



# MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitisches ver.di-Magazin März 2026 Nr.1



mmm.verdi.de  
E 2814  
Jahrgang 75

- Digitaler Omnibus  
Das neue EU-Strategiepaket
- Abkehr von Print  
Online-Zeitungen kommen

## VOR DEM RENNEN IST NACH DEM RENNEN



## FOKUS: WAHLBERICHTERSTATTUNG

---

- 6 DUELL, TRIELL, BAGATELL**  
Wie ausgewogene Wahlberichterstattung gelingen kann
- 10 WAS WÄHLER\*INNEN WIRKLICH WOLLEN**  
Für einen Perspektivwechsel in der Wahlberichterstattung
- 12 „DESINFORMATION GEFÄHRDET LEBEN“**  
Johannes Hilje über den Umgang mit antidemokratischen Akteuren
- 15 JUNGE WÄHLER\*INNEN VOR DESINFORMATION SCHÜTZEN**

- 16 UNKLARE LEITLINIEN**  
Die Wahlberichterstattung der ARD-Sender steht in der Kritik
- 18 LOKALE BERICHTERSTATTUNG UND ANALYSE LIEFERN**  
Patrick Hinz über Wahlberichterstattung im Lokaljournalismus

## MEDIEN UND RECHT

---

- 4 WAS BRINGT DER PRESSEKODEX?**

## KOMMENTAR

---

- 5 MACHEN SIE ES SICH UNBEQUEM**

## MEDIENWIRTSCHAFT

---

- 20 SEITENWENDE IN DER MEDIENBRANCHE**

## SCHON ENTDECKT?

---

- 21 SURPLUS**

## BERUF

---

- 22 UMSTRITTENE MITGLIEDSCHAFT**  
Die Bundespressekonferenz und die Parallelmedien

## MEDIENPOLITIK

---

- 24 HALTESTELLE VERPASST**  
Der digitale Omnibus der EU droht Grundrechte zu verwässern

## INTERNATIONAL

---

- 26 „UM ÜBER EIN LAND ZU BERICHTEN, MUSS MAN ES SPÜREN KÖNNEN“**  
In autoritär regierten Staaten geraten auch ausländische Medienschaffende zunehmend unter Druck
- 28 MEDIZINISCHE HILFE WIRD VERWEIGERT**  
Aktion für inhaftierte Journalist\*innen, Aserbaidschan

## VER.DI UNTERWEGS

---

- 29 KREATIV FÜR TARIF**  
Gleicher Lohn für gleiche Arbeit: Qualität und Vielfalt sichern
- 30 KÄMPFERISCHER AUFTAKT IM ÖRR**
- 31 UCI: KEINE UNENDLICHE GESCHICHTE**
- 31 DPA: BEGINN TARIFVERHANDLUNGEN**
- 31 TARIFEINIGUNG BEI THOMSON REUTERS**
- 31 IMPRESSUM**



ALLE PODCASTS UNTER:  
[MMM.VERDI.DE/PODCAST](http://MMM.VERDI.DE/PODCAST)



Foto: istockphoto/no\_limit\_pictures

# Ein entscheidendes Jahr



Auf Länderebene wird in diesem Jahr besonders fleißig gewählt. Acht Bundesländer bitten zur Urne. Nicht nur Landtage werden dabei neu gewählt, auch Stadträte, Kreistage und Ähnliches. Für Medienschaffende aller Art bedeutet das: Crunchtime. Zwar ist der direkte Einfluss von Medien auf das Wahlverhalten nicht bezifferbar. Der Wahlkampf soll aber zwei Funktionen erfüllen: Information und Mobilisierung (Seite 6). Beides ist mithilfe von Medien erreichbar. Einige Parteien nehmen die Mobilisierung zunehmend selbst in die Hand und nutzen ihre Reichweite in den sozialen Medien.

Noch immer spielt aber auch die Berichterstattung lokaler Zeitungen (Seite 19) und der Öffentlich-Rechtliche Rundfunk (Seite 16) eine große Rolle. In der Vergangenheit kam es immer wieder zu juristischem Streit über Fernseh-Debatten vor Wahlen. Grundsätzlich gilt da die Rundfunkfreiheit. Das heißt: Sender dürfen selbst entscheiden, welches Programm sie senden und können selbst Konzepte erstellen. Es darf keinen politischen Einfluss auf das Programm geben. Andererseits kommt es immer wieder zu Klagen vor Gericht, worin es um die Chancengleichheit von Parteien geht. In Baden-Württemberg sorgte zuletzt die TV-Einladung der AfD für Ärger. Das Triell mit CDU, AfD und den Grünen sei kein Muss für den SWR gewesen, kritisierte der verdi-Landesbezirk. Man normalisiere damit eine extrem rechte Partei, obwohl es alternative Formate gegeben habe.

Wie also kann eine verantwortungsvolle Wahlberichterstattung funktionieren? Gerade, wenn Medienschaffende es mit Antidemokraten zu tun haben, ist besondere Sorgfalt und handwerkliche Präzision angesagt. Wir freuen uns, in diesem Sinne, auf ein spannendes Wahljahr und wünschen eine erkenntnisreiche Lektüre.

**Julia Hoffmann**

verantwortliche Redakteurin

# Was bringt der Pressekodex?

**E**ine Anwältin wird in einer Boulevardzeitung identifizierend an den Pranger gestellt – obwohl sie nichts Unrechtes getan hat. Die Folge: Bedrohungen, eine rechts-extreme Kundgebung vor ihrer Kanzlei, Polizeischutz. Der Deutsche Presserat spricht Monate später eine Rüge aus. Der Schaden ist aber angerichtet. Zudem ist die Anwendbarkeit des Pressekodex begrenzt. Dass guter Journalismus ein Regelwerk braucht, das jenseits von gesetzlichen Vorgaben auch ethische Fragen adressiert, ist trotzdem notwendig.

Der Pressekodex ist eine Sammlung publizistischer Grundsätze, die vom Deutschen Presserat gemeinsam mit den Presseverbänden beschlossen und 1973 erstmals dem damaligen Bundespräsidenten Gustav W. Heinemann überreicht wurde. Seine 16 Ziffern regeln unter anderem die Berichterstattung über Straftaten und medizinische Forschung sowie die Trennung von redaktionellem Text und Werbung. Seit 2020 verpflichtet der Medienstaatsvertrag auch Onlinemedien zur Einhaltung journalistischer Standards – sofern sie regelmäßig Nachrichten oder politische Informationen veröffentlichen.

## Das Sanktionsproblem

In der Praxis bleibt Verstößen gegen den Pressekodex dennoch eine einschneidende Konsequenz verwehrt. Der Presserat kann lediglich einen Hinweis, eine Missbilligung oder eine Rüge aussprechen, mehr nicht. Zwar sind Rügen zu veröffentlichen. Wo, wann und wie das geschieht, bleibt aber den betroffenen Medien selbst überlassen. Weigert sich das gerügte Medium, kann der Presserat die Verpflichtung nicht zwangsweise durchsetzen. So ließ die BILD als Rügen-Spitzenreiterin die betreffenden Entscheidungen über Jahre liegen. Erst kürzlich veröffentlichte sie alle Rügen auf einen Schlag, darunter auch solche, die seit Jahren überfällig waren.

Zudem landen Rügen nicht selten im Kleingedruckten oder auf kaum besuchten Unterseiten und damit weit entfernt von der Aufmerksam-

keit, die der gerügte Beitrag selbst genossen hat. Nach Ziff. 16 des Pressekodex muss die Veröffentlichung zwar „in angemessener Form“ erfolgen. Was das genau bedeutet, ist aber Auslegungssache. Ein Artikel auf der Titelseite erreicht Millionen. Die Korrektur liest kaum jemand, wenn sie auf den hinteren Seiten abgedruckt wird. Auch der Zeitablauf trägt dazu bei, dass die Rüge als Sanktionswirkung schwach bleibt.

Reißerische Themen – Gewalt, Kriminalität, Skandale – generieren Reichweite. Im Digitalen nennt man das Clickbaiting. Und solange sich damit Klicks und Aufmerksamkeit erzielen lassen, wird es Presseorgane geben, die den Kodex als Empfehlung und nicht als Verpflichtung verstehen. Die entscheidende Frage lautet deshalb: Wie wirksam ist eine Selbstverpflichtung ohne rechtliche oder finanzielle Konsequenzen? Hinzu kommt, dass sich Medien mit besonders vielen zweifelhaften Inhalten dem Pressekodex gar nicht erst unterwerfen.

## Was Betroffene dennoch tun können

Wer als Privatperson von einem Verstoß gegen den Pressekodex betroffen ist, hat gegenüber dem Presserat selbst keine Rechtsschutzmöglichkeiten. Es handelt sich um eine interne Vereinbarung der Presseorgane. Viele Verstöße gehen jedoch gleichzeitig mit Verletzungen zivilrechtlicher Normen einher.

Wer etwa entgegen den Grundsätzen zur Verdachtsberichterstattung an den Pranger gestellt wird, kann eine Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts geltend machen.

Trotz mancher Defizite ist der Pressekodex für die Medienlandschaft unverzichtbar. Entscheidungen des Presserats benennen Fehlverhalten und liefern der Gesellschaft einen Anlass zur Debatte. Sie entfalten ihre Wirkung eben nicht in Gerichtssälen, sondern in der Öffentlichkeit. Genau das ist in einer Medienlandschaft, in der Aufmerksamkeit die härteste Währung ist, überaus notwendig.

Jasper Prigge <<

**Wie wirksam ist eine Selbstverpflichtung ohne rechtliche oder finanzielle Konsequenzen?**



**Jasper Prigge**  
ist Rechtsanwalt für Urheber- und Medienrecht in Düsseldorf

Foto: Kay Herschelmann

# Machen Sie es sich unbequem

**I**ch bin Rechtshänderin. Neulich habe ich mir morgens die Zähne mit der linken Hand geputzt. Keine gute Idee. Es fühlte sich falsch an. Ungelenk. Irgendwie so, als würde mein Gehirn die ganze Zeit protestieren. Und genau genommen tat es das auch. Unser Gehirn liebt Gewohnheiten. Es baut dafür regelrechte Autobahnen im Kopf. Und alles, was davon abweicht, fühlt sich erst einmal anstrengend an.

Während ich vor dem Spiegel stand, dachte ich plötzlich: Mit Debatten ist das eigentlich ganz ähnlich.

Klingt der folgende Satz irgendwie vertraut? „Man darf heute ja gar nichts mehr sagen.“ Diese acht Worte gehören inzwischen zum diskursiven Grundrauschen der Republik.

Das eigentliche Problem liegt jedoch woanders. In einer Demokratie darf man jede Meinung äußern. Natürlich. Dafür gibt es Meinungsfreiheit. Artikel 5 Grundgesetz. Aber eine Meinung ist nicht dasselbe wie eine falsche Tatsachenbehauptung. Gerade im Journalismus ist dieser Unterschied entscheidend. Natürlich gibt es Meinungsformate: Kommentare, Leitartikel, Kolumnen. Einordnung gehört dazu. Journalismus ist schließlich mehr als der Wetterbericht.

Aber. Wenn Meinungen von falschen Behauptungen ersetzt werden, kippt die Debatte: Angriff statt Argument. Zerstörung statt Zuhören. Man konnte das zuletzt beobachten, als die Rechtswissenschaftlerin Frauke Brosius-Gersdorf in den Strudel einer rechten Diffamierungskampagne gezogen wurde. Diese Art von Zerstörungsdrang hat in einer Debatte etwa so viel zu suchen wie ein Presslufthammer in der Klostertibliothek.

Vielleicht liegt es daran, dass unser Gehirn inzwischen ziemlich verwöhnt ist. Es bekommt nämlich ständig recht. Ein großer Teil unserer Kommunikation findet mittlerweile auf den Bildschirmen unseres Smartphones statt. Dieses

kleine schwarze Rechteck begleitet uns durch den Tag. Es zeigt Nachrichten, Kommentare, Videos – und sortiert dabei ständig vor.

Algorithmen zeigen uns vor allem das, was uns interessiert. Was wir klicken, liken und teilen. Das Ergebnis: Wir sehen mehr Menschen, die denken wie wir. Wir lesen mehr Argumente, denen wir zustimmen. Und wir begegnen seltener Stimmen, die sagen: Moment mal, ich sehe das anders.

So entstehen Echokammern. Räume, in denen sich Meinungen gegenseitig verstärken. Unser Gehirn sucht Orientierung. Gerade in Zeiten multipler Krisen. Zustimmung fühlt sich stabil an. Widerspruch wie Sand im Getriebe.

Aber. Demokratie lebt nicht von Zustimmung. Demokratie lebt von Reibung. Und jetzt mal ehrlich: wie fühlt es sich an diesen Satz zu lesen? Ein bisschen wie die Zahnbürste in der falschen Hand, oder? Gemütlich geht anders. Aber genau das ist der Punkt. Reibung ist selten bequem. Aber ohne sie bewegt sich auch nichts.

Wenn wir nur noch Zustimmung gewohnt sind – auch für unser eigenes Weltbild – fühlt sich Widerspruch plötzlich an wie ein Angriff.

Dabei ist Widerspruch wichtig. Widerspruch ist demokratisches Sparring. Also das, was uns dauerhaft fit hält. Und aus genau diesem Grund lohnt es sich, die Zahnbürste öfter mal in die falsche Hand zu nehmen. Oder ein Gespräch zu führen mit jemandem, der eine andere Meinung hat. Das fühlt sich am Anfang genauso an: ungewohnt, ungeschickt, vielleicht sogar ein bisschen nervig. Aber genau so entstehen neue Verbindungen.

Demokratie funktioniert nicht im Echo der eigenen Meinung. Sie funktioniert dort, wo Menschen widersprechen dürfen und wo andere das aushalten. Wir müssen wieder lernen zu streiten. Sonst verlieren wir irgendwann nicht nur die Debatte. Sondern die Demokratie gleich mit.

