

Veranstalter

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb
Fachbereich Multimedia/Journalistenprogramm

Seminarleitung

Imke Emmerich, Journalistin, Berlin
Sabrina Gaisbauer, Volontärin Bundeszentrale für politische Bildung/bpb, Bonn

Arbeitsgruppenleitung

Annabel Trautwein, WilhelmsburgOnline.de
Stefan Aigner, regensburg-digital
Philipp Schwörbel, Prenzlauer Berg Nachrichten

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich vor allem an Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten, die ein eigenes (hyper)lokales Online-medium/Blog führen sowie an solche, die als Journalistinnen und Journalisten für eines arbeiten.

Konzept

Bei diesem dreitägigen Seminar der Bundeszentrale für politische Bildung handelt es sich um eine Redaktionskonferenz mit Gästen. Es bietet einen Erfahrungsaustausch mit Kolleginnen und Kollegen aus der Branche, in Arbeitsgruppen erarbeiten die Teilnehmenden praxisnahe Konzepte zu den Themenschwerpunkten.

Kosten

Die Seminargebühr beträgt 40 Euro und ist am Anreisetag zu bezahlen. Die Verpflegungs- und Übernachtungskosten übernimmt der Veranstalter. Fahrtkosten werden nicht erstattet.



Tagungsort

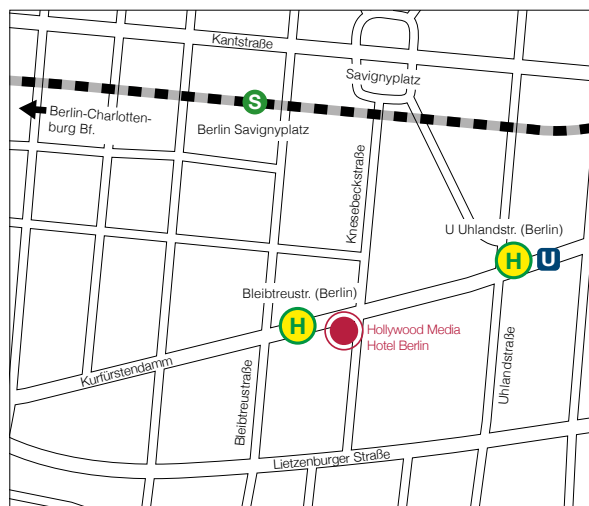
Hollywood Media Hotel Berlin
Kurfürstendamm 202
10719 Berlin
www.filmhotel.de

Tagungsorganisation

Gabriele Bommel
Bundeszentrale für politische Bildung
FBE – Multimedia/Journalistenprogramm
Adenauerallee 86
53113 Bonn
Tel +49 (0)228 99515-552
Fax +49 (0)228 99515-405
bommel@bpb.de

Noch Fragen zum Seminarinhalt?

Berthold L. Flöper
floeper@bpb.de
www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm



www.drehscheibe.org



Challenge accepted!

Zukunftsstrategien für hyperlokale Onlinemedien

11. bis 13. Juni 2015 in Berlin



Global ist die Welt, das Internet, die Nachrichtenlage. Informationen sind heute wahrlich keine Mangelware. Doch dort, wo wir oft viel direkter betroffen sind von politischen und gesellschaftlichen Ereignissen – nämlich im Ort oder Stadtteil, in dem wir wohnen – gibt es immer weniger Journalismus, der auch die ganz lokalen Debatten in seiner Berichterstattung abdecken kann oder will.

Ein paar engagierte Journalistinnen und Journalisten hatten sich mit eigens gegründeten Onlinemedien daran gemacht, wieder stärker auf die kleinen Themen einzugehen. Der Trend, Lokalberichterstattung online mit neuen Konzepten zu gestalten, ist nicht mehr neu, im Gegenteil. Einige hyperlokale Websites, oft Lokalblogs genannt, sind aus der lokalen Medienlandschaft nicht mehr wegzudenken. Nicht selten sind sie die einzigen, die überhaupt noch unabhängig vor Ort berichten. Doch Anerkennung und Idealismus machen den Braten am Ende auch nicht fett. Journalismus im Netz muss finanziert werden, und sei er redaktionell noch so schlank aufgestellt. Welche Finanzierungsformen könnten den hyperlokalen Onlineseiten in Zukunft aber tatsächlich langfristig Stabilität bringen? Ist es die Leserfinanzierung?

