener für andere Meinungen und Deutungen zu werden und sich damit selbst zusätzliche Perspektiven zu erschließen. Oft beginnt das mit Einsicht, dass andere Ansichten nicht immer nur mit Unwissen, Dummheit oder Verblendung zu erklären sind und selbst beidseitig anerkannte Fakten unterschiedliche Interpretationen zulassen.

Der Zugang dazu sind Empathie und Respekt: Das Gemeinsame im vermeintlich Gegensätzlichen suchen, auch dem Gegenüber respektable Motive zugestehen und ihn gleichberechtigt zu behandeln, also nicht nur als jemand, der nur noch überzeugt, überredet oder gezwungen werden muss. Das ist durchaus anspruchsvoll, ich habe dafür eine Typologie

mit entsprechenden Empfehlungen erstellt, die eine Bandbreite von Motivationen (Angst, Wut, Indifferenz, Hilfsbereitschaft usw. umfasst).

Am leichtesten fällt das, wenn Vielfalt persönlich gelebt wird: Regelmäßiger sozialer Kontakt, kollegial wie freundschaftlich, mit ganz unterschiedlichen Menschen in Bezug auf Alter, Geschlecht, Bildungsgrad, soziale und politische Verortung sowie Lebensstil. Wer im Lokal- und Regionaljournalismus arbeitet, ist dem unweigerlich ausgesetzt, überregional tätige Journalisten oder diejenigen in abgegrenzten Ressorts bzw. Themenfeldern müssen diese Gelegenheiten bewusster suchen. Doch sie profitieren persönlich, wenn sie dazulernen und auf gute Weise herausgefordert werden, und die Medien, für die sie arbeiten, dadurch, dass sie der komplexen, vielschichtigen und deshalb interessanten Realität näher kommen.

Zur Person:

Attila Albert (geb. 1972) ist Mediencoach. Er begleitet Unternehmen und Medienprofis bei Veränderungen. Er hat selbst mehr als 25 Jahre journalistisch gearbeitet, u.a. bei Freie Presse, Axel Springer und Ringier. Begleitend studierte er BWL, Webentwicklung und absolvierte eine Coaching-Ausbildung in den USA. Daneben ist er mehrfacher Buchautor und seit 2016 wöchentlicher Kolumnist beim Branchendienst Kress.  
Tel.: +41 43 539 39 41  
E-Mail: [mail@attilaalbert.com](mailto:mail@attilaalbert.com)

## Arbeitsgruppe 1

# Kreuzchen und Klicks, Dialog und Ansprache

Leitung Heike Groll und Michael Husarek

Wenn wir Menschen erreichen wollen, müssen wir aktiv zu ihnen hingehen und Themen identifizieren, die ihre Lebenswirklichkeit spiegeln. Wir müssen mehr erklären, unsere journalistischen Angebote besser verkaufen, auf Politsprech verzichten. Alle denkbaren Zielgruppen zu erreichen, wäre wünschenswert, aber derzeit nicht leistbar. Für die Wahlberichterstattung konzentrieren wir uns daher auf zwei Zielgruppen, für deren typische Vertreter und Vertreterinnen die AG folgende Personas und Dialogmodelle entwickelt hat (neben den klassischen Podiumsdiskussionen und Foren, die weiterhin wichtige Bausteine der Berichterstattung sind):

Jonas (38) und Anja (36):

- 1 Kind, 8 Jahre
- Verpartnert/verheiratet
- Land, Speckgürtel
- Mieter oder Haus
- Ingenieur/in, öffentlicher Dienst
- Hobby: Sport, kein Verein
- Engagement: Elternrat
- „Special Interests“, „leben in ihrer Blase“
- Politisch nicht festgelegt, bei relevanten politischen Themen engagiert
- Sicherheits-/ vorsorgeorientiert
- Informieren sich bei Social Media, Radio
- Pendler

Wo treffen wir sie? Bahnhof, Kita, beim Einkaufen, im Café, soziale Medien, Kontakt über Kinder  
Themen: Internet, ÖPNV, Kita, Schule, Wohnen, Bauen, Sicherheit, Freizeit, Klima & Umwelt  
Formate & Kanäle: Online, Online, Online!, App & Web, Podcasts, kurze Videos, Newsletter, Insta, Facebook; kurze Info-

