DJV NRW
01_2026

JOURNAL

WIEDER ZWEI WENIGER

UMBRÜCHE IN DER NRW-ZEITUNGSLANDSCHAFT

NACH DEM BEBEN
WIE ES BEI RTL WEITERGEHT

#DURCHSTARTEN26
POWER FÜR DEN NACHWUCHS

+++ EINLADUNG AN ALLE MITGLIEDER +++ VIRTUELLE WAHLVERSAMMLUNG AM 10. JUNI +++ EINLADUNG AN ALLE MITGLIEDER +++

Im Bild: Karten an die Redaktion der Kölnischen Rundschau, nachdem das Aus verkündet war.

Foto: Nabil Hanano

JOURNALISTINNEN UND JOURNALISTEN SIND IM DJV.

www.djv-nrw.de

DJV NRW

Deutscher Journalisten-Verband
Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten
Landesverband Nordrhein-Westfalen e.V.

Editorial von Andrea Hansen

IM SCHLEUDERGANG



Foto: Uwe Voelkner/ Fotoagentur FOX

So ähnlich muss sich eine Katze fühlen, die aus Versehen in die Waschmaschine geklettert ist. Die Weltlage schleudert uns schwindelig – und die Medienbranche schaltet noch ein paar Schleuderstufen hoch: Die Diskussion zu KI pendelt irgendwo zwischen Heilsbringer und Endzeit-Szenario, Transformationsprozesse spülen Teams und Routinen einmal gründlich durch. Und dann sind da noch diese Nachrichten, bei denen man später genau weiß, wo man war, als es „Ping" machte.

Diesen Montag im März wird man in Westfalen so schnell nicht vergessen. Kurz nach der Übernahme der Kölnischen Rundschau durch DuMont kommt die Eilmeldung: Die Rheinische Post AG will die Westfälische Medien Holding übernehmen. Mal eben die Ära Aschendorff als Zeitungsverlag nach knapp 300 Jahren beenden. Kann man machen. In der sportlichen Metaphernwelt würde man das wohl einen Wirkungstreffer nennen. Für alle, die bisher glaubten, der Lauf der Dinge lasse sich mit ein bisschen Lokalstolz aufhalten, ist es eher ein Schlag in die Magengrube.

Aus einem (im weitesten Sinne) im Rheinland sehr gut aufgestellten Regionalverlag wird per Zukauf ein Player, der den NRW-Markt nun fast flächendeckend bespielt. Der Norden des Landes kann der Welt noch so oft erzählen, dass hier die Weltmarktführer sitzen und Coesfeld die niedrigste Arbeitslosenquote der Republik hat – für ein eigenständiges Zeitungshaus hat es im Münsterland trotzdem nicht mehr gereicht. Das kratzt am Selbstbild: an dem der früheren Zeitungsverlegerfamilie, an dem der Münsteranerinnen und Münsteraner, an dem der Beschäftigten – und es kratzt, ob sie will oder nicht, auch an der Medienpolitik.

Medienminister Nathanael Liminski warnt aus der Heimat des neuen Eigentümers einerseits vor einem Verlust an Medien- und Perspektivenvielfalt in der lokalen Berichterstattung. Andererseits kündigt er an, sich weiter dafür stark zu machen, die Mehrwertsteuer auf Presseprodukte am liebsten auf null zu senken. Die gute alte Gießkanne: Mit der Hoffnung, dass dann ein buntes Staudenbeet gedeiht – und nicht nur eine hübsch subventionierte Primel-Plantage, die während der ersten Dürreperiode eingeht.

Ja, ich weiß, es sind die immer gleichen Klagen. Man mag sich selbst kaum noch zitieren. Aber es wird nicht falsch, nur weil wir es seit Jahren wiederholen: Eine Subvention ohne kluges Begleitprogramm ist eine Hochrisikoinvestition in den Erhalt der Vielfalt. Der Totalverlust ist vorstellbar.

Vielleicht ist es Zeit, dass wir aufhören, dem Medienwandel aus der schleudernden Trommel zu winken. Wir sollten lieber anfangen zu gestalten, wo wir landen wollen, wenn die Maschine endlich stehen bleibt.

Falls wir alle noch zu einem klaren Gedanken in der Lage sind - Medienmanager, Medienpolitiker und Medienschaffende …

Es grüßt euch eine leicht ermattete Andrea

IMPRESSUM:

Nr. 1/26, 59. Jahrgang, April 2026. Offizielles Organ des Deutschen Journalisten-Verbands, Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten, Landesverband Nordrhein-Westfalen e.V.
40010 Düsseldorf, Postfach 10 19 62
Telefon: 0211/2 33 99-0; Telefax: 0211/2 33 99-11
zentrale@djv-nrw.de

Herausgeber:
Deutscher Journalisten-Verband, Landesverband NRW e.V.
Verantwortlich: Andrea Hansen (V.i.S.d.P.)
Redaktion und Koordination:
Corinna Blümel, Carmen Molitor
Anschrift der Redaktion:
40010 Düsseldorf, Postfach 101962
Telefon: 0211/2 33 99-36; Telefax: 0211/2 33 99-11
redaktion@djv-nrw.de

Verantwortlich für Sonderveröffentlichungen:
RDN Verlags GmbH (V.i.S.d.P., Adresse rechts)
Veröffentlichungen, die nicht ausdrücklich als eine Stellungnahme des Landesvorstands des DJV-Landesverbands NRW gekennzeichnet sind, stellen die persönliche Meinung des Verfassers dar. Keine Gewähr für unverlangt eingesandte Manuskripte.

Erscheinungsweise:
Quartalsweise, das Erscheinen der jeweils ersten Ausgabe des Jahres verschiebt sich in Abhängigkeit vom Termin der Gewerkschaftstags. Bei Verzögerungen oder Nichterhalt wenden Sie sich sofort an den DJV-Landesverband NRW. Adressänderungen bitte direkt an die Geschäftsstelle des DJV-Landesverbands NRW.

Der Bezugspreis ist im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Verlag:
RDN Verlags GmbH
Anton-Bauer-Weg 6 | 45657 Recklinghausen
Telefon: 0 23 61/49 04 91-10; Telefax: 0 23 61/49 04 91-29

Anzeigen:
Schürmann + Klagges GmbH & Co. KG
Anzeigenberatung: Tobias Röhrig
Telefon: 0234/9214-114
tobias.roehrig@skala.de

Mediadaten zum Download unter journal-nrw.de/mediadaten

Druck:
Silber Druck oHG
Otto-Hahn-Straße 25 | 34253 Lohfelden

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf

journal-nrw.de

Nachhaltig gedruckt mit Ökofarben auf FSC-zertifiziertemPapier.

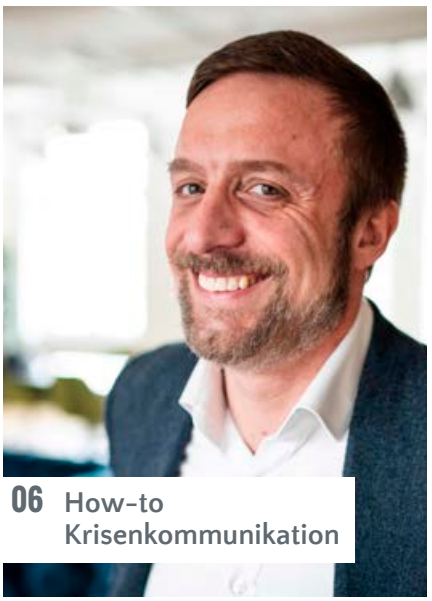


12 Umbrüche in der NRW-Zeitungslandschaft

Foto: Nabil Hanao

„In der Krise ist keine Zeit für Abstimmungen über jede Formulierung.

Marcus Ewald, Geschäftsführer und Gesellschafter von Dunkelblau



06 How-to Krisenkommunikation

Foto: Dunkelblau GmbH & Co. KG / Dennis Williamson

EDITORIAL

03 Im Schleudergang. Andrea Hansen zum Medienwandel

HOW-TO

06 „Jede Krise geht vorbei“: Interview Marcis Ewald

TITELTHEMA

12 Umbrüche in der NRW-Zeitungslandschaft

20 Es geht nicht nur um Größe: Interview Volkmar Kah

24 Lokalfunk auf dem Weg zum Regionalfunk?

MEDIENSZENE

28 RTL: Nach dem Beben

30 Bei der Deutschen Welle droht ein Stellenabbau

31 Ticker Medienszene: Deutsche Welle, Deutschlandfunk, Grimme-Institut, RTL und WDR

+++ EINHEFTER VIRTUELLE WAHLVERSAMMLUNG +++ AB SEITE 39 +++



Foto: Alexander Schneider

36 #durchstarten26: Power für den Nachwuchs

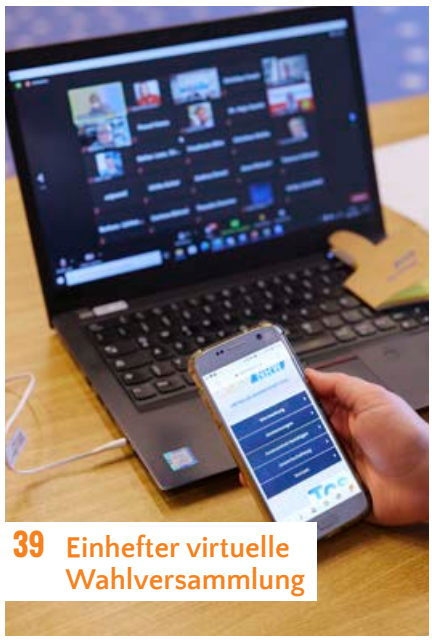


Foto: Alexander Schneider

39 Einhefter virtuelle Wahlversammlung



Foto: Alexander Schneider

52 Volo-Campus: Lokaljournalismus aus junger Perspektive

MEDIENPOLITIK

35 Rundfunkänderungsgesetz verabschiedet

VOLO-CAMPUS

52 Lokaljournalismus aus junger Perspektive

MEIN DJV

36 #durchstarten26
58 Vor Ort

44 PRESSESTELLEN

UND SONST ...

08 Das Bild
10 Navigator
56 Seminare
66 Letzte Seite – Abschied von Charlie

„JEDE KRISE GEHT VORBEI“

Wenn bei Cyberangriffen Server ausfallen oder in anderen Krisen Gerüchte kursieren, zählt vor allem eines: klare, ehrliche Kommunikation. Krisenexperte Marcus Ewald erklärt, warum Schweigen keine Strategie ist, wie Organisationen Sprechfähigkeit sichern und weshalb ein verlässlicher Takt nach innen und außen über Vertrauen und Glaubwürdigkeit entscheidet.

Von Daniel Rustemeyer

JOURNAL: Wie wichtig ist Kommunikation, wenn alles zusammenbricht?
Marcus Ewald: Sie ist entscheidend. Kommunikation sichert Vertrauen, zeigt Handlungsfähigkeit und schützt das Image. Wichtig ist ein verlässlicher Rhythmus nach innen und außen – bei Cyberangriffen etwa tägliche Updates. Manchmal lautet die Botschaft: Es gibt nichts Neues. Auch das schafft Orientierung. Intern nennen wir das „Klaviermusik“: ein gleichmäßiger Takt, der Ruhe vermittelt. Frühzeitige Hintergrundgespräche mit Medien reduzieren Spekulationen. Beschönigen darf man nichts. Kommunikation muss sich an der Realität orientieren.

JOURNAL: Woran erkennt man früh eine Kommunikationskrise?
Ewald: Wenn reguläre Strukturen nicht mehr ausreichen und Entscheidungen schneller fallen müssen als gewohnt. Zugleich drohen Stakeholder, ihr Verhalten zu ändern, weil sie enttäuscht sind. Selbst unbegründete Enttäuschung wirkt – wenn sie geglaubt wird. Dann entsteht eine Krise.

JOURNAL: Was dominiert, wenn Server ausfallen und Informationen bruchstückhaft sind?
Ewald: Das Gefühl, zu wenig zu wissen. Das erzeugt Druck. Manche reagieren hektisch, andere gelähmt. Hinzu kommt die Angst vor Schuldzuweisungen. Organisationen, die investigatives Nachfragen nicht gewohnt sind, empfinden Medienrecherche schnell als Angriff. Dabei ist sie legitimer Teil journalistischer Arbeit.

JOURNAL: Wie verändert Unsicherheit die Kommunikation?
Ewald: Viele Verantwortliche sprechen am liebsten dann, wenn gesicherte Informationen vorliegen. In Cyberlagen fehlt diese Sicherheit. Der Impuls, dann lieber zu schweigen, ist meist falsch. Unsere Aufgabe ist, Sprechfähigkeit herzustellen: Was wissen wir, was können wir belastbar sagen? Vertuschen lohnt sich nicht. Glaubwürdigkeit entsteht durch transparente, langfristig tragfähige Strategien.

JOURNAL: Was ist die erste große Entscheidung in der Krise?
Ewald: Der Zeitplan: Gibt es Fristen oder Gremientermine? Dann Zuständigkeiten klären: Wer spricht, wer erstellt, wer gibt frei? Schließlich die Grundstrategie – hier sind drei Varianten typisch. Erstens die Opfer-Strategie: ein Ereignis außerhalb unseres Einflusses, etwa ein krimineller Angriff. Zweitens die Unfall-Strategie: Trotz Compliance ist im Betrieb etwas passiert; wir belegen Sorgfalt, handeln und lernen. Drittens Verantwortung: Das Problem ist systemisch, wir tragen Mitschuld. Dann braucht es Anerkennung, gegebenenfalls Entschuldigung oder Veränderung. Entscheidend ist Konsistenz. Strategie-Hopping zerstört Glaubwürdigkeit.

JOURNAL: Wie priorisieren Sie Stakeholder?
Ewald: Über eine klare Kommunikationskaskade: intern vor extern. Niemand sollte aus den Medien erfahren, was im eigenen Haus geschieht. Politische Gremien brauchen zudem kurze, belastbare Antwortoptionen.

JOURNAL: Was sind typische Fehler?
Ewald: Zu optimistische Versprechen. Besser ist ein realistischer Zwischenstand. Auch mangelnde Empathie schadet: Wer die Motive Betroffener nicht versteht, reagiert am Problem vorbei. Und unterschiedliche Botschaften untergraben Vertrauen – entscheidend ist das Sprechen mit einer Stimme.

JOURNAL: Wie muss eine krisenfeste Pressestelle aufgestellt sein?
Ewald: Sie sollte mindestens zwei getrennte Rollen aufweisen: Organisation und Sprecherfunktion. Wer beides zugleich übernimmt, wird überrollt. Hinzu kommen Monitoring und Koordination. Vorab muss klar sein, wer entscheidungsbefugt ist, sonst droht die Freigabefalle.

JOURNAL: Welche Rolle spielt die Leitung?
Ewald: In schweren Krisen erwarten Menschen sichtbare Verantwortung. Die Leitung sollte Präsenz zeigen und zentrale Botschaften setzen. Das operative Tagesgeschäft liegt bei der Kommunikationsführung.

JOURNAL: Welche Entscheidungswege funktionieren?
Ewald: In der Krise ist keine Zeit für Abstimmungen über jede Formulierung. Ohne klare Entscheidung entsteht keine Linie. Schlechte Entscheidungen sind oft weniger schlimm als keine. Spekulationen begegnet man präventiv: Wer Multiplikatorinnen und Multiplikatoren früh mit belastbaren Informationen versorgt, erschwert Gerüchte. Desinformation zu widerlegen kostet mehr Kraft, als sie zu verhindern.

JOURNAL: Wechsel der Schreibtischseite: Was sind häufige Fehler von Redaktionen im Umgang mit Widerspruch?
Ewald: Zu viel Spekulation, zu wenig Faktencheck. Zudem die Gefahr, instrumentalisiert zu werden – durch Whistleblower, Konkurrentinnen und Konkurrenten oder Gegnerinnen und Gegner. Vieles ist wahr, manches nicht. Das sauber zu trennen ist anspruchsvoll.

JOURNAL: Was stärkt Vertrauen bei Leserinnen und Lesern?
Ewald: Transparenz über die eigene Arbeitsweise: Warum wurde anonymisiert? Warum etwas als Gerücht eingeordnet? Welche Abwägung steckt dahinter? Das ist nicht für alle entscheidend, aber für jene, die weiter recherchieren oder Debatten fundiert führen wollen, sehr wertvoll.

JOURNAL: Wann müssen Redaktionen kühlen Kopf bewahren, wann deeskalieren?
Ewald: Wenn Menschen beruflich oder privat stark betroffen sind, ist Fairness von zentraler Bedeutung. Berichten ja – aber transparent machen, warum und auf welcher Grundlage. Empathie heißt nicht, Kritik zu unterlassen, sondern sie sauber zu begründen.

JOURNAL: Welche Denkweise hilft, eine Krise langfristig stabil zu bewältigen, statt in Aktionismus zu verfallen?
Ewald: Jede Krise geht vorbei. Hilfreich ist, vom Ende her zu denken: Wie soll in einem Jahr auf diese Phase zurückgeblickt werden? Dieses Ziel schafft Distanz und verhindert Aktionismus. Entscheidend ist nicht, dass sofort alle zufrieden sind, sondern dass die Organisation handlungsfähig bleibt und langfristig stabil aus der Lage kommt.||

Marcus Ewald, Geschäftsführer und Gesellschafter von Dunkelblau, ist seit 2012 Krisenberater. Er hat in Hunderten branchenübergreifenden Sondersituationen Krisenstäbe geleitet und Strategien ausgearbeitet. Marcus Ewald ist in mehreren Verbänden und Organisationen aktiv. Unter anderem war er Mitinitiator des Bundesverbands Künstliche Intelligenz und leitete dessen politischen Beirat von 2018 bis 2021 als Vorsitzender.



Foto: Dunkelblau GmbH & Co. KG / Dennis Williamson

Vier Lehren für die Krisenkommunikation

1. Krise ist ein strategischer Dauerprozess
Krisenkommunikation beginnt nicht erst im Ernstfall und endet nicht mit dessen Bewältigung. Sie ist eine kontinuierliche Management-Aufgabe inklusive Vorbereitung, klarer Strukturen und systematischer Lernprozesse.
2. Schutz der Betroffenen hat Priorität
Im Mittelpunkt stehen das physische, psychische und materielle Wohl von Betroffenen – intern wie extern. Kommunikation dient zuerst dem Schutz von Menschen, nicht dem Image von Institutionen.
3. Verantwortung vor Eigeninteresse
Strategische Kommunikation muss ethischen Standards folgen. Wer in der Krise vorrangig eigene Interessen verteidigt, riskiert langfristig größeren Schaden. Vertrauen entsteht durch Fairness und Glaubwürdigkeit.
4. Muster erkennen, professionell handeln
Krisen sind individuell, folgen aber wiederkehrenden Dynamiken. Wer wissenschaftliche Erkenntnisse nutzt und professionell vorbereitet ist, kann effizienter und wirksamer kommunizieren.



SELFIE MIT DEM NEUEN BISCHOF

Am 26. März 2026 wurde im St.-Paulus-Dom in Münster das Geheimnis gelüftet: Neuer Bischof im mitgliederstärksten Bistum in Deutschland wird Heiner Wilmer, zugleich Vorsitzender der Deutschen Bischofskonferenz. **Gunnar Pier** hat eingefangen, wie Gläubige Wilmers Weg durch den vollbesetzten Kirchenraum nutzten, um Kontakt mit ihm aufzunehmen und die Begegnung zu dokumentieren.





ÖRR: Auftakt Tarifrunde 2026

Beim WDR sind die Gespräche bereits gestartet

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk (ÖRR) ist die Tarifrunde 2026 gestartet. Der DJV fordert eine lineare Gehalts- beziehungsweise Honorarerhöhung von sieben Prozent bei einer Laufzeit von zwölf Monaten. Die Vergütung von Volontärinnen und Volontären soll um einen Festbetrag von mindestens 200 Euro steigen. Darüber hinaus will die Gewerkschaft mit den Anstalten über Maßnahmen verhandeln, die insbesondere die Situation der Freien verbessern.

Im WDR haben bereits die dritten Gespräche stattgefunden. Der Sender hat eine Nullrunde für den Rest dieses Jahres vorgeschlagen. Eine Erhöhung von Gehältern und Honoraren soll es erst ab 2027 geben – und zwar je ein Prozent für 2027 und 2028. Nur wenn der Rundfunkbeitrag entsprechend der KEF-Empfehlung angepasst wird, soll es in den beiden Jahren Gehalts- und Honorarerhöhungen von jeweils zwei Prozent geben. Damit würde die Laufzeit nach Vorschlag des WDR zum Ende der laufenden Beitragsperiode enden, sie läge also bei 35 Monaten.

Der DJV-NRW stuft das Angebot als inakzeptabel ein, weil es weit unter dem Inflationsausgleich bleibt, den die Beschäftigten benötigen. Die nächsten Tarifgespräche finden Ende April statt. Die Verhandlungen über aufgekommene Fragen zum neuen Honorarrahmen werden ausgelagert und die Themen separat besprochen.

Beim Deutschlandradio (DLR) und der Deutschen Welle (DW) starten die Verhandlungen spätr. Die DW kämpft gerade mit massiven Etatkürzungen (siehe Seite 30). Hier warten die Tarifparteien auf ein Signal, ob der nächste Bundeshaushalt wieder höhere Mittel vorsieht.

Beim DLR laufen seit vergangenem Jahr Strukturtarifverhandlungen für Feste und Freie. Darauf hatten sich die Tarifparteien im Zuge der letzten Tarifrunde verständigt und ein Zeitfenster bis September 2026 vereinbart. Während Deutschlandradio durch eine neue Vergütungsstruktur bei den Festen erhebliche Einsparungen realisieren will, geht es den Gewerkschaften um die notwendige Aktualisierung der Tätigkeitsbeschreibungen. Bei den Freien steht für den DJV angesichts erheblicher Veränderungen im Programm soziale Absicherungen über den so genannten Bestandsschutz im Mittelpunkt. Hier zeigt sich der Sender hartleibig.

KI im journalistischen Alltag

Redaktionsausschüsse fordern klare Regeln

Generative KI hält zunehmend Einzug in den redaktionellen Alltag. Darin sieht die Arbeitsgemeinschaft der Redaktionsausschüsse von ARD, ZDF, Deutschlandradio und Deutsche Welle (AGRA) Chancen, aber auch Risiken. Die Redaktionsausschüsse fordern deswegen starke KI-Richtlinien für den journalistischen Alltag, um Mitarbeitenden bei ihrer Arbeit Orientierung und Sicherheit zu geben.

Erforderlich seien intensive und regelmäßige Schulungen in allen journalistischen Bereichen. Auch ethische Fragen müssten stärker in den Fokus rücken, betonten die AGRA-Mitglieder bei ihrer Frühjahrstagung in Saarbrücken. Gerade mit Blick auf die besondere Verantwortung der Öffentlich-Rechtlichen gefährdeten Fehler die Glaubwürdigkeit.

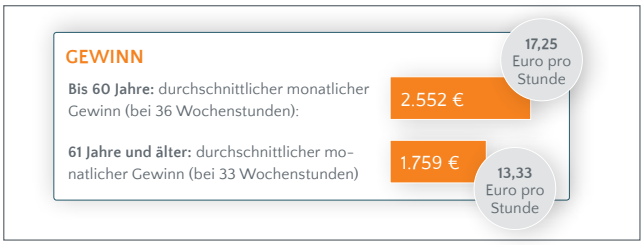
Dass ARD, ZDF, Deutschlandradio und Deutsche Welle bereits Transparenzkriterien und KI-Richtlinien erstellt haben, begrüßte die AGRA.

Zwei Korrekturen zu JOURNAL 4/25

Falsch gerechnet und falsch gehört

Direkt zwei Fehler in JOURNAL 4/25 muss die Redaktion korrigieren und bittet um Entschuldigung. Beides hätte auffallen müssen.

In der Grafik zum freien Journalismus in Zahlen (Seite 40–41, Ausriss siehe rechts) waren zwei Zahlen falsch berechnet, was aufmerksame Leserinnen und Leser sofort entdeckt haben: Für den Gewinn pro Stunde wurde versehentlich der Monatsgewinn durch 36 Wochenstunden geteilt statt durch vier Wochen à 36 Stunden. Statt 70,89 Euro für die bis 60-Jährigen liegt der Stundengewinn bei 17,25 Euro. In der Altersgruppe über 61 sind es entsprechend 13,33 statt 53,30.



Im Text in der Rubrik Volo-Campus (Seite 54 – 55) ist die korrigierte Datei versehentlich gegen eine frühere Fassung ausgetauscht worden. Neben kleineren Fehlern besonders ärgerlich der falsch gehörte Name der Kölner Agentur für Influencer-Marketing, für die Maike Selting gearbeitet hatte: Statt „Weareerror“ heißt es richtig „We are Era“. Im Netz haben wir das korrigiert.



#PressefreiheitMachtSchule in NRW

Journalistinnen und Journalisten zeigen Jugendlichen ihre Arbeit

Wie arbeiten Medien? Was genau bedeutet „freie Berichterstattung ohne Zensur"? Das erfahren Schülerinnen und Schüler in NRW bei den Aktionstagen #PressefreiheitMachtSchule in NRW: Vom 27. April bis 8. Mai machen der DJV-NRW, die Reporterfabrik von Correctiv sowie „Journalismus macht Schule" spannende Angebote online und vor Ort. Mit dabei sind auch das Institut für Journalistik der TU Dortmund sowie erstmals der WDR.

In dieser Zeit der Multikrisen sind gut recherchierte, verlässliche Informationen wichtiger denn je. Damit Schülerinnen und Schüler die Glaubwürdigkeit von Infos beurteilen können, vermittelt die bundesweite Aktion Wissen rund um Journalismus, Medien und Pressefreiheit. Dabei sprechen Journalistinnen und Journalisten mit Schulklassen über Themen wie Recherche, Nachrichtenauswahl, Faktenchecks gegen Fakes und KI-Nutzung. Medienkompetenz sei seit Jahrzehnten ein Schlagwort, aber bis heute nicht fest im Lehrplan verankert, kritisiert die DJV-Landesvorsitzende Andrea Hansen. „Und das, obwohl unabhängige Bildungsforschung und Fachverbände genau dies schon lange fordern." Umso wichtiger sei die ehrenamtliche Arbeit von Vereinen wie „Journalismus macht Schule".

DJV unterzeichnet „Leipziger Appell"

Initiative betont Freiheit und Unabhängigkeit der Medien

Der DJV gehört zu den Erstunterzeichnern des „Leipziger Appells zur Freiheit und Unabhängigkeit der Medien", der auf Initiative des MDR veröffentlicht wurde.

Mit der Initiative betonen die Unterzeichnenden – zahlreiche Institutionen aus Medien, Wissenschaft, Kultur und Gesellschaft – die zentrale Bedeutung freier und unabhängiger Medien für eine freie demokratische Gesellschaft. Der Appell warnt eindringlich vor Gefahren durch KI und Extremismus und fordert dazu auf, Medien- und Informationsfreiheit angesichts dieser aktuellen Herausforderungen entschlossen zu schützen sowie Angriffe klar zu benennen und zurückzuweisen: „Wer Medien und Informationsfreiheit angreift, greift das demokratische Gemeinwesen an."

Die Initiative versteht sich als ein Aufruf zur Wachsamkeit und als Einladung zur gemeinsamen Verantwortung. Meinungs- und Informationsfreiheit könnten nicht allein durch Gesetze gesichert werden, sondern „durch tägliche Anstrengung, durch Mut und durch die Bereitschaft, den Gefahren entschieden entgegenzutreten".

FOTOS EINREICHEN!

Für unsere Rubrik „Das Foto" (siehe vorhergehende Doppelseite) suchen wir nach Bildern, die zeigen, was Fotojournalismus in NRW leisten kann. Überraschende Motive oder Blickwinkel, herausragende Ereignisse oder Events: Schicken Sie uns Ihre Bilder an *redaktion@djv-nrw.de*, Stichwort „Foto". Sollte Ihr Bild für den Abdruck ausgewählt werden, gibt es natürlich Honorar.

DIE ZAHL

Gesellschaftliche und politische Themen werden zunehmend über Kurz-Videos auf Social Media rezipiert: Auf solche Inhalte stoßen laut einer Befragung **53 Prozent** derer, die TikTok mehrmals pro Woche nutzen.

