

EDITORIAL:

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

„Was tun wir hier?“, fragte Henning Noske, Reporter der *Braunschweiger Zeitung*, unlängst in seinem Blog. Die Frage bezog sich auf Facebook, dieses gigantische soziale Netzwerk, in dem jeder vierte Deutsche inzwischen Zeit verbringt. Also, was tun wir Journalisten eigentlich bei Facebook? Kurze affirmative Häppchen hinwerfen, um möglichst viele Klicks in der neuen Währung „Likes“ zu sammeln? Wozu? Um Aufmerksamkeit und Reichweite zu generieren? Ja, aber wie zahlt sich das aus? Und was hat das noch mit Journalismus zu tun?



Jan Steeger ist Projektleiter der drehscheibe.

Die Zeitungsverlage und Redaktionen stehen vor einem Dilemma: Wenn sie nicht jeden neuen Kanal im Netz bedienen, wenn sie nicht jeden neuen Hype mitmachen, laufen sie Gefahr, den Anschluss an die technologische Entwicklung, an die neuen digitalen Publikationswege zu verlieren. Andererseits darf die ganze Multi- und Crossmedialität nicht zulasten der Qualität und des Kerngeschäftes gehen – insbesondere angesichts sinkender Auflagen und Anzeigenvolumina.

Auch wenn es – wie so oft – keinen goldenen Weg gibt, ist es positiv zu sehen, wie die Skepsis der Zeitungsverlage dem Digitalen gegenüber einer Aufbruchsstimmung gewichen zu sein scheint: Facebook? Klar, machen wir (Seiten 4 und 5), iPad? Ja, wenn dann richtig (Seite 6). Webvideos? Sowieso (Seiten 8 und 9). Neue journalistische Formate (Seiten 10 und 11) und lokale Wikileaks (Seite 12)? Wir probieren alles aus!

Bei aller Begeisterung für die digitalen Möglichkeiten – das Kernprodukt ist immer noch die gedruckte Zeitung. Und auch hier gibt es spannende Entwicklungen. Etwa beim *Delmenhorster Kreisblatt*, das einen ungewöhnlichen Schritt wagt und in Zeiten des Outsourcing die Mantelproduktion wieder ins Haus holt. Warum, erläutert Chefredakteur Ralf Freitag im Interview (Seiten 16 und 17). Vom Ergebnis können Sie sich selbst ein Bild machen: Diesem Heft liegt die erste Ausgabe des neuen *Delmenhorster Kreisblattes* bei. Wir danken allen Verantwortlichen beim *Kreisblatt*, die diese Aktion möglich gemacht haben.

Viel Vergnügen bei der Lektüre wünscht Ihnen
Jan Steeger

KONTAKT

Redaktion *drehscheibe*, Paul-Lincke-Ufer 42/43,
10999 Berlin

Abonnenten können die Ideenliste „Crossmedia 2011“ auf www.drehscheibe.org abrufen oder bestellen:
Tel. (030) 69 56 65 10, Fax (030) 69 56 65 20,
info@drehscheibe.org

INHALT:

DOSSIER:

- 4 Lokalzeitungen auf Facebook – fünf Fragen an Blattmacher
- 6 Ein rein regionales iPad-Magazin produziert die *Schwäbische Zeitung*
- 7 Die schönste Hundeschнауze küren die *Ruhr Nachrichten* crossmedial
- 8 Wie Redaktionen mit lokalen Serien ihr Webvideo-Angebot aufwerten
- 10 Menschen im Porträt: Lokalzeitungen experimentieren mit Audio-Slideshows
- 12 Interview mit David Schraven über den Rechercheblog auf *DerWesten.de*
- 13 Extradreh – Blitztipps

MAGAZIN:

- 14 Zur WM: Wie Lokalzeitungen über Frauenfußball berichten
- 16 Der Chefredakteur des *Delmenhorster Kreisblatts* über das neue Blattkonzept
- 18 Presserat
- 19 Presserecht
- 20 Werkstatt
- 21 Buch- und Internet-Tipp

IDEENBÖRSE:

- 22 Gutes Bild und die Zeilen der anderen
- 23 Die *Deister- und Weserzeitung* thematisiert die Bedeutung der Zeit
- 24 Die Trecker der örtlichen Bauern stellt die *Nordsee-Zeitung* vor
- 25 In der *Bürstedter Zeitung* erschien eine umstrittene Sommerserie
- 26 Das Leben Homosexueller auf dem Land zeigt die *Stendaler Volksstimme*
- 27 Die *Mindelheimer Zeitung* bildet die lokale Energiewende ab
- 28 Eine besondere Seniorenseite produziert das *Süderländer Tageblatt*
- 30 Anders gedreht – Rubriken und Ideen

PANORAMA:

- 31 Ideenliste Sommer / Impressum