

# BÜRGERFORUM

Wie wollen wir uns in Zukunft informieren und austauschen?



Empfehlungsbericht

PRESSESTIFTUNG  
BADEN - WÜRTEMBERG

Gefördert von

Baden-  
Württemberg  
Stiftung  
WIR STIFTEN ZUKUNFT





# BÜRGERFORUM

Wie wollen wir uns in Zukunft informieren und austauschen?

Das Bürgerforum ist  
bereit und nimmt den Auftrag an,  
unsere eigene



## Inhalt

Vorwort Pressestiftung Baden-Württemberg	5
Vorwort Baden-Württemberg Stiftung	7
<b>Das Bürgerforum</b>	
Was war das Bürgerforum?	10
Wer steht dahinter?	12
Wer war dabei?	14
Mediennutzung der Teilnehmenden	15
<b>Der Ablauf</b>	
Vorbereitung	18
Ablauf	20
Wer hat Impulse gegeben?	22
<b>Die Empfehlungen</b>	
Hinweise zur Lektüre	24
Vision einer Medienlandschaft	25
Empfehlungen des Bürgerforums	26
Medienbildung	26
Medien in einer Demokratie	28
Bewusster Medienkonsum	30
Zugang zu Medien	31
Regulierung von Intermediären	32
Qualitätssicherung	33
Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	34
Umgang mit Künstlicher Intelligenz (KI)	35
Journalismus vor Ort und für die Bürger:innen	36
<b>Der Ausblick</b>	
Wie geht es weiter?	38



# Gelingende Kommunikation

ist eine Grundbedingung von Demokratie. Dafür brauchen wir stabile Kanäle. Doch unsere Informationswege stehen unter Druck: Traditionelle Medien kämpfen um den Erhalt ihrer Reichweite, ihrer Finanzierungsgrundlagen und auch um Vertrauen. Digitale Plattformen haben die gesellschaftliche Debatte geöffnet, polarisieren sie aber häufig. Neben Desinformation bedroht zunehmend Desinteresse unser Zusammenleben.

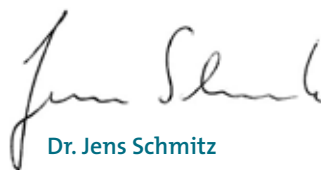
## Wie wollen wir uns in Zukunft informieren und austauschen?

Im Bürgerforum „Über Medien – Über Verständigung – Über uns“ haben mehr als 60 ausgeloste Bürgerinnen und Bürger aus Baden-Württemberg zur Medienlandschaft von morgen beraten. Bürgerforen praktizieren, worum es geht: Sie bringen Menschen miteinander ins Gespräch, über alle Unterschiede hinweg. Sie können die Perspektiven auch jener einbinden, die für klassische Medien oder die Politik schwer zu erreichen sind. Sie schaffen Raum für Gedankenexperimente und neue Ideen.

Dieses Bürgerforum war selbst ein Experiment. Es stellte keine konkrete Streitfrage zur Entscheidung, sondern lud die Teilnehmenden ein, eigene Schwerpunkte zu entwickeln. Die Ergebnisse machen sichtbar, wie Bürger:innen Fragen der öffentlichen Kommunikation gewichten, welchen Entwicklungen sie

Aufmerksamkeit wünschen – und welche Ideen aus ihrer Sicht weitergedacht werden sollten. Zugleich wird deutlich, was entstehen kann, wenn Menschen Zeit, Raum und Vertrauen erhalten, um gemeinsam über Zukunftsfragen nachzudenken.

Mein Dank gilt der Baden-Württemberg Stiftung, die dieses Projekt durch ihre Förderung ermöglicht hat, den Agenturen translake und Die Konzeptfabrik für die Konzeption und Umsetzung beziehungsweise für die Projektsteuerung sowie dem Team um Professor Dr. Uwe Wagschal für die wissenschaftliche Begleitung. Vor allem aber danke ich den Teilnehmenden für ihre Zeit, ihre Offenheit und ihr Engagement. Verständigung ist nicht nur Arbeit von Institutionen, sondern eine gemeinsame Aufgabe. Die folgenden Empfehlungen leisten dazu einen Beitrag. Ich wünsche ihnen eine konstruktive Resonanz und eine nachhaltige Wirkung.



**Dr. Jens Schmitz**

Vorsitzender Pressestiftung Baden-Württemberg



PRESSESTIFTUNG  
BADEN-WÜRTTEMBERG



# Baden- Württemberg

ist ein Land mit einer traditionsreichen und vielstimmigen Medienlandschaft. Unser Gemeinwesen lebt vom offenen Dialog, von vielfältigem Austausch, vom konstruktiven Ringen um Lösungen und vom Vertrauen in verlässliche Informationen.

Mit dem Bürgerforum „Über Medien - Über Verständigung - Über uns“ haben wir gemeinsam mit der Pressestiftung Baden-Württemberg einen Raum geschaffen, in dem Bürgerinnen und Bürger aus allen Teilen des Landes ihre Perspektiven und Erfahrungen einbringen konnten. Über mehrere Monate hinweg haben sie in zwei Gruppen diskutiert, reflektiert und Vorschläge entwickelt – für eine ideale Medienlandschaft, die Vielfalt sichert, Vertrauen stärkt und demokratische Teilhabe ermöglicht.

Die wissenschaftliche Begleitung des Bürgerforums war uns von Anbeginn sehr wichtig, weil sie der Arbeit aller Beteiligten zusätzliches Gewicht verleiht: Der systematische Vergleich einer jungen Gruppe unter 25 Jahren mit einer altersgemischten Gruppe hat wesentlich dazu beigetragen, wichtige Erkenntnisse über das mediale Nutzungsverhalten verschiedener Generationen zu gewinnen.

Die Ergebnisse dieses Prozesses senden starke Signale: Menschen wollen sich einbringen, wenn man ihnen zuhört; sie wollen Orientierung in einer komplexen Welt und sie sind bereit, Verantwortung zu übernehmen.

Die Empfehlungen des Bürgerforums richten sich an Politik, Medien und Gesellschaft – und sie geben Impulse, wie Verständigung gelingen kann. Damit passt das Bürgerforum sehr gut in unser Jubiläumsjahr 2025 – es steht unter dem Motto „German Zuversicht entsteht im Südwesten“.

Im Namen der Baden-Württemberg Stiftung danke ich daher allen Teilnehmenden für ihr Engagement, den Expertinnen und Experten für ihre Impulse und unseren Partnern für die vertrauensvolle Zusammenarbeit – insbesondere der Pressestiftung Baden-Württemberg für die Initiative, der Agentur translake für die Realisierung sowie Professor Dr. Uwe Wagschal für die wissenschaftliche Begleitung. Ich wünsche mir, dass dieses Dokument dazu beiträgt, dass die Stimmen der Bürgerinnen und Bürger gehört werden – und dass es uns gelingt, gemeinsam eine Medienlandschaft zu gestalten, die unsere Demokratie auch in Zukunft stärkt.



**Theresia Bauer**

*Geschäftsführerin Baden-Württemberg Stiftung*





über  
**MEDIEN**

über  
**UNS**  
über  
**VERSTÄNDIGUNG**

Das  
**Bürgerforum**





## Was war das Bürgerforum?

Im Bürgerforum „Über Medien – Über Verständigung – Über uns: Wie wollen wir uns in Zukunft informieren und austauschen?“ haben sich zufällig ausgeloste Bürger:innen aus Baden-Württemberg mit grundlegenden Fragen gesellschaftlicher Kommunikation befasst. Gemeinsam haben sie Empfehlungen an die Politik, Medienschaffende und Mediennutzende ausgearbeitet. Sie beschäftigten sich mit den Fragen „Wie wollen wir uns morgen informieren?“, „Wem vertrauen wir?“, „Was brauchen wir, damit eine vielfältige, freie Öffentlichkeit auch in Zukunft funktioniert?“. Außerdem befassten sich die Bürger:innen damit, welche Informationen für eine Demokratie besonders wichtig sind und wie eine Medienlandschaft aussehen könnte, wenn sie sie völlig neu denken könnten.

Das Bürgerforum hat sich aus zwei Parallelgruppen zusammengesetzt. Eine generationengemischte Gruppe ab 16 Jahren traf sich für die ersten drei Veranstaltungen samstags. Die andere Gruppe, mit Teilnehmenden im Alter von 16 bis 24 Jahren, traf sich sonntags. Bei der vierten Veranstaltung kamen beide Gruppen zum ersten Mal zusammen und erarbeiteten gemeinsam die finalen Empfehlungen. Die vier Veranstaltungen fanden im Zeitraum von vier Monaten und in drei Städten in Baden-Württemberg (Karlsruhe, Herrenberg und Stuttgart) statt, mit Start im Juni 2025.

Im Bürgerforum hatten die Bürger:innen die Möglichkeit, ihre eigenen Meinungen einzubringen, miteinander ins Gespräch zu kommen und verschiedene

Sichtweisen kennenzulernen. Bürgerforen sind Orte des respektvollen Umgangs, an denen offen und konstruktiv diskutiert werden kann. Die Teilnehmenden werden dazu ermutigt, ihre eigenen Erfahrungen einzubringen, voneinander zu lernen und gemeinsam Vorschläge und Empfehlungen zu entwickeln. So entsteht ein Raum für neue Perspektiven mit dem Ziel, Anliegen und Ideen sichtbar zu machen, die sonst vielleicht überhört werden.

Bei der Zusammenstellung der Gruppen wurde auf eine durchmischte Besetzung hinsichtlich soziodemografischer Faktoren geachtet. Im Bürgerforum standen die Bürger:innen und ihre Perspektiven und Erfahrungen als „Alltagsexpert:innen“ im Zentrum. Zusätzlich lieferten unterschiedliche Impulsgeber:innen aus Wissenschaft und Praxis vielfältige Informationen und Blickwinkel zu dem Thema.



# Wer steht dahinter?

**An der Umsetzung des Bürgerforums** waren unterschiedliche Akteure beteiligt, die jeweils klar abgegrenzte Aufgaben übernommen haben. Sie reichten von Initiative und inhaltlicher Konzeption über Finanzierung und Umsetzung bis zur wissenschaftlichen Begleitung. Dieser Abschnitt stellt die Hauptbeteiligten vor.