Quelle: Studie „Video Trends 2025" der Medienanstalten

PREISE & STIPENDIEN

Mit den **Friedrich und Isabel Vogel-Preisen** werden Beiträge (Print, Online, Hörfunk oder Fernsehen) ausgezeichnet, die der Weiterentwicklung einer freien Wirtschaftsordnung im Sinne der Sozialen Marktwirtschaft dienen und das Thema Wirtschaft" verständlich machen. Zugelassen sind Beiträge, die zwischen dem 1. Mai 2025 und dem 30. April 2026 in einem bundesdeutschen Medium erschienen sind. Die Einreichfrist endet am 30. April 2026.
www.vogelstiftung.de/preise

Der **Journalistenpreis der Verbraucherzentrale NRW** wird in fünf Kategorien vergeben: Print/Online, Video, Audio, Lokaljournalismus sowie Nachwuchspreis für Autorinnen und Autoren bis 30 Jahre, Volos oder Studierende. Einreichungen müssen zwischen dem 1. November 2024 und dem 30. April 2026 erstmalig veröffentlicht worden sein und einen NRW-Bezug haben. Die Bewerbungsfrist endet am 30. April 2026.
www.verbraucherzentrale.nrw/node/68064

WIEDER ZWEI WENIGER

In NRW schreitet die Konzentration der Zeitungslandschaft fort

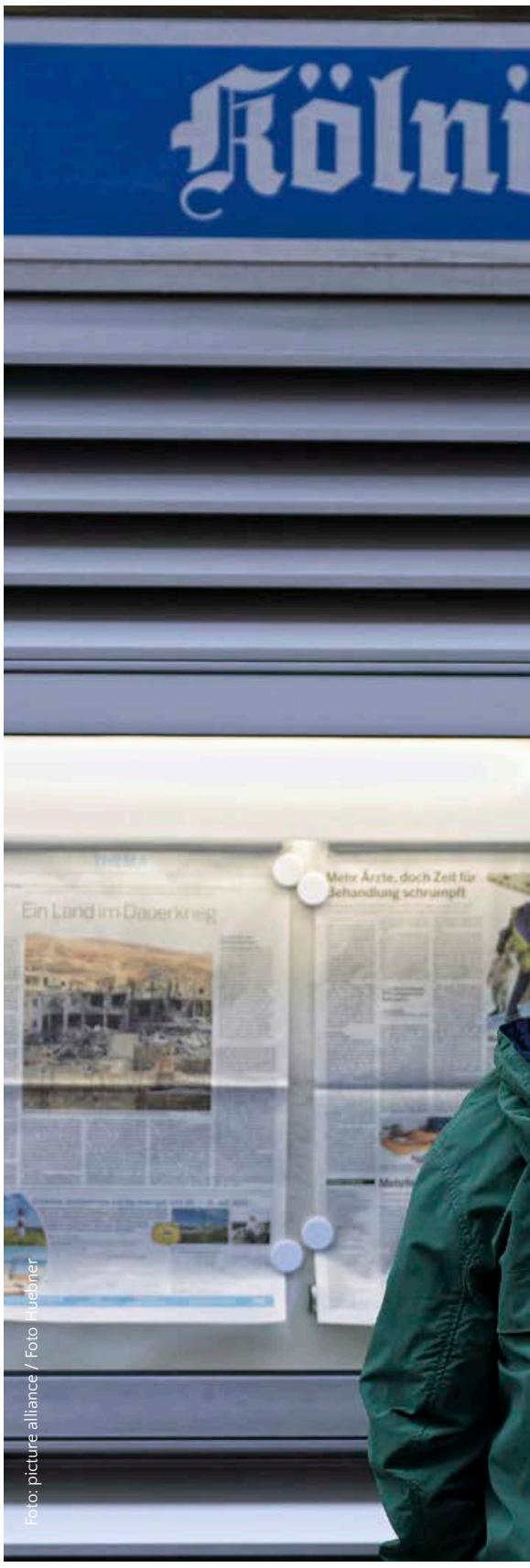


Foto: picture alliance / Foto Huebner

Die Kölnische Rundschau hatte am Mittwoch zuerst berichtet", schrieb der Kölner Stadt-Anzeiger (KStA) am 26. März in einem Bericht über staatsanwaltliche Ermittlungen gegen einen Kölner Gastronomen und Ratsmitglied, dem „Insolvenzdelikte und Bankrottstraftaten" im Zusammenhang mit dem Betrieb eines Cafés vorgeworfen werden. Auch am 30. März hatte die Rundschau die Nase vorn und veröffentlichte ein ausführliches Interview mit Rainer Maria Kardinal Woelki, in dem es unter anderem um seine von Rom auferlegte Auszeit, um seine Rolle im Erzbistum und in der Stadt ging sowie um sein juristisches Vorgehen gegen Kritiker. Der KStA extrahierte daraus eine 70-Zeilen-Meldung im eigenen Lokalteil, wieder ganz sauber mit Verweis auf die lokale Konkurrenz.

Lokalredaktion abgeschafft

Das mag beim Platzhirschen pieksen, wenn die andere, die kleinere Zeitung immer wieder etwas Bedeutendes exklusiv hat. Aber so weit, so normal, wenn in einer Stadt zwei Zeitungen um Abos und Lesergunst konkurrieren. Den Hinweis auf die gute Recherche der Kölnischen Rundschau (KR) wird sich der KStA künftig sparen können. Denn diese Lokalredaktion gibt es seit dem 31. März nicht mehr.

Zwar werden die Titel Kölnische Rundschau und Bonner Rundschau als Tageszeitung und als digitales Angebot weiterhin erscheinen. Aber herausgegeben werden sie seit dem 1. April in redaktioneller Verantwortung der DuMont-Tochter Kölner Stadt-Anzeiger Medien. An deren Newsdesk wird die Rundschau seitdem mitproduziert.

Damit ergibt sich in Köln eine Situation, die man andernorts schon länger kennt: das Vortäuschen eines publizistischen Wettbewerbs, einer Pressevielfalt. Entstanden ist das Modell „Zeitung ohne Redaktion" 2013, als die damalige WAZ-Gruppe (heute Funke Mediengruppe) die Redaktion der Westfälischen Rundschau feuerte. Die erste Zombiezeitung in Deutschland sorgte für Furore.

Eine Zeitung ohne eigene Redaktion gibt es auch beim Aschendorff-Verlag in Münster, der weiter unten noch eine Rolle spielen wird. Die Münstersche



Der Kasten am Rundschau-Haus wird in Zukunft vermutlich leer bleiben.

Zeitung (MZ), die neben den Westfälischen Nachrichten (WN) keinen Erfolg hatte und deswegen direkt zweimal ihre Redaktion verlor (siehe Kasten „Tabubruch in Münster“, Seite 17). Seit Aschendorff die MZ 2014 im Rahmen einer Sanierungsfusion vom Dortmunder Verlag Lensing übernommen hat, kommen deren Lokalteil vom Schwesterblatt WN. Auch der Mantel der MZ wird komplett von der WN-Redaktion produziert und ist im Wesentlichen identisch mit dem der WN, die selbst auf etliche Inhalte der Rheinischen Post (RP) zurückgreift.

Nichts Originäres mehr

Ähnlich kommen in Köln die lokalen Inhalte künftig vom KStA, der Mantel wird wie bisher von der Neuen Osnabrücker Zeitung (NOZ) geliefert. Originäre Inhalte sind Fehlanzeige. Kurioserweise tritt in Köln damit genau das ein, was viele Menschen fälschlich längst vermuteten: Die Kölnische Rundschau ist redaktionell wirklich nicht mehr eigenständig, sondern entsteht unter Regie von DuMont.


Foto: Uwe Vlölkner/FOX

Das Misstrauen gegen die bisherige Unabhängigkeit der KR beruhte auf der langjährigen Verflechtung der Verlage DuMont und Heinen: Seit 1999 lagen die Titel- und Verlagsrechte von Heinen bei DuMont. Der größere Verlag zahlte dem kleinen seitdem jährlich ein Fixum zur Finanzierung der Redaktion. 2014 führten die beiden Verlage zudem ihre Lokalredaktionen im Kölner Umland in der gemeinsamen Tochter RRG zusammen, der Rheinischen Redaktionsgemeinschaft (Näheres siehe Kasten „Heinen und DuMont – zwei schon länger verwobene Kölner Verlage“).

Wer wo mehr Abos hatte

Während die KR mit einigen Umland-Ausgaben und ihrer konservativeren Ausrichtung außerhalb Kölns mehr Abos verkaufte, war der Kölner Stadt-Anzeiger im Verbreitungsgebiet Köln deutlich überlegen. Aber bis zuletzt nahmen beide Kölner Lokalredaktionen den publizistischen Wettbewerb sehr ernst.

Entsprechend herrschte in den Räumen der Rundschau nahe dem Kölner Hauptbahnhof lokaljournalistischer Alltag – bis Ende Februar. Als die Redaktion von der anstehenden Schließung erfuhr, plante sie unter anderem, mit welchen Serien sie im Jahresverlauf auf die Gründung im Nachkriegs-Köln 1946 zurückschauen wollte. Das 80-jährigen Bestehen sollte zudem mit einer großen Ausstellung im Kölnischen Stadtmuseum gewürdigt werden.

Am 26. Februar dann die Vollbremsung: Auf einer kurzfristig einberufenen Mitarbeiterversammlung erfuhren die Beschäftigten, dass ihre Redaktion zum 31. März geschlossen wird. Aus wirtschaftlichen Gründen werde sich der Heinen-Verlag aus dem publizistischen Geschäft zurückziehen, erklärten der langjährige Herausgeber und Verleger Helmut Heinen sowie sein Sohn Johannes Heinen, Geschäftsführer seit 2020. Für die mehr als 30 Kolleginnen und Kollegen heißt das: Sie werden unter Einhaltung ihrer individuellen Kündigungsfristen in einen Arbeitsmarkt entlassen, der gerade – auch wegen des Stellenabbaus bei RTL (siehe Seite 28) – kaum Aussicht auf Jobs in Redaktionen oder Pressestellen bietet.

Platz am KStA-Newsdesk

„Eigenständig – mit eigener Haltung und eigener journalistischer Ausrichtung“ solle die Rundschau fortgeführt werden, hatte DuMont verkündet und dafür die Position eines KR-Chefredakteurs am KStA-Newsdesk geschaffen. Übernommen hat sie der langjährige KR-Kollege Jens Meifert, und er durfte wenige ausgewählte Kolleginnen und Kollegen mitbringen. Für ihre Eingliederung in die tariflose DuMont-Tochter Media24 müssen sie dem Vernehmen nach deutliche Abstriche gegenüber ihren bisherigen Verträgen (nach Flächentarif) hinnehmen.

> *„Ein tiefer Einschnitt in die Kölner Medienlandschaft.“*
>
> ***Stefan Lenz, Betriebsrat in der RRG***

Und eine Handvoll Leute im Vergleich zur bisherigen Redaktion? Viel Eigenständigkeit sei da nicht zu erwarten, kritisiert DJV-NRW-Geschäftsführer Volkmar Kah und macht deutlich: „Ohne eigenständige Rundschau-Lokalredaktion für Köln wird die Stadt de facto zum Einzeitungskreis, auch wenn es nominell weiter zwei Titel gibt. Kurz gesagt: eine weitere Zombiezeitung in NRW, und das ausgerechnet in der größten Stadt des Landes mit dem Anspruch, herausgehobener Medienstandort zu sein.“



Foto: Nabil Hanano

Ein Winken nach der letzten Schicht: Bis zum Abend des 31. März hat die Redaktion der Kölnischen Rundschau engagiert Zeitung gemacht.

Heinen und DuMont – zwei schon länger verwobene Kölner Verlage

1946 erteilte die britische Besatzungsmacht Dr. Reinhold Heinen und vier weiteren Lizenzträgern die Erlaubnis zur Herausgabe einer Zeitung – der Startschuss für die Kölnische Rundschau, die im Verlag Deutsche Glocke erschien. Ab 1957 war Reinhold Heinen alleiniger Eigner der Verlags, 1965 wurde daraus der Heinen-Verlag.

Die Herausgeberschaft wechselte 1968 zu Heinrich Heinen und 1991 zu Helmut Heinen, dem späteren Präsidenten des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). 2020 ist mit Johannes Heinen die vierte Generation in die Geschäftsführung eingetreten.

1982 übernahm M. DuMont Schauberg (MDS), wie das Unternehmen damals firmierte, 20 Prozent an der Kölnischen Rundschau. Seit 1999 lagen die Verlags- und Titelrechte bei DuMont. Träger der Redaktion blieb der Heinen-Verlag, der dafür von DuMont jährlich Geld erhielt.

2014 gründeten Heinen und DuMont die gemeinsame Tochtergesellschaft Rheinische Redaktionsgemeinschaft (RRG) für die Lokalredaktionen im Kölner Umland. Die RRG-Anteile von Heinen übernimmt jetzt DuMont.

Damals setzte MDS eine Weile auf Expansion. 1990 gründete das Unternehmen die Mitteldeutsche Zeitung in Halle. 2006 übernahm der Verlag mehrheitlich die Frankfurter Rundschau (die 2012 Insolvenz anmelden und 2013 mit dem Segen des Kartellamts und mit Zustimmung der Gläubiger an die FAZ übergehen sollte). Ebenfalls 2006 erwarb MDS den Bundesanzeiger Verlag und beteiligte sich an der Haaretz Gruppe in Israel.

2009 schließlich übernahm das Unternehmen mehrheitlich den Berliner Verlag (Berliner Zeitung, Berliner Kurier) und die Hamburger Morgenpost. Am Presse- und Medienhaus Berlin (PMB) beteiligte sich auch der Heinen-Verlag mit 35 Prozent. Kein erfolgreiches Investment: Heinen stieg 2015 aus, und DuMont trennte sich 2019 vom Berliner Verlag.

Damals soll DuMont zunächst versucht haben, einen Käufer für seine gesamte Regionalzeitungssparte zu finden. Das scheiterte offensichtlich. 2020 gelang der Verkauf der Mitteldeutschen Zeitung und der Hamburger Morgenpost. Bei DuMont verblieben nur die Kölner Regionalmedien./**cbl**

Als „tiefen Einschnitt in die Kölner Medienlandschaft und in die Berufsbiografien der Kolleginnen und Kollegen", bezeichnet auch Stefan Lenz den Vorgang, stellvertretender Landesvorsitzender des DJV-NRW und Betriebsrat bei der RRG, die künftig ebenfalls komplett zu DuMont gehört.

Langjährige Sorgen

Kommt das Ganze überraschend? Ja und nein. Seit buchstäblich Jahrzehnten kursierten in der Rundschau Sorgen über eine Schließung. Aber gerade in jüngerer Zeit hatte es ein Gefühl von Aufbruch gegeben. Nachdem sich der Altverleger und ehemalige BDZV-Präsident Helmut Heinen aus dem operativen Geschäft weitgehend zurückgezogen hatte, schien sich Johannes Heinen nach etwas holprigem Start in die Rolle des Geschäftsführers eingefunden zu haben.

Der Verlag hatte im vergangenen Jahr die neue Stelle eines Chefreporters geschaffen und dafür den gut vernetzten ehemaligen DJV-Bundesvorsitzenden Frank Überall eingestellt – mit der ausdrücklichen Perspektive einer längeren Zusammenarbeit.

Auf den jüngsten Betriebs- und Mitarbeiterversammlungen ging es, so hört man, um Verbesserungswünsche für das Großraumbüro, die Finanzierung von ärztlich verordneten Bildschirmbrillen und Ähnliches. Natürlich blickte die Geschäftsführung auch hier sorgenvoll auf Auflage und Anzeigenaufkommen, wie Beschäftigte berichten. Aber nach übereinstimmenden Berichten soll es vor nicht allzu langer Zeit das Signal gegeben haben, dass der Vertrag mit DuMont besser abgesichert sei als zuvor, sodass die Redaktion auf einige Jahre auskömmlich finanziert sei. „Diesen Eindruck hat Johannes Heinen noch Ende Januar bei einer Videokonferenz für die RRG-Beschäftigten erweckt", sagt auch Stefan Lenz.



Foto: Uwe Vlölkner/FOX

> *„Wichtig ist, dass der neue Eigner dauerhaft zu den Arbeitsplätzen in der Region steht.*
>
> ***Kristian van Bentem, Betriebsrat bei Aschendorff***

Das sah der Heinen-Verlag nun offenbar anders und zog die Reißleine. Die Gehälter der Entlassenen fließen entsprechend den tariflichen Kündigungsfristen weiter. Zudem hat der Betriebsrat mit anwaltlicher Unterstützung einen Sozialplan verhandelt. „Dass das in so kurzer Zeit gelungen ist, muss man wirklich positiv hervorheben", sagt Christian Weihe, Justitiar des DJV-NRW. „Das ist nicht selbstverständlich. So fließt das Geld direkt im Anschluss an das Auslaufen der Gehälter."

Nur die Freien fallen – wie immer in solchen Fällen – ins Bodenlose. Nicht nur das kritisiert Kah: „Selbst, wenn man eine solche Zusammenlegung für wirtschaftlich unabdingbar hält, hätte es einen anderen, verantwortungsvolleren Weg gegeben. Heinen und DuMont hätten sich für einen ordentlichen Betriebsübergang entscheiden können. Dafür ist DuMont doch groß genug."

Ähnlich hatte sich Kölns Oberbürgermeister Torsten Burmester (SPD) geäußert und die Verlage an ihre Verantwortung gegenüber den Beschäftigten, den Leserinnen und Lesern und der Stadt erinnert. Der OB hatte die Redaktion direkt nach Bekanntwerden der Schließung besucht und sich zum kurzfristigen Ausstieg und zum Erhalt der Medienvielfalt geäußert. „Eine starke, unabhängige und vielfältige Presselandschaft ist unverzichtbar für eine lebendige Stadtgesellschaft wie Köln. Jede strukturelle Schwächung lokaler journalistischer Angebote erfüllt mich daher mit großer Sorge", erklärte Burmester.

Kurz darauf: Münster und Bielefeld

Der Fall hätte als bedauerliche, aber weitgehend eben doch regionale Entwicklung durchgehen können – ein weiterer Schritt zum schleichenden Niedergang der Zeitungslandschaft in NRW. Aber eineinhalb Wochen später gab es Anlass, eine größere Perspektive in den Blick zu nehmen. Am 9. März verkündete die Rheinische Post Mediengruppe (RPM) in Düsseldorf, dass sie sämtliche Aktien der Westfälischen Medien-Holding AG (WMH) übernehmen wird.

Dass im Münsterland ein modern aufgestelltes NRW-Medienhaus übernimmt, begrüßt der DJV-NRW. „Wichtig ist, dass sich jetzt auch der neue Eigentümer dauerhaft zu den Arbeitsplätzen in der Region bekennt", forderte Kristian van Bentem, stellvertretender Vorsitzender des DJV in NRW und selbst Betriebsrat bei Aschendorff, nach Bekanntwerden der Pläne. Insgesamt arbeiten in der WMH nach DJV-Informationen fast 3000 Menschen, davon allein rund 220 Journalistinnen und Journalisten.

Mit der Übernahme wird die RPM zur auflagenstärksten Tageszeitungs-

Verlagsgruppe in NRW. Künftig hat sie publizistisch das Sagen im Münsterland und zu einem guten Teil auch in Ostwestfalen. Denn die WMH entstand 2019 als Zusammenschluss aus zwei Verlagen: Aschendorff (Westfälische Nachrichten und Münstersche Zeitung) als Mehrheitseigner und der Unternehmensgruppe Westfalen-Blatt (Westfalen-Blatt, Westfälisches Volksblatt) als Juniorpartner. 2024 stieß der Verlag J. Fleißig (Allgemeine Zeitung Coesfeld) dazu. Neben den Tageszeitungen gehören auch Lokalradios zum Deal.

Mehr Gewicht im Lokalfunk

Damit gewinnt die RP-Gruppe auch im Lokalfunk zusätzliches Gewicht: Schon bisher bestimmt die Rheinische Post über die PFD Pressefunk die Geschicke von Antenne Düsseldorf und weiteren Sendern in einem Teil des Rheinlands. Hinzu kommen nun die Lokalradios im Münsterland, die zur Münsterländischen Medien Service (MMS) gehören. Auch hier gehen Beobachter davon aus, dass die Servicegesellschaften PFD und MMS nach dem Eigentümerwechsel der WMH erstmal weiterbestehen. Die Entwicklung auf längere Sicht muss sich zeigen, zumal der NRW-Lokalfunk gerade in schweren Fahrwassern ist (siehe unter anderem „Keine Einzelfälle mehr“, Seite 24).

Die Zustimmung des Bundeskartellamts gilt als sicher, weil keine überlappenden Verbreitungsgebiete betroffen sind. Das dürfte kein Zufall sein: Wer in den vergangenen Jahrzehnten die Aktivitäten der großen Verlagshäuser in Nordrhein-Westfalen verfolgt hat, musste den Eindruck gewinnen, dass über lange Zeiträume durchaus einvernehmlich sortiert wurde, wer in welcher Region zum Zuge kommt.

Lange Zeitungstradition

Aschendorff gehört wie DuMont zu den Verlagen mit einer langen Geschichte: Hier erschien 1749 unter dem Namen Staats-Relation die erste Zeitung Münsters. Die Trennung vom traditionsreichen Zeitungsgeschäft sei ihnen nicht leichtgefallen, erklärten denn auch die Aschendorff-Verleger Benedikt und Eduard Hüffer. Dem Vernehmen nach sollen sie sich über den Verkauf zum jetzigen Zeitpunkt auch zunächst nicht einig gewesen sein. Sobald es entschieden und öffentlich war, wurden allerdings auch zügig Fakten geschaffen: Schon wenige Tage nach Bekanntwerden der Übernahme, begannen die Hüffers, ihre Büros zu räumen. So ist es zumindest aus dem Haus zu hören.

Von Gelassenheit bis Angst

Ähnlich wie in Köln wurde auch die Belegschaft in Münster von der Mitteilung überrascht, berichtet van Bentem.



Foto: picture alliance / Hauke-Christian Dittrich

Tabubruch in Münster

Das Stichwort „Münster“ war eine Zeitlang das Synonym für den rabiaten Umgang von Verlagen mit ihren Beschäftigten. Am 19. Januar 2007 hatte der Dortmunder Verlag Lensing die komplette Redaktion der Münsterschen Zeitung (MZ) vor die Tür gesetzt. Der Produktionsauftrag ging an ein jüngeres und billigeres Redaktionsteam, das Chefredaktion und Geschäftsführung heimlich aufgebaut hatten. Aus der Rückschau ist klar: Der damalige Tabubruch markierte den Auftakt großer Umbrüche in der Zeitungslandschaft, nicht nur in NRW. Tarifbruch sorgt nicht mehr für Aufsehen, und das alte Prinzip, dass eine Redaktion – abgesehen von Agenturmeldungen – alle Inhalte der Zeitung selbst erstellt, ist inzwischen Geschichte.

Der Verkauf: Die Hoffnung, dass die Münstersche Zeitung durch diese radikale Maßnahme im Wettbewerb mit den Westfälischen Nachrichten (WN) aus dem Hause Aschendorff lukrativ genug bliebe, hat sich wohl nicht erfüllt: 2014 übernahm der Verlag Aschendorff und die MZ wurde zur Zombiezeitung. Die Inhalte im Lokalen und im Mantel werden inzwischen komplett vom Schwesterblatt WN produziert, die für den Mantel teils von der Rheinischen Post beliefert wird.

Zwar sei durchaus klar gewesen, dass ein Verkauf eine Option war, man wusste ja, wie sich Auflagen und Zeitungsmarkt entwickeln. „Aber zu diesem konkreten Zeitpunkt hat niemand damit gerechnet", sagt von Bentem und erzählt von unterschiedlichen Reaktionen der Kolleginnen und Kollegen nach der ersten Schockstarre: „Manche sind gelassen, manche fatalistisch, manche treibt die pure Angst."

Dabei gibt es die Zusicherung, dass sich unter der neuen Eignerschaft nichts ändern soll. Nur, so van Bentem: „Wir kennen das aus anderen Fällen: Es ändert sich *erstmal* nichts. Aber ein Jahr später kann es schon wieder ganz anders aussehen."

Das Thema Übernahme haben die Aschendorff-Beschäftigten bisher aus der anderen Perspektive erlebt: Sie gehörten zu der Einheit, die andere schluckte. Das war 2014 die Münstersche Zeitung, die Aschendorff wie erwähnt zur Zombiezeitung machte (siehe auch Kasten „Tabubruch in Münster", Seite 17). Auch wenn die Gründung der Westfälischen Medien-Holding 2019 als Zusammenschluss galt, hatte Aschendorff das Sagen. Den Preis zahlten vorwiegend die Kolleginnen und Kollegen in Ostwestfalen. Auch hier hieß es zunächst, dass sich nichts ändern würde, aber schon wenige Monate später gab es beim Westfalen-Blatt eine „vertiefte Zusammenarbeit" mit Aschendorff Medien, sodass Teile des Mantels aus Münster kamen.

Seit einigen Monaten kümmert sich nun eine rund 20-köpfige Einheit von WN und WB um die Produktion der gemeinsamen regionalen und überregionalen Mantelinhalte und -seiten. Damit gehören die Zeitungen der WMH aber zumindest noch zu der bundesweit schwindenden Zahl mit einer eigenen überregionalen Redaktion. Aschendorff produziert zudem seit Jahren den Mantel für die Westdeutsche Zeitung und ab Mai für die Siegener Zeitung. Umgekehrt bezog Aschendorff aber auch schon länger Inhalte von der RP. Bislang konnte die Mantel-Redaktion sich aussuchen, was davon sie nutzen wollte. Wie es künftig weitergeht, ist noch ungewiss.

„Wenn wir als Medienstandort NRW mit dieser unternehmerischen Entscheidung schon einen Verlust der Anbietervielfalt hinnehmen, müssen die Verantwortlichen nun darauf achten, dass zumindest die redaktionelle Presse- und Meinungsvielfalt erhalten bleibt", fordert van Bentem.

Bisher hat die Rheinische Post Mediengruppe bei ihren Beteiligungen und Zukäufe nicht mit radikalen Sparmaßnahmen auf sich aufmerksam gemacht: Gewachsen ist sie strategisch, aber eher leise. So war sie von 1996 bis 2024 am Zeitungsverlag Aachen (ZVA) beteiligt, der inzwischen zum belgischen Medienkonzern Mediahuis gehört. Seit 2012 hält die RP-Gruppe eine Mehrheitsbeteiligung an der Saarbrücker Zeitungsgruppe (unter anderem Saarbrücker Zeitung und Trierischer Volksfreund). Den Bonner General-Anzeiger hat sie 2018 übernommen.

Das Digitale als Pfund

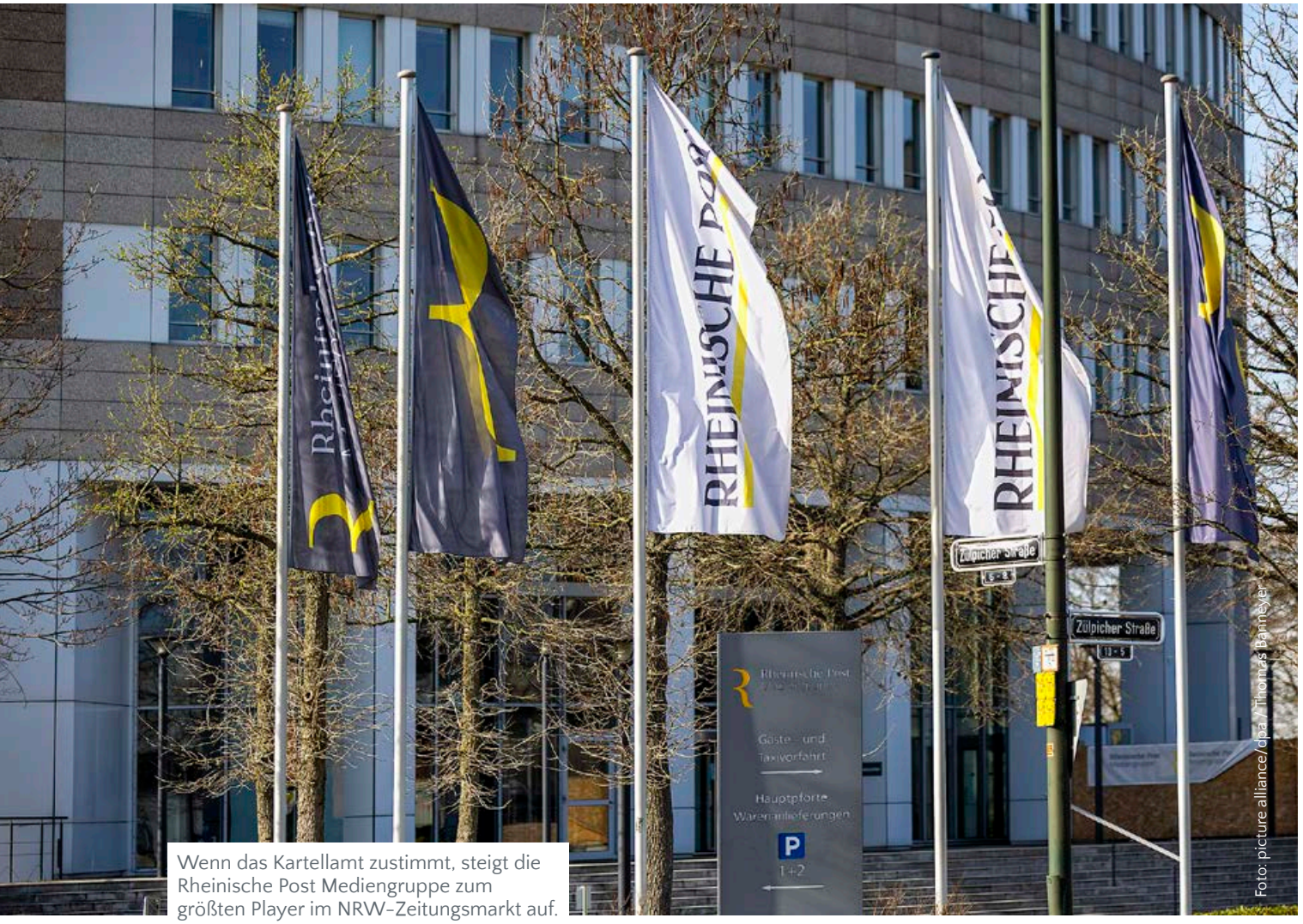
Hoffnung auf Wachstums- und Entwicklungspotenziale machen sich die Beschäftigten in Münster und Bielefeld besonders im Digitalen. Hier ist die Rheinische Post seit Jahren Vorreiter. Verglichen damit könnten die Verlage der Westfälischen Medien-Holding vom Know-how, der Erfahrung und der Investitionsbereitschaft der RP profitieren, wie auch Kristian van Bentem meint.