**Danica Bensmail** <<

**Demokratie funktioniert dort, wo Menschen widersprechen dürfen und wo andere das aushalten.**



**Danica Bensmail**  
Bundesgeschäftsführer\*in  
dju in ver.di

Foto: Kay Herschelmann

Zahlreiche Kommunal- und Landtagswahlen bestimmen in diesem Jahr die journalistische Agenda. Doch wie arbeitet man in einer veränderten Parteienlandschaft? Wie können wir kritisch und sachlich berichten, ohne zur Normalisierung demokratiefeindlicher Positionen beizutragen?

**Wahl2026**  
Baden-  
Württemberg



# Duell, Triell, Bagatell

Wie ausgewogene Wahlberichterstattung gelingen kann



Von Bärbel Röben

Medien beeinflussen die Wahlentscheidungen der Bürger\*innen zwar nur gering, aber wenige Procente können das politische Spektrum in Deutschland verschieben. Grund genug, die Wahlkampfberichterstattung aus demokratischer Sicht genauer unter die Lupe zu nehmen – ihre Knackpunkte und ihre Perspektiven.

## Unterschiedliche Regulierung der Medien

Die Hamburger Kommunikationswissenschaftlerin Judith Möller erläuterte vor der Bundestagswahl 2025, dass Medien nur zu fünf bis zehn Prozent für Wahlentscheidungen verantwortlich sind. Wichtig seien eher persönliche Faktoren – wo und wie man aufgewachsen sei, mit wem man über die Wahl und Politik spreche, welche Medien man nutze. Die Bedeutung von Informationsquellen für die Wahlentscheidung sei aber gewachsen, weil die Parteibindung sinke, es mehr Wechselwähler\*innen gebe und gleichzeitig das Interesse an Nachrichten und politischen Informationen schwinde.

Die Informationsquellen im deutschen Mediensystem unterliegen in Wahlkampfzeiten unterschiedlich strengen Regeln. Am stärksten reguliert werden die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die entsprechend den gesetzlichen Vorgaben eigene Konzepte für die Wahlkampfberichterstattung entwickeln. SWR-Chefredakteurin Franziska Roth erklärte im Januar, es gelte, „immer ausgewogen und unparteiisch“ zu berichten, doch bei der Auswahl der Themen könne die Redaktion entscheiden, was für das Publikum besonders relevant sei. Private Sender und demokratische Presse orientieren sich an allgemeinen Grundsätzen und dem Pressekodex.

Social Media richten sich weitgehend nach den Regeln der Aufmerksamkeitsökonomie, die der europäische Digital Services Act regulieren könnte. So wird in Art. 34 Abs. 3 die Vermeidung aller „tatsächlichen oder absehbaren nachteiligen Auswirkungen auf die gesellschaftliche Debatte und auf Wahlprozesse und die öffentliche Sicherheit“ vorgeschrieben. Die Grenzen zwischen Journalismus, Wahlwerbung und Propaganda verschwimmen zunehmend. Der Einfluss einzelner Fake News auf das Wahlverhalten sei eher gering, so Möller. Wichtiger sei der

langfristige Effekt: „Soziale Medien prägen, welche Themen als relevant gelten und was als normal empfunden wird.“

## Veränderungen durch Social Media

Digitale Medien erhöhen die Menge an Informationen, aber die menschliche Aufmerksamkeit bleibt ein knappes Gut. Politische und mediale Akteur\*innen sowie digitale Plattformen konkurrieren in dieser Aufmerksamkeitsökonomie darum, ihre Botschaften zu verbreiten und Werbeeinnahmen zu generieren. Rechtsextreme setzen sich mit ihren Diskurstaktiken à la Trump erfolgreich durch – mit gezielten Provokationen und „Flood the Zone with Shit“.

Allein die mediale Sichtbarkeit zähle, nicht der Wahrheitsgehalt der Äußerungen, konstatieren die Medienforscher Jan Rau und Christoph Richter nach ihrer Kurzanalyse von AfD-Wahlkampfstrategien. In der Folge könnten demokratische Parteien und Medien kaum eigene Themen setzen und arbeiten sich stattdessen an den Narrativen der radikalen Rechten ab. Die bei-

**Wir haben ein Publikum, das eine multikulturelle Gesellschaft ist, das sich in den Medien nicht repräsentiert fühlt.**

den Medienforscher halten eine „vielfältige, umfangreiche und aufgeklärte Berichterstattung rund um die AfD“ für notwendig, warnen aber, dass eine mediale Dauerpräsenz „den Diskursstrategien von Rechtsaußen mehr nutzen als schaden“ kann.

Mit zu viel Aufmerksamkeit erfahren Rechtsextreme im politischen System eine Normalisierung. Nach Ansicht der Journalistin Hadija Haruna-Oelker unterschätzten viele Medien lange die Gefährlichkeit der AfD und „nun müssen wir die Demokratie verteidigen. Wir haben ein Publikum, das eine multikulturelle Gesellschaft ist, das sich in den Medien nicht repräsentiert fühlt“. Deshalb solle man Debatten in der Be-

richterstattung so rahmen, dass sie rückgebunden werden an die Menschenrechte aller Bürger\*innen. Für eine verantwortungsbewusste Wahlberichterstattung seien einige journalistische Standards nicht mehr zeitgemäß. So sagte Jay Rosen, Journalismusprofessor an der New York University, in einer Podiumsdiskussion

**Über den politischen Wettstreit wird berichtet wie über ein Pferderennen, die Auseinandersetzung mit politischen Inhalten kommt zu kurz.**

2024, neutral zu bleiben und über alle Sichtweisen zu berichten, setze voraus, dass wir über das gleiche Objekt sprechen. Mit diesen Gewissheiten habe Donald Trump gebrochen, als er nach Joe Bidens Sieg 2020 das Internet mit seinem Narrativ von der „gestohlenen Wahl“ flutete. In der Wahlberichterstattung gehören auch Formate wie das Fernsehduell oder Umfragen auf den Prüfstand. In der unübersichtlichen, fragmentiert erscheinenden Medienwelt sollen sie den Bürger\*innen Orientierungen für Wahlscheidungen bieten, doch ihr politischer Aufklärungswert ist begrenzt.

## Journalistische Standards und Formate

Das aus den USA stammende Konzept des TV-Duell zwischen den Spitzenkandidat\*innen gibt es in Deutschland seit 2002. Nach einer Studie der TU Kaiserslautern-Landau zur Bundestagswahl 2025 schalten bei TV-Duellen auch politisch weniger interessierte Menschen ein. Im Publikum verringerte sich der Anteil der unentschlossenen Wähler\*innen nach den Debatten „im Mittel um drei bis fünf Prozentpunkte, 14 Prozent änderten ihre Kanzlerpräferenz, 18 Prozent ihre Wahlabsicht“. Allerdings hätten Formate wie „ZDF Klartext“ oder die „ARD Wahlarena“, bei denen die Kandidat\*innen mit Bürger\*innen diskutierten, ähnliche Wirkungen gezeigt, den Wahlkampf aber weniger negativ und personalisiert erscheinen lassen. Damit könnten sie „eine andere, stärker Demokratie unterstützende Funktion haben“.



Foto: Julian Reittig

Der Mainzer Journalismusprofessor Tanjev Schultz kritisiert TV-Duelle als „Lügenschleudern“, denn extremistische Politiker\*innen seien auch durch Fact-Checking kaum zu entlarven. Die Frage, wer ein Duell gewonnen habe, sei zudem „wenig daran interessiert, Parteiprogramme zu bewerten und gegeneinander abzuwägen, sie zielt auf Personen und deren politisches Verkaufstalent.“ Über den politischen Wettstreit werde berichtet wie über ein Pferderennen, die Auseinandersetzung mit politischen Inhalten komme zu kurz. Zu dieser Horse-Race-Berichterstattung gehören auch Wahlumfragen, die keine Prognosen, sondern lediglich Stimmungsbilder sind.

Der Wissenschaftliche Dienst des Bundestages konstatierte, die wachsende Zahl an Wahlumfragen sei „wesentlich der Logik der medialen Berichterstattung zu verdanken“ und Medien gehörten zu den Institutionen, „die am häufigsten entsprechende Umfragen in Auftrag geben“. 2025 seien Umfrageergebnisse bis zum Vortag der Bundestagswahl veröffentlicht worden, die dann „entscheidungserheblich sein können“. Viele Menschen neigten dazu, die Partei mit den größten Gewinnchancen zu wählen.

### Einfluss der Themensetzung auf die Wahl

Statt alte Muster „Wer hat die Nase vorn?“ zu bedienen, sollte Wahlkampfberichterstattung die Themen auf der Straße – bezahlbare Mieten, Klimaschutz oder ÖPNV – im Blick haben und gesellschaftlich relevante Problemfelder und Lösungsstrategien thematisieren. Darum geht es in einem Projekt von Correctiv, das Wahlberichterstattung im Lokaljournalismus so gestalten will, dass sie näher an der Lebensrealität der Menschen vor Ort ist, „politische Themen greifbar macht und die Beteiligung der Community in den Vordergrund stellt.“ Aus der Probephase 2025 wurde ein Leitfaden entwickelt. Für „ehrlichen lokalen Journalismus“ als Mittel gegen Demokratiefindlichkeit wirbt auch der Potsdamer Journalismustrainer Benjamin Denes. Die „spürbare gesellschaftliche Unzufriedenheit“ sei auch deshalb so groß, weil es zu wenig lösungsorientierten Journalismus gebe.

**Bärbel Röben** <<

# Was Wähler\*innen wirklich wollen

## Für einen Perspektivwechsel in der Wahlberichterstattung

**I**st es nur großen Medien vorbehalten, über Wahlen zu berichten? Und wer bestimmt in diesem Kontext eigentlich die Inhalte? Das Medienhaus Correctiv hat das Playbook „Deine Stimme, deine Themen – In acht Schritten zur Community-zentrierten Wahlberichterstattung“ herausgebracht. Es

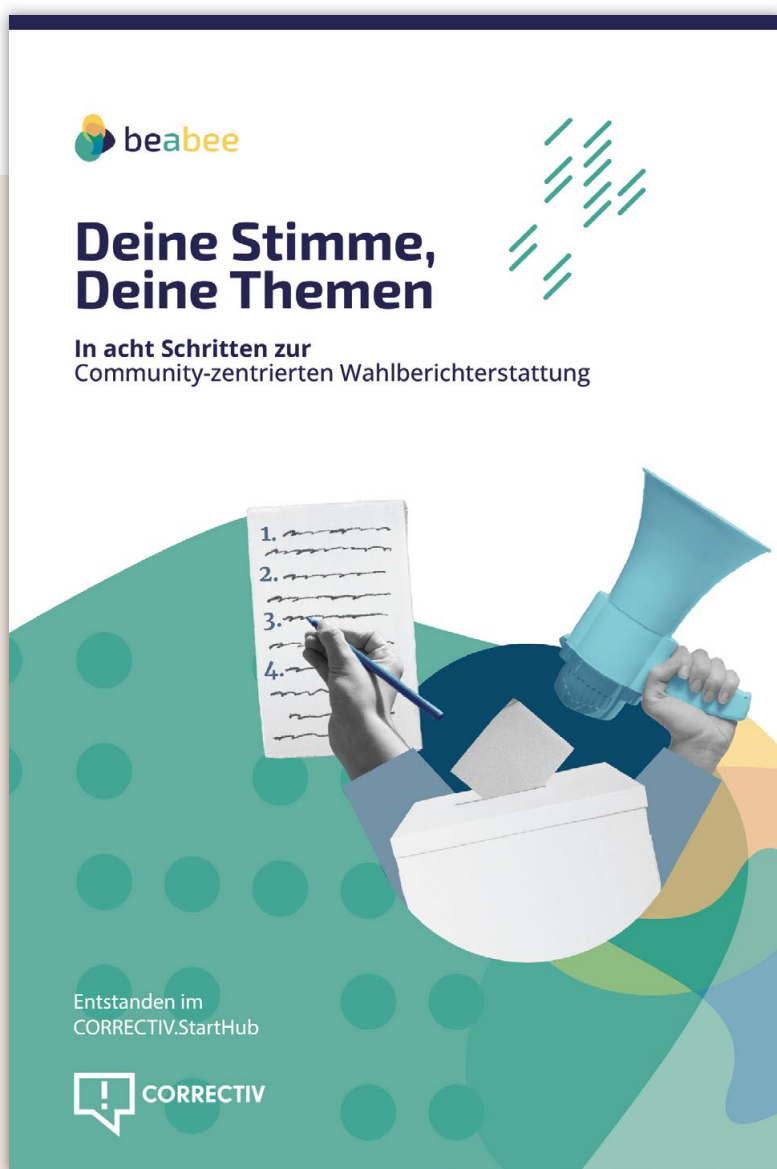
klings nicht nur spielerischer als „Leitfaden“, es ist auch so angelegt und deshalb praktisch für jedes Level der Berichterstattung.

Wahlberichterstattung orientiert sich klassischerweise an den Themen, die Politiker\*innen auf ihre Agenda setzen und von denen sie wollen, dass über sie berichtet wird. Aber sind das auch die Themen derjenigen, die diesen Politiker\*innen ihre Stimmen geben sollen? Wie wäre es mit einem Perspektivenwechsel hin zu den Wähler\*innen und ihren Anliegen, anstatt sich die Inhalte vorgeben zu lassen, auch wenn es vielleicht der einfachere Weg ist?

„Lokale Informationsversorgung neu denken“ ist das Motto hinter dem Playbook, das die Correctiv-Autorinnen Julia Hildebrand und Svenja Schilling unter Mitarbeit von Tobias Hauswurz ausgeben. Entwickelt wurde das Konzept mithilfe der Redaktionen von sechs unabhängigen Lokalmedien (Bürgerportal Bergisch Gladbach, Wokreisel, VierNull Düsseldorf, Kolumna, RUMS und Stader Tageblatt). Es orientiert sich an der Methode der Citizen's Agenda (Agenda der Bürger\*innen), die aus den USA stammt und auch in Europa angewandt wird. Sie gibt im Grunde nichts weniger als das Grundprinzip von Demokratie wider: Bürger\*innen bestimmen gemeinschaftlich die politische Tagesordnung. Daran entsprechend angepasst entsteht eine Community-zentrierte Wahlberichterstattung.

