



Einführung in die Arbeit mit User Needs

Workshop bei mediaforwork, 9./10. März 2026

Tag 1: Gemeinsames Verständnis & erste Anwendung

Agenda: 9. März, 10 bis 17 Uhr

1. Ankommen & Strategie

- Begrüßung
- Strategie 2026: Vom ausgabenbezogenen zum bedürfnisorientierten Publishing
- Mehr Relevanz und Wirkung: Wie User Needs Inhalte erfolgreicher machen
- Entwicklung eines gemeinsamen Zielbilds
- Roadmap zur Einführung von User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

2. Methodische Vertiefung & praktische Anwendung

- Kennenlernen des User-Needs-Modells von mediaforwork
- Erste Anwendung des User-Needs-Modells
- Erarbeitung einer Customer Journey anhand von User Needs

Kurze Pause

3. Auswertung & Ausblick

- Präsentation und Auswertung der Gruppenarbeit
- Gemeinsame Erkenntnisse
- Check-out

Ab 17:00 Uhr Get-Together

Tag 2: Umsetzung in den Pilotredaktionen

Agenda: 10. März, 9 bis 15 Uhr

1. Einstieg & Testphase

- Begrüßung & Rückblick auf Tag 1
- Planung der Testphase
- Schärfung der User-Needs-Kategorien
 - Arbeiten in Pilotteams:
 - Pilotgruppe 1: Personalwissen
 - Pilotgruppe 2: Steuerpilot
 - Pilotgruppe 3: working@office
- Zusammenführung zu einem Gesamtbild

Kurze Pause

2. Steuerung des User-Needs-Prozesses

- Themenplanung mit User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

3. Steuerung & Abschluss

- Redigatur mit User Needs
- Abschluss & Feedback

Tag 1: Gemeinsames Verständnis & erste Anwendung

Agenda: 9. März, 10 bis 17 Uhr

1. Ankommen & Strategie

- Begrüßung
- **Strategie 2026: Vom ausgabenbezogenen zum bedürfnisorientierten Publishing**
- Mehr Relevanz und Wirkung: Wie User Needs Inhalte erfolgreicher machen
- Entwicklung eines gemeinsamen Zielbilds
- Roadmap zur Einführung von User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

2. Methodische Vertiefung & praktische Anwendung

- Kennenlernen des User-Needs-Modells von mediaforwork
- Erste Anwendung des User-Needs-Modells
- Erarbeitung einer Customer Journey anhand von User Needs

Kurze Pause

3. Auswertung & Ausblick

- Präsentation und Auswertung der Gruppenarbeit
- Gemeinsame Erkenntnisse
- Check-out

Ab 17:00 Uhr Get-Together

Tag 1: Gemeinsames Verständnis & erste Anwendung

Agenda: 9. März, 10 bis 17 Uhr

1. Ankommen & Strategie

- Begrüßung
- Strategie 2026: Vom ausgabenbezogenen zum bedürfnisorientierten Publishing
- **Mehr Relevanz und Wirkung: Wie User Needs Inhalte erfolgreicher machen**
- Entwicklung eines gemeinsamen Zielbilds
- Roadmap zur Einführung von User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

2. Methodische Vertiefung & praktische Anwendung

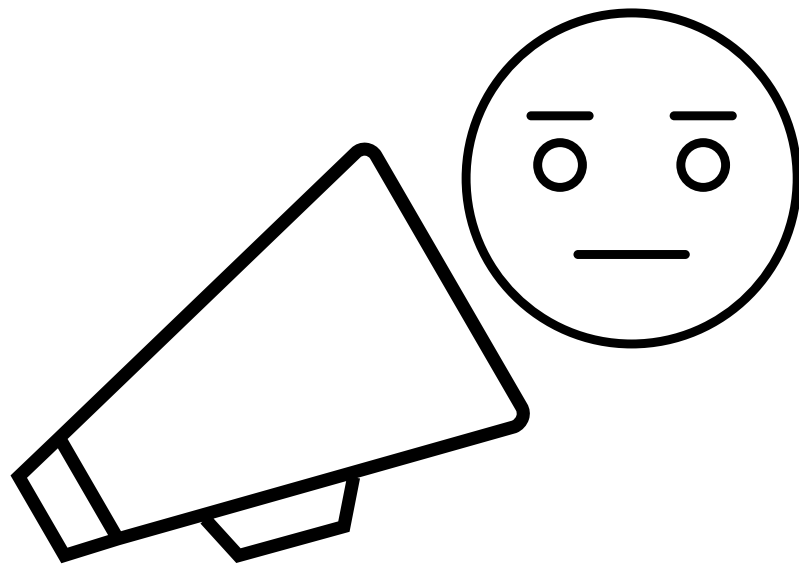
- Kennenlernen des User-Needs-Modells von mediaforwork
- Erste Anwendung des User-Needs-Modells
- Erarbeitung einer Customer Journey anhand von User Needs

Kurze Pause

3. Auswertung & Ausblick

- Präsentation und Auswertung der Gruppenarbeit
- Gemeinsame Erkenntnisse
- Check-out

Ab 17:00 Uhr Get-Together




Wir wissen, Nutzer:innen benötigen nicht nur die neuesten Informationen, sondern auch Erklärung, Einordnung und mal etwas zum Schmunzeln.



DRIVE – 30 Regionalverlage aus Deutschland, Österreich und der Schweiz werten gemeinsam ihre Nutzungsdaten aus, um im Digitalen erfolgreich zu sein.



≥500 Teilnehmer aus den Medienhäusern 

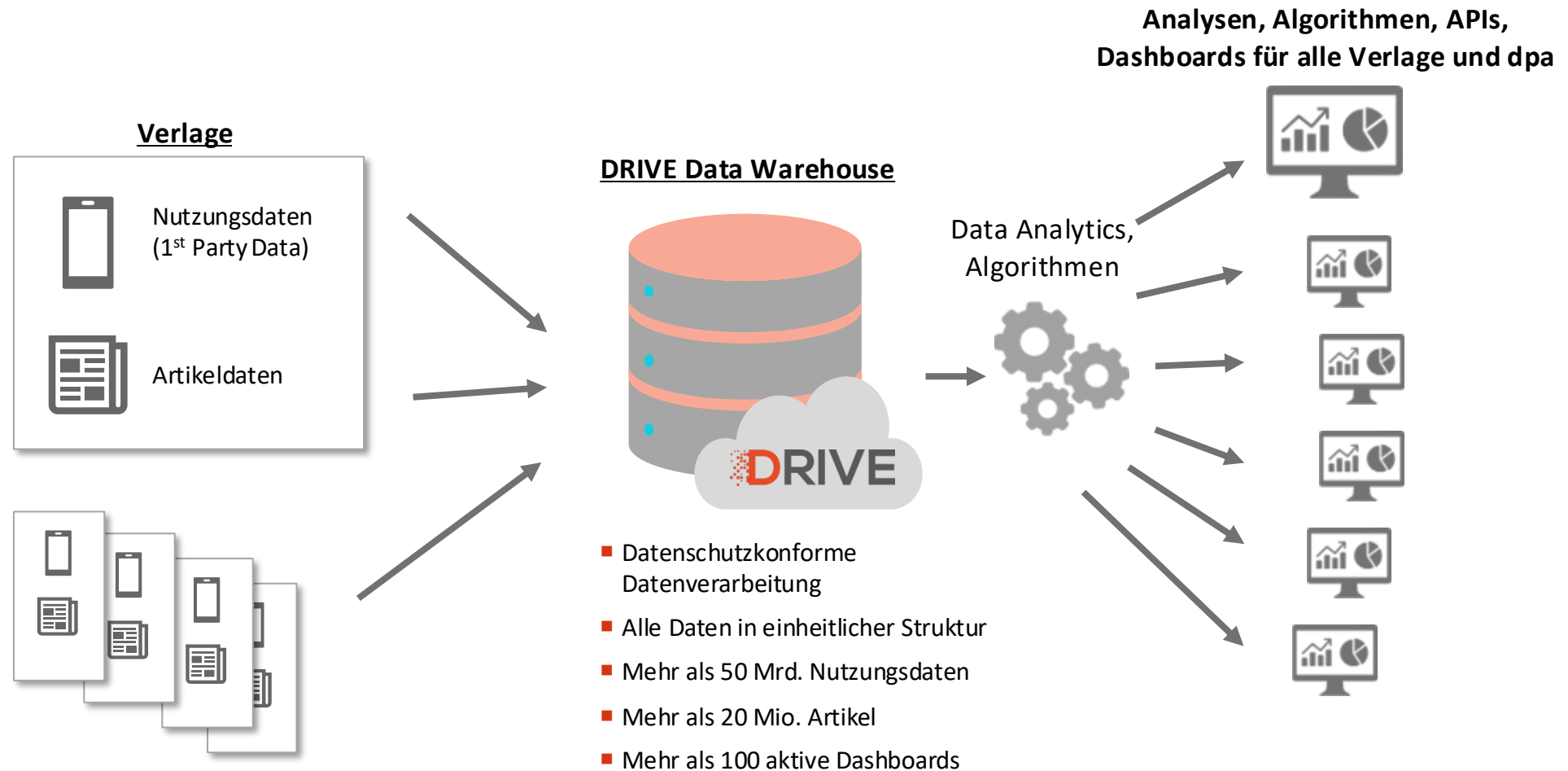


1. Platz

INMA Global Media Award (aus 600 Bewerbungen)



Gemeinsam genutzte Daten als Basis für fundierte redaktionelle Entscheidungen.



DRIVE ist größer als die größten nationalen News-Angebote in Deutschland

Viele Expert:innen teilen Erfahrungen, um im Digitalen schneller voranzukommen.



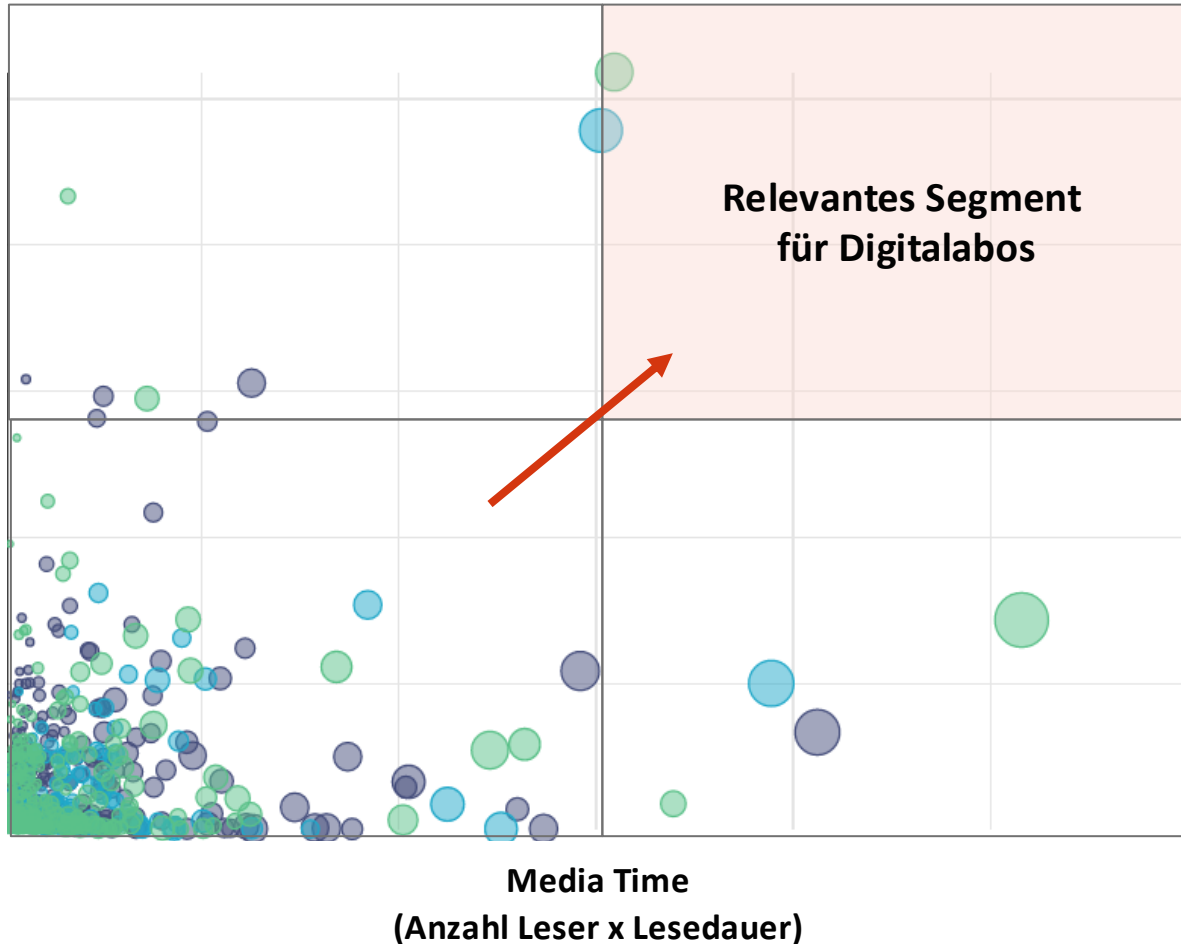
Zusammensetzung der Drive-Community:

- Chefredaktion, Lokalchefs & Journalisten
- Produktverantwortliche
- Sales-Manager
- Audience- & Content-Development
- Entwickler & Data-Scientists
- Geschäftsführung

DRIVE schöpft Kraft aus der Stärke der Community.