Dass die Möglichkeiten im Digitalen noch nicht ausreichend genutzt wurden, gilt auch für die Kölnische Rundschau. Nur konnte die in diesem Bereich gar nicht selbst investieren, sondern war von DuMont abhängig und wurde in dieser Hinsicht eher stiefmütterlich behandelt. Jüngst allerdings freuten sich die Rundschau-Kolleginnen und -Kollegen, dass die App endlich ein neues, nutzerfreundliches Design bekommen hatte. Aus heutiger Sicht hatte die DuMont-Tochter Kölner Stadt-Anzeiger Medien damit allerdings nicht dem Heinen-Verlag, sondern sich selbst etwas Gutes getan.

Und es gibt – bei allen Unterschieden zwischen dem kleinen Heinen-Verlag und der deutlich größeren Westfälischen Medien-Holding – weitere Gemeinsamkeiten. Dazu gehört die Begründung, im aktuellen Medienmarkt nicht mehr bestehen zu können. Als „wirtschaftlich nicht tragfähig" die Heinens die eigenständige Redaktionstätigkeit für ihren Verlag bezeichnet



Foto: Nabil Hanano



Wenn das Kartellamt zustimmt, steigt die Rheinische Post Mediengruppe zum größten Player im NRW-Zeitungsmarkt auf.

Foto: picture alliance/dpa/Thomas Banneyer

(entgegen den Beteuerungen der vorausgegangenen Monate).

Für die WMH erklärten Dr. Benedikt Hüffer und Dr. Eduard Hüffer als bisherige geschäftsführende Gesellschafter, die mittelständische Struktur der Gruppe lasse „aus Sicht der Gesellschafter eine Skalierung der Lokal- und Regional-Zeitungs-Aktivitäten der WMH mit vertretbarem Risiko nicht mehr zu". Sprich: In das erforderliche Wachstum wollten die Gesellschafter nach Abwägung der Erfolgsaussichten nicht länger investieren.

„Kipppunkt" fürs Lokale?

Einen „Kipppunkt" befürchtet Volkmar Kah. Danach könnten viele Medienhäuser abwägen, welche längerfristige Perspektive sie sich im Medienmarkt noch ausrechnen, und zum Ergebnis kommen: „Lieber jetzt verkaufen als später" (siehe ausführlicher „Nicht nur eine Frage der Größe", Seite 20). Anders könnten sich nach seiner Einschätzung kleinere, noch unabhängige Zeitungshäusern entscheiden, wenn sie kleinere Renditen akzeptierten, noch ein echtes publizistisches Interesse hätten und ein Geschäftsmodell, das über das reine Zeitungsmachen hinausgehe.

Bleibt zu fragen, wie sich DuMont da auf Dauer einsortieren wird. Dass das Kölner Medienhaus 2019 Verkaufsgespräche für die gesamte Sparte Regionalmedien geführt hat, war kein Geheimnis und ließ die Redaktionen über längere Zeit bangen.

Allerdings wollte damals niemand das komplette Paket übernehmen. Ein Faktor könnte die komplizierte Konstruktion mit dem Heinen-Verlag und der gemeinsamen Tochtergesellschaft RRG gewesen sein. Diese Besitzverhältnisse sind nun bereinigt, sodass einem Verkauf der Regionalzeitungssparte Kölner Stadt-Anzeiger Medien nicht mehr viel im Weg stünde. Bleibt zu hoffen, dass das nicht zu einer neuen Zitterpartie für die Beschäftigten führt. ||



Foto: Ben Knabe/WDR

Corinna Blümel

betreut als feste Freie das JOURNAL. Sie ist Vorsitzende der Kölner Journalisten-Vereinigung und stellvertretende Vorsitzende des WDR-Rundfunkrats.

NICHT NUR EINE FRAGE DER GRÖSSE

Seit Jahren läuft der Konzentrationsprozess in der nordrhein-westfälischen Zeitungslandschaft. Seit Anfang des Jahres ist er noch einmal deutlich fortgeschritten. Das JOURNAL hat mit Volkmar Kah, Geschäftsführer des DJV-NRW, über diese aktuellen Entwicklungen gesprochen.

Von Corinna Blümel

JOURNAL: Erst wird bekannt, dass der DuMont sich die Kölnische Rundschau endgültig einverleibt. Kurz darauf kündigt die Rheinische Post Mediengruppe (RPM) die Übernahme der Westfälischen Medien-Holding (WMH) mit Zeitungen in Münster und in Ostwestfalen an. Natürlich gibt es viele Unterschiede zwischen diesen beiden Fällen, aber was sind denn Gemeinsamkeiten?
Volkmar Kah: Wir sehen in diesen beiden Fällen zweierlei – und das beispielhaft für Teile der gesamten Medienbranche. Da sind einmal die sinkenden Einnahmen: Gerade die Zeitungsverlage haben teils über lange Zeit mit Werbung und vor allem Kleinanzeigen sehr hohe Renditen eingefahren. Das ging bis zur Jahrtausendwende gut, seitdem schrumpften die Gewinne aus den bekannten Gründen, und das hat sich seit Corona verstärkt.
Zugleich, und das ist der zweite Faktor, haben sich einige Medienhäuser in den vergangenen 10 bis 15 Jahren nicht angemessen auf die neuen Bedingungen eingestellt. Für diese Fehler kriegen sie jetzt die Quittung.

JOURNAL: Ist da also noch mehr zu erwarten?
Kah: Ich fürchte, wir sind gerade an einer Art Kipppunkt, an dem diejenigen, die für sich keine längerfristige Perspektive im Markt sehen, zeitnah aufgeben. Nach dem Motto: Lieber jetzt verkaufen als später. Das könnte ein gemeinsamer Beweggrund für die Entscheidungen in Köln und Münster sein.

JOURNAL: Andere scheinen ja trotzdem klarzukommen und investieren in Zukäufe. Aber auch das ist keine Garantie?
Kah: Das stimmt. Aschendorff hatte ja selbst versucht, die Kosten auf immer mehr Einheiten im Münsterland und in Ostwestfalen zu verteilen, um trotz sinkender Auflage halbwegs rentabel zu bleiben. Dabei haben sie aber übersehen, dass es eigentlich darum gegangen wäre, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln – nicht nur im Digitalen.

JOURNAL: Auch DuMont hatte ja zeitweilig auf Wachstum durch Zukäufe gesetzt, sich dann aber überall wieder herausgezogen und galt danach längere Zeit als Übernahmekandidat. Ist es „fressen oder gefressen werden"?
Kah: Ich würde das nicht allein an der Größe festmachen. Wir haben hier in NRW ja zum Beispiel noch das Solinger Tageblatt oder die Siegener Zeitung, hinter denen kleine eigenständige

Weitere Informationen

In Köln hat DuMont Ende Februar angekündigt, zum 1. April die Kölnische Rundschau zu übernehmen. Im März wurde bekannt, dass die Rheinische Post Mediengruppe die Westfälische Medien-Holding (Westfälische Nachrichten, Münstersche Zeitung, Westfalen-Blatt, Westfälisches Volksblatt, Allgemeine Zeitung Coesfeld) schluckt. Näheres zu den beiden Übernahmen und ihren derzeit absehbaren Folgen im Text „Geschluckt" ab Seite 12.
Den aktuellen Stand im Lokalfunk beleuchtet der Beitrag „Keine Einzelfälle mehr", Seite 24.

Verlage stehen. Die haben keine großen Auflagen und trotzen den Großen ganz ordentlich.

JOURNAL: Hängt es nicht auch daran, ob Eigner kleinere Renditen akzeptieren?
Kah: Natürlich, auch das spielt eine Rolle, zusammen mit der Frage, wie viel echtes publizistisches Interesse sie haben. Aber wir kommen immer zurück auf die Geschäftsmodelle: Gibt es ein funktionierendes Digitalkonzept? Wurde das Unternehmen ausreichend diversifiziert, und trägt die Marke der Tageszeitung noch zum Wert dieser anderen Unternehmen bei?

JOURNAL: All das scheint beim Heinen-Verlag und der Kölnischen Rundschau nicht mehr aufgegangen zu sein. In einer besonderen Konstellation war DuMont dort ja schon 1999 beigesprungen.
Kah: Dass die Verlagsrechte der Kölnischen Rundschau bei DuMont lagen, hat wohl auch deren Entwicklungsmöglichkeiten im Digitalen eingeschränkt. Insofern lassen sich die Fehler der vergangenen Jahre nur begrenzt dem Heinen-Verlag ankreiden.
In der jetzt gewählten Konstruktion wird die Rundschau zu einer Zombiezeitung. Und man muss ganz klar sagen: Beide Häuser, Heinen und DuMont, sind ihrer Verantwortung gegenüber den Beschäftigten nicht gerecht geworden.
Da, ist der Fall in Münster ganz anders. Das halte ich der Rheinischen Post und Aschendorff zugute.

JOURNAL: Die RP-Mediengruppe übernimmt die Westfälische Medien-Holding als Ganzes. Das heißt, dass sich an den Strukturen und damit auch für die übernommenen Redaktionen erstmal nichts ändert. Was ist auf mittlere Sicht zu erwarten?
Kah: Wir hätten die RP natürlich wirklich gerne wieder im Tarif. In dieser Hinsicht sind wir durchaus kritisch. Zugleich muss ich sagen: Es gibt schlechtere Arbeitgeber; da hätten die Kolleginnen und Kollegen in Münster und Bielefeld es ganz anders treffen können.
Aber machen wir uns nichts vor: Eine Übernahme ergibt nur Sinn, wenn dabei Synergien gehoben werden. Unsere Erfahrung mit solchen Konzentrationsprozessen zeigt, dass der Umbau oft nach etwa einem Jahr beginnt. Da sind wir dann sicherlich bei den Themen Druck und Verwaltung.

JOURNAL: Was gilt für die Redaktionen?
Kah: Im Lokalen rechnen wir nicht mit Einschnitten. Worauf wir einen Blick behalten müssen, ist die Mantelredaktion. Die kriegt einerseits selbst Teile zugeliefert, beliefert aber andererseits andere Redaktionen mit Mantelinhalten. Bisher ist die Westdeutsche Zeitung ein Abnehmer, demnächst sollte die Siegener Zeitung hinzukommen. Ob es dabei bleibt, muss man abwarten.

JOURNAL: Da die Zeitungsverlage ja eine der beiden Säulen im Lokalfunk tragen, nämlich die



Foto: Alexander Schneider

Volkmar Kah ist Geschäftsführer des DJV-NRW. In der Vergangenheit war er selbst Zeitungsredakteur.

Betriebsgesellschaften, lohnt auch ein Blick auf die Lokalradios.
Kah: Da wird es eine Machtverschiebung innerhalb des Systems geben. Die Rheinische Post steht ja als Eigentümerin hinter der PFD Pressefunk mit Antenne Düsseldorf und weiteren Sendern in diesem Teil des Rheinlands. Sie bestimmt künftig auch über die Geschicke der Lokalradios im Münsterland, die zur Münsterländischen Medien Service (MMS) gehören. Wie sich das auswirken wird, müssen wir auch hier abwarten

JOURNAL: Der Lokalfunk ist ja gerade sowieso in schweren Fahrwassern, wie wir aus dem Strukturprozess wissen.
Kah: Im Lokalfunk gilt etwas Ähnliches wie oben gesagt: Gerade bekommen alle Player die Quittung dafür, dass sie in den vergangenen zehn Jahren die Weichen falsch gestellt haben. Das ist in diesem Fall weniger den einzelnen Lokalsendern anzukreiden als vielmehr der Politik und der Landesanstalt für Medien NRW (LFM).

JOURNAL: Was hätten die besser machen müssen?
Kah: Der DJV-NRW hat immer auf den Interessenskonflikt im System hingewiesen – zwischen den auf Gewinn angelegten Betriebsgesellschaften und den auf lokale Versorgung angelegten Veranstaltergemeinschaften. Weil der Strukturprozess der vergangenen Jahre einseitig auf die wirtschaftliche Seite geschaut hat, konnten die Betriebsgesellschaften sich gegen die Veranstaltergemeinschaften durchsetzen.
Um das zu verhindern, hätte die LFM bei der Landesregierung weit vorher auf die Schaffung anderer Instrumente im Landesmediengesetz drängen müssen. Denn was aus unserer Sicht immer fehlte, war Transparenz über die Kostenstrukturen und die Einnahmenseite. Wenn es jetzt um „fehlende wirtschaftliche Tragfähigkeit“ einzelner Lokalradios geht, gibt es keine Möglichkeit zu prüfen, ob die Kostenstrukturen dahinter plausibel sind und ob der Werbemarkt angemessen ausgeschöpft wird.
Mit den aktuellen gesetzlichen Rahmenbedingungen bleibt der LFM dann nichts anderes übrig, als größere Verbreitungsgebiete zu schaffen.

> *„Der Zeitungsmarkt in NRW ist weitgehend bereinigt.*
>
> ***Volkmar Kah, Geschäftsführer des DJV-NRW***



Foto: Alexander Schneider

JOURNAL: Was bleibt dann von der Idee des Lokalfunks?
Kah: Wenig, denn er wird zum Regionalfunk. Und weil er damit sein Alleinstellungsmerkmal verliert, führt das im schlechtesten Fall zum Ende des ganzen Lokalfunksystems. Denn Regionalfunk macht auch der WDR und will das jetzt weiter ausbauen – so wie es der Rundfunkänderungsstaatsvertrag den ARD-Anstalten nahelegt. Beim WDR geht mit der Zusammenlegung von Landesstudios und Newsroom und den zusätzlichen Freien in den Regionen künftig eine immense Power in diese Berichterstattung. Wie sollen die Lokalradios da mithalten, wenn sie wegen immer größerer Verbreitungsgebiete das Lokale nicht mehr richtig abdecken können?

JOURNAL: Das Lokale leidet in NRW schon länger durch die Entwicklungen bei den Zeitungsverlagen. Was bedeutet es, wenn die Lokalradios als zusätzliche Stimme verschwinden?
Kah: Wenig Gutes. Den Vorwurf muss man der aktuellen Landesregierung, dem Medienminister Nathanael Liminski machen, in Teilen auch der SPD: Alle erzählen in Sonntagsreden, wie wichtig Journalismus für die Demokratie ist, aber am Ende des Tages traut man sich nicht, passende Rahmenbedingungen zu schaffen.

JOURNAL: Für den Lokalfunk haben wir schon angesprochen, was wünschenswert wäre. Was müsste die Politik tun, damit der Lokaljournalismus als Ganzes eine Chance hat?
Kah: Dessen Bedeutung für Zusammenhalt und Demokratie wird ja wie erwähnt oft genug beschworen, ohne dass viel passiert. Es gibt das – mehrfach gebrochene – Versprechen der Zustellförderung, der wir als DJV kritisch gegenüberstehen. Sinnvoller wäre aus unserer Sicht eine staatsferne Förderung für lokale Medien, die sich auf das Herstellen der Inhalte bezieht oder auf Redaktionsstrukturen.
Aber vielleicht muss an erster Stelle die Medienpolitik der Finanzpolitik klar

machen, dass ein funktionierendes Mediensystem systemrelevant ist und dass man dann entsprechend dort auch Mittel reingeben muss.

JOURNAL: Wie und wo könnten die platziert werden?
Kah: Das wäre der zweite Schritt: über die geeigneten Instrumente zu streiten. Wir als DJV-NRW sind mit der Landesregierung einer Meinung, was das Thema Gemeinnützigkeit für journalistische Projekte angeht. Das hilft allerdings nicht den klassischen Medienhäusern. Die Verlage würden wiederum von einer Mehrwertsteuersenkung profitieren, bei der wir aus meiner Sicht gut mitgehen können.
Auseinander sind wir mit der CDU-geführten Landesregierung dagegen bei der Idee, eine Förderung an journalistische Arbeitsplätze zu koppeln.
Und was auf jeden Fall hinzukommen müsste: die entsprechenden Regularien zu schaffen, gerade im Lokalfunk.

JOURNAL: Was wäre noch denkbar?
Kah: Es würde helfen, wenn die Verlage aufhören, den Feind nur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu sehen. Stattdessen müssten alle konsequent gemeinsam Richtung Intermediäre gucken. Wenn man da zu einer guten Regulierung käme, könnte das allen Playern im deutschen Mediensystem das Leben erheblich leichter machen.

JOURNAL: Wäre auch eine Art Medienabgabe denkbar – analog oder sogar gemeinsam mit dem Beitrag für die Öffentlich-Rechtlichen?
Kah: Aus einem kleinen Teil dieses Beitrags werden ja heute schon die Landesmedienanstalten finanziert, also die Medienaufsicht über den privaten Rundfunk. Das ist kaum jemandem bewusst. Also ja, man kann darüber nachdenken, ob man eine Medienabgabe schafft, von der dann in einem gewissen Rahmen auch privat finanzierte Medien profitieren. Ich glaube, wenn man das wirklich will, kriegt man das hin.

JOURNAL: Natürlich gäbe es auch Widerspruch. Wo wären die Haltelinien?
Kah: Ich sehe zwei: Erstens sollten wir nicht am bewährten staatsfernen KEF-Verfahren für die Öffentlich-Rechtlichen rühren, das entsprechend den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts gestaltet wurde. Und zweitens sollten möglichst viele Finanzierungsmodelle erhalten bleiben. Eine solche Medienabgabe sollte nur unterstützen und nicht dazu führen, dass alle an einem Tropf hängen. Grundsätzlich gilt: Die Idee einer Medienabgabe ist nicht trivial, aber es setzt die Anerkenntnis voraus, dass das, was wir als Gesellschaft an Journalismus brauchen, im Markt ohne Unterstützung auf Dauer nicht mehr zu halten ist.

JOURNAL: Damit wären wir wieder beim Ausgangspunkt, dem Lokalzeitungsmarkt in NRW. Was sagen uns die aktuellen Entwicklungen vor dem eben diskutierten Hintergrund?
Kah: Wenn wir mit klarem Blick auf NRW schauen, ist der Markt hier mittlerweile weitgehend bereinigt. Unabhängig davon, ob einzelne kleine Blätter erhalten bleiben, wird sich an der Struktur nichts ändern. Schon gar nicht ist zu erwarten, dass sich größere lokaljournalistische Medien neu etablieren können. Das heißt: Langfristig müssen wir uns darüber klar werden, dass es für Lokaljournalismus eine wie auch immer geartete gesellschaftliche Unterstützung braucht.

JOURNAL: Das ist das Fazit auf der eher abstrakten Ebene. Aber es gibt noch das ganz Konkrete: Gerade haben Menschen in Köln ihren Arbeitsplatz verloren, und in Münster und Bielefeld sorgen sich andere, dass ihnen das über kurz oder lang auch blüht.
Kah: Im Lokalen gibt es gerade kaum zusätzliche Arbeitsplätze. Das ist ein relativ ausgedünnter Markt. Und auch die Möglichkeiten, in Richtung Pressestelle auszuweichen, sind nicht mehr so aussichtsreich wie früher.
Vor allem in Köln kommt erschwerend hinzu, dass es nicht nur um die mehr als 30 Redakteurinnen und Redakteure der Kölnischen Rundschau geht. Hinzu kommen rund 270 Menschen, die das Abfindungsangebot von RTL News angenommen haben.

JOURNAL: Nicht alle rund 300 suchen gleichzeitig einen neuen Job im Journalismus.
Kah: Das stimmt. Viele sind die nächsten Monate noch abgesichert – durch den Tarifvertrag bei der Rundschau und die Transfergesellschaft bei RTL. Manche werden den Ruhestand zeitlich vorziehen, und andere werden dem Beruf leider den Rücken kehren. Aber es bleibt dabei, dass es einen Druck in den Arbeitsmarkt gibt. Zumal natürlich auch an anderen Stellen Arbeitsplätze verschwinden. Etwa bei Funke, wo jetzt die Desk-Lösungen noch mal zusammengelegt werden. Stichworte sind hier One Desk und Zentralisierung der Produktion.

JOURNAL: Nicht zuletzt wissen wir, dass auch KI Stellen vernichten wird, zum Beispiel in der Produktion.
Kah: Das stimmt. Auf der anderen Seite wird es in den kommenden Jahren noch mal einen Umbruch geben, wenn die Boomer in Rente gehen. Allerdings ist die Gewissheit verloren gegangen, die wir in den vergangen Jahren hatten, dass das ausreichend Platz macht für die Jüngeren, die hochqualifiziert in den Job gehen wollen.||

KEINE EINZELFÄLLE MEHR

Wo die alten Vorgaben im Lokalfunk bereits aufgeweicht sind

von Sascha Fobbe

Gemeinsam Betriebskosten sparen durch denselben Standort, mehr Inhalte schaffen durch Synergien – das sind die Hauptgründe, die Betriebsgesellschaften und Chefredaktionen nennen, wenn es um die Etablierung von Funkhausmodellen für den NRW-Lokalfunk geht. Dabei kann man einen Standort außerhalb des Verbreitungsgebiets schon als Widerspruch zum Sinn des Lokalfunks sehen.

Erst recht gilt das für die „potenzielle Zusammenlegung von Verbreitungsgebieten des lokalen Hörfunks". Eröffnet hat diese Möglichkeit die Medienkommission der Landesanstalt für Medien NRW (LFM) im November 2025. Sie stützt sich dabei auf das Gutachten zur wirtschaftlichen Situation im NRW-Lokalfunk (Goldmedia-Studie, 2024). Verbreitungsgebiete können demnach zusammengelegt werden, falls die Lokalradios nicht belegen können, dass sie alleine wirtschaftlich tragfähig sind. Der Nachweis muss im Zuge der jeweiligen Zulassungsverlängerung erfolgen.

Damit Sender gegebenenfalls zusammengelegt werden können, hat die LFM die Lizenzvergabezeiten harmonisiert und teils drastisch verkürzt: Galten die Zulassungen früher für fünf bis zehn Jahre, ist es zuletzt teilweise nur ein Jahr gewesen.

Was wird aus Radio Ennepe-Ruhr?

Schon im August dieses Jahres läuft die Sendelizenz für Radio Ennepe-Ruhr aus. Nach den Regeln stünde eine Fusion an, wenn der Sender alleine keine finanziellen Gewinne erwirtschaften kann. Schon 2023 ist Radio Ennepe-Ruhr zu Radio Wuppertal gezogen und hat denselben Chefredakteur. Der Plan, dass es für Ennepe-Ruhr einen eigenen Chefredakteur gibt, sobald dies wirtschaftlich möglich wäre, scheint nicht aufzugehen. Stattdessen arbeiten die Redakteurinnen und Redakteure inzwischen – entgegen den ursprünglichen Zusicherungen – auch für das jeweils andere Lokalradio.

Und derzeit zeichnet sich ab, dass dieses Funkhausmodell endet und es auch keine Fusion mit Radio Wuppertal geben wird. Stattdessen ist eine Zusammenarbeit mit den Sendern in Bochum oder Herne im Gespräch. Die Medienkommission der LFM wird voraussichtlich im April oder Mai entscheiden. Die Alternative kann auch ein weißer Fleck im Ennepe-Ruhr-Kreis sein.

Früher Ausnahmefall: Aachen

Funkhausmodelle gibt es einige in NRW, teils auf Wunsch der Chefredakteure, teils aus wirtschaftlichem Druck. Die erste Fusion hatte mit der aktuellen Strukturdebatte allerdings nichts zu tun: der Zusammenschluss von 107,8 Antenne AC und Radio Aachen, die wirtschaftlich nie gut dastanden. Nach der Insolvenz von Radio Aachen ging Ende 2020 Antenne AC für die Städteregion Aachen auf Sendung.

Hier gibt es also bereits einen Sender für ehemals zwei Verbreitungsgebiete. Auch der Nachbarkreis Heinsberg bietet offenbar nicht ausreichend wirtschaftliches Potenzial (also werbetreibende Kunden), um ein Radio zu finanzieren: Welle West stellte Mitte 2006 den Sendebetrieb ein. Vorübergehend sendete der Mantelprogrammanbieter Radio NRW als Welle West auf den Frequenzen des Lokalradios. Eine neue Betriebsgesellschaft für Welle West war trotz mehrerer Anläufe nicht zu finden.

Verschiedene Funkhausmodelle

Radio Herford und Radio Westfalica zogen 2023 zusammen ins Funkhaus in Bad Oeynhausen. Eine gemeinsame Frühsendung gibt es schon seit 2015, der kostensparende Umzug in eine „gemeinsame WG" war daher nur eine Frage der Zeit (siehe JOURNAL 3/23). In den anderen Sendezeiten wechseln sich die beiden Lokalradios ab, das jeweils eine übernimmt die Sendung des anderen. Nachdem Radio Lippe schon länger Sendungen der beiden Radios übernommen hatte, ist es vor einem halben Jahr ebenfalls ins Funkhaus nach Bad Oeynhausen gezogen.

Kostengründe waren auch maßgeblich, als Radio WAF im Sommer 2025 den Standort Warendorf aufgab und zusammen mit Radio Gütersloh in ein neues Funkhaus nach Rheda-Wiedenbrück zog. Nach dem Weggang des langjährigen Chefredakteurs von Radio WAF wurde die Stelle nicht neu ausgeschrieben. Seitdem teilen sich die beiden Lokalradios den Chefredakteur.

Wie weiter verfahren wird, ist noch nicht abschließend entschieden.

Ähnlich sieht es bei Antenne Unna aus: Seit der Chefredakteur Ende 2025 in Rente ging, hat der Chefredakteur von Radio 91,2 übernommen. Die geteilte Chefredaktion ist zunächst bis November 2026 vorgesehen, dann läuft die Lizenz von Antenne Unna aus. Danach wollen die Verantwortlichen entscheiden, wie es weitergeht.

Strategische Entscheidungen

Aus strategischen Überlegungen sind die vier Lokalradios Radio KW, Radio Emscher-Lippe, Radio Mülheim und Radio Oberhausen 2024 nach Essen ins Gebäude der Funke-Zentrale gezogen. Dies war eine gemeinsame Entscheidung der drei Chefredakteure (siehe JOURNAL 3/23) - drei, weil Radio Mülheim und Radio Oberhausen nur dem Namen nach zwei Sender sind. Sie sind 2007 aus Antenne Ruhr hervorgegangen und teilen sich Veranstaltergemeinschaft und Chefredakteur.

In gleicher Weise wollte das Verlagshaus Aschendorff in Münster seine vier Sender Antenne Münster, Radio Kiepenkerl, Radio RST und Radio WMW in einem neuen gemeinsamen Medienzentrum unterbringen. Ein wesentlicher Unterschied: Hier sollen die Frühsendungen trotzdem aus Sendestudios im jeweiligen Verbreitungsgebiet kommen.

Nach diesem Muster sollte Radio Kiepenkerl schon Mitte 2025 aus dem Kreis Coesfeld nach Münster umziehen. Die meisten Redaktionsmitglieder von Radio RST und Radio WMW sollten ins Medienzentrum in Münster wechseln. Umgesetzt wurden die Pläne bislang nicht – angeblich, weil die Räumlichkeiten doch nicht geeignet seien.

Aus heutiger Sicht könnten die Gründe woanders liegen: Seit März ist bekannt, dass die Rheinische Post Mediengruppe die Westfälische Medien-Holding (und damit das Verlagshaus Aschendorff) übernehmen will (siehe „Wieder zwei weniger“, Seite 12). Die Verhandlungen dazu dürften schon länger dauern. Entsprechend könnte Aschendorff die Pläne auf Eis gelegt haben. Wenn das Kartellamt zustimmt, wird die Rheinische Post das Sagen in der Westfälischen Medien-Holding haben – inklusive der Lokalradios. Ob dies Auswirkungen auf das geplante Medienzentrum hat, ist noch unklar.

Auch bei den Sendern der DuMont-Mediengruppe sollen Zusammenlegungen geplant sein, bei Funke soll es zudem weitere geben. Details dazu sind in beiden Fällen öffentlich noch nicht bekannt.

Vieles vorweggenommen

Die Übersicht zeigt: Mehrere schon existierende oder geplante Funkhäuser und die gemeinsamen Chefredaktionen scheinen das Fusionsszenario der LFM vorwegzunehmen. Dieses Szenario fordert eine Gebietszusammenlegung, wenn ein Lokalradio nicht die geforderte Gewinnspanne erreicht. Dafür hat die LFM bereits Gebiete festgelegt. Die im Text erwähnten Funkhäuser beziehungsweise Sender mit geteilten Chefredaktionen bilden diese Fusionen ziemlich genau ab.

Die einzigen Unterschiede: Im Münsterland wäre lediglich eine Fusion von Radio Kiepenkerl mit Antenne Münster vorgesehen. Und zu den drei Sendern in der Essener Funke-Zentrale soll noch Radio Essen hinzukommen.

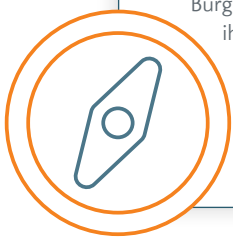
Nach dem Gutachten von 2024 ist die Grundidee der Fusionen, dass die Einsparungen den Redaktionen lokale Sendermarken, lokale Nachrichten und lokale „Programmeinschübe“ ermöglichen. Eine Zusammenlegung der Verbreitungsgebiete nach den LFM-Plänen kann nur verhindert werden, wenn die Senderverantwortlichen mindestens sechs Monate vor Auslaufen der Lizenz „einen wirtschaftlich tragfähigen Alternativvorschlag für eine anderweitige Gebietszusammenlegung vorlegen“, so steht es im Beschluss der Medienkommission vom 14. November 2025.