Formate, Interviews, Meinung, Unterhaltung z.B. Blind Date mit Leser, Wahlkandidaten on Tour, wenn Longreads: Crossmedial  
Wie verdienen wir Geld? Werbung, weiche Paywall

Umgang & Sprache: informativ, auf Augenhöhe, locker, verständlich, seriös  
Wir sind da, aber nicht aufdringlich

---

Linus (Mitte 20)

- Mittelschichtfamilie
- Fachabitur, kaufmännischer Beruf
- Dorf, sehr heimatverbunden
- Fußball im Verein, Feuerwehrmitglied
- online Fußballnachrichten, Trash-Talk in Facebook-Gruppen
- Lokalzeitung bei den Eltern (v.a. Sportteil)
- wählt, wenn überhaupt, konservativ
- schwarzer Golf.

Vorschlag 1:

Linus ist am ehesten über seinen Verein zu erreichen. Im Wahlkampf veranstaltet die Redaktion einen Vereinsabend mit den Kandidierenden:

- Ansprache und Einladung mehrerer Vereine sowie der Kandidierenden
- Einsammeln von drängenden Fragen/Themen im Vorfeld, ggf. in Form eines Wettbewerbs (Insta) oder direkte Ansprache von Multiplikatoren
- Themen z.B. Bedingungen für Vereinssport, Ausstattung der Feuerwehr, Unterstützung des Ehrenamts, digitale Möglichkeiten auf dem Land usw.
- Themen mit Kandidierenden besprechen (lassen): lockere Gesprächsformate, Face-to-Face-

- Austausch möglich: Podium, Fishbowl oder Speed-Dating
- Ausklang als Party
  - vor, während und nach der Veranstaltung journalistische Begleitung: Texte, Videos, Umfragen. Ausspielung auf allen Kanälen, dabei online-Formate zuerst, Übernahme durch Printredaktion
  - fortlaufende Berichterstattung zu aufgeworfenen Themen auch nach der Wahl - dabei ständig Bezug auf das Projekt ("Eure Themen")
  - Projekt läuft über ca. 6 Wochen, dafür weniger sonstige Berichterstattung, klarer Fokus auf Wahl (Wahlbeteiligung!)
  - Begleitung des Abends durch Vertrieb (kostenlose Schnupper-Abos) und Marketing (Marke und Produkte erklären, Aktionen vorstellen, ...)
  - Unterstützung / Vorbereitung des Abends ggf. durch Demokratie-Verein, Bildungsinstitution o.ä.

Vorschlag 2:

Das Format, mit dem Linus am ehesten zu erreichen ist, ist ein Podcast:

- Podcast-Serie zur Wahl
- ein Jugendlicher / junger Erwachsener ist mit einem Kandidierenden im Gespräch, plus Moderator aus der Redaktion
- Print übernimmt das als Interview
- Themen entweder aus generierten Themenideen aus Vorschlag 1, durch Redaktion gesetzt oder fließend im Gespräch entwickeln
- Jugendlicher wird ggf. über Vereine / Schulen o.ä. "gecastet" - sollte Lust auf Reden haben...
- Vertrieb akquiriert Anzeigen von Firmen, die Azubis / junge Nachwuchskräfte suchen oder sonst Interesse an junger Zielgruppe haben

**Die AG 1 hat zudem die ultimative Warnliste „Der sichere Weg zum Misserfolg“ erarbeitet – wer sie umkehrt, weiß, was Journalistinnen und Journalisten vermeiden sollten:**

Leserkontakt verhindern:

- Totaler Elfenbeinturm
- Nur unter anderen Journalisten unterwegs sein

Leser schlecht behandeln:

- Nicht ans Telefon gehen
- keine Mails beantworten
- Pampig auf jede Form von Kritik reagieren
- Keine Leserbriefe veröffentlichen
- Leser (am Telefon) beschimpfen („Sie Wicht!“)

Diese Rolle/Haltung als Journalist/in einnehmen:

- Augen zu vor Neuem
- Wir pflegen eigene Interessen („Hochkultur statt Plebs“)
- Leser sind dumm und blöd!
- Leserinteressen ignorieren
- Viel Realitätsverweigerung zugunsten politischer Korrektheit
- Öl ins Feuer gießen
- Leser verängstigen: Die Welt geht unter!
- Lesern das Denken abnehmen: wir sagen, wo es langgeht!
- Konsens-Berichterstattung pflegen
- Höchstes Lob ist: der/die OB findet unseren Text spitze!
- Immer ganz pünktlich Feierabend machen, die Katastrophe hat auch noch bis morgen Zeit