## PRESSESTIFTUNG BADEN-WÜRTTEMBERG

Die Pressestiftung Baden-Württemberg ist eine unabhängige, gemeinnützige Stiftung, die sich für Medienkompetenz, Informationsqualität und demokratische Teilhabe engagiert. Sie wirkt an der Schnittstelle von Journalismus, Gesellschaft und Bildung. Ihr Leitspruch lautet: Stärken, was verbindet.

Die Pressestiftung hat das Bürgerforum „Über Medien – Über Verständigung – Über uns“ initiiert und seine inhaltliche Ausrichtung geprägt. Sie begleitete den Prozess kontinuierlich und brachte ihre Erfahrung und Kontakte in relevanten Bereichen von Medien, Politik und Gesellschaft ein.

Die Pressestiftung ist eine ehrenamtlich geführte Selbsthilfeeinrichtung. Sie wird getragen von der Landespressekonferenz Baden-Württemberg (LPK), dem Landesverband des Deutschen Journalistenverbandes (DJV) und dem Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger (VSZV). Hervorgegangen aus einem Hilfsfonds, bietet sie unverschuldet in Not geratenen Journalist:innen weiterhin wertvolle Stabilität.

## Baden- Württemberg Stiftung

WIR STIFTEN ZUKUNFT



Die Baden-Württemberg Stiftung wurde im Jahr 2000 gegründet und ist eine der großen operativen Stiftungen in Deutschland. Als unabhängige und überparteiliche Stiftung des Landes ist sie in besonderem Maße den Menschen in Baden-Württemberg verpflichtet. Mit Ideen und mit Investitionen gestaltet sie den Wandel in Gesellschaft & Kultur, Bildung und Spitzenforschung und setzt sich für ein nachhaltig lebenswertes Baden-Württemberg ein. Ihr Motto seit dem 25-Jahre-Jubiläum lautet: German Zuversicht entsteht im Südwesten.

Der Aufsichtsrat der Baden-Württemberg Stiftung hat beschlossen, die Pressestiftung Baden-Württemberg bei der Umsetzung des Bürgerforums „Über Medien – Über Verständigung – Über uns“ zu unterstützen. Die Baden-Württemberg Stiftung fördert das Projekt mit 400.000 Euro.

Überdies hat die Baden-Württemberg Stiftung ein Team unter der Leitung des renommierten Freiburger Politikwissenschaftlers Prof. Dr. Uwe Wagschal beauftragt, das Bürgerforum mit seinen zwei unterschiedlichen Gruppen wissenschaftlich zu begleiten und zu evaluieren.

# BÜRGERFORUM

Wie wollen wir uns in Zukunft informieren und austauschen?



Die Konstanzer Beteiligungsagentur translake verantwortete die Konzeption, Moderation und umfassende Organisation des Bürgerforums, einschließlich der Ziehung und Betreuung der gelosten Bürger:innen sowie der Planung zusätzlicher Formate wie der Vordenkergruppe, der Stakeholder-Veranstaltung und der Unterstützung des Redaktions- und Sprecherteams.



Die Projektsteuerung sowie das Backoffice der Pressestiftung für das Bürgerforum übernahm die Agentur Die Konzeptfabrik aus Bietigheim-Bissingen. Sie verantwortete die Kostenkalkulation, entwickelte die visuelle Gestaltung des Bürgerforums einschließlich Logo und Abschlusslayout, pflegte die Projektwebsite, koordinierte die Öffentlichkeitsarbeit und unterstützte die Ansprache der Adressatinnen und Adressaten der Empfehlungen.

**Das Evaluationsteam**, welches das Bürgerforum wissenschaftlich begleitete, bestand aus Prof. Dr. Uwe Wagschal, Sarah Vollmer M.A. und Benedikt Powalla B.A.. Für die Evaluation wurden verschiedene Methoden wie die teilnehmende Beobachtung, Online-Befragungen der Teilnehmer:innen sowie zwölf qualitative Interviews durchgeführt. Ein besonderes Augenmerk liegt auf Unterschieden zwischen der generationenspezifischen Gruppe mit den Teilnehmenden unter 25 Jahren und der generationengemischten Gruppe mit Teilnehmenden aller Altersklassen. Mehr dazu auf Seite 38.

# Wer war dabei?

## Losverfahren

Ein Bürgerforum soll viele verschiedene Perspektiven in Austausch bringen. Um eine möglichst gemischte Gruppe zusammenzustellen, wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Bürgerforums „Über Medien – Über Verständigung – Über uns“ in einem zweistufigen Verfahren zufällig ausgewählt:

Zunächst wurde die zufällige Auswahl von acht Kommunen innerhalb von Baden-Württemberg getroffen. Dabei wurde darauf geachtet, dass jeweils zwei Kommunen aus den folgenden Größenkategorien ausgewählt wurden:

### Gemeinde

bis 5.000 Einwohner:innen

### Kleinstadt

5.001 bis 20.000 Einwohner:innen

### Mittelstadt

20.001 bis 100.000 Einwohner:innen

### Großstadt

über 100.000 Einwohner:innen

Bei der Auswahl der Kommunen wurde auch darauf geachtet, dass alle vier Regierungsbezirke repräsentiert waren.

Anschließend wurde der Anteil der Bevölkerung in Baden-Württemberg berechnet, der in der jeweiligen Kommunegröße wohnt. Darauf basierten dann die Zielzahlen für die Zusammensetzung des Bürgerforums hinsichtlich der Kommunegröße. Angelehnt an die baden-württembergische Bevölkerung wurden für ein durchmischtes Bürgerforum auch die soziodemografischen Faktoren Alter, Geschlecht, formale Bildung und Migrationshintergrund berücksichtigt und daraus Zielzahlen gebildet. Aus Erfahrungswerten wurden daraufhin die notwendigen Einladungen pro Platz im Bürgerforum berechnet.

Insgesamt wurden 6470 Briefe an Personen unterschiedlichen Alters, unterschiedlichen Geschlechts und aus unterschiedlichen Kommunengrößen verschickt. Daraufhin haben sich 157 Interessierte angemeldet und weitere demografische Angaben zu Bildungs- und Migrationshintergrund gemacht. Migrationshintergrund wurde wie folgt abgefragt: „Wurden Sie oder Ihre Eltern im Ausland geboren?“ Aus den 157 Interessierten erfolgte eine gewichtete Zufallsstichprobe unter Berücksichtigung der Kriterien Alter, Geschlecht, Ort, Bildungs- und Migrationshintergrund. Es wurden 32 Personen für die gemischte und 32 Personen für die junge Gruppe eingeladen, sodass sich die nachfolgende Zusammensetzung ergeben hat.

## Zusammensetzung Junge Gruppe

In der jungen Gruppe haben ausschließlich Bürgerinnen und Bürger im Alter von 16 bis 24 Jahren teilgenommen. Von insgesamt 32 Teilnehmenden waren genau 16 weiblich und 16 männlich.

Auch das Bildungsniveau war, gemessen am tatsächlichen oder angestrebten Schulabschluss der Teilnehmenden, gut gemischt. Mit einem Anteil von 69 Prozent bildeten 22 Personen mit Abitur oder auf dem Weg dorthin die größte Gruppe (davon 10 weiblich und 12 männlich). Weitere sechs Personen (4 weiblich, 2 männlich) in der jungen Gruppe des Bürgerforums hatten die mittlere Reife oder bereiteten sich darauf vor und vier weitere Personen andere Bildungsabschlüsse. Auch bezüglich des Migrationshintergrunds war die Gruppe durchmischte: Acht der teilnehmenden Personen hatten einen Migrationshintergrund (4 weiblich, 4 männlich).

## Gemischte Gruppe

In der gemischten Gruppe haben insgesamt 31 Personen ab 16 Jahren teilgenommen. Davon waren 15 weiblich und 16 männlich. Die demografische Verteilung in der gemischten Gruppe ist in nachfolgender Übersicht dargestellt:

### Geburtsjahre

#### Anzahl

Verteilung weiblich/männlich

#### 2009–2000

10  
5/5

#### 1999–1985

6  
3/3

#### 1984–1965

5  
4/1

#### 1964 und davor

10  
3/7

Mit 14 Personen (6 weiblich, 8 männlich) stellten die Personen mit abgeschlossenem Studium die größte Gruppe nach formalem Bildungsniveau. Weitere zehn Personen (6 weiblich, 4 männlich) haben Abitur oder Fachhochschulreife als höchsten Bildungsabschluss angeeignet. Vier Personen hatten die mittlere Reife (1 weiblich, 3 männlich) und drei Personen waren noch in schulischer Ausbildung (1 weiblich, 2 männlich). Migrationshintergrund hatten von den Teilnehmenden in dieser Gruppe neun Personen (1 weiblich, 8 männlich).

# Mediennutzung der Teilnehmenden

## Formen der Informationsaufnahme

Die Teilnehmenden des Bürgerforums unterschieden sich nicht nur hinsichtlich ihrer demografischen Merkmale voneinander, sondern auch in ihrer Nutzung verschiedener Medien. Zu Beginn der ersten Sitzung tauschten sie sich

untereinander über ihre persönliche Mediennutzung sowie über mögliche Gründe geringere Mediennutzung aus. Die dabei entstandenen Notizen wurden anschließend vom Moderationsteam thematisch zusammengefasst. Es wurde

deutlich, dass die Teilnehmenden der beiden Gruppen des Bürgerforums ein breites Spektrum an Informationskanälen nutzten: von Social Media über klassische Print- und Rundfunkmedien bis hin zu Mediatheken.

Die Darstellung zeigt die geclusterten Antworten auf die Frage „Wie nehme ich Informationen auf?“, zu der sich die Teilnehmenden gegenseitig interviewt haben.



## Gründe für geringe Mediennutzung

Die Antworten auf die Frage „Was sind Gründe für mich, wenig oder keine Medien zu nutzen?“ geben bereits einen Hinweis auf die Themen, die die Teilnehmenden im Bürgerforum beschäftigt haben (siehe Grafik). Es wird deutlich, dass unterschiedliche Motive eine Rolle

spielen: zeitliche Gründe, gesundheitliche Belastungen, Sorgen über Desinformation und Informationsüberflutung sowie eine kritische Haltung gegenüber als negativ oder manipulativ wahrgenommenen Inhalten. Zudem nannten die Teilnehmenden Aspekte der eigenen

Werte und Lebensgestaltung, etwa den Wunsch nach mehr realen Begegnungen oder bewusst medienfreien Zeiten, sowie generelle Störfaktoren wie Werbung, Kosten oder Sicherheitsbedenken.



