

ZWISCHEN HEUBALLEN UND HIGHSPEED

Wie wir den Lokaljournalismus
auf dem Land weiterentwickeln



Foto: KI-generiert

Redaktionskonferenz
15. bis 17. September 2025 in
Neumarkt/Opf.

IMPRESSUM

Veranstalter

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb
Fachbereich Multimedia / IT
Lokaljournalistenprogramm
Bundeskanzlerplatz 2
53113 Bonn
Tel +49 228 99515-558
www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm
www.drehscheibe.org

Tagungsorganisation

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb
Bundeskanzlerplatz 2
53113 Bonn
Torsten Wolff
Tel +49 228 99515-238
Tobias Panse
Tel +49 228 99515-547
E-Mail: lokaljournalismus@bpb.de

Seminarleitung

Anke Vehmeier, Leiterin
Lokaljournalistenprogramm,
Tel.: +49 (0)160 9629 7176
E-Mail: anke.vehmeier@bpb.de

Marc Rath, Chefredakteur Mitteldeutsche
Zeitung, Halle, und Volksstimme,
Magdeburg
Tel.: +49 345 565 6022
E-Mail: marc.rath@mz.de

Modellseminar-Team

Heike Groll, Leitende Redakteurin in der
Chefredaktion, Volksstimme, Magdeburg
Tel.: 0391 /59 99 416, 0171-760 68 67
E-Mail: heike.groll@volksstimme.de

Grit Baldauf, Regionalleiterin Mittelsachsen,
Freie Presse Mittelsachsen
Tel.: 0160 92362829
E-Mail: Grit.Baldauf@freiepresse.de

Yvonne Backhaus-Arnold,
Redaktionsleiterin Hanauer Anzeiger
Tel.: 06181 / 2903317
E-Mail: backhaus@hanauer.de

Journalisten-Reader

Robert Domes
Freier Journalist
+49 (0)170 961 9289
E-Mail: domes@robertdomes.com
www.robertdomes.com

Redaktion:
Victoria Porcu, Volontärin beim
Lokaljournalistenprogramm der bpb,
victoria.porcu@bpb.de

Fotos: Marcus Klose / Drehscheibe)

Tagungsstätte

Hotel Park Inn by Radisson Neumarkt,
Nürnberger Straße 4,
92318 Neumarkt i.d.OPf.
neumarkt@provenhotels.com

INHALT

	Seite
Vision vom Lokaljournalismus auf dem Land	
Anke Vehmeier und Marc Rath: Neue Geschichten und Ideen im ländlichen Raum	4
„Den einen ländlichen Raum gibt es nicht“	
Tobias Mettenberger: Journalismus sollte die Vielfalt auf dem Land abbilden	5
Ärztmangel auf dem Land verschärft sich	
Adam Hofstätter: Fachreferent sieht vor allem die Kommunen gefordert, aktiv zu werden	7
„Die Lage ist schon heute kritisch“	
Guido Judex: Arztpraxen leiden unter ausufernder Bürokratie und Fachkräftemangel	9
Frischer Wind auf dem Land	
Diskussion mit Staatsminister Albert Füracker und Prof. Manfred Miosga	11
Künstliche Intelligenz im Redaktionsalltag	
Christina Quast: Werkzeuge, Tipps und Links für Lokalredaktionen	14
Mit schwierigen Menschen souverän umgehen	
Gisela Goblirsch-Bürkert: Über Glaubenssätze, Sprache und journalistisches Handwerk	16
Beteiligung als Schlüssel	
Phillip Bengel: Wie Bürgerinnen und Bürger zu Mitgestaltern werden	18
„Heimat ist ein von Liebe durchwehter Raum“	
Diskussion mit Markus Ochsenkühn und Dr. Rudolf Neumaier	20
„Kolumna“ setzt auf Qualität statt Klicks	
Julia Baumann-Scheyer: Neues lokales digitales Nachrichtenmagazin in der Region Lindau	23
Lokaljournalismus trifft Landwirtschaft	
Birte Hansen-Höche: <i>Dewezet</i> -Redakteurin über ihr Projekt „Birte beim Bauern“	25
Mit dem Bus direkt zu den Lesern	
Annika Falk-Claußen, Nicole Wrodarczyk: Mobile Redaktion der <i>Nürnberger Nachrichten</i>	27
Dem Landleben in einer Serie nachgespürt	
Christoph Giese: Volontäre der <i>Badischen Zeitung</i> zeigen Aspekte des Dorfs	29
AG 1: Mitmachen – wie Beteiligung gelingt	
Eine Ideensammlung für Beteiligungsangebote - Leitung: Yvonne Backhaus-Arnold	31
AG 2: Mitdiskutieren – welche Themen wichtig sind	
Eine Sammlung von Ideen für Geschichten im ländlichen Raum - Leitung: Grit Baldauf	33
AG 3: Mitdenken – mit Veränderungen umgehen	
Wie sich Lokaljournalismus in Zeiten des Wandels behauptet - Leitung: Heike Groll	35
Drehscheibe	37
Seminarprogramm	38

Marc Rath und Anke Vehmeier

Vision vom Lokaljournalismus auf dem Land

Konstruktive Ansätze für neue Geschichten und Ideen im ländlichen Raum

Ob Demografie, Globalisierung oder Digitalisierung, Infrastruktur, Energiewende und Klimawandel – die großen Herausforderungen unserer Zeit bündeln sich dort, wo mehr als die Hälfte der Menschen in Deutschland lebt: im ländlichen Raum. Gerade diese Regionen sind ein Schatz für unser Land – und doch bleiben sie in der öffentlichen Wahrnehmung oft im Schatten. Dies will die Redaktionskonferenz „Zwischen Heuballen und Highspeed“ ändern.

Der Lokaljournalismus steht mitten im Umbruch. Er kann nicht mehr auf Bewährtes setzen, sondern muss sich neu erfinden: neue Rollen annehmen, eingefahrene Routinen hinterfragen und mutig neue Wege beschreiten. Das Rezept für guten Lokaljournalismus muss neu gemixt werden, mit frischen Zutaten und feinen Gewürzen – manches kommt weg, anderes wird neu dazugegeben, damit der Geschmack stimmt.

Theorie und Best Practice

Die Redaktionskonferenz in Neumarkt i. d. Oberpfalz lädt ein, die vielfältigen Facetten des Lokaljournalismus auf dem Land eingehend zu erkunden, frische Ideen zu diskutieren und gemeinsam praktikable Lösungen zu entwickeln. In Best-Practice-Beispielen zeigen engagierte Lokalredaktionen, welche Ideen sie umgesetzt haben, wie sie Herausforderungen kreativ meistern und mit Herzblut an ihren Themen dranbleiben.

Lokaljournalismus weiterentwickeln

Zwischen Heuballen und Highspeed – so lautet das Motto für den ländlichen Raum. Ziel ist es, durch konstruktive Ansätze neue Debatten auf allen Ebenen anzustoßen, zu begleiten und auch klare Positionen einzunehmen. Die Weiterentwicklung des Lokaljournalismus steht im Mittelpunkt der Konferenz.



Diese Konferenz ist ein lebendiger Austausch von Praktikerinnen und Praktikern, die täglich vor Ort erleben, was Lokaljournalismus bedeutet. Drei Tage lang diskutierten sie Ideen und Geschichten, ließen sich von Referentinnen und Referenten inspirierende Impulse geben und entwickelten eine Zukunftsvision des Lokaljournalismus auf dem Land.

Zur Person:

Marc Rath ist Chefredakteur der *Mitteldeutsche Zeitung*, Halle, und der *Volksstimme*, Magdeburg

Tel.: +49 345 565 6022

E-Mail: marc.rath@mz.de

Anke Vehmeier ist Leiterin des Lokaljournalistenprogramms der bpb.

Tel.: +49 (0)160 9629 7176

E-Mail: anke.vehmeier@bpb.de

Tobias Mettenberger

„Den einen ländlichen Raum gibt es nicht“

Journalismus sollte die Vielfalt und die Besonderheiten auf dem Land abbilden

Seit Jahren gibt es über den ländlichen Raum widersprüchliche Aussagen. Problemzone auf der einen Seite, Sehnsuchtsort auf der anderen. Beides habe seine Berechtigung, so Tobias Mettenberger, denn: „Den einen ländlichen Raum gibt es nicht.“ Vielmehr unterscheiden sich die sozio-ökonomischen Bedingungen und somit die Lebensverhältnisse in den ländlichen Regionen Deutschlands erheblich.

Mettenberger forscht als Soziologe am Braunschweiger „Thünen-Institut für Lebensverhältnisse in ländlichen Räumen“. Er setzte sich in seinem Vortrag mit gängigen Vorstellungen von „abgehängten“ ländlichen Räumen auseinander und warb für „kontraintuitive Perspektiven“, also Blickwinkel, die unserer Intuition widersprechen. Für Lokaljournalisten empfahl er, genauer hinzusehen, regional differenzierte Entwicklungen zu beschreiben und sachlich ohne Zuspitzungen über ländliche Räume zu berichten.

Ist das Land abgehängt?

Oft sei in Medienberichten vom „abgehängten Land“ die Rede. Das sei allerdings zu undifferenziert, sagte Mettenberger. Um die großen Unterschiede innerhalb Deutschlands zu erfassen, entwickelte das Thünen-Institut eine Typologie. Darin lassen sich Regionen nach baulichen, demographischen und wirtschaftlichen Kriterien unterscheiden. Indikatoren sind unter anderem geringe Siedlungsdichte, hoher Anteil landwirtschaftlicher Flächen, lockere Wohnbebauung, Wanderungssalden junger Erwachsener, kommunale Steuerkraft, Arbeitslosenquote und Lebenserwartung.

Ein wichtiger Punkt ist für Mettenberger der Wandel der Bevölkerung. „Weniger und älter, aber auch vielfältiger“, lautete seine



Zusammenfassung. Ursachen seien sinkende Geburtenraten, steigende Lebenserwartung und Wanderungsbewegungen. Zugleich prägten Internationalisierung und Individualisierung die Bevölkerungsstruktur.

Mettenberger erklärte, dass es in vielen Regionen inzwischen mehr Zuzug als Abwanderung gibt. Besonders in der Familienphase entscheiden sich Menschen bewusst für ein Leben im ländlichen Raum.

Gelegenheitsstrukturen im Alltag

Wesentlich für die Lebensqualität sind nach Mettenberger die sogenannten Gelegenheitsstrukturen, also die Rahmenbedingungen, die den Menschen das Leben schwer oder leicht machen: Einrichtungen aus Wirtschaft, Bildung, Gesundheit, Kultur und Erholung sowie die Möglichkeiten der Alltagsmobilität. „Besondere Bedeutung haben Angebote der Daseinsvorsorge“, so der Referent.

Vielerorts gebe es aber inzwischen keine Bäcker, Einkaufsläden oder Gaststätten mehr. Wenn solche Strukturen – und damit die lokalen Begegnungsorte – fehlen, gebe es für die Menschen auch weniger

Möglichkeiten der Teilhabe. Gleichzeitig gebe es vielfältige Bewältigungsstrategien, etwa durch nachbarschaftliche Netzwerke oder individuelle Mobilität. Auch im Alter entwickelten viele Menschen Lösungen, um mit eingeschränkter Infrastruktur zurechtzukommen.

Politische (Un)Zufriedenheit

Ein weiterer Schwerpunkt war die Frage nach (Un)Zufriedenheit und politischem Verhalten. „Eine Spaltung Stadt versus Land gibt es so nicht“, stellte Mettenberger klar. Benachteiligte Regionen fänden sich sowohl im städtischen als auch im ländlichen Raum. Ausschlaggebend seien eher strukturelle Unterschiede zwischen starken und schwachen Regionen.

Studien zeigten, dass die Zufriedenheit mit der Daseinsvorsorge das Wahlverhalten der Menschen stärker beeinflusst als objektive Versorgungsdaten. Mettenberger: „Wo sich Menschen auf dem Land abgehängt fühlen, hat der Populismus freie Bahn.“ Wo soziale Infrastruktur, Bildungsqualität und Breitband besser ausgebaut seien, lägen die Wahlergebnisse der AfD tendenziell niedriger.

Medienbilder kritisch betrachten

In den Medien werde das „Abgehängtsein“ häufig thematisiert – sei es infrastrukturell, wirtschaftlich oder kulturell. Mettenberger machte deutlich, dass solche Darstellungen zwar reale Probleme aufgreifen, aber auch einseitige Bilder erzeugen können. Deshalb warnte er vor simplifizierenden Diskursen, die ländliche Räume als homogene, generell abgehängte Räume darstellen.

