

Lückenfüller

*Was kommt,
wenn die Lokalzeitung geht?*



Greenhouse Report Nr. 4

Dr. Thomas Schnedler und Malte Werner

NETZWERK
RECHERCHE



gefördert durch

Schöpflin Stiftung :



Inhaltsverzeichnis

4	Überblick	
	<i>Zusammenfassung der Ergebnisse</i>	5
8	Einleitung	
	<i>Im Dialog</i>	9
12	Ausgangslage	
	<i>Drohende Verwüstung</i>	13
20	Methodik	
	<i>Unsere Recherche</i>	21
26	Ergebnisse	
	<i>Das Amtsblatt ist (k)eine Alternative</i>	27
	<i>Wunsch nach Orientierung</i>	31
	<i>Gibt es ein Recht auf analoges Leben?</i>	39
	<i>Kurz und kostenlos</i>	44
	<i>Parteiliche Presse</i>	50
	<i>Die Heimlichkeiten des Heimatboten</i>	56
66	Fazit	
	<i>Drei Vorschläge</i>	67
71	Literaturverzeichnis	
77	Impressum	

Auf einen Blick

Die Übersicht für Eilige: Fragestellung, methodisches Vorgehen und die wichtigsten Befunde des Greenhouse Reports Nr. 4 kompakt zusammengefasst.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Ostthüringen als Modellregion: Im Frühling 2023 stellte die Funke Mediengruppe Thüringen in elf Gemeinden rund um Greiz die Zustellung der Papierzeitung ein und erklärte die Gegend zur „Modellregion für die Digitalisierung des ländlichen Raums“. Rund 300 Abonnentinnen und Abonnenten der Ostthüringer Zeitung waren betroffen. Das Experiment zog bundesweit Aufmerksamkeit auf sich, weil es exemplarisch für den Umstieg von Print- auf Digital-Abos im ländlichen Raum stand. Doch das Ergebnis der Aktion war enttäuschend: Fast die Hälfte der betroffenen Abos – 47 Prozent – gingen dem Verlag verloren.

Im Dialog mit den Menschen: Zwei Jahre nach dem Modellversuch zur Digitalisierung der Lokalzeitung haben wir uns im Dialogprojekt „Lückenfüller – Leben ohne Zeitung?“ den Menschen gewidmet, die in und rund um Greiz leben. Wir wollten wissen: Welche Erwartungen an den Lokaljournalismus haben sie? Aus welchen Quellen informieren sie sich jetzt über das Geschehen vor Ort? Welche Stimmen füllen die Lücken? Und was passiert mit dem Gemeinwesen, wenn die Papierzeitung verschwindet?

Wichtige Unterstützung vor Ort: Im Rahmen des einjährigen Projekts haben wir mit insgesamt 50 Bürgerinnen und Bürgern gesprochen. Die Gruppendiskussionen haben wir in Zusammenarbeit mit lokalen Vereinen und anderen Organisationen in der Region Greiz organisiert. Unser Vorhaben wurde gefördert von der Deutschen Postcode Lotterie, die gemeinnützige Projekte zum Thema sozialer Zusammenhalt unterstützt. Die Veröffentlichung des Greenhouse Reports Nr. 4 wurde ermöglicht durch die Schöpflin Stiftung.

Ältere Menschen verlieren den Anschluss: Für viele (vor allem ältere) Menschen ist die Lektüre der Lokalzeitung ein liebgewonnenes

Ritual. Vielmehr noch ermöglicht sie gesellschaftliche Teilhabe und ermächtigt zur Meinungsbildung. Durch die Umstellung auf ein Digital-Abo verloren viele Ältere, die mit dem technischen Fortschritt nicht schritthalten konnten oder wollten, eine wichtige Informationsquelle.

Abgehängt im ländlichen Raum: Das Ende der Zeitungszustellung betraf Dörfer in Ostthüringen, die ohnehin unter schrumpfenden Infrastrukturangeboten leiden. Die Aktion der Lokalzeitung verstärkte bei den Menschen das Gefühl des Abgehängtseins. Die Reaktionen auf die Digitalisierung im ländlichen Raum waren ambivalent. Während einige den Wunsch nach einem „Recht auf analoges Leben“ äußerten, gab es auch Beispiele für erfolgreiche Anpassung: Einige ältere Nutzerinnen und Nutzer fanden nach anfänglicher Skepsis Gefallen am digitalen Zeitunglesen und empfanden es schließlich als praktischer.

Jüngere Menschen verlieren den Bezug zu unabhängigen Informationsquellen: Das Interesse unserer jungen Gesprächspartner:innen an klassischen Lokalnachrichten war gering ausgeprägt. Und weil in den Elternhäusern kaum noch Zeitung gelesen wird, entsteht keine Bindung zu dieser verlässlichen Informationsquelle. Weil es die Lokalzeitung aktuell nicht in ausreichendem Maße schafft, ihre Inhalte entsprechend des Mediennutzungsverhaltens junger Menschen zu konfektionieren (kurze Videos), bezieht diese Altersgruppe ihre Informationen zum Teil von nicht-journalistischen Akteur:innen auf Social Media und zeigt dabei einen eher unkritischen Umgang mit Quellen.

Starker Wunsch nach Orientierung: Zeitungsleser:innen in der Region Greiz wünschen sich mehr lokale Recherchen, mehr Hintergründe in der Berichterstattung und mehr Perspektivenvielfalt bei einzelnen Themen. In ihrer Wahrnehmung geht der Trend aber in die entgegengesetzte Richtung. Lokalredaktionen schließen, die Zeitung wird dünner und der Themenzuschnitt weniger lokal. Trotz einiger Ausnahmen überwiegt bei den Menschen, mit denen wir geredet haben, der Frust.

Amtsblätter und kommunale PR: Da sie kostenlos verteilt werden und praktische Alltagsinformationen enthalten, sind gedruckte Amtsblätter eine nützliche lokale Informationsquelle für die Menschen in der Region. Allerdings ist den Befragten nicht immer klar, dass es sich dabei nicht um unabhängige Medien, sondern um Instrumente kommunaler Öffentlichkeitsarbeit handelt. Das Greizer *Bürgermagazin* und das *Kreisjournal* des Landkreises ähneln im redaktionellen Teil teilweise der Lokalzeitung, bieten Verwaltung und Politik jedoch auch Raum zur Selbstdarstellung. Über Social Media und Messenger-Dienste wie WhatsApp bauen die Kommunen direkte Kommunikationskanäle mit der Bevölkerung auf.

Meinungsmache in Anzeigenblättern: Einige kostenlose Anzeigenblätter in der Region nutzen entstehende Lücken in der lokalen Informationsversorgung, arbeiten mit einseitigen, polemischen Inhalten und verwischen die Grenze zwischen Werbung, Meinung und Berichterstattung. Stichproben zeigen, dass diese Publikationen von der AfD und ihrem Umfeld geprägt sind. Ein Beispiel sind Beiträge, die zwar als „Anzeige“ deklariert sind, aber redaktionell gestaltet werden. Die Zusammenhänge sind für Laien nicht so leicht zu durchschauen.

„Pink-Slime-Journalismus“ im Lokalen? In Greiz betreiben AfD-Politiker:innen ein eigenes Lokalmedium im Internet – den *Heimatboten Vogtland*. Darin berichten sie unter anderem über kommunalpolitische Initiativen der rechtsextremen Partei, ohne die Verbindungen ausreichend transparent zu machen. Einen Interessenkonflikt sehen sie darin nicht. Zu einer anderen Einschätzung kommen Expertinnen: Sie erkennen bei der Webseite viele Merkmale von „Pink-Slime-Journalismus“, mit dem pseudojournalistische Medienangebote beschrieben werden.

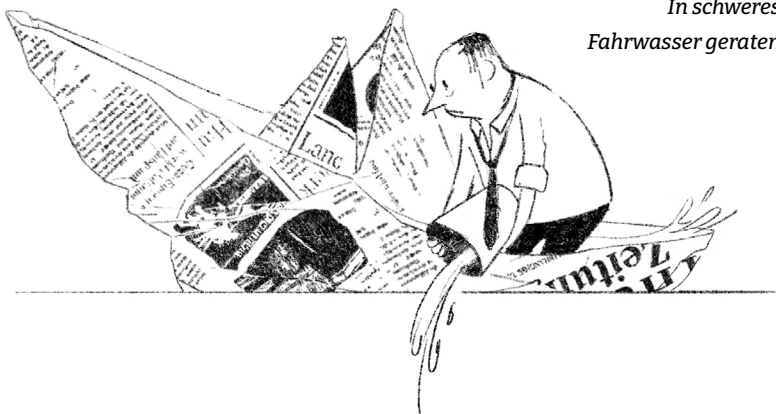
Papierstadt **ohne** *Papierzeitung*

Die Digitalisierung stellt den Lokaljournalismus im ländlichen Raum vor große Herausforderungen. Wie erleben die Bürger:innen den Wandel?

Im Dialog

Greiz ist eine Papierstadt. Seit über 400 Jahren wird in dem hübschen Städtchen im Osten Thüringens Papier hergestellt. Heute sind es Recyclingpapiere, die für den Weltmarkt produziert werden. Das Heimatmuseum erzählt die Geschichte der Papiermühlen und ihrer Besitzer, die Alte Papierfabrik ist ein Ort für Kultur und Musik geworden. Gerade hier, an diesem Ort mit besonderer Papiertradition, startete die *Ostthüringer Zeitung (OTZ)* im Frühjahr 2023 ein viel beachtetes Experiment: den Abschied von der Papierzeitung.

In einer Reihe von Dörfern rund um Greiz sollten die Abonnentinnen und Abonnenten der Lokalzeitung zwangsweise auf ein Digitalabo umgestellt werden. Die Zustellung der gedruckten Zeitung in den kleinen Gemeinden sei unwirtschaftlich, argumentierten die Verlagsmanager der Funke Mediengruppe, zu der auch die *OTZ* gehört. Sie verstanden die Initiative als Pionierprojekt für die Zukunft der Lokalzeitung und wollten dabei alles richtig machen. Deshalb engagierten sie Medienpädagoginnen, boten Tablets an, spendierten Gutscheine für Medienkurse an der Volkshochschule. Der Chefredakteur und sein Vertriebsteam fuhren mit dem Promo-Mobil in die betroffenen Gemeinden. Doch das Ergebnis all dieser Anstrengungen war mau: Fast die Hälfte der betroffenen Abos – 47 Prozent – gingen dem Verlag verloren.



Im Rahmen der Wüstenradar-Studie (Wellbrock und Maaß 2024) zur Verbreitung von Lokalzeitungen haben wir das damalige Experiment im Einzeitungskreis Greiz in einem medienjournalistischen Porträt genauer analysiert. Doch eine Frage blieb dabei unbeantwortet: Was wird aus den Menschen, die nun keine Papierzeitung mehr zum Früh-

Autoren

Dr. Thomas Schnedler ist Co-Geschäftsführer von Netzwerk Recherche. Er hat das Programm zur Stärkung des Lokaljournalismus bei Netzwerk Recherche mit aufgebaut und im Rahmen der Wüstenradar-Studie die Region Greiz porträtiert. Nach seinem Studium der Diplom-Journalistik an der Universität Dortmund und einem Volontariat bei der Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen in Kassel hat er u. a. als wissenschaftlicher Mitarbeiter der Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für Praxis des Qualitätsjournalismus an der Universität Hamburg und als Projektleiter beim gemeinnützigen Recherchezentrum Correctiv in Berlin gearbeitet. An der Universität Hamburg hat er zu prekärer Arbeit im Journalismus promoviert.

Malte Werner ist Projektleiter bei Netzwerk Recherche und hat mit der „Helpline“ ein Hilfsangebot für psychisch belastete Journalist:innen ins Leben gerufen. Außerdem arbeitet er schwerpunktmäßig in Projekten zur Stärkung des gemeinnützigen Journalismus. Der gelernte Agenturjournalist promoviert zudem an der Universität Hamburg zum Thema Kriegsberichterstattung.

stück bekommen? Die betroffenen Leserinnen und Leser sind überwiegend ältere Menschen, die mit digitalen Medien weniger vertraut sind. Wie aber erfahren sie zukünftig vom Geschehen vor Ort? Was passiert mit dem Gemeinwesen, wenn die Zeitung verschwindet?

Unser Dialogprojekt „Lückenfüller – Leben ohne Zeitung?“ widmete sich daher in den vergangenen Monaten den Menschen, die in und rund um Greiz leben. Dank der Unterstützung der Deutschen Postcode Lotterie konnten wir in vier Fokusgruppen vor Ort diskutieren. Die Region bekommt die großen gesellschaftlichen Herausforderungen besonders stark zu spüren: Überalterung, Fachkräftemangel, Rechtsextremismus. Kein Wunder, dass diese Probleme auch in unseren Gesprächen immer wieder aufkamen. Wir haben dabei vor allem zugehört, denn wir wollten wissen: Welche Sorgen treiben die Menschen um? Welche Folgen hat der Rückzug der *Ostthüringer Zeitung* und aus welchen Quellen informieren sich nun die Bürger:innen? Welche Stimmen füllen die Lücken? Und welche Erwartungen an den Lokaljournalismus haben die Menschen eigentlich?

In diesem Report geben wir einen Überblick über die Situation des Lokaljournalismus in Thüringen, fassen unsere Recherche und die Ergebnisse der Dialog-Veranstaltungen zusammen und richten den Blick abschließend in die Zukunft. Wie sichern wir den Lokaljournalismus als Teil der demokratischen Infrastruktur? Was wird aus der gedruckten Lokalzeitung? Wird sie womöglich ein Fall fürs Heimatmuseum?

Dort hing dann ein Exemplar der *Ostthüringer Zeitung* – als ein weiteres Exponat neben den Schwarzweißfotografien der Papierfabriken des 19. Jahrhunderts, neben den Familienporträts der Greizer Papierdynastie, neben der alten Werkszeitung, die schon längst Teil der Ausstellung zur Papiergeschichte in Ostthüringen ist. Wer erzählt dann noch lokale Geschichten? Wer recherchiert und deckt Fehlentwicklungen und Missstände auf? Und wie finden der digitale Lokaljournalismus und die Menschen im ländlichen Raum zusammen?