Mit dem Auslaufen der ersten Lizenzen wird sich in den kommenden Monaten zeigen, wohin sich der Lokalfunk in NRW entwickeln wird.

Das frisch verabschiedete 22. Rundfunkänderungsgesetz hat zudem inzwischen die Voraussetzung dafür geschaffen, dass Chefredakteurinnen und -redakteure dauerhaft senderübergreifend zuständig sein können (siehe auch „Mediengesetze angepasst“, Seite 34). ||

WAS OHNE LOKALJOURNALISMUS FEHLT

Lokaljournalismus erfüllt zentrale demokratische Funktionen: Er informiert, verbindet, ordnet ein und fördert politische Teilhabe ebenso wie die politische Meinungsbildung. Bürgerinnen und Bürgern würde all das fehlen, wenn es keinen Lokaljournalismus mehr gäbe.



INFORMATION & ORIENTIERUNG

Bürgerinnen und Bürger schätzen, dass Lokaljournalismus ihnen stellt verlässliche, überprüfbare und relevante Informationen über Ereignisse, Entscheidungen und Entwicklungen in der Region bereitstellt. Er bietet Einordnung und Orientierung, erklärt politische und gesellschaftliche Zusammenhänge und macht Verwaltungshandeln vor Ort transparent.



LÜCKEN DURCH WEGFALL LOKALJOURNALISTISCHER ANGEBOTE

Mir würden überprüfbare/ verlässliche Informationen über meine Region fehlen

62 %

59 %

Mir würde eine wichtige Quelle fehlen, um mir eine eigene Meinung über lokale Themen zu bilden

GEMEINSCHAFT & INTEGRATION

Lokaljournalismus stiftet Zugehörigkeit, Nähe und Identität. Das wissen die Nutzenden. Er stärkt das Gemeinschaftsgefühl, indem er gemeinsame Erfahrungen sichtbar macht, regionale Kultur und Alltagsleben abbildet und so Integration in die lokale Gemeinschaft fördert.

LÜCKEN DURCH WEGFALL LOKALJOURNALISTISCHER ANGEBOTE

Ich wäre weniger informiert über Kultur, Vereinsleben und das soziale Leben in meiner Region

66 %

40 %

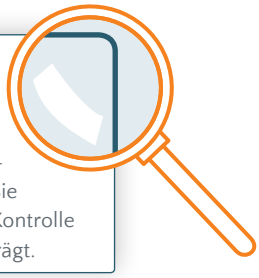
Der soziale Zusammenhalt im Ort würde geschwächt werden.

Quelle: Lokaljournalismus und Demokratie, GIM Gesellschaft für innovative Marktforschung – in Zusammenarbeit mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), November 2025



KRITIK & KONTROLLE

Bürgerinnen und Bürger verstehen, dass Lokaljournalismus eine kritische Kontrollfunktion übernimmt, indem er Missstände, Machtmissbrauch oder Fehlentwicklungen sichtbar macht und öffentlich diskutiert. Sie schätzen ihn als „Watchdog", der die demokratische Kontrolle vor Ort stärkt und zum Vertrauen in Institutionen beiträgt.



LÜCKEN DURCH WEGFALL LOKALJOURNALISTISCHER ANGEBOTE

Missstände und Probleme in meiner Region würden nicht mehr aufgedeckt. **59 %**

56 % Politisch Verantwortliche müssten weniger Rechenschaft ablegen.

43 % Es gäbe niemanden mehr, der sich für die Menschen in meiner Region starkmacht.

PARTIZIPATION

Lokaljournalismus schafft Foren für öffentliche Debatten und ermöglicht Bürgerinnen und Bürgern, ihre Perspektiven einzubringen. Er fördert aktive politische Teilhabe und gesellschaftliches Engagement, indem er Themen sichtbar macht und Räume für Diskussion eröffnet.

LÜCKEN DURCH WEGFALL LOKALJOURNALISTISCHER ANGEBOTE

Man würde weniger über Bürgeranliegen erfahren, sie würden nicht mehr öffentlich dargestellt. **65 %**

56 % Es gäbe weniger Möglichkeiten, über öffentliche Themen zu diskutieren.

POLITISCHE SELBSTWIRKSAMKEIT

Lokaljournalismus macht politische Prozesse im direkten Umfeld sichtbar und verständlich. Dadurch erkennen Bürgerinnen und Bürger, wie sie selbst vor Ort durch ihr Engagement Einfluss nehmen können. So stärkt er das Vertrauen in die eigene politische Wirksamkeit und fördert demokratisches Handeln.

FAZIT

Lokaljournalismus erfüllt Funktionen, die einzelne Akteurinnen und Akteure nicht zuverlässig übernehmen können – insbesondere Beobachtung, Kontrolle, Einordnung und Transparenz.
Ohne lokale Medien wird demokratische Teilhabe geschwächt: Bürgerinnen und Bürger verlieren Zugang zu wichtigen Informationen über Entscheidungen, Verantwortlichkeiten, Entwicklungen.
Es entsteht die Gefahr, dass Informationslücken von einzelnen Gruppen oder Stellen gefüllt werden, die weniger neutral und unabhängig berichten.

Illustration: Karl-Hermann Hildebrandt

DIE WOCHEN NACH DEM BEBEN

Wie es für RTL News weitergeht

von Corinna Blümel

Dass 2026 für die Beschäftigten von RTL News in Köln ziemlich schwarz starten würde, war schon ein paar Wochen vorher klar: Im Dezember hatte die Geschäftsführung von RTL Deutschland den Abbau von 600 Stellen verkündet (siehe auch JOURNAL 4/25). Bluten musste vor allem RTL News als größte Tochter von RTL Deutschland und zuständig für die Produktion der journalistischen Inhalte, darunter Nachrichten, Magazine und Dokumentationen. Rechnerisch 230 Stellen galt es abzubauen, wegen des Teilzeitanteils war von einer höheren Zahl Betroffener auszugehen.

Am 7. Januar dann hypnotisiertes Starren auf den Maileingang: An diesem Stichtag wurden die Betroffenen nach und nach individuell darüber informiert, dass ihnen ein Abfindungsangebot unterbreitet wird. „So einen Tag sollte niemand erleben müssen", heißt es rückblickend. Denn das bange Warten teilten alle, und auch wer bis zum Abend kein Angebot per Mail erhalten hatte, kannte genug Kolleginnen und Kollegen, die es getroffen hatte. Denen der Arbeitgeber, dem viele mit großer Identifikation verbunden waren und sind, nun entschieden den Abschied nahelegte.



Foto: privat

Wolfram Kuhnigk, Betriebsratsvorsitzender bei RTL News.

Betroffene gut unterstützen

Traurig und traumatisierend für alle sei das gewesen, resümiert Wolfram Kuhnigk, Betriebsratsvorsitzender bei RTL News. Eingebunden war der Betriebsrat allerdings nur am Rand, denn das sogenannte Anspracheverfahren sei nicht mitbestimmungspflichtig, erklärt er. Wer angesprochen werden solle, habe allein die Geschäftsführung entschieden. Der Betriebsrat konnte lediglich prüfen, dass diese Auswahl diskriminierungsfrei war. „Unsere Aufgabe war vor allem, die Betroffenen in der Folge möglichst gut zu unterstützen", erzählt Kuhnigk. Mit ihnen hätten Mitglieder des Betriebsrats zahllose Krisen- und Beratungsgespräche geführt und sie im weiteren Verlauf auf Wunsch in den Erst- und Zweitgesprächen begleitet. „Das waren Hunderte."

Für die 15 permanenten Mitglieder des 40-köpfigen Betriebsrats dürfte das eine echte Herausforderung gewesen sein. Zumal die Frist zwischen der ersten Information über die Konditionen des Abfindungsangebots und der Entscheidung recht kurz war.

Dass viele Menschen im gleichen Zeitraum eine so große Entscheidung fällen mussten, sei auch für den DJV-NRW fordernd gewesen, sagt Justiziar Christian Weihe. Zusammen mit Justiziarin Karoline Sieder hat er betroffene DJV-Mitglieder beraten und die Angebote überprüft, damit diese eine kluge Entscheidung fällen konnten. „Man muss ja ganz individuell abwägen, wie das mit der aktuellen Lebenssituation und den eigenen Plänen zusammenpasst", gibt Weihe zu bedenken.

Die hohe Fallzahl habe dabei zur guten Durchdringung des Sachverhalts beigetragen. „Dazu kommt unser enger Kontakt zum Betriebsrat und zu denen, die den Sozialplan verhandelt haben", sagt Weihe. „Davon haben die Mitglieder profitiert."

Die meisten haben unterschrieben

Zu Frühjahrsbeginn ist bei RTL News Ruhe eingekehrt. Letztlich haben die meisten der Angesprochenen das – finanziell gut ausgestattete – Angebot angenommen, „manche mit Wut, manche mit Trauer", wie Kuhnigk erzählt. Der Konzernbetriebsrat habe gut verhandelt, sodass „die Kolleginnen und Kollegen nicht schutzlos gehen. Der Sozialplan und die Transfergesellschaft geben ihnen Sicherheit."

Ein Teil derjenigen, die das Angebot nicht annehmen wollten, sind bereits an einem neuen Arbeitsplatz zurück im Alltag. Bei wenigen prüft das Haus noch, ob sich andere Beschäftigungsmöglichkeiten im Unternehmen finden. Einzelne betriebsbedingte Kündigungen soll Geschäftsführer Martin Gradl nicht ausgeschlossen haben. Aber vor einer echten Kündigungswelle scheint man sicher zu sein.

Herausfordernder Umbau

Rund 270 Mitarbeitende weniger hat RTL News nun für den Weg in die Zukunft. Damit der gelingen kann, wird an drei Stellschrauben gedreht, erklärt Betriebsratsmitglied Bert Grickschat: Die Konzentration auf die drei Kernmarken RTL News, Punkt zwölf und Exclusiv, mehr Effizienz durch eine komplett neue Arbeitsstruktur. „Und es werden weniger Inhalte produziert."

So entfallen künftig die RTL-Sendungen Punkt 6, Punkt 7 und Punkt 8. An deren Stelle soll montags bis freitags zwischen 6 und 9 Uhr ein neues Morgenmagazin treten, das RTL und ntv gemeinsam senden werden. An den Feinheiten des Angebots – Arbeitstitel „Deutschland am Morgen"– wird derzeit unter Hochdruck gearbeitet. Der Start ist für Mai geplant. Bis dahin bleiben die Kolleginnen und Kollegen von Punkt 6, Punkt 7 und Punkt 8, die dem Anspracheverfahren zugestimmt haben, noch dabei.

„Die Morgenschiene ist wichtig für RTL News als Produktionstochter", betont Grickschat, „aber eben auch für das Programm. Dessen Attraktivität würde deutlich leiden, wenn RTL am Morgen Gerichtssendungen oder anderes aus der Konserve ausstrahlen würde."

Als Newsangebote erhalten bleiben das Mittagsmagazin Punkt 12, die Newssendung RTL aktuell am Abend und das Nachtjournal sowie das Boulevard- und Verbrauchermagazin Explosiv.

In der Primetime will sich RTL News sich verstärkt auf investigative Inhalte wie Team Wallraff und stern investigativ konzentrieren sowie auf das Wochenmagazin Extra. VIP- und People-Themen wurden bereits Mitte Januar im Vorgriff auf die dünnere Personaldecke in der Marke Exclusiv gebündelt. Die Magazine Gala bei RTL und Prominent bei VOX sowie das Shortformat #VOXStimme wurden gestrichen.

Newsdesks statt Ressorts

Einschneidend ist die neue Arbeitsorganisation: Zum 1. März hat RTL News sich von den bisherigen thematischen Ressorts verabschiedet und auf eine Newsdesk-Systematik umgestellt. Zugeordnet wird dabei nach zeitlichen Kriterien, erklärt Grickschat: „Was heute oder morgen passiert, fällt unter News, alles mit längerer Perspektive unter Magazine." Für die Steuerung der übergeordneten Zusammenarbeit bei ntv.de, stern.de und rtl.de gibt es eigene Desks.

Grickschat, der selbst bei Punkt 12 arbeitet, zieht knapp vier Wochen nach Einführung ein positives Resümee und hört das ähnlich von anderen: „Natürlich ist nicht alles reibungslos gelaufen, aber erfreulich fehlerfrei und ohne größere Ausfälle, auch wenn es hier und da mal gehakelt hat." Da habe sich die Routine der Kolleginnen und Kollegen bezahlt gemacht. Die Arbeitsorganisation sei im Laufe der vergangenen Jahre mehrmals neu aufgestellt worden. „Unsere sehr erfahrenen Leute kommen auch damit klar, wenn die Struktur noch nicht bis ins Letzte steht. Ich glaube, man kann sagen: Umstrukturierung können wir."

Den gelungenen Start in die neue Produktionsstruktur lobte auch RTL-Chef Stephan Schmitter in einem ausführlichen Interview mit dem Branchenportal DWDL: „Trotz der schweren und hochemotionalen Situation für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist unsere Neustrukturierung sehr ruhig, professionell und fokussiert abgelaufen." Dafür dankte er den Beschäftigten.

Die hoffen darauf, dass der schmerzhafte Einschnitt sich bezahlt macht und ihre Arbeitsplätze bei RTL gesichert sind. Und dass die angestrebte Übernahme von Sky (siehe Seite 32) den erwünschten Schub bringt.

Der Betriebsrat kümmert sich derweil um die anstehenden Wahlen. Da im Anspracheverfahren auch Mitglieder des Gremiums ausgeschieden sind, gilt es, viele neue Kandidatinnen und Kandidaten zu finden. Der Betriebsrat hat beim Werben um Aktive gute Argumente: Die vergangenen Wochen haben schließlich gezeigt, wie wichtig ein guter und engagierter Betriebsrat ist.||



Bert Grickschat ist Mitglied im Betriebsrat bei RTL News.

Foto: Corinna Blümel

GERADE JETZT DAS FALSCHE SIGNAL

Gekürzter Zuschuss: Die Deutsche Welle muss 160 Stellen abbauen

von Corinna Blümel

Gerade in Zeiten der Multikrisen, in denen besonnene journalistische Stimmen in aller Welt an Bedeutung gewinnen, droht bei der Deutschen Welle (DW) ein massiver Stellenabbau: 160 Vollzeitstellen-Äquivalente sollen wegfallen. Das gab die Geschäftsleitung am 18. Februar bekannt. Betriebsbedingte Kündigungen soll es nicht geben, hieß es.

Notwendig sind diese Einsparungen, weil der Bund im November 2025 den Zuschuss für 2026 gekürzt hat. Ein klarer Widerspruch zum Koalitionsvertrag vom Mai 2025, in dem sich die Bundesregierung zur Stärkung der DW bekannt hatte (siehe auch JOURNAL 4/25).

Rundfunkrat, Verwaltungsrat und Geschäftsleitung haben in einer gemeinsamen Sondersitzung über ein umfassendes Sparpaket beraten.

Mehrere Sprachen betroffen

Betroffen sind mehrere Fremdsprachen und Weltregionen. Unter anderem soll das griechische Programm komplett eingestellt werden, dabei wurde das Angebot erst jüngst umfassend modernisiert. Im portugiesischen Programm für Afrika sind Budgetkürzungen um 25 Prozent vorgesehen, sodass mehrere Formate eingestellt werden müssen. Ersatzlos gestrichen wird auch eine Radionovela, die in sechs Programmsprachen für jugendliche Hörerinnen und Hörer in Afrika südlich der Sahara ausgestrahlt wurde. Schwere Einschnitte gibt es ebenfalls bei Spanisch für Lateinamerika und Dari/Pashtu für Afghanistan.

Nachdem beim deutschsprachigen Programm in der Vergangenheit schon alle linearen Ausspielwege gestrichen wurden, wird nun der verbliebene On-Demand-Etat um die Hälfte gekürzt und mit den Sprachlern-Angeboten der DW fusioniert. In der Folge entfällt das letzte tagesaktuelle journalistische Angebot in deutscher Sprache.

Eugen Theise, Personalratsvorsitzender des Örtlichen Personalrats in Bonn und Vorsitzender der DJV-Betriebsgruppe bei der DW, kritisierte die Entscheidungen. „Erfolgreiche Programmangebote werden aufgegeben, obwohl der deutsche Auslandsrundfunk international relevant und reichweitenstark ist wie nie zuvor. Die Politik muss schnellstmöglich umdenken!“

Klar Position bezogen

Der DJV hatte an die Aufsichtsgremien appelliert, die komplette Schließung von Sprachangeboten zu verhindern – vergeblich. Allerdings hatten sich die Vorsitzenden von Rundfunk- und Verwaltungsrat ebenso wie Intendantin Barbara Massing deutlich positioniert. Der Rundfunkratsvorsitzende Karl Jüsten verwies auf drohende Reichweitenverluste. „Das ist besonders bitter, da Russland und China ihre staatlichen Propagandasender massiv ausbauen und der Rückzug der Amerikaner aus dem Auslandsrundfunk weitere Lücken reißt“, sagte er.

Auch der Vorsitzende des Verwaltungsrats, Achim Dercks, warnte vor langfristigen Schäden bei der journalistischen Qualität, der technischen Infrastruktur und der Reichweite, falls die Mittel für 2027 nicht wieder aufgestockt würden. Intendantin Barbara Massing sprach von einer Schwächung der Wettbewerbsfähigkeit in einer Zeit, in der eine starke deutsche und europäische Präsenz geopolitisch immer wichtiger werde.



Foto: AKO

Die Aufgabe erfolgreicher Angebote kritisiert Eugen Theise, Vorsitzender im Örtlichen Personalrat am Standort Bonn.

Mit politischen Gesprächen und aufmerksamkeitsstarken Protestaktionen wird sich der DJV dafür einsetzen, dass die DW ab 2027 finanziell wieder gestärkt wird. Nur so können Jobs und journalistische Qualität gesichert werden. Besonders wichtig ist das der DJV-Betriebsgruppe vor dem Hintergrund der anstehenden Tarifverhandlungen: Die Belegschaft dürfe nicht vor der Wahl stehen, dass sie entweder weitere Reallohnverluste oder zusätzliche Entlassungen hinnehmen müsse.||

Antisemitismus-Vorwürfe gegen die Deutsche Welle

Die Deutsche Welle (DW) wurde Mitte März erneut mit Antisemitismus-Vorwürfen konfrontiert. Sie betreffen nicht die Berichterstattung des Auslandssenders, sondern israelfeindliche Bilder und Positionen zweier freier Mitarbeitender in privaten Social-Media-Kanälen.

In einer ersten Reaktion erklärte die DW, die Posts nicht gekannt zu haben. Diese widersprächen den Werten der DW, dem Code of Conduct (Verhaltenskodex) für feste und freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der Declaration of Values, die für Geschäftspartner und Firmen gelte. Beide Personen seien „freie Journalisten, die der DW ihre journalistische Tätigkeit in Rechnung stellen", heißt es im Statement des Senders. Eine der beiden habe seit 2025 testweise einzelne Beiträge über den Irak geliefert. Der andere habe seit 2020 als Freier gearbeitet, sei aber „nicht als Arbeitnehmer oder arbeitnehmerähnliche Person für die DW tätig". Während der Überprüfung des Sachverhalts wurde die Zusammenarbeit mit beiden zunächst ausgesetzt, im Anschluss dann beendet.

In ihrem Statement betont die DW, die Qualität der journalistischen Berichterstattung werde durch redaktionelle Betreuungs- und Abnahmeprozesse gesichert, etwa beim Thema Nahost durch ein Sechs-Augen-Prinzip. „Bei möglichen Pflichtverstößen und Grenzüberschreitungen des ‚Code of Conduct' oder der ‚Declaration of Values' überprüfen wir die Veröffentlichungen hinsichtlich unserer journalistischen Standards erneut."

Es sind nicht die ersten Antisemitismus-Vorwürfe gegen die DW. 2021 waren Mitarbeitende der Arabisch-Redaktion betroffen. Nach einer unabhängigen Untersuchung verschärfte die DW damals ihren Verhaltenskodex, und mehrere Personen mussten die Redaktion verlassen. Im Herbst 2025 ging es um einen Beitrag zum Gazakrieg, der „in der ursprünglich veröffentlichten Version nicht den journalistischen Standards der DW" entsprochen hatte, wie der Sender eingeräumt hat.

„Media Spoofing" imitiert renommierte Medienmarken

„Media Spoofing" oder Doppelgängerkampagne nennt man die Aktionen, mit denen im Netz pro-russische Propaganda verbreitet wird. Dabei werden die Seiten im Design bekannter und vertrauenswürdiger Medienmarken aufgebaut und mit Fake-Videos oder anderen gefälschten Beiträgen bestückt, die mittels Fake-Accounts massenhaft über Social Media verteilt werden. Die langfristig angelegten Kampagnen zielen darauf, die internationale Unterstützung der Ukraine zu unterminieren, pro-russische Positionen zu verstärken und die politische Willensbildung im Vorfeld von Wahlen zu beeinflussen.

Einen aktuellen Fall hat die Deutsche Welle (DW) Anfang April aufgedeckt. Danach hatte ein Bot-Netzwerk im Vorfeld der Wahl in Ungarn gefälschte Videos verbreitet, die angeblich von Medien wie Reuters oder der DW stammen – mit dem Narrativ, dass ukrainische Flüchtlinge einen Anschlag auf Ungarns Staatschef Viktor Orban geplant hätten. Beides ist falsch, wie ein DW-Faktencheck klargestellt hat: Weder gebe es Hinweise auf solche Anschlagspläne, noch hätten Medien wie die DW darüber berichtet.

Die betreffenden Videos sollen in den sozialen Medien mehr als 100 000 Menschen erreicht haben. Sie gehören nach Einschätzung von Experten zur Desinformationsoperation „Matrjoschka" (auch „Operation Overload" genannt). Diese pro-russische Kampagne nimmt vor allem Medien und Faktencheck-Redaktionen ins Visier.

Die DW hat ihre Fähigkeiten in der Verifikation zuletzt verstärkt, unter anderem mit einem DW-internen Verifikationsservice und dem Ausbau des Faktencheck-Formats, das nun in Englisch, Deutsch, Arabisch, Spanisch, Chinesisch, Indonesisch, Hindi, Tamil und Urdu angeboten wird.

Die DW ist zudem Teil der Faktencheck-Netzwerke von EBU und ARD.

RTL meldet Übernahme von Sky in Brüssel an

Ende Februar hat RTL die geplante Übernahme von Sky Deutschland bei der EU-Kommission angemeldet. Die Sendergruppe hatte im Juni 2025 angekündigt, dass sie die US-Streamingplattform schlucken will. Dem müssen Wettbewerbs- und Medienkonzentrationsbehörden zustimmen.

Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) hatte bereits im September 2025 erklärt, dass aus ihrer Sicht keine Einwände bestünden. Weil die geplante Übernahme auch Sky-Aktivitäten in Österreich, der Schweiz, Luxemburg, Liechtenstein und Südtirol umfasst, ist die EU-Kommission für die wettbewerbsrechtliche Überprüfung zuständig. Die Bertelsmann-Tochter RTL hofft, die Transaktion im ersten Halbjahr 2026 abzuschließen. Mittelfristig will Bertelsmann durch die Übernahme Synergien im Millionenbereich realisieren. Die Marken sollen getrennt bleiben, weil sie auch unterschiedliche Zielgruppen adressieren. Derzeit kommen RTL+ und Sky zusammen auf 11,5 Millionen bezahlte Streaming-Abos.

Mit der Übernahme will die RTL-Gruppe ihre Position im deutschsprachigen Streamingmarkt stärken und unabhängiger von den zunehmend schwierigen Werbemärkten werden. Diese schlechtere Erlöslage hatte dazu geführt, dass RTL in den vergangenen Monaten mit einem Abfindungsprogramm im größeren Umfang Stellen abgebaut hatte (siehe Seite 28). Bertelsmann setzt seit einigen Jahren massiv auf RTL+. Das crossmediale Pay-Angebot mit Bewegtbild, Audio und Zeitschriften entwickelte sich zunächst allerdings etwas zögerlich. Inzwischen hat sich das Gewicht vor allem auf Bewegtbild verschoben.

WDR: Relaunch von 1Live, Cosmo und 1Live Diggi geplant

Der WDR will seine drei jungen Radiowellen – 1Live, 1Live Diggi und Cosmo – strategisch neu aufstellen und so jüngere Menschen, vor allem mit internationalen Biografien, noch besser erreichen. Dafür sollen die drei Wellen unter dem Dach von 1Live gebündelt und klarer auf unterschiedliche Zielgruppen zugeschnitten werden. So will der Sender unter anderem auch diejenigen ansprechen, die seine Angebote bisher kaum oder wenig nutzen. Zugleich setzt der WDR damit auch Anforderungen aus dem Ende 2025 in Kraft getretenen Reformstaatsvertrag um.

„Junge Menschen mit ihren vielfältigen Bedürfnissen nutzen Radio und Audioangebote heute deutlich situativer und plattformübergreifender als noch vor einigen Jahren“, erklärt Andrea Schafarczyk, WDR-Programmdirektorin für NRW, Wissen und Kultur. Öffentlich-rechtliche Angebote müssten das berücksichtigten und sich in ihrer Ansprache deutlich unterschieden. Während 1Live nur im üblichen Rahmen weiterentwickelt wird, ist für 1Live Diggi, das online und über DAB+ empfangbar ist, ein ganz neues Profil vorgesehen. Das Nachfolgeprogramm soll sich an die wachsende Gruppe Jüngerer richten, die in einer digital überreizten Medienwelt Ruhe, Sicherheit und eine unaufgeregte Medienumgebung suchen.

Als Schwerpunkt für Cosmo ist weiterhin entsprechend dem gesetzlichen Auftrag des WDR das interkulturelle Zusammenleben vorgesehen. Künftige Zielgruppe ist die kulturell diverse und urbane Community. Als weltweit größte und verbindende Jugendkultur soll Hip-Hop hier eine zentrale Rolle spielt.

In einem Bundesland, in dem mehr als 40 Prozent der unter 30-Jährigen eine Einwanderungsgeschichte haben, kann sich aber nicht nur Cosmo um diese Zielgruppe kümmern. „Kulturelle Vielfalt prägt NRW“, sagt Schiwa Schlei, Programmchefin von 1Live und Cosmo, mit Blick darauf, dass Migration längst Teil der Normalität sei, und die solle künftig alle drei jungen Wellen prägen. Indem der WDR diesen Alltag und diese Perspektivenvielfalt stärker in seine Berichterstattung integriere, bilde er die Realität in seinem Sendegebiet ab, so Schlei.

Die jungen Angebote sollen als digitale Medienmarken konsequent weiterentwickelt werden. Der umfassende Relaunch der drei Programme ist schrittweise ab Anfang 2027 geplant. Das Vorhaben bedarf noch der Befassung und Zustimmung der WDR-Gremien.

Initiative „Made in NRW“ – auch für Dokus

Dokumentarfilm-Projekte können von der neuen Development-Initiative „Made in NRW“ profitieren, die der WDR gemeinsam mit der Film- und Medienstiftung NRW gestartet hat. Das Förderprogramm soll – unabhängig vom Genre – gezielt die frühe Entwicklungsphase von Projekten stärken. Neben Filmen und Serien können auch Dokumentarfilme und andere Angebote für die digitalen Ausspielwege der ARD gefördert werden. Ein Fokus liegt dabei auf Projekten mit Streaming-Perspektive – insbesondere für die ARD-Mediathek.

Mit einem jährlichen Budget von 300 000 Euro wird die Film- und Medienstiftung bis zu sechs fiktionale oder non-fiktionale Vorhaben fördern. Pro Projekt ist ein Zuschuss von bis zu 50 000 Euro möglich. Antragsberechtigt sind Produzentinnen und Produzenten, die ihren Sitz oder ihre Betriebsstätte in NRW haben und die gemeinsam mit NRW-Talenten (Buch und/oder Regie) Projekte mit der erwähnten Streaming-Perspektive entwickeln.

Kreative können ihre Stoffideen bis zum 20. Mai 2026 bei der Film- und Medienstiftung einreichen. Eine Jury aus Vertreterinnen und Vertretern des WDR, der Film- und Medienstiftung NRW sowie einem jährlich wechselnden unabhängigen Jurymitglied trifft im Juni die Auswahl der zu fördernden Projekte.

Die Initiative reagiert auf den strukturellen Wandel in der Branche: Projekte stehen bereits in der Entwicklungsphase im Wettbewerb um Finanzierung und Sichtbarkeit. „Made in NRW“ setzt deshalb früh an und verbindet finanzielle Unterstützung mit professioneller Begleitung und einer frühzeitigen Auswertungsperspektive.

Aus für das Grimme-Forschungskolleg

Das Grimme-Forschungskolleg, eine gemeinsame Einrichtung des Grimme-Instituts in Marl und der Universität zu Köln, wird aufgelöst. Das Kolleg war 2014 als gemeinnützige GmbH gegründet worden, um digitale Kommunikationskulturen zu analysieren. Zu den Aktivitäten der vergangenen Jahre gehörten Veranstaltungen, Studien sowie Projekte unter anderem zur digitalen Souveränität, zu KI und Urheberrecht oder zur digitalen Teilhabe. Finanziert wurde das Institut aus der Landesförderung des Grimme-Instituts.