Diese journalistischen Standards/Ansprüche pflegen:

- Extrem einseitig sein
- Unkritisch sein, nichts hinterfragen
- Hochkomplexe Artikel für Leser mit zwei Dokortiteln
- Immer voraussetzen: alle haben alles gelesen (und erinnern sich)
- Beliebten Content verstecken (Tiktok igitt)

- Absolut keine modernen Angebote für junge Menschen
- Nur Führungsfiguren zählen!
- Pressemitteilungen bloß nicht redigieren
- Aktive Gefälligkeitsberichterstattung
- Chronistenpflicht ernstnehmen – auch langatmige Begrüßungen gehören in den Text
- Amts-Sprech nachahmen, besser noch: direkt übernehmen
- Protokollstil, der die Irrelevanz betont („klein-klein“ berichten; Platz für Selbstdarsteller bieten)
- Wahlprogramme nicht analysieren, nur wiedergeben
- Nichts analysieren
- Nur das bringen, was andere kostenlos auch bringen
- Wir lassen alle Texte von Politikern, Geschäftsführern u.ä. abnehmen
- Werblich schreiben

#### Sonstiges

- Todesanzeigen, Rätsel und TV-Programm weglassen
- Wenig Personal
- Falsches Personal
- Nachwuchs verschrecken, demotivieren und verheizen
- Richtig schlechte Stimmung in der Redaktion verbreiten



## Arbeitsgruppe 2

# Spannung und Spaltung

Leitung Julia Dührkop

### FALL1

#### Märkische Oderzeitung

**Ausgangsanlage, Februar 2023:** In Klosterfelde (Brandenburg) will der Landkreis ein Übergangwohnheim für 80 Flüchtlinge bauen, was starken Protest in der Bevölkerung hervorruft. In drei Infoveranstaltungen informieren die Verantwortlichen über das Projekt. In jeder Veranstaltung wird der Ton deutlich rauer. Die Menschen bekennen sich immer offener zu rechtsextremen Einstellungen. AfD, der Dritte Weg und Compact-Magazin klinken sich in die Diskussion ein und heizen die Stimmung zusätzlich an.

#### Berichterstattung:

- Moz.de begleitet die Infoveranstaltungen und skizziert die verschiedenen Meinungen von Landkreis, Einwohnern (Ängste und Bedenken) und Kommunalparlament (auch AfD). Ein Gespräch mit dem Compact-Magazin und Dritten Weg gibt es nicht.
- Interview mit dem Runden Tisch Wandlitz (Vereinigung für Geflüchtete).
- Hintergrundgespräch Landrat (Erklärung, warum kommt Flüchtlingsheim hierhin).
- Begleitung eines TV Gespräch RBB.
- Geschichte mit Vereinen vor Ort, die sich für Flüchtlinge einsetzen und mit ihnen arbeiten.
- Artikel über Barnimer Freundschaft (Rechtsextreme Kameradschaft), die ihren Sitz direkt neben Flüchtlingsheim hat.
- Kommentare zur Einordnung.

#### Reaktionen:

- Fall wird auf sozialen Netzwerken heftig diskutiert (positive und negative Kommentare)

- **Positiv:** Leute haben gesagt, sie wünschen sich öfter solche Kommentare.
- Verbale Angriffe auf Autorin.

**Aktueller Stand:** Flüchtlingsheim ist fertig. Flüchtlinge ziehen in naher Zukunft ein.

#### Bewertung

- Gut, dass das Thema überhaupt aufgegriffen
- Gut, dass Autorin konkrete Haltung bezogen hat (Kommentare)
- Gut, dass auch mit Kritikern (Bürgern) gesprochen wurde und diese zitiert wurden

#### Vorschläge

- Noch mehr auf Bedenken der Kritiker (Bürger) eingehen
- Besser nicht alleine zu solchen Veranstaltungen gehen, sondern Unterstützung mitnehmen (Rückhalt der Kollegen, Zeugen, Vier-Augen-Prinzip)
- mehrere Autoren ODER Autoren wechseln (Gemeinschaft statt Einzelperson und vorteilhaft bei Vertretung)

### FALL 2

#### Freie Presse Zwickau

**Ausgangslage, Januar 2022:** „Warum NS-Vergleiche auf Corona-Demos irrsinnig sind“ – auf den Querdenkerdemos wurden die Repressalien der NS-Zeit mit den Corona-Schutzmaßnahmen gleichgestellt. 900 Teilnehmer und johlender Beifall auf dem Hauptmarkt Zwickau (zentraler Platz). Eine Dame hat Anne Frank für einen Vergleich herangezogen.