Mettenberger plädierte für differenzierte Berichterstattung, die regionale Besonderheiten anerkennt, die Vielfalt der Lebensstile und Engagementformen sichtbar macht und die Probleme sachlich benennt, ohne diese zu überzeichnen. Hilfreich sei es auch, wenn Lokaljournalisten nicht nur die Probleme, sondern auch Lösungsansätze beschreiben.

Zur Person:

Dr. Tobias Mettenberger ist Soziologe. Er ist am Braunschweiger „Thünen-Institut für Lebensverhältnisse in ländlichen Räumen“ tätig. Die Ressortforschungseinrichtung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft betreibt Forschung und Politikberatung zur sozialen und ökonomischen Entwicklung ländlicher Regionen.

In seinen Arbeiten befasst sich Tobias Mettenberger mit der Daseinsvorsorge und mit sozialen Infrastrukturen in ländlichen Regionen, insbesondere in stark vom demographischen Wandel betroffenen Räumen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei im Bereich der ärztlichen Versorgung, mit seinen aktuellen Herausforderungen und Lösungsansätzen.

E-Mail: tobias.mettenberger@thuenen.de

Tel: 0531/596-5527

<https://www.thuenen.de/de/fachinstitute/laendliche-raeume>

Adam Hofstätter

Ärztemangel auf dem Land verschärft sich

Fachreferent sieht vor allem die Kommunen gefordert, aktiv zu werden

Die medizinische Versorgung auf dem Land steht unter Druck. Darauf wies Adam Hofstätter von der Kassenärztlichen Vereinigung Bayerns (KVB) in seinem Vortrag hin. Der Fachreferent erklärte, wie Bedarfsplanung und Sicherstellung funktionieren – und warum Kommunen selbst aktiv werden müssen, um Ärzte in ihre Region zu holen.

In seiner Präsentation führte Hofstätter die Zuhörer Schritt für Schritt durch das System der Bedarfsplanung. Zentraler Ausgangspunkt ist die Bedarfsplanungs-Richtlinie. Sie legt bundesweit fest, welche Arztgruppen es gibt, wo sie gebraucht werden und wie viele Ärzte im Verhältnis zur Bevölkerung vorhanden sein müssen. Für Hausärzte etwa gilt ein Richtwert von einem Arzt auf 1.636 Einwohner. Je nach Altersstruktur und Krankheitslast wird diese Zahl regional angepasst.

Daraus errechnet sich der sogenannte Versorgungsgrad: Liegt dieser über 110 Prozent, spricht man von Überversorgung – neue Niederlassungen sind dort nicht möglich. Bei Werten unter 75 Prozent (Hausärzte) oder 50 Prozent (Fachärzte) liegt eine Unterversorgung vor, die KVB und Politik zum Handeln zwingt. Dazwischen liegt die Regelversorgung, in der noch Zulassungen möglich sind.

Engpässe in Bayern

Ein Blick auf die aktuelle Situation in Bayern zeigt, dass vor allem ländliche Regionen zunehmend unter Druck geraten. Hofstätter machte deutlich, dass die Situation sich von 2015 bis 2025 spürbar verschärft hat. Hausärzte fehlen zunehmend, ebenso

Fachärzte in einzelnen Disziplinen. „Die Bedarfsplanung bildet das Problem zwar ab“, so der Referent, „gelöst wird es damit aber noch nicht.“

Zwar betrachte er nur die Zahlen in Bayern, die Situation jedoch und der Mangel sei in vielen ländlichen Regionen in Deutschland ähnlich, sagte Hofstätter. Dafür hätten die einzelnen Kassenärztlichen Vereinigungen für jede Region Versorgungsatlanten erstellt, die Lokaljournalisten auch abfragen können.

Ziel einer guten Versorgung sei es, dass Hausärzte für die Menschen in 15 bis 20 Minuten erreichbar sind, Fachärzte in 30 bis 35 Minuten, Spezialisten in 45 Minuten. Wenn diese Versorgung nicht funktioniert, müsse das ambulante System einspringen, was in der Regel teurer sei.

Um einer Unterversorgung gegenzusteuern, setze die KVB verschiedene Förderinstrumente ein: finanzielle



Unterstützung, Weiterbildungsverbünde oder die Gründung von Medizinischen Versorgungszentren (MVZ). Aktuell gebe es mehr Ärzte als je zuvor, allerdings gebe es auch eine stark gestiegene Nachfrage aus der Bevölkerung nach ärztlicher Versorgung.

Ärzte suchen attraktive Standorte

So bleibe es eine Herausforderung, junge Ärztinnen und Ärzte für ländliche Standorte zu gewinnen. Denn ihre Entscheidung hänge nicht nur von den Niederlassungsmöglichkeiten ab. „Attraktive Standortfaktoren spielen eine entscheidende Rolle“, betonte Hofstätter. Dazu gehören Schulen und Kinderbetreuung, Freizeitangebote, bezahlbarer Wohnraum, eine gute Verkehrsanbindung und ein aktives Kulturleben.

Hier sieht der Referent vor allem die Kommunen gefordert. Sie könnten mit konkreten Maßnahmen punkten – etwa durch Unterstützung bei der Suche nach Praxisräumen, durch Mobilitätsangebote oder durch Willkommensprogramme für ganze Familien. Landkreise und Gemeinden müssten ihre Stärken hervorheben und gezielt an den Rahmenbedingungen arbeiten. „Die ärztliche Versorgung ist eng mit der Lebensqualität vor Ort verbunden“, so Hofstätter. „Ohne kommunales Engagement wird es schwierig, Nachwuchsärzte für eine Region zu gewinnen.“

Zur Person:

Adam Hofstätter ist Politikwissenschaftler. Seit 2014 ist er Fachreferent bei der Kassenärztlichen Vereinigung Bayerns im Bereich Regionale Versorgung und Politik. Zuvor arbeitete er im Bayerischen Landtag. Bei der KVB in München liegt sein Schwerpunkt auf der Sicherstellung einer flächendeckenden ambulanten ärztlichen Versorgung in Bayern, dem Austausch mit politischen Entscheidern und der Vertretung der Interessen der KVB-Mitglieder gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Zudem sorgt er für einen engen Kontakt zu Landräten und Oberbürgermeistern und etabliert die KVB als zentralen Ansprechpartner für Versorgungsthemen im Freistaat.

E-Mail: adam.hofstaetter@kvb.de

Guido Judex

„Die Lage ist schon heute kritisch“

Arztpraxen leiden unter ausufernder Bürokratie und Fachkräftemangel

Die ärztliche Versorgung im ländlichen Raum wird in den kommenden Jahren noch schwieriger. Darauf hat Guido Judex, Kinder- und Jugendarzt aus Regensburg und Vorstandsmitglied der Bayerischen Landesärztekammer, in seinem Vortrag hingewiesen. Ausufernde Bürokratie, Fachkräftemangel und unattraktive Rahmenbedingungen gefährdeten die ambulante Versorgung.

„Die Versorgung auf dem Land steht an einem Wendepunkt“, sagte Judex. In vielen Regionen Bayerns sei der Ärztemangel längst Realität. „Wenn wir jetzt nicht gegensteuern, wird der Ärztemangel zu einem flächendeckenden Problem.“

Bürokratie und Personalnot

Judex stellte zunächst die aktuellen Herausforderungen dar, mit denen Arztpraxen zu kämpfen haben. Überbordende Dokumentationspflichten und strenge Datenschutzauflagen binden jährlich Millionen Arbeitsstunden. Hinzu komme die schwierige Suche nach qualifiziertem

Assistenzpersonal – eine Situation, die viele Praxen an ihre Grenzen bringt.

Auch die Patientenkommunikation sei aufwändiger geworden. Zum einen erfordere die wachsende kulturelle und sprachliche Vielfalt einen zusätzlichen Aufwand. Zum anderen sei die Anspruchshaltung der Menschen gegenüber der Medizin gestiegen. „Die Menschen sind heute besser informiert, was grundsätzlich positiv ist. Doch gleichzeitig verbreiten soziale Medien viele Fehlinformationen, die wir im Praxisalltag aufklären müssen“, sagte Judex. Um dem zu begegnen, hält er die Stärkung von Gesundheitskompetenz in Schule und Alltag für sinnvoll.

Finanzielle Schieflage

Parallel zu diesen Belastungen geraten die Praxen finanziell unter Druck. Honorare stagnierten seit Jahren, während Kosten für Personal und Infrastruktur steigen. Der finanzielle Druck zwingt Praxen dazu, schneller zu arbeiten. Das sorge für mehr Stress beim Personal und gehe oft zu Lasten der Patienten. Für viele junge Ärztinnen und Ärzte werde die Arbeit in der Klinik dadurch attraktiver als die Selbstständigkeit. „Am Ende bleibt weniger Geld für mehr Verantwortung“, fasste Judex zusammen.

Der demografische Wandel verschärfe die Situation zusätzlich: Eine alternde Bevölkerung mit steigendem Behandlungsbedarf trifft auf immer weniger Ärzte, weil die Babyboomer-Generation auch in der Ärzteschaft in den Ruhestand geht. Bei Kindern und Jugendlichen zeigten sich zudem neue Herausforderungen wie



Adipositas oder psychische Belastungen durch soziale Medien und globale Krisen.

Unterversorgung in vielen Regionen

Nach Angaben der Kassenärztlichen Vereinigung Bayern ist in mehreren Landkreisen bereits heute eine Unterversorgung festgestellt. Weitere Regionen gelten als gefährdet. Die Folgen: längere Wartezeiten, längere Wege für Patienten und eine steigende Arbeitslast für das medizinische Personal. „Ohne Gegenmaßnahmen verschlechtert sich die Versorgung Schritt für Schritt“, warnte Judex.

Politische Folgen

Judex machte zudem auf einen Zusammenhang aufmerksam, der seiner Ansicht nach in der öffentlichen Debatte oft unterschätzt wird: Dort, wo die ärztliche Versorgung massiv schlechter werde, steige die Anfälligkeit für extreme politische Haltungen – sowohl am rechten als auch am linken Rand.

Förderprogramme reichen nicht aus

Zwar gibt es staatliche Anreize: Mit der bayerischen Landarztquote werden Medizinstudierende gezielt für die hausärztliche Tätigkeit im ländlichen Raum gewonnen. Niederlassungsprämien von bis zu 60.000 Euro sollen Ärztinnen und Ärzte zusätzlich locken. Programme der KVB unterstützen Weiterbildung und Praxisgründungen. Doch Judex machte klar: „Das alles ist wichtig, aber bei Weitem nicht ausreichend, um den Bedarf zu decken.“

Für die Zukunft fordert die Bayerische Landesärztekammer, Studienplätze für die Landarztquote zusätzlich zu schaffen statt sie aus bestehenden Kontingenten herauszuschneiden. Nötig seien außerdem Bürokratieabbau, eine Entbudgetierung fachärztlicher Leistungen und eine faire

Vergütung. Auch die Digitalisierung müsse so gestaltet werden, dass sie Ärzte und Patienten entlaste – und nicht noch mehr Aufwand verursache.

Zur Person:

Guido Judex ist Facharzt für Kinder- und Jugendmedizin und seit 2023 Mitglied im Vorstand der Bayerischen Landesärztekammer. Nach dem Medizinstudium in Regensburg und Johannesburg und der Facharztausbildung übernahm er 2010 den Praxissitz seines Vaters und baute die Kinder- und Jugendarztpraxis in Regensburg als Gründungspartner weiter aus. Neben seiner ärztlichen Tätigkeit engagiert er sich berufspolitisch, unter anderem als Delegierter in der Bayerischen Landesärztekammer, im ärztlichen Kreisverband Regensburg und als Obmann im Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte Oberpfalz.
E-Mail: gjudex@web.de

Diskussion mit Staatsminister Albert Füracker und Prof. Manfred Miosga

Frischer Wind auf dem Land

Zwischen Strukturwandel und Demokratieverdrossenheit

In einer lebhaften Diskussionsrunde thematisierten Albert Füracker, Bayerischer Staatsminister der Finanzen und für Heimat, und Prof. Dr. Manfred Miosga, Präsident der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum, wie Bürger in ländlichen Regionen stärker eingebunden werden können. Trotz mancher inhaltlicher Unterschiede waren sich beide einig über die Notwendigkeit, Bürger stärker in politische Entscheidungen einzubinden.

Die Runde wurde von Michael Husarek (*Nürnberger Nachrichten*) und Marc Rath (*Mitteldeutsche Zeitung*) moderiert. Die Diskussion zeigte, dass eine bessere Infrastruktur und Kommunikation, mehr Vertrauen, mediale Anerkennung und politisches Engagement zentral sind, um in Bayern frischen Wind auf dem Land zu entfachen und Bürger besser einzubinden.