Der Schritt kommt nicht überraschend, sondern ist Folge einer finanziellen Schieflage, in die das Grimme-Institut 2023 geraten war und die damals eine Reihe von Umstrukturierungen und weitere Sparmaßnahmen erforderlich machte. Den eigenen Forschungsbereich hatte das Institut in der Folge aufgegeben und damals auch bereits die Entscheidung getroffen, das Forschungskolleg aufzulösen.

Deutschlandfunk: Mehr Nachrichten in Einfacher Sprache

Der Deutschlandfunk baut nachrichtenleicht aus, sein Nachrichtenangebot in Einfacher Sprache. Seit dem 7. April informiert ein etwa fünfminütiger tagesaktueller Podcast in Einfacher Sprache von Montag bis Freitag über wichtige Nachrichten aus Politik, Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur und Sport. Das Angebot löst den bisherigen Podcast mit einem Wochenrückblick ab.

Nachrichten in Einfacher Sprache sollen Information und Teilhabe am politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess ermöglichen. Mit dem neuen täglichen Angebot reagiert die Deutschlandfunk-Nachrichtenredaktion auf das steigende Interesse der Zielgruppe an tagesaktuellen Nachrichten.

Tägliche Meldungen in Einfacher Sprache gibt es auch auf der Website nachrichtenleicht.de. Zudem können Nachrichten in Einfacher Sprache seit 2024 über Whatsapp abonniert werden. Auch auf Instagram ist nachrichtenleicht mit einem eigenen Kanal und tagesaktuellen Nachrichten in einem barrierearmen Format abrufbar.

Das Angebot nachrichtenleicht richtet sich unter anderem an Menschen mit Lern- oder Leseschwächen, kognitiven Beeinträchtigungen oder geringen Deutschkenntnissen. Zudem nutzen Schulen nachrichtenleicht, um Kinder und Jugendliche an Nachrichten heranzuführen.

Nach Angaben des Deutschlandfunks ist nachrichtenleicht das einzige regelmäßige und bundesweite Nachrichtenformat in Einfacher Sprache im Radio. Das Webportal startete 2013 und wurde in den vergangenen Jahren kontinuierlich erweitert.

MEDIENGESETZE ANGEPASST

Landtag verabschiedet 22. Rundfunkänderungsgesetz

von Corinna Blümel

Der NRW-Landtag hat im März das 22. Rundfunkänderungsgesetz verabschiedet und damit einzelne Paragrafen im WDR-Gesetz und im Landesmediengesetz (LMG) angepasst.

Geteilte Chefredaktionen

Die Änderung von LMG § 67 ermöglicht, dass eine Chefredakteurin oder ein Chefredakteur unter bestimmten Voraussetzungen auch für mehr als einen Sender zuständig sein kann. Das soll nach dem Willen der Landesregierung Kooperationen zwischen Lokalradios erleichtern. Allerdings stellen senderübergreifende Chefredaktionen auch ein Risiko für die Vielfalt dar.

Die Regelung reiht sich in den Trend gemeinsamer Funkhäuser ein (siehe Seite 24) und könnte ein Zwischenschritt zu größeren Verbreitungsgebieten sein. Diese kämen den wirtschaftlichen Interessen der Verlage entgegen, die im Zwei-Säulen-Modell des NRW-Lokalfunks hinter den Betriebsgesellschaften stehen. Der DJV-NRW fürchtet dadurch allerdings den Abbau lokaler Berichterstattung - und das in Zeiten, in denen viele Verlage im Lokalen sparen. Bisher sind die Lokalradios ein wichtiger Player in diesem Bereich.

Besonders bedauerlich ist aus Sicht des DJV-NRW, dass der Landesgesetzgeber mit den wenigen, eher uninspirierten Änderungen die Chance vertan hat, das wirtschaftlich angeschlagene Lokalfunksystem grundlegend zu reformieren.

Reformstaatsvertrag umgesetzt

Bei den Änderungen am WDR-Gesetz geht es im Wesentlichen um die landesrechtliche Umsetzung des Reformstaatsvertrags, der seit 1. Dezember 2025 in Kraft ist und neue Grundlagen für Arbeit und Angebote der Öffentlich-Rechtlichen schafft (siehe JOURNAL 4/25). Insgesamt zielen die Reformen auf den Abbau von Doppelstrukturen, klarere Zuständigkeiten, mehr Wirtschaftlichkeit und eine stärkere digitale Ausrichtung ab. Präzisiert wurde der Programmauftrag: Danach gehören Information, Kultur und Bildungsangebote sowie die regionale Berichterstattung dazu, aber auch Unterhaltung.

Der Reformstaatsvertrag macht auch Vorgaben zur Reduzierung der ARD-Hörfunkwellen und der Fernseh-Nischenprogramme. Für den WDR heißt das unter anderem, dass WDR Event entfällt und dass das MausRadio nicht mehr über DAB+ ausgestrahlt wird, sondern – nach Abschluss eines Dreistufentests – zum reinen Webradio wird. Im Rahmen der Reduzierung der Nischenprogrammen wird One abgeschaltet. Phoenix bleibt als Informationsprogramm erhalten.

Neues Instrument: Ermahnung

Neu im WDR-Gesetz ist eine Regelung im Verfahren der Programmbeschwerden. Dieses legt hohe rechtliche Hürden, sodass die wenigsten Beschwerden Erfolg haben: Stattgegeben wird ihnen nur, wenn ein Verstoß gegen mindestens einen der im WDR-Gesetz definierten Programmgrundsätze festgestellt wird.

Die ergänzende Regelung greift nun bei Beschwerden, in denen zwar kein Rechtsverstoß vorliegt, aber ein Beitrag dennoch nicht den Qualitätsrichtlinien entspricht. In diesen Fällen kann der Rundfunkrat künftig eine Ermahnung aussprechen und von der Intendantin oder dem Intendanten einen Bericht in der Folgesitzung verlangen.

Der WDR hat im vergangenen Jahr einen massiven Anstieg von Programmbeschwerden verzeichnet, wie die Intendantin dem Rundfunkrat in der Sitzung am 13. März 2026 erläuterte. Die Zahl der Beschwerden habe sich gegenüber 2024 mehr als verdoppelt – von 42 auf 105. 21 davon konnten nicht durch den Bescheid der Intendantin beigelegt werden, sodass sich erst der Programmausschuss und dann der Rundfunkrat damit befasst haben.

Mit einer wachsenden Zahl an Programmbeschwerden sehen sich auch andere öffentlich-rechtliche Sender konfrontiert. Hinzu kommen die Massenbeschwerden, die – teils in dreistelliger Höhe und häufig wortgleich – über das Portal Rundfunkalarm eingehen. Diese sind in den für den WDR genannten Zahlen nicht enthalten.||

POP: Sechs europäische Organisationen bündeln Kräfte gegen Desinformation

Unter dem Namen POP (Promoting Opportunities to Propel European Media Literacy Education) startet ein europäisches Projekt, mit dem sechs Organisationen Desinformation gezielt in ländlichen Regionen und bei älteren Menschen bekämpfen wollen. Das Projekt wird von der EU gefördert und ist in Deutschland, Italien, Kroatien und Spanien aktiv.

POP setzt auf praxisnahe Medienbildung: Ab 2027 werden in 20 ländlichen Regionen zweitägige Pop-Up-Events stattfinden. Teilnehmende sollen in interaktiven Workshops, an Informationsständen und in Gameshow-Formaten lernen, Desinformation zu erkennen und kritisch mit digitalen Inhalten umzugehen. Ergänzend werden lokale Sozialarbeiterinnen, Pädagogen und Lehrkräfte fortgebildet. Dies soll die Wirkung nachhaltig sichern.

Um möglichst viele Menschen in den beteiligten Ländern zu erreichen, werden Materialien und Methoden mehrsprachig entwickelt und auf unterschiedliche lokale Kontexte angepasst. Das Ziel: die digitale Resilienz stärken, zivilgesellschaftliche Teilhabe fördern und demokratische Prozesse unterstützen.

Als deutscher Partner ist Correctiv für Workshops und Medienbildung zuständig. Die anderen Partner übernehmen ebenfalls spezifische Aufgaben: Die lokalen Medienkompetenz-Workshops kommen von Faktograf aus Kroatien. Pagella Politica & Facta aus Italien bringt sich bei Faktenchecks und Bildungsangeboten ein. Die spanische Fundación Maldita.es kümmert sich um Koordination und Entwicklung von Lernmaterialien. Ebenfalls aus Spanien stammen HelpAge International España (Expertise für ältere Zielgruppen) und Prodigioso Volcán (Gestaltung und Kommunikationsstrategie).

Studien zufolge kamen 2025 fast zwei Drittel der EU-Bürgerinnen und -Bürger mit Falschinformationen in Berührung. Dabei verbreitet sich Desinformation zunehmend schnell – und das besonders in ländlichen Gebieten und unter älteren Menschen mit oft geringeren digitalen Kompetenzen.

Netzwerk Recherche startet Support-Desk für Lokaljournalismus

Netzwerk Recherche hat einen Support-Desk für Recherchen im Lokaljournalismus eingerichtet. Das Angebot richtet sich an professionell arbeitende Lokaljournalistinnen und -journalisten – egal, ob angestellt, frei oder im Volontariat.

Der Support-Desk soll Anlaufstelle für Fragen rund um journalistisches Handwerk, Rechercheinstrumente, digitale Tools und ethische Abwägungen sein. Also etwa: Wie komme ich an die relevanten Informationen? Wie kann ich Hindernisse überwinden, um meine Geschichte zu erzählen? Welches Tool eignet sich am besten für meine Recherche? Und ist es vertretbar, das Thema zu bearbeiten?

Der Support-Desk versteht sich ausdrücklich nicht als Redaktion, das heißt, er übernimmt keine eigenen Recherchen, sondern hilft Kolleginnen und Kollegen, ihre Projekte selbstbestimmt weiterzuentwickeln.

Interessierte können sich per Mail an supportdesk@nrch.de wenden oder unter 030 41 93 55 63 anrufen. Die Rückmeldung kann einige Tage dauern. Je nach Anliegen berät das Team direkt oder vermittelt Kontakte zu Fachleuten aus dem Netzwerk.

Häufig gestellte Fragen sollen in Fortbildungen und Gesprächsrunden aufgegriffen werden, um Wissen zu bündeln und den Austausch unter Kolleginnen und Kollegen zu fördern.

Correctiv geht eigene Wege beim Faktencheck

Correctiv steigt aus dem US-amerikanischen technischen Faktencheck-Standard ClaimReview aus und setzt stattdessen auf eine eigene, unabhängige Infrastruktur für Faktenchecks, das Correctiv.Faktenforum. Diese Plattform soll nach eigenen Angaben auch Basis der ersten deutschsprachigen Faktencheck-Community werden, über die Bürgerinnen und Bürger sich gegen Desinformation und für eine faktenbasierte Debatte engagieren können. Anfang April hatten sich Correctiv zufolge bereits mehr als 2 500 Menschen registriert.

ClaimReview ist der von Google finanzierte technische Faktencheck-Standard und war über Jahre hinweg eine zentrale Infrastruktur, mit der Faktenchecks weltweit strukturiert erfasst und in Suchmaschinen wie Google sichtbar gemacht wurden. Correctiv ist dort ausgestiegen, weil Google zentrale Funktionen zurückgefahren und damit die Sichtbarkeit von Faktenchecks in der Suche reduziert hat.



Fotos (5): Alexander Schneider

POWER FÜR DEN NACHWUCHS: DAS WAR #DURCHSTARTEN26

Ein Tag vom FA3J für die jungen Kolleginnen und Kollegen

von Elena Krüger

Wie starte ich erfolgreich in den Job? Welche Anforderungen bringt der journalistische Alltag mit sich? Und wie steht es eigentlich um die Zukunftsaussichten des Berufs? Der Netzwerkevent #durchstarten26 am 23. März widmete sich dem Nachwuchsjournalismus in NRW in seiner ganzen Vielseitigkeit – von der Krisenberichterstattung bis zum Lokalteil. Den passenden Rahmen bot das Internationale Begegnungszentrum (IBZ) der TU Dortmund mit seiner zeitgenössischen Hochschularchitektur und postbrutalistischen Optik.

Für den Fachausschuss Junge Journalistinnen und Journalisten (FA3J) begrüßte Richard Brandt, Academic Researcher und Masterstudent Economics & Journalism an der TU Dortmund, die Gäste, ergänzt durch ein herzliches Willkommen von Professorin in Christina Elmer, Geschäftsführerin des Instituts für Journalistik der TU Dortmund. Darauf folgte das Eröffnungspanel mit Alica Jung, Mobile Reporterin und Moderatorin beim ZDF. Sie sprach mit Andrea Hansen, der Landesvorsitzenden des DJV-NRW, über Journalismus im Krieg und welche Skills Nachwuchsjournalistinnen und -jour-

Nutzwert vom Feinsten

Den jungen Branchentreff #durchstarten organisiert der Fachausschuss Junge Journalistinnen und Journalisten (FA3J) ehrenamtlich – mit Unterstützung durch die Geschäftsstelle des DJV-NRW. Die Konferenz von jungen Medienschaffenden für junge Medienschaffende soll Orientierung geben, Impulse setzen, praktische Tipps vermitteln und den Austausch mit Gleichgesinnten sowie mit erfahrenen Kolleginnen und Kollegen ermöglichen.









Netzwerken, diskutieren, lernen und Expertinnen und Experten löchern: Die Teilnehmenden genossen das hochwertige Programm, das der Fachausschuss Junge Journalistinnen und Journalisten (FA3J) auf die Beine gestellt hatte.

nalisten in diesem Bereich brauchen. Dabei standen auch Berufsrisiken, physische und psychische Belastung sowie die Bedeutung von Sicherheit und Rückhalt durch eine Redaktion oder andere Auftraggeber im Blickfeld.

Praxisnah - von Karrierestart bis TikTok

Im weiteren Programm bot #durchstarten in zwei Blöcken und jeweils drei parallelen Schienen praxisnahe Impulse für den Berufseinstieg und den Alltag in der Branche. Marie Brand, freie Journalistin und Reporterin beim MDR, gab konkrete Tipps für den Karrierestart und zog Bilanz aus ihren eigenen Berufserfahrungen.

Der stellvertretende Landesvorsitzende des DJV-NRW, Kristian van Bentem, führte Schritt für Schritt in die VG Wort ein und erklärte, wie junge Medienschaffende ihre Ansprüche sichern können. Immerhin können die Ausschüttungen der Verwertungsgesellschaft ein schönes Zubrot sein.

Im Vortrag von Chiara Pas, die als Social-Media-Journalistin bei RTL arbeitet, drehte sich alles um Journalismus auf TikTok. Und Johanna Heinz, Redakteurin und Projektmanagerin beim General-Anzeiger Bonn, zeigte, wie KI im Redaktionsalltag sinnvoll eingesetzt werden kann – von Recherche bis Produktion.

Mit einem frischen Kaffee in der Hand, einer bunten Snackauswahl und Pizza zu Mittag boten kurze Pausen zwischen den Panels Zeit zum Austausch, Netzwerken und um neue Energie für die nächsten Talks zu sammeln.



Foto: Alexander Schneider

Wer ordnet sich wo ein? Brigitte Lieb (l.) leitete den Schlusstalk mit einer Fragerunde ein, die ein Stimmungsbild durch Bewegung ergab.

Neben dem Praxis-Fokus gab es auch Raum für thematische Schwerpunkte und fachliche Diskussionen. Franziska Gömmel, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Journalistik, diskutierte mit den Teilnehmenden die Berichterstattung über marginalisierte Gruppen. Die freie Journalistin Charleen Florijn, die unter anderem für den Instagramkanal klima.neutral arbeitet, widmete sich der Klimaberichterstattung und erklärte, wie Redaktionen den Spagat zwischen Komplexität, Dringlichkeit und Verständlichkeit meistern können. Draußen prasselte zwar der Regen gegen die großen Fenster des IBZ, doch drinnen blieb die Stimmung hell und gesprächig.

Lokaljournalismus aus junger Perspektive

Ein letztes Mal für diesen Tag füllte sich dann die Aula des IBZ für den Talk zum Lokaljournalismus, moderiert von der freien Journalistin Brigitte Lieb, Mitglied im FA3J. Sie startete das Panel mit einem kurzen Fragespiel, sodass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erstmal in Bewegung kamen: Je nach Antwort verteilten sie sich auf zwei Seiten des Raums.

Im anschließenden Talk ging es darum, wie lokale Berichterstattung nah an der Lebensrealität der Menschen bleibt – denn das muss sie –, welche Rolle Medienvielfalt auf lokaler Ebene spielt und welche innovativen Formate den Lokaljournalismus zukunftsfähig und attraktiv halten. Spannende Einblicke zu diesen Themen gaben Hatice Kahraman, Chefredakteurin der Jugendredaktion Salon5 von Correctiv, talzeit-Redakteurin Nele Gerwin und Raphael Balke Redakteur bei RUMS (siehe auch Seite 52).

Was die Panel-Gäste und der FA3J jungen Journalistinnen und Journalisten mitgeben wollen, formuliert Brigitte Lieb so: „Auch wenn die Lokalredaktion von nebenan nicht RTL, der WDR oder der SPIEGEL ist: Hier lernt Ihr wirklich das Handwerk. Und Ihr übernehmt von Tag eins an Verantwortung. Im Lokalen oder Regionalen zu berichten bietet insgesamt wesentlich mehr Möglichkeiten mitzugestalten als die großen Medienhäuser, zu denen alle immer möchten."

Der Fachausschuss zieht eine positive Bilanz: #durchstarten26 war wieder gut besucht, und ein Großteil der jungen motivierten Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten blieb bis zum Schluss. „Viele von ihnen haben sich an der Diskussion beteiligt und ihre bisherigen Erfahrungen mit Lokalredaktionen geteilt," erzählt Brigitte Lieb. „Das hat mir gezeigt: Es scheitert keineswegs am grundsätzlichen Interesse, die journalistische Karriere in der Lokal- und Regionalberichterstattung zu starten. Was fehlt, sind dagegen: eine ordentliche Bezahlung – angefangen bei Praktika –, der Mut, auch mal andere Schwerpunkte zu setzen und dabei vor allem die Meinung von jungen Kolleginnen und Kollegen mit einzubeziehen. Sie sind viel näher an der Zielgruppe, die wir so dringend mit unseren Inhalten erreichen wollen."||

DJV NRW

2026

JOURNAL



Foto: Alexander Schneider

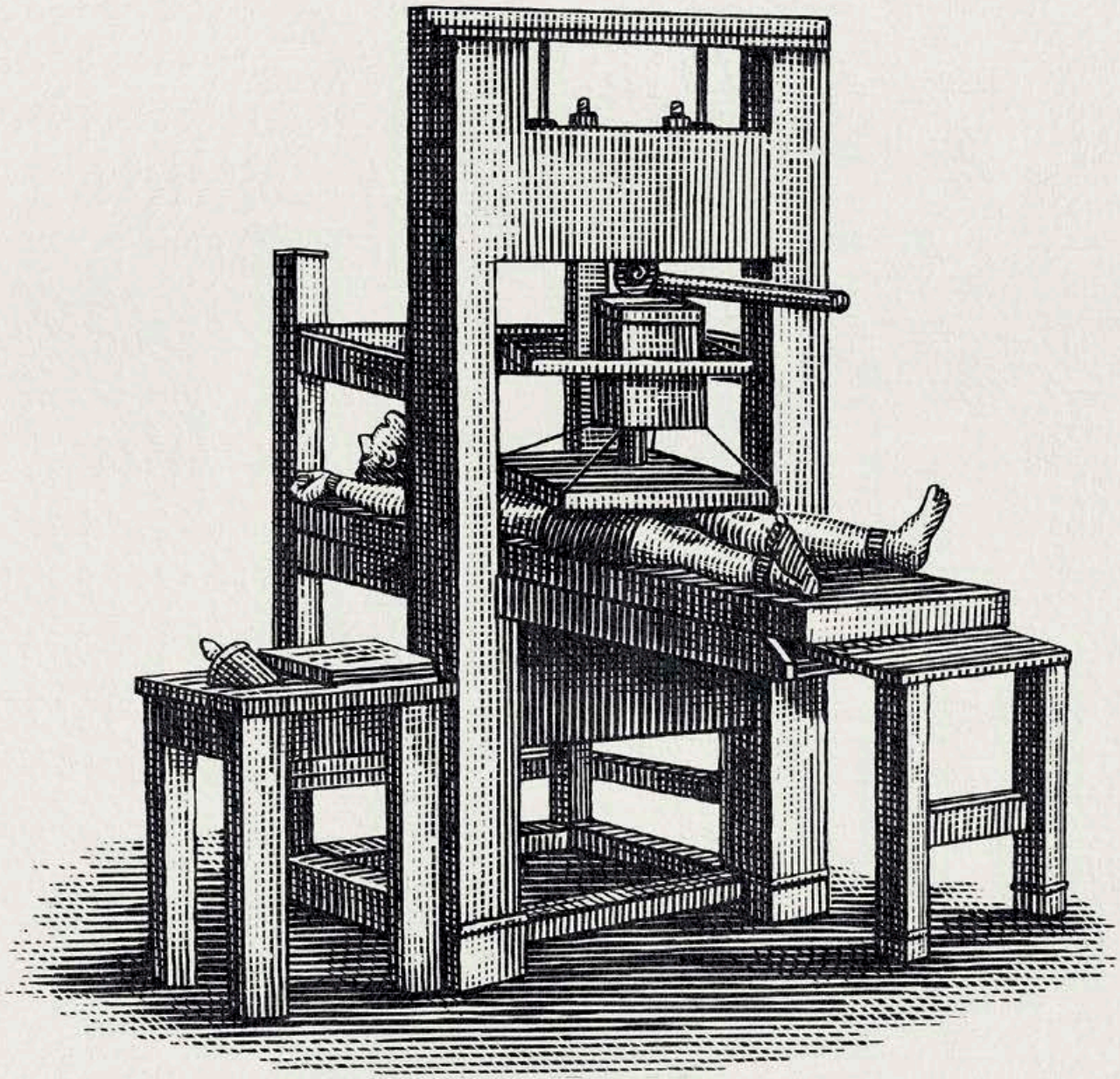
EINLADUNG

VIRTUELLE WAHLVERSAMMLUNG 6. JUNI 2026

Gutenbergs Druckpresse

WURDE NICHT ZUR UNTERDRÜCKUNG ERFUNDEN.

❖



❖

Für unabhängigen Journalismus und Informationsfreiheit.

reporter-ohne-grenzen.de/spenden

RSF REPORTER OHNE GRENZEN



EINLADUNG ZUR VIRTUELLEN WAHLVERSAMMLUNG AM 10. JUNI 2026

Foto: Udo Geisler

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

mit dieser Veröffentlichung lädt der DJV-NRW Sie herzlich zur virtuellen Wahlversammlung ein. Wir tagen am Mittwoch, den 10. Juni, ab 16 Uhr. Warum es in diesem Jahr keinen Gewerkschaftstag gibt, sondern eine Wahlversammlung? Die Entscheidung und die Folgen erläutern wir auf Seite 42.

Der DJV-NRW hat bereits eine erste Mail mit der Einladung und der Aufforderung zur Anmeldung verschickt und wird rechtzeitig daran erinnern. Sie können sich jetzt schon (mit dem Link t1p.de/Wahlversammlung2026 oder mit dem QR-Code rechts) anmelden. Sie erhalten als Antwort eine Bestätigungsmail. Alle Angemeldeten erhalten 48 Stunden vor der Veranstaltung den Link zur Teilnahme und zu den notwendigen Unterlagen. Im Falle von Rückfragen wenden Sie sich bitte per Mail an: wahlversammlung@djv-nrw.de.

Eröffnet wird die virtuelle Wahlversammlung um 16 Uhr durch den Landesvorstand. Das Ende der Veranstaltung ist für etwa 19 Uhr geplant.

Wahlen: Fachausschüsse

Turnusgemäß werden in diesem Jahr die Mitglieder der Fachausschüsse gewählt. Wer für einen Fachausschuss kandidieren will, sollte beruflich noch aktiv und im Bereich des jeweiligen Fachausschusses tätig sein. Für die Kandidatur ist – gemäß der 2019 geänderten Wahlordnung der Fachausschüsse – eine schriftliche Verpflichtungserklärung erforderlich, die im Vorfeld abgegeben werden muss. Mehr zur Wahl der Fachausschüsse in diesem Einhefter auf Seite 42.

… und Delegierte

Außerdem finden am 10. Juni die Wahlen der Delegierten für den DJV-Bundesverbandstag (8. bis 10. November 2026 in Wiesbaden) statt.

Der DJV-NRW ermuntert auch jüngere Mitglieder, sich als Delegierte zur Wahl zu stellen. Bewerber:innen müssen entweder von einem Ortsverein, einem Fachausschuss oder einer Betriebsgruppe nominiert werden. Das Formular mit ihrer Verpflichtungserklärung muss spätestens eine Woche vor der Wahlversammlung, also bis Mittwoch, 3. Juni, 24:00 Uhr in der Geschäftsstelle vorliegen. Bewerber:innen, deren Verpflichtungserklärung später eingeht, können bei der Delegiertenwahl nicht berücksichtigt werden.

Wir weisen darauf hin, dass Sie als Mitglied nur dann von Ihrem Stimmrecht Gebrauch machen können, wenn Ihr Beitragskonto ausgeglichen ist. Dies wird nach der Anmeldung überprüft. Bei Beitragsschulden ruht das Stimmrecht. Außerordentliche Mitglieder müssen auf das aktive und passive Stimmrecht verzichten; sie können weder wählen noch für Ämter im DJV-NRW oder als Delegierte für den Landesverband gewählt werden.

Wir freuen uns darauf, viele unserer Mitglieder bei unserer Wahlversammlung begrüßen zu dürfen.

Mit herzlichen Grüßen

Andrea Hansen
Landesvorsitzende
DJV-NRW

INHALTSVERZEICHNIS

41 Einladung

42 Informationen zur virtuellen Wahlversammlung

42 Tagesordnung

43 Hinweis auf die Berichte der Fachausschüsse

Informationen zur virtuellen Wahlversammlung

Warum gibt es in diesem Jahr keinen Gewerkschaftstag?

Der Gewerkschaftstag 2024 hatte per Satzungsänderung entschieden, dass der traditionelle Gewerkschaftstag in Präsenz nur noch alle zwei Jahre stattfindet, und zwar jeweils in den ungeraden Jahren, in denen der Landesvorstand gewählt wird.

In den geraden Jahren entfällt der Gewerkschaftstag – in diesem Jahr erstmals. Die Fachausschüsse werden ausschließlich digital gewählt. Das Gleiche gilt für die Delegierten zum Verbandstag. Denn auch die Verbandstage auf Bundesebene finden im Zweijahres-Rhythmus statt, allerdings versetzt zu den Gewerkschaftstagen des Landesverbands NRW.

In den geraden Jahren übernimmt der Gesamtvorstand

Auf Gewerkschaftstagen nehmen die Mitglieder auch die Rechenschaftsberichte des Landesvorstands entgegen und beschließen über den Haushalt. Nach der neuen Regelung übernimmt diese Aufgaben in den geraden Jahren der Gesamtvorstand, der zwischen den Gewerkschaftstagen das höchste Entscheidungsgremium im Landesverband ist. Erstmals geschieht das in diesem Frühjahr bei der Gesamtvorstandssitzung am 27. April.

Wird die virtuelle Wahlversammlung Standard?

Die virtuelle Wahlversammlung wird uns erhalten bleiben, wenn auch in geänderter Form. Es ist beabsichtigt, die Fachausschuss-Mitglieder und die Delegierten ab 2028 in einem rein digitalen Wahlverfahren ohne Videoversammlung zu bestimmen. Damit dies rechtssicher möglich ist, wird der DJV-NRW auf dem diesjährigen Bundesverbandstag eine Satzungsänderung beantragen, die Abstimmungen ohne eine solche Videoversammlung ermöglicht.

TAGESORDNUNG

TOP 1 Begrüßung

TOP 2 Wahl der Delegierten

TOP 3 Wahl der Fachausschüsse

Was geschieht auf der virtuellen Wahlversammlung?

Die virtuelle Wahlversammlung am 10. Juni dient ausschließlich dazu, die Delegierten und die Mitglieder der Fachausschüsse zu wählen. Erforderlich ist eine Anmeldung (Näheres dazu in der Einladung auf Seite 41). Anders als auf einem Gewerkschaftstag gibt es weder Haushaltsdiskussionen noch Anträge. Auch die Rechenschaftsberichte entfallen – bis auf die der Fachausschüsse, die wie immer ausschließlich schriftlich vorliegen. Die Anreißer stehen auf Seite 43, die komplette Fassung gibt es online.

Was muss ich beachten, wenn ich kandidiere?

Wer für einen Fachausschuss oder für die Delegiertenwahlen kandidieren will, muss eine Verpflichtungserklärung abgegeben haben. Alles Wichtige zu den Einreichfristen in der Einladung auf Seite 41.

Wie funktionieren die Delegiertenwahlen?

Bewerber:innen müssen entweder von einem Ortsverein, einem Fachausschuss oder einer Betriebsgruppe nominiert werden. Wer für die Wahlversammlung angemeldet ist, erhält rechtzeitig den Link mit den Informationen zu den nominierten Kandidat:innen für die Delegiertenwahlen.