### In acht Schritten zu unabhängiger Wahlberichterstattung

Gedacht ist das Playbook als Hilfestellung für alle, die eine unabhängige Wahlberichterstattung entwickeln möchten. Das diese mehr sein kann als die Versendung von Wahlprüfsteinen, die Auswertung von Wahlkampfreden oder die wiederkehrende Wiedergabe von Umfragewerten ist eine hinreichende Erkenntnis. Das Konzept von „Deine Stimme, deine Themen“ soll



auch nicht die bisherige Wahlberichterstattung komplett ersetzen, sondern ein Teil im „Berichterstattungs-Mix“ werden. Wie genau das aussieht, ist nicht festgelegt und von Medium zu Medium verschieden. Ob dabei Befragungen in der Fußgängerzone das Mittel der Wahl sind, die als TikTok-Video veröffentlicht werden, Newsletter oder die Ergänzung der schon bestehenden Veröffentlichungskanäle – die sinnvollste Adaption entwickelt jede Redaktion je nach ihren Möglichkeiten für sich.

Weil eine gewisse Methodenfertigkeit und -festigkeit von Vorteil ist, führen die Autorinnen in acht Schritten durch das Gelände des Prozesses, für den sich Redaktionen bewusst entscheiden sollten – nicht zuletzt mit dem möglichen Zugewinn zukünftiger Leser\*innen oder Nutzer\*innen. Der Prozess beginnt demnach etwa 8 bis 9 Monate vor der Wahl mit einer festen Entscheidung innerhalb der Redaktion – dem „Mission Statement“. Dann folgt die Festlegung und die Ansprache der Zielgruppe – das kann auch die Einbindung der bisherigen Nutzenden des Mediums bedeuten.

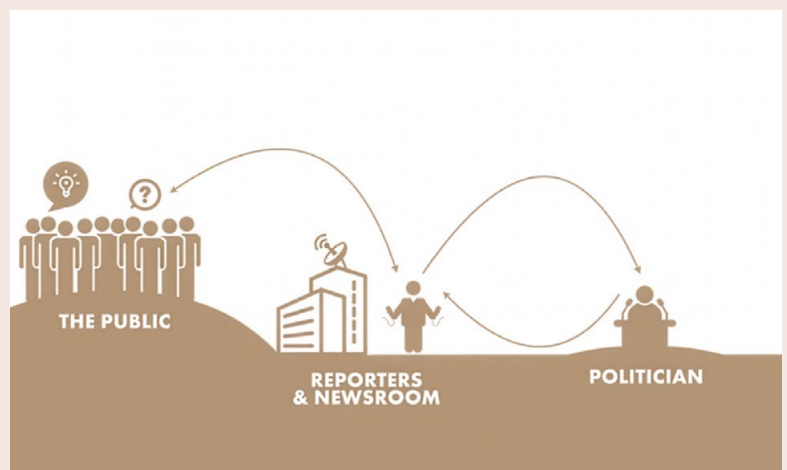
## Redaktionen als demokratische Akteure

Im Weiteren wird die Form der Beteiligung festgelegt und die Zielgruppe direkt befragt. Daraus folgen Erstellung der Wahlagenda und ihre Nutzung, beispielsweise in Form von Veranstaltungen, die das Format von Wahlkampf-Arenen haben können oder auch als Demokratie-Festival lokal organisiert und eine direkte Form der Begegnung mit Kandidierenden bieten können.

Am Ende, so die Playbook-Macher\*innen, gehe es darum, konsequent die Interessen der Bürger\*innen in den Mittelpunkt zu stellen, näher an den Bedürfnissen ihrer Nutzer\*innen zu arbeiten und neue Formen der Beteiligung auszuprobieren, neue Zielgruppen zu erreichen und



„Das Ziel von ‚Deine Stimme, deine Themen‘ ist es, die Perspektive zu wechseln. Wahlberichterstattung nicht mit den Kandidierenden und ihren Themen zu beginnen, sondern mit den drängenden Fragen der Bürgerinnen und Bürger. Dieses Playbook soll dir helfen, Wahlberichterstattung nicht nur für, sondern auch mit den Menschen zu gestalten.“ (Zitat „Deine Stimme, Deine Themen“)



Quelle: Deine Stimme, Deine Themen/Citizens Agenda Guide

besser zu verstehen. So können sie nicht zuletzt grundsätzlich für lokale Themen begeistern.

„Deine Stimme, deine Themen“ legt nicht nur eine grundlegende Aufgabe von Journalismus neu auf, sie gibt Redaktionen und Journalist\*innen auch die Möglichkeit in den direkten Austausch zu gehen und als Akteur in der politisch-demokratischen Wissensvermittlung sichtbar und handlungsfähig zu werden.

Claudia Krieg <<



ownload:

<https://beabee.io/deine-stimme-deine-themen>

# „Desinformation gefährdet Leben“

Johannes Hillje über den Umgang mit antidemokratischen Akteuren

**P**olitische Kommunikation studierte Johannes Hillje an der London School of Economics, Politikwissenschaften an der Universität Mainz. Er arbeitet als selbstständiger Politik- und Kommunikationsberater und ist Autor. In seinem Buch „Mehr Emotionen wagen“ beschreibt er, wie Gefühle die politische Landschaft beeinflussen. Wir sprachen mit ihm über emotionale Wahlkämpfe und journalistische Strategien.

**M | Ende Februar debattierten die Spitzenkandidaten der drei umfragestärksten Parteien bei den Landtagswahlen in Baden-Württemberg im Südwestrundfunk live miteinander. Neben Cem Özdemir (Grüne) und Manuel Hagel (CDU) hat daran auch Markus Frohnmaier (AfD) teilgenommen. Wie würden Sie die Sendung charakterisieren?**

Johannes Hillje | Zwei gegen eins. Es gab sehr oft eine Konstellation, in der Özdemir und Hagel gegen Frohnmaier argumentiert haben und Frohnmaier sich von beiden als Kollektiv abgegrenzt hat. Genau diese Konfliktkonstellation ist das Ziel der AfD, um sich als grundsätzliche Alternative zu allen anderen Parteien zu inszenieren. Da diese Frontstellung aber bekannt ist, war der Erkenntniswert der Sendung sehr gering. Interessanter wäre es gewesen, die Unterschiede zwischen den beiden Favoriten auf das Ministerpräsidentenamt, Özdemir und Hagel, herauszuarbeiten. Genau das wurde aber mit der Auswahl der Diskutanten und die erwartbare Lagerbildung verhindert.

**Die Begründung des SWR war: Man möchte die Parteien repräsentieren, die die Landespolitik in der kommenden Legislaturperiode voraussichtlich am stärksten prägen werden. Können Sie das nachvollziehen?**

Nein. Im Falle einer Deutschland-Koalition, die wir vor der Wahl nicht ausschließen konnten, würden die FDP und die SPD die Landespolitik in der nächsten Legislaturperiode deutlich mehr

prägen als eine starke AfD in der Opposition. Normalerweise treten in einem Format wie dem Triell die Kandidaten gegeneinander an, die die größten Chancen auf das Amt des Ministerpräsidenten haben. Das war bei AfD-Spitzenkandidat Frohnmaier überhaupt nicht der Fall. Auch in Baden-Württemberg stuft der Verfassungsschutz die AfD als rechtsextremistischen Verdachtsfall ein. Keine andere Partei würde mit ihr koalieren.

**Halten Sie es für grundsätzlich sinnvoll, die AfD an solchen Formaten zu beteiligen?**

Ich bin gegen das prinzipielle Ausschließen der AfD aus medialen Formaten. Denn die journalistische Auseinandersetzung mit einer radikalen Kraft wie der AfD ist enorm wichtig – umso mehr, wenn sie einen hohen Wählerzuspruch erfährt. Aber man darf die AfD nicht wie jede andere Partei behandeln. Die Partei muss in journalistischen Formaten aber nicht nur inhaltlich, sondern stets auch ideologisch eingeordnet werden.

**Was heißt das konkret?**

Einzuzuordnen, welches Weltbild dahintersteht, wenn etwa von „Passdeutschen“ die Rede ist. Das bedeutet nämlich, die Staatsbürgerschaft nicht am Pass festzumachen, sondern an der Herkunft, an der Ethnie. Oder die Rede von „Globalisten“. Da handelt es sich um eine antisemitische Verschwörungserzählung. Journalist\*innen müssen sich auf ein Interview oder ein Gespräch mit Vertretern der AfD wesentlich ausführlicher vorbereiten als bei anderen Politiker\*innen. Von Seiten der Redaktionen braucht es dafür natürlich auch mehr Ressourcen.

**Welche Lernprozesse beobachten Sie im medialen Umgang mit der AfD?**

Die erste Phase dauert ungefähr von Parteigründung 2013 bis zum Einzug der Partei in den Bundestag 2017. Häufig lief das klassische Reiz-Reaktions-Schema ab: Die AfD hat provoziert und polarisiert und die Medien haben das mit



Foto: Per / Jacob Blut

Berichterstattung belohnt. Damals gab es auch eine Faszination für das Böse, die sich in Home-stories über ein sehr kleines Rittergut in Schnellroda oder in Waldspaziergängen mit Björn Höcke gezeigt hat. Diesen extremistischen Akteuren hat man damals vielfältige Bühnen geboten, Höckes Auftritt in Günther Jauchs ARD-Talkshow nicht zu vergessen.

Mit dem Einzug in den Bundestag 2017 begann die zweite Phase. Dann wurde nicht mehr aus jeder Provokation eine Schlagzeile gemacht. Die Berichterstattung über die AfD war damals weniger geworden, hat aber an Qualität gewonnen, weil sie einordnender, kritischer wurde und von mehr journalistischer Verantwortung geprägt war.

Der Beginn der dritten Phase fällt in die Zeit der Ampel-Regierung, als die AfD ab Mitte 2023 in Umfragen sehr stark zulegte. Seitdem erhält die AfD wieder mehr mediale Aufmerksamkeit. Die Interviewführung und Berichterstattung changiert nun zwischen kumpelhaft, politisch-konfrontativ und kritisch-sachorientiert. Insgesamt ziehe ich für diese Phase eine sehr gemischte Bilanz, da alte Fehler wiederholt und neue Fehler gemacht werden. Dazu zähle ich auch die Einladung von Markus Frohnmaier in das SWR-Triell. Es gibt aber auch immer mal durchaus erkenntnisreiche Formate. So etwa die ARD-Wahlarena vor der Bundestagswahl 2025, als Alice Weidel wegen der Fragen der Bürger\*innen ins Straucheln gekommen ist.

### Welche Wirkung haben solche TV-Auftritte kurz vor den Wahlen?

Wähler werden wechselfreudiger und entscheiden sich kurzfristiger. Für sie sind solche Formate meist eine Entscheidungshilfe. Für die AfD ist es ein Riesengewinn, wenn sie nicht nur in einer Wahlarena zusammen mit vielen weiteren Kandidaten auftritt, sondern ihr in einem Triell eine größere Rolle zugewiesen wird, als sie das in der Realität hat. Das führt zur medialen Normalisierung der Partei. >>

### Fakten-Checks sind mittlerweile ein gängiges, routiniertes Prozedere in Talkshows. Lassen sich darüber rechtsextreme und populistische Diskutanten „inhaltlich stellen“, wie es oft gefordert wird?

Faktenchecks sind eine journalistische Pflichtaufgabe. Sie sind wirkungsvoller, wenn sie noch während der Sendung angeboten werden. Erscheinen sie erst im Nachgang, etwa auf der Webseite des Senders, dürften das nur wenige Live-Zuschauer\*innen rezipieren. Viele Redaktionen können einen Live-Faktencheck aber nicht leisten. Zwar lässt sich nicht jede Behauptung eines AfD-Politikers antizipieren, aber es gibt natürlich Falschbehauptungen der AfD, mit denen in einer Sendung zu rechnen wäre. Etwa bei der Anzahl der ausreisepflichtigen Ausländer\*innen. Da sollte die Moderation unmittelbar einen Faktencheck liefern können. Ich halte es für sehr wichtig, dass der Journalismus sich gegenüber der AfD selbst behauptet. Die AfD macht mediale Räume zur Front eines Informationskriegs und verfolgt das Ziel, den unabhängigen Journalismus zu schwächen und weitestgehend durch Propaganda ersetzen. Orban und Trump sind medienpolitische Vorbilder. Der Journalismus sollte hingegen zu einer wehrhaften Mediendemokratie beitragen.

### In ihrem letzten Buch plädieren Sie für eine politische Kultur, die „mehr Emotionen wagt“, um Angst, Hoffnung und Wut nicht den Populist\*innen zu überlassen. Was bedeutet das für den Journalismus?

Johannes Hillje

## Mehr Emotionen wagen

Wie wir Angst, Hoffnung und Wut nicht dem Populismus überlassen

PIPER

Auch der Journalismus sollte stärker anerkennen, dass Menschen politische Entscheidungen immer auch emotional treffen. Nach wie vor heißt es immer wieder, AfD-Wähler würden „gegen ihre eigenen Interessen“ stimmen, weil viele von ihnen vom Programm der AfD ökonomisch gesehen nicht profitieren würden. Das blendet die emotionale Realität allerdings vollkommen aus. Denn für die Wahlentscheidung von AfD-Wählern kann das Gemeinschaftsgefühl, die Anerkennung und die Statusaufwertung wichtiger sein als die materielle Besserstellung. Zudem sind Rationalität und Emotionalität keine Gegensätze. Angst und Wut müssen nicht immer destruktiv wirken. Wut war schon Antreiber vieler emanzipatorischer Fortschritte in der Gesellschaft, zum Beispiel für die Frauenbewegung. Und Sorge und Angst war in der Corona-Pandemie ein starker Treiber für viele Menschen, sich mit der Pandemie auseinanderzusetzen und sich auf die Informationssuche zu begeben. Wer emotional handelt, der handelt nicht automatisch irrational.