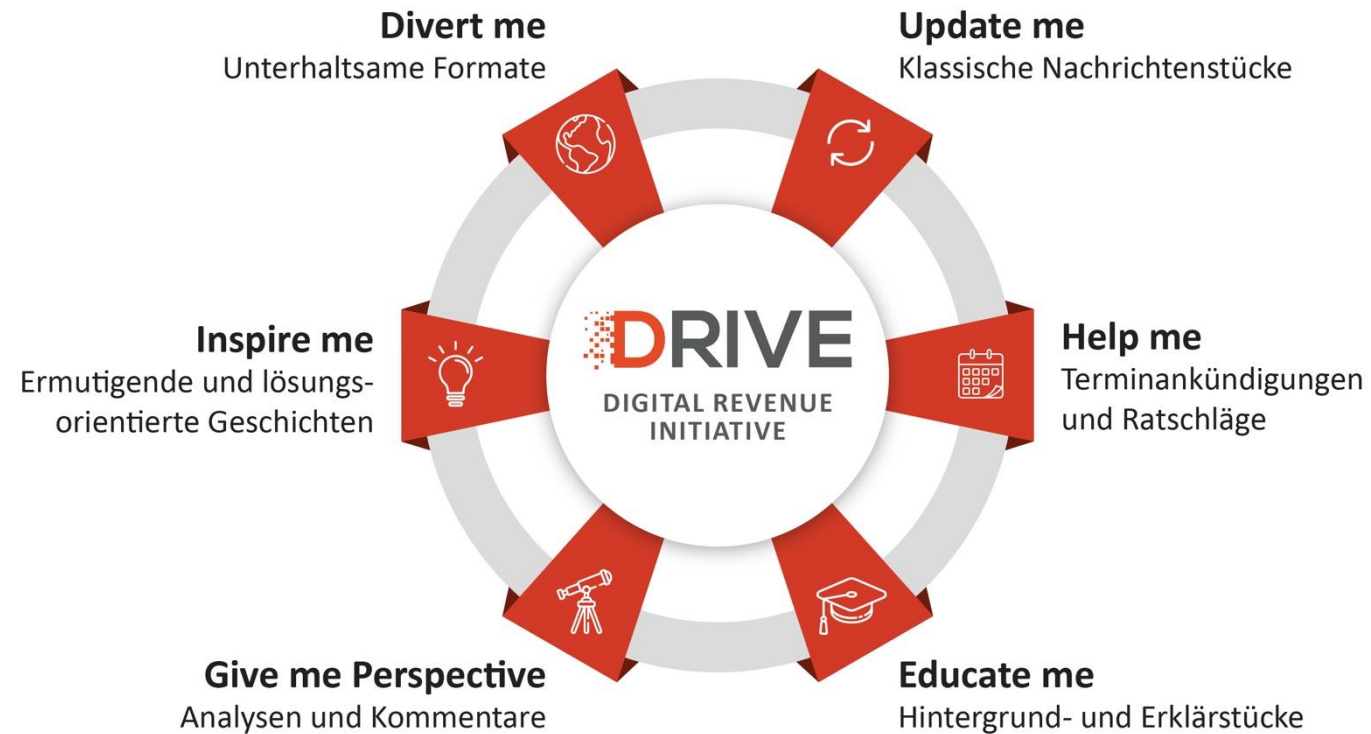
Nutzungsdaten zeigen: 80% der Inhalte wurden kaum von Nutzer:innen wahrgenommen.

Mehrwert des Artikels hin zum Abo



● jeder Kreis ist ein Artikel, die Farbe zeigt den Verlag an

Entscheidung für die Arbeit mit User Needs und Entwicklung des DRIVE-User-Needs-Modells.



Ein Algorithmus verschlagwortet alle Inhalte der Verlage automatisiert mit einer User-Need-Kategorie.

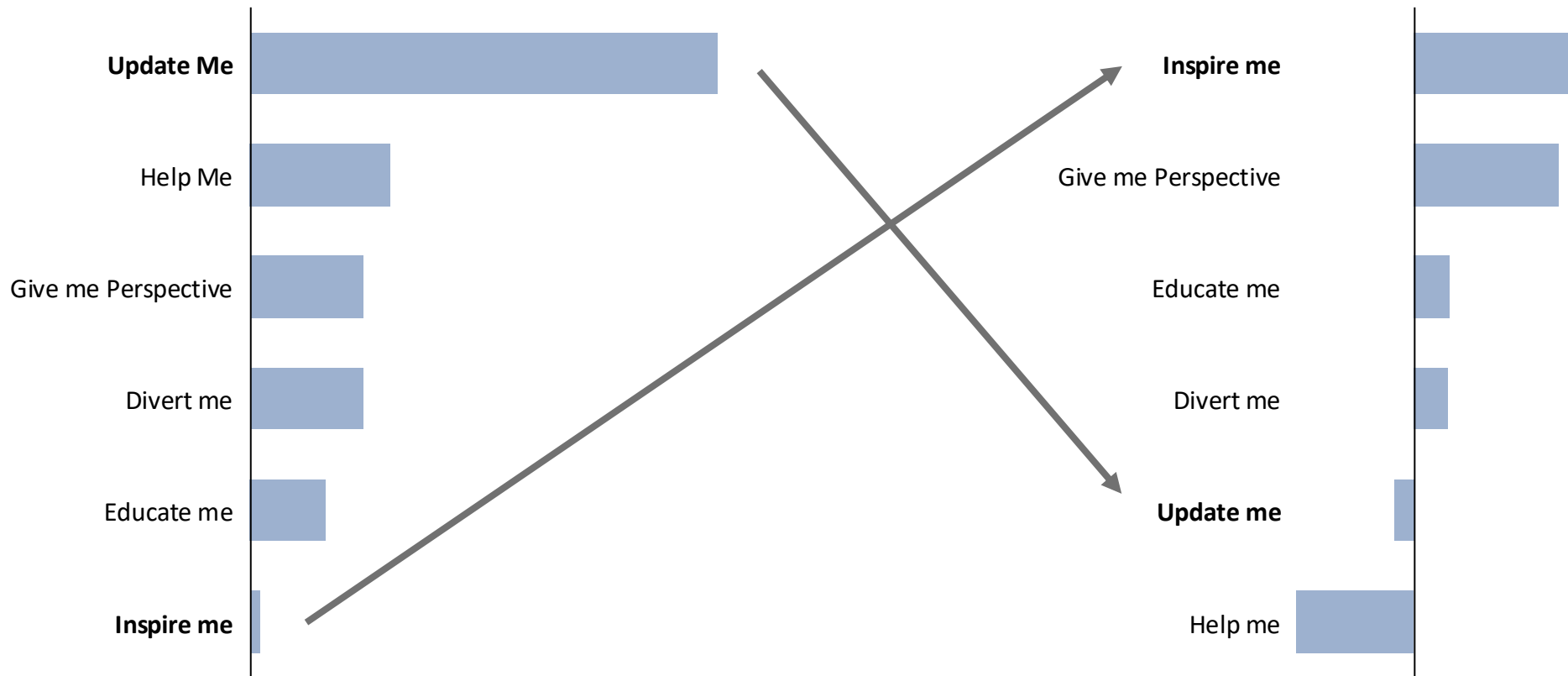
Redaktionen in Regionalverlagen schreiben an den Bedürfnissen der Leser:innen vorbei.

Was schreibt die Redaktion? (DRIVE-Verlage)

(DRIVE-Verlage)

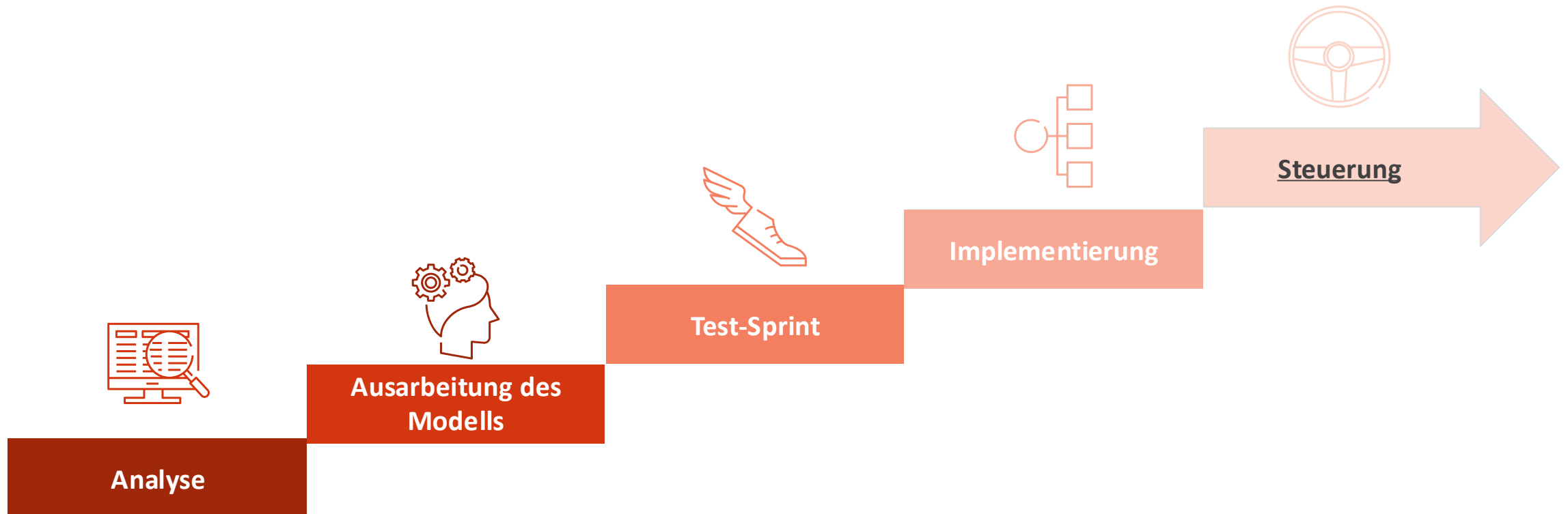
Von welchen Inhalten braucht es mehr/weniger? (Media Time im Verhältnis zum Artikel)

(Media Time im Verhältnis zum Artikel)



Die Media Time gibt die kumulierte Zeit an, die ein:e Leser:in in ein regionales Portal investiert. Daten: letztes Quartal, nur verlagseigene Artikel.

Bewährtes Fünf-Stufen-Modell – Redaktionen lernen schrittweise die User-Needs-Anwendung.



Schreiben nach User Needs zahlt sich aus: Höhere Nutzungszeit und Abonnenten-Rate.

Die Qualität der Inhalte wurde **nachhaltig verbessert**.



Das Leser-Engagement hat sich um **125 % erhöht** und damit mehr als verdoppelt.



Die Anzahl der Abonnenten ist um **75 % gestiegen**.



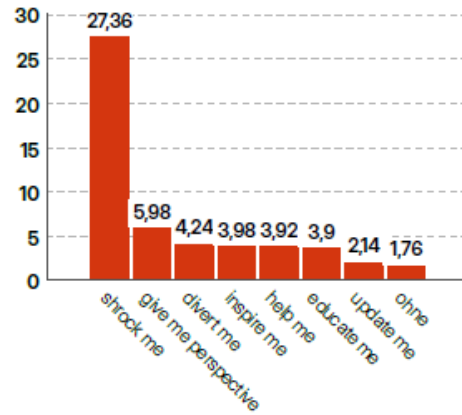
Redakteure konzentrieren sich auf **digitale Inhalte** und verabschieden sich von der „Print-Denkweise“.



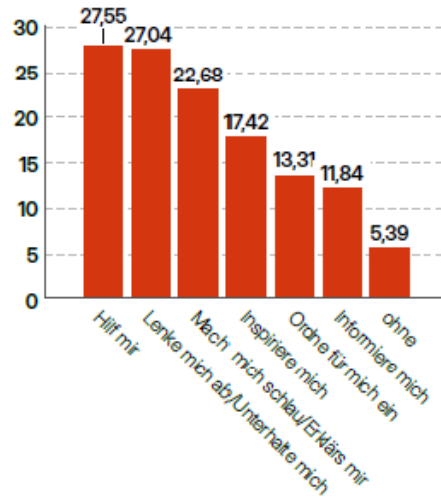
Weitere Ergebnisse: Starke Media Time bei verschiedenen User Needs.

Durchschnittliche Media Time

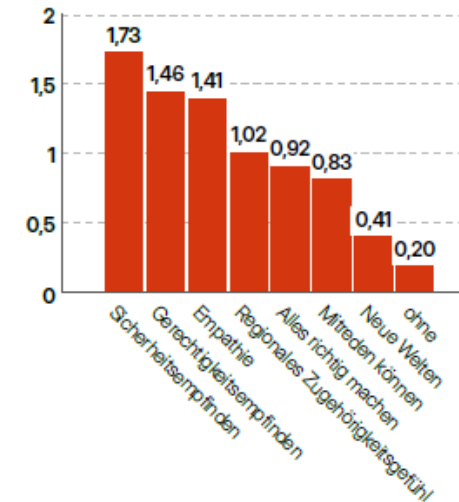
Verlag A



Verlag B

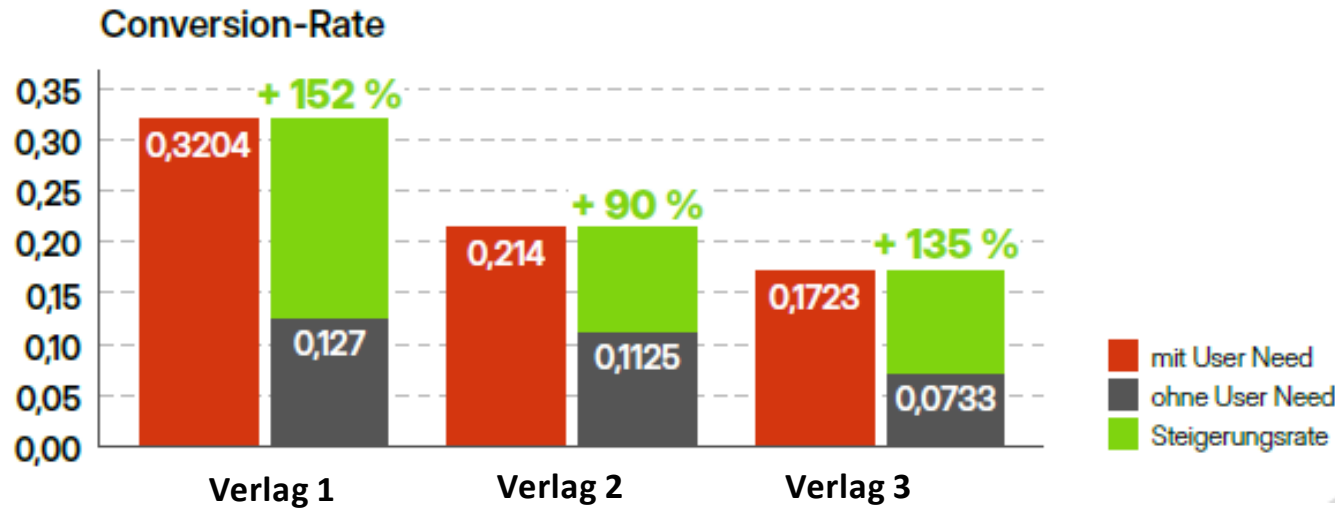


Verlag C



- Bei Verlag A fiel die Kategorie „Shrock me“ auf. Der Name ist eine Kombination aus „Shock me“ und „Rock me“.
- Bei Verlag B waren es vor allem nutzwertige Inhalte a la „Hilf mir“, die eine überdurchschnittliche Performance erreichten.
- Bei Verlag C konnten vor allem Geschichten punkten, die die Sorgen und Ängste der Menschen aufgreifen und damit ihr Bedürfnis nach Sicherheit und Stabilität befriedigen.