Die Lage *des Lokaljournalismus*

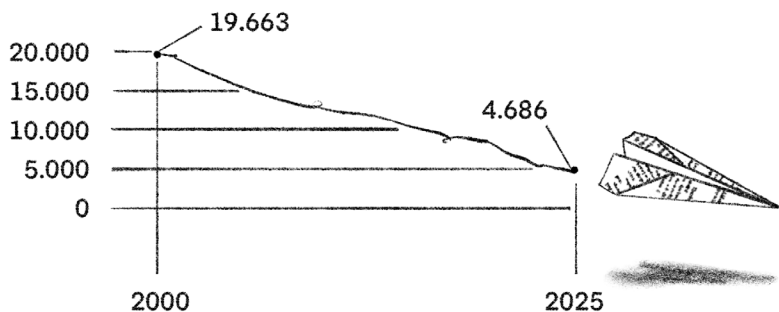
Die Menschen haben ein großes Bedürfnis nach Informationen aus ihrer unmittelbaren Umgebung. Doch ausgerechnet die Lokalzeitung kann davon nicht profitieren. Ist sie noch zu retten?

Drohende Verwüstung

Die aufsehenerregendsten Geschichten, die bundesweit für Schlagzeilen sorgen, mögen meist aus recherchestarken Investigativresorts bekannter deutscher überregionaler Medienmarken kommen. Die meisten Menschen aber, das zeigen Untersuchungen, interessieren sich in ihrem Alltag mehr für Informationen aus dem unmittelbaren Nahbereich als für die große Politik und Nachrichten aus aller Welt. Und zwar in allen Altersgruppen – wenn auch bei jungen Menschen weniger stark ausgeprägt als bei älteren (Behre et al. 2024, S. 14). Dieses Informationsbedürfnis bedient in erster Linie der Lokaljournalismus, meist durch seine prominenteste Vertreterin, die Lokalzeitung. Und doch klaffen das Informationsinteresse der Bürgerinnen und Bürger und die Lage der Lokalzeitung meilenweit auseinander.

Zwar wird die Lokalzeitung von den meisten Leuten noch immer als wichtigste Quelle für Nachrichten aus ihrem direkten Umfeld genannt. Ihre tägliche Nutzung und Reichweite gehen aber immer weiter zurück (IVW 2024; Hagen et al. 2025). Der wachsende Anteil der E-Paper- bzw. Online-Abos kann den Rückgang bei der verkauften Druck-Auflage nicht auffangen. Hinzu kommt, dass Digital-Abos in der Regel weniger Umsatz bringen und auch der Online-Werbemarkt die weggebrochenen Anzeigenerlöse aus dem Printgeschäft nicht auffangen kann. Ein 2022 im Auftrag der Bundesregierung erstelltes Gutachten zur Situation der lokalen Presse in Deutschland stellte schon damals fest, dass die Zeitungen „zunehmend in eine wirtschaftliche Schieflage“ geraten (DIW ECON 2022).

Erste Folgen machte die von der Hamburg Media School in Zusammenarbeit mit Netzwerk Recherche herausgegebene Wüstenradar-Studie sichtbar. Danach hat die Zahl der sogenannten Einzelzirkelkreise stark zugenommen (Wellbrock und Maaß 2024). Das heißt: In den meisten Landkreisen oder kreisfreien Städten erscheint nur noch eine spezifische Lokalausgabe einer Zeitung.



Im freien Fall: Die Auflage der Ostthüringer Zeitung kennt seit Jahrzehnten nur eine Richtung. (Quelle: IVW, hier Lokalausgabe Greiz/Zeulenroda, bis 2021 getrennt ausgewiesen)

Die einzig gute Nachricht: Zeitungswüsten, in denen gar kein lokal-journalistisches Angebot mehr existiert, gibt es in Deutschland (noch) nicht. Anders in den USA: Dort schreitet die Verwüstung immer weiter voran (Waldman 2025) – mit negativen Auswirkungen für die Gesellschaft. Forschende fanden Anzeichen, dass in betroffenen Gebieten, in denen kein journalistischer „Watchdog“ den Mächtigen auf die Finger schaut, der Missbrauch öffentlicher Gelder steigt und die allgemeine Wahlbeteiligung sinkt (Wellbrock und Maaß 2024). Sollten die deutschen Nachrichtensteppen zu Wüsten werden, könnte hier eine ähnliche Entwicklung drohen (BLM 2025). Ellger et al. (2024, S. 1271) konnten bereits belegen, dass in deutschen Landkreisen und kreisfreien Städten, in denen einzelne Lokalausgaben verschwanden, die Polarisierung in der Bevölkerung zugenommen hat.

„In Thüringen ist die Konzentration der lokalen Presse seit der Wiedervereinigung besonders stark vorangeschritten“, heißt es in einer aktuellen Studie der Landesmedienanstalt Thüringen, mit der die Wissenschaftler Lutz Hagen, Peter Stawowy und Jens Woelke eine umfassende Bestandsaufnahme der lokalen Medienvielfalt und -nut-

zung im Freistaat vorgelegt haben (Hagen et al. 2025, S. 32). Demnach sind fast alle kreisfreien Städte und Landkreise Einzeitungskreise. Aus ihrem publizistischen Monopol können die Verlage aber kein Kapital schlagen. Fast ein Zehntel ihrer Abonnent:innen haben die Zeitungsverlage im Freistaat zuletzt jedes Jahr verloren (Hagen et al. 2025, S. 33). Das liegt zum einen, wie im ganzen Bundesgebiet, an der Altersstruktur der Leserschaft (s. Kasten S. 41) und dem veränderten Mediennutzungsverhalten junger Menschen.

*Den Medien schlägt aus der Bevölkerung ein überdurchschnittlich großes **Misstrauen** entgegen*

In Thüringen spielt aber noch ein weiterer Aspekt eine Rolle, der den demokratischen Kräften im Land zu denken geben muss: Auch wenn eine Mehrheit der Menschen in Thüringen stark an lokalen und regionalen Nachrichten interessiert ist und dafür in erster Linie klassische Medien wie Lokalzeitungen nutzt (Hagen et al. 2025, S. 156), schlägt den Medien aus der Bevölkerung ein überdurchschnittlich großes Misstrauen entgegen (Hagen et al. 2025, S. 75; Wagner 2021, S. 7). Wie vielschichtig die Gründe für dieses Misstrauen sind, zeigen Beiler et al. (2025) mit ihren Forschungsergebnissen aus der „Skepsis-Hochburg Sachsen“.

Ungeachtet der Gründe für den Auflagenschwund wird die Zustellung der Zeitung an die verbliebenen Kund:innen vor allem in dünn besiedelten Regionen für die Verlage teuer (Buschow und Kaiser 2024, S. 13). So teuer, dass die Funke Mediengruppe 2023 – wie bereits erwähnt – die Zustellung der gedruckten Lokalausgabe in einzelnen Gemeinden der Region Greiz einstellte (s. Kasten S. 16).

Digital only? Das Experiment der OTZ

Es war im März 2023, als aus Cossengrün, Silberloch, Pommeranz und Erbengrün eine „Modellregion für die Digitalisierung des ländlichen Raums“ wurde. So nannte die Funke Mediengruppe Thüringen in einer Pressemitteilung die ruhigen Dörfer im thüringischen Vogtland. Der Verlag kündigte an, ab Mai 2023 in elf Gemeinden rund um Greiz die gedruckte Tageszeitung nicht mehr zuzustellen. Rund 300 Abonnements



In Langenwetzendorf informierte die Ostthüringer Zeitung im April 2023 über die Digital-Angebote, Medienpädagoginnen erklärten die Nutzung von Smartphones und Tablets.

Foto: Netzwerk Recherche | Thomas Schnedier

waren betroffen. Die Zustellung in dem ländlichen Kreis sei unwirtschaftlich, denn die Kosten für Papier, Transport und Personal seien einfach zu hoch.

Die Pressemitteilung wurde aufmerksam gelesen, Journalist:innen der größten Medien des Landes reisten in die Dörfer, um Augenzeug:innen des Modellversuchs zu werden. Denn wie die Transition von Print- zu Digital-Abos gelingen kann, ist eine der zentralen Fragen der Zeitungsunternehmen. Auch Netzwerk Recherche war im Rahmen der Wüstenradar-Studie vor Ort, um zu beobachten, wie die Leser:innen auf den Versuch der „Zwangsdigitalisierung“ reagierten. Nils Kawig, Chefredakteur der *Ostthüringer Zeitung*, erzählte, die Ankündigung des Verlags habe durchaus für Ärger gesorgt: „Die Entrüstung war groß, ganz am Anfang. Es trifft halt wieder mal den ländlichen Raum. Das Verständnis dafür ist natürlich nicht besonders ausgeprägt in diesen Dörfern.“ Es gehe jedoch um die Zukunft, betonte er. „Wir machen hier etwas, was Lokaljournalismus erhalten soll und nicht, was Lokaljournalismus abschaffen soll.“

Das war ein wichtiges Ziel, denn die *Ostthüringer Zeitung* ist in der Region die einzige Lokalzeitung. Die Redaktion hat im Zentrum von Greiz ihren Sitz. Sechs Planstellen hat die Lokalredaktion, sagt Nils Kawig. Drei bis fünf Seiten sind in der Regel zu füllen, mit Berichten aus Greiz, Zeulenroda-Triebes und Umgebung. Die Auflage ist im freien Fall. Innerhalb von vier Jahren sank sie bei dieser Ausgabe um rund 34 Prozent. Im vierten Quartal 2025 lag die verbreitete Auflage (inklusive E-Paper) laut IVW bei 4.686 Exemplaren; im vierten Quartal

2021 waren es noch 7.130 Exemplare gewesen. Knapp ein Fünftel der heutigen Auflage wird digital verbreitet.

Die Aktion war ein Experiment. Die betroffenen Leser:innen waren überwiegend im Seniorenalter, keine Digital Natives. Der Verlag hatte den Schritt deshalb mehrere Monate lang vorbereitet und ein ganzes Paket mit Maßnahmen geschnürt, um den Wandel von Print- zu Digital-Abos zu begleiten. Dazu zählten drei Info-Veranstaltungen in den betroffenen Dörfern sowie zwei Medienpädagoginnen, die den Menschen mit Engelsgeduld App und Tablet erklärten. Der Verlag verteilte Gutscheine für einen passenden Volkshochschulkurs, die Hardware gab es auch. Wer ein Abo für zwei Jahre abschloss, bekam ein Tablet kostenlos dazu.

Doch trotz all dieser Bemühungen hatte das Medienhaus mit der Aktion nur mäßigen Erfolg. Nachdem der Verlag anfangs versuchte, möglichst viele Betroffene vom E-Paper zu überzeugen, bot er nach einiger Zeit den Abonnent:innen auch die Postzustellung als Alternative an. Das Ergebnis: 25 Prozent der Leser:innen wechselten ins E-Paper-Abo, 28 Prozent blieben dem Papier treu und entschieden sich für die Postzustellung. Die *Ostthüringer Zeitung* verlor durch die Aktion fast die Hälfte ihrer 300 Abonnent:innen in der Region um Greiz (Dudek 2024) – die betroffenen Leserinnen und Leser verloren ihre tägliche Quelle verlässlicher Lokalnachrichten.

Forschende erwarten, „dass die Zahl der Verlage, die bestimmte Verbreitungsgebiete auf digital-only umstellen, deutlich zunehmen wird“ (Buschow und Kaiser 2024, S. 12).

Und so setzten inzwischen auch andere Zeitungsverlage in Deutschland auf die „Zwangsdigitalisierung“ ihrer Leser:innen. Die Madsack Mediengruppe stellte im Dezember 2023 die Lokalausgaben Kyritz und Wittstock der *Märkischen Allgemeinen Zeitung* in Brandenburg komplett auf E-Paper um. Wie der Mediendienst *Kress Pro* berichtet, konnte der Verlag zuvor bereits beim *Prignitz Kurier* 60 Prozent der Print-Abos umwandeln. Dem *Schenefelder Tageblatt* im Kreis Pinneberg bei Hamburg gelang das lediglich in 40 Prozent der Fälle (Dudek 2024, S. 3).

Ins Gespräch kommen

Dank der Zusammenarbeit mit Vereinen und anderen Organisationen in der Region Greiz konnten wir vier Gruppendiskussionen mit insgesamt 50 Bürger:innen führen und mit ihnen über Lokaljournalismus sprechen.

Unsere Recherche

Ein Ausgangspunkt für diesen Report war die Recherche, die wir im Rahmen der Wüstenradar-Studie zum Medienmarkt in Thüringen begonnen hatten. Wir wollten wissen, was die damalige Entscheidung der OTZ für die Menschen vor Ort bedeutet. Um mit ihnen ins Gespräch zu kommen, haben wir uns einer Methode aus der sozialwissenschaftlichen Forschung bedient: der Gruppendiskussion. Dabei initiieren und lenken Moderierende das Gespräch mehrerer Freiwilliger im Hinblick auf vorher festgelegte Themen (Prinzen 2020, S. 1). Die in den Gesprächsrunden zu Tage tretenden Meinungen, Gefühle, Erwartungen, Erfahrungen und Wahrnehmungen von sozialen Gruppen (Prinzen 2020, S. 14) bilden die qualitative Datengrundlage dieses Reports.

Welche Art von Nachrichten wünschen sich die Menschen eigentlich?

Zwischen März 2025 und Februar 2026 haben wir vier Gruppendiskussionen in der Region Greiz durchgeführt. Welche Folgen hat es, wenn die Papierzeitung nicht mehr zugestellt wird? Welche anderen Informationsquellen für Aktuelles aus der Nachbarschaft gibt es? Und welche Art von Nachrichten wünschen sich die Menschen eigentlich? Diese und weitere Fragen leiteten die Gespräche.

Da unser Verein seinen Sitz in Berlin hat, waren wir vor Ort auf die Unterstützung von örtlichen Vereinen und Organisationen angewiesen. Wir bedanken uns sehr herzlich bei allen Institutionen, die als Türöffner die Gespräche und damit das Gelingen des Dialogprojekts möglich gemacht haben (s. Kasten S. 23).

Bei diesen Gesprächen kamen so genannte natürliche Gruppen zusammen. In dieser Konstellation kennen sich die Teilnehmenden bereits vor der Diskussion und können sich auf gemeinsame Erfahrungen beziehen. Das erleichtert erfahrungsgemäß das Gespräch (Prinzen 2020, S. 5). Bei unseren Veranstaltungen trafen sich die Landfrauen Langenwetzendorf, die rund um einen Dorfverein engagierten Bürger:innen in Cossengrün, die Auszubildenden der Sparkasse Gera-Greiz, die an vielen Orten im Landkreis eingesetzt werden, sowie die Menschen einer gemeinnützigen Vernetzungsinitiative in Greiz. Insgesamt beteiligten sich 50 Bürger:innen an den Gesprächen. Wir waren um eine möglichst hohe Varianz unter den Teilnehmenden bemüht, um unterschiedliche Perspektiven auf das Thema abzubilden. Vor allem bei den beiden Merkmalen Alter und Geschlecht haben wir dies erreicht.