### Im Idealfall sind Emotionen ein Türöffner zum rationalen Denken.

Exakt. Bei den Faktenchecks ist das Grundproblem, dass sie immer später kommen und langsamer sind als die Lüge. Sie sind meist aber auch wenig emotional und erreichen damit weniger Menschen. Das muss aber nicht so sein. Um der Desinformationen zur Covid-Impfung entgegenzuwirken, haben viele Journalisten und Medien darauf gesetzt, sachlich die Fakten über ihre Risiken und die starke Schutzwirkung zu verbreiten. Auf diese Fakten hätte man aber auch über eine emotionale Zuspitzung Aufmerksamkeit lenken können nach dem Motto: „Desinformation gefährdet Leben“. **Till Schmidt <<**

#### Buchtipp:

*Populisten und Extremisten dominieren die politischen Emotionen. Sie schüren nicht nur Wut, sondern gelten ihren Anhängern auch als Hoffnungsträger. Demokratische Kräfte wirken dagegen oft blutleer und technokratisch. Dabei lehrt die Geschichte, dass man die Emotionen nicht den Radikalen überlassen darf.*

*Dieses Buch fordert ein Umdenken und zeigt, wie Emotionen zur Politik gehören und in den Dienst der Demokratie gestellt werden können. Anhand von eigenen Studien und konkreten Beispielen beweist Johannes Hillje, dass Hoffnung, Wut und Angst zu einer neuen demokratischen Emotionskultur gehören.*

Foto links: Shutterstock/Blue spruce media



Screenshot: [instagram.com/dpa\\_factchecking](https://www.instagram.com/dpa_factchecking)

# Junge Wähler\*innen vor Desinformation schützen

**V**or den Kommunal- und Landtagswahlen 2026 setzen die Deutsche Presse-Agentur (dpa), die Günter-Holland-Journalistenschule (GHJS) der Augsburgener Allgemeinen und die Jugendmedienorganisation Medienebene e.V. gemeinsam auf die Stärkung der Medienkompetenz junger Menschen.

Erklärtes Ziel der „Prebunking Elections“-Kampagne ist es, Desinformation präventiv zu begegnen – insbesondere auf Social-Media-Plattformen (Prebunking = Schutz vor Desinformation). Anders als beim klassischen Faktencheck, der falsche Behauptungen im Nachhinein überprüft, setzt Prebunking früher an: Es klärt über typische Muster und Narrative von Falschbehauptungen auf, bevor diese ihre Wirkung entfalten können.

## Schnell erklärt: KI identifizieren

Mit der Veröffentlichung des ersten Kurzvideos unter anderem auf dem Instagram-Kanal der dpa-Faktchecking-Redaktion begann dabei Mitte Februar die sichtbare Phase der Kampagne. Das Video befasst sich mit der Rolle von KI in rasant verbreiteten Falschbehauptungen. Schnell erklärt wird, mit welchen Tools es möglich ist, Bilder und Videos daraufhin zu prüfen, ob sie mit KI erstellt wurden.

Im Rahmen der Wahlen sind diese Angriffe eine besondere Herausforderung und Aufklärung im Vorfeld eine grundlegende Aufgabe. Die Kam-

pagne verstehe man als „Perspektivwechsel im Umgang mit Desinformation: Weg von der reinen Reaktion auf Falschbehauptungen, hin zu einer präventiven Stärkung gesellschaftlicher Resilienz“, sagt Projektleiterin Jacqueline Rother vom Faktencheck-Team der dpa. Ziel sei es, das Modell auf andere Bundesländer und Wahlkontexte übertragbar zu machen.

Die Ergebnisse werden dann in einem Whitepaper der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt. Es bietet anderen Medienorganisationen eine praxisnahe Grundlage, um die gängigen Narrative um Wahlen zu kennen und selbst Prebunking im Lokalen zu betreiben.

Im Zentrum des durch den European Media and Information Fund geförderten Projekts stehen Kurzvideos für Social Media – überregional von der dpa, mit Bezug zu Rheinland-Pfalz von Medienebene e.V. und für den bayerischen Kontext von der Günter-Holland-Journalistenschule. Sie vermitteln niedrigschwellig Wissen über Manipulationsstrategien und helfen, Inhalte kritisch einzuordnen.

Neben der Videoproduktion setzen die Projektpartner auf direkte Begegnung und Austausch: In Mainz und Augsburg begleiten Formate wie das Faktenchecking Portal „Augsburg checkt’s“, in denen junge Menschen gemeinsam mit Journalist\*innen über Desinformation, Narrative und journalistische Arbeitsweisen diskutieren.

CK <<

# Unklare Leitlinien

## Die Wahlberichterstattung der ARD-Sender steht in der Kritik

**I**m Vorfeld der fünf Landtagswahlen in diesem Jahr bemühen sich die ARD-Sendeanstalten vor Ort, die Bürger\*innen bestmöglich zu informieren. Eine Umfrage unter den beteiligten ARD-Sendern zeigt, der Spagat, ein umfangreiches Meinungsbild über alle Parteien hinweg zu zeichnen, ist für Redaktionen herausfordernd.

Anfang Februar hatte M die vier betroffenen Sender danach befragt, wie ihre redaktionellen Planungen für die Landtagswahlen aussehen. Zu diesem Zeitpunkt konnten MDR und rbb noch keine Angaben zu den geplanten Formaten im Rahmen der bevorstehenden Landtagswahl in Sachsen-Anhalt und Berlin machen. Die Presseabteilung des rbb hat auf die M-Anfrage nicht geantwortet.

### Breites Bündnis kritisiert SWR wegen Umgang mit der AfD

Umso ausführlicher fielen die Antworten des SWR aus. Knapp vier bis sechs Wochen vor den Wahlen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz waren die dortigen Planungen weit fortgeschritten. Kritik gab es für die Senderentscheidung, auch einen Vertreter der AfD zur TV-Debatte einzuladen (siehe Seite 12). Aus Kreisen der baden-württembergischen Politik hieß es, die AfD habe keine reale Regierungsoption, weil alle zur Wahl angetretenen Parteien eine Koalition ausgeschlossen hätten. Laut Umfragen im Vorfeld der Wahl lagen CDU und Grüne in der Wählergunst vorne. Deswegen hätte es gereicht, wie bei solchen Live-Debatten im TV üblich, nur Kandidat\*innen von Parteien mit Chancen auf eine Regierungsbeteiligung einzuladen. Kritik kam ebenfalls vom Rundfunkrat und den Gewerkschaften. Der ver.di-Landesbezirk Baden-Württemberg protestierte zusammen mit dem Aktionsbündnis „Stuttgart gegen Rechts“ gegen die AfD-Teilnahme an der TV-Debatte.

Eine SWR-Sprecherin begründete den Schritt: „Die AfD ist vom Bundesverfassungsgericht nicht verboten und solange dies nicht der Fall ist, muss sie in der Vorwahlberichterstattung des SWR wie alle anderen Parteien behandelt werden, nach dem Prinzip der abgestuften Chancengleichheit.“

Der SWR lieferte während der laufenden TV-Debatte per Live-Blog im Netz eine möglichst schnelle Einordnung der von den Kandidat\*innen gemachten Äußerungen. „Ziel des Checks ist jeweils eine Überprüfung mit den Fragen: ‚Stimmt das?‘ Oder: ‚Sind politische Pläne realisierbar?‘ Wichtig ist uns dabei überall derselbe journalistische Grundsatz: Lieber etwas später, dafür korrekt. Manche Aussagen lassen sich nicht sofort klären. Das kommunizieren wir offen“, kommentierte die SWR-Sprecherin das redaktionelle Bemühen Falschaussagen unmittelbar aufzuklären. „Die Antwort eines Faktenchecks kann auch sein, dass eine Behauptung stimmt“, so die Sprecherin weiter.

### Faktenchecks per Live-Blog

Die Frage bleibt: Wer macht sich die Mühe, so einen Faktencheck online zu verfolgen? Sicherlich nicht die Menschen, die sich vorwiegend per Social Media politisch bilden. Die sind zwar online, allerdings auf den Kanälen von Parteien, die vorwiegend Social Media nutzen, um ihre ganz eigene Wahrheit zu verbreiten.

„**Ob zugespitzte TV-Debatten im Vorfeld von Wahlen dem demokratischen Diskurs dienen, ist fraglich.**“

Im Vorfeld der Wahlen in Rheinland-Pfalz gab es im SWR ebenfalls eine TV-Debatte. Hier kam es allerdings nur zu einem Duell zwischen den beiden Spitzenkandidaten von CDU und SPD. In diesem Falle scheint der Sender vom Prinzip der abgestuften Chancengleichheit abgewichen zu sein. Denn die AfD lag in den Umfragen auf ähnlichem Niveau wie in Baden-Württemberg.

### NDR in der Planungsphase

In Mecklenburg-Vorpommern wählen die Menschen erst am 20. September. Dementsprechend wenig konkret konnte der für die Berichterstattung im Vorfeld zuständige NDR auf die M-Anfrage antworten. Ähnlich wie der SWR plant der NDR seine Berichterstattung rund um die Landtagswahl „anhand eines redaktionellen Konzepts nach dem Prinzip der abgestuften Chancengleichheit.“

Wie viel Raum einzelne Parteien in den NDR-Sendungen zu den Landtagswahlen bekomme, richtet sich dabei nach „von der Rechtsprechung anerkannten Kriterien wie die Regierungsbeteiligung in Bund und Land, die Vertretung im derzei-

tigen Parlament, die Dauer ihres Bestehens, die Mitgliederzahl. Zusätzlich werden Vorwahlumfrageergebnisse herangezogen“, erklärte ein NDR-Sprecher.

Den Großteil der Wahl-Sonderformate verantworten das NDR-Landesfunkhaus Mecklenburg-Vorpommern und NDR Info. Geplant sind mehrere Langformate, in der die Sicht der Bürger\*innen im Land und ihre wichtigsten Themen für die Wahl im Mittelpunkt stehen sollen. „Innerhalb des Formates „NDR MV Das Interview“ sind Interviews mit Spitzenkandidat\*innen als Aufzeichnung geplant, um zur Veröffentlichung einen parallelen Faktencheck anbieten zu können“, ergänzt der NDR-Sprecher.

## Machen TV-Debatten noch Sinn?

Zu möglichen Live-Debatten im TV, eventuell unter Beteiligung der AfD wie beim SWR, konnte der NDR-Sprecher zum Zeitpunkt der Anfrage im Februar noch keine Angaben machen. „NDR Info wird im Juni und September tageweise live und multimedial von vor Ort senden und berichten“, so der Sprecher. Gesprächsrunden mit den Spitzenkandidat\*innen zu den wichtigsten Themen der Wahl runden die Berichterstattung ab.

Mit dem politischen Einfluss der AfD werden nicht nur politisch stabile Regierungskonstellationen schwieriger, auch der Umgang mit der Partei in den öffentlich-rechtlichen Me-

dien im Rahmen der Berichterstattung rund um Wahlen gerät immer stärker in den Fokus. Insbesondere Live-Formate sind umstritten.

Zum Ausdruck kam die Kritik unter anderem nach der Ausstrahlung der Talkshow „Caren Miosga“, in der die ARD dem AfD-Bundessprecher Tino Chrupalla eine Bühne bot. Im Anschluss bildete sich mit dem „Appell 2026“ ein breites Bündnis, gegen weitere Auftritte von AfD-Politiker\*innen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. „Appell 2026“ regt an, der AfD insgesamt weniger Sendezeit vor allem in Live-Formaten wie Talkshows zu geben. Die Initiatoren fordern den öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf, „die Sendezeit nicht für die Selbstdarstellung von Antidemokraten, sondern für demokratische und humanistische Diskurse zu verwenden.“

Ob zugespitzte TV-Debatten im Vorfeld von Wahlen dem demokratischen Diskurs dienen, ist fraglich. In Zeiten, in denen Union oder SPD zumindest auf Bundesebene immer häufiger weit von mehrheitsfähigen Wahlergebnissen liegen, erscheinen solche Formate zumindest fraglich. Der offene Schlagabtausch der Kandidat\*innen vor laufenden TV-Kameras mag für die Zuschauenden einen Reiz haben, befeuert aber auch eine giftige Debattenkultur in der Gesellschaft.

Lars Lubienetzki <<

Foto: Julian Rettig



# Lokale Berichterstattung und Analyse liefern

Patrick Hinz über Wahlberichterstattung im Lokaljournalismus

**P**atrick Hinz ist Chefredakteur von Katapult Mecklenburg-Vorpommern (MV). Die kleine Redaktion stellt im Flächenland mit 1,57 Millionen Einwohner\*innen mit einer monatlichen Zeitung und aktuellen Online-Beiträgen ein Gegengewicht in der Berichterstattung dar. Wir sprachen mit ihm über Lokaljournalismus, die anstehenden Landtagswahlen und den journalistischen Umgang mit der AfD.

**M | Katapult M ist ein Teil der Katapult-Mediengruppe aus Greifswald. Wie sieht die Arbeit als Regionalmedium in einem Flächenland wie Mecklenburg-Vorpommern aus – im Zusammenhang mit einer geringen Einwohnerzahl und einer erstarkenden rechts-extremen AfD?**

Patrick Hinz | Wir verstehen Katapult MV als Ergänzung zur lokalen Medienlandschaft in MV, die sehr dünn ist. Es gibt zwei Tageszeitungen, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und einige werbegetragene Online-Blätter, die eher nicht nach journalistischen Standards arbeiten. In fast allen dieser Medien fehlt ein kritischer Umgang mit der AfD. Da gibt es hier in MV krasse Beispiele, unter anderem AfD-Politiker, die in Nordkreuz-Netzwerken aktiv waren, einem rechtsterroristischen Netzwerk mit dem Ziel, politische Gegner\*innen zu töten. Diese Personen sitzen ganz normal für die AfD in Kreistagen oder gehen als Bürgermeisterkandidaten an den Start. Es gibt Kreistagsmitglieder, bei denen wurden Hausdurchsuchungen durchgeführt, Waffen und Sprengstoff gefunden. Das schauen wir uns genau an und versuchen das einzuordnen und die antidemokratischen Mechanismen, die die AfD bedient, zu benennen. So wie sie auch angekündigt hat, den Rundfunkstaatsvertrag zu kündigen.

