



veröffentlicht durch *Bayerischer Journalisten Verband* (<https://www.bjv.de>)

[Startseite](#) > ?Verändertes Selbstverständnis?

---

BJVreport

## ?Verändertes Selbstverständnis?

### Ergänzung zum Artikel ?Neue Konzernstruktur verunsichert?, BJVreport

München, 01.02.2024

Im aktuellen *BJVreport* berichten wir im Artikel ?Neue Konzernstruktur verunsichert?<sup>[1]</sup> über Umstrukturierungen bei der Mediengruppe Oberfranken. Wir hatten Chefredakteur Boris Hächler am 15. Januar um eine Stellungnahme bis zum Redaktionsschluss am 21. Januar gebeten und hätten diese gern in den Artikel integriert. Seine Antworten erreichten uns jedoch erst am 1. Februar ? und damit zu spät, um sie noch vollständig im Mitgliedermagazin abzudrucken. Der fertige *BJVreport* lag zu diesem Zeitpunkt, kurz vor Andruck, bereits in der Endkorrektur. Vorenthalten wollen wir unseren Leser\*innen die Zusatzinformationen jedoch nicht und entschieden uns daher für die Veröffentlichung auf unserer Website.

*Seit 1. Januar 2024 arbeiten Blattmacher unter dem Dach der Mediengruppe Oberfranken Redaktionen GmbH & Co. KG und Reporter unter dem Dach der Digitalhaus Franken GmbH. Welche Idee steht hinter der strikten Trennung von Blattmachern und Reportern?*

**Boris Hächler:** Die Trennung der beiden Teams ist Bestandteil unserer Neuausrichtung, die uns bei der notwendigen Transformation zu einer kundenzentrierten, markengeführten Organisation mit starken Produkten. Zu dieser Transformation gehört eine große Fokussierung auf Lokaljournalismus, der vor allem für unsere digitalen Paid Content-Zielgruppen relevant ist und sich entsprechend monetarisieren lässt. Also haben wurden zwei Teams gebaut, die sich zu 100 Prozent auf ihre vollkommen unterschiedlichen Kernaufgaben konzentrieren können: Die Content Unit des Betriebs Digitalhaus Franken GmbH erstellt in schnellen digital-first-Prozessen passgenaue, zielgruppenspezifische Digitalinhalte für das Produkt *fraenkischertag.de*. Und das Team Printproduktion des Betriebs Mediengruppe Oberfranken ? Redaktionen GmbH & Co. KG ? hier sind unter anderem Blattmacher aufgehängt ? kann sich ausschließlich auf eine effiziente Produktion unserer Tageszeitungen konzentrieren.

*Welche Digitalstrategie liegt den Umstrukturierungen zugrunde?*

In unserer neuen Struktur organisieren wir uns in großen Teilen nicht mehr in klassisch horizontalen Teams, sondern ? multifunktional ? in eigenverantwortlichen Produktteams. Gerade Paid Content, ein Erlösmodell, mit dem wir große Hoffnung verbinden, bietet große Chancen ? ist aber kein Selbstläufer. Dafür braucht es ein hohes Maß an unmittelbarer Vernetzung zwischen Mitarbeitenden mit unterschiedlichsten Fähigkeiten sowie ein extremes Niveau an Abstimmung. Dementsprechend arbeiten Redakteurinnen und Redakteure jetzt sehr eng mit Kolleginnen und Kollegen aus dem digitalen Produktteam ? zum Beispiel Data-Management, Marketing, Web-Entwicklung, UX/UI ? in einem hypothesen- und datenbasierten Test and Learn-Zyklus daran, genau die Inhalte zu produzieren, die Menschen wirklich lesen, hören oder sehen wollen. Dies geschieht weit weg von eher trägen Print-Workflows und dem Druck, täglich die morgens leeren Seiten der Printzeitung füllen zu müssen. Wir glauben übrigens daran, dass auch die gedruckte Tageszeitung von diesen maßgeschneiderten Digitalinhalten profitieren wird: Digitalcontent ist unmittelbar mess-, analysier- und steuerbar. Wir werden also mehr und mehr verstehen, welche Inhalte unsere Kunden wirklich mögen und damit in der Lage sein, diese Bedürfnisse auch im Printbereich wesentlich stärker zu befriedigen.