Die Darstellung zeigt die gedruckten Antworten auf die Frage „Was sind Gründe für mich, wenig oder keine Medien zu nutzen?“, zu der sich die Teilnehmenden gegenseitig interviewt haben.

über  
**MEDIEN**

über  
**VERSTÄNDIGUNG**

über  
**UNS**

**VERSTÄNDIGUNG**

Der  
**Ablauf**

# Vorbereitung

**Zur Vorbereitung des Bürgerforums** „Über Medien – Über Verständigung – Über uns“ fanden eine Vordenkergruppe und eine Stakeholder-Veranstaltung statt. Sie dienten der Orientierung der Projektverantwortlichen und der frühzeitigen Anbindung an die Fachöffentlichkeit. Die inhaltliche Schwerpunktsetzung und die Empfehlungen wurden ausschließlich im Bürgerforum selbst erarbeitet.

## Vordenkergruppe

Anfang Mai 2025 fand eine digitale Sitzung einer Vordenkergruppe statt. Ziel des Treffens war es, mögliche Anregungen für die Themenlandkarte zu sammeln und weitere relevante Stakeholder zu identifizieren.

In der Vordenkergruppe kamen Vertreter:innen aus unterschiedlichen Bereichen der Medienbranche zusammen, darunter aus öffentlich-rechtlichen und privaten Medien, Medienforschung und medienbezogenen Initiativen wie Netzwerk Recherche und #UseTheNews.

Die Teilnehmenden agierten als „critical friends“ des Projekts. Sie diskutierten vorgeschlagene Themenblöcke und Fragen, gaben Hinweise auf fehlende Aspekte und unterstützten bei der Benennung potenzieller Impulsgeber:innen für das Bürgerforum. Über die Auswahl der eingeladenen Expert:innen entschieden später die Teilnehmenden des Bürgerforums selbst.

## Stakeholder-Veranstaltung

Zur weiteren Vorbereitung des Bürgerforums fand Ende Mai 2025 eine ebenfalls digitale Stakeholder-Veranstaltung statt. Ziel war es, Themen aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven zu beleuchten und Fragen zu sammeln, die Akteure aus Medien, Wissenschaft, Politik, Bildung und Zivilgesellschaft gerne an Bürger:innen richten würden. Die Entscheidung über ihre Berücksichtigung lag später bei den Teilnehmenden des Forums.

Rund ein Dutzend Vertreter:innen der genannten Bereiche nahmen teil. Sie brachten Einblicke in aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen der Medienlandschaft ein – etwa zu Informationszugang, journalistischer Wertschätzung, Medienregulierung und neuen Formen partizipativen Journalismus.

Die Veranstaltung diente zugleich dazu, das Projekt in der Fachöffentlichkeit bekannt zu machen und einzuordnen. Zudem bot auch sie Gelegenheit, mögliche Impulsgeber:innen für das Bürgerforum vorzuschlagen.

„Gute Ideen, gute Vorarbeit – gerade mit den Arbeitszetteln, den Plakaten, den Gedanken, das alles aufzuarbeiten. Das war schon richtig gut gemacht.“



# Ablauf

**Die zwei Gruppen des Bürgerforums** trafen sich an jeweils vier Terminen von 10 bis 16 Uhr an unterschiedlichen Orten in Baden-Württemberg: die generationengemischte Gruppe samstags, die Gruppe der 16- bis 24-Jährigen sonntags. In der letzten Sitzung tagten beide Gruppen gemeinsam, um ihre Empfehlungen zu finalisieren.

## Sitzung 1

Die erste Sitzung des Bürgerforums stand im Zeichen des gegenseitigen Kennenlernens und der Verständigung über eine vertrauensvolle Grundlage für die gemeinsame Arbeit. Die Teilnehmenden setzten sich damit auseinander, was ihnen für eine gelingende Kooperation wichtig war.

Darüber hinaus verschafften sie sich einen Überblick über die aktuelle Situation der Medienlandschaft, reflektierten ihre eigene Mediennutzung und tauschten sich darüber aus. Den inhaltlichen Einstieg bildeten Impulsvorträge zu zentralen Aspekten des Themenfeldes, darunter Mediennutzung in der Bevölkerung, Akteure der Medienlandschaft, die Rolle großer Internetakteure sowie die verfassungsrechtlichen Grundlagen. Die Impulsgeber:innen sind auf Seite 22 dargestellt.

Zwischen den Vorträgen gab es jeweils Gelegenheit, das Gehörte gemeinsam zu diskutieren und mit eigenen Erfahrungen der Mediennutzung zu verknüpfen.

## Sitzung 2

In der zweiten Sitzung standen Impulse verschiedener Fachleute im Mittelpunkt. Ziel war es, vertiefte Einblicke aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu gewinnen. Zugleich bot das Treffen Raum, um intensiver zu diskutieren und bedeutsame Themen für die weitere Arbeit zu identifizieren.

Am Vormittag wurden insgesamt acht Impulsgeber:innen einbezogen. Vier von ihnen wurden in vorab aufgezeichneten Interviews vorgestellt, vier weitere nahmen online an der Veranstaltung teil und wurden von den Teilnehmenden in Kleingruppen befragt. Die interviewten Impulsgeber:innen sind auf Seite 22 aufgeführt. Im Anschluss hielten die Teilnehmenden ihre zentralen Erkenntnisse fest und tauschten sich darüber aus.

Am Nachmittag vertieften die Teilnehmenden die von ihnen selbst vorgeschlagenen Themen in kleinen Gruppen und dokumentierten die Ergebnisse. Diese wurden vom Moderationsteam gesammelt und in erste Empfehlungsentwürfe überführt. Sie dienten in der dritten Sitzung als Grundlage für die weitere Arbeit.

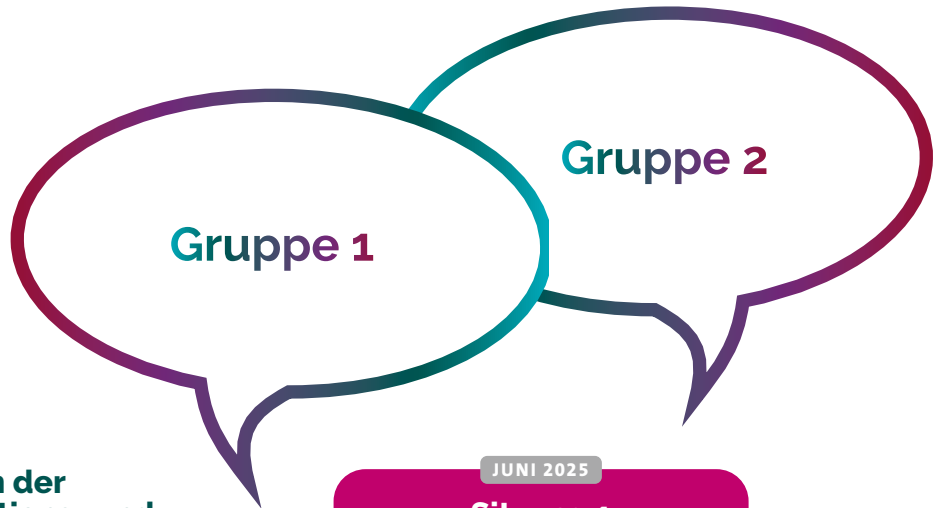
## Sitzung 3

In der dritten Sitzung wurden die Themen eingegrenzt. Die Teilnehmenden wählten aus den bisher bearbeiteten Inhalten sowie den noch offenen Fragestellungen der Stakeholder aus, auf welche Punkte sie einen Fokus ihrer Weiterarbeit legen wollten. Ziel war es, im nächsten Schritt erste Empfehlungen zu formulieren. Dafür wurden sowohl die Themen aus der zweiten Sitzung als auch weitere Aspekte, die von den Impulsgeber:innen und Stakeholdern eingebracht worden waren, gemeinsam priorisiert. Zu den insgesamt 15 priorisierten Themen haben Kleingruppen in drei Runden Empfehlungen formuliert. Die ausgearbeiteten Ergebnisse wurden schließlich von allen Teilnehmenden gesichtet mit der Möglichkeit, Bedenken und Änderungsvorschläge als Kommentare einzubringen.

## Sitzung 4

In der vierten und letzten Sitzung des Bürgerforums kamen die junge Gruppe und die gemischte Gruppe zusammen, um darüber zu entscheiden, welche Empfehlungen schließlich Teil des gemeinsamen Abschlussdokuments werden und wie sie formuliert werden sollten.

Nach der Einigung zum Verfahren teilten sich die Teilnehmenden in Kleingruppen auf, in denen sie einzelne Empfehlungen noch einmal kritisch überprüften und überarbeiteten. Danach wurden alle Empfehlungen dem Plenum vorgestellt und zu jeder ein Stimmungsbild eingeholt. Wenn es Bedenken gab, wurde versucht, die Empfehlung so umzuformulieren, dass die Bedenken ausgeräumt werden konnten. Das gelang bei 40 Empfehlungen. In vier Fällen konnten nicht alle Bedenken ausgeräumt werden. Hier wurde festgehalten, wie viele Personen aus welchen Gründen der Formulierung nicht zustimmten. Trotz unterschiedlicher Betroffenheit bei den Themen und trotz unterschiedlicher Erfahrungswelten herrschte eine sehr wertschätzende und konzentrierte Arbeits- und Gesprächsatmosphäre.



## Zwischen den Sitzungen

Zwischen den Sitzungen übernahm das Moderationsteam die Vor- und Nachbereitung des Bürgerforums. Dazu gehörten die Dokumentation und Digitalisierung der Arbeitsergebnisse, deren zeitnahe Bereitstellung für die Teilnehmenden sowie die redaktionelle Überarbeitung der Empfehlungsentwürfe. Zudem wurden die Resultate der jungen und der generationengemischten Gruppe zusammengeführt, um eine konsolidierte Arbeitsgrundlage für die letzte Sitzung zu schaffen. Zu Beginn jeder Sitzung stimmte das Team den geplanten Ablauf sowie das methodische Vorgehen gemeinsam mit den Teilnehmenden ab, um Transparenz und ein strukturiertes Arbeiten zu gewährleisten.

