

BEYOND NEWS¹

JOURNALISMUS NEU DENKEN

07. & 08.11. | HAMBURG

Forderungspapier – BEYOND NEWS 2025

Journalismus neu denken: Für die gemeinsame Gestaltung der Zukunft des Journalismus

Synopsis

Am 7. und 8. November 2025 kamen im Rahmen der Hamburger Woche der Pressefreiheit junge Journalist*innen aus öffentlich-rechtlichen, privaten und gemeinnützigen Medienhäusern in Hamburg zusammen, um gemeinsam über die Zukunft des Journalismus zu diskutieren. In einer Zeit, in der Fake News, KI, Populismus und soziale Ungerechtigkeit den Journalismus vor enorme Herausforderungen stellen, haben wir uns die Frage gestellt: Wie kann Journalismus in den kommenden Jahrzehnten relevant und resilient bleiben?

In intensiven Deep Dive Sessions haben die Konferenz-Teilnehmenden die drängendsten Themen unserer Branche diskutiert und konkrete Forderungen erarbeitet. Dabei haben sie nicht nur Probleme benannt, sondern vor allem Handlungsempfehlungen entwickelt.

Dieses Forderungspapier richtet sich an Chefredaktionen, Verlage, politische Entscheidungsträger*innen, Plattformen und Ausbildungsinstitutionen. Die Forderungen verstehen sich als Roadmap für einen Journalismus, der Vertrauen stärkt, Vielfalt fördert und technologische Innovationen verantwortungsvoll nutzt.

7 Forderungen für den Journalismus von morgen

1. Gesellschaftliches Vertrauen

Wir fordern, substanziell in vertrauensbildende Inhalte zu investieren, offen unsere Fehler einzugestehen und regelmäßig in den Austausch mit Menschen zu gehen, vor allem mit jenen, die dem Journalismus nicht vertrauen.

Menschen haben ein Bedürfnis nach Teilhabe und Nachvollziehbarkeit. Sie wollen gesehen und ernstgenommen werden. Mangelnde Transparenz und Fehlerkultur haben in den vergangenen Jahren viel Vertrauen gekostet. Deshalb müssen Redaktionen Begegnungsformate und Einblicke in den Redaktionsalltag ermöglichen, eigene Fehler und ihre Haltung zu Themen nachvollziehbar kommunizieren und Vorschläge aus der Community in die Berichterstattung einbeziehen.

Adressat: Chefredaktion und Geschäftsführung in den Medienhäusern

2. Nachwuchsförderung & Vielfalt

Wir fordern, dass transparente Einstellungsverfahren und faire Bezahlung einen leichteren beruflichen Einstieg in den Journalismus ermöglichen, um mehr Vielfalt zu schaffen.

Ein Arbeitsplatz im Journalismus ist für viele Menschen nicht zugänglich. Mangelnde Transparenz von Förder- und Ausbildungsprogrammen und Einstiegsmöglichkeiten sowie schlechte Bezahlung von Praktika und Volontariaten sorgen dafür, dass nur Zugang hat, wer wirtschaftlich abgesichert ist. Dies führt zu geringer Perspektivenvielfalt, da etwa die Erfahrungen von Arbeiterkindern oder Menschen mit Einwanderungsgeschichte fehlen.

Adressat: An alle Verlagshäuser, Medienpolitik und Medienschaffende

3. Journalismus auf Social Media

Wir fordern die Durchsetzung bestehender Plattformregulierungen und Investitionen in offene, vernetzte Infrastrukturen, statt in eigene geschlossene Plattformen. Entscheider*innen in Medienhäusern müssen verstehen, dass Online-Debatten kein Abbild gesellschaftlicher Mehrheiten sind.

Soziale Medien sind kein Abbild der gesamten Gesellschaft, und dennoch prägen sie unsere Debatten und die Meinungsbildung. Entscheider*innen in Redaktionen müssen die Logiken und Dynamiken der Plattformen besser verstehen und Ressourcen für spezialisierte Teams bereitstellen, die sich mit diesen Entwicklungen beschäftigen. Zugleich braucht es konsequente Umsetzung und

Weiterentwicklung bestehender Plattformregulierungen sowie Investitionen in offene, interoperable Infrastrukturen, die Qualitätsjournalismus fördern, statt ihn zu benachteiligen.