Lebensverhältnisse angleichen

Staatsminister Füracker skizzierte die sehr unterschiedlichen Entwicklungen in Bayern. Während das Land insgesamt Bevölkerungszuwachs verzeichne und Boom-Regionen existierten, verlören andere Städte und Regionen seit Jahren Einwohner. Das politische Ziel, besonders auch seines Ministeriums, sei es, die Lebensverhältnisse im gesamten Freistaat anzugleichen.

Der Heimatbegriff sei dabei technisch und infrastrukturell geprägt. Schnelles Internet und Glasfaserausbau seien entscheidend, damit Menschen in ihrer Heimat bleiben und dort arbeiten könnten. Auch die Entschuldung der Kommunen und die Verlagerung von Behörden in ländliche Räume seien Teil der Strategie, ebenso die Dezentralisierung der Hochschullandschaft, um mehr Studienangebote vor Ort zu schaffen.

Professor Miosga bestätigte die anhaltenden Herausforderungen: Bayern verfüge über 2.000 Kommunen mit zum Teil großen Unterschieden in den Lebensumständen. Trotz positiver wirtschaftlicher Impulse gebe es weiterhin Strukturprobleme in der medizinischen Versorgung, Telekommunikation und Wirtschaft. Aus seiner Sicht sei die Anerkennung der Menschen und ihre stärkere Beteiligung an politischen Entscheidungen besonders wichtig. Viele Menschen auf dem Land engagierten sich stark für ihre Gemeinschaft, das müsse unterstützt werden.

AfD-Erfolg als Paradoxon der Angst

Ein zentrales Thema der Diskussion war der Aufstieg der AfD in ländlichen Gebieten. Füracker beschrieb ein Paradoxon: „Es gibt ein Dorf mit einer 40-prozentigen Quote an Wählern für die AfD. In diesem Dorf gibt es keine Arbeitslosigkeit, keine Flüchtlinge, jeder hat ein Haus, aber es herrscht Angst.“ Gerade bei AfD-Anhängern sei die Sorge, dass ihr Wohlstand und ihr Lebensstandard verloren gehen könnte, weit verbreitet.

Miosga sieht die Ursachen differenzierter: „Einfache Erklärungsmuster für die Frage, warum Leute AfD wählen, gibt es nicht.“ Viele Menschen, die sich von demokratischen Parteien abwenden, hätten das Gefühl, an politischen Entscheidungen nicht beteiligt und zu wenig gefragt zu werden. „Die paternalistische Politik funktioniert immer schlechter“, konstatierte der Akademie-Präsident.

Zur Bürgerbeteiligung selbst zeigte sich die Runde ambivalent. Füracker stellte heraus, dass viele Menschen gar keine dauerhafte Einbindung in Entscheidungen wünschten. Der Staatsminister stellte kritisch fest, dass stattdessen häufig nach einer „starken Hand“ gerufen werde, die klare Orientierung



Moderiert von Marc Rath (links) und Michael Husarek (rechts) diskutierten Staatsminister Albert Füracker (zweiter von links) und Prof. Manfred Miosga.

gebe. Er betonte, das Angebot für Gespräche zwischen Bürgern und Politikern sei heute so groß wie früher auch. „Es liegt also nicht an mangelnder Dialogbereitschaft der Politiker vor Ort.“

Strukturwandel verändert das Dorfleben

Miosga identifizierte den Verlust von Begegnungsorten als Problem: „Die Kommunikationsorte sind verschwunden.“ Diese „Orte der zufälligen Begegnung“, wie der Dorfbäcker, das Gasthaus oder ein Markt hätten früher Gelegenheiten für direkte Kommunikation geboten. Das trage zu Vertrauen und Zusammenhalt bei. Auch in sozialen Medien finde keine direkte Kommunikation mehr statt. Für ihn sei der Wiederaufbau solcher Begegnungsräume über Mittel der Dorferneuerung ein wichtiger Schritt, um wieder Strukturen der Selbstorganisation im Dorf zu schaffen und gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken.

Historisch erinnerte Füracker daran, wie die Landwirtschaft bis vor 40 Jahren die Dörfer prägte. Sie habe eigene Treffpunkte im Dorf und eigene Themen geschaffen. Während in den 1980er und 90er Jahren die Menschen

auf dem Land noch ähnliche Wünsche hatten – etwa nach einer Teerstraße oder Wasser- und Abwasserversorgung –, seien die Bedürfnisse heute vielschichtiger. Man müsse versuchen, diesem sozialen Wandel durch geeignete Förderungen etwa über die Dorferneuerung zu begegnen.

Fehlende Lobby für das Land

Miosga kritisierte, dass es auf Bundesebene keine gebündelte Vertretung der Interessen des ländlichen Raums gebe: „Deshalb wird in der Bundespolitik oft das Land zu wenig gesehen.“

Beide Redner betonten die Bedeutung der medialen Anerkennung des Engagements vor Ort. Füracker hob hervor, dass insbesondere die Würdigung ehrenamtlichen Wirkens in Lokalzeitungen für viele Menschen wichtig sei. Miosga warnte davor, durch reißerische Berichterstattung Leser zu verlieren. Stattdessen müsse Lokaljournalismus Verständnis für Lösungen schaffen und eine gesamtgesellschaftliche Diskussion fördern, die den demokratischen Zusammenhalt stärke.

Abschließend appellierte Füracker, den Ausbau der ländlichen Räume nicht nur aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu betrachten. Man müsse Geld in die Infrastruktur stecken, damit auch künftige Generationen auf dem Land leben können und wollen.

Einig waren sich die beiden Redner, dass Politik besser erklärt werden müsse, um den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern. Miosga warb für ein „Bündnis der Mitte“ und betonte: „Wir müssen weniger den Streit suchen, sondern mehr die Lösung.“

Zur Person:

Albert Füracker übernahm 1990 nach seiner Ausbildung zum Landwirt und dem Abschluss als staatlich geprüfter Techniker für Landbau den elterlichen landwirtschaftlichen Vollerwerbsbetrieb. Diesen führte er bis er 2008 als direkt gewählter Abgeordneter in den Bayerischen Landtag wechselte. 2013 wurde er zum Staatssekretär im Finanz- und Heimatministerium berufen, seit März 2018 ist Albert Füracker Bayerischer Staatsminister der Finanzen und für Heimat. In dieser Funktion ist er nicht nur zuständig für Haushalt und Steuern, sondern u. a. auch für das Recht des öffentlichen Dienstes, staatliche Beteiligungen und den Breitbandausbau. Heimatpolitisch liegt sein Fokus auf der Schaffung gleichwertiger Lebensverhältnisse und Arbeitsbedingungen in Stadt und Land sowie auf Maßnahmen zur Bewältigung des demographischen Wandels, zur Stärkung des Heimatbezugs und zur weiteren Verbesserung der Bürgerbeteiligung.
Telefon: 089 2306-2460
E-Mail: presse@stmfh.bayern.de
Web: www.stmfh.bayern.de

Prof. Dr. Manfred Miosga ist Professor für Stadt- und Regionalentwicklung an der Universität Bayreuth. In Forschung und Lehre beschäftigt sich der promovierte Diplom-Geograph mit den Handlungsmöglichkeiten in Kommune, Stadt und Region, die sozialökologische Transformation zu gestalten. Seit 2019 ist Prof. Dr. Manfred Miosga als Präsident der Bayerischen Akademie Ländlicher Raum gewählt.
E-Mail: manfred.miosga@uni-bayreuth.de
Web: <https://www.akademie-bayern.de/>

Michael Husarek ist Chefredakteur der *Nürnberger Nachrichten*
Tel.: +49 911 216-2680
E-Mail: michael.husarek@vnp.de

Marc Rath ist Chefredakteur der *Mitteldeutschen Zeitung*, Halle, und der *Volksstimme*, Magdeburg
Tel.: +49 345 565 6022
E-Mail: marc.rath@mz.de

Christina Quast

Künstliche Intelligenz im Redaktionsalltag

Werkzeuge, Tipps und Links für Lokalredaktionen

Künstliche Intelligenz (KI) hält mit rasanter Geschwindigkeit Einzug in den journalistischen Arbeitsalltag. In ihrem Vortrag zeigte Christina Quast, wie KI-Tools Redaktionen unterstützen können, warum KI-Basics und kritisches Know-how entscheidend sind und welche Fallstricke beachtet werden müssen.

Künstliche Intelligenz ist längst nicht mehr nur ein Trend, sondern verändert die Arbeit in Redaktionen grundlegend. Dabei stehe häufig das sogenannte Entlastungsparadoxon im Raum, erklärte Quast: KI soll eigentlich Routineaufgaben erleichtern, bringt aber durch wachsende Komplexität mitunter zunächst neue Belastungen. Journalistinnen und Journalisten müssen Zeit investieren, um sich in neue Tools einzuarbeiten.

Christina Quast empfiehlt, zu experimentieren, sich auszuprobieren und das eigene Know-how weiterzuentwickeln. Nicht das Wissen über spezifische Versionen einzelner Tools sei entscheidend, sondern das grundlegende Konzeptverständnis. Denn KI entwickle sich laufend weiter und mache es notwendig, die eigene Arbeitsweise immer wieder neu anzupassen.

KI-Tools im Überblick

Quast stellte in ihrem Überblick eine Reihe derzeit verfügbarer KI-Tools und Modelle vor. Beispiele dafür sind etwa:

- Sprachmodelle und Chatbots wie ChatGPT, You.com oder Duck.AI, mit denen sich Texte generieren oder redigieren lassen.
- Werkzeuge für die Recherche, etwa Google AI Studio, Comet Browser oder PerplexityAI, die dabei unterstützen, gezielt Informationen im Netz zu finden oder Suchanfragen zu optimieren.



- Spezialisierte Recherchertools wie NewsGuard oder Second Opinion, mit denen sich Informationen und Fakten auf ihre Glaubwürdigkeit und Korrektheit überprüfen lassen.
- Anwendungsbeispiele für die Produktion, zum Beispiel mit Napkin.ai für Notizenverwaltung und Ideenmanagement oder ElevenLabs für automatisierte Sprachsynthese und Audioproduktion.

Auf einige Modelle ging Quast näher ein. So zum Beispiel auf die Multitask-Maschine You.com (<https://you.com/home>). Die Maschine entscheide selbst, mit welchem Modell es eine Aufgabe lösen kann. Man könne die Sucheinstellungen individualisieren und auch die Genauigkeit der Antwort einstellen. Bei Duck.ai, der Maschine des Browsers duckduckgo.com (<https://duckduckgo.com/?q=DuckDuckGo+AI+Chat&ia=chat&duckai=1>) könne man selbst das Modell wählen, mit dem man eine Aufgabe lösen will. Das funktioniere ohne Anmeldung und mit Datenschutz. Wer seinen Prompt verbessern will, kann dies mit dem Open AI Prompt Optimizer tun (<https://platform.openai.com/chat/edit?models=gpt-5&optimize=true>). Hier kann man einfach eingeben, was man wissen will und die Maschine erstellt dazu einen optimalen Prompt.

Für die Entwicklung von Themen sei der Story Spinner von chatgpt ein gutes Werkzeug. Zu einem eingegebenen Thema entwickelt die Maschine 20 bis 30 Themenvorschläge (Beispiel unter <https://chatgpt.com/share/679f64ea-2908-8001-b420-1a8f0bef3a99>). Das Tool ist kostenlos nutzbar. Ebenso das Google AI Studio, bei dem man eine Website, ein Slide oder Foto eingibt und sich die Funktion dazu erklären lässt (Google AI Studio: https://aistudio.google.com/prompts/new_chat).

Quast erklärte auch, wie man KI bei der Suche im Netz nutzen kann. Die Nutzung von generativer KI in der Google-Suche könne sehr hilfreich sein. Sie verwies auf einen Blog-Artikel, in dem die wichtigsten Funktionen vorgestellt werden (englisch: <https://blog.google/products/search/generative-ai-google-search-may-2024/>). Wer wissen will, woran Google derzeit arbeitet, kann bei Google-Labs stöbern und auch Tools ausprobieren (<https://labs.google/>).

KI und Suche

Inzwischen bietet Perplexity einen eigenen Browser an, in dem die Suche mit KI bereits voreingestellt ist, so Quast. Auf Fragen bekommt man nicht nur Links und Erklärungen, sondern kann auch mit einem Assistenten chatten und sich von ihm Inhalte zusammenfassen lassen (<https://www.perplexity.ai/comet/de>).

Ein interessantes Tool sei Manus (<https://manus.im/app>). Der KI-Agent aus China, der in Deutschland frei zugänglich ist, biete eine transparente Suche. Man könne der Maschine beim „Denkprozess“ zusehen.