*Zuständigkeiten ließen sich auch innerhalb eines Unternehmens klar trennen. Warum fiel im Zuge der Arbeitsumorganisation die Entscheidung für zwei Gesellschaften?*

Wir haben die Digitalhaus Franken GmbH 2021 gegründet, damit Strukturen, Prozesse und Kundenfokussierung unserer digitalen Aktivitäten im Lesermarkt gebündelt sowie zügig und konsequent vorangetrieben werden können. In diesem Zusammenhang ist es gleichermaßen sinnvoll wie folgerichtig, die Content-Units als wesentlicher Bestandteil unserer Organisation ebenfalls in diesem digitalen, datenbasierten Umfeld anzusiedeln.

*Nicht alle Mitarbeiter der Redaktionen GmbH & Co. KG, die sich auf einen Job als Reporter bei der Digitalhaus Franken GmbH beworben hatten, erhielten dort am Ende auch einen Vertrag. Nach welchen Kriterien wurde das Reporterteam ausgewählt und zusammengestellt?*

Für die Arbeit in der Digitalhaus Franken GmbH sind teils andere Fähigkeiten und ein verändertes Selbstverständnis notwendig, als wir es in Redaktionen in den vergangenen Jahren gewohnt waren: Journalisten müssen mehr und mehr zu Kundenverstehern werden, zu Datenexperten, Psychologen, Technik-Verstehern, Kommunikatoren ? all das sind erfolgskritische Kompetenzen unserer Zukunft. Es sind neue Stellen, Rollen und Prozesse notwendig, die wir für unsere Zukunft brauchen. Deswegen haben wir in den Auswahlprozess ganz unterschiedliche Kriterien einbezogen: Diese reichten neben journalistischen Skills über digitales Know-how bis hin zu Zielgruppenverständnis, grundlegender Veränderungsbereitschaft oder sozialen Kompetenzen.

*Welche Personalbedarfsplanung liegt zugrunde ? sowohl mit Blick auf die Redaktionen GmbH & Co. KG als auch mit Blick auf die Digitalhaus Franken GmbH?*

Keine Antwort.

*Haben sie die Absicht, Stellen innerhalb der Redaktionen GmbH & Co. KG abzubauen? Wenn ja, in welchem Umfang?*

Keine Antwort.

*Sozialplanverhandlungen haben begonnen. Welches Angebot werden Sie vorlegen?*

Keine Antwort.

## Zur Person Boris Hächler

Boris Hächler, 54 Jahre, arbeitet seit 2018 für die Mediengruppe Oberfranken (MGO), zunächst als Leiter redaktionelle Inhalte. Seit Januar 2019 ist er alleiniger Chefredakteur der Tageszeitungen *Fränkischer Tag*, *Coburger Tagblatt*, *Bayerische Rundschau*, *Saale-Zeitung* und *Die Kitzinger*. Gleichzeitig ist er Prokurist der Redaktionen GmbH & Co. KG wie auch Geschäftsführer der Digitalhaus Franken GmbH.

Die Struktur des Mediengruppe Oberfranken mit mehreren Dutzend Tochterfirmen ist schwer zu durchschauen. Mit Jahresbeginn gründete die MGO eine weitere ? die mgo Lokale Medien GmbH & Co. KG, wie das Unternehmen am 31. Januar in einer Pressemitteilung vermeldete. Ab sofort würden alle Medienmarken, und zwar die gedruckten und digitalen Angebote des Regionalverlags sowie die Werbevermarktung und alle Services unter diesem Dach gebündelt, heißt es. Und wörtlich: ?Boris Hächler verantwortet neben seiner Rolle als Chefredakteur die Bezahl-Angebote im Bereich gedruckte Tageszeitung, E-Paper und die Abo-Modelle auf den Paid-Portalen der Zeitungsmarken.?

*Michaela Schneider*

## Externe Links:

-  [BJVreport 01/2024: Neue Konzernstruktur verunsichert](#)<sup>[1]</sup>

---

**Source URL:** <https://www.bjv.de/news/veraendertes-selbstverstaendnis>

## Links:

[1] [https://www.bjv.de/sites/default/files/report\\_1-24\\_net-version.pdf#page=26](https://www.bjv.de/sites/default/files/report_1-24_net-version.pdf#page=26)