#### Berichterstattung:

- zunächst kurzer Bericht über diese Demo (aktuell)

- Ausführliche Nachdrehe: Situation vor Ort beschrieben. Welche tatsächlichen Repressalien Juden in Zwickau erleiden mussten → recherchiert im Stadtarchiv und Gespräch Geschichtslehrerin. Diese Experteninfos verglichen mit „Repressalien“ die Menschen während der Pandemie erleiden mussten (selbsterklärend). Einordnung von Politikwissenschaftler und Geschichtslehrerin.

Reaktionen:

- Dame, die Anne Frank Vergleich vorgetragen hat, wurde wegen Volksverhetzung verurteilt (Artikel spielt in Anklageschrift der Staatsanwaltschaft eine Rolle).  
- positive Resonanz

Bewertung

- guter Ansatz: Realitätscheck (Theorien widerlegen)  
- gut, dass auf Polemik verzichtet wurde  
- gut: aufwändige Recherche  
- gut, dass zuerst aktuell mit Fakten (was ist?) → dann nachlegen  
- In dem Fall gut, dass kein Kommentar (Experten haben Situation eingeordnet → Dadurch auch weniger angreifbar)

FALL 3

Saarbrücker Zeitung

Ausgangsanlage, Mai 2020: Ein AfD-Kommunalpolitiker sagt in einer Kreistagssitzung (Landkreis St. Wendel), dass die Pandemie eine „Inszenierung der Politik“ und „Corona lediglich eine Grippewelle“ sei. Diese Aussage kam zu einer Zeit, als die Verschwörungstheorien rund um die Pandemie gerade anfangen. In der Kreisstadt St. Wendel starteten zu dieser Zeit ebenfalls die ersten Corona-Demos der Querdenker (rund 250 Teilnehmer // 26600 Einwohnern). Es folgten weitere Demos und Montagsspaziergänge.

Berichterstattung:

- Artikel: Aussagen von AfD-Politiker aufgegriffen → Hinleitung zu Verschwörungstheorien (auch zu

Verschwörungstheorien, die bei Corona-Demos vorgetragen wurden, etwa Judenvergleich). Gespräch mit zwei Experten des Adolf-Bender-Zentrums („Gemeinsam setzen wir uns für Demokratie und Menschenrechte ein und engagieren uns gegen Rechtsextremismus, Rassismus und Antisemitismus“). Sie haben erklärt, was Verschwörungstheorien sind, wer anfällig dafür ist, wie sie funktionieren, usw.

- Berichte: Bericht über weitere Demo (Was ist?). Dazu Gespräch mit Experten des Adolf-Bender-Zentrums, Interview mit Veranstalter der Gegendemo, Gespräch mit Bürgermeister der Kreisstadt. Versuch: Kontaktaufnahme mit Veranstalter der Demo (keine Antwort)  
- Kommentare

Reaktionen:

- Querdenker Aufregung bei Telegram  
- Veröffentlichung eines Briefes an die Autorin sowie umgeschriebene Kommentare auf der eigenen Webseite  
- Gespräch mit Querdenkern in Redaktion, inklusive Interview – das nie erschienen ist

Bewertung

- gut, dass Querdenker kontaktiert  
- gut, dass viele Gesprächspartner

- Besser: Transparenter machen, wie wir arbeiten: Erzählen, dass es Interview gab. Dass Antworten autorisiert werden.  
- Besser: Vier-Augen-Prinzip, Unterstützung von Kollegen annehmen.