Wer seinen Content gezielt für die neue KI-basierte Suche optimieren will, dem empfiehlt Quast die Plattform Otterly (<https://otterly.ai>). Sie überwacht automatisch die Sichtbarkeit von Marken und Websites auf KI-Suchplattformen inklusive Erwähnungen, Link-Zitaten und Keywords.

KI und Desinformation

Allerdings warnte Quast auch vor Risiken und Fehlern der KI-Nutzung. Eine Analyse von NewsGuard zeigt, dass die zehn führenden KI-Chatbots bei über einem Drittel ihrer Antworten zu aktuellen Themen falsche Informationen lieferten – ihr Anteil hat sich damit innerhalb eines Jahres fast verdoppelt. Der Grund sei, dass die Chatbots oft unzuverlässige Online-Quellen nutzten und anfällig für Propaganda und Desinformation seien.

(<https://www.newsguardtech.com/de/analysen-monitorings/>).

Redaktionen müssten wachsam bleiben, um Manipulationen zu entdecken. So könne man zum Beispiel bei Gemini die Antworten überprüfen lassen

(<https://gemini.google.com/app>). Für Faktenchecks eigne sich auch die Plattform Second Opinion vom Bayerischen Rundfunk (<https://interaktiv.br.de/second-opinion-demo/index.html>).

Für den journalistischen Alltag empfiehlt Quast die Plattform Notebook LM (<https://notebooklm.google/>). Dort können umfangreiche Recherchen und Quellen wie PDFs, Artikel und Videos in einem digitalen Notizbuch gesammelt und automatisch zusammengefasst werden. Das Tool helfe dabei, komplexe Themen zu verstehen, Inhalte zu strukturieren, Podcast-Episoden aus Texten zu erstellen und kollaborativ an Recherchen zu arbeiten.

Zur Person:

Christina Quast hat Journalistik studiert, anschließend für die *dpa* und den *WDR* gearbeitet. Sie arbeitet als Journalistin und Trainerin für digitale Tools und Themen – derzeit besonders zu KI und Desinformation. Aktuell ist sie die Redaktionsleitung der werkstatt.bpb.de - Bildung im digitalen Wandel. Als Referentin ist sie u.a. bei der Landesanstalt für Medien, der Akademie für politische Bildung und der *re:publica* gewesen. Zusätzlich organisiert sie das MediaCampNRW - ein Barcamp für Medienmacher:innen.
E-Mail: mail@hashtaghueterin.de

Gisela Goblirsch-Bürkert

Mit schwierigen Menschen souverän umgehen

Über Glaubenssätze, Sprache und journalistisches Handwerk

Der Umgang mit schwierigen Mitbürgern ist eine Herausforderung im Lokaljournalismus. Die Münchner Kommunikationsexpertin und systemische Coachin Gisela Goblirsch-Bürkert stellte in ihrem Vortrag vor, wie das Erkennen eigener Glaubenssätze, präziser Sprachgebrauch und Respekt gegenüber dem Publikum helfen können, schwierige Situationen zu meistern. Ihr Appell: Wer professionell informieren will, darf nicht urteilen, muss Zusammenhänge sichtbar machen und das Handwerk des Journalismus ernst nehmen.

Goblirsch-Bürkert verwies auf sogenannte Glaubenssätze – innere Überzeugungen, die meist aus der Kindheit stammen und bis ins Berufsleben wirken. „Ich muss besser sein als alle anderen“ oder „Ich bin nur gut, wenn andere mich fürchten“ sind Beispiele solcher Prägungen. Treffen in einem Gespräch zwei Menschen mit gegensätzlichen oder auch ähnlichen Glaubenssätzen aufeinander, werde es kompliziert. „Dann reden nicht nur zwei Personen miteinander, sondern auch die Prägungen ihrer Eltern und Großeltern“, so die Referentin.

Besonders warnte sie vor Parteinahme. Statt zu urteilen, gelte es, Argumente zu wägen, Sichtweisen einzuordnen und transparent zu machen, warum eine Bewertung zustande kommt. „Urteilt nie! Ein Urteil steht euch nicht zu. Ihr seid kein Gericht“, sagte Goblirsch-Bürkert. Gerade durch nachvollziehbare Begründungen ließe sich Respekt bei Lesern und Gesprächspartnern gewinnen.

Sprache als Werkzeug

Ein weiteres zentrales Thema war die Sprache. Präzision sei dabei unverzichtbar. „Der Unterschied zwischen dem beinahe

richtigen Wort und dem richtigen Wort ist der Unterschied zwischen einem Glühwürmchen und einem Blitz“, zitierte sie Mark Twain. Sprache beeinflusse Gefühle und Wahrnehmungen. Deshalb müsse journalistisches Schreiben bewusst und sprachphilosophisch geschult sein.

Handwerk und Recherche

Deutlich kritisierte Goblirsch-Bürkert den unreflektierten Einsatz von KI-Textwerkzeugen. Die Nutzung von Chat-GPT könne zu einer Verarmung der Argumente führen. Stattdessen müssten Journalisten ihre sprachlichen und analytischen Fähigkeiten konsequent weiterentwickeln. „Schreiben zu können heißt, Worte zu wählen, die eindeutig sind – nicht fehlinterpretiert werden können.“ Ein klarer Ausdruck, ein reicher Wortschatz und Freude an Sprache seien Grundvoraussetzungen. Ebenso betonte sie die Bedeutung gründlicher Recherche: Wer über Kommunalpolitik schreibe, müsse deren Abläufe besser kennen als die Akteure selbst. Nur so könne man Fragen stellen, Missstände aufdecken und den Gesprächspartnern auf Augenhöhe begegnen.



Kommunikation verstehen

Zur Verständigung gehöre auch Wissen über Kommunikationsmodelle und Sprachtheorien. Worte hätten nicht nur eine eindeutige Bedeutung, sondern immer auch einen Gebrauchskontext. „Vereinfachung führt zu Verfälschung, Verkürzung zu Verständlichkeit“, fasste Goblirsch-Bürkert zusammen. Für Interviews gelte: Es gebe keine objektive Wahrheit, sondern die „Wahrheit der Person“ – also die subjektive Sicht des Gesprächspartners. Daher sei es die Aufgabe der Journalisten, möglichst umfassende Sachverhalte darzustellen, verschiedene Perspektiven zu erklären und die Leserschaft nicht zu bevormunden.

Vertrauen statt Filz

Vor allem betonte die Referentin die Bedeutung von Vertrauen. Wer sorgfältig recherchiere, fair abwäge und Sprachbewusstsein zeige, gewinne Respekt bei Lesenden wie bei Informationsgebern. Manipulationen liefen dann ins Leere. „Macht immer klar, dass ihr nie Partei ergreift und niemals best buddies werdet“, warnte sie. Verfälschungen zwischen Medien und Lokalgrößen seien gefährlich und zerstörten Glaubwürdigkeit.

Goblirsch-Bürkert machte deutlich: Schwierige Mitmenschen gibt es im journalistischen Alltag viele. Doch wer die eigenen Prägungen kennt, Sprache bewusst einsetzt, gründlich recherchiert und Unabhängigkeit wahrt, kann souverän mit ihnen umgehen. Damit stärke man die eigene Glaubwürdigkeit und gewinne Vertrauen bei der Leserschaft und bei Informationsgebern.

Zur Person:

Gisela Goblirsch-Bürkert ist Kunsthistorikerin und Historikerin. Sie war rund 20 Jahre als Journalistin u. a. für die *Süddeutsche Zeitung*, *BR* und *MDR* tätig. Seit 1998 leitet sie eine PR-Agentur mit Schwerpunkt auf öffentlicher Kommunikation, Projektbegleitung und Krisenkommunikation. Sie lehrt an der Bayerischen Verwaltungsschule und verschiedenen Hochschulen und arbeitet als systemische Beraterin in der Führungskräfteentwicklung. Sie veröffentlichte mehrere Fachbücher, darunter „Gebrauchstexte schreiben“ und „Öffentlichkeitsarbeit für Kommunen“. Tel.: 089 453 643 77
E-Mail: training@pr-competence.de

Phillip Bengel

Beteiligung als Schlüssel

Wie Bürgerinnen und Bürger zu Mitgestaltern werden

Wie lassen sich Menschen im ländlichen Raum stärker einbinden, wenn es um Zukunftsfragen wie Klimaschutz oder digitale Teilhabe geht? Diese Frage stand im Mittelpunkt eines Vortrags von Dr. Phillip Bengel, Programmbereichsleiter für Nachhaltigkeit und Klimaschutz beim Verein neuland21. Er stellte Projekte vor, die zeigen, wie Bürgerinnen und Bürger nicht nur informiert, sondern aktiv beteiligt werden können – und welche Rolle dabei die Medien spielen.

Der Verein neuland21 mit Sitz in Bad Belzig (Brandenburg) versteht sich als „Think & Do Tank für das Landleben im 21. Jahrhundert“. Das Ziel: durch digitale und soziale Innovationen mehr Lebensqualität in ländlichen Regionen zu schaffen. Entscheidend sei dabei die Beteiligung. Diese müsse, so Bengel, möglichst niedrigschwellig sein, also einfach zugänglich, alltagsnah, transparent und kreativ, indem sie Mitgestaltung ermöglicht. Außerdem sei es wichtig, dass Beteiligung sichtbar und nachhaltig ist. „Es geht darum, aus Bürgerinnen und Bürgern

Mitmacherinnen und Mitmacher zu machen“, betonte Bengel.

Digitale Plattform fürs Ehrenamt

Ein Beispiel dafür ist das Projekt „digital.verein.t“, eine Ehrenamtsplattform, die in Herzberg (Elster) entwickelt wurde. Sie soll das lokale Engagement sichtbar machen, vernetzen und durch digitale Werkzeuge unterstützen. Nach dem Modellprojekt wurde das Konzept in weitere Regionen übertragen. Dadurch würden zum einen die Ehrenamtlichen wertgeschätzt. Zum anderen haben die Vereine eine Plattform zur Koordination ihrer Arbeit. Außerdem würden bei den Beteiligten digitale Fähigkeiten und Kompetenzen trainiert.

Gemeinsam für Klimaschutz

Ein weiteres Beispiel ist die „Werkstatt für lebenswerte Zukunft“ in Bad Belzig. Dort entwickeln Bürgerinnen und Bürger in Veranstaltungen und Mitmach-Aktionen Ideen für Nachhaltigkeit und Klimaschutz – von Balkonkraftwerken über Zisternen-Workshops bis hin zu Feuchtesensor-Netzwerken. Die Initiative ermögliche nicht nur konkrete Projekte, sondern auch das Zusammenwachsen von Menschen mit ähnlichen Anliegen. Am Ende wurde ein Klimadaten-Dashboard erarbeitet und eine Klimaschutz-Agenda mit 91 Maßnahmen erstellt.

Klimaanpassung spielerisch gestalten

Besonders ungewöhnlich ist das Projekt „Let's Play Klimaanpassung“. Dabei wurde in Brandenburg an der Havel gemeinsam mit



Bürgerinnen und Bürgern ein Computerspiel entwickelt, das die Umgestaltung eines realen Straßenzugs simuliert. Durch das spielerische Format sollten die Teilnehmer nicht nur ein besseres Prozessverständnis entwickeln, sondern auch Impulse für die reale Stadtentwicklung setzen.

Zwei Monate lang konnten die Menschen das Spiel spielen, die Ergebnisse wurden anschließend ausgewertet und sollen für die Stadt als Inspirationsquelle für den geplanten Straßenumbau dienen.

Medien als Verstärker und Korrektiv

Aus diesen Projekten leitete Bengel zentrale „Learnings“ ab. Erfolgreiche Beteiligung brauche Sichtbarkeit, Kontinuität und die Einbindung von Medien. „Ohne Öffentlichkeit gibt es keine Verstetigung“, so Bengel. Lokale Medien könnten dabei eine Schlüsselrolle übernehmen. Sie dienen als Verstärker, so Bengel, und durch den kritischen Blick von außen auch als Korrektiv. Wichtig sei, dass die Medien frühzeitig eingebunden werden. Sie könnten komplexe Prozesse erklären, Projekten Legitimität geben und eine gemeinsame Geschichte schaffen, die eine Region verbindet.

Am Ende stand die Botschaft: Beteiligung ist kein Selbstzweck, sondern ein zentrales Werkzeug, um ländliche Räume zukunftsfähig zu machen – vorausgesetzt, sie ist gut organisiert und dauerhaft verankert.