Die Wahl der Delegierten findet wie in den Vorjahren über ein Wahl-Tool statt. Die Wahl wird mit Beginn der Versammlung eröffnet und gegen Ende der Versammlung geschlossen, sodass ausreichend Zeit bleibt, sich über die Kandidierenden zu informieren.

Wie funktionieren die Fachausschusswahlen?

Wer sich für einen Platz in einem Fachausschuss bewirbt, kann sich auf einem Formblatt vorstellen. Wer für die Wahlversammlung angemeldet ist, erhält rechtzeitig den Link mit den Informationen zu den nominierten Kandidat:innen. Da Kandidaturen bis eine Stunde nach Beginn der Wahlversammlung möglich sind, kann die vollständige Wahlliste für die Fachausschusswahlen allerdings erst kurz vor der Wahl fertiggestellt werden. Die Wahl der Fachausschüsse findet wie in den Vorjahren über ein Wahl-Tool statt.

Wo finde ich die Fachausschuss-Berichte?

Wie in jedem Jahr haben die Fachausschüsse kurze Berichte zu ihren Aktivitäten im zurückliegenden Jahr eingereicht. Kurze Anreißer dazu finden sie auf der Seite rechts. Dort findet sich auch der Hinweis, wo die Berichte in voller Länge zu lesen sind.

Wahlen der Fachausschüsse

Wer für einen Fachausschuss kandidiert, muss im Vorfeld eine schriftliche Verpflichtungserklärung abgeben. Das schreibt die Wahlordnung für die Fachausschüsse vor.

Der § 4 der Wahlordnung regelt das Prozedere: Danach müssen Kandidat:innen eine schriftliche Verpflichtungserklärung abgeben. Diese soll eine Woche vor der Wahlversammlung in der Geschäftsstelle eingegangen sein. Alternativ können Bewerber:innen die Erklärung auch bei der virtuellen Wahlversammlung an den Geschäftsführer oder einem von diesem bestimmten Vertreter senden. Dann muss sie aber spätestens eine Stunde nach Beginn der virtuellen Wahlversammlung vorliegen. Wer in Abwesenheit kandidiert (also nicht der virtuellen Wahlversammlung teilnimmt), muss dafür sorgen, dass bis zu diesem Zeitpunkt eine entsprechende schriftliche Erklärung vorliegt.

Die Verpflichtungserklärungen für die Wahl der Fachausschüsse sollten am besten bis Mittwoch, 3. Juni, per Mail, Fax oder Post in der Geschäftsstelle eingegangen sein. Spätestens müssen sie bis Mittwoch, 10. Juni, um 17:00 Uhr im Tagungsbüro vorliegen. Später eingehende Verpflichtungserklärungen für die Fachausschuss-Kandidatur können nicht mehr berücksichtigt werden. Fragen dazu beantwortet die Geschäftsstelle in Düsseldorf.

Damit die Kandidat:innen sich vorstellen können, stellt der Landesverband ein Formular zur Verfügung, das – ebenso wie die Verpflichtungserklärung – über die Gremien verteilt wird oder in der Geschäftsstelle angefordert werden kann.

BILD

Vorsitz: vakant

Mitstreiter:innen gesucht

Der Fachausschuss Bild hat im vergangenen Jahr seinen Vorsitzenden Jörg Wendland verloren und hat nur noch wenige Mitglieder. Die Arbeit ruhte 2025. Der DJV-NRW ermuntert zur Kandidatur, damit der wichtige Fachbereich wieder gut vertreten ist.
Infos unter t1p.de/FA-Berichte-FATZ2026

BETRIEBSRÄT:INNEN

Vorsitzender Jürgen Primus
Mobil 0157/749 61 421
fabetriebsarbeit@djv-nrw.de

TAGESZEITUNGEN

Vorsitzender Lutz Blumberg
Tel. 0 22 66/945 65 24
fatageszeitungen@djv-nrw.de

Die Themen gemeinsam im Blick

Die Fachausschüsse Tageszeitungen und Betriebsrät:innen tagen seit Jahren zusammen, weil sich die Themen überschneiden. Diesmal haben sie auch einen gemeinsamen Bericht abgegeben.
Das Jahr 2025 stand für die beiden Ausschüsse im Zeichen großer Herausforderungen: ein zäher Tarifkampf, tiefgreifende Veränderungen durch künstliche Intelligenz und die Frage nach der Zukunft des Lokaljournalismus. Die Tarifverhandlungen für die Tageszeitungen waren 2025 das dominierende Thema. Was im Februar noch aussichtslos erschien, entwickelte sich nach intensiven Verhandlungsrunden zu einem von vielen Kolleg:innen gelobten Ergebnis.
Weiterlesen unter t1p.de/FA-Berichte-FATZ2026

FREIE

Vorsitzender Stephan Hackenbroch
Mobil 0175/521 94 25
fafreie@djv-nrw.de

Es wird Zeit mitzumachen

Der Fachausschuss Freie war 2025 wegen längerer Krankheit des Vorsitzenden kaum aktiv. Dabei ist es gerade jetzt wichtig, dass Freie sich im DJV-NRW für ihre eigenen Interessen einbringen. Denn es gibt derzeit wahrscheinlich keine Redaktion, die sich nicht an irgendwelchen KI-Modellen versucht.|| **Weiterlesen unter t1p.de/FA-Berichte-FAFreie2026**

JUNGE JOURNALIST:INNEN

Vorsitzende Sandrine Seth
Mobil 0177/246 27 61
fa3j@djv-nrw.de

Austausch für Junge

Wer heute als junge:r Journalist:in in dieser Branche Fuß fassen will, muss mehr mitbringen als Talent fürs Schreiben und ein Gespür für Geschichten. Die Medienlandschaft verändert sich rasant: Globale Krisen, digitale Plattformen und eine stetige Informationsflut verlangen Orientierung.
Weiterlesen unter t1p.de/FA-Berichte-FA3J2026

ONLINE

Vorsitzende Harriet Langanke
Tel. 02 21/340 80 40
faonline@djv-nrw.de

Alles bleibt anders

Der Fachausschuss Online (FAO) hat sich 2025 intensiv mit den Auswirkungen digitaler Transformation auf den Journalismus und die Verbandsarbeit auseinandergesetzt. Das immer weiter greifende Themenfeld Künstliche Intelligenz dürfte das bestimmende Thema dieser Dekade und damit auch für den Fachausschuss sein.
Weiterlesen unter t1p.de/FA-Berichte-FAOnline2026

PR & ÖA

Vorsitzender Daniel Rustemeyer
Mobil 162/102 79 15
fapr@djv-nrw.de

Impulse für die Arbeit

Für den Fachausschuss Presse- und Öffentlichkeitsarbeit steht fest: Kaum etwas hat unseren Beruf in den vergangenen Jahren so stark verändert wie die Digitalisierung. Sie hat zu völlig neuen Kommunikationswegen, einer enormen Vervielfältigung von Inhalten und einer massiven Beschleunigung geführt.
Weiterlesen unter t1p.de/FA-Berichte-FAPRÖ2026

RUNDFUNK

Vorsitzende Stephanie Funk-Hajdamowicz
Mobil 0171/548 58 83
farundfunk@djv-nrw.de

Umbruch überall

Der Fachausschuss Rundfunk schaut auf die Medienhäuser in NRW, etwa die Deutsche Welle, der wegen geringerer Bundesmittel schon wieder ein Stellenabbau droht. Rund 160 Stellen sollen entfallen. Davon werden viele Freie und Fristverträgler:innen betroffen sein.
Weiterlesen unter t1p.de/FA-Berichte-FARundfunk2026

ZEITSCHRIFTEN

Vorsitzender Michael Bollschweiler
Tel. 0171/354 56 17
fazeitschriften@djv-nrw.de

Den Dialog pflegen

Der Fachausschuss Zeitschriften machte wieder den Dialog zum Schwerpunkt und brachte sich in Veranstaltungsformaten des DJV mit Zeitschriften-spezifischen Gesprächsformaten ein. Etwa beim Journalistentag mit einem Panel zur Frage, ob Youtuber klassische Special-Interest-Zeitschriften verdrängen.
Weiterlesen unter t1p.de/FA-Berichte-FAZS2026

CHANCENGLEICHHEIT UND DIVERSITY (BUND)

NRW-Vertreterin Harriet Langanke

Fachlich fundiert und sichtbar

Der Bundesfachausschuss Chancengleichheit & Diversity hat 2025 erneut gezeigt, wie engagierte, fachlich fundierte und sichtbare Diversity-Arbeit aussehen kann: mit einer Handreichung zu Sexarbeit, der Teilnahme an mehreren CSD-Paraden sowie am Format „Besser Online“ und der dritten Media Hour.
Weiterlesen unter t1p.de/FA-Berichte-Diversity2026

KOMMISSION EUROPA UND INTERNATIONALES (BUND)

NRW-Vertreter Richard Brandt

Einsatz für europäische Werte

Die Kommission Europa und Internationales im Bundesverband beschäftigt sich mit Frage der Pressefreiheit in Europa. Die muss sich stärker denn je behaupten – gegen ausländische Einflussnahme, Angriffe in der Online- und der realen Welt sowie internen Druck durch Rechtspopulismus und Fake News.
Weiterlesen unter t1p.de/FA-Berichte-Europa2026

Die Fachausschuss-Berichte in voller Länge sind unter diesem Link zu finden: **t1p.de/FA-Berichte2026** sowie unter dem untenstehenden QR-Code.

KLINIKEN & KRANKENHÄUSER IN NRW



Foto: sasint/pixabay.com

Mit etwa 311. 000 Beschäftigten – darunter auch etwa 29.500 Schüler und Auszubildende – sind die Kliniken und Krankenhäuser einer der bedeutendsten Arbeitgeber im Land (Stand: 2026, Quelle: KGNW).

In Nordrhein-Westfalen gibt es – Stand 2024/25 – 320 Krankenhäuser mit knapp 111.514 Betten und rund 4,3 Millionen Patienten jährlich. Eine Besonderheit in NRW ist der große Anteil der Krankenhäuser in freigemeinnütziger Trägerschaft: Rund 62 Prozent der Krankenhäuser im Land werden laut Statistik der Krankenhausgesellschaft Nordrhein-Westfalen (Quelle: Statistisches Bundesamt, KGNW) vom Paritätischen Wohlfahrtsverband, den Caritasverbänden, dem Diakonischen Werk und ähnlichen Organisationen betrieben (Stand: 2024). Im Bundesdurchschnitt sind es nur 32 Prozent. Weitere 24 Prozent der (Bund: 29) Krankenhäuser befinden sich in öffentlicher und 14 Prozent in privater Hand (Bund: 40).

Die Krankenhausträger und ihre Spitzenverbände in Nordrhein-Westfalen sind in der Krankenhausgesellschaft Nordrhein-Westfalen e. V. (KGNW) mit Sitz in Düsseldorf organisiert ***(www.kgnw.de)***. Die KGNW bildet zusammen mit 15 anderen Landeskrankenhausgesellschaften und den kommunalen Spitzenverbänden, den Spitzenverbänden der freien Wohlfahrtspflege und der Privatkrankenanstalten die Deutsche Krankenhausgesellschaft (DKG) als Bundesverband der Krankenhausträger. Zu den Hauptaufgaben der KGNW zählt die Information, Beratung und Unterstützung der Mitglieder und ihre Vertretung nach außen.

Zahlreiche Kliniken und Krankenhäuser in NRW haben eigene Presseabteilungen – etwa die Hälfte, schätzt Axel Dittmar, Pressesprecher des Klinikums Bielefeld. „Die Pandemie hat die Bedeutung von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit deutlich erhöht. Menschen suchen seriöse Informationen zu Gesundheitsthemen." So sei die Nutzung elektronischer Medien, etwa über Social Media, stark gestiegen.

Seit dem 1. April 2025 ist die Krankenhausreform in Kraft. In NRW werden medizinische Leistungen nun Kliniken nach Ausstattung, Personal und Erfahrung zugewiesen. „Dieser Bottom-up-Ansatz ermöglicht Konzentration und Spezialisierung, ohne die Versorgung in städtischen oder ländlichen Regionen auszuhöhlen", betont Ingo Morell, Präsident der KGNW, in einer Pressemitteilung. Für einige Leistungsgruppen gilt eine Übergangsfrist bis Januar 2026.

Marketing & Kommunikation



Thorsten Schabelon
Leitung
+49 (0) 201 174-10012
t.schabelon@kem-med.com



Laura Rademacher
Teamleitung
+49 (0) 201 174-10019
l.rademacher@kem-med.com

Hanna Conen
Marketingassistenz
+49 (0) 201 174-10011
h.conen@kem-med.com

Jennifer Feldbaum
Marketingreferentin
+49 (0) 201 174-10015
j.feldbaum@kem-med.com

Sonja Köhler
Grafikdesignerin
+49 (0) 201 174-10016
s.koehler@kem-med.com

Sebastian Hollweg
Marketingreferent
+49 (0) 201 174-10021
s.hollweg@kem-med.com

Mike Heinicke
Videograf
+49 (0) 201 174-10020
m.heinicke@kem-med.com

Ines Walter
Fotografin
i.walter@kem-med.com

Evang. Kliniken Essen-Mitte

Diagnose Krebs,
wir helfen!

Die Evang. Kliniken Essen-Mitte gehören mit drei Standorten, 23 Fachkliniken mit überregional bedeutendem Cancer Center, 1.000 Planbetten und 2.800 Mitarbeitenden und über 100.000 Patientinnen und Patienten im Jahr zu den medizinischen Spitzenversorgern der Metropolregion Ruhr.

KEM | Evang. Kliniken Essen-Mitte gGmbH
Evang. Huyssens-Stiftung Essen-Huttrop
Evang. Krankenhaus Essen-Werden
Evang. Krankenhaus Essen-Steele

kem-med.com

Gesundheit ist unser Thema

STIFTUNGS KLINIKUM PROSELIS

PROSPER HOSPITAL RECKLINGHAUSEN · St. Elisabeth HOSPITAL HERTEN

Das Prosper-Hospital Recklinghausen und das St. Elisabeth-Hospital Herten im Stiftungsklinikum PROSELIS.

Ihr Kontakt:
Hubert Claves
Tel.: (0 23 61) 54 - 21 18
hubert.claves@proselis.de



Katholisches Klinikum Bochum

Christopher Wittmers

Leiter Unternehmenskommunikation

Gudrunstraße 56 • 44791 Bochum
Tel +49 234 509 6104 • **Mobil** +49 171 777 49 68
E-Mail christopher.wittmers@klinikum-bochum.de
Web www.klinikum-bochum.de

Branchenspecial:
Entsorgungs-wirtschaft in NRW

JOURNAL Ausgabe 2/2026
Anzeigenschluss: 08.06.2026

Bei Fragen steht Ihnen gerne Meinhard Drucks,
Schürmann & Klagges GmbH & Co. KG,
zur Verfügung
Tel.: 0234 9214-143
Mail: meinhard.drucks@skala.de

Alexianer



Als einer der größten konfessionellen Träger in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft mit 34.000 Mitarbeitenden sind wir bundesweit tätig.

Ihre Ansprechpartner*innen für NRW finden Sie hier:

www.alexianer.de

WOHNWIRTSCHAFT IN NRW



Foto: Roman Babakin Roman Babakin/stock.adobe.com

Die Wohnungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen gliedert sich in vier Unternehmensformen: erstens die Genossenschaften, von denen mehr als 300 in NRW tätig sind. Die zweite Form sind kommunale und der öffentlichen Hand gehaltene Wohnungsunternehmen – angefangen von kleinen Eigenbetrieben der Städte bis hin zu großen börsennotierten Unternehmen mit mehreren zehntausend Wohnungen. Die dritte Unternehmensform sind privatwirtschaftliche Wohnungsunternehmen. Und die vierte Form sind kirchlich getragene Unternehmen. Organisiert ist die Wohnungswirtschaft in drei größeren und mehreren kleinen Verbänden: dem Verband der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft Rheinland Westfalen e.V., dem BFW Landesverband Nordrhein-Westfalen e.V. und der Haus&Grund Rheinland Westfalen GmbH, die Vereinigung der Privatvermieter.

Der Verband der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft Rheinland Westfalen e.V. ***(www.vdw-rw.de)***, vertritt die sozial verantwortlich handelnde Wohnungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen und dem nördlichen Rheinland-Pfalz. Ihm gehören rund 480 Mitgliedsunternehmen und -genossenschaften an, die rund 1,1 Millionen Wohnungen allein in Nordrhein-Westfalen bewirtschaften. Insgesamt sind 322 Wohnungsgenossenschaften, 80 Wohnungsunternehmen der öffentlichen Hand und der Kommunen sowie 58 privatwirtschaftliche Wohnungsunternehmen mit kirchlichen, montanindustriellen und gewerkschaftlichen Wurzeln sowie Stiftungen im VdW Rheinland Westfalen organisiert. Etwa jeder fünfte nordrhein-westfälische Mieterhaushalt lebt in einer Wohnung eines der Verbandsmitglieder des VdW Rheinland Westfalen, die sich für bezahlbares, generationengerechtes und zukunftsfähiges Wohnen einsetzen und das Ziel der Klimaneutralität im Wohngebäudesektor unterstützen.

Der zweite große Verband der Branche ist der BFW Landesverband Nordrhein-Westfalen e.V., der Verband der mittelständischen Bau- und Wohnungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen. Er vertritt die Interessen von rund 400 Mitgliedsunternehmen und gehört innerhalb des BFW zu einem der bedeutendsten Landesverbände ***(www.bfw-nrw.de)***.

Der Verband der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft (VdW) Rheinland Westfalen ist der bundesweit größte Vertreter der sozial orientierten Wohnungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen und im nördlichen Rheinland-Pfalz.
Zu seinen Mitgliedern zählen kommunale und öffentliche, genossenschaftliche sowie industrieverbundene, private und kirchliche Wohnungsunternehmen.
Die rund 480 Wohnungsunternehmen und -genossenschaften bewirtschaften allein in Nordrhein-Westfalen etwa 1,1 Millionen Wohnungen. Sie handeln ökonomisch nachhaltig, übernehmen sozial- und stadtentwicklungspolitische Verantwortung und engagieren sich für Klima- und Umweltschutz.
Kurz gesagt: Sie setzen sich für gutes und bezahlbares Wohnen für die Menschen in NRW ein.

VdW
Die Wohnungswirtschaft
Rheinland Westfalen

Ihre Ansprechpartnerin beim VdW Rheinland Westfalen:

Katrin Stamm
Abteilungsleitung Interessenvertretung
Pressesprecherin
Verbandskommunikation und Marketing
Tel.: +49 (211) 16998-94
E-Mail: k.stamm@vdw-rw.de
presse@vdw-rw.de · www.vdw-rw.de



Foto: Roland Baege / VdW Rheinland Westfalen



VIVAWEST
Wohnen, wo das Herz schlägt.



FABIAN GROTHUES
Bereichsleiter Kommunikation
Tel. 0209 380-11664



GREGOR BOLDT
Pressesprecher / Fachbereichsleiter
Unternehmenskommunikation
Tel. 0209 380-12061



JENS ROSPEK
Pressesprecher /
Unternehmenskommunikation
Tel. 0209 380-12064

Vivawest Wohnen GmbH
Nordsternplatz 1
45899 Gelsenkirchen
presse@vivawest.de
www.vivawest.de

WIR SIND FÜR SIE DA.





VONOVIA

Ihr Draht zu uns.

Vonovia hat rund 480.000 Wohnungen in Deutschland. Unsere rund 12.000 Kolleginnen und Kollegen kümmern sich um die Gebäude – und um das Zusammenleben im Quartier.

Matthias Wulff
Leiter Regionales
T 0234 / 314-18 17
matthias.wulff@vonovia.de

Christina Jordan
Pressesprecherin
T 0162 / 2526560
christina.jordan@vonovia.de

vonovia.com/presse

Pressestellen: Branchenspecials im DJV-JOURNAL

Das JOURNAL ist das Medienmagazin für NRW und erreicht 9.000 Journalistinnen und Journalisten sowie sämtliche Redaktionen des Landes. Zeigen Sie Gesprächsbereitschaft mit Ihrer Pressestellen-Anzeige:

JOURNAL 2/2026:
Versicherungen in NRW | Hochschulen in NRW | Entsorgungswirtschaft in NRW
Anzeigenschluss: 08.06.2026

1/8-Seite	(88B x 59H mm)	s/w	155,– Euro	1/4-Seite	(88B x 123H mm)	4c	395,– Euro
1/8-Seite	(88B x 59H mm)	4c	250,– Euro	1/4-Seite	(180B x 59H mm)	s/w	310,– Euro
1/4-Seite	(88B x 123H mm)	s/w	310,– Euro	1/4-Seite	(180B x 59H mm)	4c	395,– Euro

Druckvorlagen & Gestaltung – Sie haben die Wahl:
1. Gestaltung durch den Verlag nach einheitlichem Muster mit allen wichtigen Informationen (Ansprechpartner mit Themengebieten innerhalb der Pressestelle, Kontaktdaten, Unternehmenslogo).
2. Übersendung einer gestalteten Anzeige (pdf-Datei).

Info & Buchung: Schürmann & Klagges GmbH & Co. KG
Meinhard Drucks · 0234 9214-143 · E-Mail: meinhard.drucks@skala.de

UMWELT, KLIMA, NACHHALTIGKEIT IN NRW



Foto: U2M Brand – stock.adobe.com

Nachhaltiges Handeln verbinden manche mit „irgendwie öko", doch dahinter verbirgt sich so viel mehr als der erste Blick erkennen lässt: Nachhaltigkeit hat neben der ökologischen Dimension auch eine ökonomische und soziale. Es geht um Verantwortung, vorausschauendes Handeln und die Bereitschaft, über den nächsten Tag hinauszudenken und die Zukunft zu gestalten. Und mit diesem Ziel agieren in Deutschland täglich zahlreiche Institutionen auf staatlicher, privatwirtschaftlicher oder nichtstaatlicher Ebene. Speziell bei den Institutionen auf Landesebene sind NRW.Energy4Climate oder das Landesamt für Natur, Umwelt und Klima NRW (LANUK) aktiv in den Bereichen Umwelt, Klima und Nachhaltigkeit.

NRW.Energy4Climate hat sich vor allem dem Ziel gewidmet, NRW bis 2045 vollständig klimaneutral und zum Vorreiter der Energiewende zu machen – und dabei Deutschlands Industrieland Nummer eins zu bleiben. Für diese Transformation benötigt es jeden Einzelnen, denn wie das Unternehmen des Landes NRW auf seiner Website erklärt: „Zukunft funktioniert nur gemeinsam." (Stand: 2025).

Das LANUK überwacht die Boden-, Wasser- und Luftqualität in NRW über landesweite Messstellen, dokumentiert und bewertet die Daten, um Politik und Behörden in Umweltfragen zu beraten. (Stand: 2026)

Und wie auch alle jeder Einzelne für eine bessere Zukunft mitanpacken kann, zeigt die Plattform „Gutes Klima für NRW" mit praktischen Tipps und nachhaltigen Ideen zu Themen wie Arbeiten, Wohnen, Mobilität und Leben.

Als Individuum zu etwas Großem beitragen – dabei wollen viele Banken in NRW ihre Kunden unterstützen. „Nachhaltige Investments" sollen es ihnen ermöglichen, mit kleinen oder größeren Beträgen nachhaltige Unternehmen oder Projekte zu unterstützen – und das in allen Dimensionen des Begriffs „Nachhaltigkeit": Investitionen in Ressourceneffizienz stehen bei vielen Banken genauso im Portfolio wie Investments in langfristige und sozial gerechte Wachstumsprozesse oder wohltätige Organisationen.

Thomas Splett
Pressesprecher

Effizienz-Agentur NRW
T +49 203 378 79 38
tsp@efa.nrw | www.efa.nrw

Ressourcen schonen.
Zirkulär wirtschaften.

efa
Ressourcen schonen



Versicherungen in NRW
JOURNAL Ausgabe 2/2026
Anzeigenschluss: 08.06.2026
Bei Fragen steht Ihnen gerne Meinhard Drucks, Schürmann & Klagges GmbH & Co. KG, zur Verfügung
Tel.: 0234 9214-143
Mail: meinhard.drucks@skala.de

SEIT 1803

Krombacher

Unternehmenskommunikation

presse@krombacher.de
www.krombacher.de/presse

Peter Lemm
Leiter Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 (0) 2732 880 813
E-Mail: p.lemm@krombacher.de

Pia Munschek-Jung
Abteilungsleiterin Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 (0) 2732 880 499
E-Mail: p.munschek-jung@krombacher.de

Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG
Hagener Straße 261 · 57223 Kreuztal

VELTINS

Brauerei C. & A. Veltins

Ulrich Biene
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
☎ 0 29 34 / 959 325 @ ulrich.biene@veltins.de

Kerstin Raschke
Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
☎ 0 29 34 / 959 327 @ kerstin.raschke@veltins.de

Julia Schuchardt
Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
☎ 0 29 34 / 959 326 @ julia.schuchardt@veltins.de

An der Streue
59872 Meschede-Grevenstein
Medienservice: www.bierpresse.de

Branchenspecial:
Hochschulen in NRW

JOURNAL Ausgabe 2/2026
Anzeigenschluss: 08.06.2026

Bei Fragen steht Ihnen gerne Meinhard Drucks, Schürmann & Klagges GmbH & Co. KG, zur Verfügung
Tel.: 0234 9214-143
Mail: meinhard.drucks@skala.de

Corporate Communications

DEICHMANN

Christopher Zurheiden
Leitung
Fon +49 201 8676 - 960
christopher_zurheiden
@deichmann.com

Michael Eger
Presse
Fon: +49 201 8676 - 15905
michael_eger
@deichmann.com

Sonja Schröder
Internationale Presse
Fon +49 201 8676 - 962
sonja_schroeder
@deichmann.com

Katharina Martin
Produkt-/Mode-PR
Fon +49 201 8676 - 964
katharina_martin
@deichmann.com

Anika Hinz
Presse/TV
Fon +49 201 8676 - 15381
anika_hinz
@deichmann.com

Amra Gusalic
Produkt-/Mode-PR
Fon +49 201 8676 - 15966
amra_gusalic
@deichmann.com

Michèle Leyendecker
Presse
Fon +49 201 8676 - 422
michele_leyendecker
@deichmann.com

DEICHMANN SE, Deichmannweg 9, 45359 Essen

Deutsche Rentenversicherung Rheinland

Mehr Durchblick bei Reha und Rente

Francesco Fronholt
Leiter Referat Presse und Information
Königsallee 71, 40215 Düsseldorf
Telefon: 0211 937-2926
francesco.fronholt@drv-rheinland.de
Ausbildung bei uns: www.perfekt-starten.de
www.deutsche-rentenversicherung-rheinland.de



Deutsche Rentenversicherung Westfalen

Fragen zu Rente, Reha oder Prävention?

Sara Schwedmann
Pressesprecherin
Gartenstraße 194, 48147 Münster
Telefon 0251 238-2049
sara.schwedmann@drv-westfalen.de
www.deutsche-rentenversicherung-westfalen.de



Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Kommunikation:
Andreas Löbbe
Tel.: 0251 2104-609
presse@svwl.eu
www.svwl.eu



Rheinischer Sparkassen- und Giroverband

Kommunikation und Medien

Notker Becker
Postfach 10 42 64
40033 Düsseldorf
Tel. 0211 38 92-232
presse@rsgv.de
www.rsgv.de

BKK Landesverband NORDWEST

Partner und Interessenvertretung der Betriebskrankenkassen gegenüber Presse, Politik und Öffentlichkeit

Georg Stamelos
Pressesprecher

Postfach 99 01 22
47298 Duisburg
Fon 0201-179-1516
Mobil 01522-88 75 975
Georg.Stamelos@bkk-nordwest.de

www.bkk-nordwest.de

Auf alle Fragen eine gute Antwort.
Weil du wichtig bist.

BarmeniaGothaer AG
Externe Kommunikation & Social Media
Telefon 0202 438 3649
presse@barmenia.de
presse@gothaer.de

Barmenia Gothaer

Entsorgungswirtschaft in NRW

JOURNAL Ausgabe 2/2026
Anzeigenschluss: 08.06.2026

Bei Fragen steht Ihnen gerne Meinhard Drucks, Schürmann & Klagges GmbH & Co. KG, zur Verfügung
Tel.: 0234 9214-143
Mail: meinhard.drucks@skala.de

UNS GIBT'S NICHT ZUM
NULLTARIF!

KOSTEN
EXPLODIEREN
+65 %
SEIT 2013

HONORAR
STAGNIERT
0 %
APOTHEKEN-HONORAR
SEIT 2013

APOTHEKEN
STERBEN
–19 %
SEIT 2013

POLITIK
SCHAUT ZU
KOALITIONS-VERTRAG

Bei Fragen rund um die Apotheke und die Versorgung mit Arzneimitteln stehen wir jederzeit gern zur Verfügung.



Jens A. Krömer
Apothekerkammer
Nordrhein
0211 8388-119
j.kroemer@aknr.de



Sebastian Sokolowski
Apothekerkammer
Westfalen-Lippe
0251 52005-82
s.sokolowski@akwl.de

Als Körperschaften des öffentlichen Rechts sind die Apothekerkammern Teil der berufsständischen Selbstverwaltung. In NRW vertreten sie die Interessen der rund 20.700 Kammerangehörigen, die in öffentlichen Apotheken, Krankenhäusern, Wissenschaft, Industrie und Verwaltung oder bei der Bundeswehr tätig sind. Die Apotheke vor Ort übernimmt eine hoheitliche Aufgabe: die sichere, vom Heilberuf getragene, wohnortnahe Versorgung der Menschen mit Arznei und Hilfsmitteln, 365 Tage im Jahr, rund um die Uhr.