Ein flexibler Leitfaden half bei der Moderation der Veranstaltungen. Als Erzählstimuli setzten wir auf tagesaktuelle Ausgaben der Ost-



Lebhafte Diskussion mit Bürgerinnen und Bürgern in Greiz zum Lokaljournalismus vor Ort im Rahmen des Dialogprojekts.

Foto: Marcus Daßler

thüringer Zeitung. Außerdem kamen kostenlose Anzeigenblätter wie das *Neue Gera* oder *Bürgerzeit aktuell*, historische Lokalzeitungen und Fotos der OTZ-Digitalisierungsoffensive zum Einsatz. Die Gespräche wurden mit dem Einverständnis aller Anwesenden aufgezeichnet. Anschließend wurden sie transkribiert und systematisch ausgewertet. Dafür wurden die Daten auf Basis von deduktiv und induktiv gebildeten Kategorien inhaltsanalytisch ausgewertet (Prinzen 2020, S. 9). Die erhobenen Daten sind nicht repräsentativ.

Die Erkenntnisse aus den Gruppendiskussionen haben wir durch weitere Informationen ergänzt und eingeordnet. Als Grundlage dienten uns die einschlägige Fachliteratur und eigene Recherchen. Insbesondere das intransparente Medienprojekt *Heimatbote Vogtland* und seine Hintergründe machten weitere Recherchen erforderlich.

Dankeschön

Unser Dank gilt den Wissenschaftlerinnen Prof. Dr. Ulla Autenrieth, Forschungsleiterin am Institut für Multimedia Production der Fachhochschule Graubünden, und Johanna Burger, wissenschaftliche Projektleiterin am selben Institut und Doktorandin an der Freien Universität Berlin, für die fachkundige Bewertung des Medienprojekts *Heimatbote Vogtland*. Für das Kurzinterview und die konstruktive Zusammenarbeit im Laufe des gesamten Projekts bedanken wir uns bei Nils Kawig, Chefredakteur der *Ostthüringer Zeitung*. Ein großes Dankeschön geht zudem an alle Institutionen in der Region Greiz, die als Türöffner die Fokusgruppengespräche und damit das Gelingen des Dialogprojekts möglich gemacht haben.

Cossengrün e. V.

Der Verein im Dorf Cossengrün hat es sich zur Aufgabe gemacht, die alte Dorfschule zu sanieren und zu erhalten. Jetzt ist das Gebäude – nach einer aufwändigen Renovierung – ein Mittelpunkt des Vereinslebens. In der Alten Schule gibt es heute zum Beispiel einen Gemeinschaftsraum und eine Töpferwerkstatt. Die *Ostthüringer Zeitung* nutzte im April 2023 den früheren Schulhof für die Informationsveranstaltung des Verlags zur Umstellung auf ein Digital-Abo, die taz berichtete aus Cossengrün.

Landfrauen Langenwetzendorf

Die Landfrauen Langenwetzendorf sind eine Ortsgruppe der traditionsreichen Landfrauen-Bewegung, die Frauen im ländlichen Raum zusammenbringt und ihre Interessen vertritt. Der Thüringer Landfrauenverband e. V. dient als Dachverband. Langenwetzendorf ist eine Gemeinde im Landkreis Greiz, die Ortsgruppe trifft sich regelmäßig für geselligen Austausch und informative Vorträge. Auch in Langenwetzendorf informierte die *Ostthüringer Zeitung* ihre Leserinnen und Leser, Netzwerk Recherche war damals vor Ort dabei.

Löwenspinne e. V.

Der gemeinnützige Verein aus Zeulenroda-Triebes vernetzt die Menschen, Unternehmen, Vereine und Kommunen im Vogtland miteinander. Dafür hat der Verein zum Beispiel die Greizer Märchenfenster ins Leben gerufen. Bei der jährlichen Weihnachtsaktion dekorieren Schulen, Kitas, Vereine und Unternehmen die leer stehenden Schaufenster in der Innenstadt. Für das Dialogprojekt organisierte der Verein eine

Gesprächsrunde mit engagierten Bürger:innen aus Greiz und Umgebung.

Museum Reichenfels

Der Ortstermin in Langenwetzendorf wurde inhaltlich unterstützt durch das Museum Reichenfels, das historische Tageszeitungen zur Verfügung stellte – zum Beispiel eine Ausgabe der *Volkswacht*, der Lokalzeitung der SED-Bezirksleitung Gera. Die alten Heimatzeitungen dienten als Impulse für eine lebhafte Diskussion. Das Museum in Hohenleuben beherbergt die historischen Sammlungen des Vogtländischen Altertumsforschenden Vereins zu Hohenleuben e. V., der bereits 1825 gegründet wurde und seit 2016 auch Träger des Museums Reichenfels ist.

Sparkasse Gera-Greiz

Die Sparkasse Gera-Greiz organisierte für das Dialogprojekt eine Gesprächsrunde mit allen Auszubildenden der Bank, in der es vor allem um die Mediennutzung der jungen Generation ging. Wie auch bei der Lokalzeitung ist die Digitalisierung der Angebote im ländlichen Raum für die Sparkasse ein besonders wichtiges Thema. Sie setzt dabei zum Beispiel auf spezialisierte Berater:innen, die langjährige und an persönliche Beratung gewöhnte Kund:innen bei ihren Bankgeschäften zu Hause unterstützen. Zudem ist ein Sparkassen-Mobil als „rollende Filiale“ in der Region unterwegs.

Ohne Lokalzeitung *entstehen Informations- lücken*

Die Lektüre der Lokalzeitung ist für viele mehr als ein lieb gewonnenes Ritual, sie ist Garant für gesellschaftliche Teilhabe. Alternativen gibt es, aber ein adäquater Ersatz fehlt.

Das Amtsblatt ist (k)eine Alternative

„Zeitunglesen, das gehört halt zum Alltag“, so fasste eine ältere Dame aus Cossengrün ihr Verhältnis zur Lokalzeitung zusammen. Bis zum Digital-Experiment der OTZ war der morgendliche Gang zum Briefkasten für sie wie für viele andere Menschen der Region mehr als ein lieb gewonnenes Ritual. Die Zeitung war die Basis für gesellschaftliche Teilhabe. „Ich brauche die Zeitung einfach als Informationsquelle“, sagte eine andere Gesprächspartnerin. „Wo läuft was? Wo ist welche Baustelle? Welche Vorhaben plant der Bürgermeister? Das sind Informationen, damit ich dann auch woanders wieder mitreden kann.“

Die Digital-Abo-Initiative der OTZ schnitt viele der vor allem älteren Abonnent:innen, die den Schritt ins Digitale nicht wagen wollten oder konnten, von wichtigen Informationen aus dem unmittelbaren Nahbereich ab. Eine echte Alternative gibt es nicht. Zwar bringen auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk (MDR) oder private Radiosender wie das in den Gesprächen immer wieder erwähnte *Vogtland Radio* punktuell Lokalnachrichten, aus rechtlichen (MDR) oder ökonomischen Gründen aber „nicht flächendeckend“ wie es in der Analyse der Thüringer Landesmedienanstalt heißt (Hagen et al. 2025, S. 41). Die Schließung der letzten Arztpraxis im Ort oder die Einführung eines Ruf-Busses sind für Regionalmedien, die ein größeres Verbreitungsgebiet haben, zudem oft nicht relevant genug. Für das Leben der Menschen in den Dörfern rund um Greiz haben aber gerade die Entwicklungen im Kleinen spürbare Folgen.

Bei einem Spaziergang durch Cossengrün führt der Weg am Schwarzen Brett des Dorfes vorbei. Hier hängen sie, die Informationen aus der Nachbarschaft. Es sind Einladungen zu Konzerten, die Liefertermine des Futtermittel-LKW, die Visitenkarte des mobilen Friseurs.

Zudem wurden zwei Kästen am Schwarzen Brett angebracht, über die das Greizer *Bürgermagazin* verteilt werden kann. Das Amtsblatt des Bürgermeisters erscheint monatlich – und war bei unserer Stippvisite bereits vergriffen.

Und so stellte dann auch ein Gesprächsteilnehmer fest, dass das Amtsblatt, in dem Behörden ihre Bekanntmachungen und aktuelle Nachrichten veröffentlichen, „immer häufiger als Quelle für Informationen, was die Stadt angeht, genutzt wird“. Für die Bürgerinnen und Bürger ist es ohne Zweifel eine wichtige Informationsquelle für den Alltag – mit Gottesdienstzeiten, Apothekenbereitschaften, Kulturveranstaltungen oder Berichten zum regen Vereinsleben. Ein unabhängiges Medium sind die Amtsblätter aber selbstredend nicht, sie informieren aus Sicht der Kommunen und Kreise und sind Teil der Öffentlichkeitsarbeit. Ihr Vorteil: Sie liegen an unterschiedlichen Orten aus und können kostenlos mitgenommen werden.

Was beim Greizer *Bürgermagazin* auffällt: Viele Inhalte könnten ganz ähnlich auch in der Lokalzeitung erscheinen. Es sind zum Beispiel Fotos vom Rosenmontagsumzug, der Jahresrückblick der Jugendfeuerwehr oder die Rubrik „Der Greizer Einzelhandel stellt sich vor“. Anders als bei der Zeitung haben der Bürgermeister und die Stadtverwaltung Raum für Selbstdarstellung, in Berichten und einem Editorial. Ähnlich ist es beim Landkreis Greiz. Der Landrat gibt ein monatliches Amtsblatt heraus, das *Kreisjournal*. Dem WhatsApp-Kanal des Landkreises folgen mehr als 3.000 Menschen (Stand: März 2026), die auf diesem Weg aktuelle Nachrichten, Veranstaltungstipps oder Baustellen-Updates vom Pressteam der Kreisverwaltung erhalten.

Das passt zu einem Trend, den die Zeitungswirtschaft kritisch verfolgt: Die Kommunen in Deutschland setzen verstärkt auf eigene Kommunikationskanäle, eigene Reichweiten und die direkte Ansprache der Bürger:innen (BLM 2025). Der Verband Deutscher Lokalzeitungen und Lokalmedien sieht darin ein strukturelles Problem: Kommunen agieren seiner Ansicht nach zunehmend wie publizistische

Akteure, in direkter Konkurrenz zur Presse. Vor allem die professionell betriebenen Social-Media-Accounts stören den Verband und die Zeitungshäuser, die er vertritt. Hier finde eine verfassungsrechtlich fragwürdige Machtverschiebung statt. Eine nicht repräsentative Umfrage des Verbands ergab, dass mancherorts die Presseabteilung der Stadt bereits größer ist als die für die Stadt zuständige Redaktion der Lokalzeitung (Röhrbein und von Engelbrechten-Illow 2025).



Die Informationszentrale im Dorf Cossengrün: das Schwarze Brett. Über einen kleinen Kasten wird dort auch das Bürgermagazin der Stadt Greiz verteilt, das Amtsblatt aus dem Rathaus.

Das ist in Greiz noch anders. Bei der notwendigen verbandspolitischen Diskussion über diese Entwicklung und die Kontrollfunktion der Lokalpresse dürfen wir allerdings die Menschen vor Ort nicht vergessen: Denn wenn in Dörfern wie Cossengrün die Papierzeitung nicht mehr wie früher zugestellt wird, dann ist das Amtsblatt mit seinen lokalen Informationen immerhin ein Garant für die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben.

Vermisst: *Lokale Recherchen und Themen aus der Nach- barschaft*

Unsere Gesprächspartner:innen wollen lokale Recherchen mit Tiefgang. Die Verlage schließen Lokalredaktionen und setzen bei Themen auf Regionalisierung. Ein unauflösliches Dilemma?

Wunsch nach Orientierung

Damit eine Reporterin oder ein Reporter den Weg nach Cossengrün findet, „muss schon schwer was los sein“, sagte ein Teilnehmer unserer Gesprächsrunde in dem kleinen Ort. Er mache immer wieder die Erfahrung, dass es kleinere Themen und Geschichten, die die Menschen in den Dörfern und Gemeinden bewegen, nicht in die Zeitung schaffen. Zwar liegt die Zahl der Reporterinnen und Reporter in der OTZ-Lokalredaktion im Landkreis Greiz stabil bei sechs. Anderswo wurden aber bereits Lokalredaktionen geschlossen – etwa jene in Zeulenroda-Triebes, einer kleinen Nachbarstadt von Greiz. „Überall fehlt es an Personal und das sieht man dann halt auch an der Zeitung, dass die lokale Berichterstattung einfach zu kurz kommt“, beklagte sich eine Gesprächspartnerin. Die Folgen beschrieb eine Leserin aus Langenwetzendorf: „Wenn ich montags die Zeitung aufschlage, denke ich manchmal: Der Lokalteil ist aber wieder überschaubar! Dabei war das ganze Wochenende so viel los.“

Bohrt Euch da doch mal rein!

Warum fällt da das

Dach ein? Steht das Gebäude

unter Denkmalschutz?

Recherchiert doch mal!

Eine journalistische Floskel lautet, dass die Themen im Lokalen auf der Straße liegen. Darüber stolpern kann aber nur, wer vor Ort ist. „Shoe leather reporting“ nennen die Amerikaner das. Wer nicht vor Ort ist, braucht sich über eine Entfremdung des Publikums nicht zu wundern (vgl. Eubel und Hoffmann 2025).

Die bereits erwähnten Forschenden der Thüringer Landesmedienanstalt gehen in ihrer sehr lesenswerten Studie davon aus, dass die Lokalausgaben der Tageszeitungen aus ökonomischen Gründen künftig noch stärker auf größere Verbreitungsgebiete zugeschnitten und für die Menschen vor Ort deshalb weiter an Relevanz verlieren werden (Hagen et al. 2025, S. 160). Die Verlage handeln damit gegen den erklärten Wunsch ihrer Kund:innen (s. Kasten „Blick in die Forschung“). Eine aus langfristiger Sicht fatale Strategie.