Je konsequenter mit User Needs gearbeitet wird, desto besser das Ergebnis.



Erfolgreich bei den Leserinnen und Lesern, macht allen Spaß und erleichtert die Arbeit derer, die in Redaktionen arbeiten: #UserNeeds sind quasi Keks und Schokolade für den modernen Journalismus.



Sylvia Binner, stellv. Chefredakteurin des Generalanzeiger Bonn

dpa und Highberg haben User Needs in mehr als 20 Redaktionen eingeführt. Die Erfolge sind messbar.



- **DRIVE:** 30 regionale Tageszeitungsverlage aus Deutschland, Österreich, Schweiz – **Grafschafter Nachrichten** gehören zur Community
- Große Datenplattform, Analysen, Algorithmen und Change Prozess. Vertrauensvolle Zusammenarbeit von Redaktionen
- Einmalige Zusammenarbeit von News-Publishers weltweit (Gewinner des INMA Global Media Award für bestes Projekt weltweit)
- Jetzt geht es darum, die **User Needs präziser einzusetzen und im redaktionellen Alltag zu verankern**. Das ist eine Herausforderung für viele Verlage.
- [Link zum Whitepaper](#)

Update me



Inhalt

- Wir wollen die Menschen informieren
- Tagesaktuelle Themen
- Sachlich, faktenbasiert, kurz und kompakt



Genre

- (Eil-) Meldungen, Zusammenfassung
- Live-Blog, Live-Video



Überschrift

- Soll klar machen, dass es sich um eine News handelt
- "Bundestag entscheidet/beschließt...", "Neue Details zu..."



Beispiele für Update me-Inhalte



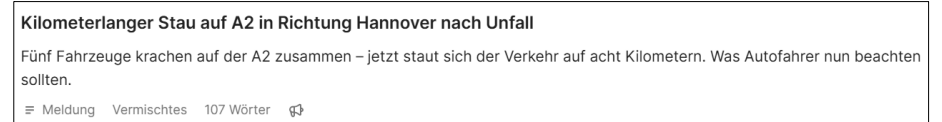
Omnibus-Artikel haben ausgedient. Ein User Need = ein Artikel.



Liveticker über ein nachrichtenwürdiges Ereignis: Fund einer 450-Kilo-Bombe und die Evakuierung von rund 21.000 Menschen.



Verkehrsliveticker informiert aktuell, knapp und faktenorientiert über die Verkehrslage.



Educate me



Inhalt

- Wir erklären und vermitteln Wissen, damit Leser dranbleiben
- Hilft, die Grundlagen eines komplexen Themas zu verstehen
- Wer sind Schlüsselfiguren? Wie läuft etwas ab?



Genre

- F&A, Faktencheck, Kurzporträt, Chronik, Expert:innen-Interview
- Erklärvideo, Illustration, Grafik



Überschrift

- Soll klar machen, dass der Artikel lehrreich ist
- "(Alles) was man über XY wissen muss",
„Was steckt wirklich in/hinter...?“,
"Wie funktioniert xy?„ etc.



Beispiele für Educate me-Inhalte

dpa ...

Von Fiskus bis Freibeträge
11 Fakten über Steuern, die Sie kennen sollten

Mindful Self Leadership
Wie uns mehr Achtsamkeit im Job helfen kann



Artikel erklärt die Berechnung der Waldbrandgefahr und Faktoren wie Wetterdaten, Trockenheit und Windgeschwindigkeit. Bietet Lesern Hintergrundinformationen, um die Bedeutung der Warnstufen besser zu verstehen.



Artikel klärt über Fehlgeburten auf. Anhand einer Expertin und in einem Frage-Antwort-Format. Vermittelt medizinisches Wissen zu Ursachen, Abläufen, Häufigkeiten und rechtlichen sowie organisatorischen Fragen.



Historische Übersicht über die Gebietsankäufe der USA. Durch die chronologische Darstellung und Einordnung der Ereignisse wird ein komplexes Thema verständlich und anschaulich aufbereitet.

dpa ...

Give me Perspective



Inhalt

- Wir unterstützen Menschen, sich eine Meinung zu bilden und sich im Argumente-Dschungel zurecht zu finden.
- Was bedeutet ein Thema für jeden selbst, das Unternehmen etc.?



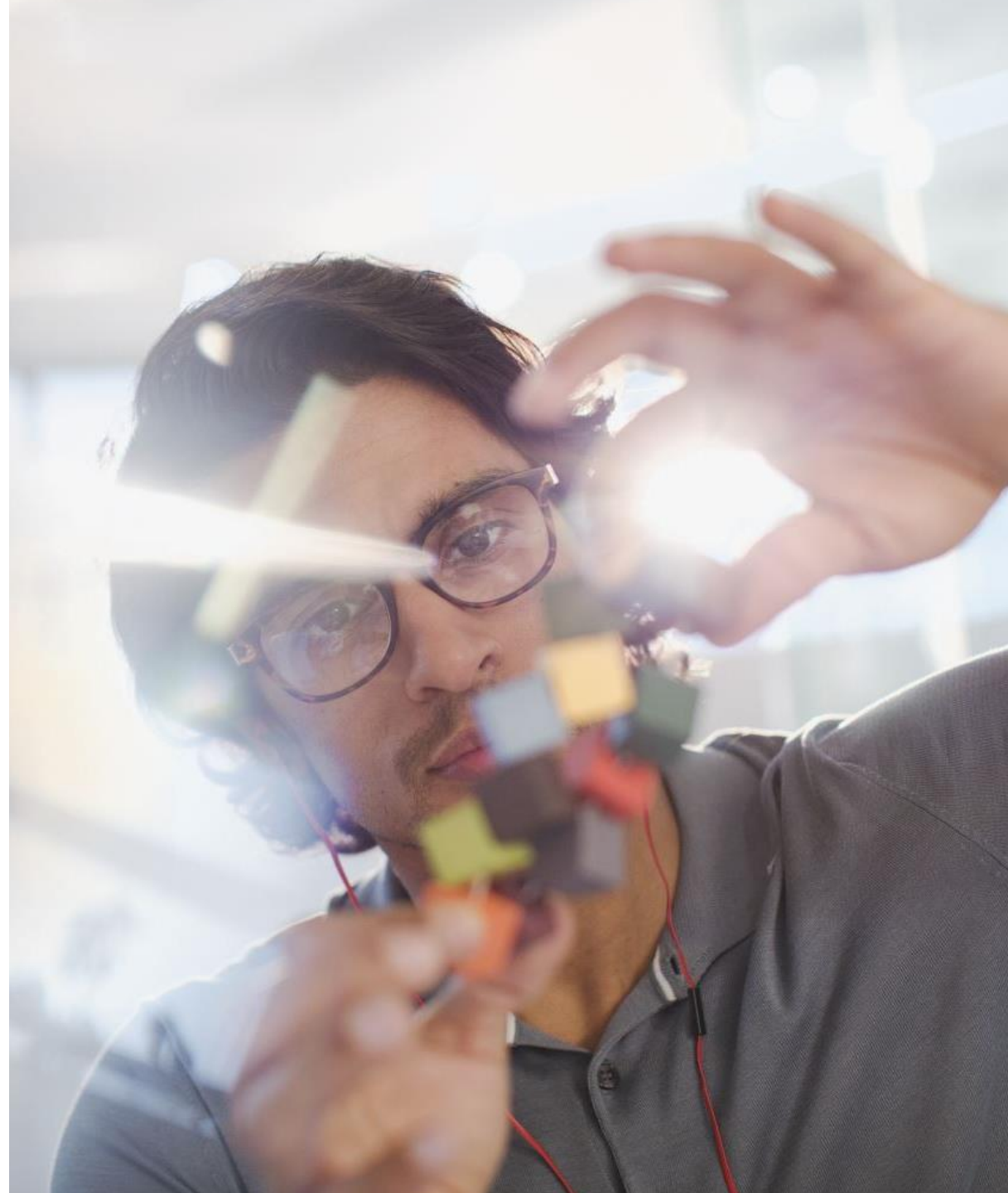
Genre

- Experten-Interview, Bericht
- Analyse, F&A, Pro&Contra



Überschrift

- Zitat oder Frage (wenn wir sie im Text beantworten können)
- Soll klar machen, dass es sich um eine Sichtweise, Meinung oder Einordnung einer Person oder eines Themas handelt



Beispiele für Give me Perspective-Inhalte



Artikel über den möglichen Wechsel im Amt des Ministerpräsidenten von Sachsen-Anhalt. Durch das Format Pro&Contra erhalten Leser verschiedene Perspektiven.



Analyse der Herausforderungen und Bedrohungen, denen sich die Deutsche Marine gegenüber sieht. Experten-Interview mit Vizeadmiral Jan Christian Kaack.



Help me



Inhalt

- Für alle, die eine konkrete Lösung für ein Problem suchen
- Verbrauchernahe Themen, Tipps, Empfehlungen, Termine



Genre

- F&A, Listicle, Überblicksartikel
- Grafiken



Überschrift

- Soll klar machen, dass der Artikel nutzerwertig ist
- "So entgehen Sie dem Stau", „Fahrplanwechsel: Das ändert sich bei den Zugverbindungen in...“, „Worauf man künftig bei ... achten muss“, „Wie ... gekocht/gebacken wird“



Beispiele für Help me-Inhalte



Tipps für den Glasfaser-Anschluss: Kostenmodelle, Anschlussbedingungen und wo Fallstricke für Haushalte liegen können.



Artikel bietet Tipps für Menschen in der Region, die sich bei Hitze abkühlen möchten. Die Liste enthält mehrere Orte, wie Höhlen, Wasserstellen und schattige Plätze.



Übersicht über wichtige Änderungen im Listicle-Format. Hilft Lesern, sich auf Änderungen vorzubereiten.

Unterhalt steuerlich absetzen: Das sind die Voraussetzungen

Wer seinen Eltern, Kindern, Enkelkindern oder Ex-Partnern finanziell unter die Arme greift, kann den Unterhalt in manchen Fällen von der Steuer absetzen. Nur wann genau? Und wie funktioniert das?

FRAGEN AUS DEM ARBEITSRECHT

Kann mein Chef mir verbieten, im Kostüm zu arbeiten?

Kostüm im Büro – erlaubt oder tabu? Wann Vorgesetzte in der Karnevalszeit bei der Kleiderwahl mitreden dürfen.

Touch me / Inspire me



Inhalt

- Themen, die starke Emotionen wecken (Freude, Empathie, Sensationslust, Empörung, Trauer, Stolz, etc.)
- Schicksalsschläge, Zufälle, außergewöhnliche Menschen



Genre

- Feature, Reportage, Porträt, Nachruf
- Porträtfotos, Video



Überschrift

- Sollte Emotionen wecken
- z.B. „Wie x überwand, um z zu werden“



Beispiele für Touch me-/Inspire me-Geschichten



Keine Story ohne Mensch(en).



Geschichte von Daniel Metzen, der durch Sport und Ernährungsumstellung 50 Kilogramm abnahm.



Geschichte von Mandy Goldhammer, die durch ihre Alkoholsucht fast ihr Leben verloren hätte. Beleuchtet wird ihr Weg aus der Sucht.



Bewegende Geschichte des ehemaligen Fußball-Profis Dennis Diekmeier, der mit der Krebserkrankung seiner Tochter Delani kämpft.

