

Liebe Kolleginnen und Kollegen,



mit viel Engagement versuchen Zeitungsverlage, eine adäquate Antwort auf den Wandel der Medienwelt zu geben. Wie stellt man sich im digitalen Bereich auf? Und wie erzielt man mit digitalen Angeboten Erlöse, welche die Verluste an anderen Stellen kompensieren könnten?

Als sei diese Aufgabe nicht schwer

genug, kam in diesem Frühjahr noch die Corona-Krise hinzu. „**Der Journalismus ist Gewinner und Verlierer dieser Krise**“, meint Annika Sehl, Professorin für Digitalen Journalismus an der Universität der Bundeswehr in München und Mitglied im Projektteam Lokaljournalisten. Verlierer, weil viele Werbeeinnahmen wegbrachen und zahlreiche Redaktionen in Kurzarbeit gehen mussten. Gewinner, weil in der Krise die Nachfrage nach lokaljournalistischen Angeboten enorm angestiegen ist (Seiten 6 und 7).

Dass die Krise einen Modernisierungsschub bewirken kann, zeigt die *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*. „Wir haben aus der Not eine Tugend gemacht“, erzählt der stellvertretende Chefredakteur Alexander Marinos. Man habe die Arbeitsweise schon im vergangenen Jahr grundlegend geändert, das durch Corona forcierte **mobile Arbeiten** passe gut ins Konzept. „Hinzu kommt, dass der Shutdown viele Kolleginnen und Kollegen dazu gezwungen hat, sich stärker mit den digitalen Möglichkeiten auseinanderzusetzen“, meint Marinos im Interview (Seiten 8 und 9).



Wie sich der Medienwandel in der Praxis niederschlägt, lesen Sie in der Ideenbörse dieser Sonderausgabe. Hier stellen wir **Multimedia-Reportagen zu den Themen Smart City oder Handy-Sucht** vor,

wir zeigen, wie die *EBlinger Zeitung* ihren Instagram-Kanal gestaltet oder wie Redaktionen mit Videos arbeiten (Seiten 16 bis 31). Die Beispiele belegen, dass sich Lokalredaktionen inhaltlich wie formal in der neuen Medienwelt bewähren. Wir wünschen eine anregende Lektüre.



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** Ideen für die Zukunft: nachgefragt in den Chefredaktionen
- 06** Interview mit Annika Sehl über den Wandel in der Branche
- 08** Der Chefredakteur der WAZ spricht über mobiles Arbeiten
- 10** Die *Rheinische Post* setzt verstärkt auf Audience Development
- 12** Wie sich Zeitungsredaktionen um die junge Zielgruppe bemühen
- 14** Eine Studie zeigt, wie wichtig Verlagen Innovationen sind
- 15** Warum Zeitungsverlage Kindern mehr bieten sollten

IDEENBÖRSE

- 16** Aus unserer Zitattensammlung
- CHECK 17** Die *Schaumburger Zeitung* vergleicht Netflix-Serien mit der Realität
- 18** Ein Volontär der *Heidenheimer Zeitung* sucht Daten über sich im Netz
- 20** Was Handysucht bedeutet, zeigt eine Multimedia-Reportage auf Bnn.de
- 22** Die *EBlinger Zeitung* strukturiert ihren Instagram-Kanal neu
- 24** Wie innovativ Lokalzeitungen YouTube nutzen
- 25** Die *Aachener Zeitung* macht Kinder fit für den Umgang mit Medien
- 26** Im Podcast der *Schwäbischen Zeitung* geht es um Social Media
- 27** Wie sich Vereine auf Facebook zeigen, finden die *Ruhr Nachrichten* heraus
- 28** Die bpb hat viel Lesestoff zum Thema Medien
- 30** *drehscheibe*-Ausgaben zum digitalen Wandel
- 31** Extradreh/Impressum