WEIL ES UM MENSCHEN GEHT.
DIE APOTHEKE.

GESUNDHEIT

Wir sind Ihre Ansprechpartner für das Ruhrgebiet!

Jens Hapke
Pressesprecher/Teamleiter Medien – Internet
Telefon: 0201/2069-495
Mail: hapke@rvr.ruhr

Barbara Klask
Pressesprecherin
Telefon: 0201/2069-201
Mail: klask@rvr.ruhr

Informationsdienst Ruhr (idr)
Redaktion
Telefon: 0201/2069-282
Mail: idr@rvr.ruhr

REGIONALVERBAND RUHR



GELSENWASSER

WIR HELFEN WEITER …

Heidrun Becker
Pressesprecherin
+49 209 708-247
+49 170 6388071
presse@gelsenwasser.de

André Ziegert
Stellvertretender Pressesprecher
+49 209 708-714
www.gelsenwasser-blog.de

VERBÄNDE & VERSORGER

EINE WETTE AUF DIE ZUKUNFT DES LOKALJOURNALISMUS

RUMS arbeitet abseits der tradierten Berichterstattungsmuster

von Raphael Balke

Während meines Studiums an der TU Dortmund gab mir ein Dozent einen Tipp: Wenn ich mich für neue Medienprodukte interessiere, würde sich ein Praktikum bei RUMS lohnen, einem damals neuen lokalen Online-Medium in Münster. Aus dem Praktikum wurde dann mehr als gedacht: Seit einigen Monaten arbeite ich als Redakteur bei RUMS.

Vor meinem Studium hatte ich bei einer Lokalzeitung volontiert. Und war mir danach nicht sicher, ob ich weiter im Lokalen arbeiten möchte. RUMS fühlt sich für mich wie eine Weiterentwicklung von allem an, was ich im Lokalen gelernt habe – und verändert zugleich vieles, das ich bisher kritisch gesehen habe.

Anders als viele denken

Zu langweilig, zu oberflächlich, nicht aufregend genug: Für viele meiner Kommiliton:innen klang Lokalberichterstattung nicht wirklich sexy. Ich sehe das anders. Oft liegen die Probleme eher in festgefahrenen Mustern der Berichterstattung als in Problemen des Formats.

Auch im Lokalen lässt sich investigativ recherchieren, lassen sich spannende Reportagen und umfassende Analysen schreiben. Mein Kollege Ralf Heimann hat beispielsweise zuletzt monatelang zum Machtgefälle im Bistum Münster recherchiert.

Eine Frage der Kapazitäten

Der Beruf ist der gleiche wie im Überregionalen, nur der Raum ist ein anderer. Wer das begreift, kann auch im Lokalen ganz anders berichten, als das herkömmlich geschieht. Ob Lokaljournalist:innen tiefgehend berichten (können), liegt eben nicht am Ort, sondern an den verfügbaren Kapazitäten. Aus eigener Erfahrung weiß ich: Daran mangelt es in manchen Lokalredaktionen. Wer täglich ein oder zwei Texte abliefern und dazu eventuell noch redigieren muss, hat nicht viel Zeit für diese hintergründigen Geschichten.



Foto: Raphael Balke

Raphael Balke, 27, arbeitet bei RUMS in Münster.

Bei RUMS fühlt sich das anders an. Wir sind zu dritt in der Redaktion und erstellen zweimal wöchentlich einen Newsletter mit je zwei lokalen Recherchen und etwas nachrichtlicher Garnitur drum herum. Dazu gibt es eine Kolumne. Der Output ist also viel geringer als bei klassischen Tageszeitungen – und genau das schafft Raum für Recherche. Während meines Volontariats war ich häufig verunsichert, ob ich genug recherchiert habe. Zu oft lautete die ehrliche Antwort: Nein. Nicht aus fehlendem Anspruch, sondern aus Zeitmangel.

Bei RUMS habe ich genau diese Zeit, um mit vielen Menschen zu sprechen und ein Thema aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten. Und anschließend kann ich meinen Texten Raum geben und sie schreiben, ohne wegen Platzmangels nur an der Oberfläche zu kratzen. Zugegeben: Manchmal werden unsere Texte dadurch zu lang. Doch der Kern bleibt: Ich schreibe über lokale Themen und versuche, dabei nicht den üblichen lokalen Mustern zu folgen.



Foto: Alexander Schneider

Wie spannend Lokaljournalismus auch für Jüngere sein kann, beleuchtete auch ein Panel bei #durchstarten (siehe Seite 36): Raphael Balke (v. l.) mit Hatice Kahraman (Salon 5), Moderatorin Brigitte Lieb und Nele Gerwin (talzeit).

Wir wollen nicht unbedingt die Schnellsten in der Berichterstattung sein – bei zwei Veröffentlichungstagen pro Woche wäre das ohnehin unrealistisch. Stattdessen sollen unsere Texte umfassender informieren und neue Blickwinkel eröffnen.

Neues Verständnis von Verantwortung

Da wir nur online erscheinen, kann ich jede Quelle verlinken. Das macht meine Berichterstattung transparenter und gibt mir mehr Sicherheit im eigenen Handeln. Die Arbeit im Lokalen hat zugleich mein Verständnis von Verantwortung geschärft. Nähe bedeutet, die Auswirkungen der eigenen Berichterstattung unmittelbarer zu erleben.

Daran messen uns auch unsere Leser:innen. Unter nahezu jedem Beitrag wird kommentiert – manchmal kritisch, manchmal zustimmend, oft ergänzend. Vor allem ist mir dadurch noch stärker klargeworden, dass sich nicht nur redaktionsintern inhaltlich und stiltechnisch über Texte streiten lässt, sondern auch mit Außenstehenden.

Bei RUMS schreiben wir nicht von oben herab, sondern begegnen Leser:innen auf Augenhöhe. Das gefällt mir sehr. Wir gehen in den Dialog und verstehen Journalismus als Teil eines sozialen Gefüges. Wer diesen Dialog ernst nimmt, kann ihn nicht nur auf Newsletter beschränken. Deshalb bringen wir unseren Journalismus künftig alle drei Monate auf die Bühne, erklären dort Recherchen der vergangenen Monate und sprechen mit Gästen zu Themen, die im Stadtgeschehen relevant waren.

Auch diese Abwechslung mag ich an meiner Arbeit. Neben dem Schreiben moderiere ich Veranstaltungen und produziere unseren Podcast „Die große Frage". Gerade weil ich mich für mehr als nur klassischen Print-Journalismus interessiere, ist diese Mischung reizvoll.

So sehr mich das Projekt begeistert: Es ist natürlich nicht alles ideal. Diese andere Arbeitsstruktur trifft auf eine ökonomische Realität, in der es schwierig ist, ein neues Medienprodukt zu etablieren. Derzeit arbeite ich nur drei Tage pro Woche für RUMS – mehr lässt sich finanziell noch nicht tragen. Das würde ich mir zukünftig anders wünschen.

Vielleicht ist genau das die Wette, die wir mit RUMS eingehen. Dass Lokaljournalismus dann eine spannende Zukunft hat, wenn er sich Zeit nimmt – und wenn es Leser:innen gibt, die das mittragen. Jeder Kommentar, jedes Gespräch mit Leser:innen zeigt mir, dass es ein Bedürfnis nach einem Lokaljournalismus gibt, der sich nicht kleiner macht, als er ist. Und mir gefällt es sehr, Teil davon zu sein.||

Volo-Campus

Die Rubrik **Volo-Campus** ist der Platz im JOURNAL für Beiträge von jungen **Medienschaffenden** für junge Medienschaffende. Spannende Projekte, ungewöhnliche Serien, interessante Studien: Studierende und Volontär:innen, die etwas zu erzählen haben, kommen hier zu Wort. Sie schreiben selbst über ihre Arbeit und ihre Erfahrungen. Wer mitmachen möchte oder der **JOURNAL-Redaktion** einen Hinweis auf ein interessantes Projekt geben möchte: Einfach eine E-Mail an
redaktion@djv-nrw.de
Stichwort „Volo-Campus"

UNTERSTÜTZUNG FÜR DIE WEITERBILDUNG

So bekommt man die Kompass-Förderung

von Bettina Blaß

Medienhäuser bauen Stellen ab, künstliche Intelligenz scheint den Bedarf an von Menschen geschriebenen Artikeln zusätzlich zu reduzieren. Das trifft viele Freiberufler und Freiberuflerinnen. Solche Flauten sind eine gute Zeit für eine Weiterbildung. Die ist jedoch oft teuer. Erfreulicherweise gibt es eine großzügige staatliche Förderung.

Jörg Stroisch aus Köln schreibt seit über 20 Jahren für seine Kunden Artikel und Bücher und hat sich als Trainer und Coach ein zweites Standbein aufgebaut. Weil sich dieser Zweig seiner Selbstständigkeit besser entwickelt, will er sich hier weiter qualifizieren. Auch Petra Walther aus Bonn möchte sich weiterbilden. Sie schreibt Texte für Fachredaktionen und PR, ihr Fokus liegt auf der Transformation der Arbeitswelt.

Beiden kommt für ihre Vorhaben die Kompass-Förderung wie gerufen. Dabei steht Kompass für „Kompakte Hilfe für Soloselbstständige". Die Förderung ist ein Programm des Bundesarbeitsministeriums, kofinanziert durch den Europäischen Sozialfonds. Jörg Stroisch hat sich für eine Qualifizierung zum „Systemic Agile Master & Coach" entschieden. Petra Walther hat mit Blick auf die rasanten Veränderungen in der Medienbranche durch künstliche Intelligenz ein Angebot zum „Master Business of AI" ausgesucht.

Förderung für verschiedene Kompetenzen

Unterschieden wird bei den erlaubten Weiterbildungen nach drei Kompetenzkategorien: fachlichen Kompetenzen, die berufsspezifisch sind, persönlichen Kompetenzen wie Stressresistenz oder Zeitmanagement und Querschnittskompetenzen. Letztere sind beispielsweise betriebswirtschaftliche Kurse, Seminare zu Marketing oder Suchmaschinenoptimierung.

Nicht gefördert werden Qualifizierungen in den Bereichen Gesundheitsförderung, Kunst, Kultur oder Sprachunterricht. Auch ist es nicht möglich, sich über die Kompass-Förderung ein ganz neues Standbein zu erschließen. Denn das Angebot soll der eigenen Weiterentwicklung innerhalb der bestehenden Tätigkeit dienen und so zur Sicherung der Selbstständigkeit beitragen.

Sehr spezifische Voraussetzungen

Die Weiterbildung muss bestimmte Anforderungen erfüllen – unter anderem muss sie eine Mindestdauer von 20 Stunden haben und in sechs Monaten abgeschlossen werden. Zudem dürfen maximal 50 Prozent der Inhalte in Selbstlernphasen erarbeitet werden.

Beantragen können diese Förderung „Solopreneure", also beispielsweise Freiberufler



Petra Walther nutzt die Kompass-Förderung für den „Master Business of AI".

Foto: Fotoatelier Herff, Niederkassel

und Freiberuflerinnen, die in Deutschland leben und arbeiten. Ein Beschäftigter, beziehungsweise mehrere, die zusammen aber nicht mehr als ein sogenanntes Vollzeitäquivalent ergeben, ist den Antragstellenden jedoch erlaubt.

Weitere Voraussetzungen: Man muss seit mindestens zwei Jahren am Markt sein und die Selbstständigkeit als Haupterwerb betreiben. Außerdem darf man weder in den vergangenen drei Jahren sogenannte De-minimis-Beihilfen über 300 000 Euro bekommen haben, noch innerhalb der vergangenen zwölf Monate einen Kompass-Qualifizierungsscheck. Wird man gefördert, liegt die Höchstsumme bei 4500 Euro. Beantragt werden kann die finanzielle Unterstützung jährlich bis einschließlich 2028.

Erste Schritte

Doch bevor Lernwillige loslegen können, müssen sie mit einer offiziellen Beratungsstelle ein Gespräch führen. Stroisch machte die Erfahrung, dass diese zumindest in Köln oft so ausgebucht sind, dass sie keine Termine vergeben. Er versuchte sein Glück in Düsseldorf, und das funktionierte. Petra Walther bekam von der ersten Beratungsstelle die Information, die Qualifizierungsmaßnahme entspreche nicht den Vorgaben. Sie wechselte die Beratungsstelle und bekam den Qualifizierungsscheck. Es lohnt sich also, ein bisschen beharrlich zu sein.

Noch bevor das erste Gespräch stattfindet, muss man sich übrigens beim Förderportal ZEUS anmelden (foerderportal-zeus.de). „Das ist nicht selbsterklärend", sagt Jörg Stroisch. Aber er hatte von der Beratungsstelle einen detaillierten Leitfaden bekommen. Petra Walther konnte ihre Beraterin telefonisch um Hilfe bitten. Die Anmeldung bei ZEUS läuft über eine BundID (siehe Kasten oben).

Nach dem Beratungsgespräch erstellt die Agentur ein Protokoll. Zudem werden die Anbieter der Maßnahme geprüft – denn auch sie müssen bestimmten Anforderungen entsprechen. Schließlich erhält man seinen Qualifizierungsscheck.

Auf dem Weg zum Ziel gibt es noch einige Fallen: Beispielsweise kann schon ein „ß" im Nachnamen dazu führen, dass man in der Datenbank bei der Suche der Beratungsagentur nicht angezeigt wird. Bei Namen mit „echten" Sonderzeichen könnte das auch der Fall sein. Darüber hinaus kann es auch passieren, dass der gewählte Bildungsanbieter noch nicht bei der Agentur registriert ist. In solchen Fällen kann sich der Prozess um Wochen verzögern. Wer hier sowohl bei der Beratungsagentur als auch beim Bildungsanbieter regelmäßig nachhakt, beschleunigt den Prozess.

Hat man den Qualifizierungsscheck erhalten, meldet man sich bei der Weiterbildung an. Die Kosten trägt man zunächst selbst. Nach dem erfolgreichen Abschluss des Lehrangebots stellt man einen Antrag auf Erstattung und bekommt (hoffentlich) die entsprechende Summe überwiesen.||


Foto: privat

Jörg Stroisch macht eine Fortbildung zum „Systemic Agile Master & Coach.

Ein Hinweis von der Seite zum Kompass-Programm: „Aktuell verzeichnet das Förderprogramm eine sehr hohe Nachfrage. Um eine zügige und sorgfältige Bearbeitung bereits eingegangener Anträge sicherzustellen, werden diese derzeit vorrangig bearbeitet. Daher können die Kompass-Anlaufstellen im Zeitraum vom 1. März bis zunächst 3. Mai 2026 vorübergehend keine neuen Erstberatungen anbieten."

BundID

Die **BundID** ist das zentrale Nutzerkonto für Online-Verwaltungsdienste der Bundesregierung. Mit einem einzigen Login können sich Bürgerinnen und Bürger bei verschiedenen Behördenportalen anmelden und digitale Anträge stellen oder Bescheide abrufen.
Je nach Sicherheitsstufe erfolgt die Anmeldung mit Benutzername und Passwort, mit der Online-Ausweisfunktion des Personalausweises und dem Smartphone als Lesegerät oder mit einem ELSTER-Zertifikat.
Alles Infos unter **https://id.bund.de/de**

Infos zur Kompass-Förderung

Folgende PDFs stehen auf den Seiten des Europäischen Sozialfonds für Deutschland zum Download bereit:

- Fragen und Antworten zur Kompass-Förderung: **t1p.de/faq-kompass**.
- Liste der Anlaufstellen: **t1p.de/kompass-anlaufstellen**.

SEMINARE

GENERATION 50 PLUS: ERFAHRUNG ALS ERFOLGSFAKTOR

Berufliche Erfahrung ist eine wichtige Ressource in der Medienbranche, die von Einordnung, Urteilsfähigkeit und klugem Navigieren durch komplexe Themen lebt. Trotzdem wird das Potenzial erfahrener Kolleginnen und Kollegen ab 50 häufig unterschätzt – sowohl in den Redaktionen und bei Auftraggebern als auch von den Medienschaffenden selbst.



Foto: Frank Sonnenberg

Allerdings sind diese Stärken der Über-Fünfzigjährigen auch nicht automatisch abrufbar. Das gilt besonders, wenn in Redaktionen verschiedene Generationen mit unterschiedlichen Arbeitsstilen, digitalen Gewohnheiten und Erwartungen aufeinandertreffen und zugleich der Veränderungsdruck groß ist. Damit Erfahrene ihre Potenziale einbringen können, brauchen sie ein waches Auge für Chancen, aber auch Vertrauen in die eigene kreative Kraft und die Bereitschaft, Innovationsprozesse aktiv mitzugestalten.

Jede und jeder Einzelne muss sich damit auseinandersetzen, wie sich die Motivation über viele Berufsjahre hinweg lebendig halten lässt. Und wie es gelingt, dass Routinen nicht zur Bremse werden.

Genauso wichtig ist die Haltung der Redaktionen: Sie müssen Räume schaffen, in denen Jüngere und Ältere voneinander lernen, ihre Perspektiven produktiv verzahnen und gemeinsam Qualitätsjournalismus sichern können.

Wie sich diese Ziele auf persönlicher und redaktioneller Ebene verfolgen lassen, ist Thema im Präsenzseminar „Erfolgsfaktor Generation 50 Plus: Stärken erkennen, Innovationskraft aktivieren, Erfahrung einbringen".

Dozentin Ute Korinth ist Journalistin, Resilienztrainerin und Autorin. In dem Eintagesseminar vermittelt sie praxisnahe Strategien, Methoden und Impulse, um die eigene Resilienz zu stärken, die Verantwortung für sich selbst bewusst wahrzunehmen und die berufliche Zukunft aktiv mitzugestalten. Das Seminar zeigt Wege, wie Motivation und Freude an der medialen Arbeit auch unter Zeitdruck erhalten bleiben – und wie der eigene Energiehaushalt dabei nicht auf der Strecke bleibt.

Inhalte:

- Analyse der Ist- und Wunschsituation
- Ressourcen entdecken und nutzen
- Respektvoller und unterstützender Umgang im Team
- Wie kann Wissenstransfer zwischen Generationen funktionieren?

Seminar-Info

Erfolgsfaktor Generation 50 Plus: Stärken erkennen, Innovationskraft aktivieren, Erfahrung einbringen

Datum: 28.5.2026 / Zeit: 09:30–16:30 Uhr
Mitglieder: € 109,00 | Nichtmitglieder: € 164,00

Anmeldung bis 14. Mai 2026 unter
www.djv-nrw.de/seminare

KI-Wissen zur Mittagszeit: Journalistische Workflows automatisieren

Künstliche Intelligenz kann viel mehr als Texte schreiben und Bilder generieren. Mit den richtigen Tools lassen sich ganze Arbeitsabläufe automatisieren – vom täglichen Nachrichtenüberblick über die Themenrecherche bis zur Vorbereitung von Social-Media-Posts. Eigene Programmierkenntnisse werden dazu nicht benötigt.



In diesem kostenlosen einstündigen Onlinevortrag zur Mittagszeit zeigt Referentin Bettina Blaß konkrete Beispiele und Tools und erläutert, wie der Einstieg in eigene automatisierte Workflows gelingt.

Aber so hilfreich solche Systeme sein können: Sie funktionieren selten sofort perfekt, sie können Fehler produzieren und werfen Sicherheits- und Datenschutzfragen auf. Der Vortrag schaut daher nicht nur auf die Möglichkeiten, sondern auch auf die Risiken und Grenzen.

Hinweis: Der Vortrag ist nicht für Einsteigerinnen und Einsteiger in das Thema KI geeignet.

Datum: 21.5.2026 / Zeit: 12:00 – 13:00 Uhr
Nur für Mitglieder, kostenlos

KI-Tools im Redaktionsalltag nutzen

Künstliche Intelligenz, vor allem generative KI, bekommt momentan viel öffentliche Aufmerksamkeit. Die Technologie hat das Potenzial, unseren Alltag zu verändern. Auch im Journalismus findet KI längst Anwendung.



In diesem Online-Seminar zeigt Referent Oskar Vitlif verschiedene Einsatzszenarien der Technologie und hilft zu bewerten, wie sinnvoll der Einsatz einzelner KI-Tools konkret sein kann. Teilnehmende lernen dabei verschiedene Tools kennen und probieren sie im Seminar aus, um zu entscheiden, in welchen Situationen diese den eigenen Arbeitsalltag ergänzen können.

Datum: 10.7.2026 / Zeit: 9:30–16:30 Uhr
Mitglieder: € 99,00 | Nichtmitglieder: € 149,00

Mehr Informationen zu den Seminaren und zur Anmeldung

Daten für die Story: Angebot und Nutzungsmöglichkeiten der amtlichen Statistik für NRW

Statistische Daten sind im Journalismus unverzichtbar, unter anderem um Trends zu erkennen, Probleme oder regionale Besonderheiten zu identifizieren oder Einzelfälle einzuordnen. Das Seminar gibt einen Einblick in das breite Datenangebot der amtlichen Statistik sowie in die inhaltliche und regionale Tiefe der Ergebnisse. Weitere Quellen neben zentralen Datenbanken (etwa Landesdatenbank NRW und Regionaldatenbank Deutschland) können Dashboards und andere Webangebote sein. Wie man diesen Datenschatz heben kann, zeigt das Seminar, in dem Zugang, Abruf und Möglichkeiten der Weiterverarbeitung anschaulich erklärt werden.



Dieses kostenfreie Online-Seminar wird in Kooperation mit dem Statistischen Landesamt IT.NRW – Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen veranstaltet.

Datum: 27.5.2026 / Zeit: 09:30–16:30 Uhr
Kostenlos



Stipendiatin June Domke (M.) mit der JKEL-Vorsitzenden Andrea Groß und JKEL-Schatzmeister Rainer Kohl. | Foto: Westfälische Hochschule / Pressestelle

JOURNALISTEN-KREIS EMSCHER-LIPPE

„EINE SCHICHT WENIGER“ IM RESTAURANT

von Rainer Kohl

June Domke (20) stammt aus Köln, studiert im dritten Semester Journalismus und Public Relations an der Westfälischen Hochschule in Gelsenkirchen – und ist die erste Stipendiatin, die der Journalisten-Kreis Emscher-Lippe (JKEL) im Rahmen des Deutschlandstipendiums für – zunächst – ein Jahr fördert.

„Ich freue mich über das Stipendium und verstehe die Förderung als Anerkennung für meine Leistungen in den ersten beiden Semestern und auch für mein soziales Engagement neben dem Studium“, sagt die sympathische und ebenso bescheidene junge Frau. Denn beim Deutschlandstipendium zählen nicht nur gute Noten, sondern auch der Einsatz für die Gemeinschaft.

So traf sich June Domke im letzten Wintersemester im Rahmen des Angebots „Walk and Talk“ der Caritas Gelsenkirchen einmal in der Woche mit einer Migrantin und deren Sohn, um beim Spazierengehen über Gott und die Welt ins Gespräch zu kommen und ihnen zu helfen, sicherer in der Anwendung der deutschen Sprache zu werden. Noch vor ihrem Studium absolvierte sie ein Freiwilligenjahr in Uganda. Dort gründete sie ein eigenes Projekt und klärte junge Frauen in Schulen über Sexualität und den Umgang mit Hygieneartikeln auf. Seitdem versucht sie, in jedem Jahr für einige Zeit vor Ort zu sein, um ihr Projekt fortzuführen.

„Mit unserem Engagement im Rahmen des Deutschlandstipendiums möchten wir einen nachhaltigen Beitrag zur Förderung des journalistischen Nachwuchses in unserer Region leisten“, sagt die JKEL-Vorsitzende Andrea Groß. Die Fördermittel stammen laut Schatzmeister Rainer Kohl aus Einnahmen früherer Pressebälle des JKEL und des Pressevereins Ruhr, die jetzt „angemessen und zukunftsorientiert in die universitäre Journalistenausbildung fließen“.

Die Stipendiatinnen und Stipendiaten des Deutschlandstipendiums werden jeweils für zwei Semester mit 300 Euro im Monat unterstützt, die Auswahl trifft jeweils die Hochschule nach festgelegten Kriterien. Private Fördernde geben die Hälfte, die andere Hälfte kommt jeweils vom Bund. Für June Domke bedeutet die finanzielle Förderung eine willkommene Entlastung. Sie muss jetzt am Wochenende „eine Schicht weniger“ im Restaurant arbeiten, um ihr Studium zu finanzieren, und kann sich intensiver auf ihre Studien konzentrieren.

Dafür hat sie nach dem Wintersemester für zwei Monate ihren Schreibtisch in Gelsenkirchen mit einem Schreibtisch in Kampala getauscht. In Ugandas Hauptstadt absolviert sie im Februar und im März ein Praktikum in einer Medienagentur, bevor sie im August voraussichtlich für ein Auslandssemester nach Kampala zurückkehren und an der Makeree-Universität Journalismus & Communications studieren wird.

Die JKEL-Mitglieder sind gespannt, was June Domke nach ihrer Rückkehr über ihre Arbeit in der Medienagentur und über ihre Erfahrungen aus dem Journalismusstudium in Uganda zu berichten weiß. Aus einem Land, in dem, so Reporter ohne Grenzen, die Pressefreiheit in der Verfassung garantiert ist, Journalistinnen und Journalisten allerdings mit zahlreichen Hindernissen, Einschüchterungen und auch mit Gewalt konfrontiert werden, sobald sie sich für ihre Berichterstattung über Themen von öffentlichem Interesse informieren wollen.||

JOURNALISTEN-KREIS EMSCHER-LIPPE
Vorsitzende: Andrea Groß
jk-el@djv-nrw.de | djv-nrw.de/jk-el

PRESSEVEREIN MÜNSTER-MÜNSTERLAND

DIE BESONDERE ROLLE DES LOKALJOURNALISMUS

von Kai Heddergott

Mit einer Podiumsdiskussion über die Zukunft des Lokaljournalismus endete im Februar die Filmreihe „Perspektivwechsel – Journalismus im Cinema“ des Pressevereins Münster-Münsterland. Im Programmkino „Cinema & Kurbelkiste“ beleuchteten seit November vier Filme die Facetten journalistischer Arbeit – von investigativer Recherche („She Said“/„Die Unbestechlichen“) über Kriegsberichterstattung („Die Fotografin“) bis zum Alltag in Lokalredaktionen.

Den Abschluss bildete am 23. Februar die Dokumentation „Die letzten Reporter“ des Filmemachers Jean Boué aus dem Jahr 2021. Der Film begleitet drei Lokaljournalistinnen und -journalisten in Lüneburg, Schwerin und Osnabrück und zeigt ihren Arbeitsalltag in einer Branche, die sich im digitalen Umbruch befindet. Die drei versuchen, klassische journalistische Werte zu bewahren, während Redaktionen sich unter wirtschaftlichem Druck strukturell verändern müssen.

Das anschließende Podiumsgespräch unter Moderation des freien Journalisten Philipp Moser behandelte vor allem die Rolle des Lokaljournalismus für die Demokratie. Ein hochaktuelles Thema, wie in den Wochen danach die Entwicklungen in der Zeitungslandschaft NRW deutlich machen sollten (siehe ab Seite 12).

Filmemacher Boué verwies auf seine Erfahrungen aus Ostdeutschland: Wo lokale Nachrichtenangebote schwinden, falle es vielen zunehmend schwer, verlässliche Informationen über ihr unmittelbares Umfeld zu finden. Prof. Dr. Nina Springer vom Institut für Kommunikationswissenschaft an der Universität Münster griff diese Beobachtung auf und warnte vor „Zeitungssteppen“, die entstehen, wenn Redaktionen zusammengelegt oder ganz geschlossen werden.

Gleichzeitig wurde deutlich, dass Lokaljournalismus ein besonderes Vertrauensverhältnis zu seinem Publikum herstellen kann. Klaus Wiedau, langjähriger Redaktionsleiter der Westfälischen Nachrichten in Gronau, hob hervor, dass gerade die Nähe zu den Menschen vor Ort es Journalistinnen und Journalisten ermögliche, Themen und Konflikte sichtbar zu machen, die sonst kaum öffentliche Aufmerksamkeit erhielten. Diese Beziehung entstehe nicht von selbst, sondern müsse aktiv gepflegt werden – durch Präsenz im lokalen Umfeld und durch journalistische Haltung.

Mehrere Wortmeldungen der Gäste griffen die Veränderungen im Arbeitsalltag auf: Verdichtete Produktionsprozesse, neue digitale Ausspielkanäle und trimediales Arbeiten seien in vielen Redaktionen längst Realität. Zudem wurde thematisiert, dass Behörden und Institutionen ihre Botschaften zunehmend über eigene Kanäle verbreiteten. Eine Herausforderung, gerade wenn kritisches Nachfragen erforderlich sei.