Divert me



Inhalt

- Für alle, die Ablenkung vom (Nachrichten-) Alltag möchten
- Lustige, spannende, kuriose, überraschende Geschichten
- Wirkt Nachrichtenmüdigkeit entgegen



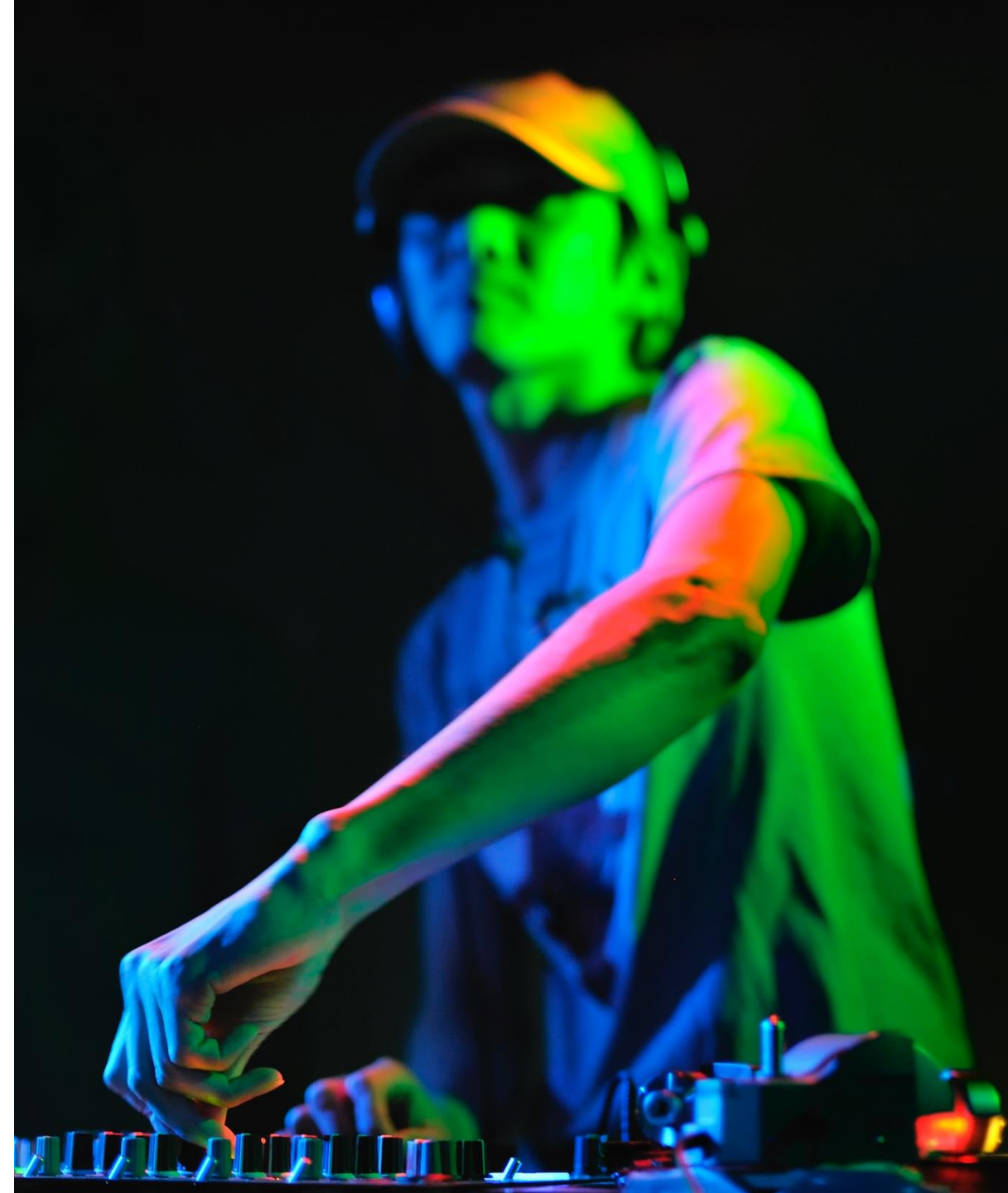
Genre

- Feature, Rätsel, Bildergalerien, Foto-Stories, Videos



Überschrift

- Mach deutlich, dass es sich um eine unterhaltsame Geschichte handelt
- z.B. „Die schönsten Bilder von...“



Beispiele für Divert me-Inhalte



Geschichte über einen betrunkenen Radfahrer, der in Ulm gegen einen mobilen Blitzler fuhr. Unterhaltsam aufgeschrieben.



Amüsanter Einblick in die Welt der Fußball-Eltern. Gut für eine Atempause und kurzweilige Lektüre.

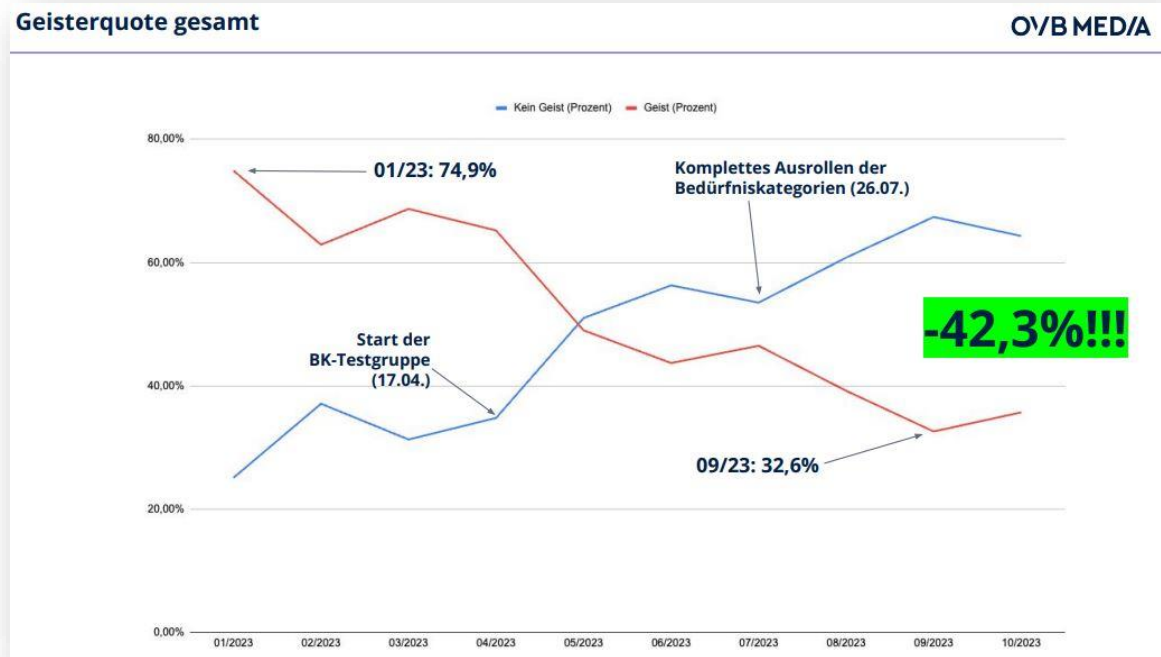


Geschichte über das Privatleben der Back-Influencerin Sally Özcan. Lockerer Ton und Einblicke in das Leben des Promis.

Ein 42% geringere Geisterquote kann ein Ergebnis der User-Needs-Arbeit sein.



Hast du kein User Need, hast du keine Geschichte. User Needs eignen sich, um Geister-Artikel frühzeitig zu identifizieren und zu vermeiden.



Entscheidend für den Erfolg mit Bedürfniskategorien ist aus meiner Sicht, dass wirklich alle an einem Strang ziehen: von der Geschäftsführung bis zum freien Mitarbeiter. Es muss eine klare Haus-Strategie geben, die den Redaktionen fortlaufend kommuniziert wird. Zudem sind fortlaufende Schulungen und Feedback-Runden unerlässlich!



Martin Vodermaier,
Chefredakteur der OVB24 GmbH

Dazu kommen:

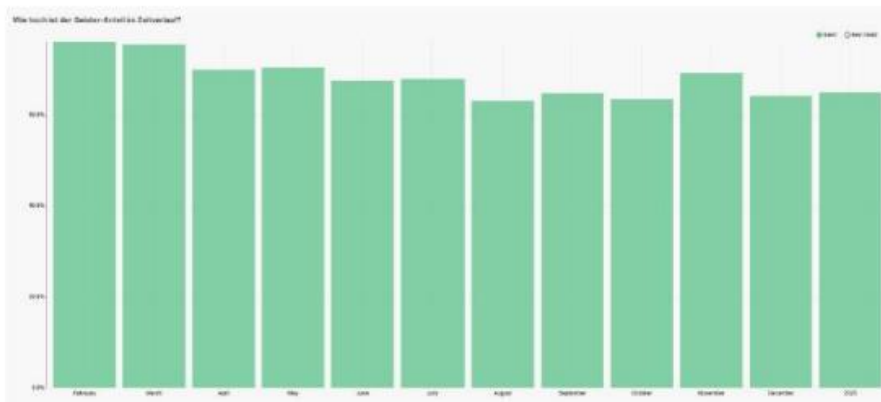
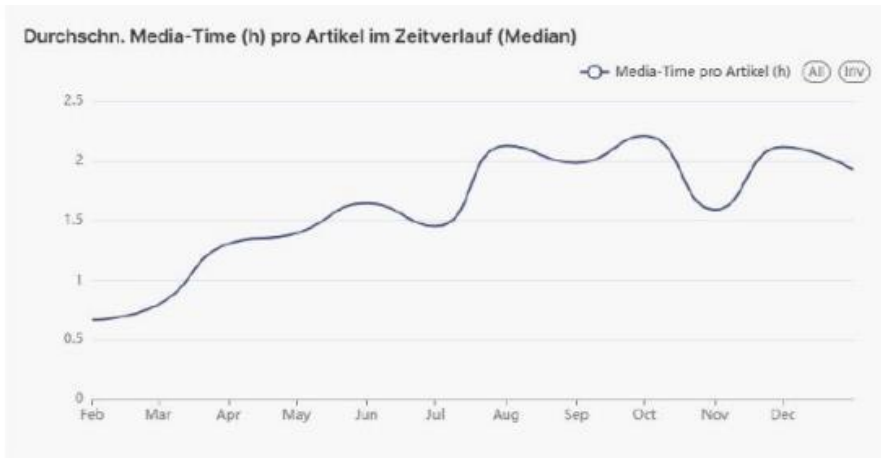
- Mehr Digitalabos MIT Bedürfniskategorien
- Höhere Media Time

Geisterartikel sind Artikel, die weniger kumulierte Lesedauer generiert haben als sie in der Erstellung an Zeitaufwand gekostet haben.

Eine höhere Nutzungszeit ist das Ergebnis der Badischen Neuesten Nachrichten.



Jeder sollte einen Editorial Development Manager haben, um User Needs im Alltag erfolgreich zu verankern.



Wie aus der Karlsruherin Daniela Klette eine RAF-Terroristin wurde – ehemalige Lehrer erinnern sich

Über die Zeit von RAF-Terroristin Daniela Klette in Karlsruhe ist wenig bekannt. Doch Weggefährten von früher erinnern sich an die junge Daniela.



Wie die Marxzeller Familie nach dem Unfalltod der zwei Kinder lebt und trauert

Das Unfalldrama bei Waldbronn riss zwei Marxzeller Kinder aus dem Leben, Schock und Trauer folgten. Im Gespräch schildern die Eltern Unfall und Leben danach.



Zwei Stühle bleiben leer am Esstisch. Die Kinder Ali und Umar sind beim tödlichen Unfall am 26. September im Alter von 10 Jahren gestorben. Seitdem ist bei der Marxzeller Familie Mauer nicht mehr so, wie es war. Foto: Thomas Thier

- Media Time hat sich mehr als **verdreifacht!!!!**
- **12 Prozent** weniger Geisterartikel
- Starke Inspire me Stücke stechen hervor in Bezug auf Media Time, Funnel Entries und Conversions

Tag 1: Gemeinsames Verständnis & erste Anwendung

Agenda: 9. März, 10 bis 17 Uhr

1. Ankommen & Strategie

- Begrüßung
- Strategie 2026: Vom ausgabenbezogenen zum bedürfnisorientierten Publishing
- Mehr Relevanz und Wirkung: Wie User Needs Inhalte erfolgreicher machen
- **Entwicklung eines gemeinsamen Zielbilds**
- Roadmap zur Einführung von User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

2. Methodische Vertiefung & praktische Anwendung

- Kennenlernen des User-Needs-Modells von mediaforwork
- Erste Anwendung des User-Needs-Modells
- Erarbeitung einer Customer Journey anhand von User Needs

Kurze Pause

3. Auswertung & Ausblick

- Präsentation und Auswertung der Gruppenarbeit
- Gemeinsame Erkenntnisse
- Check-out

Ab 17:00 Uhr Get-Together

Wir entwickeln ein Zielbild 2026.



Leitfragen:

- Wohin sollen die User Needs führen?
- Was soll sich konkret ändern?
- Woran merken wir am Ende des Jahres: Es hat funktioniert.

Aufgabe pro Gruppe:

Jede Gruppe formuliert entlang der Fragen eine These und ein No-Go.

Ergebnis:

- Am Ende verdichten wir die Ergebnisse zu einer Kernaussage, z.B. „Unsere Redaktionen arbeiten erfolgreich mit User Needs, wenn...“

Tag 1: Gemeinsames Verständnis & erste Anwendung

9. März, 10 bis 17 Uhr

Agenda: 9. März, 10 bis 17 Uhr

1. Ankommen & Strategie

- Begrüßung
- Strategie 2026: Vom ausgabenbezogenen zum bedürfnisorientierten Publishing
- Mehr Relevanz und Wirkung: Wie User Needs Inhalte erfolgreicher machen
- Entwicklung eines gemeinsamen Zielbilds
- **Roadmap zur Einführung von User Needs**

12 bis 13 Uhr Mittagspause

2. Methodische Vertiefung & praktische Anwendung

- Kennenlernen des User-Needs-Modells von mediaforwork
- Erste Anwendung des User-Needs-Modells
- Erarbeitung einer Customer Journey anhand von User Needs

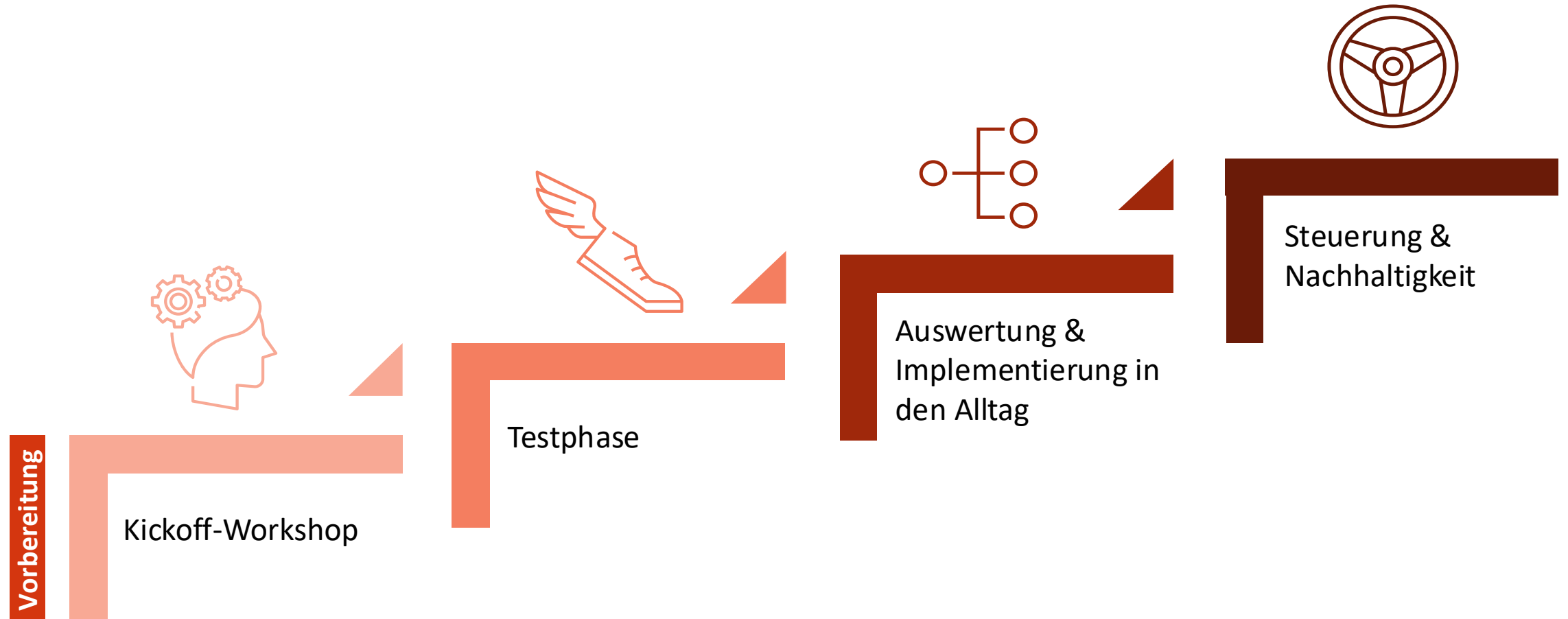
Kurze Pause

3. Auswertung & Ausblick

- Präsentation und Auswertung der Gruppenarbeit
- Gemeinsame Erkenntnisse
- Check-out

Ab 17:00 Uhr Get-Together

Empfehlung für eine Roadmap zur User-Needs-Einführung.