**Was bedeutet das für die Landtagswahlen in diesem Jahr?**

Die AfD sagt, sie strebe eine Alleinregierung an. Sie will die Medienlandschaft umbauen, Demokratieförderprojekte abschaffen. Sie will sich in alle möglichen Bereiche einmischen, zum Beispiel Landwirtschaft, Wirtschaft an sich, Bildung. Auf der kommunalen Ebene ist die AfD vor zwei Jahren scheinbar als große Gewinnerin herausgegangen. Tatsächlich gab es aber nur in

Abbildung: Patrick Hinz

**KATAPULT** MV

18 Prozent der Gemeinden Kandidaturen, also in weniger als einem Viertel. Dies widerspricht der Erfolgserzählung und das decken wir mit unseren Recherchen dann auf. Oder wir stellen fest, dass AfD-Mitglieder in den Kreistagen die meisten Fehlzeiten haben. Wir wissen, die AfD flutet den Landtag mit extrem vielen Anfragen und diese schauen wir uns dann im Detail an: Was sind da die Schwerpunkte, was ist das Ziel? Das werden wir auch im Bezug auf die Landtagswahlen machen.

### Kann man mit solchen Analysen denn Leserschaft gewinnen?

Die überzeugte AfD-Wählerschaft können wir damit nicht abholen. Aber es gibt Menschen, die der AfD näher rücken und trotzdem noch offen sind für Fakten und professionellen Journalismus. Natürlich verweisen wir immer auf unsere Quellen, unsere Recherchen müssen nachvollziehbar sein. Gegen die reißerischen Mechanismen der Netzwerke und den Algorithmus hat Journalismus an sich zwar kaum eine Chance. Trotzdem haben wir steigende Abo-Zahlen und wir können Argumente und Fakten so liefern, dass sie weiterverwendet werden können. Wir haben den Anspruch, komplexe Sachverhalte oder Debatten grafisch zu übersetzen, aber hinter jeder einfachen Grafik steckt in der Regel auch sehr viel Arbeit. Die Daten müssen gesammelt werden und in MV ist die Datenlage eben oft sehr dünn. Das heißt, wir müssen sie entweder mit Hilfe langfristiger Beobachtung selbst schaffen oder zuverlässige Quellen suchen. Wenn wir jetzt auf die Landtagswahl schauen, haben wir hunderte Kandidierende in 36 Wahlkreisen. Da lässt sich grundsätzlich schon mal viel untersuchen: die Geschlechterverteilung, das Durchschnittsalter.

### Habt ihr besondere Formate, die sich nur auf die Wahl beziehen?

Wir haben ein Formular entwickelt, eine Umfrage für Kandidierende, bei der sie sich zu bestimmten Themen wie Klimaschutz oder Mobilität klar positionieren müssen, eine Mitte in

**|| Gegen die reißerischen Mechanismen der Netzwerke und den Algorithmus hat Journalismus an sich zwar kaum eine Chance. ||**

dem Sinne gibt es nicht. Es gibt immer eine erkennbare und visualisierbare Tendenz. Das brauchen wir, denn die meisten Menschen, die in sozialen Medien unterwegs sind, gehen von der visuellen Ebene gar nicht mehr auf die inhaltliche Ebene dahinter, also den weiterführenden Artikel. So erfüllen wir auf eine Art auch die Aufgabe eines Wahl-O-Mats. Man muss die Ergebnisse der Umfrage dann nicht selbst aus komplexen Beiträgen filtern.

### Wie findet ihr heraus, ob das auch die Themen sind, die eure Leser\*innen interessieren?

Wir haben einen wöchentlichen Newsletter, in dem wir aktuell auch danach fragen, was die Leute im Kontext der Landtagswahlen interessiert. Die Rückmeldungen sammeln wir und bauen die Bearbeitung jetzt nach und nach auf. Das ist auch eine technische Frage, wenn es keine riesige IT-Infrastruktur gibt und wir in der Redaktion aktuell sechs Leute sind – also für das ganze Land kleiner als einzelne Lokalredaktionen von anderen Medien. Wir müssen genau überlegen, was machen wir, was schaffen wir? Klar ist: Wir machen Journalismus für Menschen im Land, die sich für Demokratie engagieren, für Vielfalt, für Toleranz. Wir wollen zeigen, was kann man unterstützen als waschechter Demokrat. Ich denke, dass die etablierten Medien hier im Land dazu beigetragen haben, dass die AfD die Umfrageergebnisse hat, die sie hat. Eine unserer Analysen hat genau das gezeigt: Die lokalen Medien im Land berichten über die AfD und in über 70 Prozent der Fälle gab es keine kritische Einordnung. Im Nordkurier, der mittlerweile größten Zeitung, waren es sogar 88 Prozent. Wenn der NDR jetzt ähnlich agiert und die AfD gleichzeitig ankündigt, dem ÖRR die Gelder abzdrehen, wenn sie regiert, dann ist das ein selbstgemachtes Problem, denke ich.

**Claudia Krieg <<**



**KATAPULT  
MV**

<https://katapult-mv.de/ueber-uns/>

# Seitenwende in der Medienbranche



Printmedien verschwinden zunehmend aus der Öffentlichkeit. In Bussen und Bahnen blicken fast alle Fahrgäste auf ihre Handys. An Bahnhöfen ist ein Zeitungsladen oft gar nicht leicht zu finden. Auch in den Zeitungsabteilungen der Bibliotheken wird das Verschwinden der Printmedien erkennbar.

So wird man dort seit Oktober von Montag bis Freitag die Tageszeitung taz vergeblich suchen. Die letzte werktägliche Printausgabe erschien am 17. Oktober 2025. Seitdem gibt es die täglichen Ausgaben nur noch digital als E-Paper. Gedruckt wird die Zeitung nun ausschließlich am Wochenende unter dem Titel Wochentaz. Die Taz hat die Leser\*innen über ein Jahr lang auf die sogenannten Seitenwende vorbereitet. Die Umstellung der werktäglichen Ausgaben von Print ins Digitale war im September 2024 auf einer Mitgliederversammlung der Taz-Genossenschaft mit deutlicher Mehrheit beschlossen worden. Bei der lebhaften Diskussion kamen auch entschiedene Gegner\*innen der Seitenwende zu Wort. Doch die Mehrheit sah nur die Alternative „in Schönheit zu sterben oder die Seitenwende zu wagen, wie es eine Taz-Genossin ausdrückte.

Wesentlich überraschender kam die Meldung, dass auch das traditionsreiche linke Magazin Konkret ab Januar 2026 nur noch digital zu lesen ist. Dass die Zahl der Abonnent\*innen gesunken und die Kosten für Druck und Vertrieb gestiegen sind, hatte Konkret-Herausgeberin Friederike Gremliza nie verschwiegen). Doch das Ende der Printausgabe wurde erst in der Novemberausgabe 2025 bekannt gegeben. „Da man sich also weder für Antifaschismus noch für Aufklärung etwas kaufen kann, fehlt in dem Marmeladenglas, aus dem wir unsere Rechnungen bezahlen, monatlich so viel Kleingeld, dass

Konkret ab dem Januarheft 2026 die Printausgabe einstellen und ausschließlich als E-Paper erhältlich sein wird“, hieß es in einer Redaktionsnotiz. Ganz verschwinden soll die Konkret aus den Zeitungskiosken aber nicht. Geplant sind jährlich zwei Themenhefte.

Für den zuständigen ver.di Sekretär im Bereich Druck, Verlage, Papier und Industrie Jan Schulze-Husmann ist der Weg ins Digitale sowohl bei der Taz als auch bei der Konkret eine notwendige Entscheidung, nachdem die Printauflagen seit Jahren gesunken sind. Diese Entwicklung habe auch durch diverse Kampagnen zur Gewinnung neuer Printabos nicht gestoppt werden können.

Während Print-Auflagen und Vertriebs Erlöse weiter zurückgehen, verzeichnen digitale Abonnement-Modelle eine stabile Nachfrage. Laut einer aktuellen Umfrage des BDZV erwarten rund 60 Prozent der Verlage das Aus der gedruckten Zeitung innerhalb der nächsten 15 Jahre. Gleichzeitig werden immer mehr Menschen ihre Zeitungen und Zeitschriften digital lesen.

„Es ist besonders wichtig, die Kolleg\*innen bei den technologischen Umwälzungen, die die Druck- und Medienindustrie in den letzten Jahrzehnten erlebt hat, zu unterstützen“, beschreibt Schulze-Husmann die Rolle der Gewerkschaften. In Bezug auf den vermehrten Einsatz der KI seien die Folgen für Druck- Medienbranche noch nicht absehbar. „Besonders bei der beruflichen Qualifizierung und den Kampf um den Erhalt der Arbeitsplätze gilt es genau hinzuschauen, inwieweit sich Tätigkeitsfelder verändern und was das für die Kolleg\*innen bedeutet“, skizziert Schulze-Husmann gewerkschaftliche Handlungsfelder.

Peter Nowak <<

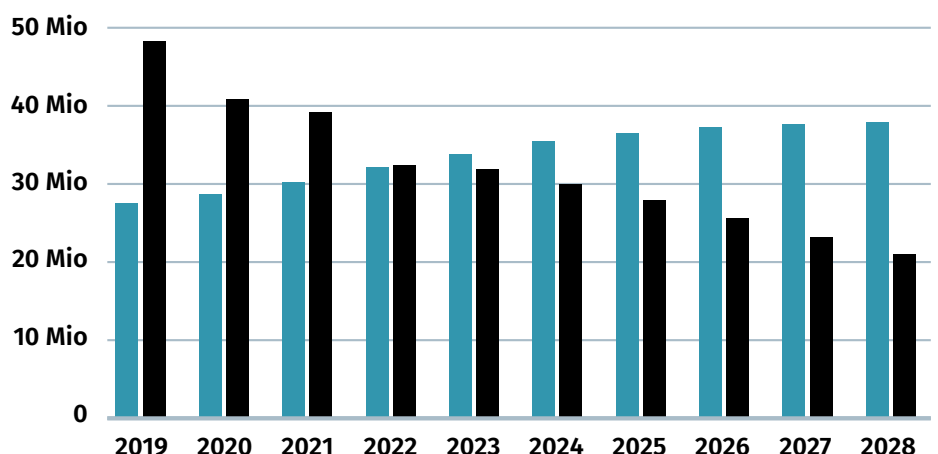
## Zeitungen und Magazine: Digital überholt Print

■ Digital ■ Print

Geschätzte Zahl der Lesenden von Zeitungen und Magazinen in Deutschland nach Markt in Mio.

(exkl. B2B-Verkäufe, Wiederverkäufe, Verkäufe zwischen Privatpersonen, Event- und Werbemedien)

Quelle [M]: Statista Market Insights





Engagierte Medien abseits des Mainstreams gibt es zunehmend mehr. Sie sind hochinteressant, aber oft wenig bekannt.

Deshalb stellt M in jeder gedruckten Ausgabe und auf M Online einige davon vor.

Surplus nicht nur ästhetisch und im Hinblick auf Reichweite und Zahlen inzwischen behauptet. „Wir erreichen unsere ambitionierten Ziele“, sagt Scholle. Das sei nicht selbstverständlich für ein Medium, hinter dem nicht „Milliardäre, Großkonzerne und Investmentfonds“ stehen, sondern „das mit wenigen zehntausend Euro gestartet ist und sich maßgeblich über Abonnenten finanziert“.

## Schon entdeckt? Surplus

A

uf den ersten Blick ein Lifestyle-Magazin, auf den zweiten ein progressives Angebot, Wirtschaftspolitik anders zu verstehen als eine Angelegenheit von Tech- und Konzern-Bros, Start-Up-Gründer\*innen, CEOs oder wahlweise „Business-Insidern“ und „Business-Punks“. Mitunter weht ein leichter Hauch von „Jacobin“ aus dem Blatt, das allerdings demgegenüber mit weniger epischen Analysen, kürzeren Beitragsformaten und visuell mehr Abwechslung glänzt.

Man fülle eine „eklatante Lücke“, erklärt Chefredakteur Lukas Scholle. Das Motto: Bei Rückschritten gegensteuern und sich für Fortschritte einsetzen. „Wir machen ein Wirtschaftsmagazin, das sich um die Interessen der großen Mehrheit dreht, nicht die der Reichsten. Bei uns geht es nicht darum, wie man Steuerspartricks für die siebte Mietwohnung nutzt oder darum, warum Sozialkürzungen der Weg zum Wirtschaftswunder sind. Bei uns geht es darum, welche negativen Folgen diese Steuertricks der Reichsten haben und wie Sozialkürzungen das gesamte Lohngefüge nach unten ziehen.“ Damit stehe man nicht „zwischen Handelsblatt und Wirtschaftswoche“, sondern berichte aus einer entgegengesetzten Perspektive.

Etwas über ein Jahr und sieben gedruckte Ausgaben alt ist das Surplus-Magazin im März 2026. Gemäß dem inzwischen gängigen Erscheinungsmodell Zeitung oder Zeitschrift, die in größeren Abständen erscheint und einem inhaltlich vielfältigen und aktuell aufbereitetem Online-Auftritt hat sich

Auch mit Newsletter, Website und Social Media lege man den Schwerpunkt auf Ungleichheitsthemen. In der Printausgabe wechsle das Titelthema dabei zwischen Debattenkonjunktur und zeitlosen „Großthemen“, erklärt Chefredakteur Scholle: „So haben wir eine Ausgabe zur Arbeitszeit gemacht, weil die Regierung am 8-Stunden-Tag sägt, aber genauso eine Ausgabe zu Sorgearbeit, deren ökonomische Komponente allzu oft unterrepräsentiert bleibt.“

Für gewerkschaftlich Engagierte sind Themen wie Arbeitszeit oder Wirtschaftspolitik ein Zugang zu Surplus. Interviews und Gastartikel von Gewerkschafter\*innen wie Yasmin Fahimi vom DGB, Christiane Benner von der IG Metall oder Verdi-Chefökonom Dierk Hirschel zeugen davon, dass und wie die Perspektive der Arbeitnehmer\*innen Eingang findet.

Mit den wirtschaftspolitischen und historischen Expertisen der Herausgeber\*innen Adam Tooze, Maurice Höfgen und Isabella Weber Expert\*innen am Werk, die sich mit dem tiefen Ungleichgewicht zwischen Marktkräften und gesellschaftlichen Bedürfnissen ebenso wie der Vermittlung historisch als auch volkswirtschaftlich komplexer Zusammenhänge hervorragend auskennen, um Surplus zu einem gut zu lesenden Format zu machen.