Zur Person:

Dr. Phillip Bengel ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter bei dem Verein Neuland21. Nach dem Studium des Umweltingenieurwesens in Weihenstephan-Triesdorf und Master in Biodiversität und Umweltbildung in Karlsruhe promovierte er in Geographie an der Philipps-Universität Marburg (2023). Nach Er arbeitete u. a. als Entwicklungsberater bei der GLZ in Laos und als Wissenschaftlicher Mitarbeiter in Marburg. Seit 2025 ist er Programmbereichsleiter für Nachhaltigkeit und Klimaschutz bei neuland21 e.V., Bad Belzig.

E-Mail: phillip.bengel@neuland21.de

Web: <https://neuland21.de/>

Diskussion mit Markus Ochsenkühn und Dr. Rudolf Neumaier

„Heimat ist ein von Liebe durchwehter Raum“

Ein Gespräch über Heimat-Definitionen, Werte und politische Vereinnahmung

Wie lässt sich der Begriff Heimat gegen politische Vereinnahmung verteidigen und gleichzeitig für Vielfalt öffnen? Diese Frage stand im Mittelpunkt einer Diskussionsrunde mit Markus Ochsenkühn, Oberbürgermeister von Neumarkt in der Oberpfalz, und Dr. Rudolf Neumaier, Geschäftsführer des Bayerischen Landesvereins für Heimatpflege. Beide Redner warben dafür, Heimat als offenen, integrativen Begriff zu verstehen.

Das Gespräch – moderiert von Heike Groll (*Volksstimme*) und Anke Vehmeier (bpb) – zeigte, wie vielschichtig und emotional das Thema Heimat ist. Angefangen von gelebten Traditionen, identitätsstiftenden Werten in der Gesellschaft bis hin zum Versuch der politischen Instrumentalisierung.

Oberbürgermeister Ochsenkühn präsentierte die 40.000-Einwohner-Stadt Neumarkt als wirtschaftsstarke Kommune, die Heimat vor allem durch ihr lebendiges Vereinsleben und das Engagement vieler Ehrenamtlicher definiert. „Ohne die zahllosen Ehrenamtlichen würden unsere Stadt und unsere Gesellschaft nicht funktionieren“, betonte der CSU-Politiker. Besonders die Vereins- und Dorffeste in den Ortsteilen zeigten, wie Traditionen die Gemeinschaft prägen und zusammenhalten. Neubürgern empfehle er stets, einem Verein beizutreten, um sich leichter zu integrieren.

„Wo ich mich wohlfühle“

Für ihn sei Heimat geographisch verankert, sagte Ochsenkühn. Er habe bewusst nicht nur seinen Wohnort, sondern auch seinen Lebensmittelpunkt in Neumarkt gewählt. „Heimat ist für mich Zuhause.“ Außerdem stehe Heimat für Identität und Zusammenhalt – etwa sichtbar an steigenden Mitgliederzahlen in der Feuerwehrjugend.

Heimatspfleger Neumaier sagte, früher sei Heimat für ihn sein kleines Dorf im Berchtesgadener Land gewesen. Inzwischen sei sie da, „wo ich mich wohlfühle“. Er betonte: „Heimat kann man finden, wenn man sie sucht.“

„Heimat ist ein von Liebe durchwehter Raum.“ Mit diesem Zitat des Innsbrucker Bischofs Reinhold Stecher wies Neumaier darauf hin, dass der Heimatbegriff ein Ideal sei, das über geografische Grenzen hinausweise und das Bewusstsein für eine offene, vielfältige Gesellschaft fördere. Heimat sei nie statisch, sondern verändere sich durch gesellschaftliche Entwicklungen.

Heimatbegriff vor Radikalen schützen

Der historische Wandel des Heimatbegriffs zog sich durch die Diskussion. Neumaier erläuterte, dass Heimat bis ins 19. Jahrhundert ein Rechtsbegriff für örtliche Zugehörigkeit mit Aufenthaltsrecht und Fürsorgeanspruch war. Die Nationalsozialisten hätten den Begriff instrumentalisiert. „Sie wollten nur einen Typus Mensch und nur einen Typus von Heimat“. Nach den kitschigen Nachkriegs-Heimatfilmen sei der Begriff inzwischen durch das Bayerische Heimatministerium politisch rehabilitiert worden. Heute müsse man den Heimatbegriff mit Mut und Offenheit besetzen, um ihn gegen politisch radikale Vereinnahmungen zu schützen. „Wir müssen den Begriff denen wegnehmen, die ihn tümelnd denken und so sehen wollen wie vor 80 Jahren.“

Bräuche ändern sich

Beide Diskutanten plädierten für einen offenen Heimatbegriff, der kulturelle Vielfalt einschließt. Heimatspfleger Neumaier sprach sich dafür aus, Bräuche als lebendige Prozesse zu begreifen, die kommen und gehen und sich verändern. Er nannte



Moderiert von Heike Groll (links) und Anke Vehmeier (rechts) diskutierten Markus Ochsenkühn (zweiter von links) und Dr. Rudolf Neumaier über Heimat und ihre Vielfalt.

Halloween als Beispiel: "Wenn Kinder sich damit identifizieren können, warum nicht?" Man müsse diesen Wandel moderieren und dürfe ihn nicht verteufeln. Auch muslimische Traditionen gehörten zur modernen Heimat-Realität in Deutschland.

Grundwerte vermitteln

Ochsenkühn betonte: „Werte sind das A und O.“ Das habe mit dem Sozialen zu tun, mit Respekt anderen Menschen gegenüber. Es bedeute vor allem, „dass man sich selbst zurücknimmt und etwas für die Gemeinschaft tut.“ Neumaier stellte fest, der Wegfall der Kirche als Identitätsstifterin habe „ein riesiges Wertevermittlungsvakuum hinterlassen“. Dies müsse man in der Politik und in den Institutionen versuchen auszugleichen. So habe man in Bayern in Schulen eine wöchentliche Verfassungsviertelstunde eingeführt, um den Kindern Grundwerte wie Frieden und Menschlichkeit zu vermitteln.

Auf die Frage nach dem Umgang mit der AfD antwortete Oberbürgermeister Ochsenkühn pragmatisch: Solange die Partei im Stadtrat nicht präsent sei, wolle er sich nicht mit ihr beschäftigen. Im Neumarkter Stadtrat (15 CSU, 12 Freie Wähler, 5 Grüne, 5 SPD, 1 FDP, 1 Linke, 1 Freie Liste) werde diskutiert, aber nicht gestritten, so Ochsenkühn. „Wir suchen für

jedes Thema die Mehrheiten, die wir brauchen.“

Neumaier appellierte daran, an Idealen von Liebe, Verfassung und Menschlichkeit festzuhalten. „Sie brauchen Mut, um gegen die AfD und Rechtsextreme standzuhalten“, appellierte er an die Lokaljournalisten. Ochsenkühn sah die Verantwortung bei den Gewählten, eine gute Politik zu machen und Integration zu fördern, um Populisten keine Grundlage zu bieten. „Das heißt, wir müssen unsere Arbeit gut machen, damit die Bürger keine Alternativen suchen müssen.“

Die kleinen Geschichten erzählen

Zur Rolle der Lokalpresse mahnten beide, über die lokalen Vereine und die lokalen Helden zu berichten. Dabei gehe es nicht um Jahreshauptversammlungen, sondern darum, persönliche Geschichten und Porträts zu erzählen. Neumaier warb dafür, die kleinen, oft unscheinbaren Geschichten zu erzählen – über Menschen oder über den Ort. Auch über Leerstände und geschlossene Wirtshäuser müsse berichtet werden, um die gesellschaftliche Realität abzubilden.

Zur Person:

Markus Ochsenkühn ist von Beruf Elektrohandwerksmeister und führte den familieneigenen Betrieb. Diesen gab er auf, als er 2023 zum Oberbürgermeister von Neumarkt in der Oberpfalz gewählt wurde. Er war ab 2010 für die CSU im Stadtrat, Sportreferent (2011–2020), Fraktionsvorsitzender (2014 – 2020) und stellv. Bürgermeister (2020 – 2023).
Tel.: 09181 255 123
E-Mail: ob.vorzimmer@neumarkt.de

Dr. Rudolf Neumaier, aufgewachsen im Berchtesgadener Land, ist promovierter Landeshistoriker. Er war 31 Jahre Journalist, davon 21 Jahre bei der *Süddeutschen Zeitung*, wo er zehn Jahre als Leitender Redakteur im Feuilleton arbeitete. Seit Sommer 2021 ist er Geschäftsführer des Bayerischen Landesvereins für Heimatpflege e.V. in München. Dort entwickelte unter anderem die Idee, an Schulen einen Verfassungsimpuls (Verfassungsviertelstunde) einzuführen.
Bücher: „Pfründner. Die Klientel des Regensburger Katharinenspitals und ihr Alltag (1649-1809)“ (Dissertation, 2011), „Das Reh. Über ein sagenhaftes Tier“ (Hanser-Verlag, 2022)
E-Mail: rudolf.neumaier@heimat-bayern.de

Heike Groll ist leitende Redakteurin in der Chefredaktion der *Volksstimme* Magdeburg.
E-Mail: heike.groll@volksstimme.de

Anke Vehmeier ist Leiterin des Lokaljournalistenprogramms der Bundeszentrale für politische Bildung / bpb.
E-Mail: Anke.Vehmeier@bpb.de

Julia Baumann-Scheyer

„Kolumna“ setzt auf Qualität statt Klicks

Neues lokales digitales Nachrichtenmagazin in der Region Lindau

Seit Ende 2024 bereichert „Kolumna“ die Medienlandschaft rund um Lindau am Bodensee. Julia Baumann-Scheyer berichtete von ihrem mutigen Projekt, das sie zusammen mit ihrer Kollegin Ronja Straub gegründet hat. Ihr Ziel sei es, Lokaljournalismus neu zu denken – mit Nähe, Vielfalt und barrierefreiem Zugang.

Die beiden Journalistinnen waren vorher in der Lindauer Lokalredaktion der *Schwäbischen Zeitung*, Baumann als Lokalchefin, Straub als Redakteurin. Baumann-Scheyer erzählte, dass sie mit der Arbeit der Schwäbischen immer unzufriedener wurde. Der Verlag habe die Strategie für seine Digitalangebote geändert und setze jetzt auf Reichweite statt auf das klassische Digitalabo-Modell. Der Journalismus, den sie machen wollte, sei damit nicht mehr vereinbar gewesen. Der Fokus auf Klickzahlen habe zu einem Verlust von Authentizität und Relevanz geführt, zu Frust bei Mitarbeitenden und schlechter Stimmung bei den Lesern und Leserinnen. Durch Sparzwänge und Personalabbau seien die Arbeitsbedingungen zunehmend schlechter geworden.

Schließlich hat Baumann-Scheyer gekündigt und mit ihr zwei Kolleginnen. Eine von ihnen, Ronja Straub, gründete mit Baumann-Scheyer zusammen das Onlineportal „Kolumna“. „Wir wollten die Stimmung für uns nutzen und haben versprochen, kein Clickbait zu machen, keine Nachrichtenflut, sondern wieder echten, authentischen Lokaljournalismus“, sagte Baumann-Scheyer.

Mit Crowdfunding finanziert

Ende November 2024 starteten sie ein Crowdfunding mit dem Ziel, 700 Abos vor dem Start zu haben. Anfang Februar 2025



war dieses Ziel erreicht. Am 17. Februar ging „Kolumna“ live. Mittlerweile (Stand September 2025) seien fast 1000 Abos verkauft, die Zahl steige nach wie vor, berichtete Baumann-Scheyer. Ziel bis Ende 2026 sind 2000 Abos.

„Kolumna“ ist ein rein digitales Nachrichtenmagazin. Die Inhalte umfassen aktuelle Nachrichten, Hintergrundberichte, Reportagen, Veranstaltungstipps und Podcasts. Die Redaktion lege großen Wert auf Qualität, Unabhängigkeit und konstruktive Themenbehandlung statt Sensationsjournalismus.

Wichtig seien auch Prinzipien wie „Verständnis statt Vereinfachungen“ und eine offene Debatte mit Leserinnen und Lesern. Das Redaktionsteam strebe danach, Zusammenhänge präzise und nuanciert darzustellen und nicht in Schwarz-Weiß-Malerei zu verfallen, so Baumann-Scheyer.

Produziert wird montags bis freitags ein Newsletter mit einem Überblick über alles, was am Tag passiert ist. Es gibt ein Tagesthema, Kurznachrichten, einen

Überblick über den Tag, „Die gute Nachricht“, Sport, Ehrenamt und die Kolumne „Was wurde aus“, in der Themen nachgefasst werden.