Tag 1: Gemeinsames Verständnis & erste Anwendung

Agenda: 9. März, 10 bis 17 Uhr

1. Ankommen & Strategie

- Begrüßung
- Strategie 2026: Vom ausgabenbezogenen zum bedürfnisorientierten Publishing
- Mehr Relevanz und Wirkung: Wie User Needs Inhalte erfolgreicher machen
- Entwicklung eines gemeinsamen Zielbilds
- Roadmap zur Einführung von User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

2. Methodische Vertiefung & praktische Anwendung

- **Kennenlernen des User-Needs-Modells von mediaforwork**
- Erste Anwendung des User-Needs-Modells
- Erarbeitung einer Customer Journey anhand von User Needs

Kurze Pause

3. Auswertung & Ausblick

- Präsentation und Auswertung der Gruppenarbeit
- Gemeinsame Erkenntnisse
- Check-out

Ab 17:00 Uhr Get-Together

Das User-Needs-Modell von mediaforwork



Tag 1: Gemeinsames Verständnis & erste Anwendung

9. März, 10 bis 17 Uhr

Agenda: 9. März, 10 bis 17 Uhr

1. Ankommen & Strategie

- Begrüßung
- Strategie 2026: Vom ausgabenbezogenen zum bedürfnisorientierten Publishing
- Mehr Relevanz und Wirkung: Wie User Needs Inhalte erfolgreicher machen
- Entwicklung eines gemeinsamen Zielbilds
- Roadmap zur Einführung von User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

2. Methodische Vertiefung & praktische Anwendung

- Kennenlernen des User-Needs-Modells von mediaforwork
- **Erste Anwendung des User-Needs-Modells**
- Erarbeitung einer Customer Journey anhand von User Needs

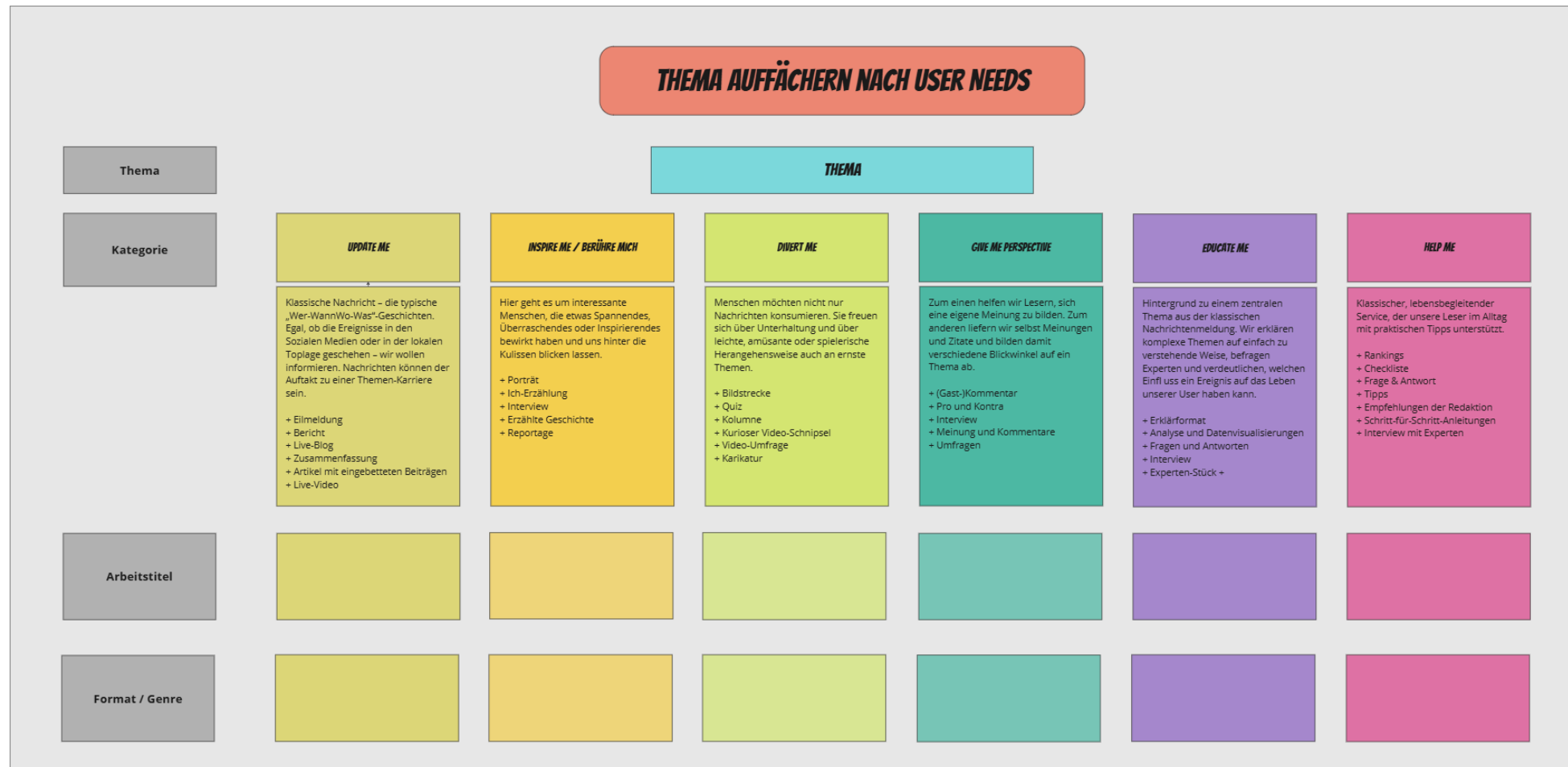
Kurze Pause

3. Auswertung & Ausblick

- Präsentation und Auswertung der Gruppenarbeit
- Gemeinsame Erkenntnisse
- Check-out

Ab 17:00 Uhr Get-Together

Wir werden kreativ: der Themenfächer.



User Needs verändern, wie wir Geschichten schreiben und wie wir sie publizieren.

Themenkarrieren

Beleuchtet ein Thema mit hohem Gesprächs- und Informationswert von unterschiedlichen Standpunkten aus und entlang verschiedener Leserbedürfnisse. Oft als (Mini-)Serie konzipiert.

- Leser:innen haben ein hohes Informationsinteresse. User-Needs-Modelle helfen bei der Themenentwicklung.
- Themenkarrieren animieren Leser zur Wiederkehr und zum „Weiterwandern“, das steigert die Nutzungszeit.

Tipp: Artikel in Themenkarrieren sind am erfolgreichsten, wenn verschiedene User Needs eingesetzt werden.

Beispiel: Themenkarriere über das Swisttaler Seniorenheim vom Generalanzeiger Bonn.

move me

● Angehörige kritisieren Zustände in Swisttaler Seniorenheim

„Das ist bestenfalls eine Verwehrstation auf dem Weg zum Tod“

Swisttal-Buschhoven Ein Seniorenzentrum soll älteren Menschen einen angenehmen Lebensabend ermöglichen. Auch das Seniorenzentrum Stella Vitalis in Buschhoven verspricht das. Angehörige von Bewohnern schildern die Zustände im Haus ganz anders – als katastrophal.

23.05.2023, 09:13 Uhr · Eine Minute Lesezeit

give me perspective

● Kommentar zu Missständen in Seniorenheim

Die Pflege brennt - nicht nur in Buschhoven

Meinung | Swisttal In der Pflege läuft einiges nicht so, wie es sollte. Bei aller Kritik sollte man aber die Bedürfnisse von Pflegenden und Gepflegten nicht gegeneinander ausspielen, findet GA-Redakteurin Juliane Hornstein.

Von Juliane Hornstein
Redaktionsleiterin Vorgelagte

22.05.2023, 18:00 Uhr · Eine Minute Lesezeit

help me

● Tipps vom Seniorenberater

So finden Sie eine gute Pflegeeinrichtung

Swisttal Wo wohnen, wenn man nicht mehr alleine zurecht kommt? Gerade ältere Menschen treibt diese Frage oft um. Swisttals Seniorenberater Gerhard Endruschat weiß, worauf man bei der Suche nach einer passenden Senioreneinrichtung achten sollte.

22.05.2023, 18:00 Uhr · Eine Minute Lesezeit

educate me

● Vorwürfe gegen Buschhovener Seniorenzentrum

Stella Vitalis muss Prüfbericht zugänglich machen

Swisttal-Buschhoven Die Heimaufsicht hat das Stella Vitalis Seniorenzentrum in Buschhoven schon mehrfach überprüft. Zuletzt stand eine Regelprüfung an. Was das bedeutet und warum der Bericht dazu nicht einfach verschwiegen werden kann, erklärt der Pressesprecher des Rhein-Sieg-Kreises.

25.05.2023, 14:41 Uhr · Eine Minute Lesezeit

help me

● Rechtsexperte gibt Tipps

Was Angehörige bei Pflegemängeln tun können

Swisttal/Bonn Von 'katastrophalen Zuständen' sprechen Angehörige von Bewohnern des Stella-Vitalis-Seniorenzentrums in Buschhoven. Im GA-Gespräch gibt ein juristischer Berater des Biva-Pflegeschatzbundes Tipps, welche Möglichkeiten Angehörige haben, um gegen schwere Pflegemängel vorzugehen.

24.05.2023, 19:00 Uhr · Eine Minute Lesezeit

Vollstationäre Versorgung
Pflegebedürftigkeit maximale Leistungen pro Monat
Preis pro Tag 129 Euro*

move me

● Reportage: Eine Frühschicht im Altenheim

Arbeitsalltag als Pflegekraft: „Mal unerträglich, mal unvergesslich“

Meckenheim Pflegekräfte gelten als gestresst, überfordert und unterbezahlt. Der General-Anzeiger hat zwei Pflegerinnen bei der Frühschicht in einem Meckenheimer Altenheim begleitet – und Eindrücke gesammelt, die trotzdem Hoffnung geben.

05.06.2023, 11:02 Uhr · Eine Minute Lesezeit

inspire me

● Seniorin aus Rheinbach

„Für mich war immer klar, dass ich ins Heim gehe“

Rheinbach Das Altersheim nennt sie ihr „Zuhause“. Eine Seniorin aus Rheinbach erzählt, wie sie sich für ihre Mitbewohner einsetzt und was sie jedem empfehlen würde, der aufs Rentneralter zugeht.

06.06.2023, 12:00 Uhr · Eine Minute Lesezeit

Ein Erfolgsfaktor für die sinkende Geisterquote ist die Arbeit mit Themenkarrieren. Hier das Beispiel: Brandstiftung durch Kinder.

Brandstiftung von drei Kindern in ehemaligem Gasthof in Beyhartering

11.10.2023, 10:49 Uhr
Von: Martin Weidner, Tim Niemeyer

Kommentare



Brand im alten Gasthof: Was wird nun aus dem Wohnbau-Projekt in Beyhartering?

13.10.2023, 16:32 Uhr
Von: Sabina Gatzsch

Kommentare



Brand im Herzen von Beyhartering: So alt sind die Kinder, die das Feuer entzündet haben

11.10.2023, 16:18 Uhr
Von: Sabina Gatzsch

Kommentare



Nach vorsätzlicher Brandstiftung in Beyhartering: Wer muss Einsatz von 135 Rettern bezahlen?

13.10.2023, 08:08 Uhr
Von: Sabina Gatzsch

Kommentare



Nach Brand im Gasthof Beyhartering: Sind Kinder über die Haftpflicht ihrer Eltern versichert?

16.10.2023, 10:13 Uhr
Von: Sabina Gatzsch

Kommentare



„Kein Dummer-Jungen-Streich“: Wie ein Kinderpsychologe die Brandstifter von Beyhartering einschätzt

16.10.2023, 13:02 Uhr
Von: Sabina Gatzsch

Kommentare



Veränderung

Früher: maximal Live-Berichterstattung und eine Nachdreh-Geschichte

Heute: Fokus auf Daten, Themen erkennen, Themenkarrieren nach Bedürfniskategorien und Audience

Effekt:

- höhere Media Time
- Abos
- Anstieg der Digitalabonnenten = Abo-Haltbarkeit (Retention)

Beispiel: Themenkarriere zur Sprengung einer Autobahnbrücke der Aachener Zeitung.

Update me

Aachen-Haarbachtalbrücke

Eine Auffahrt auf die A544 bereits früher gesperrt

Wer aus Verleutenheide kommend Richtung Aachen auffahren will, wird früher als geplant ausgebremst.