## Treffen der Redaktions- und Sprecherteams

Das Redaktionsteam bestand aus sieben Teilnehmenden und verfolgte das Ziel, das Abschlussdokument redaktionell zu bearbeiten und die Empfehlungen sprachlich zu finalisieren. Dafür trafen sich das Redaktionsteam und das Moderationsteam an zwei Terminen online.

Das Sprecherteam bereitete sich in einer Online-Sitzung mit Unterstützung des Moderationsteams auf die Vorstellung der Empfehlungen bei der Übergabeveranstaltung vor.



# Wer hat Impulse gegeben?

**In einem Bürgerforum** bringen Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen vielfältige Erfahrungen aus ihrem Alltag ein. Mit fachlichen Informationen und als Ansprechpartner für Fragen wurden die Teilnehmenden des Bürgerforums „Über Medien – Über Verständigung – Über uns“ durch Expert:innen aus Wissenschaft und Praxis unterstützt.

Die beiden Impulsgeber der ersten Sitzung des Bürgerforums wurden auf Grundlage von Hinweisen aus der Vorbereitungsphase ausgewählt. Die Vorträge wurden öffentlich gestreamt und aufgezeichnet.

Für die zweite Sitzung erhielten die Teilnehmenden eine Liste möglicher Impulsgeber:innen, die sie ergänzten und priorisierten. Auf dieser Basis stellte das translake-Moderationsteam die Anfragen entsprechend der Reihenfolge. Bei Nicht-Verfügbarkeit wurde – wie vereinbart – eine Vertreterin oder ein Vertreter aus derselben Organisation angefragt oder zur nächstgenannten Person übergegangen. Einige Perspektiven, etwa die von Intermediären, konnten leider nicht gewonnen werden. Folgende Impulsgeber:innen haben im Bürgerforum gesprochen:

## 1. Bürgerforumssitzung Einführungsvorträge

**Prof. Dr. Frank Brettschneider**  
*Inhaber des Lehrstuhls für  
Kommunikationswissenschaften  
an der Universität Hohenheim*

Überblick über das heutige Medienverhalten, die Bedürfnisse von Nutzer:innen und das Verhältnis zwischen Gesellschaft, Öffentlichkeit und Massenmedien; auch aus rechtlicher Sicht.

**Prof. Dr. Martin Andree**  
*Medienwissenschaftler an der  
Universität zu Köln*

Überblick über den Strukturwandel der Medienlandschaft, die Macht digitaler Plattformen und über die aktuelle Medienrealität.

## 2. Bürgerforumssitzung Interviewgäste (alphabetisch)

**Ralf Broß**  
*Geschäftsführendes Vorstandsmitglied  
des Städtetags Baden-Württemberg*

**Carlott Bru**  
*Freie Journalistin und auf Social Media  
als politische Influencerin aktiv, vor allem  
auf Instagram, TikTok und YouTube*

**Thomas Dauser**  
*Direktor für Innovationsmanagement  
und Digitale Transformation beim SWR*

**Rudi Hoogvliet**  
*Staatssekretär für Medienpolitik und  
Bevollmächtigter des Landes Baden-  
Württemberg beim Bund*

**Dr. Leif Kramp**  
*Medienwissenschaftler und Programm-  
direktor bei VOCER, einer Plattform  
für Innovation im Journalismus*

**Renate Nikolay**  
*Stellvertretende Generaldirektorin in  
der Europäischen Kommission; General-  
direktion für Kommunikationsnetze,  
Inhalte und Technologien*

**Prof. Dr. Holger Paesler**  
*Geschäftsführer des Verbands Südwest-  
deutscher Zeitungsverleger (VSZV)*

**Dr. Jonas Tögel**  
*Wiss. Mitarbeiter am Institut für  
Experimentelle Psychologie der  
Universität Regensburg,  
Schwerpunkt Propagandaforschung*



Die Inputs der zweiten Sitzung fanden in Form von Interviews statt und wurden ebenfalls aufgezeichnet. Alle Videos sind auf den Seiten der Pressestiftung Baden-Württemberg zu finden: <https://www.pressestiftung-bw.de/buergerforum/mediathek/>

über  
**MEDIEN**

über  
**UNS**  
über  
**VERSTÄNDIGUNG**

Die  
**Empfehlungen**

# Hinweise zur Lektüre

Im Rahmen des Bürgerforums definierten die Teilnehmenden insgesamt neun Themenbereiche, zu denen sie 44 konkrete Empfehlungen erarbeiteten und jeweils bestimmten Adressatengruppen zuordneten. Darüber hinaus entwickelten sie eine gemeinsame Vision für die ideale Medienlandschaft der Zukunft.

Das Ausgangsspektrum möglicher Fragestellungen war sehr breit und die Teilnehmenden entschieden während des Forums selbst, mit welchen Themen sie sich intensiver beschäftigen wollten. Das Bürgerforum war dabei nicht darauf angelegt, fachliche Detailantworten oder technische Lösungen für ganze Branchen zu erarbeiten. Die Bürger:innen konzentrierten sich insbesondere auf Aspekte, die für ihren Alltag relevant sind. Teilweise fanden die Diskussionen in kleineren Arbeitsgruppen statt, bevor die Ergebnisse anschließend im Plenum vorgestellt, diskutiert und gemeinsam verabschiedet wurden. Auf diese Weise setzten sich alle Teilnehmenden mit allen Themen auseinander, wogen unterschiedliche Perspektiven ab und formulierten gemeinsame Empfehlungen.

Beide Gruppen bearbeiteten eine Vielzahl unterschiedlicher Facetten. Einzelne Empfehlungen formulieren bewusst offene Handlungsaufträge. Sie benennen Problemlagen oder Zuständigkeiten

und verweisen damit auf Fragen, die im politischen und fachlichen Raum weiter zu bearbeiten sind. Insgesamt zeigen die Ergebnisse, welche Themen aus Sicht der Bürger:innen besondere Aufmerksamkeit verdienen und in welche Richtungen sie Weiterentwicklungen erwarten.

Die Empfehlungen werden von Info-kästen begleitet, die etwa auf bereits laufende oder geplante Maßnahmen in einzelnen Themenfeldern hinweisen und den fachlichen Kontext des Forums abbilden. Teilweise hat er sich während der Beratungen weiterentwickelt.

## Erläuterung im Folgenden verwendeter zentraler Begriffe

### Intermediäre

Als Medien-Intermediäre gelten digitale Dienste, die eigene oder fremde Inhalte sammeln, auswerten, auswählen und allgemein zugänglich präsentieren. Sie strukturieren Informationsangebote und bestimmen mit, welche Inhalte Nutzer:innen erreichen. Zu diesen Diensten zählen unter anderem Suchmaschinen (z.B. Google, Bing), soziale Netzwerke (z.B. Instagram, TikTok, Facebook), Plattformen für nutzergenerierte Inhalte (z.B. YouTube, Reddit), Blogging-Dienste (z.B. Tumblr, Blogger)

sowie Nachrichten-Aggregatoren (z.B. t-online, Google News, Yahoo News).

Zunehmend zählen auch generative KI-Dienste wie ChatGPT oder Gemini zu intermediär wirkenden Angeboten, da sie auf Inhalte aus Suchmaschinen und Nachrichtenquellen zurückgreifen und diese in neuer Form darstellen. Intermediäre vermitteln zwischen denjenigen, die Inhalte produzieren und denjenigen, die diese Inhalte konsumieren. In einer Formulierung von ChatGPT: „Intermediäre organisieren die öffentliche Kommunikation, ohne selbst vollwertige journalistische Verantwortung zu übernehmen.“ Und: „Sie sind deshalb machtvolle Gatekeeper (Auswahlinstanzen) neuer Art: Sie filtern nicht aufgrund redaktioneller Kriterien, sondern über Algorithmen, Ranking-Logiken und Nutzerdaten.“

### Social Media

Der Begriff Social Media meint eine Untergruppe von Intermediären. Sie wird über das Merkmal der Vernetzung definiert. Social Media oder Soziale Medien bieten Menschen die Möglichkeit, über das Internet in Verbindung zu treten, Inhalte zu erstellen, zu teilen und miteinander zu kommunizieren. Das können Plattformen wie Facebook, YouTube, Instagram oder Tiktok sein, aber auch Messengerdienste wie WhatsApp, berufliche Netzwerke wie LinkedIn oder Weblogs.

### Content Creators

Als Content Creators bezeichnet man Personen, die digitale Inhalte wie Texte, Fotos, Videos oder Grafiken produzieren und online veröffentlichen, um eine bestimmte Zielgruppe zu informieren, zu unterhalten oder zu erreichen – oft, aber nicht zwingend, mit einem beruflichen oder kommerziellen Zweck.



# BÜRGERFORUM

Wie wollen wir uns in Zukunft informieren und austauschen?



## Vision einer Medienlandschaft

### Das Bürgerforum empfiehlt

In einer idealen Zukunft ist die Medienlandschaft ein Spiegel gesellschaftlicher Vielfalt. Sie garantiert Meinungsfreiheit, sichert Barrierefreiheit und Verständlichkeit und schützt zugleich vor Falschinformationen. Klare Qualitätsstandards, etwa ein weiterentwickelter Pressekodex, der als Medienkodex auch für Intermediäre gilt, schaffen Verlässlichkeit, Transparenz und Vertrauen. Kinder- und Jugendschutz, Faktenchecks in Echtzeit sowie klare Regeln für verantwortungsvolle Kommunikation, zum Beispiel Triggerwarnungen, sind selbstverständlich. Es ist leicht erkennbar, welchen Medien man vertrauen kann. Dazu zählt auch die Transparenz, wer hinter dem Unternehmen steht, welche Beeinflussung vorliegt und wie Fakten überprüft werden können.

Die Organisation und Infrastruktur der Medienlandschaft ist mehrschichtig aufgebaut: Neben öffentlich-rechtlichen und privaten Angeboten existieren nicht-profitorientierte Formen, etwa in genossenschaftlicher Trägerschaft.

Durch die Etablierung von mehr nicht-profitorientierten Medien könnte das bestehende Angebot bereichert werden. So soll gewährleistet werden, dass Medien nicht allein marktwirtschaftlicher Logik folgen, sondern dem öffentlichen Interesse verpflichtet sind. Monopole werden verhindert, Vielfalt wird gesichert.