„Wir tauchen im Alltag auf“

Auf der Homepage können die Artikel im Langformat nachgelesen werden. Newsletter und Homepage sind kostenlos, die Langversionen der Artikel liegen hinter einer Paywall. Zusätzlich gibt es einen Podcast, Instagram- und Facebook-Account, Veranstaltungen und Pop-up-Redaktionen. Baumann-Scheyer: „Wir sind da, sind unterwegs und tauchen im Alltag der Menschen auf.“

Die Redaktion bestehe aus den beiden Redakteurinnen Baumann-Scheyer und Straub, die 90 Prozent der Inhalte schreiben. „Wir machen im Grunde alles bis hin zur Technik“, sagte Baumann-Scheyer. Daneben gibt es eine Reihe von freien Mitarbeitenden und Honorarkräften, die die Redaktion unterstützen.

„Wir erzählen den Menschen, was wir heute erlebt haben und was bei ihnen vor der Haustür passiert“, sagte Baumann. „Die Leute lieben die persönliche Ansprache.“ Es sei trotz der hohen Arbeitsbelastung ein gutes Gefühl, wieder „ganz normalen Lokaljournalismus“ zu machen und von dem Zwang befreit zu sein, nach Klicks zu jagen. „Wir sind auch weg davon, dass wir irgendwas füllen müssen.“

Bisher wenige Anzeigen

„Kolumna“ finanziert sich überwiegend über ein Abo-Modell. Es gibt ein Basisabo für 12 Euro im Monat, ein höheres Förderabo sowie ein „Für-Alle-Abo“, das Menschen mit geringem Einkommen entgegenkommen soll. Bisher gebe es nur sehr wenige Anzeigen. Das Ziel ist, diese Einnahmequelle zu verbessern.

Bedeutung und Herausforderungen

Bereits jetzt habe „Kolumna“ erreicht, wieder näher an die Menschen heranzurücken, ihre Themen ernst zu nehmen und Sichtweisen abbilden, die bislang wenig Gehör fanden.

„Die Solidarität aus der Leserschaft war und ist sehr groß“, so Baumann-Scheyer. Das liege nicht zuletzt auch an ihrem persönlichen Bekanntheitsgrad.

Eine Herausforderung besteht darin, die nötige Zahl an Abonnentinnen und Abonnenten zu gewinnen, um langfristig stabil arbeiten und feste Mitarbeitende bezahlen zu können. Doch schon jetzt zeige sich, dass Lokaljournalismus digital, inklusiv, community-orientiert und mit dem Anspruch auf Qualität statt Klicks funktionieren kann.

Zur Person:

Julia Baumann-Scheyer hat Literatur-, Kunst- Medienwissenschaften und Soziologie studiert, bevor sie bei der *Schwäbischen Zeitung* ein crossmediales Volontariat gemacht hat. Direkt nach dem Volontariat leitete sie zunächst eine Videoredaktion, bevor sie stellvertretende Redaktionsleiterin der Lindauer Lokalredaktion wurde. 2020 übernahm sie deren Leitung. 2024 gründete sie gemeinsam mit ihrer Kollegin Ronja Straub ihr eigenes Lokalmedium „Kolumna“. Dort ist sie Chefredakteurin und Geschäftsführerin.
E-Mail: julia.baumann-scheyer@kolumna.org
Tel.: +49 170 385 1401
Web: www.kolumna.org

Birte Hansen-Höche

Lokaljournalismus trifft Landwirtschaft

Dewezet-Redakteurin berichtete über ihr Projekt „Birte beim Bauern“

Wie lässt sich die Arbeit eines Landwirts nachvollziehbar machen, ohne in Klischees zu verfallen? Diese Frage stand im Mittelpunkt eines Vortrags, den Birte Hansen-Höche, Redakteurin der *Deister- und Weserzeitung (Dewezet)* hielt. Sie stellte das Projekt „Birte beim Bauern“ vor, bei dem sie 2024 ein Jahr lang einen Landwirt bei der Arbeit begleitete und das bundesweit Beachtung fand.

Ausgangspunkt waren die Bauernproteste im Januar 2024. „Die Frage war: Wie sieht eigentlich der Alltag eines Landwirts aus?“, erklärte Hansen-Höche. Die Antwort gab sie mit einem ungewöhnlichen Konzept: Ein Jahr, ein Bauer, eine Journalistin. Gemeinsam mit dem Agrarökonom und Landwirt Dr. Hendrik Habermann aus Hameln-Pyrmont, im Süden von Niedersachsen, entstand eine Serie, die Monat für Monat Einblicke in die Arbeit auf dem Feld und im Betrieb bot. Habermanns Betrieb habe sich zum einen angeboten, weil er „super strukturiert“ sei, zum anderen, weil Habermann selbst sehr gut über seine Arbeit erzählen könne.

Konzept und Umsetzung

Zuerst habe es ein Vorgespräch gegeben, dann wurde ein Jahresplan erstellt und dabei sortiert, was von den vielen Facetten der landwirtschaftlichen Arbeit sich besonders für Geschichten eignet. Die Journalistin begleitete einmal pro Monat den Bauern auf dem Feld.

Die Serie umfasste 15 Reportagen und Features im Printteil, ergänzt durch zwölf Monatsbilanzen, in denen der Landwirt sein Fazit zog und eine Schulnote vergab.



Parallel erschienen rund 40 Online-Beiträge, Videos und Bildergalerien, dazu kurze Formate für Social Media. Ziel war es, Landwirtschaft nicht punktuell, sondern im Jahreslauf zu zeigen – vom Planen und Säen bis zum Ernten und Bilanzieren.

Hansen-Höche betonte, dass das Projekt nicht ohne erheblichen persönlichen Einsatz möglich gewesen sei. „Landwirtschaft kennt keine Redaktionszeiten“, sagte sie. Viele Telefonate, Mails und Feldbesuche seien nötig gewesen, um nah am Geschehen zu bleiben.

Die Gefahr bei so einem Langzeitprojekt sei, dass man sich vor den Karren spannen lässt. Deshalb habe sie immer wieder darauf geachtet, kritische Distanz zu wahren, berichtete Hansen-Höche. Eine große Herausforderung sei es gewesen, die Fülle des Materials auf ein lesbares Maß zu verdichten: „Landwirtschaft ist so komplex, ich hätte Bücher damit füllen können.“

Positive Reaktionen

Die Resonanz auf die Serie sei bemerkenswert gewesen. Zahlreiche Leserinnen und Leser hätten sich gemeldet,

viele mit dem Hinweis: „Das wusste ich gar nicht.“ Auch Habermann selbst sei häufig auf die Berichte angesprochen worden. Die Serie habe so dazu beigetragen, Verständnis für die Arbeitsweise und Herausforderungen in der Landwirtschaft zu fördern.

Auch außerhalb der Region blieb „Birte beim Bauern“ nicht unbeachtet. Das Projekt kam auf die Shortlist des Lokaljournalistenpreises der Konrad-Adenauer-Stiftung und wurde beim „European Newspaper Award“ für sein Layout ausgezeichnet.

Vermarktung verbessern

Im Rückblick bezeichnete Hansen-Höche die Serie als das spannendste Projekt ihrer Laufbahn. Sie sprach von einem „kleinen Landwirtschaftsdiplom“ und viel positivem Feedback. Für die Zukunft kündigte sie an, dass eine mögliche Fortsetzung stärker multimedial gedacht und frühzeitiger mit Blick auf Online-Formate geplant werden solle. Auch die Vermarktung und Bewerbung der Geschichten sei nicht optimal gewesen und müsse bei einer Fortsetzung verbessert werden.

Zur Person:

Birte Hansen-Höche ist Journalistin und Redakteurin bei der *Deister- und Weserzeitung (Dewezet)* in Hameln. Sie ist für die Lokalredaktion verantwortlich und übernimmt dabei Aufgaben wie Themenplanung, Personaleinsatzplanung, Serienplanung sowie das Layout. Zuvor leitete sie bis 2011 das Ressort „Stadt Hameln“. Nach ihrem Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkten im Marketing und der Unternehmensführung volontierte sie bei der Schaumburg-Lippischen Landeszeitung.
E-Mail: b.hansen@dewezet.de

Annika Falk-Claußen und Nicole Wrodarczyk

Mit dem Bus direkt zu den Lesern

Mobile Redaktion der *Nürnberger Nachrichten* mit über 2.900 Bürgerkontakten

Die *Nürnberger Nachrichten* (NN) haben mit ihrem Redaktionsbus neue Wege der Leserbindung beschritten. Seit 2023 ist das Team mit einem VW California im Verbreitungsgebiet unterwegs, um direkte Bürgergespräche zu führen und vor Ort zu berichten. Die Redakteurinnen Nicole Wrodarczyk und Annika Falk-Claußen stellen das Projekt vor.

Der bunt gestaltete VW California fällt auf - und das ist gewollt. „Der Bus weckt grundsätzlich positive Reaktionen. Passanten verbinden den Anblick mit Urlaub und Freizeit“, berichteten die beiden Redakteurinnen vor Lokaljournalisten über ihre Erfahrungen mit dem mobilen Redaktionsbüro der *Nürnberger Nachrichten*.

Seit 2023 ist der Redaktionsbus im Einsatz, um Bürger und Bürgerinnen direkt vor Ort zu erreichen. Die Bilanz kann sich sehen lassen: Der Bus besuchte 110 Termine, davon 103 redaktionell begleitet, rund 6.000 Kilometer wurden dabei gefahren und 2.900

persönliche Gespräche mit Bürgern bis Ende August 2025 geführt.

Leser freuen sich über Kontakt

Von Klinikdiskussionen bis zu Kirchweihbesuchen, von Festivals bis zum Austausch mit Bürgermeisterinnen reicht die Palette der Orte und Themen. Ziel des Projekts sei es, die Redaktion sichtbar und ansprechbar zu machen – insbesondere für treue Printleser, die den unmittelbaren Kontakt zur Redaktion suchen. Auch bei Events ist der Aktionsbus präsent. Und er unterstütze auch digital die Medienmarke: Beispielsweise führte eine Online-Aktion beim Forchheimer Annafest zu mehr als 50.000 Seitenabrufen und hoher Nutzerbindung.

Die Resonanz aus der Leserschaft sei erfreulich offen und vielschichtig. Typisches Feedback lautete etwa: „Schön, dass ihr herkommt!“ oder „Toll, euch endlich persönlich kennen zu lernen.“ In vielen Gesprächen würden direkte Anregungen



fürs Lokalblatt geliefert. Die Menschen schätzten den Dialog zu Themen, die vor Ort bewegen, beispielsweise Verkehrsfragen, die Zustellung der Zeitung oder die Qualität der Berichterstattung.

Das Konzept funktioniert vor allem dort, wo es brennt. „Gerade kontroverse Themen locken die Menschen an“, so die Erfahrung der Redakteurinnen. Als Beispiel nannten sie eine Diskussion um den Klinikstandort in Dinkelsbühl, wo binnen weniger Stunden über 120 Gesprächspartner gezählt wurden, obwohl vor Ort keine Ausgabe der *Nürnberger Nachrichten* erscheint.

Die „Touren“ des Redaktionsbusses werden in der Zeitung sowie über Anzeigen und Online-Vorankündigungen beworben. Viele Besucher und Besucherinnen erscheinen gezielt zu den Terminen. Bewährt habe sich die Einladung lokaler Promis. Nürnbergs Oberbürgermeister Markus König diskutierte beispielsweise mit Bürgern über die Innenstadt-Entwicklung. „Leserinnen und Leser erhalten die Chance zum direkten Austausch, den sie sonst nicht hätten. Das zählt auf unser Image ein“, erklärte Falk-Claußen.

Hoher Aufwand, aber lohnend

Der Erfolg hat seinen Preis: Pro Termin investiere die Redaktion etwa 26 Stunden inklusive Vorbereitung. „Zugleich kommt zu den üblichen Wochenend- und Abendterminen weitere Arbeitszeit hinzu, die ausgeglichen werden muss“, räumte Wrodarczyk.

Dennoch entwickle sich in den Teams eine Eigendynamik. „Gerade die jüngeren Kolleginnen und Kollegen lassen sich gerne auf das Projekt ein, weil es aus dem Alltag herausführt.“ Auszubildende seien immer dabei, wenn es der Ausbildungsplan erlaube. Auch bringe der Austausch an neuen Orten frische Impulse ins Team und fördere die Identifikation der Redaktion mit ihrer Leserschaft.

Erfolgreiche Vermarktung

Der Bus wird auch redaktionell vermarktet. Eine Serie über Camping- und

Wohnmobilstellplätze in der Fränkischen Schweiz habe bis zu 30.000 Aufrufe pro Teil erreicht und mehrere Abos bei sehr hoher Mediatime generiert.