Heute ist die A544 in Richtung Emmerich fast Foto: Thomas Theiler

Update me

Aachen/Würzelen Pressekonferenz

Sprengtermin für A544-Brücke steht fest

Auf einer Pressekonferenz sind die neuesten Details zur Sprengung der Autobahn ab Montag und der dann folgenden Sprengung der Haarbachtalbrücke bekanntgegeben worden.



Blick in die Haarbachtalbrücke Geschichte. Foto: Bernhard Falter

Inspire me

Aachen Fertigteile im Einsatz

Aachener Firma baut Brücken in drei Monaten

Brücken aus Fertigteilen sind schnell gebaut. Sehr schnell sogar: Nesselers Bau ist einer von wenigen Anbietern dieser Brückenbauart in NRW. Könnte so auch die A544-Talbrücke gebaut werden?



Andreas Hagedorn, Leiter Brückenbau der Aachener Nesselers Bau GmbH, mit einem Modell der dort anzubauenden Brücke aus Fertigteilen, die zum Beispiel in Havelthoven gebaut wurde. Foto: Schwede, Claudia

Move me

Aachen Sprengung am Dienstag

72-jähriger Sprengmeister schreibt in Aachen Geschichte

Karl-Heinz Bühring (72) kann sich mit seinen 44 Berufsjahren ausuchen, welche Objekte er sprengt. Die Haarbachtalbrücke hat ihn gereizt, denn die Sprengung wird eine Deutschlandpremiere. Hat er keine Angst?



Voll konzentriert: Sprengmeister Karl-Heinz Bühring an der Haarbachtalbrücke unter der A544. Foto: Claudia Schwede

Educate me



Aachen-Haarbachtalbrücke

Fünf Fakten zur Sprengung der Haarbachtalbrücke

Help me

Aachen Sprengung am Dienstag

Was passiert wann bei der Brückensprengung?

Evakuierung, Straßenspernung, Drohnenflüge, laute Warrsignale - der minutöse Countdown am Dienstag an der A544.



Die Vorbereitungen für die Sprengung der Haarbachtalbrücke laufen auf Hochtouren. Foto

Aachen/Würzelen 15. Januar

A544 wird erst nach Berufsverkehr gesperrt

Autobahn GmbH und Stadt Aachen informieren auf einer Pressekonferenz über die letzten Details zur Sperrung der Autobahn ab Montag, 15. Januar. Was bis dahin noch passiert und was die Pendler dann erwartet.



Tag 1: Gemeinsames Verständnis & erste Anwendung

Agenda: 9. März, 10 bis 17 Uhr

1. Ankommen & Strategie

- Begrüßung
- Strategie 2026: Vom ausgabenbezogenen zum bedürfnisorientierten Publishing
- Mehr Relevanz und Wirkung: Wie User Needs Inhalte erfolgreicher machen
- Entwicklung eines gemeinsamen Zielbilds
- Roadmap zur Einführung von User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

2. Methodische Vertiefung & praktische Anwendung

- Kennenlernen des User-Needs-Modells von mediaforwork
- Erste Anwendung des User-Needs-Modells
- **Erarbeitung einer Customer Journey anhand von User Needs**

Kurze Pause

3. Auswertung & Ausblick

- Präsentation und Auswertung der Gruppenarbeit
- Gemeinsame Erkenntnisse
- Check-out

Ab 17:00 Uhr Get-Together

Wir erarbeiten eine Customer Journey nach der Walt-Disney-Methode.

Träumen

- Wie sieht eine ideale Welt aus?
- Was wäre schön?

Kritisieren

- Was sind Risiken?
- Wo haben wir Schwächen?

Realistischer Blick

- Was lässt sich wie umsetzen?
- Was braucht es dafür?

Check-out des ersten Workshop-Tages

Die Arbeit mit Nutzerbedürfnissen ist eigentlich in der Welt des Journalismus nichts Neues. Aber in gewisser Weise ist es eine Revolution im Denken. Man muss einen Schalter umlegen, und wenn man das getan hat dann sieht man die Dinge aus einer völlig neuen Perspektive.



Christoph Meurer,
Chefreporter des Generalanzeigers Bonn

Tag 2: Umsetzung in den Pilotredaktionen

Agenda: 10. März, 9 bis 15 Uhr

1. Einstieg & Testphase

- Begrüßung & Rückblick auf Tag 1
- Planung der Testphase
- Schärfung der User-Needs-Kategorien
 - Arbeiten in Pilotteams:
 - Pilotgruppe 1: Personalwissen
 - Pilotgruppe 2: Steuerpilot
 - Pilotgruppe 3: working@office
- Zusammenführung zu einem Gesamtbild

Kurze Pause

2. Steuerung des User-Needs-Prozesses

- Themenplanung und Redigatur mit User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

3. Steuerung & Abschluss

- Vorbereitung auf Testphase: Anpassung von Workflows in den Pilotteams
- Abschluss & Feedback

Tag 2: Umsetzung in den Pilotredaktionen

Agenda: 10. März, 9 bis 15 Uhr

1. Einstieg & Testphase

- Begrüßung & Rückblick auf Tag 1
- **Planung der Testphase**
- Schärfung der User-Needs-Kategorien
 - Arbeiten in Pilotteams:
 - Pilotgruppe 1: Personalwissen
 - Pilotgruppe 2: Steuerpilot
 - Pilotgruppe 3: working@office
- Zusammenführung zu einem Gesamtbild

Kurze Pause

2. Steuerung des User-Needs-Prozesses

- Themenplanung und Redigatur mit User Needs

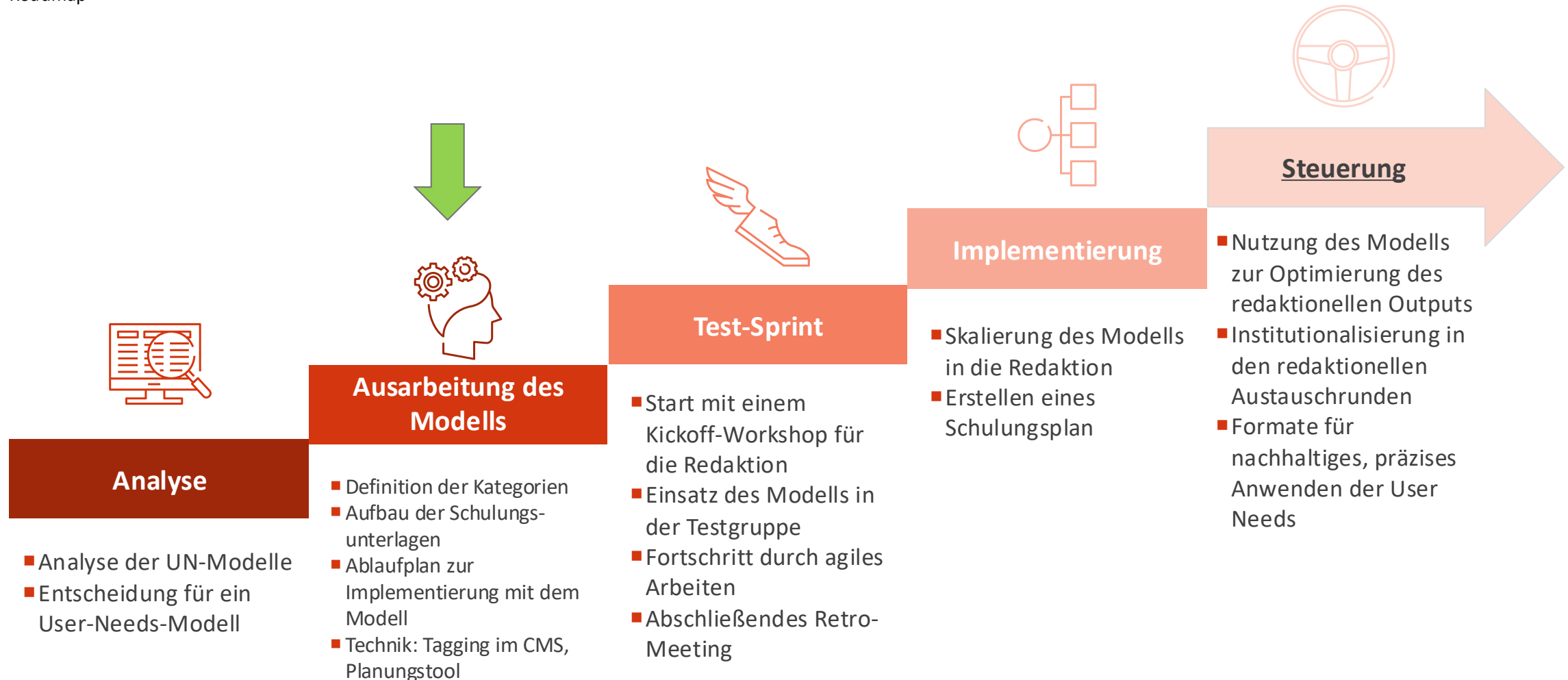
12 bis 13 Uhr Mittagspause

3. Steuerung & Abschluss

- Vorbereitung auf Testphase: Anpassung von Workflows in den Pilotteams
- Abschluss & Feedback

Bewährtes Fünf-Stufen-Modell von DRIVE.

Roadmap



Planung der Testphase

Organisation

- Pilotteam bestimmen
- Starttermin festlegen
- Dauer definieren
- Regeltermine: JF, Midterm-Review, Abschluss-Retro

Technik

- UN-Tagging im CMS
- Tagging-Regeln: optional oder Pflicht?
- Kennzeichnung im Planungstool
- Dashboard aufbauen oder anpassen / Report

Schulung

- Schulungsunterlagen: Handout, Leitfaden mit Erklärung jedes User Needs und Beispielen
- Feedback-Schleifen
- Impulse: Externe Speaker, Austausch mit anderen Häusern

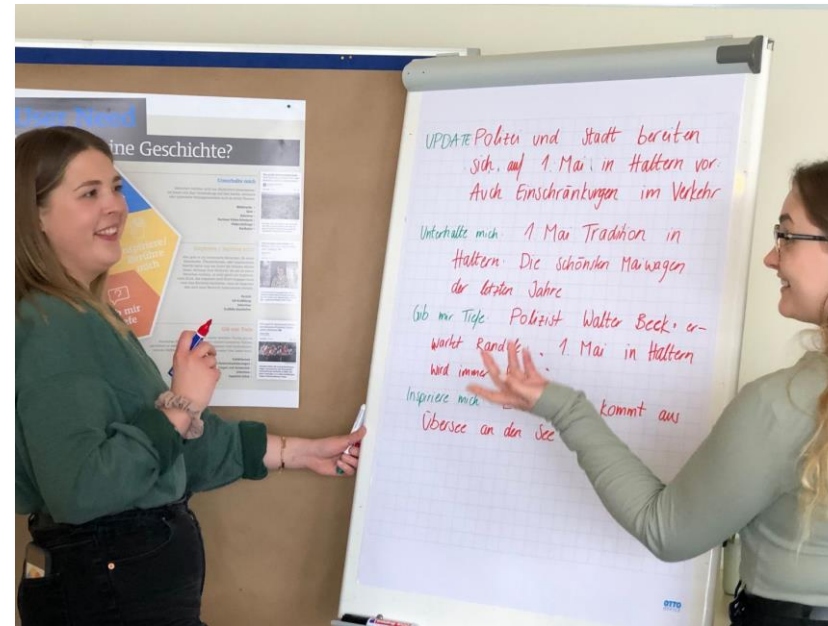
Kommunikation

- Kanal für Fragen und Austausch einrichten, z.B. Slack/Teams-Channel, feste Sprechstunde, FAQ-Dokument
- Wo werden Erkenntnisse und Standards festgehalten?

Merchandise

- Sichtbarkeit: Poster, Tassen, Mousepads, Aufkleber

Redaktionen brauchen Schulungen bei der User-Needs-Einführung und Feedbackschleifen.



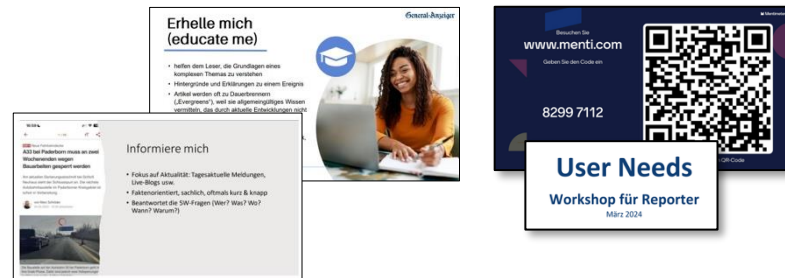
Was brauchen wir für die Testphase?



Schulungsunterlagen

Präsentation mit User-Need-Erklärungen und Beispielen

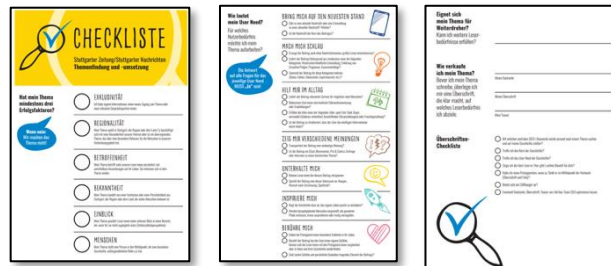
Präsentation und interaktive Elemente für Kickoff-Workshop



Dinge, die die Verankerung im Redaktionsalltag unterstützen



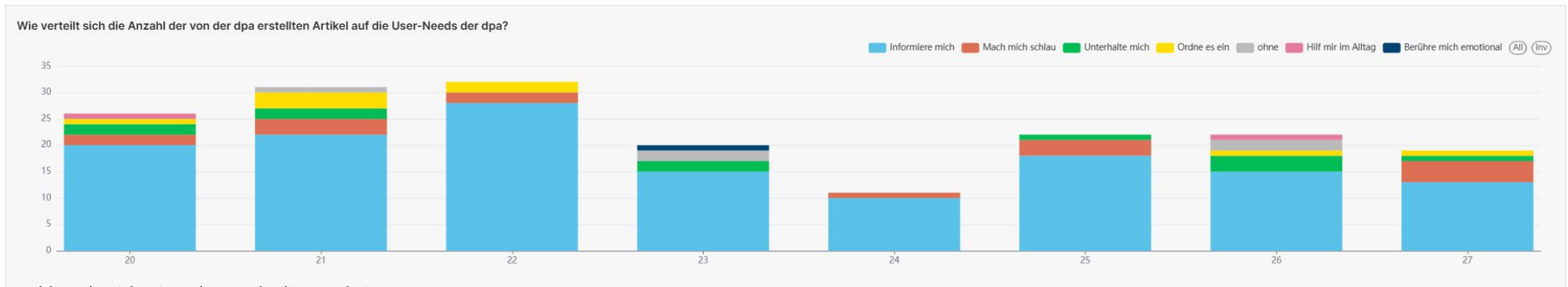
Handouts für den Alltag



Poster
Mousepads
Aufkleber
Tassen
Postkarten



Dashboard zur Prüfung der User-Needs-Vielfalt. Wir mögen es bunt.