Autor\*innen wie Martyna Linartas oder den Kolumnisten Thomas Piketty, Mariana Mazzucato, Luisa Neubauer und Achim Truger sorgen in Surplus für die interdisziplinäre Aufklärung über eine Finanzpolitik, die nicht im Stil von Christian Lindner „konservative Klischees“ anhäuft und einer „vergangenen Ära“ huldigt, sondern eine wirtschafts-, geo- und klimapolitische Zukunft für Deutschland, Europa und letztlich global entwirft.

**Claudia Krieg <<**

<https://www.surplusmagazin.de/>



Foto: shutterstock/Ralph Meiling

# Umstrittene Mitgliedschaft

## Die Bundespressekonferenz und die Parallelmedien

**S**achlich, an Tatsachen orientiert und fair – diesen Anspruch erhebt die Bundespressekonferenz, der Verein der Hauptstadt- und Landespressen, für die Berichterstattung ihrer Mitglieder. Parallelmedien haben dort dennoch einen Fuß in der Tür. Und werden damit normalisiert.

Sogenannte Parallelmedien – sie selbst bezeichnen sich auch als „alternative“ oder „freie“ Medien – setzen auf eine traditionsreiche und etablierte Struktur: die Bundespressekonferenz (BPK). Das ist der 1950 in Bonn gegründete und heute fast ausschließlich in Berlin tätige Verein der Parlamentskorrespondent\*innen.

Die extrem rechte Wochenzeitung „Junge Freiheit“ ist dort ebenso vertreten wie die linke „Junge Welt“. Das in der Schweiz ansässige AfD-nahe Internetradio „Kontrafunk“ hat seinen Redakteur Frank Wahlig in dem Verein. Er ist ehemaliger ARD-Korrespondent. In der BPK gibt er als Adresse „Hauptstadtstudio Berlin“ an, was mit dem ARD-Hauptstadtstudio jedoch gar nichts zu tun hat.

Das Krawallportal Nius hat ebenfalls zwei Leute in der BPK, darunter Ex-„Bild“-Hauptstadtbüroleiter Ralf Schuler. Mit der stellvertretenden Chefredakteurin Pauline Voss hat gerade eine dritte Nius-Vertreterin die Mitgliedschaft beantragt.

Und auch ein Journalist der „Epoch Times“ ist Anfang 2025 aufgenommen worden. Das Medium gilt als Sprachrohr der Falun-Gong-Sekte.

Roland Tichy hat laut aktuellem BPK-Mitgliederverzeichnis 2025/26 lediglich Gaststatus, ein Kollege von ihm ist Vollmitglied.

Zudem arbeiten mehrere freie Journalist\*innen, die in der BPK organisiert sind, für Parallelmedien. Sie hatten zuvor für etablierte Medien wie den MDR oder Focus gearbeitet. Ihr BPK-Mitgliedsbuch behielten sie aber nach dem Jobwechsel.

Lediglich der rechte Blogger Boris Reitschuster, ehemaliger Focus-Korrespondent in Moskau, verlor Ende 2021 seine Mitgliedschaft in der BPK, nachdem er seinen Firmensitz in Montenegro angemeldet hatte.

**D**ie BPK

Die BPK ist ein eingetragener Verein, in dem sich Journalist\*innen organisieren, die hauptamtlich für Medien über die Arbeit des Bundestags und der Bundesregierung berichten.

Die Neugründung Ostdeutsche Allgemeine (OAZ) ist ein Sonderfall: Sie hat im Februar 2026 Florian Warweg in die Bundespressekonferenz entsandt. Er war zuvor vier Jahre lang Korrespondent der verschwörungsideologischen „Nachdenkseiten“. Zuvor hatte er über den Verein der ausländischen Presse in Deutschland (VAP) für den vom russischen Staat finanzierten Sender RT Deutsch das Recht, an den Pressekonferenzen der BPK teilzunehmen. Formelles Mitglied in der BPK ist Warweg weiterhin nicht. Der Verein hatte seinen Aufnahmeantrag 2022 abgelehnt. Warweg konnte sich aber vor Gericht das Frage- und Teilnahmerecht erkämpfen.

Insgesamt arbeiten knapp ein Dutzend BPK-Mitglieder für Parallelmedien. Das hört sich bei einer Gesamtzahl von rund 920 Mitgliedern zunächst wenig an. Beteiligt sind diese Medien aber daran, den traditionellen Journalismus systematisch zu diskreditieren. „Mit der ‚Epoch Times‘ verbreitet die gute und harmlose Psycho-Sekte Falschinformationen und rechtspopulistische Propaganda in der ganzen Welt und sägt so an unserer liberalen Gesellschaft herum“, sagte Jan Böhmermann im ZDF Magazin Royale, als er 2025 eine Sendung zur Falun-Gong-Sekte machte.

Burkhard Müller-Ullrich, ehemaliger Redaktionsleiter beim „Deutschlandfunk“ und Gründer des „Kontrafunks“, schreibt in seinem 2023 erschienenen Buch „Medienmärchen“, neue Verbreitungswege wie sein Webradio gäben die Möglichkeit, „sich von der Indoktrination durch die Propagandamaschinen der Regierungen und ihrer willfährigen Schatten, der Nichtregierungsorganisationen, ein Stück weit fernzuhalten“. Das Buch ist in der Reihe „Exil“ der neurechten Buchhändlerin Susanne Dagen erschienen.

In der Einleitung des Buches schreibt der Dresdner Schriftsteller Uwe Tellkamp über Müller-Ullrich, dieser sei ein „Nachrichtenforscher“, der sich „Dummheit“, „Schluderei“ und tagtäglichem „schierem Unfug“ in den Medien widersetze. Derselbe Tellkamp ließ sich jetzt für die „Ostdeutsche Allgemeine“ interviewen. Und sagte dort: „Die Schleimspur, auf der sogenannte Haltungsjournalisten unserer Demokratie hinterherrutschen, ist unerträglich breit. Gott sei Dank gibt es die alternativen Medien.“

Besonders heftig attackiert Warweg die Bundespressekonferenz – den Verein also, den er wie kein anderer Parallelmedien-Vertreter als Bühne nutzt. In der OAZ schrieb Warweg unter der

Überschrift „Die stille Zensur“ einen Beitrag über die BPK. Er erklärte, mit „zu kritischen Fragen“ dort würden Journalisten den von ihnen angestrebten „Sitz im Regierungsflieger“ gefährden. „Aus informellen Gesprächen“ will er zudem

**Insgesamt arbeiten knapp ein Dutzend BPK-Mitglieder für Parallelmedien. Das hört sich bei einer Gesamtzahl von rund 920 Mitgliedern zunächst wenig an.**

erfahren haben, dass „viele BPK-Journalisten bewusst unkritisch“ zur Regierungszeit von Bundeskanzlers Olaf Scholz zu dessen Rolle im Cum-Ex-Skandal nachgefragt hätten. Begründung laut Warweg: Die Kollegen hätten angesichts des „derzeitigen Umfragehochs der AfD“ Scholz nicht noch weiter schwächen wollen.

Der Journalistik-Professor Volker Lilienthal ordnete Warwegs Behauptung bei „t-online“ ins Reich der Verschwörungserzählungen ein: „Kann man glauben oder auch nicht. Mir scheint die empirische Basis der Behauptung äußerst schwach.“

Vor ein paar Jahren hatte die BPK ihre Satzung geschärft. Es war eine Reaktion auch auf die Rollen von Boris Reitschuster und Florian Warweg in dem Verein und das Agieren von Parallelmedien insgesamt. In der Satzung heißt es nun, die Pressekonferenzen der BPK „dienen einer sachlichen, an Tatsachen orientierten und fairen Vermittlung von politischen Informationen, Aussagen und Positionen“. Eine Handhabe, Parallelmedien aus der BPK auszuschließen, fand man über diese Klausel nicht. Der Vorsitzende der BPK, ZDF-Korrespondent Mathis Feldhoff, will sich weder zu den Vorwürfen Warwegs noch zu Parallelmedien in der BPK generell äußern.

Aus dem Verein heißt es, man wolle nicht „Meinungspolizei“ oder „Gesinnungs-TÜV“ sein. Parallelmedien, die Autokraten verherrlichen, Verschwörungsideologien und Fake-News verbreiten oder der AfD und BSW publizistische Schützenhilfe leisten, werden derweil normalisiert – und ihre Journalist\*innen dürfen sich als Teil der Medienlandschaft fühlen.

**Matthias Meisner <<**



Foto: 123rf/Yuri Bizgajmer

# Haltestelle verpasst

Der digitale Omnibus der EU droht Grundrechte zu verwässern

**Beschäftigte sollen weniger Kontrolle über ihre eigenen Daten haben und die Überwachung am Arbeitsplatz soll erleichtert werden.**

**D**er sogenannte digitale Omnibus enthalte eine Reihe technischer Änderungen an digitalen Rechtsvorschriften, die ausgewählt worden seien, um „Unternehmen, öffentlichen Verwaltungen und Bürgern gleichermaßen Soforthilfe zu bieten und die Wettbewerbsfähigkeit zu fördern“, schrieb die EU-Kommission im Dezember vergangenen Jahres.

Was so simpel klingt, ist komplex, umfangreich und dazu geeignet, digitale Grundrechte zu verwässern. Die EU-Kommission plant mit dem sogenannten digitalen Omnibus nämlich eine große Reform des europäischen Digital-, KI- und Datenschutzrechts. Mit erheblichen Auswirkungen auf Beschäftigte: Sie sollen weniger Kontrolle über ihre eigenen Daten haben und die Überwachung am Arbeitsplatz soll erleichtert werden. Die betriebliche Mitbestimmung schwächt das ebenfalls.

Die EU-Kommission könnte sich bei den Deregulierungsplänen in den Bereichen Datenschutz und KI maßgeblich von Big Tech inspiriert haben lassen. Das legt zumindest eine Analyse der NGOs Corporate Europe Observatory (CEO) und LobbyControl nah. Demnach entsprechen offenbar viele Pläne der Kommission für das Gesetzespaket den Wünschen der IT-Branche. Darunter fallen:

## Datenschutz wird ausgehebelt:

Es sollen die Auskunftsrechte nach DSGVO abgeschwächt werden. Doch gerade das Auskunftsrecht bietet in vielen Fällen erst die Möglichkeit, Überwachung am Arbeitsplatz oder Verstöße gegen den Beschäftigtendatenschutz zu erkennen.

## Sensible Daten verlieren Schutz:

Daten, aus denen Arbeitgeber Rückschlüsse auf sensible individuelle Eigenschaften ziehen können (zum Beispiel psychische Belastung, Gesundheitsrisiken oder politische Aktivitäten), sollen nur mehr eingeschränkt geschützt sein. Diskriminierung im Arbeitsalltag wird dadurch deutlich wahrscheinlicher.

## KI ohne Einwilligung:

Der Omnibus-Vorschlag erlaubt, personenbezogene Daten für KI-Training zu nutzen. Betriebsvereinbarungen können dadurch umgangen werden – eine klare Aushöhlung von Beschäftigtenrechten.

## Schwächere Meldepflichten:

Datenpannen müssen nur noch gemeldet werden, wenn ein »hohes Risiko« besteht. Das reduziert Transparenz und erschwert die Aufdeckung von Missständen.

## Lockerung von Tracking-Regeln:

Geplante Änderungen erlauben mehr Überwachung am Arbeitsplatz ohne Einwilligung der Beschäftigten.

Über 130 Organisationen warnen daher in einem offenen Brief: „Sofern die Europäische Kommission ihren Kurs nicht ändert, wäre dies der bislang größte Rückschritt für die digitalen Grundrechte in der Geschichte der EU. Dies geschieht unter dem Radar, unter Verwendung von überstürzten und undurchsichtigen Verfahren, die darauf abzielen, eine demokratische Kontrolle zu umgehen.“ Konkret kritisieren sie unter anderem, dass die Kommission die gerade erst verabschiedeten Regeln für Künstliche Intelligenz in der EU aufweichen will. Auch der Rückbau der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) sei nicht akzeptabel.

Das EU-Parlament sieht die Gesetzesvorstöße zu Digitalisierung und KI-Regulierung allerdings auch kritisch. Fast alle Fraktionen kritisieren die im Dezember 2025 vorgelegten Vorschläge und warnen davor, hart erkämpfte Schutzstandards zugunsten von „Big Tech“-Unternehmen aufzuweichen. Ein Durchwinken des Omnibusses im Eiltempo halten die meisten Expert\*innen für ausgeschlossen.

red <<

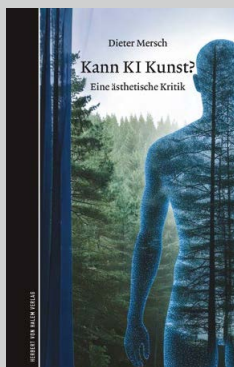


DSGVO ist die europaweite gesetzliche Verordnung zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung ihrer personenbezogener Daten. In ihr wird geregelt, wie Unternehmen, Organisationen, Behörden, aber auch Privatpersonen mit personenbezogenen Daten umgehen dürfen.