Blick in die Forschung

Das Lokale interessiert am meisten

Die Deutschen interessieren sich am meisten für Nachrichten aus der eigenen Stadt oder Region. Laut dem Reuters Digital News Report (Behre et al. 2024, S. 14) liegen Lokalnachrichten noch vor politischen sowie internationalen Nachrichten. Selbst bei den 18- bis 24-Jährigen sticht kein anderes Thema Informationen aus der direkten Umgebung aus. Und auch eine Mehrheit der Thüringer:innen ist stark an lokalen und regionalen Informationen interessiert. „Je größer die räumliche Nähe, desto stärker das Interesse“, schreiben die Forschenden der Thüringer Landesmedienanstalt (Hagen et al. 2025, S. 139). Sie betonen die einzigartige Rolle der Lokalzeitung als wichtigste Quelle lokaler und regionaler Informationen (zusammen mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk), stellen aber zugleich fest: „Das Angebot an Lokalausgaben der Tageszeitungen ist in Thüringen ausgedünnt.“ Alternativen? Fehlanzeige! Andere Angebote seien bislang kein Ersatz für die Lokalberichterstattung in Zeitungen und Rundfunk.

Kleinere Auflagen, größere Verbreitungsgebiete: Den Leserinnen und Lesern in der Region Greiz fällt diese Entwicklung schon jetzt auf. Die Teilnehmerinnen der Gesprächsrunde in Langenwetzendorf vermissten in der Lokalberichterstattung Nachrichten aus der eigenen Gemeinde. „Da geht es oft um Gera oder Weida“, berichtete eine Befragte. Nun könnte man einwenden, Gera liege nur etwa 30 Kilometer entfernt von Langenwetzendorf, bis nach Weida seien es sogar nur rund 17 Kilometer. Doch für die Erwartungen an die Nähe der Heimatzeitung ist das wohl trotzdem zu weit entfernt: „Bei aller Liebe: Das interessiert ja nicht. Du willst ja etwas von hier wissen.“ Und auch wenn einige Gesprächsteilnehmer:innen durchaus Interesse an Nachrichten aus der Region und den Nachbargemeinden zeigten: Das Lokale hat für alle oberste Priorität.

Den Landfrauen in Langenwetzendorf ging es in ihrem Gespräch aber nicht nur um den Wunsch an die Zeitung, Chronistin der lokalen Ereignisse und Veranstaltungen zu sein. Intensiv diskutierte die Gruppe auch über Themen, die die Menschen vor Ort aufregen, sich



Am Beispiel von aktuellen und historischen Zeitungen diskutiert eine Gruppe der Landfrauen in Langenwetzendorf über den Lokaljournalismus.

aber nicht in der Zeitung wiederfinden. Die Frauen störte zum Beispiel ein verlassener Hof, der zunehmend vermüllt, ein „Schandfleck mitten im Dorf“. An die Adresse der Lokalzeitung richtete sich daher der Appell einer Gesprächspartnerin: „Bohrt Euch da doch mal rein! Warum fällt da das Dach ein? Steht das Gebäude unter Denkmalschutz? Recherchiert doch mal!“

Immer dünner, immer teurer

Vor allem weil die Zeitung so „dünn geworden“ sei und die Berichterstattung aus Sicht mancher Gesprächspartner:innen „wenig Substanz“ habe, regen sich die Abonnent:innen über die steigenden Preise auf. Mehr als 600 Euro für das Jahresabo ist manchem ganz „einfach zu teuer“. Eine Greizerin sagte: „Wer kann sich das noch leisten, wenn du dir die Renten bei uns im Osten anguckst?“ Glaubt man den Prognosen von Marktanalyst:innen, werden weitere Preissteigerungen zu immer mehr Abo-Kündigungen führen. Den Verlagen drohe auch deshalb in den kommenden Jahren der Verlust von bis zu 40 Prozent ihrer Print-Abos (Mayer 2023).

Für die Digital-Abo-Initiative der *Ostthüringer Zeitung* gab es in den Diskussionen aber durchaus auch Verständnis. Der Preis eines Digital-Abos sei deutlich günstiger, betonte eine Gesprächspartnerin. Eine andere Teilnehmerin wies auf die Beschwerlichkeiten für die Zustellerinnen und Zusteller hin, die mitten in der Nacht von Dorf zu Dorf fahren müssten. Sie habe selbst fünfzig Jahre lang die Zeitung ausgetragen, das sei eine anstrengende Aufgabe.

Anspruchsvoller Lokaljournalismus, Tiefgang in der Berichterstattung: Über diese Erwartungen an die Lokalzeitung diskutierte auch die Fokusgruppe in Greiz. Eine Teilnehmerin der Runde brachte es dabei auf den Punkt: „Mir fehlt bei den Artikeln teilweise dieses Erklären, woher etwas kommt, und dass sie sich dahinterklemmen. Oft wird nur davon berichtet, wie es ist, aber nicht, wie das zustande gekommen ist. Welche Personen stehen dahinter? Was ist das Gute, was ist das Schlechte daran? Dieses Ganzheitliche, damit ich einen Eindruck bekomme und mir tatsächlich eine Meinung bilden kann.“ Mehrere Gesprächspartner:innen äußerten sich dahingehend ähnlich. Sie alle betonten die in ihren Augen so wichtige Orientierungsfunktion des Journalismus.

Gemeint ist damit nicht „betreutes Denken“, wie es Populist:innen den Medien so gerne vorwerfen, sondern die Ermächtigung zur Meinungsbildung durch das Aufzeigen unterschiedlicher Perspektiven auf ein Thema. Neben den tiefergehenden Recherchen wünschten sich unsere Gesprächspartner:innen dezidiert Kommentare aus der Redaktion und selten in der Lokalberichterstattung zu findende Stimmen aus der Bevölkerung (vgl. Wagner 2021, S. 445).

Einige Gesprächsteilnehmende erzählten von einer Wende zum Besseren bei der Lokalzeitung. „Die Redakteure, die mal auf mich zukamen, um über ein Projekt zu berichten, sagen inzwischen immer wieder: Wenn irgendwas ist, ruft uns an! Und die sind dann auch bereit, wirklich vor Ort zu kommen und Artikel zu schreiben.“ Auch andere machen die aus ihrer Sicht als lokale Akteur:innen zufriedenstellende Erfahrung, mit den eigenen Themen wieder im Blatt zu erscheinen – mit einem aus normativer Sicht allerdings kritisch zu beurteilenden redaktionellen Vorgehen: der Übernahme von Pressemitteilungen. „Dann kommt meistens: Schicken Sie uns mal einen Artikel, also schreiben Sie selber einen Artikel und schicken Sie uns ein Bild“, hieß es in der Greizer Runde. „Und dann wird der manchmal noch ein bisschen umgeschrieben oder gekürzt und dann wird der genauso abgedruckt.“

Vier Fragen an Nils Kawig

Der Chefredakteur der *Ostthüringer Zeitung* reagiert auf Kritik der Leser:innen.

NR: In unseren Gesprächen in und um Greiz wünschten sich die Bürgerinnen und Bürger mehr Berichte aus den eigenen Gemeinden und aus der nächsten Umgebung. Ist diese Nähe für die *Ostthüringer Zeitung* überhaupt zu schaffen – oder müssen Sie die Lokalausgaben aus ökonomischen Gründen künftig noch stärker auf größere Verbreitungsgebiete zuschneiden?

Kawig: Leserinnen und Leser wünschen sich schon immer Inhalte aus ihrem unmittelbaren Umfeld. Gleichzeitig sehen wir an den erhobenen Daten der E-Paper- und Plus-Abonnenten, dass sublokale Inhalte kaum Leser finden. Es ist also weniger eine Frage der Wirtschaftlichkeit. Vielmehr müssen wir unsere lokalen Inhalte so konzipieren, dass sie möglichst viele Menschen in einer Region interessieren.

Die Befragten erwarten von der Lokalzeitung zum einen, Chronistin des gesellschaftlichen Lebens in der Region zu sein. Zum anderen wünschen sie sich in der OTZ aber auch anspruchsvollen Lokaljournalismus, der erklärt, einordnet und durch tiefgehende Recherchen Missstände aufdeckt. Ist diese Art der Berichterstattung mittlerweile zu aufwendig und zu teuer für die OTZ?

Unsere Lokalredaktionen verstehen sich nicht als Chronisten und unterliegen auch keiner Chronistenpflicht. Deshalb bilden wir nicht das gesamte gesellschaftliche Leben einer Region ab. Vielmehr suchen wir nach Themen, die nah an den Menschen und ihren Bedürfnissen sind. Und auch tiefe Recherchen verstehen wir als unsere Aufgabe.

Die Auflage der Lokalausgabe Greiz/Zeulenroda ist innerhalb von vier Jahren um 34 Prozent gesunken. Ähnlich schlecht sehen die Gesamtzahlen für die Titel des Verlags in Thüringen aus. Wie lange wird es nach Ihrer Prognose die gedruckte OTZ noch geben? Und wie planen Sie für die Zeit danach?

Die Frage nach der Zukunft der gedruckten Zeitung kann ich nicht beantworten. Das ist keine redaktionelle, sondern eine verlegerische Entscheidung. Als Redaktion halten wir daran fest, mit unseren Inhalten möglichst viele digitale Leserinnen und Leser neu zu gewinnen. Gemeint sind die Abonnenten von E-Papern und Plus-Inhalten.

Die Bürgerinnen und Bürger in und um Greiz nutzen auch andere Informationsangebote, insbesondere kostenlose Anzeigenblätter und seit einigen Monaten auch das AfD-nahe Online-Medium *Heimatbote Vogtland*. Wie gehen Sie mit dieser Konkurrenz um?

Wir richten unsere redaktionelle Arbeit nicht an Konkurrenzmedien aus, schon gar nicht an kostenlosen Anzeigenblättern.

Gefühl des **Abgehängt-** *seins wird* **verstärkt**

Vor allem ältere Menschen können oder wollen der Digitalisierung der Zeitung und anderer Lebensbereiche nicht folgen. Weil Greiz zu den ältesten Landkreisen Deutschlands zählt, ist dort ein besonders großer Teil der Bevölkerung betroffen.

Gibt es ein Recht auf analoges Leben?

Die von der Funke Mediengruppe ökonomisch begründete Abkehr von der klassischen Zeitungszustellung traf bei den (vor allem älteren) Menschen auch deshalb einen Nerv, weil sie darin die Fortsetzung einer schleichenden Entwicklung sehen: In kleinen Ortschaften wie Cossengrün leidet die Infrastruktur und die Versorgungslage wird schlechter. In der Fokusgruppe vor Ort berichteten die Menschen, dass es früher einen Bäcker, ein Wirtshaus und einen Fleischer gegeben habe. Der Bäcker verkaufe jetzt noch an zwei halben Tagen in der Woche frische Brötchen. „Ansonsten ist hier nichts mehr“, sagten sie. Diese für den ländlichen Raum typische Entwicklung führt zu einem stärker werdenden Gefühl des Abgehängtseins.

*Wer die gedruckte Zeitung lesen will,
muss auf die Post warten.*



Das Gespräch in Cossengrün erinnerte an eine öffentliche Diskussionsveranstaltung, zu der die *Ostthüringer Zeitung* im April 2023 eingeladen hatte, unter der Überschrift „Digitalisierung ländlicher Raum“. Zunächst erklärte der Chefredakteur der Lokalzeitung den Menschen, warum der Umstieg auf ein Digital-Abo zwingend sei. Dann ging es weiter: Ein Mann von REWE präsentierte den Dorfladen ohne Personal, bei dem die Menschen in einer 24-Stunden-Einkaufsbox ihre Waren an der Self-Checkout-Kasse bezahlen. Die Sparkasse Gera-Greiz sprach über das Online-Banking, ein Gründer aus Erfurt erklärte die von ihm erfundene Online-Plattform Dorfleben, mit digitaler Pinnwand und Veranstaltungskalender. Alles in allem war es eine Welt mit vielen Apps und wenig Menschen, die an diesem Abend als Perspektive für den ländlichen Raum skizziert wurde. Eine Besucherin meldete sich dann auch zu Wort und berichtete, die Menschen in den betroffenen Dörfern beklagten ein „Gefühl von Heimatverlust“. In Cossengrün äußerte ein Diskussionsteilnehmer die Bitte, „dass man das Land nicht so abhängt. Dass man den ländlichen Raum nicht einfach, wie soll ich sagen, ignoriert, übersieht.“

Nein, ich lebe mein Leben analog und das führe ich auch zu Ende

Der Digitalisierung im ländlichen Raum begegnete ein Teilnehmer der Gesprächsrunde in Cossengrün, indem er vehement für ein Recht auf analoges Leben eintrat. Er knüpfte damit an eine aktuelle politische Debatte an, in der gefordert wird, dass gerade ältere Menschen wichtige Dienstleistungen in Anspruch nehmen können, ohne gezwungen zu sein, dafür digitale Tools zu nutzen. Was für einen Großteil der Bevölkerung wohl überhaupt nicht erstrebenswert wäre, bedeutet für viele ältere Menschen hingegen Sicherheit. Der Bürger, der seine Zeitung mittlerweile selbst online liest, sagte uns: „Es wird

an die Rentner in keiner Weise mehr gedacht. Oder an die Älteren, die das nicht mehr wollen. Die eben sagen, nein, ich lebe mein Leben analog und das führe ich auch zu Ende. Für die, die sich damit nicht beschäftigt haben, ist das schlimm.“ Man höre ja im Fernsehen und Radio, was es da für Betrugsmaschen gebe. „Und deshalb sagen viele: Nein, das lehnen wir grundsätzlich ab.“

Natürlich gibt es auch Ausnahmen. Menschen, die sich auch im fortgeschrittenen Alter noch an eine neue Technik heranwagen – und selbst vom Ergebnis überrascht sind. Eine der Landfrauen, die sich nach eigener Aussage zunächst über das Digital-Abo geärgert hatte, weil ihre Eltern damit nicht zurechtkamen, stellte am eigenen Frühstückstisch fest, dass zwei Tablets deutlich weniger Platz brauchen als die mit ihrem Mann geteilte Zeitung. Sie resümiert: „Für uns ist es jetzt fast schöner.“

Alt, älter, am ältesten: Landkreis Greiz

Wer durch die Residenzstadt Greiz spaziert, der kann fürstliche Schlösser, bürgerliche Villen und repräsentative Jugendstilbauten bewundern. Was beim Spaziergang in der Kreisstadt im thüringischen Vogtland aber auch auffällt: Es sind nur wenige Kinder und viele alte Menschen auf den Straßen und Plätzen unterwegs.