Adressat: Intendant*innen, Verleger*innen, Chefredaktionen und Politik

4. Junge Zielgruppe

Wir fordern, mehr journalistische Angebote auf Menschen unter 25 Jahren auszurichten und diese Zielgruppe mitgestalten zu lassen.

Wenn junge Menschen vergessen werden, verliert Journalismus seine Wirksamkeit und am Ende seine Berechtigung. Deshalb müssen Menschen unter 25 stärker im Fokus journalistischer Arbeit stehen. Redaktionen sollten Inhalte und Formate gemeinsam mit jungen Menschen in ihrer Sprache entwickeln und sie über die Plattformen verbreiten, die sie nutzen. Nur so bleibt Journalismus vertrauenswürdig in einer demokratischen Gesellschaft.

Adressat: Finanzielle und inhaltliche Entscheider*innen der Medienbranche

5. Finanzierung von Journalismus

Wir fordern die Einführung einer zweckgebundenen Steuer für Digitalkonzerne und die Anerkennung von Journalismus als gemeinnützig.

Journalismus erfüllt eine zentrale gesellschaftliche Aufgabe und muss daher als gemeinnützig anerkannt werden. Zugleich sollen Digitalkonzerne, die von journalistischen Inhalten profitieren, über eine zweckgebundene Digitalsteuer zur Finanzierung von Qualitätsjournalismus beitragen. So entsteht mehr Fairness und Bewusstsein für den gemeinwohlorientierten Wert unserer Arbeit. Von dieser Abgabe sollten Journalist*innen selbst, Medienhäuser – insbesondere der Lokaljournalismus – und gemeinnützige Projekte, etwa zur Förderung von Medienkompetenz, profitieren.

Adressat: Die Medienpolitik

6. Persönliche Sichtbarkeit

Wir fordern eine Strategie für Social-Media-Auftritte von Journalist*innen und Förderung von eigenen Talenten statt externer Creator*innen. Wir brauchen Ansprechpersonen für Hass im Netz sowie einen höheren Stellenwert für die Arbeit in den Sozialen Netzwerken.

Redaktionen brauchen eine transparente Strategie für den Umgang mit den Social-Media-Auftritten von Journalist*innen, dazu gehören Schutzkonzepte und geschulte

Ansprechpersonen im Fall von Hass im Netz und klare Leitlinien für öffentliche Äußerungen als Privatperson. Insbesondere Frauen und Menschen mit Einwanderungsgeschichte, die auf Social Media sichtbar sind, müssen besser geschützt und unterstützt werden, um Selbstzensur und Rückzug aus der Öffentlichkeit zu verhindern. Redaktionen sollten eigene Talente fördern, anstatt Creator*innen einzukaufen, und die Arbeit auf Social Media als gleichwertigen Teil journalistischer Arbeit anerkennen.

Adressat: Medienhäuser, Personalentscheider*innen und Ausbildungseinrichtungen

7. Künstliche Intelligenz

Wir fordern brancheninterne Standards zu KI und von Big Tech eine Kennzeichnung für unsere nicht künstlich generierten Inhalte.

Der Journalismus braucht einheitliche Standards und Kennzeichnungen für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz. Diese sollen Transparenz schaffen und das Vertrauen in journalistische Arbeit stärken. Durch regelmäßige Schulungen müssen KI-Standards vermittelt und in der Breite etabliert werden. Von großen Tech-Unternehmen fordern wir, dass von Menschen erstellte Inhalte klar gekennzeichnet werden, als Gegenpol zur wachsenden Flut an KI-generiertem Material und um das Alleinstellungsmerkmal journalistischer Arbeit sichtbar zu machen.

Adressat: Medienhäuser und Medienschaffende, Rundfunkkommission und Big Tech

Erarbeitet von den Teilnehmenden der BEYOND NEWS Konferenz 2025

Hamburg, 8. November 2025