Dashboardansicht eines dpa-Landesdienstes bei DRIVE

Wo muss es bunt zugehen?

- Tages- und Wochenplanung der Redaktionen
 - Planungstool
 - Dashboard

Tag 2: Umsetzung in den Pilotredaktionen

Agenda: 10. März, 9 bis 15 Uhr

1. Einstieg & Testphase

- Begrüßung & Rückblick auf Tag 1
- Planung der Testphase
- **Schärfung der User-Needs-Kategorien**
 - Arbeiten in Pilotteams:
 - Pilotgruppe 1: Personalwissen
 - Pilotgruppe 2: Steuerpilot
 - Pilotgruppe 3: working@office
- Zusammenführung zu einem Gesamtbild

Kurze Pause

2. Steuerung des User-Needs-Prozesses

- Themenplanung und Redigatur mit User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

3. Steuerung & Abschluss

- Vorbereitung auf Testphase: Anpassung von Workflows in den Pilotteams
- Abschluss & Feedback

User Needs der Pilotgruppen im Check

Einige User Needs sind bereits jetzt auf den ersten Blick erkennbar:

März 2026

DO.
19

Kostenlos

Personalwissen-Update – LIVE mit Günter Stein

wichtigsten Entwicklungen rund um Arbeitsrecht und Personal. Günter Stein bringt Sie kompakt und praxisnah auf den neuesten Stand. Die Veranstaltung findet live statt und wird nicht wiederholt – sichern Sie sich jetzt Ihren Platz und seien Sie dabei. HIER TEILNEHMEN

Arbeitsrecht

Verträge (Arbeitsvertrag, Aufhebungsvertrag)

Diese HR-Themen betreffen Sie jetzt

Praxis-Hilfe

Die 12 Prompts, die Ihren Führungsalltag leichter machen

Günter Stein

Praxis-Hilfe

Welche 5 Fähigkeiten Sie jetzt stärken müssen, um in der KI-Ära erfolgreich zu...

Günter Stein

Perspektive & Meinung

KI im Personalbereich: Warum sich Ihre Rolle gerade neu definiert

Günter Stein

User Needs im Check: Personalwissen

Aktuelles HR-Update

Vorsicht, Elternzeit: Der besondere Kündigungsschutz gilt vor jedem Teilabschnitt!

Dass junge Mütter und Väter in Elternzeit gehen, gehört heute zum betrieblichen Alltag. Sie genießen dann besonderen Kündigungsschutz nach § 18 Bundeselternzeit- und Elternzeitgesetz (BEEG), sodass eine Kündigung allenfalls mit Zustimmung der Aufsichtsbehörde zulässig ist. Aber Vorsicht: Der besondere Kündigungsschutz kann auch gelten, wenn Sie einem Mitarbeiter zwischen zwei Elternzeitabschnitten kündigen wollen. Das zeigt das Urteil des Landesarbeitsgerichts (LAG) Hamm vom 5.11.2025 (11 SLa 394/25).



Update me:
Hinweis auf aktuelles Urteil

Help me:
Konkrete Handlungsempfehlung

Give me perspective:
Persönliche Sicht / Einschätzung

Meine Empfehlung:

Gehen Sie davon aus, dass das Urteil Bestand hat

Wenn Sie einem Mitarbeiter zwischen zwei Elternzeitabschnitten kündigen wollen, achten Sie also darauf, dass die Kündigung dem Mitarbeiter vor Beginn der Acht- bzw. 14-Wochenfrist zugeht. Denn dann gelten die üblichen Kündigungsvoraussetzungen. Im Urteilsfall wäre demnach ab dem 11.8. bis zum 15.9.2024 eine Probezeitkündigung möglich gewesen.

Sobald jedoch der besondere Kündigungsschutz nach § 18 BEEG greift, kommt eine Kündigung nur noch mit Zustimmung der Aufsichtsbehörde in Betracht. Mit dieser Zustimmung können Sie in Ausnahmefällen rechnen, z. B. wegen einer Stilllegung des Betriebs oder weil Sie dem Mitarbeiter eine schwerwiegende Straftat im Arbeitsverhältnis nachgewiesen haben (etwa einen Diebstahl oder eine Tötlichkeit gegenüber Kollegen).

Sie können den besonderen Kündigungsschutz durch Elternzeit kaum verhindern

Denn dazu müssten Sie Elternzeitanträge ablehnen, wozu Sie meist nicht berechtigt sind. Ihre Mitarbeiter haben einen Rechtsanspruch auf Elternzeit nach den folgenden Regeln:

- Der Anspruch besteht während der ersten drei Lebensjahre des Kindes.
- Der Mitarbeiter kann einen Anteil von 24 Monaten übertragen und im vierten bis achten Lebensjahr des Kindes nehmen.
- Er kann die Elternzeit auf bis zu drei Zeitabschnitte aufteilen. Weitere Zeitabschnitte sind mit Ihrer Zustimmung möglich – diese können Sie jedoch verweigern.
- Außerdem dürfen Sie einen dritten Zeitabschnitt nach Vollendung des dritten Lebensjahres des Kindes ablehnen. Das gilt aber nur, wenn Sie Ihre Ablehnung mit dringenden betrieblichen Erfordernissen begründen können.

User Needs im Check: Personalwissen

Teamentwicklung

Bessere Ergebnisse durch höhere Erwartungen: Kennen Sie schon den Rosenthal-Effekt?

Der Rosenthal-Effekt beschreibt in der Organisationspsychologie ein interessantes Phänomen. Stellen Sie als Führungskraft hohe Erwartungen an Ihre Mitarbeitenden, spornt das Ihr Team zu Höchstleistungen an. Das funktioniert nach dem Prinzip der selbsterfüllenden Prophezeiung.



Stellen Sie sich vor, Sie schrauben Ihre Erwartungen an Ihre Mitarbeitenden höher. Das bedeutet nicht, dass Sie ihnen einfach sehr hohe und fasst unerreichbare Ziele vorgeben. Vielmehr sollten Sie selbst daran glauben, dass mehr in Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern steckt und dass diese in der Lage sind, diese Höchstleistung auch zu zeigen – und zwar genau aus einem Grund: Sie als Führungskraft trauen es ihnen zu.

Der Rosenthal-Effekt geht auf die Studien des Psychologen Robert Rosenthal in den 1960er-Jahren zurück. Menschen erfüllen häufig genau das, was etwa Führungskräfte von ihnen erwarten. Trauen Sie Ihren Mitarbeitenden Höchstleistungen zu, werden diese potenziell Spitzenleistungen erbringen. Legen Sie die Messlatte dagegen niedrig an, führen Ihre niedrigen Erwartungen zu geringerer Leistung und bestätigen die pessimistische Prognose.

Selbsterfüllende Prophezeiung: So geht's!

Der Rosenthal-Effekt ist mehr als nur ein „Psycho-Trick“. Ihre Erwartungshaltung führt zu konkret beobachtbaren Konsequenzen, die sich auf das Arbeitsergebnis des Mitarbeitenden auswirken. Das bezieht sich sowohl auf High Performer, auf Durchschnittleister als auch auf Minderleister.

Educate me:

- Hintergrundwissen zu Effekt
- Wirkung auf verschiedene Mitarbeiter:innen

User Needs im Check: Personalwissen

Top-Thema

Risiko Scheinselbstständigkeit: So gestalten Sie die Zusammenarbeit mit freien Mitarbeitern rechtssicher

Freie Mitarbeiter sind flexibler einsetzbar als fest angestellte Arbeitnehmer. Gleichzeitig verursachen sie weniger Verwaltungsaufwand und keine Kosten, wenn sie etwa wegen Urlaub oder Krankheit ausfallen. Allerdings müssen Sie bei Vertragsabschluss und auch in der späteren Zusammenarbeit einige Punkte beachten, damit kein ungeplantes Arbeitsverhältnis mit nachträglich hohen Kosten entsteht. Welche Punkte dabei für jeden freien Mitarbeiter wichtig sind, verdeutlichen die folgenden zwei Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts (BAG), auch wenn es hier um eher ungewöhnliche Mitarbeiter geht.



Meine Empfehlung:

Vorsicht, wenn Sie besonders qualifizierte Mitarbeiter als freie Mitarbeiter beschäftigen

Dass der Mitarbeiter aufgrund seiner Qualifikation weitgehend selbst entscheidet, wann und wie er seine Arbeit erledigt, reicht nicht, um ihn als Selbstständigen zu qualifizieren. Er darf nicht in Ihre betriebliche Organisation eingebunden sein und muss ein eigenes unternehmerisches Risiko tragen.

Arbeitnehmer statt freier Mitarbeiter: Das kann teuer werden

Erweist sich ein freier Mitarbeiter nachträglich als Ihr Arbeitnehmer, kann dies vor allem arbeits- und sozialversicherungsrechtlich schwerwiegende Konsequenzen haben:

Arbeitsrecht: Falls Sie, wie bei freien Mitarbeitern üblich, nur die Arbeitsleistung bezahlt haben, kann der vermeintlich freie Mitarbeiter rückwirkend von Ihnen Urlaubsabgeltung und Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall verlangen. Nach einer unberechtigten Kündigung drohen außerdem Weiterbeschäftigung und Annahmeverzugslohn – wie im Fall des Theaterintendanten oben.

Sozialabgaben: Diese müssen Sie für bis zu vier Jahre nachzahlen, wenn Sie irrtümlich davon ausgegangen sind, dass kein sozialversicherungspflichtiges Arbeitsverhältnis vorliegt. Bei Vorsatz besteht dieses Risiko sogar für bis zu 30 Jahre rückwirkend. Sie tragen dann sowohl die Arbeitgeber- als auch die Arbeitnehmeranteile, denn die Arbeitnehmeranteile dürfen Sie nur für drei Monate rückwirkend einbehalten.

Update me:
Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts

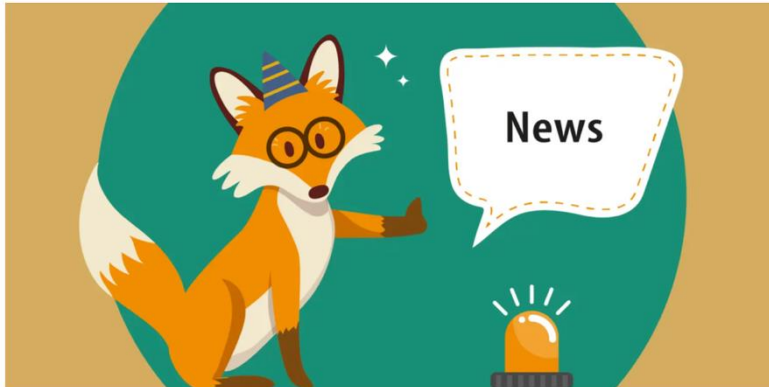
Help me:
Zusätzliche Informationen zum Umgang
und möglichen Auswirkungen

User Needs im Check: Steuerprofis

Tax-News

Das letzte Wort hat der BFH: Wie werden Erträge aus Krypto-Lending besteuert?

Erträge aus der entgeltlichen Überlassung des Kryptowertes Bitcoin (sog. Krypto-Lending) unterliegen nicht der pauschalen Abgeltungsteuer, sondern sind mit dem individuellen Steuersatz zu versteuern (Urteil FG Köln vom 10.9.2025, Az. 3 K 194/23). Die Entscheidung ist bisher nicht rechtskräftig. Der Steuerzahler hat die vom Finanzgericht zugelassene Revision eingelegt, die unter dem Aktenzeichen VIII R 23/25 beim Bundesfinanzhof in München geführt wird.



Markus Kahr
22.02.2026 · 1 Min Lesezeit

Tax-News Umsatzsteuer

Im Urteilsfall erzielte ein Steuerzahler Einkünfte aus Krypto-Lending in Form von Bitcoins. Dabei stellte er die Bitcoins für einen bestimmten Zeitraum anderen Nutzern über eine Plattform darlehensweise zur Verfügung und erhielt hierfür eine zuvor festgelegte Vergütung. Das Finanzamt behandelte diese Vergütung als sonstige Einkünfte gemäß § 22 Nr. 3 des Einkommensteuergesetzes und besteuerte sie mit dem persönlichen Steuersatz des Betroffenen. Dieser vertrat dagegen die Auffassung, dass der Abgeltungssteuersatz in Höhe von 25 % anzuwenden sei.

Meine Empfehlung

Der Betroffene hat beim BFH Revision eingelegt. Wie die Richter dort entscheiden, ist vollkommen offen. Sind Sie in einer ähnlichen Situation, legen Sie gegen Ihren Steuerbescheid immer dann

<https://www.steuerprofis.de/issue/das-letzte-wort-hat-der-bfh-wie-werden-ertraege-aus-krypto-lending-besteuert/>

1/2

mich über Feedback zu meinen Funktionen an redaktion@steuerprofis.de



03.03.26, 12:05

Das letzte Wort hat der BFH: Wie werden Erträge aus Krypto-Lending besteuert? - STEUERPROFIS

Einspruch ein, wenn der Fiskus Ihre Erträge aus sog. Krypto-Lending nicht mit dem Abgeltungssteuersatz in Höhe von 25 % besteuert. Hinzu kommt noch der Solidaritätszuschlag in Höhe von 5,5 %. Verweisen Sie auf das BFH-Verfahren unter dem Az. VIII R 23/25.