Das passt ins Bild, denn das Thüringer Landesamt für Statistik (2023) hat alarmierende Zahlen für den Landkreis Greiz gesammelt. Die Bevölkerung schrumpft, in den vergangenen zwanzig Jahren um rund zwanzig Prozent. Die Zahl der Ge-

burten ist eingebrochen, so dass Greiz nach einer Prognose bald Deutschlands ältester Landkreis sein wird (Hänel 2025).

Das hat gravierende Folgen für die Menschen in der Region: Den Betrieben fehlen Arbeitskräfte, weitere Engpässe bei der Pflege drohen, Familien müssen mit größeren Entfernungen zur Schule rechnen, für Gewerbetreibende wird es noch schwieriger. Und auch das fällt bei einem Bummel auf: Viele Schaufenster und Ladengeschäfte in bester Lage in der Greizer Altstadt stehen leer, so manches einst herrschaftliche Haus verfällt.

Die Kommunalpolitik stehe angesichts der demografischen Entwicklung vor einer Mammutaufgabe, kommentierte die *Ostthüringer Zeitung*: „Statt Wachstum zu planen, muss der Rückbau organisiert werden. Infrastruktur muss an sinkende Einwohnerzahlen angepasst, die Versorgung einer alternden Bevölkerung sichergestellt und gleichzeitig versucht werden, junge Menschen in der Region zu halten oder zurückzugewinnen.“ (Hänel 2025)

Und es ist nicht nur die Kommunalpolitik, die auf die demografische Entwicklung reagieren muss. Auch die Lokalzeitungen müssen Wege finden, junge Menschen zu erreichen, wenn die Leserschaft immer älter wird. In einem hörenswerten Podcast (Barth und Dobe 2023) brachte es Thomas Spanier, Lokalchef der *Ostthüringer Zeitung* in Saalfeld-Rudolstadt, auf den Punkt: „Wenn am Wochenende drei Seiten Todesanzeigen in der Zeitung sind, sage ich immer: Das sind drei Seiten Abbestellungen.“

Social Media *statt* Lokalzeitung

Junge Menschen haben in der Regel keinen Bezug mehr zur Lokalzeitung. Welche Informationen sie erreichen, bestimmen im Wesentlichen Algorithmen. Ihre Fähigkeit zur Quellenkritik und das Vertrauen in seriöse Medienmarken schwinden. Für die Zeitung ein ernsthaftes Problem.

*Chancenlos gegen den
Algorithmus*



Kurz und kostenlos

In einem Fokusgruppengespräch mit den Auszubildenden der Sparkasse Gera-Greiz, an dem 28 junge Erwachsene aus unterschiedlichen Lehrjahren teilnahmen, zeigte sich sehr schnell: An der Berichterstattung der Lokalzeitung haben die Auszubildenden kein Interesse. „Für mich sind da viel zu viele irrelevante und überflüssige Informationen drin“, sagte ein Teilnehmer. Die Aussage passt zu den Forschungsergebnissen des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (Feierabend et al. 2024), wonach 29 Prozent der befragten jungen Menschen meinen, „[d]ass Nachrichten generell nichts mit dem eigenen Leben zu tun haben“.



Auszubildende der Sparkasse Gera-Greiz im Gespräch über Lokaljournalismus und die Nutzung von Social Media.

Dies dürfte aber eher an der Aufbereitung von Nachrichten in klassischen Medien liegen als an pauschalem Desinteresse. Denn Studien zufolge zeigen sich junge Menschen durchaus interessiert für das, was in ihrer Heimat und der Welt passiert (Behre 2025; Coleman et al. 2025). Das zeigt auch diese Wortmeldung aus dem Kreis der Auszubildenden: „Es geht nicht mal unbedingt darum, dass uns alle jetzt so gar nicht interessiert, was um uns herum passiert, oder dass es uns komplett egal ist. Aber ich denke einfach, die Themen, die aufgegriffen werden, sind so Sachen, die uns halt eher weniger tangieren.“

An dieser Stelle wird der Spagat deutlich, den die Lokalzeitung schaffen müsste: Ältere Bevölkerungsgruppen bei der Stange halten und zusätzlich die Jungen abholen. Aktuell gelingt dies – zumindest der OTZ – nicht in ausreichendem Maße. Kaum ein junger Mensch, mit dem wir gesprochen haben, hatte einen Bezug zur Lokalzeitung. Eine Auszubildende erklärte das mit fehlenden Kontaktpunkten im Alltag: „Früher lag die Zeitung auf dem Tisch und wenn ich frühstü-

Foto: Sparkasse Gera-Greiz | Christine Schimmel

cke und das liegt vor mir, dann würde ich auch reingucken. Aber es liegt halt nicht da.“ Die Markenbindung geht auf diese Weise von einer Generation zur nächsten verloren und mit ihr erodiert das Vertrauen in die Lokalzeitung als Quelle seriöser Information. Die Folge: Dieser Altersgruppe ist es zunehmend egal, ob sie ihre Informationen von Journalist:innen oder aus anderen Quellen bekommen. Sie vertrauen Social Media (BLM 2025; Coleman et al. 2025).

Und so folgen einige der befragten Auszubildenden den Social Media-Accounts lokaler Organisationen und erfahren so Neuigkeiten aus der Region. Als Beispiele nannten sie die Instagram-Accounts

Blick in die Forschung

Oma-Vibes der Lokalzeitung

Unsere Beobachtungen decken sich mit bundesweiten Trends. Tatsächlich liest kaum mehr jede:r zehnte 18-24-Jährige eine gedruckte Zeitung (Höhlig und Behre 2021, S. 16), selbst digitale Zeitungsangebote haben für die gerade Volljährigen nahezu keine Relevanz (Feierabend et al. 2024). Die Lokalzeitung assoziieren die jungen Erwachsenen aus Greiz und Umgebung eher mit ihren Großeltern. Dass auch Fernsehen unter den Auszubildenden kaum noch eine Rolle spielt, passt zur aktuellen Mediennutzung dieser Altersgruppe (Hagen et al. 2025, S. 143). Was in der Welt los ist, erfahren junge Menschen am ehesten „nebenbei“ – durch Gespräche im Familien- oder Freundeskreis (Feierabend et al. 2024) oder als „Beifang“ in ihren Social Media-Feeds (Coleman et al. 2025).

örtlicher Fußballvereine oder der Freiwilligen Feuerwehr, die über Spielergebnisse, Brände oder Unfälle berichten.

Es waren aber nicht nur Sport- und Blaulicht-Meldungen, die die Gruppe interessierten. Auch der Instagram-Account @stayingera wurde genannt, der „die schönen Seiten der Stadt“ betont. Initiator des Accounts ist ein in Gera ansässiges Unternehmen der Immobilienwirtschaft, das mit YouTube-Videos, Podcasts und dem Instagram-Account zeigen möchte, dass „Gera mehr zu bieten hat, als die Schlagzeilen zur Stadt vermuten lassen“. Bei Instagram folgen

Lebenszykluseffekte

Wenn ich mal groß bin, lese ich Zeitung

Aus Sicht der Lokalzeitung mag es klingen wie ein Hoffnungsschimmer am düsteren Horizont, wenn ein Auszubildender über die eigene Zukunft sagt: „Vielleicht, wenn ich irgendwann mal Kinder haben sollte und ein Haus auf dem Dorf baue, könnte es mich interessieren, was um uns ringsherum in der Nachbarschaft passiert, weil ich dann wie meine Eltern oder meine Oma werde.“ Tatsächlich kennt die Forschung sogenannte Lebenszykluseffekte, wonach sich junge Menschen weniger dem eigenen Umfeld zugehörig fühlen als ältere. Das könnte erklären, warum sie sich zum Beispiel weniger für Lokaljournalismus interessieren (Coleman et al. 2025). Aber Verlage sollten sich keine falschen Hoffnungen machen. Wer sein Leben lang keinen Bezug zur Lokalzeitung aufgebaut hat, wird später nur schwer davon zu überzeugen sein, für ein solches Produkt Geld auszugeben.

mehr als 10.000 Menschen dem Marketing-Account, mehr als dem Account der *Ostthüringer Zeitung* (rund 8.150 Follower, alle Zahlen: Stand März 2026). Für die Gruppe der Auszubildenden spielte der Instagram-Account der OTZ keine Rolle.

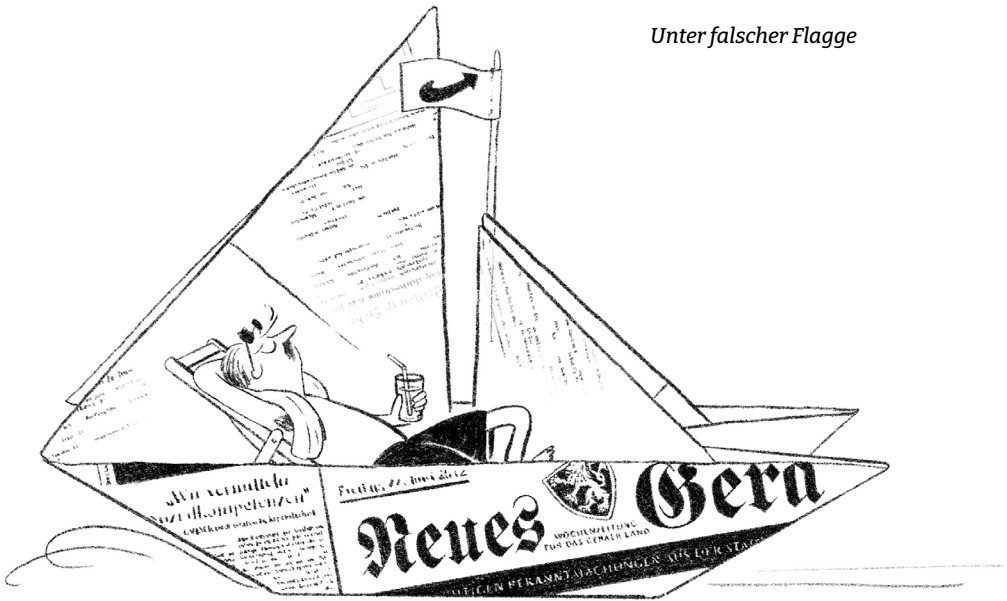
Die Gesprächsrunde zeigte: Die jungen Erwachsenen sind für Inhalte empfänglich, die speziell für die von ihnen genutzten Plattformen konfektioniert sind. Das gelingt Angeboten aus der Öffentlichkeitsarbeit und dem Marketing deutlich besser als dem Lokaljournalismus. Daraus sind zwei Schlüsse zu ziehen: Zum einen brauchen wir mehr Vermittlung von Medienkompetenz in der Schule, damit die jungen Erwachsenen die Social Media-Accounts als Quellen von lokalen Informationen kritisch prüfen und richtig einordnen können.

Zum anderen müssen sich die Zeitungen radikal an das Mediennutzungsverhalten der jungen Generationen anpassen, um diese Zielgruppe an sich zu binden (Tillmann 2025). Und so führt der Weg zur jungen Zielgruppen derzeit nur über Kurzvideos. „Ich bin zu faul, um mir einen langen Bericht durchzulesen“, bekannte ein Gesprächsteilnehmer in der Runde. „Da ist es viel einfacher für mich, mir einen 15-Sekunden-Beitrag bei TikTok oder Instagram anzuschauen.“

Wegen fehlender Monetarisierungsstrategien auf den Plattformen (Peteranderl 2026) bleibt es allerdings eine Wette auf die Zukunft. Entsprechend zaghaft agieren Medienhäuser. Anders als die von den Auszubildenden lobend erwähnten Social Media-Kanäle der öffentlich-rechtlichen *Tagesschau* müssen die Verlage ihre Inhalte knallhart refinanzieren. Die flächendeckend eingezogenen Paywalls sorgen jedoch für Frust bei den jungen Nutzer:innen. „Die meisten von uns sind ungern bereit, Geld dafür zu zahlen, sich einen Artikel durchzulesen“, hieß es von den mit einem Überangebot kostenloser Informationen groß gewordenen Auszubildenden. In Thüringen, prognostizieren Forschende, werde, „wenn sich die Dinge nicht ändern, die Gruppe derjenigen weitgehend aussterben, die für lokale Orientierung derzeit noch zahlungsbereit ist“ (Hagen et al. 2025, S. 166).

Vorsicht, *Lückenfüller!*

Rechtspopulistische Akteur:innen nutzen die Krise der Lokalzeitung und unterwandern kostenlose Anzeigenblätter. So erreichen sie mit ihren politischen Inhalten große Teile der Bevölkerung, die manchmal gar nicht merken, wie ihnen geschieht.



Parteiliche Presse

Was bleibt, wenn die Lokalzeitung nicht mehr zugestellt wird, zu teuer ist oder das eigene Informationsinteresse nicht erfüllt? Die Menschen suchen sich Alternativen. Und so gelangen lokale Informationen zum Beispiel über Social Media-Accounts lokaler Akteur:innen, Blogs, kommunale Portale, Anzeigen- und Amtsblätter zu den Menschen. Diese Angebote erreichen jede Woche „jeweils zwischen einem Viertel und der Hälfte der Bevölkerung“, heißt es in der Studie der Thüringer Landesmedienanstalt (Hagen et al. 2025, S. 163). Ob die Surrogate journalistischer Natur sind, scheint für viele unserer Gesprächspartner:innen keine Rolle zu spielen. Diesen Umstand wissen Populist:innen für sich zu nutzen.

Mehrere Medien haben bereits über einen besorgniserregenden Trend berichtet: die Unterwanderung von einst harmlosen Anzeigenblättern durch Rechtsextreme. Im *ZDF Magazin Royale* sagte Jan Böhmermann im September 2024, die Anzeigenblätter seien publizistische Lückenfüller – „wie Telegram, nur ausgedruckt“. Auch *Die Zeit* (Jürgens und Nejezchleba 2024) und das Fachblatt *Menschen Machen Medien* (Braun 2025) berichteten über das Phänomen.

Wir wollten uns für diesen Report selbst ein Bild machen und haben einige Ausgaben der kritisierten Anzeigenblätter aus der Region mit Titeln wie *Neues Gera* und *Bürgerzeit aktuell* gelesen.

