

Michael Husarek: „Wir sollten uns in der Branche ehrlich machen“

Der Verlag von „Nürnberger Nachrichten“ und „Nürnberger Zeitung“ setzt in der Redaktion auf KI und Automatisierung, um effizienter zu werden. Chefredakteur Michael Husarek sagt, welche Tools und Prozesse sich bewährt haben – und warum sich Vereinsberichterstattung auch im Internet auszahlt.

Interview: HENNING KORNFELD



Herr Husarek, der Verlag Nürnberger Presse hat eine Mitteilung über die Automatisierung redaktioneller Prozesse mit „Renaissance des Lokalen“ überschrieben. Darin beschreibt er, wie Sie in der Redaktion mit Hilfe von KI effizienter arbeiten und den Produktionsaufwand reduzieren. Wieso ist das eine „Renaissance des Lokalen“?

Wie viele andere Redaktionen von Regionalverlagen auch sind wir seit geraumer Zeit mit dem Thema Personalabbau konfrontiert. Die wirtschaftliche Lage ist schlicht nicht so, dass die Redaktionen wachsen – im Gegenteil: sie schrumpfen. Wegbrechende Werbeerlöse tun ihr Übriges. Dass wir sparen müssen, ist also alternativlos, die Frage ist aber, wie wir das tun. Wir haben uns in der Chefredaktion entschieden, dass wir Effizienzen heben wollen, unsere Lokalteams aber keines-

← **Michael Husarek, Verlag Nürnberger Presse:** „Unsere Teams im Lokalen sollen möglichst viele Eigenbeiträge erstellen.“

FOTO: SABINE FREUDENBERGER

falls kleiner werden sollen. Von einer „Renaissance des Lokalen“ sprechen wir, weil wir durch Automatisierungsprozesse und durch KI-Unterstützung wieder deutlich mehr lokale Texte für die Zeitung, das E-Paper und unsere übrigen digitalen Auspielkanäle anbieten können als bisher.

Ihr Automatisierungsprojekt sieht im Kern dennoch wie ein Sparvorhaben aus. Das Unternehmen hat die Streichung von 200 Stellen in Verlag und Redaktionen bis Ende 2027 angekündigt, obwohl es in den Jahren zuvor bereits Personal abgebaut hatte.

Wir haben in den vergangenen Jahren eher einen Normalisierungsprozess durchlaufen, weil wir eine im Branchenvergleich relativ üppig ausgestattete Redaktion hatten. Als ich vor zehn Jahren die Redaktionsleitung übernommen habe, waren unsere Titel „Nürnberger Nachrichten“ und „Nürnberger Zeitung“ noch völlig unabhängig voneinander – zwei getrennte Teams kümmerten sich um die Inhalte. Das war selbst damals schon ziemlich aus der Zeit gefallen. Bei der Zusammenlegung der beiden Redaktionen kam es zum ersten Mal zu Personalabbau – wohlgermerkt im Rahmen eines Freiwilligenprogramms ohne eine einzige betriebsbedingte Kündigung. Mit unserem Transformationsprogramm wollen die beiden Verlegerinnen Bärbel Schnell und Sabine Schnell-Pleyer, die Geschäftsführung und die Bereichsleiter, zu denen ich zähle, den Verlag zukunftsfest machen. Wir schaffen damit die Voraussetzung, um auch künftig mit unserem hochwertigen Journalismus Demokratie und gesellschaftlichen Zusammenhalt in der Region zu fördern, und bewahren die Unabhängigkeit unseres traditionsreichen Familienunternehmens.

Die Gewerkschaften sprechen von einem Abbau um 15 Stellen in der Redaktion. Trifft das zu?

Zahlen, die von Dritten genannt werden, will ich nicht kommentieren. Klar ist: Anpassungen im redaktionellen Bereich

werden ausschließlich sozialverträglich umgesetzt – ein Teil der Kapazitäten wird in neue redaktionelle Funktionen umgewidmet, betriebsbedingte Kündigungen sind nicht vorgesehen.

Wie dramatisch ist die wirtschaftliche Situation des Verlags?

Dramatisch würde ich sie nicht nennen, aber wer in dieser Branche tätig ist, kennt die Lage. Wie alle stehen auch wir vor wirtschaftlichen Herausforderungen. Wir setzen auf drei zentrale Hebel: Ausschöpfung des bestehenden Print-Geschäfts, Wachstum im Digitalbereich sowie Erschließung neuer Märkte.

