

## Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Feuerwehreinsatz, Straßensperrung, Spielertransfer: Meldungen auf Twitter sind für Philipp Ostrop, Leiter der Dortmunder Stadredaktion der *Ruhr Nachrichten*, als Informationsquelle genauso relevant wie E-Mails. Ein hoher Prozentsatz davon sei verwertbar, mache die Printausgabe besser und vergrößere die Themenvielfalt. Wie seine Kolleginnen und Kollegen aus anderen Tageszeitungen das sehen, lesen Sie in unserem Twitter-Artikel auf Seite 4.

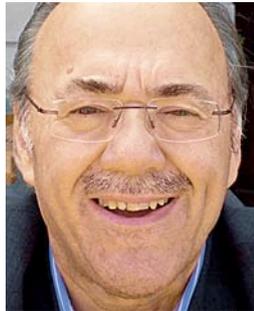
Für Philipp David Pries von der *Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen (HNA)* sind Facebook & Co. „mehr als ein weiterer Vertriebsweg“. Sie sind ein Ort, an dem die Redaktion den Menschen, die noch kein Abo haben, auf Augenhöhe begegnen kann. Das neueste Projekt in Kassel ist der Liveticker. Kompliment für so viel Experimentierfreude. So macht man sich für junge Leute attraktiv. Einen Zwischenbericht gibt es auf Seite 6.

Auch in Osnabrück hat die Online-Redaktion erfahren, dass Jugendliche mit Lokaljournalismus erreicht werden können – und das buchstäblich über Nacht. Wie es gelang, in wenigen Stunden mehrere Tausend Facebook-Fans zu gewinnen, verraten wir auf Seite 10.

Übrigens, wenn Sie über Verbrechen in Ihrer Region anders berichten möchten, besorgen Sie sich die Dokumentation des jüngsten Modellseminars „Tatort Deutschland – Die Lokalredaktion deckt auf“. Eine Fundgrube für neue Ideen, abseits der üblichen Wege. Für Abonnenten der *drehscheibe* wie immer kostenlos. Hier geht's zum PDF: [www.tinyurl.com/pwksttd](http://www.tinyurl.com/pwksttd)

Ich wünsche viel Erfolg beim Umsetzen neuer Erkenntnisse.

Ihr Berthold L. Flöper



**Berthold L. Flöper ist  
Leiter des Lokaljournalis-  
tenprogramms der bpb.**

## KONTAKT

Redaktion drehscheibe,  
Paul-Lincke-Ufer 42/43,  
10999 Berlin  
Tel. 030 – 69 56 65 10  
Fax 030 – 69 56 65 20  
[info@drehscheibe.org](mailto:info@drehscheibe.org)

## DOSSIER

- THEMA**
- 04** Wie Lokalredaktionen Twitter als Rechercheinstrument nutzen
  - 06** Die *HNA* hat ihr Engagement in den sozialen Medien verstärkt – ein Fazit
  - 08** Die Mediengruppe Oberfranken begleitet eine Sprengung multimedial
  - 10** Auf einen Schlag Tausende Facebook-Fans gewinnen? Die *NOZ* erklärt wie
  - 11** Zwei Lokalzeitungen schildern ihre Erfahrungen mit sublokalen Seiten
  - 12** Rheininstagram.de – eine Instagram-Fotoseite der *Rhein-Zeitung*
  - 13** Extradreh und Materialien

## MAGAZIN

- FOTOGRAFIE**
- 14** Luftaufnahmen mit Drohnen – Möglichkeiten einer neuen Technik
  - 17** Tatort Deutschland – Eindrücke vom bpb-Modellseminar in Rostock
  - 18** Presserat: Gerüchte auf Facebook
  - 19** Leseranwalt: Der ehemalige Ombudsmann der größten Zeitung Dänemarks
  - 20** Internetwerkstatt
  - 21** Buch und Seminare

## IDEENBÖRSE

- 22** Gutes Bild und die Zeilen der anderen
- 23** Der *Trierische Volksfreund* spricht mit zwei Multijobberinnen
- 24** Der *Südkurier* widmet sich den Folgen des demografischen Wandels
- 25** Das *Göttinger Tageblatt* porträtiert die besten Küchenchefs der Region
- 26** Ein Skandal in der Anatomie ist Thema im *Kölner Stadt-Anzeiger*

- MAKING-OF**
- 28** Datenjournalismus: Die *Berliner Morgenpost* und ihr Flugroutenradar
  - 30** Anders gedreht: Unsere Leser und Fundstücke

## PANORAMA

- 31** Nachgefragt/Impressum