

## Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wenn es in der Diskussion um das „Geschäftsmodell Zeitung“ geht, können die Wogen der Emotionen schon mal hochschlagen. Das habe ich erst jüngst erfahren, als ich den Beitrag von Stefan Aschauer-Hundt (Seite 14) vorab einem Chefredakteur schickte. In dessen Reaktion waren Kritik und Widerstand enthalten, und Missverständnisse blieben nicht aus. Das ist nicht schlimm, vielmehr ist es wichtig, dass offen und fair damit gerungen und debattiert wird, wie guter Lokaljournalismus künftig aussehen kann.

Fest steht: Medien haben die bedeutende Aufgabe, Öffentlichkeit herzustellen. Wer lokale Nachrichten aus Ortsteilen als „provinziell“ belächelt, mag am Stammtisch (zumal am Journalisten-Stammtisch, Anm. der Red.) punkten – aber nicht bei den Lesern, sagt Daniel Süper (Seite 16) vom Medienhaus Lensing in Dortmund. Das Feintuning muss jede Redaktion für sich entwickeln, aber die Marschrichtung heißt – da war ich mir mit dem oben nicht genannten Chefredakteur völlig einig: Es muss sich etwas ändern, und zwar sofort.



**Berthold L. Flöper leitet das Lokaljournalistenprogramm der bpb.**

Die Losung lautet: Noch näher ran an die Lebenswelt des eigenen Publikums. Und wer muss die Initiative ergreifen, wenn nicht die Lokalredakteurinnen und -redakteure selbst – selbstbewusst, aber nicht selbstverliebt. Wie wichtig und sinnvoll es sein kann, Leser anzusprechen und mit Bürgerreportern zusammenzuarbeiten oder sich als Redaktion sogar beraten zu lassen, lesen Sie auf Seite 4. Trotzdem, die Verantwortung haben die Profis, wie Rechtsanwalt Oliver Stegmann auf Seite 19 erläutert.

Viel Vergnügen bei der Lektüre und der Umsetzung von neuen Ideen!

Ihr Berthold L. Flöper

## 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

## DOSSIER

- TITEL**
- 04** Bürgerreporter – wie lokale Medien mit Lesern zusammenarbeiten
  - 06** Die *Waldeckische Landeszeitung* kürt den besten Jugendverein der Region
  - 07** Das *Offenburger Tageblatt* führt seine Leser in die Betriebe der Region
  - 08** Der *Anzeiger für Lehrte und Sehnde* verbindet eine Serie mit Abowerbung
  - 09** Die *Thüringer Allgemeine* lässt Leser mit Prominenten diskutieren
  - 10** Das *Mindener Tageblatt* bezieht Leser aktiv in den Relaunch mit ein
  - 11** Die *Märkische Oderzeitung* wandert mit Lesern an einem Geschichtsort
  - 12** Der *Nordbayerische Kurier* liest einen Abend lang absurde Leserbriefe vor
  - 13** Extradreh und Materialien

## MAGAZIN

- DEBATTE**
- 14** Mehr Selbstbewusstsein: ein Plädoyer für den aufrechten Gang im Lokalen
  - 16** Online-Dossier: Was sich Leser von der Heimatzeitung wünschen
  - 18** Presserat: Persönlichkeitsrechte von Verstorbenen
  - 19** Presserecht: Fehler in Leserbriefen
  - 20** Internetwerkstatt
  - 21** Buch- und Seminar-Tipp

## IDEENBÖRSE

- 22** Gutes Bild und die Zeilen der anderen
- 23** Die *Volksstimme* enthüllt eine Wahlmanipulation
- 24** Die *HNA* schickt einen Redakteur investigativ auf Kaffeefahrt
- 25** Die Geschichte eines leer stehenden Hauses erzählt der *General-Anzeiger*
- 26** Die *Main-Post* beleuchtet die Vergabe von Aufsichtsratsposten
- 28** Die *Sindelfinger Zeitung/Böblinger Zeitung* testet die Bürgerstimmung
- 30** Anders gedreht: Tipps und Fundstücke

**MAKING-OF**

## PANORAMA

- 31** Extradreh 100 Jahre Erster Weltkrieg/Impressum