Im Vordergrund der kostenlosen Zeitungen, die in Geschäften ausliegen oder ungefragt im Briefkasten landen, steht nach wie vor die klassische Mischung aus gewerblichen sowie privaten Anzeigen und lokalen Meldungen, meist auf Basis von Pressemitteilungen örtlicher Vereine, Kultureinrichtungen und anderer Akteur:innen. Doch die genannten Anzeigenblätter beschränken sich nicht auf diesen unverfänglichen Themenmix. Daneben kommen auffallend oft Themen und Beiträge vor, die ausschließlich und völlig unverblümt Positionen der AfD wiedergeben.

Für eine unabhängige Zeitung wäre eine derart unausgewogene Berichterstattung äußerst fragwürdig. Von der Meinungsfreiheit gedeckt ist das Vorgehen dennoch. Das Perfide daran: Für das Publikum ist der Unterschied nicht unbedingt ersichtlich – dabei steht auf der einen Seite eine klassische Lokalzeitung bzw. ein typisches Anzeigenblatt, die beide nach medienethischen, journalistisch-handwerklichen und presserechtlichen Standards arbeiten. Und auf der anderen Seite der Pseudo-Journalismus der Anzeigenblätter neuen Typs.

Denn die oft polemischen und einseitigen Beiträge sind beispielsweise in der *Bürgerzeit aktuell* keine redaktionellen Inhalte, sondern gekaufte Anzeigenplätze. So erschienen in der Ausgabe vom

4. Juli 2025 auf einer Seite zwei längliche „Artikel“ des Autors Michael Hauke, in denen er sich „über das sogenannte ‚Gutachten‘ des Verfassungsschutzes zur AfD“ auslässt. Die Szene, so scheint ist, ist bestens vernetzt. Denn Hauke ist selbst Verleger und veröffentlicht in den Anzeigenblättern seines Brandenburger Hauke-Verlags ähnlich populistische Leitartikel. Die Rubrik, in der seine beiden Text-Anzeigen erscheinen, heißt übrigens „gesichert unbequem“. Nur Linksextreme sehen darin wohl eine Anspielung auf die verfassungsrechtliche Einstufung von Teilen der AfD als „gesichert rechtsextrem“ sowie den vermeintlichen Mut, den es angeblich braucht, um in diesem Land gegen den „woken Mainstream“ anzuschreiben.

Presserechtlich kann man der *Bürgerzeit* indes nichts vorwerfen. Der Verlag sichert sich durch eine Ausschilderung der Beiträge als „Anzeige“ ab. Aus medienethischer Perspektive ist die Aufmachung als redaktioneller Inhalt aber zumindest als irreführend zu kritisieren.

Gleiches gilt für die siebenseitige Zeitschrift der AfD-Landtagsfraktion „Blauer Mut“, die der Ausgabe der *Bürgerzeit* vom 6. Februar 2026 beiliegt. Hier schwadroniert Björn Höcke über die Frage „Muss es dazu kommen? Thüringen im Krieg“, apokalyptisch illustriert mit dem KI-generierten Bild des brennenden Jena. Der Deutsche Presserat empfiehlt, „redaktionell gestaltete Werbung wie z.B. Verlagsbeilagen deutlich als ‚Anzeige‘ zu kennzeichnen und diese für den Leser erkennbar vom redaktionellen Teil abzugrenzen.“ Eine entsprechende Kennzeichnung fehlt bei Höckes Privatpostille (er steht im Impressum als verantwortlich im Sinne des Presserechts).

Jetzt könnte man wie einer unserer Gesprächspartner in einer Gruppendiskussion sagen, als Verleger eines Anzeigenblattes dürfe man aus wirtschaftlichem Selbsterhaltungstrieb nicht wählerisch sein. Wer zahlt, bekommt Anzeigenplatz im Blatt. Aus seiner Sicht „ist es eine neutrale Zeitung, die einfach alles mitnimmt, was Geld bringt.“

Der Politikberater Johannes Hillje sieht in der offensichtlichen Nähe vieler Gratiszeitungen zur AfD hingegen eine klare Strategie. Durch die Schaffung eigener parteinaher Medienkanäle versuche die Partei, die von ihr forcierte extreme Polarisierung im öffentlichen Diskurs noch zu verstärken, sagt Hillje (DLF 2023). Ähnlich äußert sich der Thüringer Verfassungsschutz-Präsident Stephan Kramer (Jürgens und Nejezchleba 2024). Dafür nutzen die Populist:innen die Schwäche der darbenden Lokalzeitung, die längst nur noch einen Bruchteil der Bevölkerung erreicht. Von Rechten unterwanderte Gratiszeitungen „drängen in ein publizistisches Vakuum“ (Jürgens und Nejezchleba 2024).

In der Wissenschaft wird diese Form von Pseudo-Journalismus, der durch „Polemik, politische Parteilichkeit und eventuell noch durch andere Mängel im Hinblick auf journalistische Qualitätsnormen geprägt ist“ (Hagen et al. 2025, S. 124), als „Pink Slime“ bezeichnet (s. Kasten S. 62).

Dem geschulten Auge fallen diese Mängel beim Blick ins *Neue Gera* (z. B. in der Ausgabe vom 4. März 2026) schnell auf. Eine Trennung von Bericht und Kommentar findet nicht statt – zumindest dann nicht, wenn sich mit dem Thema Stimmung machen lässt. Das Wörtchen „Anzeige“ kommt nicht vor. Selbst eine AfD-Werbe-Kolumne von Dieter Laudenbach wird als redaktioneller Inhalt verkauft – dabei zieren den blau eingerahmten Text ein Foto des freundlich lächelnden Stadtrats und Landtagsabgeordneten sowie seine Kontaktdaten und das Partei-Logo. Umrahmt wird die Kolumne übrigens von einem Text, der mit „freundlicher Genehmigung des Michael Hauke Verlag[s]“ gedruckt wurde. Ob dem Publikum derlei Missachtung journalistischer Standards auffällt? Auf die fehlende Medienkompetenz setzt offenbar der Verleger, der in seinem Blatt klassische Medien, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und die etablierten Parteien verächtlich macht.

Man könnte das Gebaren dieser Anzeigenblätter als fehlende Professionalität belächeln, aber am Beispiel des *Neuen Gera* zeigt sich,

wie richtig Politikberater Hillje mit seiner Einschätzung liegt. Die AfD hat das *Neue Gera* zu einer Art verdeckter Parteizeitung umgebaut. Die Überschneidungen zwischen Blattlinie und Parteiprogramm sind offensichtlich. Kein Wunder: Herausgeber und Redaktionsleiter ist der AfD-Fraktionsvorsitzende im Stadtrat von Gera, Harald Frank.

Man könnte auch die Gattung der Anzeigenblätter belächeln, weil ihre journalistische Qualität selten die der Lokalzeitung erreichte. Aber auch das wäre fatal. Denn während die OTZ im Verbreitungsgebiet Südostthüringen, zu dem Gera gehört, auf eine tägliche Auflage von ca. 23.500 Exemplaren kommt (IVW Q2/2025), erscheint das *Neue Gera* alle zwei Wochen mit einer Auflage von immerhin 20.000 Exemplaren (Braun 2025). Wie die Forschenden der Landesmedienanstalt Thüringen zusammengetragen haben, erreichen Anzeigenblätter jede Woche weit mehr als die Hälfte der Bevölkerung im Freistaat.

Mittlerweile interessiert sich auch die Politik für „Verbreitung und Einfluss extrem rechter Anzeigenblätter in Thüringen“, wie aus einer aktuellen Kleinen Anfrage der Fraktion Die Linke im Thüringer Landtag hervorgeht, die noch beantwortet werden muss. Auch viele Bürgerinnen und Bürger wollen nicht einfach zuschauen, wenn Anzeigenblätter populistische Parolen weitertragen. In Gera produzierte das Aktionsbündnis „Gera gegen Rechts“ schon vor einigen Jahren Briefkastenaufkleber: „*Neues Gera* – Nein Danke“. In Langenwetzendorf **warnte eine Bürgerin** den OTZ-Chefredakteur bei einer Info-Veranstaltung vor der *Bürgerzeit aktuell*, weil das Blatt der „blauen Welle“ helfe, wie sie die Wahlerfolge der AfD nannte.

Von Netzwerk Recherche mit dem Vorwurf konfrontiert, Meinungsmache unter dem Deckmantel von Lokaljournalismus zu betreiben, reagierten weder *Neues Gera*-Herausgeber Harald Frank noch *Bürgerzeit aktuell* Geschäftsführerin Hjördis Grimm. Gegenüber der *Zeit* verneinten einige Verleger von Anzeigenblättern, der AfD nahezu stehen. „Man mache mit der AfD keine Politik, nur Geschäfte“ (Jürgens und Nejezchleba 2024).

Heikle **Doppelrollen**

In Greiz betreiben AfD-Politiker:innen ein eigenes Lokalmedium im Internet und berichten über politische Initiativen der rechtsextremen Partei. Einen Interessenkonflikt sehen sie darin nicht.

Die Heimlichkeiten des Heimatboten

„Heimatbote“ ist ein hübscher Titel für eine Publikation. Er klingt nach Verbundenheit mit den Menschen, nach festen Wurzeln in der Region und nach guten Nachrichten aus der Nachbarschaft. In Greiz weckt der Titel zudem bei vielen Menschen Erinnerungen an früher. Über viele Jahrzehnte erschien der *Heimatbote* als Kulturspiegel für den Landkreis, herausgegeben vom Kulturbund der DDR. Nach der Wende übernahm ein örtlicher Verein das Heft, bis er die traditionsreiche Publikation schließlich vor mehr als zehn Jahren einstellen musste. Seit ein paar Monaten ist der Name des *Heimatboten* nun zurück, als Titel einer kostenlosen „Online-Regionalzeitung“ für das Vogtland in Thüringen und Sachsen.

Unter den Veröffentlichungen finden sich viele Blaulicht-Meldungen, Pressemitteilungen von Ämtern oder Nachrichten aus dem Lokalsport und von Vereinen. Doch das Medienangebot ist nicht so harmlos, wie es auf den ersten Blick scheint. Auf der Webseite werden zum Beispiel Menschen, die Hetze im Internet melden, „Meldemuschi“ genannt, „egal welches der inzwischen 1.001 Geschlechter“ sie haben. Die Seite nahm zudem jüngst einen kleinen Verein im sächsischen Plauen ins Visier, weil er einen Auftritt des umstrittenen Autors Daniele Ganser in der „Schwurbelhalle Plauen“ kritisiert hatte. Aus den Äußerungen des Vereins könne „man förmlich den Neid der Erfolglosen herauslesen“. Der *Heimatbote* echauffierte sich: „Dr. Ganser verbreitet also ‚Verschwörungstheorien?‘ Nein, tut er nicht. Er stellt logische Fragen. Ganz sicher kann colorideo e.V. schlüssig erklären, warum WTC 7 einstürzte (exakter: in sich implodierte), ohne das dort ein Flugzeug hineinflog? Nicht? Dann sollten sich die Akteure von colorideo mit hohlen Phrasen und abwertenden Aussagen zu Personen zurückhalten.“ (Schreibfehler im Original, Anm. d. Red.)

Auch Kommunalpolitik ist ein wichtiges Thema, insbesondere die Greizer Lokalpolitik. Darauf wies auch der Teilnehmer einer Gruppendiskussion hin. Er sagte: „Das wird halt doch viel gelesen von den Menschen hier im Ort, weil sie sich eben über die kommunale Politik informieren wollen.“ Den Leserinnen und Lesern fällt dabei auf, dass die Berichterstattung zu Streitfragen auf AfD-Linie liegt. Immer wieder kommen Torsten Röder und Cornelia Tristram zu Wort, die an der

**Die Schlagseite in
der Berichterstattung kann an
einem fragwürdigen
Rollenverständnis und inneren
Widersprüchen liegen**

Spitze der AfD-Bürgerfraktion im Stadtrat Greiz stehen. Auch Pressemitteilungen der rechtsextremen Partei werden wiedergegeben und wohlwollend kommentiert. Ein Beispiel: Unter der Überschrift „AfD verschönert Greiz mit eigener Kraft“ berichtet der *Heimatbote Vogtland* (eigene Abkürzung: *HBV*), dass Mitglieder der Partei den Aussichtspunkt an einem Waldwanderweg freigeschnitten hätten. Die Redaktion war voll des Lobes für die Aktion mit der Motorsäge und sah darin ein politisches Signal: Die „Brandmauer wird bröckeln“, prognostizierte sie. „Menschen haben ein feines Gespür dafür, wer nur politische Durchhalteparolen schwingt, sich nur Dank Steuermittel fotografisch in Szene setzt oder eben selbst Hand anlegt für eine schöne Stadt Greiz.“

Die Schlagseite in der Berichterstattung kann an einem fragwürdigen Rollenverständnis und inneren Widersprüchen liegen. Der Chefredakteur des *Heimatboten*, René Kramer, und sein Team schreiben auf unsere Anfrage hin einerseits, man beachte den Pressekodex und



*Meinungsmache unter
dem Deckmantel von
Lokaljournalismus*

Qualitätsstandards: „Als Redaktion achten wir durch das ‚Vier-Augen-Prinzip‘ (kritisches Gegenlesen) sehr darauf, dass eben nicht einseitig berichtet werden kann. Sondern über das berichtet wird, was tatsächlich stattgefunden hat. Wir verstehen den *HBV* nicht als ‚Jubelpresse‘, sondern als kritisches Korrektiv.“ Das klingt, als verstehe sich die Redaktion als Watchdog. Das passt jedoch nicht zur Selbstbeschreibung des Medienprojekts.

Kramer betont in seiner Antwort an uns nämlich auch, dass alle Parteien oder Fraktionen im Rahmen ihrer Pressearbeit die Option hätten, „auch den *HBV* für ihre PR-Arbeit zu nutzen. Wenn davon nur sehr wenige Fraktionen Gebrauch machen, kann uns schlecht der Vorwurf einer einseitigen Berichterstattung gemacht werden.“ Die Online-Zeitung als Verlautbarungsorgan der Partei-Pressestellen? Veröffentlicht wird alles, was reinkommt? So lassen sich die Rubriken der Seite natürlich schnell und billig füllen. Auf der Webseite heißt es:

„Eigentlich ist die Idee *HBV* geboren worden, um speziell den Vereinen und Unternehmen im sächsischen und thüringischen Vogtland

ein Medium für ihre Öffentlichkeitsarbeit zu bieten.“ Und weiter: „Die Ausgewogenheit in der politischen Berichterstattung fehlt, weil alle anderen politischen Mitbewerber es vorziehen, sich in Schweigen zu hüllen.“

Aber warum sind die anderen Parteien so zurückhaltend? Da lohnt sich ein Blick ins Impressum und auf die handelnden Personen: Der *Heimatbote Vogtland* wird nicht etwa von dem Verein herausgegeben, der einst das Traditionsblatt *Heimatbote* verantwortete, denn diesen Verein gibt es nicht mehr. Hinter dem neuen Online-Medium mit dem alten Namen steht ein anderer Verein. Es ist die Heimatstiftung Greiz-Vogtland e. V., als Vereinspräsident fungiert Chefredakteur René Kramer. Er lebt berufsbedingt in Hessen, wie die *Ostthüringer Zeitung* im Oktober 2025 berichtete, als der Verein den aktuellen Vorstand wählte. Das Amt des Vizepräsidenten übernahm dem Bericht zufolge Torsten Röder, der zuvor Präsident der Heimatstiftung gewesen war. Zur Schatzmeisterin wurde Cornelia Tristram gewählt.