## LEITFADEN

- 1) Veranstaltungen von Querdenkern, Extremisten und Co. nicht alleine besuchen. Besser einen (oder mehrere) Kollegen zur Unterstützung mitnehmen. Das ist kein Zeichen von Schwäche, sondern zeigt, dass die Redaktion zusammensteht. Außerdem sehen vier Augen mehr als zwei und im Fall der Fälle gebe es einen Zeugen.
- 2) Bei Texten über Querdenkern, Extremisten und Co. mehrere Autoren angeben ODER die Autoren wechseln. Das hat den Vorteil, dass nicht mehr nur eine Person angreifbar ist. Aber auch praktisch: mehrere Personen sind in dem Thema drin bei Urlauben und Krankenscheinen.

3) Sinnvoll, zuerst mal nur eine Meldung/einen kurzen Bericht rausbauen, mit Fakten (was ist passiert). Im Nachhinein das Thema dann ausführlich aufgreifen. So wird die Aktualität gewahrt und es erfolgt dennoch eine konkrete Einordnung.

4) Einordnung: Kommentare oder Experten hinzuziehen, um Situationen/Themen einzuordnen (→ dann kein Kommentar notwendig, durch den Autor weniger angreifbar wird)

5) Arbeit der Redaktion transparent machen: Wie arbeiten wir? Wie läuft Interview ab? Autorisieren von Antworten? Usw. (auch bei gescheiterten Interviews, etwa mit Querdenkern in Fall 3)



## Arbeitsgruppe 3

# Formate und Kanäle

Leitung Maike Scholz

Wir schauen nach den Leserbedürfnissen, also wie wir Inhalte in entsprechenden Formaten verpacken und ausspielen können:

### **Update me (Wie ist die Lage? Harte Nachricht):**

Liveticker  
Push-Nachricht  
Newsletter  
Stream  
Story bei Instagram  
Infografiken  
Top-Meldungen  
Ergebnistabellen

### **Inspire me (Überrasche und begeistere mich):**

Porträt/Politiker-Challenge/Interview  
(Politiker kochen ihr Lieblingsessen, Joggen, S-Bahn, mit 50 Euro einen Wocheneinkauf bestreiten, Praxistauglichkeitstest) mit Video, Storytelling und als Serie  
Spielerische Elemente (Quiz, Rätsel, Countdown vor der Wahl, Video, Insta, Grafik, Zitate und Positionen den Politikern im Bild zuordnen)  
Unterhaltsames Erklärstück (Instagram: @politikneugedacht)  
Satirische Stücke (Amtsketten-Check)  
Vor Ort mit Betroffenen und somit Dialog mit Bürgern  
Podcast (Wenn du, also der Leser, Bürgermeister wärst, was würdest du machen/ändern?)  
Bildergalerien  
Einsatz KI: Die KI generiert ein Porträt über einen Kandidaten. Mit dem Kandidaten sprechen wir über das Ergebnis

### **Educate me (Auf Augenhöhe erklären):**

Erklärstücke in Print, Video und auf Insta (Dinge, die Sie vor der Wahl wissen müssen. Was ist im Wahllokal erlaubt oder verboten? Funktionen und Aufgaben, Wie wird gewählt – also klassische FAQ-Stücke leicht und auf Augenhöhe erklärt)  
Stücke „Wie arbeiten wir“ als Einblicke in unsere Arbeit und unseren Fahrplan für die Wahl  
Frage-Antwort-Stücke  
Fakten (Fakten-Check: Noch X Tage bis zur Wahl)  
Grafiken, Überblicke, Zahlen

### **Give me a perspective (Gib mir Orientierung und ordne für mich ein):**

Podiumsdiskussion mit Stream (90-Sekunden-Frage-Format, Wappen malen, Pecha-Kucha 20 mal 20)  
Kommentare (Beispiel: Kathis Klartext bei der Schwäbischen Post)  
Wie präsentiert sich ein Kandidat bei Veranstaltungen?  
Faktencheck (was versprechen Parteien, Kandidaten? Wo sind wichtigen Themen und wo die Lösungen der Kandidaten?)  
Medienaffinität der Kandidaten  
Porträt (Wähler, Nichtwähler, Erstwähler)  
Positionsverschiebungen herausstellen  
Experten und Betroffene befragen  
Nach der Wahl: Wie geht es weiter? 100 Tage danach