Welche Rolle soll das Automatisieren redaktioneller Prozesse mittels KI dabei spielen?

Der Einsatz von KI ist Teil unserer strategischen Weiterentwicklung und zielt darauf ab, Prozesse zu modernisieren und unsere Journalistinnen und Journalisten für inhaltlich wertvolle Arbeit freizustellen. Ein wichtiges Element ist dabei unser browserbasiertes Upload-Tool, mit dem wir bereits flächendeckend arbeiten. Vor einigen Jahren haben wir einen Editorenpool geschaffen, der Texte, die die Redaktion auf unterschiedlichen Wegen erreicht haben, redigiert hat. Diese Texte bilden das Grundrauschen fürs Lokale: Berichte von Obst- und Gartenbauvereinen, Sportvereinen oder freiwilligen Feuerwehren zum Beispiel. Das Ziel dieser Zentralisierung war, dass Lokalredakteurinnen und -redakteure sich auf das Erstellen von hochwertigem, digital erfolgreichem Content konzentrieren können und nicht mehr mit der Redigatur beschäftigt sind. Wir wollen nah bei den Menschen sein, unsere Teams im Lokalen sollen möglichst viele Eigenbeiträge erstellen.

Und diesen Editorenpool brauchen Sie jetzt wegen des Upload-Tools nicht mehr?

Wir müssen künftig wesentlich weniger Ressourcen für das Redigieren aufwenden und sind überzeugt, dass wir die heutige

Struktur – einen eigenen Editorenpool, dessen Mitarbeiter bislang viel Energie in das Überarbeiten von Texten, die uns von außen erreichen, stecken mussten – bereits im Sommer nicht mehr benötigen.

Wie funktioniert das Tool?

Vereine, aber auch freie Mitarbeitende liefern ihre Texte über das Upload-Tool an und optimieren sie mittels KI. Die Themenmanagerinnen und -manager der Lokalausgaben nehmen diese Texte ab und geben sie frei – es erscheint nichts ohne redaktionelle Abnahme. Alle anderen in der Redaktion sind als crossmediale Reporterinnen und Reporter tätig und sorgen für eigene Geschichten. Diese Arbeitsweise hat einen weiteren Vorteil: **Zu unserer Überraschung hat sich gezeigt, dass die Vereinsberichterstattung auch digital absolut Sinn ergibt.** Wir veröffentlichen solche Berichte auf unseren Ortsseiten und erzielen damit zwar keine Conversions, aber gute Zugriffszahlen. Ich erkläre mir das damit, dass die Menschen wissen möchten, was in ihrer unmittelbaren Umgebung passiert – selbst wenn es sich um sehr kleinteilige Themen wie beispielsweise Probleme bei der Müllabfuhr handelt. Genau deswegen sprechen wir von einer „Renaissance des Lokalen“.

Sehen Sie nicht die Gefahr, dass sich die Zeitung von Vereinen und Organisationen entfremdet, wenn Sie nur noch über ein Tool und nicht mehr direkt mit ihnen kommunizieren?

Wir sollten uns in der Branche ehrlich machen. Ich zumindest kenne keine Redaktion, die es wirklich geschafft hat, sich so intensiv um die Vereine und deren Funktionäre zu kümmern, dass alle zufrieden waren. Man könnte jetzt lange über diesen Zustand jammern, aber es ist besser, aus unserer Lage das Beste zu machen. Von einem System wie unserem profitieren am Ende beide Seiten: die Vereine, weil ihre Inhalte im Kosmos einer Qualitätszeitung erscheinen; und wir, weil wir wieder ein komplettes Sortiment an lokalen und sublokalen Inhalten anbieten können.

Erwarten Sie, dass alle Vereine, Organisationen und Pressestellen Ihr Tool nutzen werden?