### Die Nutzung von Medien ist einfach

Jede:r kann Informationen ohne große Hürden und, bis zu einem gewissen Umfang, auch ohne Paywalls nutzen und sich mit anderen Interessierten austauschen. Dabei sind sowohl finanzielle als auch technische Hürden durch unterschiedliche Formate niedrig. Eine Grundversorgung mit zuverlässigen Informationen wird sichergestellt. Alle Menschen, unabhängig vom Einkommen und Bildungsgrad, haben Zugang dazu. Zudem ist der Zugang zu europäischen sowie internationalen Medien einfach. Darüber hinaus bieten die Medien auch einen Unterhaltungswert, der die Nutzer:innen mit spannend aufbereiteten Inhalten anzieht.

Die Mediennutzer:innen der Zukunft sind informiert und frei in ihrer Nutzung. Sie denken nach, hinterfragen kritisch und können Chancen wie auch Gefahren einschätzen. Sie sind offen, wissbegierig und interessiert an neuen Inhalten. Dabei gehen Sie im Austausch mit anderen Nutzer:innen respektvoll um. Sie bilden sich weiter und beziehen Medienbildung in ihren Alltag ein. Sie sind aufmerksam und achtsam im Umgang mit anderen und haben den Willen, Medien aktiv und verantwortungsvoll zu nutzen.

„Ich wünsche mir, dass Vielfalt in der Medienlandschaft erhalten bleibt, dass wir Medienkonsument:innen reflektierter an die Sache herangehen und ich erhoffe mir positive Impulse auch für den gesamtgesellschaftlichen Diskurs, der meiner Meinung nach doch relativ polarisiert ist und sich sogar immer stärker polarisiert.“



# Empfehlungen des Bürgerforums

## Medienbildung

### Umgang mit Smartphones an Schulen

Wir empfehlen der Landespolitik in Baden-Württemberg, einheitliche Regeln zum Umgang von Smartphones an Schulen zu entwickeln. Dadurch sollen gleiche Bedingungen für alle geschaffen werden.

#### KONKRET

- In den Klassen 1 bis 4 ein generelles Smartphone-Verbot.
- In den Klassen 5 bis 7 eine Übergangsnutzung, um den bewussten Umgang mit dem Smartphone zu erlernen. Die genaue Umsetzung ist noch zu entwickeln.
- Ab der 8. Klasse soll der bewusste Umgang weiterhin gefördert werden und zusätzlich das Gerät als Lehrmittel begriffen werden. Dies soll durch geschultes Personal begleitet werden.

#### HINTERGRUND

Jede Schule in Baden-Württemberg muss nach § 23 Abs. 2b Schulgesetz selbst verbindliche Regeln treffen, wie und wann mobile Endgeräte wie Smartphones auf dem Schulgelände genutzt werden dürfen. Mit dem im Juni 2025 verabschiedeten Gesetz schafft das Land die rechtliche Grundlage für Schulen, eine altersangemessene und verantwortliche Nutzung gemeinsam mit Schüler:innen und Eltern zu erarbeiten und verbindlich umzusetzen. Somit ist es aktuell allen Schulen selbst überlassen, ob und wie sie ein Smartphone-Verbot umsetzen.

### Medienbildung an Schulen

Wir empfehlen der Landespolitik, dass die Förderung der Medienkompetenz bereits ab der Grundschule fest in der Schule verankert wird.

#### KONKRET

Der Unterricht soll von geschultem Personal durchgeführt werden:

- Lehrkräfte sollten regelmäßig an Schulungen teilnehmen.
- Bereits im Lehramtsstudium soll Grundwissen zu Medienkonsum vermittelt werden. Ein Baustein soll das Wissen über die negativen Auswirkungen von Mediennutzung auf die Gesundheit sein.
- Alternativ zu Lehrkräften sollten auch qualifizierte Medienexperten durch Workshops und Seminare Wissen vermitteln.

Für die Einordnung im Lehrplan:

- In Grundschulen soll die Medienbildung in vorhandene Fächer einfließen.
- In weiterführenden Schulen (Klasse 5 bis 10) soll Medienbildung als eigenes Schulfach gelehrt werden.

Der Fokus sollte insbesondere auf Algorithmen, KI, Fake News und den Einfluss digitaler Medien auf die psychische Gesundheit gelegt werden. Gleichzeitig sollten Kompetenzen und Fragestellungen im Bereich Ethik sowie im Bereich Kommunikation z.B. die Kultur des Debattierens gelehrt und gefördert werden, um der Polarisierung entgegen zu wirken.

#### HINTERGRUND

Mit dem Schuljahr 2025/26 hat das Kultusministerium Baden-Württemberg das neue Pflichtfach „Informatik und Medienbildung“ eingeführt. Dieses Fach soll ab Klasse 5 bis einschließlich Klasse 10 bzw. 11 an allen allgemeinbildenden Schularten einstündig und durchgängig unterrichtet werden. In den unteren Klassen liegt der Fokus zunächst auf Medienbildung, in den höheren dann zunehmend auf dem Themenfeld Informatik (u.a. textbasierte Programmiersprachen, Algorithmen, Funktionsweise von KI). Parallel zur Einführung des Fachs wird ein Fortbildungskonzept für Lehrkräfte umgesetzt, das sowohl kompakte, niederschwellige Online-Fortbildungen vorsieht als auch das Angebot eines einjährigen „Kontaktstudium Informatik“.



Quelle:  
<https://km.baden-wuerttemberg.de/de/schule/schulartuebergreifend/mint/schule-und-unterricht/informatik-und-medienbildung>



„Ich wünsche mir, dass die Medien, insbesondere die Mediennutzung von unserer Gesellschaft kritischer betrachtet wird.“

„Ich wünsche mir, dass wir es erreichen, dass der Medienkonsum bewusster wird und dass wir damit erreichen, dass auch kleine Kinder geschützt werden und einen bewussten Umgang damit erlernen.“

## Medienbildung für Erwachsene

Wir empfehlen der Landespolitik und den Medienschaffenden, zielgruppengerechte Schulungsangebote zu Medienbildung für Erwachsene anzubieten.

### KONKRET

Es sollen die folgenden Inhalte vermittelt werden:

- Kennenlernen von neueren Medienangeboten (z.B. Social Media, KI)
- Aufklären und kritische Diskussion über mögliche Gefahren

Das Angebot soll gut beworben werden und leicht zugänglich sein, damit möglichst viele Menschen erreicht werden.

## Medienbildung für (werdende) Eltern & Kinder

Wir empfehlen der Politik, zielgruppen-gerechte Informationen und Schulungsangebote für (werdende) Eltern zum Thema Mediennutzung und ihrer gesundheitlichen Risiken ab dem Kleinkindalter anzubieten.

### KONKRET

- Vermittlung der Informationen und Schulungen durch z.B. Kinderärzt:innen, Kindertagesstätten oder im Geburtsvorbereitungskurs. Auch Expert:innen könnten zu entsprechenden Schulungen eingeladen werden.
- Außerdem sollte Medienbildung Teil des Ausbildungsprogramms von Kinderärzt:innen, Hebammen und Erzieher:innen sein.

### HINTERGRUND

Bei den kinderärztlichen U-Untersuchungen erhalten Eltern zunehmend Informationsmaterialien zur frühen Mediennutzung, die praxisnahe Orientierung bieten und grundlegende Empfehlungen zur Medienerziehung enthalten. Dabei gibt es Broschüren für verschiedene Altersstufen und Medienarten, z.B. zu den Themen „Umgang mit Medien: 0–3 Jahre“, „Umgang mit Medien: 3–6 Jahre“, „Medien ‚gesundheitsbewusst‘ nutzen“, „Empfehlungen zur Höchstdauer der Mediennutzung“.



Quelle:  
<https://www.kindergesundheit-info.de/fachkraefte/kindergesundheit-in-der-kita/u-untersuchungen/elterninformationen/>

## Medienbildung im Alltag

Wir empfehlen den Medienschaffenden des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ÖRR), über Medienkompetenz zu sprechen und aufzuklären. Dies kann durch kleinere Zwischensendungen oder kurze Spots mit Appellcharakter geschehen.



## Medien in einer Demokratie

### Demokratierelevante Inhalte auf Social Media

Wir empfehlen den Social-Media-Unternehmen, einen gut sichtbaren Bereich einzurichten, auf dem Kommunen, Länder und Bund demokratisch notwendige und wichtige Inhalte (z.B. Wahlprogramme) neutral und attraktiv darstellen. Dies soll einen einfachen und gebündelten Zugang zu Informationen öffentlicher Institutionen ermöglichen.

Wir empfehlen der Politik, demokratisch notwendige Inhalte neutral und Wahlprogramme fair auf allen etablierten Social-Media-Plattformen attraktiv darzustellen.

### Selbstverpflichtung Medienschaffender zur politischen Bildung

Wir empfehlen den Medienschaffenden (insbesondere den privaten Medien und Intermediären), sich selbst zur demokratischen Grundbildung zu verpflichten.

#### KONKRET

**Zur demokratischen Grundbildung gehören u.a.:**

- **Informationen zur Funktionsweise einer Demokratie**
- **verschiedene Partei- und Wahlprogramme**
- **Unterschiedliche Positionen zu wichtigen gesellschaftlichen Fragen (z.B. Pro und Contra für bestimmte Entscheidungen)**
- **zielgruppengerecht, niedrigschwellig, interessant und neutral aufbereitete, aus unterschiedlichen Quellen recherchierte Informationen**
- **fortlaufende Evaluierung der Wirksamkeit der demokratischen Grundbildung**

**Denkbar wäre eine gezielte Infokampagne der Bundes-/Landeszentrale für politische Bildung zu demokratierelevanten Informationen, die über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, private Medien und Intermediäre verteilt werden können.**

Ziel dieser Empfehlung ist, dass die Bürger:innen sich eine eigene Meinung bilden können sollen und nicht bevormundet werden. Damit soll Populismus vorgebeugt werden.

*Es gab eine Gegenstimme mit der Begründung, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk sich ohnehin schon zur demokratischen Grundbildung verpflichtet habe.*

### Schutz von Journalist:innen

Wir empfehlen der EU, den Schutz von Journalist:innen zu verbessern. Insbesondere sollen Journalist:innen und ihre Familien vor Gefahren für Leib und Leben sowie ihre Privatsphäre geschützt werden.