Bis Ende August entstanden 170 Inhalte rund um den Bus. Die Reaktionen der Bürger reichten von Lob über konstruktive Kritik bis hin zu praktischen Anliegen vor Ort.

Das Fazit der beiden Redakteurinnen: Der Aufwand ist hoch, aber der direkte Bürgerkontakt stärkt die Bindung zur Zeitung und schafft authentische Geschichten abseits des Redaktionsschreibtischs.

Zur Person:

Nicole Wrodarczyk ist Redakteurin beim *Altmühl-Boten* im Verbund der *Nürnberger Nachrichten*. Sie studierte Ressortjournalismus mit Schwerpunkt „Energie und Umwelt“ an der Hochschule Ansbach und volontierte beim *Nordbayerischen Kurier* in Bayreuth. Seit November 2023 arbeitet sie in der Redaktion in Gunzenhausen.
E-Mail: nicole.wrodarczyk@vnp.de

Annika Falk-Claußen ist seit November 2022 Redakteurin der *Nürnberger Nachrichten* in Forchheim. Nach dem Studium der Journalistik und Politikwissenschaft in Leipzig und Stockholm absolvierte sie ein Multimedia-Volontariat bei der *Neuen Westfälischen* in Bielefeld, wo sie mehrere Jahre als Redakteurin und Redaktionsleiterin tätig war.
E-Mail: annika.falk-claussen@vnp.de

Christoph Giese

Dem Landleben in einer Serie nachgespürt

Volontäre der *Badischen Zeitung* zeigen überraschende Aspekte des Dorfs

Mit einer 13-teiligen Serie haben die Volontäre der *Badischen Zeitung* (BZ) dem Alltag auf dem Dorf nachgespürt. Christoph Giese aus der Digitalredaktion stellte die Serie „Dorf ist Leben drin“ vor, die das Dorfleben in Südbaden facettenreich und überraschend beleuchtet. Die Serie wurde von den Volos eigenständig konzipiert und umgesetzt und überzeugte mit besonderer thematischer Tiefe sowie regionaler Nähe.

Im Rahmen ihrer Ausbildung setzen Volontärinnen und Volontäre der *Badischen Zeitung* jährlich eine eigene Serie um, deren Thema sie frei wählen dürfen, der Pitch muss lediglich die Chefredaktion überzeugen. Ziel ist es, abseits vom Tagesgeschäft die Vielseitigkeit einer Region möglichst authentisch zu zeigen. Für die „Dorfserie“ wurde das Spannungsfeld des ländlichen Lebens gewählt: Wie wandelt sich das Dorf zwischen Tradition und Zukunft? Was interessiert und bewegt die Menschen dort wirklich? Wie sind Versorgung und Infrastruktur, wie sieht der Alltag aus?

„Für die einen ist es der absolute Traumort, andere wollen so schnell wie möglich weg: Am Dorf scheiden sich die Geister“, heißt es im Serientext. Genau diese Ambivalenz machten die Volontäre zum Ausgangspunkt für differenzierte Geschichten jenseits der üblichen Schwarz-Weiß-Malerei.

Bunter Mix an Themen

Statt die bekannten Dorf-Stereotype zu bedienen, suchten die jungen Journalisten und Journalistinnen das Besondere im Alltäglichen. Sie erzählten von Menschen, die einen Dorfladen zum Treffpunkt machen, von jungen Leuten, die bewusst auf dem Land bleiben, und von einem Dorf, das durch den Fußballverein zusammenwächst.



Auch die vielfältigen Lebensrealitäten auf dem Land, griffen sie auf. Von Landfrauen, die sich für mehr als fürs Kuchenbacken engagieren, über einen Pfarrer aus Togo, der in Hinterzarten wirkt, bis zu einem Jugendlichen, der erzählt, wie es ist, als Homosexueller auf dem Land aufzuwachsen. Auch Fragen nach der Attraktivität des Dorflebens oder zum Beispiel dem Alltag eines Landarztes kamen zur Sprache.

Die Beiträge illustrierten, dass „Dorf“ mehr bedeutet als idyllische Stereotype oder konservative Zuschreibungen, erklärte Giese. Sie zeigten, dass Vielfalt und Veränderung längst Einzug gehalten haben.

Langer Vorlauf

Der Produktionsprozess dauerte mehrere Monate: Nach der Themenfindung entwickelten die Volontäre 13 unterschiedliche Geschichten aus südbadischen Dörfern, recherchierten Protagonisten und wurden dabei von erfahrenen Redakteuren als Mentoren unterstützt. Es folgten zwei Redigat-Runden, die Layout-Konzeption und schließlich die Social-Media-Strategie.

Als zentrale Herausforderung nannte Giese die Notwendigkeit, Ersatzthemen bereitzuhalten, falls einzelne Geschichten nicht funktionieren. Aufwändig seien die Recherche und das Finden authentischer Protagonisten gewesen.

Gute Resonanz

Die Serie stieß auf große Resonanz: Mehrere Beiträge erreichten zehntausende Aufrufe und führten zu zahlreiche Abos, so Giese. Das Projekt wurde für den Axel Springer Preis in der Kategorie „Beste Teamleistung“ nominiert und kam beim Deutschen Lokaljournalistenpreises der Konrad-Adenauer-Stiftung in die Endauswahl für einen Sonderpreis für Volontärsprojekte.

Für künftige Projekte sieht der Digitalredakteur noch Optimierungspotential: Die Themen sollten stärker an den Bedürfnissen der Nutzer orientiert werden, die crossmediale Aufbereitung mit Fotos, Videos und Social Media mehr Gewicht bekommen. Auch ein begleitender Podcast sei denkbar. Und zuletzt die gute Idee: Man könnte die Themen auch außerhalb von Serien so kreativ angehen.

Zur Person:

Christoph Giese ist seit Oktober 2023 Redakteur in der Digitalredaktion der *Badischen Zeitung*. Er studierte in Freiburg und Madrid Politikwissenschaft und Geschichte. Während des Studiums hat er als freier Mitarbeiter für verschiedene Redaktionen der *Badischen Zeitung* gearbeitet und danach dort ein Volontariat absolviert.

E-Mail: c.giese@badische-zeitung.de

Arbeitsgruppe 1 – Leitung Yvonne Backhaus-Arnold

Mitmachen – wie Beteiligung gelingt

Eine Ideensammlung für Beteiligungsangebote

Was ist Beteiligung von Leser*innen bei einer lokalen Tageszeitung? Mit welchen Mitteln und Werkzeugen kann sie gelingen?

Eine Ideensammlung:

• Dialog/Feedback

- Leserbriefe
- Thementipps (Kontakt zur Redaktion: „Kümmert euch mal darum...“)
- Zielgruppenspezifische Newsletter

• Aktivität/Mitmachangebot

- Wanderungen mit uns als Redaktion
- Führungen „Blick hinter die Kulissen“ (SK öffnet Türen)
- Ferienprogramm (Wir als Medienhaus bieten etwas an für die Leserschaft – Lesersommer der Stimme)
- Wahlforen und andere Infoveranstaltungen (Medizin, Bildung, Aufregerthemen...)
- Rätsel Luftbild (Welcher Ort steckt dahinter?) oder Pflanzen (Was blüht denn da?) – Gutscheine aus HNA-Shop werden verlost
- Jahresrätsel des Südkuriers (zu Artikeln aus dem Jahr) oder wöchentliches Rätsel
- Ratekrimi der Rheinpfalz

• Interaktion

- Mrs.&Mr. Annafest mit Online-Voting: Aufruf zur Aktion Print, Online und auf Social Media, Marketingaktion mit 250 Euro Gewinn, Fotoshooting mit Online-Voting)
- Schönste Hunde-/Katzenfotos in Bildergalerie
- Serie „Wie wir wohnen“ (Blick hinter die Türen eines besonderen Hauses, das ebenso wie seine Bewohner vorgestellt wird) oder „So liebt...“ (Leser*innen erzählen ihre Liebesgeschichte, verschiedene Formen der Liebe...)
- Online-Voting (Der beste Döner in der Stadt)

- Leserreporter (Dynamo-Reporter-Jungs),
- Leserwahlen „Sportler des Jahres“/„Ehrenamtliche/r des Jahres“ (Der Esel, der auf Rosen geht)
- Nachrufe von (unbekannten) Menschen („Lebenswege“ der Saarbrücker Zeitung)

• Präsenz

- Pop-Up-Redaktion (Redaktion arbeitet einige Wochen aus einem leerstehenden Laden im Einkaufszentrum)
- Redaktionsbus/Rollende Redaktion (siehe Präsentation Verlag Nürnberger Presse)
- Community (als Redaktion nach außen Gesicht zeigen!) – z.B. bei Instagram einen Blick hinter die Kulissen der Arbeit einer Redaktion bieten, Weihnachtsgrüße, Sommerlesetipps
- Schulprojekte (Besuch in Klassen, Zeitung liefern, Probeabos für Eltern)

Wenn wir zur Lebenswirklichkeit der Leser*innen gehören, steigert das die Akzeptanz.

Nicht alle Beteiligungsformate müssen monetarisiert werden. Die Grenzen zwischen den Kategorien sind fließend. Ich muss mir als Frage stellen, welches Ziel ich mit meinen Beteiligungsformaten habe:

- Berichterstattung
- Imagepflege und Stärkung der Verbundenheit mit der Zeitung
- Themenfindung
- Markenbildung
- wirtschaftlicher Gewinn durch Kooperation
- neue Abos generieren
- neue Zielgruppen erschließen

Die Angebote sollten so niedrighschwellig wie möglich sein.



Mitglieder der AG 1: Christian Beckinger,
Annika Falk-Claußen, Dominique Hahn,
Gero Hirschelmann, Ulf Mallek, Tanja Ochs,
Jörg Paulus, Christian Treptow
Yvonne Backhaus-Arnold (AG-Leitung)

Arbeitsgruppe 2 – Leitung Grit Baldauf

Mitdiskutieren – welche Themen wichtig sind

Eine Sammlung von Ideen für Geschichten im ländlichen Raum

Wie messen wir?

Quantitativ

- Mediatime (Abonnenten/ nicht Abonnenten)
- Klicks
- Social Media
- E-Paper-Auswertung (wo möglich)

Qualitativ

- Feedback (Leser-Reaktionen)

Was sind die Themen?

Nostalgie

Blick zurück in der Zeit (Vergessene Größen/Personen der Region, alte Höfe, Lost Places, Zeitzeugen erinnern sich, Was wurde aus den alten Konsum-Gebäuden? Alte Mopeds sind wieder in, Wer schraubt an Oldtimern?, alte Nutzfahrzeuge/Militär)

- Was gut lief: Discos/Bäder/Gaststätten von früher

Infrastruktur

Soziales (Angst vor sozialem Abstieg, Strukturwandel, Firmenschließung, Arbeitslosigkeit)
ÖPNV (Rufbus, Versorgungslücken, Porträt über Leute ohne Auto)
Gesundheitsversorgung (Hausarztstellen, warten auf Termine, Telemedizin, neue Fachärzte)
Glasfaser (Lücken, Bausünden, schlechte Abstimmung, kein Anschluss)
Bildung (kleinste Schule, Schulbusfahrer Porträt, Dorfschule vs. Stadtschule, Quereinsteiger, Stundenausfall, Kita, Erziehung)
Konsum (Foodie, Automaten, preisgekrönte Köche/Restaurants, Gasthöfe, Schließung/Neueröffnung, Listicles (5 Pizzen an der Nordseeküste), Tests)

- Was gut lief: Firmenschließung und die Folgen am Beispiel vom Rückzug von Bosch

Tradition

Bräuche (Wer lebt noch Bräuche?, Ursprung, Trachten: Wer macht die, warum sehen die so aus? Maibäume, Wie aktuell sind Bräuche noch? Katzenwiegen im Erzgebirge)
Identitätsstiftendes/Heimatgefühl stärken in Zeiten von globalen Krisen (Wie haben Personen früher Weihnachten gefeiert? Erinnerungen an...)
Vereine und Feste (Bildergalerien von Schützen- und Volksfesten, Porträts der Macher, Vorberichte, Listicle (5 Tipps fürs Dorffest), Wie weit kommt eine Familie mit 100 Euro, Was kostet eine Maß/ein Tag auf der Wiesen?)
Mundart (Als Quiz oder Straßen-Umfrage: Was bedeutet Wort xy?, Worterklärung der Woche)