Nein, und das ist auch nicht das Ziel. Es wird uns nicht gelingen, dass zum Beispiel alle Behörden in unserem Verbreitungsgebiet unser Upload-Tool nutzen. Einige tun dies zu unserer Freude bereits, aber ein Teil dürfte auch künftig Pressemitteilungen per E-Mail versenden, die wir selbstver-

ständig weiterhin bearbeiten werden. Wir wollen aber möglichst viele Externe einladen und einbinden, weil das Verfahren für beide Seiten von Vorteil ist. Der Verein oder die Organisation, die einen Text dort eingibt, bekommt ihn nach wenigen Sekunden wieder in einer deutlich besser aufbereiteten Form zurück. Unser Partner kann dann selbst entscheiden, ob er ihn an unser Redaktionssystem weiterschicken will oder nicht. Unser Prozessmanager Maximilian Wachter hat das Tool zusammen mit einigen Mitarbeitern entwickelt und mittlerweile funktioniert es sehr gut. Wir haben die KI so trainiert, dass wir bei bestimmten Triggerwörtern, etwa bei Beleidigungen, rassistischen oder sexistischen Äußerungen, zusätzliche Warnhinweise erhalten. Zwar wird jeder Text ohnehin vor der Veröffentlichung freigegeben, aber wir wollten auf Nummer sicher gehen.

onssysteme Funkinform layouts wir alle Lokalteile vollautomatisiert. Die Themenmanagerinnen und -manager der Lokalteams, meistens handelt es sich dabei um die Redaktionsleitungen, können einige tragende Texte pro Seite festlegen, den Rest der Inhalte verteilt die Engine nach bestimmten Parametern. Die Lokalteile entstehen so auf Knopfdruck innerhalb weniger Minuten. Unsere Blattmacher schauen trotzdem noch einmal auf die fertig gelayouteten Zeitungsseiten.

Sie haben angekündigt, diese Arbeitsweise auch auf den Mantel zu übertragen.

Darüber sind wir gerade in einem sehr fruchtbaren Austausch mit der Nachrichtenagentur dpa. Unsere eigenen Texte sind schon so konfiguriert, dass die Layout-Engine damit umgehen kann, weil sie bestimmte Standardgrößen und -Elemente haben. Ich glaube, es ist nur eine Frage der Zeit, bis wir gemeinsam mit der dpa eine Lösung für Manteltexte finden. Schließlich beschäftigt das Thema nicht nur uns, sondern viele Verlagshäuser und somit dpa-Kunden. Wie Inhalte in der Zeitung gewichtet werden, entscheiden aber auch in Zukunft Menschen, das ist mir wichtig. Das gilt explizit für den Mantel, den wir eigenständig produzieren. Die Schlagzeile auf der Seite 1, die Themen auf der Seite 3, die Leitartikel und Kommentare, monothematische Seiten – solche wertvollen Elemente wollen und werden wir weiterhin ohne Automatismen selbst festlegen und gestalten.

Wird es im Zusammenhang mit diesem Prozess im Mantel zu Stellenabbau kommen?

Das ist nicht geplant. Wir haben schon lange keine klassische Mantelredaktion mehr, sondern arbeiten mit Thementeams. Das erschien uns schlüssiger, als die traditionelle Redaktionsstruktur in die Zukunft zu tragen. Unser Ziel ist es, möglichst viele für unsere Kundinnen und Kunden relevante Themen abzubilden. **Das Team Regionale Wirtschaft zum Beispiel erzielt sensationell hohe Zu-**



INFO

Chefredakteur in schwierigen Zeiten

■ **Michael Husarek**, Jahrgang 1966, ist seit 2016 Chefredakteur des Verlags Nürnberger Presse (VNP), zu dem „Nürnberger Nachrichten“ und „Nürnberger Zeitung“ gehören. Nach ersten Stationen im Lokalen der „Nürnberger Nachrichten“ wechselte er in die Politikredaktion, ehe er als Ressortleiter nach Neumarkt ging. Anschließend leitete er die Außenredaktionen des VNP. Auch als Lokalchef in Nürnberg war er tätig.

■ Der VNP ist ein Familienunternehmen und wird in zweiter Generation von den Schwestern Bärbel Schnell und Sabine Schnell-Pleyer verantwortet. Weitere Geschäftsführerin ist die ehemalige BDZV-Geschäftsführerin Sigrun Albert.

■ Im Sommer 2025 hat der VNP den Abbau von 200 der insgesamt 790 Jobs im Unternehmen bis Ende 2027 angekündigt. Der Verlag ist in den roten Zahlen. Laut „Süddeutscher Zeitung“ hat er seit 2017 einen Verlust von 50 Millionen Euro gemacht (Stand: August 2025).