**Die fünf Tutzinger Thesen zur  
Wahlberichterstattung 2.4:**

- Machs wie die Maus
  - Erklärstücke auf Augenhöhe mit dem Leser
- Bares für Rares
  - Leser erhält Mehrwert durch passende Formate für die Inhalte, die ihm Wissen verschaffen
- Am laufenden Band
  - Kurze, bündige Informationen, die Leser auf dem Laufenden halten
- Wer weiß denn sowas?
  - Als Medien geben wir Orientierung, ordnen ein, checken die Fakten
- Verstehen Sie Spaß?
  - Berichterstattung darf auch unterhalten, begeistern und vom Alltag ablenken, dabei trotzdem Wissen vermitteln



## Modellseminar

# Wir haben die Wahl – Lokalredaktionen zwischen Spannung und Spaltung, Klicks und Haltung

vom 11. bis 15. September 2023  
in Kooperation mit der Akademie für Politische Bildung Tutzing  
Buchensee 1, 82327 Tutzing

Veranstalter: **Bundeszentrale für politische Bildung**  
Fachbereich Multimedia  
*Lokaljournalistenprogramm*  
Tel +49 (0)228 99515-558  
[www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm/](http://www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm/)  
[www.drehscheibe.org](http://www.drehscheibe.org)

Verantwortlich: **Anke Vehmeier**

---

### Montag, 11. September 2023

bis 14:00 Uhr	<b>Eintreffen der Teilnehmenden</b>
15:00 Uhr	<b>Begrüßung und Einführung</b> <b>Anke Vehmeier und Grit Baldauf</b>
16:45 Uhr	<b>Kaffeepause</b>
17:00 Uhr	<b>Wahlen in der digitalen Welt: Herausforderungen, Chancen und Risiken</b> <b>Grit Baldauf</b> , Regionalleiterin Mittelsachsen, Freie Presse, Chemnitz <b>Michael Husarek</b> , Chefredakteur, Nürnberger Nachrichten
18:00 Uhr	<b>Abendessen</b>
20:00 Uhr	<b>Explosive Gemengelage: Eine gesplante Gesellschaft zwischen Desinteresse, Wut und Mut</b> <b>Ella Schindler</b> , Redakteurin, Verantwortliche für die Volontärsausbildung bei den Nürnberger Nachrichten <b>Rebecca Strohmeier</b> , Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

**Prof. Dr. Frank Decker**, Institut für Politische Wissenschaft und  
Soziologie der Universität Bonn  
**Moderation: Anke Vehmeier und Grit Baldauf**

**Dienstag, 12. September 2023**

- 09:00 Uhr      **Warm up mit Simone Schatz**, Coach und Dozentin
- 09:15 Uhr      **Gruppenarbeit**
- 10:45 Uhr      **Kaffeepause**
- 11:00 Uhr      **Investigativ im Nazi-Milieu**  
**Andrea Röpke**, Journalistin und Politologin  
  
**Moderation: Anke Vehmeier**
- 12:30 Uhr      **Mittagspause**
- 13:30 Uhr      **Gruppenarbeit**
- 15:45 Uhr      **Kaffeepause**
- 16:00 Uhr      **Citizen Science: Echte Bürgerbeteiligung oder  
Pseudowissenschaft?**  
**Meike Moog-Steffens**, Bürgermeisterin in Schneverdingen,  
Niedersachsen  
  
**Moderation: Julia Dührkop**
- 18:00 Uhr      **Abendessen**

**Mittwoch, 13. September 2023**

- 09:00 Uhr      **Warm up mit Simone Schatz**, Coach und Dozentin
- 09:15 Uhr      **Gruppenarbeit**
- 11:00 Uhr      **Kaffeepause**
- 11:30 Uhr      **Warum Quanten keine Füße sind und der Mars kein Riegel -  
Wissenschaft erklären als gesellschaftliche Aufgabe**  
**Daniela Nase**, Autorin, Die Sendung mit der Maus, WDR, Leitung  
Abteilung Innovations- und Transfermarketing bei Deutsches  
Zentrum für Luft-und Raumfahrt DLR  
  
**Moderation: Kinza Khan**
- 12:30 Uhr      **Mittagspause**

14:00 Uhr **Wissen, was kommt? Verschwörungstheorien und ihr Nutzen für Zukunftsprognosen im Alltag**  
**Dr. Marius Raab**, Psychologe und Informatiker, Universität Bamberg  
**Matthias Kaspar**, Projektleiter, Youthbridge, München