#### HINTERGRUND

#### Schutz von Journalist:innen

*Journalist:innen und ihre Quellen genießen durch das Europäische Medienfreiheitsgesetz (EMFA) einen besonderen Schutz.*

#### Schutz journalistischer Quellen

*Behörden dürfen Journalist:innen nicht zur Offenlegung ihrer Quellen drängen – weder durch Inhaftierungen, Sanktionen noch durch Durchsuchungen oder technische Eingriffe.*

#### Überwachung nur unter strengen Bedingungen

*Der Einsatz von Spähsoftware oder Überwachungsmaßnahmen ist nur bei schweren Straftaten erlaubt und erfordert eine vorherige richterliche Genehmigung.*

*Betroffene müssen nach Abschluss der Überwachung informiert werden und können diese gerichtlich anfechten.*

#### Schutz des persönlichen Umfelds

*Der Schutz gilt auch für Personen im privaten oder beruflichen Umfeld, wenn sie aufgrund ihrer Nähe zu Journalist:innen Zugang zu vertraulichen Informationen haben könnten.*

## Medien als kritische Infrastruktur

Wir fordern von der Politik, zentrale Teile des Medienwesens – insbesondere den öffentlich-rechtlichen Rundfunk – als kritische Infrastruktur einzustufen, ähnlich wie Energie- oder Wasserversorgung. In Krisen- oder Extremfällen (z.B. Krieg, Katastrophen oder großflächige Ausfälle digitaler Systeme) muss die Bevölkerung verlässlich, flächendeckend und unabhängig informiert werden können.

Für solche Extremfälle soll eine besonders widerstandsfähige und staatlich abgesicherte Grundstruktur für die Informationsverbreitung bestehen, die sicherstellt, dass wichtige Hinweise und amtliche Informationen die Bevölkerung auf verschiedenen Wegen zuverlässig erreichen (z.B. Rundfunk, digitale staatliche Warnsysteme oder öffentlich zugängliche Aushänge). Dabei bleibt die redaktionelle Unabhängigkeit aller Medien – privater wie öffentlich-rechtlicher – vollständig gewahrt.

Diese Grundfunktion der öffentlichen Information soll finanziell so abgesichert sein, dass sie in Krisen nicht durch Budgetengpässe gefährdet wird.

### HINTERGRUND

#### Kritische Infrastruktur

*Medien stehen seit Jahren im KRITIS-Sektorenkatalog und werden gemäß einer Bund-Länder-Verständigung grundsätzlich als kritische Infrastruktur verstanden, sind aber nicht gesetzlich als kritische Infrastruktur reguliert – aus Gründen der Pressefreiheit und der redaktionellen Unabhängigkeit. Auch die BSIG-Novelle vom 6. Dezember 2025 ändert daran nichts, und das geplante KRITIS-Dachgesetz sah bis Redaktionsschluss keine verpflichtende Einbeziehung vor. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat zwar eine besondere Rolle im Rundfunk- und Katastrophenschutzrecht, doch diese Stellung ist nicht mit KRITIS-Regulierung gleichzusetzen und begründet keine technischen oder organisatorischen Resilienzpflichten. Würden Medien künftig offiziell unter die für KRITIS geltende Gesetzgebung fallen, entstünden Pflichten wie Registrierung, Risikoanalysen, Resilienzmaßnahmen und Meldewege. Während öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten solche Aufgaben aus dem Rundfunkbeitrag bestreiten könnten, müssten private Medienunternehmen die entstehenden Kosten erwirtschaften, sofern keine Ausgleichsregelungen vorgesehen wären.*

*Erstellt mit Informationen des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) und des Bundesamts für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK).*

#### Politische und wirtschaftliche Einflussnahme

*Das Europäische Medienfreiheitsgesetz (EMFA) regelt die Medienfreiheit und unabhängige Berichterstattung der Mitgliedstaaten.*

#### Einflussnahme der Politik

*Verbot von redaktioneller Einflussnahme durch Politik und klare Offenlegung von Leitungs- und Finanzstrukturen bei ÖRR.*

## Transparenz zur politischen Einflussnahme auf Medien

Wir empfehlen der Zivilgesellschaft die Einrichtung einer bundesweiten, unabhängigen Organisation, welche die unlautere Einflussnahme politischer Instanzen auf Medien dokumentiert, um Transparenz zu schaffen. Ziel ist es, langfristig eine globale Erweiterung dieser Organisation anzustreben.

Wir empfehlen der Bundespolitik, eine bundesweite, unabhängige Organisation, welche die unlautere Einflussnahme politischer Instanzen auf Medien dokumentiert, finanziell zu fördern.

## Transparenz zur wirtschaftlichen Einflussnahme auf Medien

Wir empfehlen der Politik, dass die Finanzierung der Medien transparenter gestaltet und Informationen dazu niederschwelliger zugänglich werden. Dies betrifft die Eigentümerverhältnisse und Einflussnahme auch auf private Medien. Zu öffentlich-rechtlichem Rundfunk finden sich diesbezüglich Empfehlungen auf Seite 34.

### HINTERGRUND

#### Transparenz zur wirtschaftlichen Einflussnahme auf Medien

*Medienunternehmen müssen Eigentümer und indirekte Besitzverhältnisse öffentlich machen. Einschränkung von Löschung journalistischer Inhalte auf digitalen Medien.*



Quelle:  
[https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy/european-media-freedom-act\\_de](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy/european-media-freedom-act_de)

## Bewusster Medienkonsum

### Altersbeschränkungen und Zeitlimits für Social Media

Wir empfehlen der Politik, eine abgestufte Altersbeschränkung für Minderjährige inklusive verpflichtender Zeitlimits für Social Media einzuführen.

#### KONKRET

- Für Kinder bis 10 Jahre soll ein striktes Social-Media-Verbot eingeführt werden.
- Für die höheren Altersstufen sollen durch wissenschaftliche Forschung ggf. weitere Altersabstufungen für weitere Einschränkungen definiert und weiterentwickelt werden.
- Ab der 5. Klasse soll in der Schule Medienkompetenz mit Fokus auf Social Media vermittelt werden.
- Das Alter soll durch ein sicheres System einer staatlichen Institution, wie Bund ID, überprüft werden. Dabei soll großer Wert auf den Datenschutz gelegt werden. Es soll eine unabhängige Vermittlungsstelle zur Überprüfung des Alters eingerichtet werden. Diese gibt eine Altersfreigabe – ohne persönliche Daten – an die Social-Media-Unternehmen weiter.

Es gab eine Gegenstimme. Grund war, dass mit dieser Empfehlung auch spezielle Social-Media-Angebote für Kinder (z.B. YouTube Kids) betroffen wären.

#### HINTERGRUND

In der EU wird seit November 2025 über ein einheitliches Mindestalter für soziale Medien diskutiert. Das Europäische Parlament fordert ein Verbot für alle unter 13 Jahren und eine Nutzung zwischen 13 und 16 Jahren nur mit Zustimmung der Eltern, verbunden mit verpflichtender und datensparsamer Altersverifikation. Australien ist bereits weiter. Dort gilt seit November 2024 ein gesetzliches Social-Media-Verbot für unter 16-Jährige, das ab dem 10. Dezember 2025 vollständig umgesetzt sein soll; ein Regierungsbericht zeigt jedoch, dass Kinder die Alterskontrollen bislang leicht umgehen können. Die EU will die Hinweise aus den australischen Erfahrungen in den kommenden Gesetzgebungsprozess einbeziehen, und europaweit verbindliche Mindestalter- und Prüfmechanismen einzuführen.



Quellen:  
<https://www.europarl.europa.eu/news/de/press-room/20251120IPR31496/parlament-fordert-zugang-zu-sozialen-medien-ab-16-jahren>



<https://www.esafety.gov.au/newsroom/media-releases/australia-makes-history-with-the-social-media-minimum-age>



<https://www.esafety.gov.au/newsroom/media-releases/esafety-report-shows-wide-spread-underage-use-of-social-media-and-minimal-measures-to-prevent-kids-signing-up>



Meldung auf Deutsch:  
<https://www.tagesschau.de/ausland/ozeanien/australien-social-media-104.html>

### Hilfe zur Selbstregulierung

Wir empfehlen den Social-Media-Unternehmen, allen Nutzer:innen Informationen über die Nutzungsdauer ihrer Angebote anzuzeigen.

### Kennzeichnung von Bildbearbeitung bei Intermediären

Wir empfehlen den Intermediären, dass Veränderungen durch visuelle Filterfunktionen in Bildern und Videos kenntlich gemacht werden. Dadurch soll die Verbreitung von unrealistischen Schönheitsidealen reduziert und der Schutz der psychischen Gesundheit der Mediennutzer:innen verbessert werden.

## Zugang zu Medien

### Deutschlandticket für Medien

Wir empfehlen den Medienschaffenden, ein niederschwelliges Angebot zu mehreren Bezahlmedien, eine Art „Deutschlandticket für Medien“, zu entwickeln, umzusetzen und anzubieten, z.B. als Zusammenschluss mehrerer Verlage. Es geht um anbieterübergreifenden Zugang zu Medien.

#### KONKRET

- dass Artikel zugänglich sind, die aktuell nur im Einzel-Abonnement erreichbar sind
- dass man insgesamt weniger für die Artikel zahlt als ohne das Ticket
- dass Schüler:innen und Rentner:innen einen ermäßigten Zugang erhalten

#### KLÄRUNGSBEDARF

Eine Marktanalyse soll Antworten auf folgende Fragen finden:

- Welche Medien sollen Teil des Deutschlandtickets für Medien werden (Zeitungen, Zeitschriften, etc.)?
- Wie viele Artikel sollen im Ticket enthalten sein?
- Soll das Deutschlandticket für Medien regional begrenzt sein (z.B. Baden-Württemberg-Ticket) oder deutschlandweit angeboten werden?
- Wie sollte der Preis gestaltet sein?

Soll das Deutschlandticket für Medien durch öffentliche Gelder bezuschusst werden und wenn ja, wie? Es könnten entweder die Nutzer:innen bezuschusst werden, wenn sie das Abonnement abschließen, oder die Medienhäuser, die ihre Angebote im Rahmen eines solchen Tickets zur Verfügung stellen.



# Regulierung von Intermediären

## Transparenz der Algorithmen

Wir empfehlen der EU, dass sie Intermediäre verpflichtet, für mehr Transparenz bei ihren Algorithmen zu sorgen. Es soll für alle Nutzenden ersichtlich sein, warum ihnen bestimmte Inhalte vorgeschlagen bzw. nicht vorgeschlagen werden. Dies könnte z.B. durch einen Vermerk „Warum wird mir dieser Beitrag angezeigt?“ ähnlich wie bei Werbung auf Instagram umgesetzt werden. Zusätzlich sollen Intermediäre erkaufte Reichweite deutlich kennzeichnen müssen, um die Nutzenden im Sinne der Transparenz darauf hinzuweisen.