Anzeige

HERBERT VON HALEM VERLAG

Komplettes Programm unter <https://www.halem-verlag.de>



DIETER MERSCH

Kann KI Kunst?  
Eine ästhetische Kritik

2025, 412 S., 25 Abb., Broschur, 190 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-709-0 | 32,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-710-6 | 27,99 EUR



SIEGFRIED WEISCHENBERG

Schuld und Geheimnis.  
Bekenntnisse von Legenden in der deutsch-jüdischen Publizistik

2026, 716 S., Hardcover (Faden), 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-747-2 | 76,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-748-9 | 64,99 EUR

ISBN (ePub) 978-3-86962-749-6 | 64,99 EUR



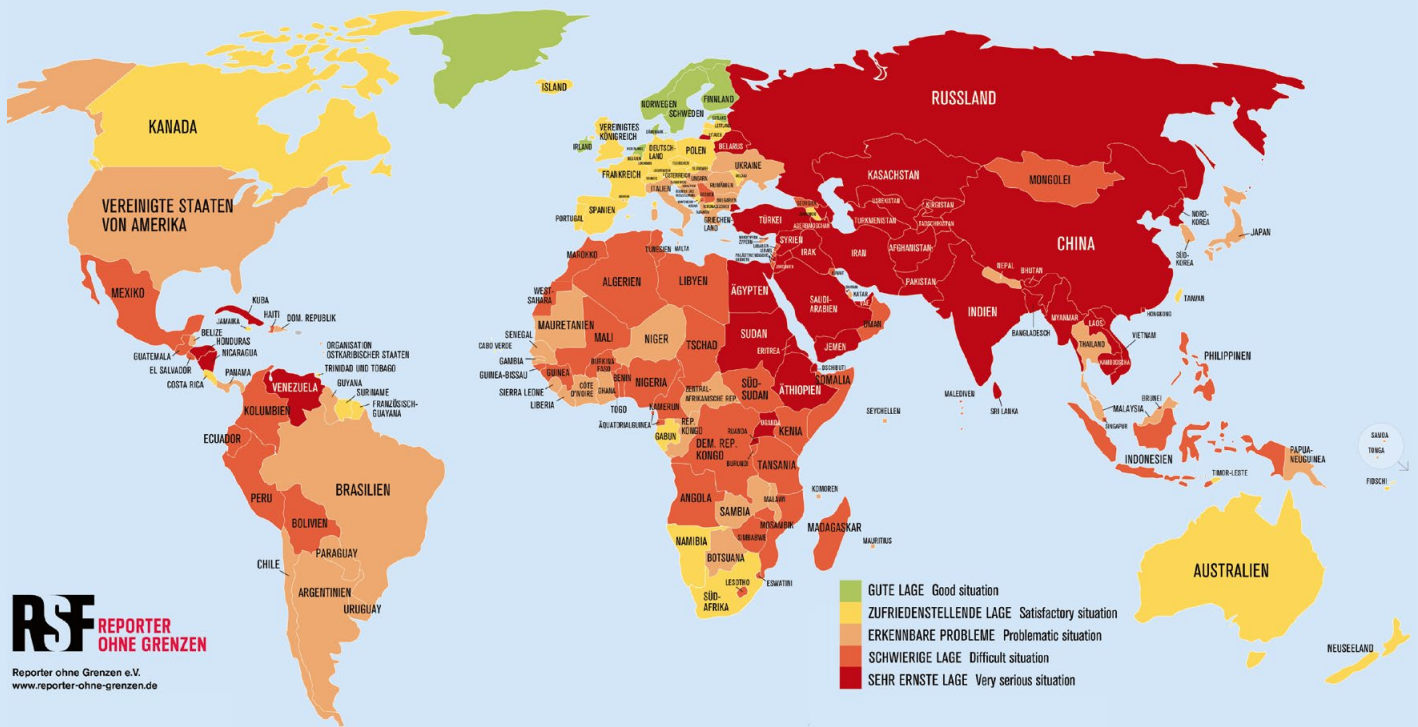
MICHAEL HALLER / WALTER HÖMBERG (Hrsg.)

Der Kampf um die Presse- und Medienfreiheit.  
Journalisten als Wegbereiter der Pressefreiheit und Demokratie

2026, 2., komplett überarbeitete Auflage, 344 S., 42 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-719-9 | 34,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-720-5 | 35,00 EUR



# „Um über ein Land zu berichten, muss man es spüren können“

**In autoritär regierten Staaten geraten auch ausländische Medienschaffende zunehmend unter Druck**

**E**inreiseverbote, die Verweigerung von Visa und andere Repressionen erschweren die Arbeit von Korrespondent\*innen. In vielen Fällen bleibt ihnen nur noch die Berichterstattung aus dem Ausland ohne direkten Zugang zum Land selbst. Seit der militärischen Eskalation im Nahen Osten Anfang März stehen dabei erneut Länder wie Iran im Fokus, aber auch Krisenregionen wie der Gazastreifen. Wie herausfordernd die Berichterstattung dort sein kann, hat die Nahostkorrespondentin für RTL und NTV, Shelly Blufarb, Mitte Februar in einem Facebook-Beitrag zusammengefasst. Als sogenannter Embed ist Journalist\*innen der Zugang zum Gazastreifen nur in Begleitung der israelischen Armee möglich: „Der Einblick ist begrenzt, aber dennoch wichtig, denn sonst würde man gar nichts aus Gaza sehen.“

Monatelang habe sie auf eine Einladung der israelischen Armee auf den Besuch gewartet, sagt sie. Nach dem Einsatz könne es eine militärische Zensur geben. Bilder würden manchmal geprüft, manches müsse gelöscht werden. „So wichtig ein Embed ist, er ersetzt keine freie, unabhängige Berichterstattung aus Gaza.“

Der Oberste Gerichtshof Israels hat im Januar die Entscheidung über freien, unabhängigen Zugang der Presse zum Gazastreifen erneut vertagt.

Die Organisation Reporter ohne Grenzen spricht von einem historischen Tiefstand der weltweiten Pressefreiheit. Das geht aus der 2025 veröffentlichten „Rangliste der Pressefreiheit“ hervor. In 90 von 180 analysierten Ländern sei die Situation für Medienschaffende demnach „schwierig“ oder „sehr ernst“. Für ausländische Journalist\*innen stellt sich damit die Frage: Wie berichten sie über Länder und Regionen, in die sie nicht einreisen dürfen?

## Akkreditierung entzogen

Hasnain Kazim kennt die Situation aus eigener Erfahrung. 2016 musste der damalige Spiegel-Korrespondent die Türkei verlassen. Wegen seiner Kritik an Präsident Erdoğan und der AKP wurde er massiv angefeindet und erhielt Morddrohungen. „Als meine Akkreditierung nicht verlängert wurde, bin ich trotzdem noch drei weitere Monate geblieben, obwohl ich offiziell keine mehr hatte“, erinnert sich Kazim im Gespräch mit M. „Ich wollte mich nicht einfach hinausdrängen lassen.“ Dann sei ihm von Seiten der türkischen Regierung klargemacht worden, dass eine Anklage gegen ihn vorbereitet werde: Wegen Präsidentenbeleidigung, Unterstützung einer terroristischen Organisation und Verbreitung von Terrorpropaganda. Die Spiegel-Chefredaktion habe daraufhin entschieden, dass er das Land verlassen müsse, da man ihn im Ernstfall nicht schützen könne.

Das sei eine verantwortungsvolle Entscheidung gewesen, sagt Kazim heute, und gleichzeitig der Anfang vom Ende seiner intensiven Berichterstattung über die Türkei. „Mir war klar, dass ich das auf Dauer nicht aus dem Ausland machen kann, auch wenn ich weiterhin mein Netzwerk in der Türkei hatte und politisch sehr gut informiert war“, sagt der mittlerweile in Wien lebende Journalist und Autor. Eine Zeit lang funktionierte das, man könne seine Kontakte nutzen und Gesprächspartner finden. „Aber es ist keine befriedigende Situation. Um über ein Land zu berichten, muss man dort sein, sich bewegen und das Land spüren können.“

## Unverhohlene Drohungen

Kazim spricht von einem „Damoklesschwert“, das in autoritär regierten Ländern die Arbeit behindere. „Damit spielen die Behörden. Sie sagen mehr oder weniger unverhohlen, wenn du so berichtest, dass es uns nicht passt, kann es sein, dass du im nächsten Jahr keine Akkreditierung mehr bekommst.“

Für Journalist\*innen, die in den jeweiligen Ländern lebten, Familie hätten oder wirtschaftlich gebunden seien, sei das besonders schwierig. „Für mich als Angestellten beim Spiegel war es einfacher, weil ich im Zweifel sagen konnte: Dann muss ich das Land eben verlassen.“

In der Rangliste der Pressefreiheit belegt die Türkei Platz 159 von 180, zwischen Pakistan und Venezuela. Doch auch Regionen, die bisher durch eine weniger repressive Medienpolitik aufgefallen sind, verschlechtert sich die Lage zunehmend. Die britische Bloomberg-Reporterin Rebecca Choong Wilkins musste im Sommer 2025 Hongkong nach sechs Jahren verlassen. Nach Angaben des dortigen Vereins der Auslandskorrespondenten hätten die Behörden der chinesischen Sonderverwaltungszone einen Antrag auf eine Visumverlängerung ohne Begründung abgelehnt.

Auf den ersten Blick könne man denken, dass journalistische Arbeit in Hongkong relativ frei sei, sagt Christopher Resch von Reporter ohne Grenzen auf Anfrage von M. Man müsse sich jedoch die jeweiligen Kontexte genauer ansehen. Hongkong habe lange als Bastion der Pressefreiheit gegolten, als Ort, an dem journalistisches Arbeiten vergleichsweise frei möglich war. „Dann verabschiedete die von China kontrollierte Regierung ein sogenanntes Sicherheitsgesetz, das weniger der Sicherheit diene als vielmehr dazu, Meinungs- und Pressefreiheit sowie andere Grundrechte drastisch einzuschränken.“

## Gesetze gegen kritische Medien

Das habe auch im Zusammenhang mit den Demokratie-Protesten in Hongkong 2019 und 2020 gestanden. „Die meisten inhaftierten Medienschaffenden zählen wir weiterhin in China, was auch an der Größe des Landes liegt“, sagt Resch. Laut RSF haben die Behörden seit Inkrafttreten des „Sicherheitsgesetzes“ 2020 mindestens zehn Journalist\*innen ein Visum oder die Einreise verweigert. Das von Peking erlassene Gesetz, das am 30. Juni 2020 in Kraft trat, erlaubt den Behörden unter weit gefassten Vorwürfen wie Subversion, Sezession oder Zusammenarbeit mit ausländischen Kräften ein hartes Vorgehen gegen Oppositionelle, Aktivist\*innen und kritische Medien.

Auch für Hasnain Kazim ist die Bedrohungslage noch lange nicht vorbei, die Vorwürfe der türkischen Behörden gegen ihn sind nicht vom Tisch. „Vielleicht würde bei einer Einreise nichts passieren, vielleicht würde mir die Einreise verweigert“, sagt er. Das wäre noch verkraftbar. Das Risiko sei jedoch, dass er festgenommen werde und Tage, Wochen oder länger im Gefängnis verbringen müsste. „Ich kann erst wieder in die Türkei reisen, wenn Erdoğan und sein Umfeld nicht mehr an der Macht sind.“

**Martin Niewendick** <<

*Hasnain Kazim, früherer Türkei-Korrespondent, ließ sich 2016 in Istanbul fotografieren, ehe er die Türkei verlassen musste.*

*Foto: dpa/Can Merey*





Abb: Meydan TV

## Aktion für inhaftierte Journalist\*innen, Aserbaidtschan

# Medizinische Hilfe wird verweigert



illkürlich inhaftiert zu sein ist das eine, in der Haft krank zu sein und die dringend erforderliche medizinische Versorgung nicht zu erhalten ist das andere. Genau das müssen gerade mehrere Journalist\*innen in Aserbaidtschan erleiden.

Zwölf Journalist\*innen des Nachrichtensenders Meydan TV und mit ihm verbundener Medienunternehmen stehen derzeit in Aserbaidtschan vor Gericht. Die meisten von ihnen wurden bereits im Dezember 2024 wegen fadenscheiniger Vorwürfe festgenommen und sind seitdem inhaftiert. Weitere Festnahmen erfolgten im Februar, Mai und August 2025. Amnesty International ist überzeugt, dass ihre strafrechtliche Verfolgung politisch motiviert und Teil des harten Vorgehens der Regierung gegen unabhängige Medien ist.

Bei mindestens drei der Inhaftierten hat sich der Gesundheitszustand stark verschlechtert, weil man ihnen die nötige medizinische Versorgung verweigert.

Zusätzlich leiden sie unter den schlechten Haftbedingungen wie überfüllten Zellen. Die Unterbringung von 15 bis 18 Menschen in Zellen, die für acht bis zehn Personen ausgelegt sind. Unhygienische Bedingungen, wie Toiletten innerhalb der Schlafbereiche, sind üblich.

Dazu kommen sexualisierte Belästigungen und Drohungen sowie psychische Gewalt. Besonders gefährdet sind Shamsad Agha („Aghayev“), der an einem Magengeschwür leidet, Aynur Ganbarova („Elgunash“), die nach einer Operation Physiotherapie benötigt und Ulviyya Guliyeva („Ali“), die wegen einer chronischen Erkrankung wöchentliche Injektionen benötigt. Darüber hinaus berichtete die Journalistin Ulviyya Guliyeva, dass man ihr zwei Mal gedroht habe, sie zu vergewaltigen und sie im gleichen Monat von drei Polizeibeamt\*innen körperlich angegriffen wurde. Ihre Vorwürfe wurden ebenso wie ähnliche von Kolleg\*innen nicht wirksam untersucht.

Die Anklagen gegen die zwölf Journalist\*innen sind konstruiert. Sie werden beschuldigt, gegen Aserbaidtschans Finanzvorschriften verstoßen zu haben. Diese Vorschriften sind jedoch unangemessen restriktiv und zielen offensichtlich darauf ab, unabhängigen Medien und NGOs die Geldmittel zu entziehen. Denn sie machen jede unabhängige Finanzierung rechtswidrig, sofern sie nicht ausdrücklich von der Regierung genehmigt ist. Eine solche Genehmigung wird die Regierung kritischen Medien jedoch niemals erteilen. Die angeklagten Journalist\*innen wurden unter dem Vorwurf des „Schmuggels von Devisen“ angeklagt. Im Fall von Meydan TV kommt noch der Vorwurf der „illegalen unternehmerischen Tätigkeit“ gemäß Paragraph 192.2.2 des Strafgesetzbuchs hinzu.

Seit November 2023 haben die aserbaidtschanischen Behörden fast 30 Journalist\*innen und andere Medienschaffende willkürlich verhaften lassen. Ihre Inhaftierung ist Teil eines verschärften Vorgehens gegen unabhängige Stimmen und abweichende Meinungen im Land.

**Harald Gesterkamp <<**

**Was können Sie tun?** Schreiben Sie an den aserbaidtschanischen Präsidenten und fordern Sie die sofortige und bedingungslose Freilassung der zwölf inhaftierten Journalistinnen und Journalisten von „Meydan TV“. Dringen Sie darauf, dass die Inhaftierten bis zu ihrer Freilassung die erforderliche medizinische Versorgung erhalten.