*Das ist für ein Medium, das sich selbst auf den **Pressekodex** beruft, eine abenteuerliche Argumentation*

Siehe da! Wir kennen Torsten Röder und Cornelia Tristram bereits aus der Berichterstattung des *Heimatboten*. Sie sind örtliche Spitzenpolitiker:innen der AfD. Torsten Röder ist Fraktionsvorsitzender der AfD Bürgerfraktion im Stadtrat Greiz, Cornelia Tristram seine Stellvertreterin. Torsten Röder ist zudem Vorsitzender der AfD-Fraktion im Kreistag. Über ihre Social Media-Kanäle teilen sie eifrig die Veröffentlichungen des *Heimatboten*. Der Account „Conny Tristram“ publiziert auch im *Heimatboten*. Für das Medienprojekt sind diese Doppelrollen heikel: Zwei Personen aus dem engsten Kreis repräsentieren nicht nur die AfD, sondern auch die Heimatstiftung Greiz-Vogt-

land als Herausgeber der Seite. Und offenbar arbeiten sie auch in der Redaktion mit.

Einen Interessenkonflikt sieht der *Heimatbote Vogtland* darin nicht. In seiner schriftlichen Antwort auf unsere Anfrage sieht er im Engagement der Mitarbeitenden für die vom Thüringer Landesamt für Verfassungsschutz als gesichert rechtsextrem eingestufte Partei sogar einen fachlichen Vorteil. Kramer schreibt, ohne einzelne Namen zu nennen: „In der Rubrik ‚Politik & Verwaltung‘ zeichnet unsere Redaktion aber aus, dass wir in unserem Mitarbeiterstamm auf zwei politisch Engagierte zurückgreifen können, die mit entsprechenden fachlichen Background (u.a. im Kommunalrecht wie Haushaltsrecht) den Bürgern das ‚Fachchinesisch‘ verständlich erklären können. Zudem kennen und verstehen sie die handelnden Personen der Verwaltungsspitzen, die Stadtrats- und Kreistagsräte sowie die Arbeit der Gremien. So können auch komplexere Sachverhalte erläutert werden.“

Das ist für ein Medium, das sich selbst auf den Pressekodex beruft, eine abenteuerliche Argumentation. Richtlinie 6.1 zu Ziffer 6 des Pressekodex regelt den Umgang mit Interessenkonflikten. Darin heißt es: „Üben journalistisch oder verlegerisch Tätige neben der publizistischen Arbeit zusätzliche Funktionen in Staat, Wirtschaft und Gesellschaft aus, müssen alle Beteiligten für eine strikte Trennung dieser Funktionen sorgen.“ Schon der Eindruck einer interessengeleiteten Veröffentlichung könne der Glaubwürdigkeit und dem Ansehen der Presse schaden. Die möglichen Interessenkonflikte sollen daher der Leserschaft offengelegt werden.

Doch Transparenz ist nicht die Stärke des *Heimatboten Vogtland*. Das beginnt bereits im Vereinsregister Greiz, wo die Heimatstiftung Greiz-Vogtland e. V. laut Impressum unter der Registernummer VR 220813 geführt wird. Unter dieser Nummer findet sich allerdings nur der Vorgänger, ein Verein mit dem Namen Freundeskreis Bürgerstiftung Greiz. Die Angaben im Vereinsregister sind stark veraltet, der letzte Eintrag stammt aus dem Jahr 2015.

Auf der Webseite werden die Autor:innen der Beiträge oftmals nicht namentlich genannt, viele Artikel werden vom Account „ChefRed01“ publiziert. Wer genau publiziert unter diesem Kürzel? Diese Frage möchte die Redaktion „aus Gründen des Datenschutzes und der redaktionellen Unabhängigkeit“ nicht beantworten, wie sie schreibt. Auch zur Finanzierung des Medienangebots möchte die Redaktion keine Auskunft geben. Was auffällt: Online-Anzeigen finden sich nicht auf der Webseite. Eine Paywall gibt es ebenfalls nicht. Nach eigenen Angaben arbeitet die Redaktion „rein ehrenamtlich“.

Wie ist das Lokalmedium nun zu bewerten? Sind die beschriebenen Defizite – fehlende Transparenz, nicht ausreichend offengelegte Interessenkonflikte, politische Einseitigkeit – nur die Kinderkrankheiten eines jungen Angebots, das bald für mehr Medienvielfalt in der Region sorgen könnte? In diese Richtung argumentiert Chefredakteur Kramer in seiner Antwort an Netzwerk Recherche: „Generell ist es wie bei jedem neuen Unternehmen: Es braucht sicher auch hier mindestens drei Jahre, um fest im Sattel zu sitzen und das Vertrauen zu erhalten, über Veranstaltungen zu berichten oder aber Berichterstattungen des Veranstalters veröffentlichen zu dürfen.“

Oder handelt es sich beim *Heimatboten Vogtland* eher um ein Pseudo-Medium, um ein Beispiel für „Pink-Slime-Journalismus“ (s. Kasten S. 62)? In der Fachdebatte über jene Medien, die die im Lokalen klaffenden Lücken füllen könnten, wird vor solchen Publikationen oft gewarnt. Wir haben zwei Expertinnen, die sich an der Fachhochschule Graubünden intensiv mit dem Phänomen beschäftigen, um eine Einschätzung des *Heimatboten Vogtland* gebeten. Sie erkennen viele Merkmale, die für Pink Slime typisch sind (s. Interview S. 63).

Konfrontiert mit dieser Einschätzung, verweigerte der *Heimatbote Vogtland* weitere Auskünfte. Die Redaktion freut sich lieber über den Zuspruch nach der Berichterstattung über Daniele Ganser. Damit habe das Lokalmedium „ein Alleinstellungsmerkmal, was unsere Leserzahlen förmlich nach oben katapultierte“, so der Chefredakteur.

Wenn dies zutreffen sollte, dann funktionieren auch im Vogtland die Mechanismen der Alternativmedien, die sich als Sprachrohr einer Gegenöffentlichkeit inszenieren. Für den demokratischen Diskurs vor Ort sind das keine guten Aussichten.

Was ist das?

Pink Slime

„Pink Slime“ (pinker Schleim) bezeichnete ursprünglich chemisch behandelte Schlachtabfälle, die in den USA Hackfleisch beigemischt wurden, bis ein Wissenschaftler das unappetitliche Vorgehen aufdeckte (Gillam 2012). Ein US-Journalist übertrug den Begriff später auf die Machenschaften des Unternehmens Journatic, das vorgeblich Lokaljournalismus in den USA betrieb, stattdessen aber Meldungen automatisiert erstellen oder von kostengünstigen Arbeitskräften auf den Philippinen schreiben ließ (Tarkov 2012). Forschende bezeichnen mit dem Begriff heute digitale oder analoge Informationsangebote, die journalistische Produkte und Formate imitieren, um glaubwürdig zu wirken. Tatsächlich halten sie aber keine journalistischen Standards ein, sondern verbreiten einseitige, oft radikale Meinungen. Die dahinterstehenden Akteure:innen, ihre Beweggründe und Geldflüsse bleiben dabei oft im Verborgenen. Anders als beim Clickbaiting auf „Fake News“-Webseiten ist ihr Ziel nicht finanzieller Erfolg, sondern Meinungsmacht (Bengani et al. 2024).

Vier Fragen an Ulla Autenrieth und Johanna Burger

Die Wissenschaftlerinnen aus der Schweiz forschen zum Thema Pink Slime.

NR: In Ostdeutschland publiziert seit einigen Monaten der *Heimatbote Vogtland* aktuelle Nachrichten. Was fällt Ihnen mit dem geschulten Blick der Wissenschaft auf?

Autenrieth und Burger: Zunächst einmal fällt auf, dass das Angebot mit seinem Namen an einen in der Region erschienenen Traditionstitel erinnert. Das kann ein Weg sein, um auf Vertrauen, das ein eingestellter Titel hatte, aufzubauen. Ob ein solches Angebot dann aber inhaltlich an den Vorgänger anschließen kann, muss man sich näher anschauen.

Interviewpartnerinnen

Prof. Dr. Ulla Autenrieth ist Forschungsleiterin am Institut für Multimedia Production der Fachhochschule Graubünden. **Johanna Burger M.A.** arbeitet als wissenschaftliche Projektleiterin am selben Institut und ist Doktorandin an der Freien Universität Berlin. Im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation der Schweiz forschen beide Wissenschaftlerinnen derzeit zu „**Pink Slime: Pseudojournalismus in der Schweiz und Deutschland**“.

In unseren Gesprächen in Greiz wurde moniert, dass die Webseite nicht transparent macht, wer genau für sie arbeitet. Wie bewerten Sie das?

Es stimmt, dass Artikel und Bilder nicht klar einem Journalisten oder einer Journalistin zugeordnet werden können. Viele Artikel stammen vom Pseudonym „ChefRed01“. Ein Organigramm und mehr Transparenz zur redaktionellen Zusammenstellung und Arbeitsteilung würden helfen. Zudem wäre es wünschenswert, wenn klar auf der Webseite offengelegt würde, dass mit der Heimatstiftung Greiz-Vogtland e. V. als Trägerin/Verlegerin ein Verein für die Webseite verantwortlich ist, der der AfD zumindest in der Vorstandszusammensetzung nahesteht. Was das inhaltlich bedeutet, müsste systematisch erforscht werden. Bisher wurde der Plattform aber bereits inhaltliche AfD-Nähe vorgeworfen, wogegen sich die Plattform selbst gewehrt hat („In eigener Sache“ vom 24.11.2025).

Der Heimatbote Vogtland fordert auf seiner Webseite Vereine, Unternehmen, Kommunalpolitiker:innen und Bürger:innen auf, an der Berichterstattung freiwillig mitzuwirken, denn sie sei nur dann „bunt und vielfältig, wenn viele mitmachen“. Wie sieht aus Ihrer Sicht ein angemessener Umgang mit dem Medienprojekt aus?

Wir sehen aktuell einige Projekte mit Bürger:innenjournalismus in der deutschsprachigen Schweiz und in Deutschland. Diese Projekte, die stark auf die Beteiligung von Freiwilligen setzen, müssten aber redaktionell begleitet werden. Schreibende sollten zumindest grundlegend ausgebildet werden und Inhalte müssten vor der Publikation nach transparent kommunizierten Standards überprüft werden. Wird dies nicht gewährleistet, kann die Qualität der Ergebnisse darunter leiden und das Vertrauen von Lesenden in diese Marke – oder eine frühere Marke, die einen ähnlich klingenden Namen hatte – wird missbraucht.

Sie erforschen Pink-Slime-Journalismus, also pseudojournalistische Medienangebote, die den Anschein seriöser Lokalnachrichten erwecken, jedoch von parteilichen oder wirtschaftlichen Interessen gesteuert werden. Kann man beim *Heimatboten Vogtland* von Pink-Slime-Journalismus sprechen?

Pink Slime ist nicht ein 0-1-Befund, sondern eher wie eine Skala zu verstehen. Der Heimatbote Vogtland zeigt viele Punkte, die für Pink Slime typisch sind: Ähnlicher, vertrauenswürdiger, lokaler Name, Intransparenz beim Besitz, unklare Autorenschaften und unklare redaktionelle Aufstellung. Vieles deutet damit in Richtung starke Pink-Slime-Ausprägung des Angebotes. Nach einer ersten kurzen Einschätzung der Plattform handelt es sich eher um ein Schwarzes Brett der Region, das von jedem und jeder genutzt werden kann, als um ein nach journalistischen Standards agierendes Lokalmedium.

Was können wir tun?

Mit dem Niedergang des Lokaljournalismus droht das Fundament einer informierten Öffentlichkeit wegzubrechen. Ideen, wie sich der Verfall aufhalten lässt, gibt es viele. Wir fügen drei weitere hinzu.

Drei Vorschläge

Als wir die Wüstenradar-Studie im November 2024 gemeinsam mit der Hamburg Media School, der Rudolf Augstein Stiftung und Transparency International Deutschland veröffentlichten, war uns klar: Das ist der Auftakt für neue Projekte, für neue Forschungen, für Recherchen vor Ort. Und so kam es auch. Wir haben weiter zu der großen Frage gearbeitet, wie und warum wir den Lokaljournalismus stärken müssen.

Die Wüstenradar-Forscher:innen haben inzwischen beispielsweise ein kenntnisreiches Policy Paper mit Empfehlungen zur Medienförderung (Wellbrock et al. 2025) sowie eine hilfreiche Übersicht zur internationalen News-Desert-Forschung und den Handlungsoptionen (Maaß 2025) veröffentlicht. In der Stiftungswelt spielen der Lokaljournalismus und seine Bedeutung als Teil der demokratischen Infrastruktur eine größere Rolle als noch vor einigen Jahren. Uns bei Netzwerk Recherche haben die Entwicklungen in Thüringen nicht losgelassen, die wir im Wüstenradar beschrieben hatten. Dank der Förderung durch die Deutsche Postcode Lotterie und die Schöpfungsfundament Stiftung konnten wir weiterforschen und mit Gruppendiskussionen und Recherchen noch tiefere Erkenntnisse gewinnen.

Die Ergebnisse rütteln auf, denn sie zeigen anschaulich am Beispiel einer Region, wie der Lokaljournalismus von allen Seiten unter Druck gerät. Die Probleme sind zahlreich: sinkende Auflagen der Lokalzeitung, schwerfällige Digitalisierung im ländlichen Raum, Gratis-Angebote und populistische „Alternativmedien“, neue Gewohnheiten bei jungen Mediennutzer:innen, starke Konkurrenz durch Social Media-Entertainment und kommunale PR-Kanäle.