Update me:
aktueller Stand, Neuerung, sachlich berichtet

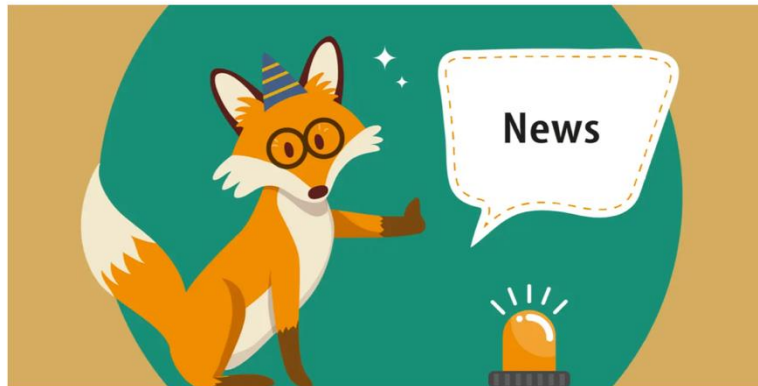
Help me:
konkrete Handlungsempfehlung inkl. Aktenzeichen


User Needs im Check: Steuerprofis

News

Achtung: Kontrollen durch Fiskus und Zoll steigen – und Vermögen wird schneller eingezogen

Durch Schwarzarbeit und illegales Glücksspiel entsteht dem Staat jährlich ein Milliarden Schaden. Daher hat der Bundesrat am 30.1.2026 beschlossen, dass die Finanzkriminalität noch intensiver bekämpft werden soll.



 Markus Kahr
22.02.2026 · 1 Min Lesezeit

News Steuerbetrug

Bundesregierung muss ein Gesetz vorlegen

Der Bundesrat fordert die Bundesregierung auf, das Instrument der Vermögensabschöpfung deutlich zu stärken. Es müsse möglich sein, unrechtmäßig erlangte Vermögenswerte effektiver zu ermitteln, sicherzustellen und einzuziehen. Kriminelle Gelder würden häufig gezielt verschleiert und in den legalen Wirtschaftskreislauf eingeschleust. Insbesondere Vermögenswerte unklarer Herkunft müssten künftig schneller und umfassender abgeschöpft werden. Die Bundesregierung ist nun am Zug, schnellstmöglich ein entsprechendes Gesetz vorzulegen. Die Kontrollen von Zoll und Fiskus werden deutlich steigen.

Update me:
Klare Nachricht, Neuerung

User Needs im Check: working@office

Top-Thema

Warum wir Aufgaben aufschieben – und was dagegen hilft

„Morgen ist auch noch ein Tag ...“ Dieser Gedanke macht Ihr Leben nicht leichter, wenn Sie unliebsame Aufgaben damit ein ums andere Mal vertagen – die sogenannte „Aufschieberitis“ wird dann zur psychischen Belastung. Dieser Beitrag hilft Ihnen, Ihre persönlichen Motive für das Vor-sich-Herschieben zu erkennen und Gegenstrategien zu entwickeln.



Beispiel 1: Wenn negative Gefühle Sie lähmen

Sie zögern einen Rückruf hinaus

Herr Czerny möchte zurückgerufen werden. Er hat schon mehrfach angerufen. Sie befürchten, dass er was zu kritisieren hat. Nein, heute rufen Sie ihn nicht zurück.

Überlegen Sie: Wie stehen Sie zu diesem Telefonat? Ist es ein unangenehmes Telefonat? Will sich jemand beschweren? Oder müssen Sie jemandem die Meinung sagen? Ist die andere Person arrogant, aggressiv, ungeduldig? Ist etwas vorgefallen, das einen Bruch in der Beziehung entstehen ließ? Hat Sie etwas verärgert oder verletzt? Was genau geht in Ihnen vor, wenn Sie an die andere Person denken (Gefühle, Gedanken, Erinnerungen, Erfahrungen)? Fühlen Sie sich der Person ausgeliefert, unterlegen, in die Enge getrieben?

Kurz: Viele unangenehme Gefühle entstehen, wenn Sie an das Telefonat denken? Kein Wunder, dass Sie es hinauszögern!

Die Lösung: Fangen Sie an

- Das beste Rezept ist anzufangen, denn Handeln vertreibt die Angst. Mit dem Hinauszögern erledigt sich weder das Telefonat, noch werden Ihre negativen Gefühle aufgelöst.
- Packen Sie den Stier bei den Hörnern. Warten Sie nicht, bis das Telefon wieder klingelt, sondern werden Sie aktiv. Klären Sie die Sachlage.
- Entschuldigen Sie sich, wenn es nötig ist.
- Einer abfälligen Bemerkung begegnen Sie mit Antworten wie: „Schade, dass es Ihnen nicht zusagt. Können Sie Ihre Kritik konkretisieren, damit uns zukünftig eine Verbesserung gelingt?“

Help me:
klare Handlungsempfehlungen,
praktische Tipps

Educate me:
Hintergrundwissen über Dynamik /
Abläufe im Denken

User Needs im Check: working@office

Fokus statt Feuerlöschen: Dein Einstieg in besseres Zeitmanagement

Ein besseres Zeitmanagement verhilft dir zu mehr Wirksamkeit im Job und entlastet dich spürbar. Doch gerade für Assistenzkräfte ist das eine große Herausforderung, weil sie – und auch die Teammitglieder [...]



All das ist systemisch und nichts, was du ganz allein abstellen kannst. Doch es gibt Dinge, die du tun kannst: Baue dir ein Gerüst deines Arbeitsalltags, das diesen Anforderungen besser gerecht wird! Das Geheimnis ist bewusstes Zeit-Management.

Meine 4 + 1 besten Tipps für besseres Zeit-Management

1. Starte deinen Tag mit einem 3-Minuten-Fokus

Gewöhne dir an, jeden Morgen einen kurzen Check-in nur mit dir allein zu machen – am besten, noch bevor du einen Blick in dein Postfach wirfst. Was sind heute deine 3 wichtigsten Aufgaben? Notiere sie dir auf einen Zettel und platziere ihn gut sichtbar an deinem Arbeitsplatz. Schau erst dann in dein Postfach: Denn dort lauern die Ad-hoc-Aufgaben!

- **Strukturiere deinen Tag per Time-Boxing**

Versuche einmal, deinen Tag etwas detaillierter durchzuplanen und definiere Zeitblöcke, in denen du dich bestimmten Aufgaben widmest, anstatt einfach alle Aufgaben auf eine lange, nur mehr oder weniger strukturierte Liste zu schreiben. Das Ziel: Konzentrierte Arbeitsphasen mit Räumen für Spontanes abzuwechseln. Das wird aber wahrscheinlich nur dann richtig gut funktionieren, wenn du gleichzeitig Tipp

2 Tipps für die Umsetzung:

1. Nimm dir nicht alles auf einmal vor! Definiere Experimentierphasen, z. B. "In den kommenden zwei Wochen plane ich mir eine Fokusstunde in der Woche ein." Vergiss nicht zu reflektieren, was dir half, das konsequent umzusetzen und was dich im Arbeitsalltag gehindert hat.
2. Je klarer du deine Bedürfnisse an dein Team kommunizierst, umso mehr Unterstützung kannst du von ihm erwarten. Doch du musst keine offiziellen Ansagen im Team machen – gehe es spielerisch an: Lade eine Kollegin oder einen Kollegen ein, mal an einem deiner Experimente teilzunehmen. So hast du auch direkt einen Sparringspartner fürs gemeinsame Reflektieren am Ende.

Help me:
praktische Tipps,
Problem und Lösung

Give me perspective:
eigene Sicht der Autorin auf
Zeit-Fresser und Hintergründe
(nicht wissenschaftlich belegt)

User Needs im Check: working@office

Help me:
 "Tipps aus diesem Beitrag" schon im Teaser erkennbar, zahlreiche Ratschläge im Text

Educate me:
 Erläutert Hintergründe, Folgen, medizinische Implikationen

Artikel

„Mensch ärgere dich nicht!“ – denn gelassen lebt es sich um vieles leichter

Türen schlagen, herumschreien, schimpfen – Ihrem Ärger auf diese Weise Luft zu machen, ist im Büro sicher keine gute Idee. Und es hilft Ihnen auch nicht dabei, das Ärgernis aus der Welt zu schaffen. Was aber wichtig ist, da anhaltender Ärger krank macht. Nutzen Sie deshalb die Tipps aus diesem Beitrag, um konstruktiv mit Ihrem Ärger umzugehen.



Ärger macht krank

In amerikanischen Langzeitstudien hat sich gezeigt, dass bei Menschen, die sich schnell ärgern, die Sterblichkeitsrate um das Siebenfache höher ist als bei denjenigen, die grundsätzlich gelassener bleiben, denn: Ärger macht krank.

Ärger ist eine Form von körperlichem Erregungszustand. Wenn dieser über lange Zeit anhält, kann es zu zahlreichen gesundheitlichen Problemen kommen. Eine Vielzahl von Organen kann betroffen sein. Den Ärger in Maßen zu halten und dort, wo es geht, ganz zu vermeiden, ist also extrem wichtig.

Ärger schadet Ihrer Gesundheit

erste Anzeichen und Reaktionen	roter Kopf, Zittern, belegte, höhere oder fehlende Stimme, Stottern, unüberlegte Handlungen
gesundheitliche Anzeichen	Kopfschmerzen, Magenschmerzen, Verdauungsprobleme, Appetitlosigkeit, Ängste, Aggressionen
erste Folgen	erhöhter Blutdruck, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Reizmagen, chronische Schmerzen, Schlafstörungen, Konzentrationsprobleme
Spätfolgen	Herzinfarkt, Schlaganfall, Magengeschwür, Depressionen

Führen Sie ein Ärger-Tagebuch

Um ein Gefühl und einen Blick für die eigenen Ärgerquellen zu entwickeln, können Sie ein Ärger-Tagebuch führen. Halten Sie systematisch einige Tage lang fest, worüber Sie sich jeweils geärgert haben. Anschließend sollten Sie sich folgende Fragen stellen:

- Was war der Auslöser für meinen Ärger?
- Wie hat mein Körper auf den Ärger reagiert?
- Was habe ich gedacht, was habe ich gefühlt?
- Wie habe ich reagiert, was habe ich gesagt?
- Wie lange habe ich mich danach noch geärgert?
- Wie habe ich meinen Ärger ausgeglichen und deutlich gemacht (Aktion, Zurückziehen, Gespräch suchen, Wutausbruch etc.)?

Analysieren Sie Ihre Reaktionen

Um Verbesserungspotenzial zu erkennen, sollten Sie auch den folgenden Fragen selbstkritisch nachgehen:

Fragen zum Ärger	Wenn ja ...	Wenn nein ...
War die Angelegenheit es wert, dass ich mich darüber geärgert habe?	Wie lässt sich die Angelegenheit ändern/vermeiden?	War diese Angelegenheit wirklich der Auslöser für den Ärger oder war es etwas anderes?

Tag 2: Umsetzung in den Pilotredaktionen

Agenda: 10. März, 9 bis 15 Uhr

1. Einstieg & Testphase

- Begrüßung & Rückblick auf Tag 1
- Planung der Testphase
- Schärfung der User-Needs-Kategorien
 - Arbeiten in Pilotteams:
 - Pilotgruppe 1: Personalwissen
 - Pilotgruppe 2: Steuerpilot
 - Pilotgruppe 3: working@office
- Zusammenführung zu einem Gesamtbild

Kurze Pause

2. Steuerung des User-Needs-Prozesses

- **Themenplanung und Redigatur mit User Needs**

12 bis 13 Uhr Mittagspause

3. Steuerung & Abschluss

- Vorbereitung auf Testphase: Anpassung von Workflows in den Pilotteams
- Abschluss & Feedback

Achtet auf neuralgische Phasen bei der Arbeit mit User Needs.

Ereignis /
Themenfindung



Recherche



Produktion /
Schreiben



Textabnahme /
Redigatur



Auswertung /
Monitoring /
Überblick



Tag 2: Umsetzung in den Pilotredaktionen

Agenda: 10. März, 9 bis 15 Uhr

1. Einstieg & Testphase

- Begrüßung & Rückblick auf Tag 1
- Planung der Testphase
- Schärfung der User-Needs-Kategorien
 - Arbeiten in Pilotteams:
 - Pilotgruppe 1: Personalwissen
 - Pilotgruppe 2: Steuerpilot
 - Pilotgruppe 3: working@office
- Zusammenführung zu einem Gesamtbild

Kurze Pause

2. Steuerung des User-Needs-Prozesses

- Themenplanung und Redigatur mit User Needs

12 bis 13 Uhr Mittagspause

3. Steuerung & Abschluss

- **Vorbereitung auf Testphase: Anpassung von Workflows in den Pilotteams**
- Abschluss & Feedback

Zum Abschluss: Habt Spaß!

„Change-Prozesse funktionieren nicht auf Knopfdruck, sondern erfordern eine tiefe kulturelle Verankerung in den Köpfen der Menschen. Dabei hilft die Sichtbarkeit der Themen im Alltag oft mehr als Powerpoint-Präsentationen und umfangreiche Konzeptpapiere. Deshalb hat DRIVE die Bedürfnisse der Nutzer bereits auf **Kaffeetassen, T-Shirts, Aufkleber für Laptops und Poster** gedruckt. Und wer noch einen Schritt weiter gehen will, kann sich für den Karneval als **User-Need verkleiden** 🎉“



Dr. Ole Fehling, Data Scientist und Co-Lead DRIVE Newsroom Team



Wir begrüßten unsere Kollegen vom Bonner Generalanzeiger zum wöchentlichen DRIVE Newsroom Call, verkleidet als User Need.



Für weitere Fragen stehen wir gerne zur Verfügung.



Katja Fleischmann

DRIVE, dpa

fleischmann.katja@dpa.com



Andrea Pauly

DRIVE, dpa

pauly.andrea@dpa.com