### Schreiben Sie auf Aseri, Englisch, Russisch oder Deutsch an:

Ilham Aliyev · President of Azerbaijan  
Office of the President of Azerbaijan  
19 Istiqlaliyyat Street · Baku AZ1066  
ASERBAIDSCHAN

E-Mail: [office@pa.gov.az](mailto:office@pa.gov.az) · X: @presidentaz

### Senden Sie eine Kopie an:

BOTSCHAFT DER REPUBLIK ASERBAIDSCHAN  
S.E. Herrn Nasimi Aghayev  
Hubertusallee 43 · 14193 Berlin  
Fax: (030) 219 161 52 · E-Mail: [berlin@mission.mfa.gov.az](mailto:berlin@mission.mfa.gov.az)

# Kreativ für Tarif

**Gleicher Lohn für gleiche Arbeit: Qualität und Vielfalt sichern**



**„Volle Portion für alle“ – mit großem Engagement wollen die Mitarbeitenden der tariflosen Tochtergesellschaften von Ostsee-Zeitung (Rostock) und Lübecker Nachrichten der Zweiklassen-Gesellschaft ein Ende bereiten. Streik ist dabei nur eine Option.**

Wenn die Geschäftsleitung einlädt, dann sollen Gewerkschaften draußen bleiben? Von wegen! Der mit viel Eigenlob zelebrierte „Tag der OZ“ bot für die gewerkschaftlichen Vertrauensleute der Ostsee-Zeitung die Gelegenheit, allen Kolleg\*innen bewusst zu machen, dass die lautstark beschworene Geschlossenheit nur ein Slogan ist. Sie verteilten Beutel mit Schokolade, Flugblättern und anderem Material, um über den Stand der Haustarifverhandlungen zu informieren.

Bei der zwischen Grevesmühlen und Usedom erscheinenden Zeitung gibt es nämlich Journalist\*innen erster und zweiter Klasse. Die „Alten“ sind bei der Ostsee-Zeitung GmbH & Co. KG beschäftigt. Sie ist Mitglied im Verband Zeitungsverlage und Digitalpublisher Norddeutschland (VZN) und damit tarifgebunden. Die „Jungen“ hingegen haben einen Arbeitsvertrag mit der MV Media GmbH & Co. KG (MVM) bekommen. Dabei handelt es sich um eine hundertprozentige Tochter der OZ, aber eben – bislang – tariflos.

Für Redakteur\*innen der „Alt-OZ“ – Wochenarbeitszeit: 36,5 Stunden – gelten andere

Schichtpläne als für die MVM-Kolleg\*innen (40 Stunden/Woche). Vor allem aber werden sie für die gleiche Arbeit deutlich schlechter entlohnt – bis zu 30 Prozent beträgt das Minus.

Der Abstand hat sich mit dem jüngsten Tarifabschluss noch vergrößert. Denn während es in der Fläche gelungen ist, die Entwertung journalistischer Arbeit auszugleichen, gewährte die Geschäftsleitung für die MVM nur einen mageren Aufschlag von zwei Prozent nach jahrelangen Null-Runden.

Die ungleiche Behandlung führt auch bei den Lübecker Nachrichten (LN) zu Frust. Der entlud sich in einem Warnstreik, nachdem die Aufforderung zur Aufnahme von Verhandlungen zunächst abgelehnt hatte. Der Rückhalt unter den Mitarbeitenden mit Tarif ist groß: Als die „Tariflosen“ die Teilnahme an der Firmenweihnachtsfeier absagten, solidarisierten sich zahlreiche Kolleg\*innen. OZ und LN gehören übrigens beide zur Mediengruppe Madsack. Größter Gesellschafter des Konzerns ist die SPD-Medienholding ddvg.

Mit ihrer Kampagne „Unser Land braucht seine Zeitungen. Qualität und Vielfalt sichern“ haben sich die dju in ver.di und der DJV als Akteure in der politischen Debatte etabliert. Daran knüpft die neue Plakatkampagne an, die – zunächst in der Rostocker Innenstadt rund um das OZ-Medienhaus – für die Forderung nach „voller Portion für alle“ wirbt: „Weil alle Kolleginnen und Kollegen der Ostsee-Zeitung einen Tarifvertrag verdienen!“

Die Ideen werden beim wöchentlichen Tarif-Update entwickelt. Immer donnerstags gibt es um 11:55 Uhr ein Treffen, an dem die Kolleg\*innen der elf Außenstandorte teilnehmen können. Dass die Belegschaft hinter der Forderung steht, zeigt auch der steigende Organisationsgrad. Bei MVM wie LN-Media sind viele in die Gewerkschaft eingetreten, weil sie die Ungleichbehandlung beenden wollen. Und der Druck wirkt: bei der OZ bewegen die Verhandlungspartner langsam aufeinander zu und auch für LN Media haben Gespräche über einen Haustarif begonnen.

**Herbert Steinfort <<**

**Gemeinsam für  
bessere Tarifbedingungen  
bei der Ostsee-Zeitung.**

Foto: ver.di





Streikende beim NDR in Hamburg-Lokstedt

Foto: verdi

# Kämpferischer Auftakt im ÖRR

**I**n politisch umkämpften Zeiten beginnen auch im ÖRR die Tarifverhandlungen. Im Dezember gab ver.di die Forderungen im öffentlichen-rechtlichen Rundfunk (ÖRR) bekannt. Sie betreffen mehr als 40.000 Festangestellte und arbeitnehmerähnliche Freie in ARD, ZDF und Deutschlandradio. Es geht dabei unter anderem um Gehalts- und Honorarsteigerungen von 7 Prozent, mindestens jedoch 300 Euro monatlich.

Mit einem bundesweiten Aktionstag Ende Februar forderten die Beschäftigten ihre Arbeitgeber auf, endlich in Verhandlungen über angemessene Gehälter und Honorare sowie über Entlastungstage einzutreten.

Bei MDR, NDR, WDR, SWR und BR forderten die Beschäftigten die Senderleitungen auf, ihre Verzögerungstaktik aufzugeben und konstruktiv zu verhandeln.

Seit Ende Januar verweigern die Senderleitungen ernsthafte Gespräche. Beim Bayerischen Rundfunk wurden nicht einmal Verhandlungstermine benannt.

Beim MDR steht ver.di vor zusätzlichen Herausforderungen, um einen weiteren Reallohnverlust zu verhindern. Der Sender hatte bereits Sparmaßnahmen angekündigt. Die Beschäftigten wenden sich aber entschieden gegen weitere Einbußen, gegen eine Abkopplung von anderen Rundfunkanstalten sowie gegen eine Entkopplung vom öffentlichen Dienst.

Auch die Beschäftigten der Deutschen Welle, die sich derzeit noch nicht in Tarifverhandlungen befinden, beteiligten sich am Aktionstag. Anlässlich des Equal Pay Day machten sie auf die anhaltende Ungleichbezahlung von Frauen und Männern aufmerksam und riefen zur Solidarität mit den Beschäftigten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf. <<



orderungen

**Die ver.di-Tarifkommissionen im ÖRR fordern:**

- **Gehalts- und Honorarsteigerungen:** 7 Prozent, mindestens jedoch 300 Euro monatlich.
- **Nachwuchskräfte:** Für Lernende wie Auszubildende, Dual Studierende und Volontärinnen und Volontäre sollen die Vergütungen um 200 Euro monatlich steigen.
- **Soziale Komponenten:** Offenheit für Verbesserungen bei der Alterssicherung für Freie, Freistellungen für Sorgearbeit und ähnliche soziale Maßnahmen, die auf das Volumen der Tarifierhöhung angerechnet werden können.

## UCI: Keine unendliche Geschichte

Nach intensiven und konstruktiven Verhandlungen haben sich ver.di und die United Cinemas International (UCI) im Tarifkonflikt in der dritten Verhandlungsrunde auf ein Tarifergebnis verständigt. „Damit sind weitere Streiks in den UCI-Kinos vorerst abgewendet“, so ver.di-Verhandlungsführer Andreas Köhn.

Rückwirkend zum 1. Januar 2026 steigen die Gehälter der Beschäftigten in vier Stufen um insgesamt 6,8 Prozent. Für Mitarbeitende, die bislang lediglich den gesetzlichen Mindestlohn erhalten haben, bedeutet dies eine spürbare Verbesserung sowie entsprechende Nachzahlungen. Darüber hinaus wird die Jahressonderzahlung

in zwei Stufen auf 1.000 Euro angehoben. Auch die Zuschläge werden erhöht und damit die Arbeitsbedingungen insgesamt weiter verbessert. Der Tarifvertrag hat eine Laufzeit von 24 Monate.

Köhn lobte die konstruktiven Gespräche: „Bei allen unterschiedlichen Interessen waren es jederzeit respektvolle Verhandlungen.“ UCI habe – trotz wirtschaftlich herausfordernder Zeiten – die Arbeit der Kolleg\*innen in den Kinos wertgeschätzt. „Eine wesentliche Rolle für den erfolgreichen Abschluss spielte auch die hohe Streikbereitschaft unter den Beschäftigten, die den Verhandlungen zusätzlichen Nachdruck verliehen hat“, betonte er. <<

## dpa: Beginn Tarifverhandlungen

Für die Nachrichtenagentur dpa, ihre Landesbüros und die dpa-Tochterunternehmen im zentralen Newsroom in Berlin haben die Tarifverhandlungen am 15. Januar 2026 begonnen.

ver.di fordert eine einheitliche Erhöhung aller Gehälter um einen Festbetrag von 350 Euro im Monat. In der dpa, dem deutschen Branchenführer unter den Nachrichtenagenturen, sind von der Tarifverhandlung etwa 800 Beschäftigte

betroffen, die für die unterschiedlichen Dienste für Print, Rundfunk und Digitalmedien tätig sind.

Nach Berechnungen von ver.di würden die Tarifierhöhungen für die meisten Beschäftigten Erhöhungen zwischen fünf bis 9,5 Prozent ausmachen. In den ersten zwei Verhandlungsrunden hat die Geschäftsführung der dpa kein eigenes Angebot vorgelegt. <<

## Tarifeinigung bei Thomson Reuters

In den Verhandlungen über den Gehaltstarifvertrag für Editorial haben erzielte ver.di am 11. Februar 2026 eine Einigung mit der Geschäftsführung. Hier die Eckpunkte der Entgelterhöhungen für die 113 Tarif-Beschäftigten ab 1. April 2026:

- Alle Tarifgehälter steigen um monatlich 155 Euro.
- Performancezulagen von 1200/900/650/450 Euro jährlich für Far Exceeded/Exceeded/Achieved/Partially Meets.
- Für Beschäftigte in Elternzeit 650 Euro.

Der neue Tarifvertrag hat eine Laufzeit von zwölf Monaten bis zum 31. März 2027.

Im Ergebnis erhalten fast alle Beschäftigten monatlich mindestens 205 Euro mehr. Zusammen bringen Tarifgehälter und eine Performancezulage Achieved im Durchschnitt eine Erhöhung um 3,5 Prozent. Das sind dauerhafte Anhebungen. <<

## Impressum

### M 1/2026 Jhg. 75. Menschen Machen Medien

Das medienpolitische Magazin von ver.di erscheint vier Mal im Jahr als Print-Ausgabe mit jeweils einem Schwerpunktthema. **M Online** berichtet aktuell aus der Medienbranche: [mmm.verdi.de](http://mmm.verdi.de)

**Herausgeber:** ver.di Bundesvorstand, Frank Werneke, ver.di-Vorsitzender.

Christoph Schmitz-Dethlefsen, Leiter Ressort 7

**Redaktion:** ver.di Bundesverwaltung, M Redaktion, Julia Hoffmann (verantw.), Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin. Tel: 030/69 56 23 26.

Fax: 030/69 56 36 57. Mail: [Julia.Hoffmann@verdi.de](mailto:Julia.Hoffmann@verdi.de)

Für unverlangt eingesandte Artikel und Bilder übernimmt die Redaktion keine Verantwortung.

Gezeichnete Beiträge stimmen nicht immer mit der Meinung der Redaktion überein.

[www.facebook.com/menschenmachenmedien](https://www.facebook.com/menschenmachenmedien)

[www.instagram.com/menschenmachenmedien](https://www.instagram.com/menschenmachenmedien)

### Anzeigen:

ASK Agentur für Sales und Kommunikation GmbH, Bülowstr. 66, 10783 Berlin,

Fax 030/740 73 16 75. [anzeigen@ask-berlin.de](mailto:anzeigen@ask-berlin.de).

Ansprechpartnerin: Simone Roch.

Tel. 030/740 73 16 32.

Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 31 gültig ab 1.2.2026.

**Abonnement:** Verlagsgesellschaft W.E. Weinmann mbH, Postfach 1207, 70773 Filderstadt.

Tel 0711/700 15-30, [service@verlag-weinmann.com](mailto:service@verlag-weinmann.com)

Für Mitglieder der Medien-Fachgruppen ist die Bezugsgebühr im Mitgliedsbeitrag erhalten. Jedes Heft kostet 9 Euro (inklusive MwSt.).

ver.di-Mitglieder aus anderen Fachgruppen können M zu einem ermäßigten Preis abonnieren.

**Gestaltung:** Petra Dreßler, [vision-und-gestalt.de](http://vision-und-gestalt.de)

**Druck und Vertrieb:** L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG, Marktweg 42-50, 47608 Geldern

### Redaktionsschluss M:

M 01.2026: 18. März 2026

M 02.2026: 19. Mai 2026

**Intern. Standard Serial Number**

ISSN-Nr.: 09 46 - 11 32

# THE UNCENSORED LIBRARY

Die erste Bibliothek für Pressefreiheit innerhalb eines Computerspiels.

Selbst in autoritären Ländern, in denen Medien zensiert werden, ist das Computerspiel Minecraft weiterhin frei zugänglich. Die Uncensored Library nutzt dieses Schlupfloch, um die Internetzensur in diesen Ländern zu umgehen und macht unabhängigen Journalismus wieder verfügbar.

Mit Ihrer Hilfe finanziert Reporter ohne Grenzen kreative Projekte wie dieses. Bitte spenden Sie jetzt:

[www.reporter-ohne-grenzen.de/spenden](http://www.reporter-ohne-grenzen.de/spenden)