## Perspektivenvielfalt durch Algorithmen

Wir fordern von der EU-Politik, dass sie Intermediäre dazu verpflichten ihren Algorithmus so anzupassen, dass Inhalte aus unterschiedlichen Blickwinkeln angezeigt werden.

### KONKRET

Diese Forderung soll ermöglichen:

- „Bubble“-Bildung und Radikalisierung zu verhindern
- Nutzer:innen nicht nur mit der eigenen Meinung oder dem extremen Gegenteil zu konfrontieren

Bis zur Umsetzung durch die EU-Politik empfehlen wir den Intermediären, den Nutzern eine Auswahl anzubieten, so dass sie selbst wählen können, welcher Algorithmus (z.B. Bridging-Algorithmus) für die angezeigten Inhalte verantwortlich ist.

### HINTERGRUND

*Ein Bridging-Algorithmus ist ein Empfehlungssystem, das Inhalte priorisiert, die von Menschen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen als konstruktiv oder zustimmungsfähig bewertet werden. Statt Interaktionen wie Klicks oder Empörung zu maximieren, fördert er Beiträge, die Dialog erleichtern, Gemeinsames sichtbar machen und Polarisierung verringern.*



Quelle:  
<https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/unsere-projekte/reframetech-algorithmen-fuers-gemeinwohl/projektnachrichten/bruecken-bauen-statt-polarisieren-wie-algorithmen-den-digitalen-diskurs-verbessern-koennen>

## Ahndung von illegalem Verhalten

Wir fordern von den Intermediären und der Politik, dass illegales Verhalten auf Intermediär-Plattformen mehr geahndet wird und die deutschen und europäischen Gesetze eingehalten werden. Die Intermediäre müssen ihr Angebot entsprechend anpassen, um dies sicherzustellen und sollen neben den Verfassern von illegalen Inhalten juristisch belangt werden können. Die genaue Umsetzung ist noch zu entwickeln.

## Einstufung als Medienunternehmen

Wir empfehlen der Politik, dass sie Intermediäre und die Personen, die mit Inhalten auf Social-Media-Plattformen Geld (ab einem bestimmten Einkommen) verdienen, auf der rechtlichen Ebene als Medienunternehmen einstuft. Dadurch sollen die gleichen Regularien für sie gelten wie für klassische Medien (z.B. Datenschutz und Bildrechte von Kindern und Jugendlichen, Meinungsvielfalt, Verbot von Hass und Hetze ...).

## Medienpolitik

Wir empfehlen der Politik, dass die Zuständigkeit für die Regulierung der Intermediäre von der Länderebene auf Bundes- und ggf. auf die EU-Ebene gehoben werden soll, so dass EU-übergreifende Regeln für Intermediäre leichter durchgesetzt werden können.

## Steuerpolitik

Wir empfehlen der Politik eine gerechtere Besteuerung der Intermediäre, damit in Europa erwirtschaftete Gewinne auch dem Gemeinwohl in Europa zukommen und andere Medienunternehmen eine faire Konkurrenz haben.

## Qualitätssicherung

### Differenzierung von Meinung und Bericht

Wir empfehlen allen Medienschaffenden, auch den Intermediären, Inhalte so zu kennzeichnen, dass für die Mediennutzenden leicht erkennbar ist, was Meinung ist.

### Einheitliche und nachverfolgbare Quellenangaben

Wir empfehlen den Medienschaffenden, Quellen, falls dies möglich ist (Quellenschutz beachten!), transparent und einheitlich anzugeben und diese direkt im Text zu verlinken. Dadurch sollen mehr Transparenz und eine Kultur, bei der die Angabe von Quellen selbstverständlich ist, geschaffen werden.

### Quellenangaben von Content Creators

Wir empfehlen den Content Creators, die auf Social Media mit ihren Inhalten Geld verdienen, dass sie beim Verbreiten von Informationen die dazugehörigen Quellen angeben.

### Transparenz bei journalistischen Entscheidungen

Wir empfehlen den Medienschaffenden mehr Transparenz in ihren journalistischen Entscheidungen. Es soll nachvollziehbar sein, wie z.B. Artikel entstanden sind, warum gewisse Fakten verwendet wurden und andere nicht und warum über Themen berichtet wird und über andere Themen nicht.

*Es gab zwei Gegenstimmen mit den Begründungen, dass dies zum einen nicht machbar sei und zum anderen nicht gebraucht werde.*

### Umgang mit Falschinformationen

Wir empfehlen den Medienschaffenden, mehr Faktenchecks durchzuführen, um Desinformation zu vermeiden. Zusätzlich sollen Kommentare in den eigenen Kommentarspalten und auf Social-Media-Plattformen stärker moderiert und hetzerische Kommentare sowie Falschinformationen eingeordnet werden.

### Qualitätslabel für journalistische Inhalte

Wir empfehlen der Politik, die Rahmenbedingungen (initiativ und finanziell) für ein Qualitätslabel für journalistische Inhalte zu schaffen. Dadurch sollen Nutzer:innen einen Überblick über die journalistische Reputation (z.B. Arbeitsweise, Art der KI-Verwendung, Umgang mit Falschinformationen) verschiedener Medien erhalten. Das Label soll unabhängig agieren, ähnlich wie die Stiftung Warentest oder der Ethikrat. Es wäre zu klären, wer das Label erhalten soll (Journalisten, Redaktionen, Verlage ...) und wie die Vergabe erfolgen und laufend überprüft werden soll.

### Konstruktiver Journalismus

Wir empfehlen den Medienschaffenden, dass sie verstärkt auf konstruktiven Journalismus setzen, um der Nachrichtenmüdigkeit entgegenzuwirken.

#### KONKRET

- **Nicht nur über Krisen berichten, sondern auch Ursachen und Lösungen aufzeigen, falls diese vorhanden sind.**
- **Weiteres Beispiel: Umsetzung einer Rubrik „Good News“**

#### HINTERGRUND

*In Deutschland gibt es kein offizielles Qualitätslabel für seriösen Journalismus. Jedoch hat bereits ein anderer Bürgerrat zum Thema Fake News und Desinformation die Empfehlung ausgesprochen, ein solches Label einzuführen. Die damalige Bundesinnenministerin Nancy Faeser (SPD) hat sich 2024 gegen ein solches Label von staatlicher Seite ausgesprochen, zum Schutz der Pressefreiheit. Private Initiativen wie NewsGuard oder Journalism Trust Initiative bieten Bewertungssysteme für journalistische Arbeit online an.*

Quellen:  
<https://forum-gegen-fakes.de>



<https://www.newsguard-tech.com/de/>



<https://journalismtrustinitiative.org/>



„Ich wünsche mir, dass die Politik unsere Vorschläge ernst nimmt und diese umsetzt.“

## Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

### Transparenz bei der Verwendung von Rundfunkgebühren

Wir empfehlen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk (ÖRR), über die Verwendung der Rundfunkgebühren derart aufzuklären, dass diese Informationen leichter zugänglich, übersichtlicher und einfacher verständlich sind.

### Europäische Mediathek

Wir empfehlen den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten in Europa und der EU-Politik, eine europäische Mediathek zu schaffen, um ihre vorhandenen Informationen und Medieninhalte an einem Ort zur Verfügung zu stellen. Die Finanzierung soll durch einen allgemeinen Beitrag sämtlicher Mitgliedsstaaten erfolgen. Die Einflussnahme durch Firmen und Politik soll dabei verhindert werden. Außerdem sollen Sprachbarrieren durch automatische Übersetzungen überwunden werden.

*Es gab eine Gegenstimme mit der Begründung, dass es bereits Sendeanstalten gibt, die mehrere Länder verbinden wie z.B. arte, 3sat.*



# Umgang mit Künstlicher Intelligenz (KI)

## Einsatz von KI

Wir empfehlen den Medienschaffenden (Journalist:innen, Verlagen u.a.), dass sie KI ausschließlich als zusätzliches Hilfsmittel verwenden. Es sollen keine journalistischen Inhalte rein von KI erstellt werden.

## Kennzeichnung von KI-Inhalten

Wir empfehlen den Intermediären, dass der Einsatz von KI bei Inhalten klar gekennzeichnet wird.

## Kennzeichnungspflicht von KI-generierten Inhalten

Wir empfehlen der Politik, die Einhaltung der europäischen Verordnung zur Kennzeichnungspflicht von KI-generierten Inhalten (EU AI Act §50 Transparenzpflicht für Anbieter und Betreiber, Inkrafttreten August 2026) sicherzustellen. Diese Empfehlung soll ermöglichen, dass Medienunternehmen dazu verpflichtet werden, von KI erstellte oder veränderte Bilder und Texte zu kennzeichnen (z.B. über ein KI-Wasserzeichen) und zu erwähnen, wofür genau KI verwendet wurde. Zusätzlich empfehlen wir der EU-Politik, dass sie Medienunternehmen dazu verpflichtet, alle inhaltlichen Bearbeitungen am Text durch KI zu kennzeichnen, auch wenn diese redaktionell überprüft worden sind.

## Kennzeichnung von KI-generierten Inhalten zur Nachverfolgbarkeit

Wir empfehlen der Politik, KI-Entwickler dazu zu verpflichten, Bilder und Videos zu kennzeichnen, die durch ihre KI erzeugt wurden, z.B. mit einem speziellen Wasserzeichen. Dies soll ermöglichen, dass diese Inhalte auch bei Weiterbearbeitung bzw. -Verbreitung als KI-generierte Inhalte zu erkennen sind.

## Kritischer Umgang mit KI

Wir empfehlen den Mediennutzer:innen einen kritischen und bewussten Umgang mit Künstlicher Intelligenz. Die Nutzer:innen sollen weiterhin selbst Fakten und Quellen prüfen.

## KI zur Feststellung von Bots und Falschinformation

Wir empfehlen die Entwicklung einer öffentlich zugänglichen KI zur Erkennung von Fake News und Bot-Kommentaren. Diese KI soll von Medienschaffenden und Intermediären eingesetzt werden können.