Diese Aufzählung zeigt, dass es keine „Silver Bullet“ geben kann, mit der alle Herausforderungen auf einen Schlag zu bewältigen wären. Um den Lokaljournalismus zu stärken, wird es vielmehr eine gan-

ze Reihe von Maßnahmen brauchen. Es würde die Grenzen dieses Reports sprengen, alle Ideen und Vorschläge zu würdigen, die bereits erarbeitet wurden und in der Branche diskutiert werden. Wir möchten auf der Grundlage unseres Dialogprojekts gleichwohl drei Vorschläge für die Zukunft machen.

Neue Allianzen für den Lokaljournalismus

Die Lage des Lokaljournalismus ist zu ernst, um die alten Kämpfe weiterzuführen. Verlage gegen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Digitalmedien gegen Tageszeitungen, gemeinnützige Journalismusprojekte gegen profitorientierte Medien – wir haben in den medienpolitischen Auseinandersetzungen der vergangenen Jahre viel Zeit verloren, indem wir das Trennende und die Unterschiede betont haben. Wir müssen dringend umdenken. Denn während sich die Verbände, Medienunternehmen und Anstalten gestritten haben, ist eine Parallelwelt sogenannter Alternativmedien entstanden, die nun bis ins Lokale reicht, wie wir mit diesem Report zeigen können. Besinnen wir uns also auf die gemeinsame öffentliche Aufgabe und die journalistischen Werte, die uns verbinden. Ein funktionierendes Gemeinwesen braucht gut informierte Bürgerinnen und Bürger und unabhängige Lokalmedien.

Klar, die Akteure stehen auch im Wettbewerb miteinander. Wir sind aber sicher, dass das neue Miteinander auch zu gemeinsamen Projekten führen kann, die zum beiderseitigen Vorteil sind. Das können zum Beispiel Shared Services für neu gegründete Lokalmedien sein, die die Gründer:innen von lästigen IT- und CMS-Fragen entlasten und ihnen den Raum für die journalistische Profilierung geben. Das könnten aber auch Rechercheverbünde sein, die nach den Vorbildern der BBC (Department for Culture, Media & Sport 2025) oder der investigativen Recherche-Kooperation von *NDR*, *WDR* und *Süddeutscher Zeitung* auch regional eine Brücke schlagen zwischen Tageszeitung und öffentlich-rechtlichen Regionalstudios.

Recherche im Lokalen stärken

Das führt zu unserem zweiten Wunsch. Mit den Worten einer Teilnehmerin in unserer Gruppendiskussion: „Bohrt Euch da doch mal rein! Recherchiert doch mal!“ Mit dem Appell zielt sie auf das Alleinstellungsmerkmal der unabhängigen Lokalmedien. Mit ihren Recherchen können sie sich deutlich abheben von anderen lokalen Informationsangeboten, denn Amtsblätter, Anzeigenblätter oder Social Media-Kanäle können das nicht leisten. Doch Zeit und Geld für Recherchen im Lokalen sind knapp. Wir empfehlen daher den Aufbau eines Fonds für investigative Recherche im Lokalen, der die nötigen Ressourcen anbietet: Stipendien, Fortbildungen, Vernetzungen, Einzelfallberatung, Mentoring. Bei Netzwerk Recherche haben wir mit unserem Schwerpunkt Lokaljournalismus einen Anfang gemacht und bieten nun lokale Fellowships und einen Support Desk Lokale Recherche an, die diese Aufgabe erfüllen können.

Ralf Heimann, der immer wieder kluge Analysen über den Zustand des Lokaljournalismus veröffentlicht, hat es kürzlich treffend auf den Punkt gebracht. Der Chefredakteur des digitalen Lokalmediums RUMS in Münster schrieb: „Wenn Journalismus tatsächlich vor allem das ist, was irgendwer nicht gedruckt haben will und alles andere PR ist, wie George Orwell es gesagt haben soll, aber wahrscheinlich nie gesagt hat, dann kommt Journalismus in vielen Lokalzeitungen nur alle paar Ausgaben mal vor.“ Es sei ein Irrweg, die Lokalzeitung als Verlautbarungsorgan zu verstehen, das sich in der Berichterstattung vor allem auf Pressemitteilungen stütze (Heimann 2026).

Näher an den Bürger:innen

Der Lokaljournalismus ist für die Menschen da – also sollten sie auch ein Wörtchen mitreden dürfen. Sehr konsequent hat dies kürzlich das Bürgerforum „Über Medien – Über Verständigung – Über uns“ umgesetzt, bei dem sich ausgeloste Bürgerinnen und Bürger aus Ba-

den-Württemberg zur Medienlandschaft von morgen beraten haben. Sie empfehlen der Lokalpolitik und den regionalen Medien unter anderem, Begegnungsräume für den Austausch zu gesellschaftlichen Themen und lokalen Brennpunkthemen zu schaffen (Pressestiftung Baden-Württemberg 2026).

Dies geschieht bereits in Redaktionen von Bürgermedien, wie es sie in Thüringen und anderswo gibt, um das journalistische Handwerkzeug und Medienkompetenz zu vermitteln. Das aktuelle Projekt „Bürger machen Journalismus“ der Universität Leipzig will Medienmisstrauen begegnen, indem es Bürger:innen in Sachsen ermöglicht, selbst in die Rolle von Journalist:innen zu schlüpfen (Krieg 2026). Aus unseren Gesprächen in der Region Greiz wissen wir, wie schwierig es ist, die Menschen für diese Aufgabe zu begeistern. Die Teilnehmenden unserer Gespräche winkten bei dieser Frage rasch ab. Ein Teilnehmer sagte: „Leute, ich bin Autoschlosser ganz früher mal gewesen, das kann man nicht von mir erwarten, dass ich euch hier etwas schreibe.“

Den Wunsch nach Begegnungsräumen müssten also die Lokalmedien aufgreifen. Und es gibt ja bereits hervorragende Beispiele für diese Angebote an die lokale Community – seien es das Demokratiefestival in Bergisch Gladbach, organisiert vom kleinen Digitalmedium Bürgerportal in-gl.de (Watzlawek 2025) oder Events, die den Lokaljournalismus auf die Bühne bringen. Ralf Heimann, der gerade mit RUMS in Münster an einer eigenen Theater-Revue arbeitet, hat festgestellt, dass in der Stadtgesellschaft das große Bedürfnis nach etwas Verbindendem vorhanden ist. Er ist überzeugt: „Lokalmedien bilden Gemeinschaften nicht nur ab, sie können Gemeinschaft stiften. Und gemeinsame Öffentlichkeit ist eine Voraussetzung dafür, dass Demokratie funktioniert.“ (Heimann 2026) So ist es!

Quellen der *Recherche*

Die Erkenntnisse aus unseren Gesprächen mit den Bürger:innen aus der Region Greiz haben wir mit Befunden aus der Wissenschaft und anderen Quellen abgeglichen. Hier ist die vollständige Liste.

Literatur

Barth, Anna; Dobe, Robert (2023): „Schon morgens sind die Tiere wach. Was machen die denn bloß?“ Podcast-Folge 06: Irgendwann ist Schluss.

Behre, Julia (2025): Reuters Institute Digital News Report 2025: Die Zielgruppe der 18- bis 24-Jährigen.

Behre, Julia; Hölig, Sascha; Möller, Judith (2024): Reuters Institute Digital News Report 2024. Ergebnisse für Deutschland. Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut.

Beiler, Markus; Döring, Florian; Kretzschmar, Judith; Krüger, Uwe (2025): Von Lügenpresse und abgehobenen Eliten. Journalismus- und Demokratievertrauen in Sachsen. transcript Verlag.

Bengani, Priyanjana; Brown, Pete; Bartholomew, Jem; Gotfredsen, Sarah Grevy; Rafsky, Sara; Guo, Joyce; Flammia, Christine; Wenzel, Andrea (2024): “Pink Slime”: Partisan journalism and the future of local news. Tow Center for Digital Journalism. Columbia University.

BLM (2025): Lokaljournalismus und Demokratie – Ergebnisbericht. Bayerische Landeszentrale für neue Medien.

Braun, Theresa (2025): Rechte Gratiszeitungen machen Meinung. In: M - Menschen Machen Medien (ver.di), 07.08.2025.

Buschow, Christopher; Kaiser, Markus (2024): Die Transition von Print- zu Digitalabonnements. In: MW 21 (3), S. 12–17. DOI: 10.15358/1613-0669-2024-3-12.

Coleman, Justine; Forman-Katz, Naomi; Lipka, Michael; Matsa, Katerina Eva; Radde, Kaitlyn; Baronavski, Chris (2025): Young Adults and the Future of News. In: Pew Research Center, 03.12.2025.

Darr, Joshua P. (2023): How Sticky Is Pink Slime? Assessing the Credibility of Deceptive Local Media. In: The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 707 (1), S. 109–124. DOI: 10.1177/00027162231214696.

Department for Culture, Media & Sport (2025): Britain's Story: The Next Chapter - BBC Royal Charter Review, Green Paper and public consultation. UK Government.

DIW ECON (2022): Die Situation der lokalen Presse in Deutschland und ihre Herausforderungen im Zeitalter der Digitalisierung. Gutachten im Auftrag der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM).

DLF (2023): „Große Strategielosigkeit im Umgang mit der AfD“. In: Deutschlandfunk Nova 2023, 23.08.2023.

Dudek, Philipp (2024): Abschied vom Papier. In: kress pro 2/2024.

Eisenegger et al. (2025): Jahrbuch Qualität der Medien Hauptbefunde 2025. Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft. Universität Zürich.

Ellger, Fabio; Hilbig, Hanno; Riaz, Sascha; Tillmann, Philipp (2024): Local Newspaper Decline and Political Polarization – Evidence from a Multi-Party Setting. In: Brit. J. Polit. Sci. 54 (4), S. 1256-1275. DOI: 10.1017/S0007123424000243.

Eubel, Cordula; Hoffmann, Lea (2025): Lokaljournalismus im Landkreis Görlitz: Mediendienst Integration.

Feierabend, Sabine; Rathgeb, Thomas; Gerigk, Yvonne; Glöckler, Stephan (2024): JIM-Studie 2024 – Jugend, Information, Medien Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

Gillam, Carey (2012): Scientist who coined „Pink Slime“ reluctant whistleblower. Reuters, 26.03.2012.

Hagen, Lutz; Stawowy, Peter; Woelke, Jens (2025): Vielfalt von Angeboten, Inhalten und Nutzung der lokalen und regionalen Medien in Thüringen. Thüringer Landesmedienanstalt.

Hänel, Annett (2025): Landkreis Greiz vor Wendepunkt: Bald ist er der älteste Landkreis in Deutschland. Ostthüringer Zeitung am 21.11.2025

Heimann, Ralf (2026): Die Pacman-Strategie, In: Das Altpapier am 12. März 2026, MDR.

Höhlig, Sascha; Behre, Julia (2021): Aktuelle Entwicklungen bei der Nachrichtennutzung in Deutschland, In: Media Perspektiven, 11/2021, S. 575-587.

IVW (2024): Auflagenliste.

Jürgens, Johanna; Nejezchleba, Martin (2024): AfD in Anzeigenblättern: Einwurf von rechts. In: DIE ZEIT, 10.02.2024.

Krieg, Claudia (2026): Misstrauen abbauen und selbst machen. In: M - Menschen Machen Medien (ver.di), 14.01.2026.

Maafß, Sabrina (2025): Das Verschwinden von Lokalzeitungen und seine Auswirkungen auf Demokratie und Gemeinwesen – eine systematische Literaturanalyse. In: MedienWirtschaft 1/2025, S. 18-37.

Mayer, Christoph (2023): Transformation Endgame (Teil 1) – die nächsten 5 Jahre entscheiden.

Peteranderl, Sonja (2026): TikTok statt Lokalzeitung. journalist.de.

Pressestiftung Baden-Württemberg (2026): Bürgerforum – Empfehlungsbericht.

Prinzen, Katrin (2020): Gruppendiskussionen und Fokusgruppen-interviews. In: Claudius Wagemann, Achim Goerres und Markus B. Siewert (Hg.): Handbuch Methoden der Politikwissenschaft. Springer VS, S. 1–20.

Röhrbein, Kai; von Engelbrechten-Ilow, Hermann (2025): Wie Kommunen die Presse austrocknen, Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 18.11.2025, S. 13.

Tarkov, Anna (2012): Journatic worker takes ‘This American Life’ inside outsourced journalism. In: The Poynter Institute 2012, 01.07.2012.

Thüringer Landesamt für Statistik (2023): Entwicklung der Bevölkerung Thüringens 2022 bis 2042 nach Kreisen.

Thüringer Landtag (2026): Verbreitung und Einfluss extrem rechter Anzeigenblätter in Thüringen, Kleine Anfrage 8/1974.

Tillmann, Pauline (2025): Ohne TikTok kein Lokaljournalismus?

Wagemann, Claudius; Goerres, Achim; Siewert, Markus B. (Hg.) (2020): Handbuch Methoden der Politikwissenschaft. Springer VS.

Wagner, Anna-Lena (2021): Lokaljournalistische Qualität und ihre Bestimmungsfaktoren. Springer Fachmedien Wiesbaden.

Wellbrock, Christian-Mathias; Künzler, Matthias; Dogruel, Leyla; Baeva, Gergana (2025): Demokratie beginnt im Lokalen: Zeit für eine neue Medienförderung. Heinrich-Böll-Stiftung.

Wellbrock, Christian-Mathias; Maaß, Sabrina (2024): Wüstenradar – Zur Verbreitung des Lokaljournalismus in Deutschland und dessen Effekt auf die Funktionsfähigkeit der Demokratie. Hamburg Media School.



Impressum

Herausgeber _____

Netzwerk Recherche e. V.
c/o Publix
Hermannstraße 90
12051 Berlin

Autoren _____

Dr. Thomas Schnedler und Malte Werner

Redaktion _____

Maria-Mercedes Hering

Gestaltung & Illustration _____

Ute Lederer
www.grafikdesign-lederer.de

Kontakt _____

info@netzwerkrecherche.de
www.netzwerkrecherche.org

ISBN: 978-3-942891-12-7

© März 2026 — Netzwerk Recherche

gefördert durch

Schöpflin Stiftung :



NETZWERK
RECHERCHE