Sind Ihre freien Mitarbeiter dazu verpflichtet, das Tool zu nutzen?

Nein. Unsere freien Mitarbeiter entscheiden in Abstimmung mit der jeweiligen Redaktionsleitung selbst, mit wie viel KI-Unterstützung sie das Tool nutzen. Wer einen szenischen Einstieg wie in einem Feature oder einer Reportage schreiben kann, benötigt keine Unterstützung durch KI. Sie würde womöglich versuchen, daraus einen nachrichtlichen Text zu machen.

Sind Sie mit dem Tool rundum zufrieden?

Zufrieden – ja. Rundum – das wäre gelogen. Kein System ist von Anfang an perfekt, und wir entwickeln das Tool kontinuierlich weiter. Entscheidend ist für uns: **Kein Text erscheint ohne redaktionelle Freigabe. Die Qualitätskontrolle liegt am Ende immer beim Menschen.**

Ein weiterer Bestandteil Ihres Transformationsprojekts ist eine Layout-Engine, mit der Sie Zeitungsseiten automatisiert produzieren.

Es handelt sich dabei um ein regelbasiertes System, keine reine KI. Mit Hilfe einer Automatisierungslösung unseres Redakti-



„Die Lokalteile entstehen auf Knopfdruck innerhalb weniger Minuten.“

Michael Husarek
Verlag Nürnberger Presse

griffszahlen, wenn es über die großen Arbeitgeber bei uns in der Region berichtet.

Früher haben wir mehr auf Bilanzpressekonferenzen geschickt, heute interessiert uns der Zoff zwischen Betriebsrat und Arbeitgeber mehr. Diese Themen werden gut angenommen. Wir wären schlecht beraten, dort den Hebel anzusetzen und Personal zu kürzen. Wir haben auch ein eigenes Investigativteam, auf das ich sehr stolz bin, und sind bei Haltungsthemen sehr stark. Unsere Redaktion ist sehr sensibel gegenüber rechtsextremistischen Umtrieben. Im Backoffice-Bereich haben wir konsequent eingespart, nicht aber beim Journalismus. Trotz der geplanten Stellenreduzierungen ist sichergestellt, dass die Redaktion – auch im Vergleich zu anderen Verlagshäusern – gut aufgestellt bleibt. Das ist uns im Lokalen zu 100 Pro-

zent und bei der Mantelbesetzung weitgehend gelungen.

In der Mitteilung Ihres Verlags war auch zu lesen, dass künftig nur noch vier Blattmacher statt wie in der Vergangenheit 43 Mitarbeitende für die Seitenproduktion zuständig sein werden. Was wird aus den übrigen?

Wir haben unsere Produktionsprozesse in den vergangenen Jahren schrittweise weiterentwickelt, um mehr Ressourcen in die inhaltliche Arbeit zu lenken und weniger in Routineaufgaben. Nun können wir einen weiteren Schritt gehen: Wir reduzieren die Zahl der Blattmacher auf vier Rollen pro Produktionstag, drei fürs Lokale und einen für die Mantelproduktion, dazu gibt es einen Spätdienst – gleichzeitig schaffen wir etwas Neues: Ein regionales

Kulturteam nimmt am 1. Juli 2026 seine Arbeit auf. Auch hier geht es uns um lokalen Content, den nur wir in dieser Tiefe anbieten können.

Führt die automatisierte Seitenproduktion nicht zu einer optisch langweiligen Zeitung?

Der Unterschied zu früher ist, dass wir jetzt unsere Layoutstandards einhalten. Schluss mit Bastelarbeiten auf den Seiten – einfach gut lesbare, nach klaren Designvorgaben gemachte Seiten. Klagen über das Layout unserer Zeitung habe ich in zehn Jahren als Chefredakteur übrigens sehr selten gehört. Kritik gab und gibt es hingegen regelmäßig an der Rechtschreibung. Ein Thema, das wir dank KI und Automatisierung ganz bestimmt auch noch besser in den Griff bekommen werden.

Neue Herausforderung im Journalismus gesucht?

Finden Sie aus mehr als 150 neuen Stellenangebote wöchentlich Ihren Job.

newsroom
für Journalistinnen und Journalisten



newsroom.de – Ihr Stellenportal für Fachkräfte im Journalismus und der PR