Trotz aller Probleme blieb der Blick in die Zukunft nicht ausschließlich pessimistisch. Auch unter dem studentischen Nachwuchs sei das Interesse am Journalismus weiterhin vorhanden, wie eine Studierende der Kommunikationswissenschaft anmerkte. Worin sich alle Anwesenden einig waren: Es werde entscheidend sein, ob es Medienhäusern gelingt, tragfähige Modelle für die Finanzierung lokaljournalistischer Arbeit zu entwickeln. Der Abend machte deutlich: Eine funktionierende Demokratie braucht starke lokale Medien – und Menschen, die bereit sind, diese Arbeit auch unter schwierigen Bedingungen weiterzuführen.||

PRESSEVEREIN MÜNSTER-MÜNSTERLAND
Vorsitzende: Brigitte Lieb
info@presseverein-muenster-muensterland.de |
www.presseverein-muenster-muensterland.de



Ein Gespräch über die Rolle des Lokaljournalismus für die Demokratie rundete den vierten Filmabend ab. | Foto: Kai Heddergott

KÖLNER JOURNALISTEN-VEREINIGUNG

DAS GEFÄHRLICHE BILD VON DEN GRÄBEN

von Corinna Blümel

Ist die Gesellschaft tatsächlich so gespalten wie behauptet? Welchen Anteil haben die Medien daran, das Bild von den Gräben zu transportieren? Und was macht das mit der Gesellschaft? Diesen Fragen ist die Kölner Journalisten-Vereinigung (KJV) Ende Februar bei einer sonntäglichen Matinee im Literaturhaus zusammen mit rund 70 Besucherinnen und Besuchern nachgegangen.

Moderator Melvin Schwertel konnte auf dem Podium zwei Gäste begrüßen: Annika Schneider, die als Redakteurin bei Übermedien kritisch auf journalistische Arbeit schaut. Und German Neubaum, Juniorprofessor für Psychologie an der Uni Duisburg-Essen, der sich mit Meinungsbildung und gesellschaftlicher Teilhabe durch soziale Medien beschäftigt. Aus Berlin zugeschaltet war Gilda Sahebi, Journalistin und Autorin des Buchs „Verbinden statt spalten. Eine Antwort auf die Politik der Polarisierung".

„Wir ordnen die Welt durch Erzählungen", erklärte Sahebi. Dazu zähle auch Gruppendenken. Gefährlich werde es, wenn dies politisch instrumentalisiert würde. Spaltungserzählungen dienten schon immer der Macht, stellten Sahebi und Neubaum übereinstimmend fest. Je nach Studie glauben bis zu 80 Prozent der Deutschen, dass die Gesellschaft gespalten ist. Mehr als 50 Prozent sehen zwei unüberbrückbare Lager.



Unter Moderation von Melvin Schwertel (l.) diskutierten Annika Schneider, German Neubaum und aus Berlin zugeschaltet Gilda Sahebi. | Foto: Jan Knoff

Diese wahrgenommene Polarisierung entspreche nicht der tatsächlichen, machte Neubaum deutlich. Es gebe eine starke Mitte. Auch heftige Social-Media-Diskussionen seien kein Beleg für Polarisierung, weil sich nur etwa 25 Prozent der Nutzenden aktiv beteiligen. „Deren Trigger ist häufig: Ich teile diese Meinung nicht." Der Streit führe zu einer verzerrten Wahrnehmung, weil man vom Kleinen aufs Große und damit auf das allgemeine Meinungsklima schließe.

„Es macht etwas mit einem", wenn man dauernd von Spaltung liest und hört. Das ist die Erfahrung von Annika Schneider, die beruflich Medien wie Nius folgt. Beunruhigend sei, dass andere Medien dieses Narrativ immer stärker aufnähmen. „Das sickert ein" und führe zu „festen gesellschaftlichen Deutungsmustern".

Auch in Redaktionen hinterließen wütende Mails zu einem Thema wie Migration ihre Spuren, beobachtet Sahebi. Ungeachtet dessen, dass es die immer gleichen seien, die diese Mails schrieben. Annika Schneider stimmte zu: Das Feedback werde in Redaktionen oft als Stimmungsbild der gesellschaftlichen Mehrheit wahrgenommen.

„Wir dürfen Journalistinnen und Journalisten nicht aus der Verantwortung entlassen. Redaktionen bestimmen ja auch den Diskurs", forderte Schneider. Medienschaffende müssten „eine andere Debatte führen. Nicht, ob etwas rechts oder links ist, sondern: Was ist handwerklich gut gemacht?" Journalismus habe die Aufgabe, mit Fakten Grundlage für Meinungsbildung schaffen. Eine „Riesenchance" liege darin, eine Vielzahl von Perspektiven darzustellen, Zwischentöne auszuleuchten und – im Sinne des kon-

struktiven Journalismus – Lösungen aufzuzeigen. Beeindruckend seien zudem oft persönliche Geschichten.
Deren Wirkmacht, um Gräben zu überwinden, betonte auch Neubaum. Entsprechend der Interessengruppen-Kontakt-These ließen sich Ressentiments abbauen, wenn Betroffene Zugang zu anderen Lebenswelten bekommen.
Neubaum warnte vor einem beobachtbaren Langzeittrend infolge algorithmischer Belohnungsstrukturen: „Moral und Emotionalisierung, die sowieso gut geeignet sind, um Menschen zu aktivieren, werden verstärkt. Das heißt, langfristig verändert sich unsere Sozialisierung." Allerdings könne der Mensch auch lernen, damit besser umzugehen. Das erfordere aber mehr als reine Medienkompetenz. „Es braucht auch Regulierung, und wir müssen lernen, besonnen zu reagieren."
Informationen bereitstellen, aber auch kritisch bewerten und strukturelle Verantwortlichkeiten aufzeigen – das sind Sahebis Erwartungen an den Journalismus. Kurz gesagt: „Machtkritik - wo das nicht klappt, entsteht Autoritarismus."
Die Diskussion machte deutlich, dass Medien, soziale Plattformen und politische Akteurinnen und Akteure in einem System gegenseitiger Verstärkung agieren. Journalismus kann Polarisierung nicht allein auflösen, trägt aber erheblich dazu bei, Wahrnehmungen zu prägen – sei es durch Vereinfachung und Zuspitzung oder durch Kontext, Dialog und Vielfalt.||

KÖLNER JOURNALISTEN-VEREINIGUNG
Vorsitzende: Corinna Blümel
Tel. 02 21 81 67 67
corinna.bluemel@gmx.de | www.djv-koeln.de



Bernd Schäfer (l.), daneben Katrin Kroemer, Lenka Mildner und Andrea Donat als stellvertretende Vorsitzende des Presseclubs. | Foto: Richard Holtz

PRESSECLUB RUHR-EMSCHER

GRÜNKOHLESSEN MIT EHRUNG

von Christian Frevel

Rund 30 Kolleginnen und Kollegen waren Ende Januar zum Grünkohlessen des Presseclubs Ruhr-Emscher gekommen. Neben dem westfälischen Traditionsgericht und der Jahresversammlung mit Regularien und Berichten stand auch die Ehrung der Jubilarinnen und Jubilare auf dem Programm.
Bundesschatzmeisterin Katrin Kroemer war nach Bochum gekommen und konnte die Ehrennadeln anstecken. Bertold Fernkorn, Mitglied im Fachausschuss Bild des DJV-NRW, hielt die Laudatio auf seinen Fotografenkollegen Bernd Schäfer. Dabei lobte er vor allem Schäfers langjährige Arbeit in Afrika und Lateinamerika sowie dessen Arbeit und Ausstellungen im Pixelprojekt Ruhrgebiet und seine Dokumentation über Migrantinnen und Migranten in Bochum.
Sebastian Sendlak hielt die Laudatio für seine Kollegin im Vorstand des Presseclubs, Lenka Mildner. Er hatte sie zu Beginn seiner selbstständigen journalistischen Arbeit im Rahmen eines Gründertreffens der Wirtschaftsförderung Bochum kennengelernt. Mildner kam über ein Förderprogramm der Landesanstalt für Medien in das Thema Gründungsservice für Start-ups und arbeitet seit 2020 im Gründungsservice-Team der Hochschule Bochum. Seit 2025 ist Lenka Mildner Schatzmeisterin des Presseclubs.
Weitere Jubilare des Presseclubs sind in diesem Jahr Hubert Wolf und Markus Henrichs.
Eine kurze, aber durchaus kontroverse Diskussion gab es zur Stellungnahme des DJV-Bundesverbands zu Schleswig-Holsteins Ministerpräsident Daniel Günther, der in der Sendung „Markus Lanz" scheinbar eine Zensur der Medien gefordert hatte, dies jedoch am Folgetag richtigstellte. Die Klarstellung des Bundesvorstands zur Stellungnahme des Bundesverbands folgte am gleichen Tag.||

PRESSECLUB RUHR-EMSCHER
Vorsitzender: Arne Pöhnert
ruhr-emscher@djv-nrw.de |
www.djv-nrw.de/ruhr-emscher



Die Ortsvereine in Duisburg und Essen-Mülheim-Oberhausen haben das Werk von thyssenkrupp Steel besucht. | Foto: Hayrettin Özcan

PRESSEVEREIN NIEDERRHEIN-RUHR UND DJV ESSEN-MÜLHEIM-OBERHAUSEN

WO DER STAHL GLÜHT

von Dirk Groß-Langenhoff

Fünfmal so groß wie das Fürstentum Monaco, rund 13 000 Beschäftigte und zwölf Millionen Tonnen Stahl pro Jahr. Zahlen, die man erst wirklich begreift, wenn man mit dem Bus über das endlose Werksgelände von thyssenkrupp Steel rollt.

Am 24. Januar haben 25 Journalistinnen und Journalisten der benachbarten Ortsvereine Presseverein Niederrhein-Ruhr (DJV-Ortsverein Duisburg) und DJV Essen-Mülheim-Oberhausen (EMO) Europas größten Stahlstandort in Duisburg-Bruckhausen besucht. Pressesprecher Mark Stagge hatte sich an diesem Samstag extra Zeit genommen, die Gruppe persönlich zu führen und Fragen zum Konzern zu beantworten. Und davon gab es reichlich.

Erste Station: der Hochofen. Wer einmal erlebt hat, mit welcher Wucht und Hitze aus Erz und Koks flüssiges Roheisen wird, vergisst das nicht so schnell. Danach ging es ins Walzwerk, wo glühende Stahlbrammen bei über 1000 Grad zu dünnen Blechen geformt werden – ein Prozess, bei dem man unwillkürlich einen Schritt zurücktritt.

Was diesmal nicht auf dem Programm stand: das neue Warmbandwerk 4 (WBW 4). Die Anlage ist das Kernstück einer 800-Millionen-Euro-Investition und gehört zu den modernsten in Europa. Allerdings hatte ein Großbrand im Oktober 2025, ausgelöst durch eine Verpuffung im Ofenbereich, Teile der Anlage beschädigt. thyssenkrupp Steel hat der Gruppe aber angeboten, im Herbst wiederzukommen – dann mit WBW 4 auf der Route.

Der Besuch war die erste gemeinsame Veranstaltung der beiden Ortsvereine in dieser Form. Da die Resonanz so gut war, wollen DJV Duisburg und DJV EMO künftig öfter zusammen etwas unternehmen. Die Idee dahinter ist einfach: Gemeinsam lässt sich eine größere und abwechslungsreichere Auswahl an Veranstaltungen auf die Beine stellen, als es ein einzelner Ortsverein könnte. Der Anfang bei glühendem Stahl war jedenfalls vielversprechend.||

DJV ESSEN-MÜLHEIM-OBERHAUSEN
Vorsitzender: Dirk Groß-Langenhoff
info@djv-emo.de | www.djv-emo.de

PRESSEVEREIN NIEDERRHEIN-RUHR
Vorsitzende: Sabine Ring
Tel. 0170 569 85 44
duisburg@djv-nrw.de | www.djv-duisburg.de





Bild l.: Jan Skrynecki (v. l.) plaudert mit Klaus Johann, Andreas Probst und Rainer Zimmermann.
Bild r.: Oliver Kühn (l.) übergibt die Urkunde an Manfred Lachniet. | Fotos (2): Tanja Pickartz

PRESSEVEREIN NIEDERRHEIN-RUHR

WIEDERSEHEN BEIM NEUJAHRSEMPFANG

von Sabine Ring

Es hatte was von Klassentreffen: Beim Neujahrsempfang mit Jubilarehrung des Pressevereins Niederrhein-Ruhr (DJV-Ortsverein Duisburg) haben sich viele Mitglieder nach langer Zeit wiedergetroffen, die früher über viele Jahre zusammengearbeitet haben.

Etwa 30 Kolleginnen und Kollegen waren im AV Concept Store in der Duisburger City dabei, als langjährige Mitglieder geehrt wurden. Allen voran die Oldies Klaus Johann, Rainer Zimmermann und Andreas Probst. Sie sind schon mehr als 50 Jahre an Bord und haben in einer kurzweiligen Talk-Runde mit Moderator Jan Skrynecki über die Highlights ihrer Arbeit in Duisburg und den früher von ihnen organisierten Pressebällen geplaudert. Mit ihrem Engagement erwirtschafteten sie für den Unterstützungsverein eine solide Finanzgrundlage. Damit können wir bis heute Kolleginnen und Kollegen in Not unter die Arme greifen.

Für 40 Jahre Mitgliedschaft im DJV bekamen Manfred Lachniet, Frank Kopatschek und Rolf Kiesendahl Urkunde und Nadel – und sieben Mitglieder für 25 Jahre. Jubilar André Minhorst war tatsächlich zum ersten Mal bei einer Veranstaltung des Pressevereins Niederrhein-Ruhr dabei. Der Austausch hat ihm so gut gefallen, dass er versprochen hat, es sei sicher nicht das letzte Mal gewesen.

Worüber sich der Presseverein besonders freut: In den letzten Monaten haben wir einige junge Kolleginnen und Kollegen neu für den DJV gewonnen. Ob freie Journalisten und Journalistinnen oder Volontärinnen – sie mischen jetzt bei uns mit.||

PRESSEVEREIN NIEDERRHEIN-RUHR
Vorsitzende: Sabine Ring
Tel. 0170 569 85 44
duisburg@djv-nrw.de | www.djv-duisburg.de

MÄRKISCHER PRESSEVEREIN

TRADITION MIT GENUSS

von Laura Oswald-Jüttner



55 Jahre MPV konnten die Mitglieder zum Jahresbeginn feiern. | Foto: privat

Es ist eine liebgewonnene Tradition im Märkischen Presseverein: Das neue Jahr beginnt nicht mit trockenen Floskeln, sondern mit einem guten Essen, lebhaften Gesprächen und einem am liebsten optimistischen Blick nach vorn. Gemeinsam lassen die Anwesenden Revue passieren, was war, heben das Glas auf das, was kommt – und stellen fest: So darf ein Jahr gern starten.

Ende Januar traf sich eine kleine, aber illustre Runde aus dem Einzugsgebiet des Ortsvereins im Steakhaus und Restaurant „Rustica“ in Hagen, das die Gäste wahlweise mit saftigem Steak, feinem Fisch oder vegetarischen Köstlichkeiten verwöhnte.

Und als wäre das nicht Anlass genug zur guten Laune gewesen, gab es in diesem Jahr auch noch etwas zu feiern: 55 Jahre MPV. Ein stolzes Jubiläum – und selbstverständlich ein Grund, die Gläser klingen zu lassen.

Ehemalige Kolleginnen und Kollegen schwelgten in Erinnerungen an gemeinsame Dienstzeiten, tauschten Neuigkeiten aus den Redaktionen aus und stellten einmal mehr fest: Ob Zeitung, Newsdesk oder Radio – wir sitzen doch alle im selben Boot. Das hielt allerdings niemanden davon ab, den Abend mit viel Humor zu genießen. Im Gegenteil: Anekdoten wurden großzügig geteilt, Lacher ebenso, und so entwickelte sich eine Atmosphäre, die man wohl am treffendsten als ebenso herzlich wie heiter beschreiben kann.||

MÄRKISCHER PRESSEVEREIN
Vorsitzender: Jörg Prostka
Tel. (p) 0 23 32/135 46
mpv@djv-nrw.de | djv-nrw.de/mpv



Konrad-Duden-Journalistenpreis wurde zum achten Mal vergeben. Mit dem Sieger Andreas Holzapfel (5. v. l.), den Platzierten Leonie Feuerbach und Björn Stephan (6. und 7. v. l.) freuen sich unter anderem Mitglieder der Jury sowie Sigrid Baum als Jury-Vorsitzende (3. v. l.), Moderator René Steinbach (4. v. r.) und Wesels stellvertretende Bürgermeisterin Birgit Nuyken (2. v. r.). | Foto: Wesel Marketing

PRESSECLUB NIEDERRHEIN

KONRAD-DUDEN-PREIS VERLIEHEN

Andreas Holzapfel hat den Konrad-Duden-Journalistenpreis erhalten. Bei der feierlichen Verleihung in der Aula der Weseler Musik- und Kunstschule nahm der 35-Jährige die Auszeichnung aus den Händen von Sigrid Baum, Vorsitzende des Presseclubs Niederrhein und der Jury, sowie von Birgit Nuyken, stellvertretende Bürgermeisterin der Stadt Wesel, entgegen. Die Stadt und der Presseclub verleihen den Preis gemeinsam mit dem Duden-Verlag seit 2012 alle zwei Jahre an Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten, die in ihren Arbeiten Themen besonders anschaulich darstellen und gleichzeitig herausragend mit der deutschen Sprache umgehen können.

Andreas Holzapfel erhielt den Konrad-Duden-Journalistenpreis für seinen Beitrag „Wie alt wollen wir werden?“, der im Januar 2024 im Magazin GEO erschienen ist. In ihm widmet er sich der Frage, wie alt Menschen werden können und wollen angesichts der Möglichkeiten der modernen Wissenschaft und Medizin und der damit verbundenen ethischen und persönlichen Überlegungen.

Auf Platz zwei landete das Autoren-Duo Björn Stephan und Mareike Nieberding (beide 38) für „Sein Vermächtnis“, erschienen im Juni 2024, im SZ-Magazin. Der Text begleitet Naftali Fürst, der heute in Israel lebt. Er hat als Kind vier Konzentrationslager überlebt und kommt jedes Jahr zum Tag der Befreiung von Buchenwald nach Deutschland zurück – um der Toten zu gedenken und sich gegen das Vergessen und Antisemitismus zu stemmen.

Den dritten Preis bekam Leonie Feuerbach (38) für das Porträt „Herr Has effiliert seine Bücher“, erschienen im Oktober 2024 im FAZ-Magazin. Es stellt Jens-Uwe Has vor, einen treuen Leserbrief-Schreiber der FAZ, der der Redaktion nicht nur durch die Häufigkeit seiner Leserbriefe auffällt, sondern auch durch die Art, wie er schreibt: locker, humorvoll, mit Berliner Schnauze.

Die Entscheidung sei denkbar knapp gewesen, erklärte Sigrid Baum. „Generell hatten wir in diesem Jahr viele sehr starke Bewerbungen – und auch so viele wie bisher noch nie.“

51 Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten aus ganz Deutschland hatten sich mit ihren Arbeiten beworben. Unter den eingereichten Beiträgen waren Zeitungsartikel, TV- und Radiobeiträge, Podcasts und journalistische Social-Media-Projekte. Die große Resonanz zeigt, so Sigrid Baum, „dass der Konrad-Duden-Journalistenpreis sich zu einer bekannten und gefragten Auszeichnung entwickelt hat“.

Bei der Preisverleihung lobte Wesels stellvertretende Bürgermeisterin Birgit Nuyken die journalistische Neugier und sprachliche Sorgfalt der Ausgezeichneten. „Journalisten schaffen Neues und geben Lesern Orientierung“, sagte sie.

Moderiert wurde der Abend vom Kabarettisten und Autor René Steinberg, der sich in seinen Beiträgen selbst gern mit dem Thema Sprache auseinandersetzt.||

www.wesel.de/journalistenpreis

PRESSECLUB NIEDERRHEIN
Vorsitzende: Sigrid Baum
Tel. 0 28 35 44 01 24
SigridBaum@gmx.de |
www.presseclub-niederrhein.de

VEREIN DÜSSELDORFER JOURNALISTEN

HEINRICH-HEINE-JOURNALISMUSPREIS 2025

von Stanley Vitte

Der Verein Düsseldorfer Journalisten (VDJ) hat im Februar zwei junge Wissenschaftlerinnen mit dem Heinrich-Heine-Journalismuspreis ausgezeichnet. Der Preis, den der Düsseldorfer Ortsverein in Zusammenarbeit mit der Universität Düsseldorf jedes zweite Jahr für herausragende Studienabschlussarbeiten vergibt, ging an Dana Haustein für ihre Bachelorarbeit zur Abschwächung des „Hostile-Media-Effekts“ und an Elena Rathai für ihre Masterarbeit über die Potenziale des konstruktiven Journalismus.

Der Hörsaal der Philosophischen Fakultät war gut gefüllt, als die Studierenden die am 2. Februar 2026 von Dekanin Prof. Dr. Ulli Seegers ihre Abschlusszeugnisse erhielten. In diesem feierlichen Rahmen wurde auch der Heinrich-Heine-Journalismuspreis verliehen.

Der Preis ist mit insgesamt 2000 Euro dotiert und wird jedes zweite Jahr an Abschlussarbeiten vergeben, die mit sehr gut benotet sind und relevante Forschungsergebnisse für die journalistische Praxis bieten. VDJ-Vorstand Stanley Vitte überreichte die Preise gemeinsam mit Prof. Dr. Marc Ziegele vom Institut für Sozialwissenschaften.

Dana Haustein hat in ihrer Bachelor-Arbeit untersucht, inwiefern „News Literacy“ – also die Fähigkeit, Nachrichten kritisch zu bewerten – den sogenannten „Hostile-Media-Effekt“ abschwächt. Der Ausdruck bezeichnet das Phänomen, dass manche Menschen auch professionellen Journalismus als voreingenommen und feindlich gegenüber der eigenen Meinung wahrnehmen. In seiner Laudatio bescheinigte Prof. Ziegele der von Dana Haustein untersuchten Frage große Relevanz „für den Journalismus und unsere Demokratie – nicht zuletzt vor dem Hintergrund der ‚Lügenpresse‘-Debatte“.

Mit ihrer aufwendigen experimentellen Studie und der Berücksichtigung von Medienkompetenz stoße sie in eine echte Forschungslücke. Ihre Ergebnisse basieren auf einer Befragung von mehr als 1200 Personen. Manche ihrer Befunde machen sogar Mut, bestätigen sie doch ein grundsätzliches Bauchgefühl aus der Praxis: Je medienkompetenter das Publikum sei, desto weniger Feinde habe der Journalismus. Dass man diese Medienkompetenz sogar gezielt fördern könne, indem man Nachrichtenartikeln kleine „Erklärbausteine“ hinzufügt, sei nun auch wissenschaftlich untermauert.

Traditionelle Berichterstattung richtet sich oft auf Konflikte, Krisen und Probleme. „Only bad news is good news“, sagte mal ein kluger Zyniker. Doof ist nur, dass sich mittlerweile immer mehr Menschen immer häufiger davon abwenden. Sie sind „nachrichtenmüde“ oder praktizieren „Nachrichtenvermeidung“. Elena Rathai hat sich deshalb im Rahmen ihrer Masterarbeit damit befasst, ob und inwiefern der „konstruktive Journalismus“ dieses Problem beheben kann – und bei welchen Zielgruppen er besser und schlechter ankommt.

Nach Einschätzung der Jury liefert Elena Rathai mit ihrer umfangreichen Befragung von mehr als 1800 Teilnehmenden einen substanziellen Beitrag zur kommunikationswissenschaftlichen Forschung, hat aber auch Implikationen für die Praxis: Konstruktiver Journalismus sei zwar gemäß Rathais Studie kein „Selbstläufer“, besitze aber durchaus das Potenzial, das Vertrauen in den Journalismus sowie dessen gesellschaftliche Integrationskraft zu stärken.||



VDJ-Vorsitzender Stanley Vitte (v. l.) mit den Preisträgerinnen Elena Rathai und Dana Haustein sowie Prof. Marc Ziegele. | Foto: HHU Düsseldorf

VEREIN DÜSSELDORFER JOURNALISTEN
Vorsitzender: Stanley Vitte
Tel. 0163 4201563
vorstand@duesseldorferjournalisten.de |
www.djv-duesseldorf.de


Foto: Kirsten Weber

JOURNALISTEN-KREIS EMSCHER-LIPPE

Karlheinz Stannies

Unser Kollege Karlheinz „Charlie“ Stannies ist im Alter von 73 Jahren in Essen verstorben. Der DJV-NRW verneigt sich in Trauer und großer Dankbarkeit vor einem passionierten Gewerkschafter, besonderen Menschen und guten Freund.

Manche Menschen betreten einen Raum – und er wird heller. Bei Charlie war das so, denn er kam nie allein: Sein breites Lächeln unter dem Riesenschnäuzer, der schon vor ihm da zu sein schien, und seine Gelassenheit - all' das wirkte ansteckend. Wer ihm begegnete, wusste schnell, woran er war. Und vor allem: dass er nicht allein war.

Charlie nahm die Dinge nie zu ernst – aber auch nie auf die leichte Schulter. Das war kein Widerspruch, sondern eine Haltung. Sie zeigte sich in seinen Karikaturen und Glossen, mit denen er den Finger präzise in die Wunde legte, ohne verletzen zu wollen. Pointiert, klug, manchmal schelmisch. Humor war für ihn kein Beiwerk, sondern eine Form von Respekt.

Geboren 1952, führte ihn sein Weg nach Abitur und Wehrdienst früh in den Journalismus. Nach dem Volontariat beim Zeitungshaus Bauer wurde er bereits nach elf Monaten Redakteur bei der Marler Zeitung – ein erstes Zeichen dafür, dass Verlässlichkeit und Haltung für ihn keine leeren Worthülsen waren. Es folgten Stationen bei der BILD im Ruhrgebiet, Wechsel, Rückkehr, erneute Entscheidung: nicht aus Unruhe, sondern aus Überzeugung. Mehr als 25 Jahre lang verantwortete er dort Kommunales und Wirtschaft – nah an den Menschen, nah an den Themen, die zählen.

1979 trat er in den damaligen Rheinisch-Westfälischen Journalistenverband ein. Dass daraus eine lebenslange Verbindung wurde, überrascht niemanden, der Charlie kannte. Er engagierte sich als Mitglied des Journalisten-Kreis Emscher-Lippe, der ihm viel zu verdanken hat. 1980 betrieb er gemeinsam mit dem späteren Landesvorsitzenden Gregor Spohr die Wiederbelebung des damaligen RWJV Kreis Recklinghausen (später Journalistenkreis Recklinghausen). Bis 1993 blieb Stannies dort stellvertretender Vorsitzender. Gemeinsam mit Gregor Spohr holte er 1990 den Gewerkschaftstag des DJV-NRW ins Ruhrfestspielhaus Recklinghausen. Sehr beliebt waren seine Karikaturen, mit denen er die Ortsvereins-Infos gestaltete und die später zur festen Rubrik im JOURNAL wurden.

Er war Gewerkschafter aus innerer Notwendigkeit: einer, der bei jedem Streik da war, bei jeder Aktion, wenn er gebraucht wurde. Einer, der kandidierte – und gewählt wurde, unter anderem ein Vierteljahrhundert an die Spitze des Betriebsrats. Nicht, weil er laut war, sondern weil er ausgleichend und verlässlich war.

Diese Stärken brachte er weit über Essen-Kettwig hinaus ein: im Konzernbetriebsrat, im Landesverband, im Bundesfachausschuss, den er über viele Jahre mit prägte und zuletzt leitete. Als er Ende 2009 bei BILD ausschied, legte er konsequent auch dieses Amt nieder.

Seit 1997 gehörte Charlie dem Landesvorstand an, ab 2007 als Schatzmeister – ein Amt, das Vertrauen verlangt. Vertrauen, das er bekam und verdiente. Nach seinem Abschied 2015 blieb darum Dankbarkeit. Auf Bundesebene wurde er Ehrenmitglied des DJV.

Seit 2010 arbeitete er als freier Journalist. Seine Texte „garnierte“ er mit eigenen Karikaturen, die so humorvoll waren wie er selbst. Borussia Dortmund, Snooker, Star Trek: Charlie konnte sich für vieles begeistern. Und er liebte Menschen. Er war Kollege im besten Sinne. Und für viele auch ein Freund.

Als er sich von seinen Ämtern verabschiedete, tat er es mit den Worten: „Leben Sie lang – und in Frieden.“ Dass er selbst nur 73 Jahre werden durfte, macht uns still.

Charlie war die gute Seele des Verbands. Ein Herzensmensch. Einer, der da war – immer. Der DJV-NRW verneigt sich in Trauer und großer Dankbarkeit vor einem besonderen Menschen und einem unbeirrbaren Kämpfer für die gute Sache. Charlie, wir werden Dich vermissen./

Andrea Hansen



Zeichnungen: Karlheinz Stannies



Foto: Stefan Kuberka

Irgendwas mit Medien…

… passiert in diesem Haus immer.

- Corporate Publishing: Kunden- & Mitarbeitermagazine
- PR: Kampagnen, Events, Presse- & Öffentlichkeitsarbeit
- Online: Websites, Newsletter, Social Media
- Print: Bücher, Zeitschriften, Broschüren
- Produktion: Grafik, Layout, Satz & Litho

VERLAG

VERLAG AGENTUR FÜR PR

AGENTUR FÜR PR

Typoliner media
druckvorstufe · grafik · print · neue medien

Medienhaus Vest · Anton-Bauer-Weg 6 · 45657 Recklinghausen · fon 02361 49049110


NABU
FIT FÜR DEN FRÜHLING?
Teste jetzt dein Wissen mit
dem NABU-Vogeltrainer!
WWW.VOGELTRAINER.DE
Foto: Phillip Schulze