

EDITORIAL:

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

die Auszeichnungen für Journalisten finden kein Ende. Vor allem die Journalistenpreise haben Konjunktur, wie Robert Domes in seinem Beitrag auf Seite 14 herausgefunden hat. Nur sind es leider oftmals Kopfgeburten der PR-Strategen. Man merkt die Absicht und ist verstimmt.



Berthold L. Flöper ist Leiter des Lokaljournalistenprogramms der bpb.

Dagegen gibt es Preise, bei denen Sach- und Fachkenntnis (auch bei der Auswahl der Jury) im Vordergrund stehen. Die Branche feiert sich zu Recht auch einmal selbst. So kürt zum Beispiel das *Medium Magazin* die Journalisten des Jahres. In der Kategorie „Lokal: Autoren und Chefredakteure“ gibt es zwei Gewinner: Anton Sahlender, Stellvertreter des Chefredakteurs der *Main-Post*, mit dem Leser-Anwalt-Konzept und Franz Sommerfeld, Chefredakteur des *Kölner Stadt-Anzeigers*, mit strategischem Denken und Aktionen, um seine Regionalzeitung crossmedial auszurichten. Glückwunsch auch von uns nach

Würzburg und Köln. Ein Kompliment aber auch an die Chefredakteurin des *Medium Magazins*, Annette Milz. Gerade die kontinuierliche Berichterstattung über die Innovationen der lokalen und regionalen Zeitungen macht das Magazin immer wieder lesenswert.

Diesem Credo wissen sich auch die *drehscheibe*-Macher verpflichtet. Sie stellen mit jeder neuen Ausgabe unter Beweis, dass sie ganz nah dran sind und wissen, wo die Kraftquellen im deutschen Lokaljournalismus sprudeln. Erstmals haben wir den *jugenddrehscheibe*-Preis ausgeschrieben (Seite 6). Die Resonanz hat unsere Erwartungen mehr als übertroffen. Ich beglückwünsche die Gewinner, danke der Jury, die es sich nicht leicht gemacht hat. Das Engagement der Zeitungen für Kinder und Jugendliche ist beeindruckend. Es belegt auch über die Absicht hinaus, Kinder und Jugendliche als Leser zu gewinnen, die gesellschaftspolitische Verantwortung der Zeitungen.

Beim Spektakel um die Neubesetzung des Spiegel-Chefredakteurs war kurze Zeit der ZDF-Anchorman Claus Kleber im Gespräch. In seiner Vita durften wir lesen: Seine ersten journalistischen Erfahrungen hat er beim *Kölner Stadt-Anzeiger* gesammelt. Noch heute sehe Kleber den Lokaljournalismus als „beste Werkstatt für den Beruf“ an, weil er „das wahre Leben“ abbilde. Ja, wer hätte das gedacht?

Alles Gute und eine gewinnbringende Lektüre der *drehscheibe* wünscht

Ihr Berthold L. Flöper

KONTAKT

Redaktion drehscheibe, Mehringdamm 57, 10961 Berlin, redaktion@drehscheibe.org

Abonnenten können die Ideenlisten „jugenddrehscheibe-Preis“ und „Ostern“ bestellen: Tel. (030) 695 665-22, Fax (030) 695 665-20, info@drehscheibe.org.

INHALT:

DOSSIER:

- 4 Kein Kinderkram – wie die Zeitungen junge Leser erreichen
- 6 Die Gewinner des *jugenddrehscheibe*-Preises 2007 auf einen Blick
- 7 1. Preis – Angebote für Kinder: Die Kinderseite im *Hellweger Anzeiger*
- 8 2. Preis – Angebote für Kinder: Das Konzept der *Braunschweiger Zeitung*
- 9 3. Preis – Angebote für Kinder: Die Baumhausbande der *Westfalenpost*
- 10 1. Preis – Angebote für Jugendliche: *Scenario* aus dem Medienhaus Bauer
- 11 2. Preis – Angebote für Jugendliche: die Jugendseite *X@ct* aus Wetzlar
- 12 3. Preis – Angebote für Jugendliche: *MENK* in der *Torgauer Zeitung*
- 13 Bestes pädagogisches Angebot: Die Waldmeister in der *Rheinischen Post*

MAGAZIN:

- 14 Lob und Tadel – Unterschiede bei Journalistenpreisen
- 17 jugenddrehscheibe – Ausgezeichnete Jungjournalistin
- 18 Presserat: Unfallfotos gerügt
- 19 Presserecht: Jugendschutz
- 20 Werkstatt: Sicherheit im Netz
- 21 Bücher und Seminare

IDEENBÖRSE:

- 22 Gute Bilder, gute Zeilen
- 23 Redakteure der *Waiblinger Kreiszeitung* füllen einen Lottoschein aus
- 24 Wie Journalisten mit Kindern umgehen, steht im *Göttinger Tageblatt*
- 25 Was aus ehemaligen Heimkindern wurde, fragt die *Westfälische Rundschau*
- 26 Die *Bremervörder Zeitung* stellt Tafel-Besucher mit Bild vor
- 27 Der *Westfälische Anzeiger* porträtiert Menschen, die Hamm verlassen haben
- 28 Making-of: Wie die *Neue Osnabrücker Zeitung* wöchentlich Themen setzt
- 30 Anders gedreht – Fundstücke, Rubriken und Themenideen

PANORAMA:

- 31 Fragebogen und Impressum