**Moderation: Kinza Khan**

15:45 Uhr **Kaffeepause**

16:00 Uhr **Gruppenarbeit**

17:45 Uhr **Abendessen**

18:30 Uhr **Kaminabend**  
**Wahlkampf 2024 zwischen Spannung und Spaltung, Klicks und Haltung**  
**Inge Kreutz**, Newsmanagerin, Mitglied der Chefredaktion, Trierischer Volksfreund  
**Marcus König**, Oberbürgermeister, Stadt Nürnberg, CSU  
**Malte Gallée**, Mitglied des Europäischen Parlaments, Bündnis 90/Die Grünen

**Moderation: Lea van der Pütten und Michael Husarek**

#### **Donnerstag, 14. September 2023**

09:00 Uhr **Warm up mit Simone Schatz**, Coach und Dozentin

09:15 Uhr **Gruppenarbeit**

10:45 Uhr **Kaffeepause**

11:00 Uhr **Zwischen Innovation und Kontroverse: Wie KI die Medien verändert**  
**Johannes Sommer**, CEO, Retresco, Berlin

**Moderation: Grit Baldauf und Kinza Khan**

12:30 Uhr **Mittagspause**

13:30 Uhr **Präsentation neues Wahlen-Dossier der drehscheibe**  
**Robert Domes**, Freier Journalist und Autor

14:00 Uhr **Gruppenarbeit**

15:45 Uhr **Kaffeepause**

16:00 Uhr **Gruppenarbeit**

18:30 Uhr **Abendessen**

## Freitag, 15. September 2023

09:00 Uhr	<b>Warm up mit Simone Schatz</b> , Coach und Dozentin
09:30 Uhr	<b>Zwischen eigener Haltung und Offenheit: So gelingen Diskussionen zur Wahl</b> Attila Albert, Karriere & Life Coach, Zürich  Moderation: Anke Vehmeier
10:45 Uhr	<b>Kaffeepause</b>
11:30 Uhr	<b>Präsentation der Gruppenergebnisse</b>
12:00 Uhr	<b>Abschlussplenum/Feedback</b>
12:30 Uhr	<b>Mittagspause und Abreise</b>

## ARBEITSGRUPPEN

### **AG 1: Kreuzchen und Klicks**

**Leitung:** Michael Husarek, Chefredakteur, Nürnberger Nachrichten

### **AG 2: Dialog und Ansprache**

**Leitung:** Heike Groll, Leitende Redakteurin in der Chefredaktion der Volksstimme, Magdeburg

### **AG 3: Spannung und Spaltung**

**Leitung:** Julia Dührkop, Reporterin, Böhme-Zeitung, Soltau

### **AG 4: Formate und Kanäle**

**Leitung:** Maïke Scholz, Leiterin Lokalredaktion Memmingen, Allgäuer Zeitung, Memmingen

---

## Seminarleitung:

**Anke Vehmeier**, Leiterin des Journalistenprogramms, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn

**Grit Baldauf**, Regionalleiterin Mittelsachsen, Freie Presse, Chemnitz

**Dr. Kinza Khan**, Dozentin Akademie für Politische Bildung, Tutzing

## Tagungsdokumentation:

**Robert Domes**, freier Journalist und Autor, Irrsee

---

**Veranstalter:**

Fachbereich Multimedia /  
Lokaljournalistenprogramm  
Adenauerallee 86, 53113 Bonn  
[www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm/](http://www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm/)  
[www.drehscheibe.org](http://www.drehscheibe.org)

**Verantwortlicher:**

**Anke Vehmeier**  
Leiterin des Journalistenprogramms  
Tel +49 (0)228 99515-558  
Fax +49 (0)228 9910515-6655  
E-Mail: [anke.vehmeier@bpb.de](mailto:anke.vehmeier@bpb.de)

**Tagungsorganisation:**

**Torsten Wolff**

Tel +49 (0)228 99515-238  
Fax + 49 (0)228 9910515-6655  
E-Mail: [lokaljournalismus@bpb.de](mailto:lokaljournalismus@bpb.de)

**Tobias Panse**

Tel +49 (0)228 99515-547  
Fax +49 (0)228 9910515-6655  
E-Mail: [lokaljournalismus@bpb.de](mailto:lokaljournalismus@bpb.de)

---