

Liebe Kolleginnen und Kollegen,



es ist eine der wichtigsten Fragen, mit denen sich die Zeitungsverlage derzeit befassen: Wie erreiche ich die Leser in Zeiten von Internet und Social Media, und wie behalte ich sie anschließend? Nie zuvor war das Angebot an Medien so breit gefächert und unübersichtlich. Deshalb wird

die Leser-Blatt-Bindung immer wichtiger. **Wobei Michel Clement, Professor für Marketing & Media an der Universität Hamburg, lieber von „Leser-Marken-Bindung“ spricht.** „Die Zeitung an sich ist nur ein Träger“, sagt er. In Zukunft werde es „deutlich weniger gedruckte Ausgaben geben und deutlich mehr Kanäle auf allen Ebenen, die der Verlag nutzen wird, um mit seinen Lesern zu kommunizieren“ (Seiten 4 und 5).

Darüber hinaus präsentieren wir Ihnen **jede Menge Beispiele von Leser-Blatt-Bindung**, die wir für interessant und gelingend halten. Das reicht von einer Coupon-Idee des *Mindener Tageblatts* (Seite 7) bis hin zu der aufwendigen Aktion „Wem gehört Lüneburg?“, wie sie die *Landeszeitung für die Lüneburger Heide* zusammen mit dem



Recherchenetzwerk Correctiv und den eigenen Lesern auf die Beine gestellt hat (Seiten 12 und 13). Dieses vielfältige Engagement zeigt, dass man sich in den Zeitungshäusern der großen Bedeutung einer engen Leser-Blatt-Bindung durchaus bewusst ist.

Bei all dem Wandel in der Branche muss eine Kernkompetenz – die Recherche – nicht zu kurz kommen, wie die *Deister- und Weserzeitung (Dewezet)* zeigt. Eine Redakteurin hat untersucht, was es bedeutet, wenn immer mehr Krankenhäuser sich wegen Überfüllung vorübergehend bei der Leitstelle abmelden. **Die Recherche, die in einer örtlichen Klinik nicht so gern gesehen war**, wirft ein Schlaglicht auf die prekäre Lage in der medizinischen Versorgung (Seiten 28 und 29).



Wir wünschen eine anregende Lektüre und hoffen, dass auch Sie uns immer eng verbunden bleiben.

Ihr Stefan Wirner,
Redaktionsleiter der *drehscheibe*

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** Über „Leser-Marken-Bindung“ spricht Marketingprofessor Michel Clement
 - 06** Drei Redaktionen lassen Jugendliche Nachhaltigkeitsprojekte präsentieren
 - 07** Das *Mindener Tageblatt* veröffentlicht in seiner Printausgabe einen Coupon
 - 08** Die *Schwetzingen Zeitung* will ein Clubgefühl erzeugen
 - 09** Die Reporter des *Fränkischen Tags* stellen sich ihren Lesern vor
 - 10** Die *Böhme-Zeitung* organisiert Gesprächsrunden
 - 11** Einen Regio-Podcast produziert die *Schwäbische Zeitung*
- MAKING-OF**
- 12** Die *Landeszeitung für die Lüneburger Heide* fragt: Wem gehört die Stadt?
 - 14** Die *Augsburger Allgemeine* erfindet einen Krimi und lässt Leser rästeln
 - 15** Extradreh

MAGAZIN

- 16** Mit einem Förderprogramm unterstützt die bpb Projekte auf dem Land
- FÜR DIE PRAXIS**
- 18** In Braunschweig fand ein Workshop zum Thema Mauerfall statt
 - 19** Wichtige Termine für die kommenden Monate
 - 20** Presserat: Sitzungen verlassen
 - 21** Leseranwalt: *Bild*-Ombudsmann
 - 22** Internetwerkstatt: Instagram-News
 - 23** Medientipp: Floskelwolke.de

IDEENBÖRSE

- 24** Gutes Bild und die Zeilen der Anderen
- 25** Die *Pforzheimer Zeitung* befasst sich mit Fragen des Respekts
- 26** Zum Thema Leichte Sprache recherchiert die *Walsroder Zeitung*
- 27** Ein Redakteur der *Elbe-Jeetzel-Zeitung* stellt außergewöhnliche Häuser vor
- 28** Über Kliniken, die sich bei der Leitstelle abmelden, recherchiert die *Dewezet*
- 30** Anders gedreht: Rubrik und Fundstück

PANORAMA

- 31** Aus dem Archiv/ Impressum