### KONKRET

- Automatische Warnhinweise bei gesicherten Fehlinformationen, auch solche, die von KI-Systemen erzeugt wurden
- Ein nachvollziehbares Quellenverzeichnis zur Widerlegung der Fehlinformationen
- Diese KI selbst soll einer unabhängigen menschlichen Überprüfung unterliegen, um Transparenz, Objektivität und Missbrauchsschutz sicherzustellen.

Es muss nachvollziehbar sein, wer die KI überprüft, die über die Richtigkeit von Inhalten entscheidet.

„Ich würde mir wünschen, dass der Beruf Journalismus erhalten bleibt und Freiheit und Kreativität nicht eingeschränkt werden.“

## Journalismus vor Ort und für die Bürger:innen

### Förderung von Lokaljournalismus

Wir empfehlen der Politik, Lokaljournalismus zu fördern. Dort, wo es keinen Lokaljournalismus gibt, sollen Lösungen entwickelt werden.

### Öffentlich zugängliche Amtsblätter

Wir empfehlen der Lokalpolitik, ihre Amtsblätter zumindest online und in einem Aushang kostenlos zur Verfügung zu stellen. Diese Empfehlung soll ermöglichen, dass sich alle informieren können.

### Bürgernähe im Journalismus

Wir empfehlen den Medienschaffenden, insbesondere dem Lokaljournalismus, mit ihren Angeboten mehr Bürgernähe und somit eine „Zeitung der Bürger“ zu schaffen. Dies könnte z.B. durch Interviews mit Bürgern zu Themen, die lokale Bedeutung haben, erreicht werden.

### Nutzerfreundliche Medien

Wir empfehlen den Medienschaffenden, insbesondere dem Lokaljournalismus, ihre Angebote, z.B. E-Paper, App etc., besser zu bewerben und zu vertreiben, um die Bekanntheit der Angebote zu erhöhen. Dabei soll vermehrt Wert auf die Nutzererfahrung gelegt werden, z.B. durch ein übersichtliches, zeitgemäßes und nutzerfreundliches Layout.

### Bundesfreiwilligendienst im Lokaljournalismus

Wir empfehlen der Politik und den Medienschaffenden, einen Bundesfreiwilligendienst in lokalen Medien ähnlich einem freiwilligen sozialen Jahr (FSJ) zu ermöglichen. Diese Empfehlung soll ermöglichen, dass Lokaljournalismus gestärkt wird und Unterstützung erhält, z.B. bei administrativen Aufgaben.

### Begegnungsräume für konstruktiven Austausch

Wir empfehlen der Lokalpolitik und den regionalen Medien, Begegnungsräume für den Austausch zu gesellschaftlichen Themen und lokalen Brennpunktthemen zu schaffen oder hierfür die Rahmenbedingungen bereitzustellen. Ziel ist, dass sich die Teilnehmenden eine Meinung bilden können, unterschiedliche Perspektiven auf ein Thema kennenlernen und anderen Menschen begegnen, um Einsamkeit, Vorurteilen, Ängsten und Polarisierung vorzubeugen. Die Bürger:innen sollen bei der Themenauswahl beteiligt werden.

#### KONKRET

- Eine Zusammenarbeit mit Medienschaffenden, die den Austausch begleiten und ggf. ihre Expertise einbringen
- Der Austausch soll von Moderator:innen und Expert:innen begleitet werden. Es soll sachlich und objektiv informiert werden.
- Die Austauschformate sollen niederschwellig angeboten werden, gut beworben werden und zu attraktiven Uhrzeiten (z.B. außerhalb der klassischen Arbeitszeit) sowohl lokal vor Ort als auch online stattfinden.
- Die Ergebnisse sollen festgehalten und veröffentlicht werden.
- Es soll keine politische Bühne für Hetze oder parteipolitische Werbung geben, sondern klare Gesprächsregeln und einen respektvollen Umgang.

#### HINTERGRUND

##### Beispiele zur Förderung von Lokaljournalismus

*In Norwegen gibt es staatliche Förderung („Production Subsidies“) für kleine Lokalzeitungen mit begrenzten Marktchancen. Die Förderung pro Leser (oder Output Einheit bei anderen Medien als Print) ist höher, je kleiner das Medium ist.*

*In Schweden gibt es Betriebsförderung für Lokalzeitungen mit geringen Auflagen, die in klar definierten lokalen Märkten operieren. Dadurch werden Medien gefördert, die wirtschaftlich nicht tragfähig wären, aber demokratisch relevant sind.*

*In Österreich (Stadt Wien) unterstützt die Wiener Medieninitiative lokale Medien durch wettbewerbliche Innovationsförderung. Gefördert werden Projekte, die neue digitale Formate, Prozesse oder gemeinwohlorientierte Geschäftsmodelle entwickeln – insbesondere bei kleineren Medien, die ohne Unterstützung kaum Innovationskapazitäten hätten.*

*Die Wüstenradar-Studie der Hamburg Media School zeigt zum Beispiel, dass solche Förderansätze auch für Deutschland relevant sein könnten und nennt Ansätze wie die Wiener Medieninitiative zur Stärkung von Lokaljournalismus und Medienvielfalt.*

Quellen:

<https://www.dfv.de/publikationen/fachjournalist/zeitungssterben-loesungsansaeetze-aus-skandinavien>



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



über  
MEDIEN

über  
VERSTÄNDIGUNG

über  
UNS

# BÜRGERFORUM

Wie wollen wir uns in Zukunft informieren und austauschen?

Ein letzter Gedanke

Der  
**Ausblick**

„Seit dem Bürgerforum habe ich mehr das Bedürfnis, mich zu informieren.“

# Wie geht es weiter?

**Die Empfehlungen des Bürgerforums** bringen die Perspektiven zufällig ausgeloster Bürgerinnen und Bürger zum Ausdruck, die sich über mehrere Monate hinweg mit der Zukunft von Medien und öffentlicher Kommunikation auseinandergesetzt haben.

Mit der Übergabeveranstaltung am 17. Januar 2026 in Stuttgart ist die gemeinsame Arbeit des Bürgerforums abgeschlossen. Die Empfehlungen sind damit in den Verantwortungsbereich jener Akteure übergegangen, die Medienpolitik und Medienpraxis gestalten. Nun beginnt die Phase der fachlichen und politischen Auseinandersetzung mit den Ergebnissen.

Zahlreiche Institutionen haben bereits im Vorfeld zugesagt, sich öffentlich mit den Empfehlungen auseinanderzusetzen, falls sie adressiert werden. Dazu zählt der Landtag von Baden-Württemberg, der für die 18. Legislaturperiode eine parlamentarische Befassung in Aussicht gestellt hat. Auch andere zentrale Akteure aus Politik, Medien und Gesellschaft haben Reaktionen ange-

kündigt und die Absicht erklärt, die Ergebnisse in ihre weiteren Diskussionen einzubeziehen.

Die Empfehlungen erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit und sind nicht überall so konkret ausgearbeitet, dass sie unmittelbar umgesetzt werden können. Sie machen jedoch sichtbar, welche Fragen und Anliegen die beteiligten Bürger:innen besonders beschäftigen, und geben Impulse für die weitere Auseinandersetzung mit der Zukunft öffentlicher Kommunikation.

Zusätzliche Erkenntnisse werden sich aus der wissenschaftlichen Begleitung des Bürgerforums ergeben. Das Team um den Freiburger Politikwissenschaftler Prof. Dr. Uwe Wagschal untersucht unter anderem, welche Formen der

Mediennutzung sich unterschiedliche Teilnehmende wünschen, welche Hindernisse dabei bestehen und ob sich Wahrnehmungen und Lösungsansätze zwischen junger und altersgemischter Gruppe unterscheiden. Darüber hinaus wird analysiert, inwiefern sich das politische Informationsverhalten durch die Teilnahme am Bürgerforum verändert. Der Abschlussbericht der Begleitforschung wird Ende März 2026 erwartet.

Ein großer Dank gilt den Teilnehmer:innen des Bürgerforums – für ihre Zeit, ihr Engagement und die Bereitschaft, sich intensiv mit einem komplexen Themenfeld zu befassen. Für ihre Unterstützung danken wir den Impulsgeber:innen, Stakeholdern, Mitgliedern der Vordenkergruppe und den beteiligten Kommunen.



## Impressum

### Herausgeberin

Pressestiftung Baden-Württemberg

### Kontakt

Konrad-Adenauer-Str. 3  
70173 Stuttgart  
info@pressestiftung-bw.de  
www.pressestiftung-bw.de

### Verantwortlich

Dr. Jens Schmitz, Vorsitzender  
Pressestiftung Baden-Württemberg

### Redaktion

Pressestiftung Baden-Württemberg,  
Zufallsbürgerinnen und -bürger des  
Bürgerforums, unterstützt durch die  
translake GmbH

### Fotografie und Bildrechte

Ferdinando Iannone, Stuttgart  
www.ferdinandoiannone.fotograf.de

### Konzeption

translake GmbH, Konstanz  
www.translake.org

### Grafik & Gestaltung

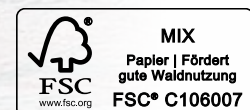
Die Konzeptfabrik GmbH,  
Bietigheim-Bissingen  
www.die-konzeptfabrik.com

### Druck

Offizin Scheufele,  
Druck und Medien GmbH & Co. KG  
Tränkestraße 17 | 70597 Stuttgart

### © Januar 2026, Stuttgart

Pressestiftung Baden-Württemberg  
ISBN 978-3-00-085816-1



### Danksagung

Wir danken allen Zufallsbürgerinnen und Zufallsbürgern für ihre Teilnahme am Bürgerforum und den Projektpartnern für Ihre Unterstützung, insbesondere den Leuchtaemeisen für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, der LAUTMACHER Veranstaltungstechnik GmbH & Co. KG für die Veranstaltungstechnik und das Aftermovie. Ein ebenso großer Dank geht auch an die Gemeinde Untereisesheim, Gemeinde Sipplingen, Stadt Weil der Stadt, Stadt Waghäusel, Stadt Rheinstetten, Stadt Freiburg im Breisgau, Stadt Ulm und Gemeinde Deißlingen.

### Hinweis zur gendergerechten Sprache

Wir formulieren in diesem Empfehlungsbericht gendersensibel und verwenden dafür den Gender-Doppelpunkt, um dem Thema Barrierefreiheit gerecht zu werden.

### Gefördert von





[www.pressestiftung-bw.de/buergerforum](http://www.pressestiftung-bw.de/buergerforum)