- Was gut lief: So kocht die Altmark; 50 Jahre Ebbelwoi-Fest

Zuhause auf dem Land

Familie (Porträt Alleinerziehende, Großfamilie, Generationen unter einem Dach, Adoptiv-Omas)
Wohnen (Zukunft alter Höfe, Immobilienpreise, Gärten, Wer wohnt wie? Besondere Wohnformen (umgebauter Bahnhof/Leuchtturm, Dauercamper, Baumhaus), Homestory (Bilderserie), Zugezogene / Rückkehrer)
Lifestyle / Trends (Wo gibt's Labubu-Figuren?, Das ist der beste Matcha Latte, Was gibt's tolles Alkoholfreies?, Do it yourself, einkochen, Mikrobrauereien)
Freizeit (Kanufahrten, wandern, Radfahren, Streckenvergleiche (Bänke/Rastplätze, Toiletten, wo ist Schatten, Grillstellen, Töwer Erdkühlschränke am Weg)

- Was gut lief: Junge Familie erzählt, warum sie gerne auf dem Land lebt

Landwirtschaft

Ernte (Preisentwicklung, neue Früchte, Klimaanpassung, Boden/Trockenheit)
Technik (Maschinen, Technisierung,

Berufsentwicklung)

Veränderung des Landschaftsbildes
(verschwundene Höfe), Tierhaltung, Was hat
sich geändert (Porträt, Zwiegespräch
alter/junger Landwirt), Jenseits der Idylle
(Was sich hinter den Kulissen abspielt)

- Was gut lief: Wagyu-Rinder,
Pferdehaltung in der Kritik

Erneuerbare Energien

Windkraft, Solarenergie, Netzausbau,
heizen, Speicher, Bürgerinitiativen, Proteste,
Lade-Infrastruktur, Wohnqualität
(Auswirkungen), Strompreise,
Biogasanlagen, Geothermie und Sicherheit
von Anlagen

- Was gut lief: Windpark spaltet die
Gemeinde

Formate/Tools

Serien (Kochserien,
Selbsttests (Dubai-Schokolade selber
machen, neue Sport- und Fitnesstrends)
Bildergalerien (Jubiläen / Feste;
Schützenkönig)
Eigener Wahl-O-Mat
Wettbewerbe (Das größte / höchste /
schönste / Baumhaus, Brot, Garten)
Aufrufe (schönstes Urlaubsfoto)
Glossar
Frage-Antwort-Stück

- Was gut lief: Weihnatskalender der
einsamen Herzen

Was sind weitere Themen?

Beste Abiturienten
True Crime / Gerichtsberichte (auch als
Ankündigung)
Frustrierte Bürgermeister
automatisierter Stromausfall-Melder (KI)

Mitglieder der AG 2: Karina Hoppe, Annika
Kühl, Frank Löhnig, Marius Merle, Torben
Niecke, Hauke Petersen, Manuel Schubert,
Sarah Schwellinger, Grit Baldauf (AG-
Leitung).



Arbeitsgruppe 3 – Leitung Heike Groll

Mitdenken – mit Veränderungen umgehen

Wie sich Lokaljournalismus in Zeiten des Wandels behauptet

Nicht nur der Arbeitsalltag in den Redaktionen ist im stetigen Wandel, sondern auch die Welt um uns herum. Wie passen wir uns den veränderten Bedingungen an? Wie behauptet der Lokaljournalismus seine Daseinsberechtigung, was macht ihn relevant? Die Arbeitsgruppe erarbeitete eine Standortbestimmung und Umsetzungsvorschläge für den Alltag auf dem Land.

o **Hier stehen wir:**

- Zeitdruck
- gesellschaftlicher Wandel
- Kritik/Polarisierung
- Umstrukturierung
- (oft knappe)Ressourcen/Manpower
- Online/Print
- Ökonomie/Zahlungsbereitschaft
 - Konkurrenz durch kostenlose Info-Angebote
 - drucken wir in 10 Jahren noch eine Zeitung?
- Resonanz
 - Kritik geht stärker ins Persönliche
 - Schwarz-Weiß-Reaktionen
 - Beschwerden von Vereinen etc. an Umfang der Berichterstattung
- Relevanz: wer liest uns noch?

o **Daraus ergibt sich die Frage: Sind wir noch relevant? Die Antwort: Ja! Denn das zeichnet uns aus:**

- Nähe/Vernetztheit
- lokales Wissen
- Faktencheck
 - Überwachungsfunktion

- Korrektiv sein
- investigative Recherchen
- Exklusivität
 - keiner ist so stark im Lokalen verwurzelt wie wir
 - wir können erkennen, welche Menschen und Themen spannend sind
 - im Lokalen gibt es noch keine so große Flut an Infos
 - wir sind Ansprechpartner und Kümmerer

ABER: Wie bleiben wir relevant? Das sind unsere Ideen:

o **Marke stärken - Nähe schaffen**

- **Transparenz**
- Gesicht zeigen
 - z.B. Highlights, Profile, Kontakte vorstellen
- Erreichbarkeit
 - Zeit nehmen für User/Leser
 - Lesertelefon/-chat
- Blick hinter die Kulissen
 - Betriebsführungen
 - Zeitung in der Schule
 - Formate wie „Kinder lösen Siegens Probleme“
 - Tag der offenen Tür
 - bei Festen präsent sein
 - Stammtisch
 - Leserforen/-podien (live!)
- Fehlerkultur
 - Transparenzformate finden
- Rausgehen
 - (wieder) mehr in der Fläche präsent sein
 - z.B. Stand auf Wochenmarkt

- z.B. über Social Media junge Leute ansprechen
 - Bedürfnisse wahrnehmen
 - die Welt der Normalbürger besser abbilden
 - Vielfalt der Menschen abbilden (Junge, MIgranten etc.)
 - Themen/Probleme frühzeitig/er aufgreifen, nicht erst, wenn „das Kind in den Brunnen gefallen ist“
 - auch andere Meinungen abbilden
 - Wir sind die „Kümmerer“
 - **Leserbindung**
 - Leseraktionen
 - **Gründlichkeit/Schnelligkeit**
 - z.B 4-Augen-Prinzip
 - **Zielvorgabe**
 - Zielgruppe
 - Formate
- o **was brauchen wir dafür?**
- Ein Ziel für die Redaktion: Wohin will das Unternehmen?
 - Evaluation: welche Maßnahmen bringen etwas, welche nicht? (ermitteln durch Kenn-/Messzahlen plus Leserbefragungen)
- Knowhow: was muss ich für meine Arbeit können/verändern?
 - Raum im Alltag, um Dinge anders zu machen (bei Bedarf interne Orga anpassen)
 - Freiheit und Rückhalt, um etwas auszuprobieren
 - Manpower
 - Was haben wir selbst in der Hand? Unter anderem die eigene Kreativität, die wir nutzen sollten.
- Mitglieder der AG 3: Jan-Christoph Eisenberg, Christian Geist, Katja Jäkel, Doreen Reber, Sarah Leonie Schipper, Thomas van Lengen, Alexander Walter, Nicole Wrodarczyk, Marieluise Zacharias, Birte Hansen-Höche, Heike Groll (AG-Leitung).



drehscheibe
aus Lokalredaktionen für Lokalredaktionen

WIEDER MEHR **LAND GEWINNEN**

Der ländliche Raum ist seit jeher ein wichtiges Thema im Lokaljournalismus. Wie Redaktionen heute über Mobilität, Infrastruktur und Lebensqualität fernab der großen Städte berichten, zeigt diese Ausgabe.





Redaktionskonferenz

Zwischen Heuballen und Highspeed - Wie wir den Lokaljournalismus auf dem Land weiterentwickeln

vom 15. bis 17. September 2025 in Neumarkt
im Park Inn by Radisson Neumarkt,
Nürnberger Straße 4,
92318 Neumarkt i.d.OPf.
neumarkt@provenhotels.com

Veranstalter: **Bundeszentrale für
politische Bildung**
Lokaljournalistenprogramm
Tel +49(0)228 99515-558
www.drehscheibe.org

Montag, 15. September 2025

- | | |
|-----------|---|
| 10:00 Uhr | Begrüßung und Einführung
Marc Rath und Anke Vehmeier |
| 11:30 Uhr | Ländliche Lebensverhältnisse im
demografischen und gesellschaftlichen Wandel
Gelegenheitsstrukturen, Bewältigungsstrategien und
die Frage nach der (Un)Zufriedenheit
Dr. Tobias Mettenberger , Thünen-Institut für
Lebensverhältnisse in ländlichen Räumen,
Braunschweig |
| 12:30 Uhr | Mittagessen |

- 14:00 Uhr **Ländliche Versorgung am Beispiel der Medizin**
Guido Judex, Vorstand der Bayerischen
Landesärztekammer, Regensburg
Adam Hofstätter, Fachreferent, Kassenärztliche
Vereinigung Bayerns, München
Moderation: **Yvonne Backhaus-Arnold**
- 16:00 Uhr **Arbeitsgruppen I**
- 18:00 Uhr **Opener: Stadt und Land (drehscheibe)**

**Podium: Frischer Wind auf dem Land - Wie
können Bürger besser beteiligt werden?**
Albert Füracker, Bayerischer Staatsminister der
Finanzen und für Heimat
Prof. Manfred Miosga, Präsident, Bayerische
Akademie Ländlicher Raum, München
Moderation: **Marc Rath** und
Michael Husarek, Chefredakteur Nürnberger
Nachrichten
- 19:15 Uhr Abendessen

Dienstag, 16. September 2025

- 9:00 Uhr **KI-Tools für den Redaktionsalltag**
Christina Quast, Freie Journalistin und Digitalexpertin,
Dortmund
- 10:00 Uhr **Arbeitsgruppen II**
- 11:00 Uhr **Umgang mit schwierigen Bürgern**
Gisela Goblirsch, Coachin, pr competence,
Kommunikation für Kommune, Landkreis, Staat,
München
- 12:00 Uhr **Arbeitsgruppen III**
- 13:00 Uhr Mittagessen

- 14:00 Uhr **Wie aus Bürgern Mitmacher werden - Selbsthilfe für die Entwicklung des ländlichen Raums**
Dr. Phillip Bengel, Programmbereichsleiter Klima und Nachhaltigkeit, neuland21, Bad Belzig
- 15:15 Uhr Kaffeepause
- 15:30 Uhr **Arbeitsgruppen IV**
- 18:00 Uhr Abendessen
- 19:00 Uhr **Heimat, Identität, Kitsch?**
Dr. Rudolf Neumaier, Geschäftsführer des Bayerischen Landesvereins für Heimatpflege, München
Markus Ochsenkühn, Oberbürgermeister Neumarkt
Moderation: **Heike Groll** und **Anke Vehmeier**

Mittwoch, 17. September 2025

- 9:00 Uhr **Best Practice aus Redaktionen**
Annika Falk-Claußen und Nicole Wrodarczyk,
Redakteurinnen, Nürnberger Nachrichten
Julia Baumann-Scheyer, Chefredakteurin und
Geschäftsführerin, Kolumna, Lindau
Birte Hansen-Höche, Redakteurin, Deister- und
Weserzeitung, Hameln
Christoph Giese, Redakteur, Badische Zeitung,
Freiburg im Breisgau
- 11:00 Uhr **Ergebnisse der Arbeitsgruppen**
- 12:00 Uhr Schlussrunde
- 12:30 Uhr **Ende der Veranstaltung** (Lunchpakete und Abreise)

ARBEITSGRUPPEN

AG 1: Mitmachen - wie Beteiligung gelingt

Leitung: **Yvonne Backhaus-Arnold**, Redaktionsleiterin, Hanauer Anzeiger

AG 2: Mitdiskutieren - welche Themen im ländlichen Raum wichtig sind

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

AG 3: Mitdenken - wie Lokaljournalismus mit Veränderung umgehen sollte

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

Seminarleitung:

Anke Vehmeier, Leiterin des Lokaljournalistenprogramms der bpb, Bonn

Marc Rath, Chefredakteur Mitteldeutsche Zeitung, Halle, und Volksstimme, Magdeburg

Tagungsdokumentation:

Robert Domes, Freier Journalist, Irsee

Veranstalter:

Bundeszentrale für politische Bildung

Lokaljournalistenprogramm

Bundeskanzlerplatz 2,

53113 Bonn

www.bpb.de

www.drehscheibe.org

Verantwortlich:

Anke Vehmeier

Leiterin des Journalistenprogramms

Mobil: +49 (0)160 9692 7176

E-Mail: anke.vehmeier@bpb.de

Tagungsorganisation:

Torsten Wolff

Tel +49 (0)228 99515-238

Tobias Panse

Tel +49 (0)228 99515-547

E-Mail: lokaljournalismus@bpb.de

Victoria Porcu

Volontärin

Mobil: +49 (0)176 9243 2535