Überzeugte Leserinnen und Leser zahlen auch im Netz für Journalismus. Das haben einige Initiativen in letzter Zeit gezeigt. Um zu überzeugen, braucht aber auch ein noch so kleines Medium ein scharfes Profil. Es muss auf Leserschaft, Ort und Konkurrenzsituation zugeschnitten sein, neue Formate anbieten, Interesse wecken und zum Mitreden einladen, oder aber auch die trockenste Ratssitzung spannend erzählen. Sodass Leserinnen und Leser wieder mehr verstehen wollen von dem, was vor Ort passiert. Und es im besten Falle mitgestalten.

Patentrezepte gibt es nicht, dafür ist jeder Ort, jedes Publikum, jedes Medium zu verschieden. Aber es lohnt sich, gemeinsam nach neuen Wegen für die Zukunft zu suchen.

Imke Emmerich – Journalistin, Berlin

Berthold L. Flöper – Leiter Lokaljournalistenprogramm
Bundeszentrale für politische Bildung/bpb

Achtung Anzeige!

„Und wenn ich Ihnen das Interview gebe, können Sie doch gleich auch unser neues Wurstsortiment erwähnen!“ Mit versuchter Einflussnahme durch Schleichwerbung oder PR richtig umgehen können, will vor allem im Lokalen gelernt sein. Gar nicht wenige Medienmacher lassen sich des Geldes wegen am Ende nämlich doch auf fragwürdige Kompromisse ein. Wir wollen gemeinsam über den Wert von unabhängigem Journalismus reden. Deshalb bitten wir alle Teilnehmenden des Seminars, vorab ihre schönsten, skurrilsten oder ärgerlichsten Werbeanfragen einzusenden. Per E-Mail an: sabrina.gaisbauer@bpb.de.

Der Anspruch: hoch

Welche Rolle konnten und können hyperlokale Onlinemedien wirklich in der lokaljournalistischen Landschaft spielen? Wie können die Nischenangebote klaffende Lücken in der kommunalen Politikberichterstattung sinnvoll füllen, wie die Leserschaft mit unkonventionellen, gut gemachten Beiträgen wieder mehr für Lokalpolitik interessieren? Es geht um konkrete Beispiele für neue Formen und Tools in der kommunalpolitischen Berichterstattung. Es geht um trockene Haushaltszahlen und Ratssitzungen – lebendig im Netz erzählt. Es geht um Leserdialog, journalistische Standards und motivierte Macher. Am Ende entsteht: ein Konzept für neue Wege.

Das Profil: scharf

Identität finden, Marke schaffen, Position einnehmen! Was nach einem Coaching für Führungskräfte klingt, ist auch für Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten ein wichtiges Thema. Um mit seinem eigenen Medium erfolgreich zu sein, braucht es ein Profil. Die Ausgangssituationen sind so unterschiedlich, die Lösungen so individuell – und trotzdem lohnt es sich, bestimmte Fragen zu stellen: Welche Redaktionslinien verfolge ich, wie kann ich gute Alternativen zum Terminjournalismus finden, eigene Themen suchen, vielleicht sogar lokale Skandale aufdecken? Wie viel Haltung verträgt mein Medium? Leserbindung funktioniert mit einem überzeugenden journalistischen Konzept, das auf den Begebenheiten vor Ort aufbaut. Mit einem Best-Practice-Beispiel im Hinterkopf entstehen am Ende: die zehn Gebote für das eigene Profil.

Die Leser: überzeugt

Am lieben Geld führt ja doch kein Weg vorbei: Von den Finanzierungsmodellen für hyperlokale Onlinemedien hängt ihr Erfolg ab – und die beruflichen Existenzen ihrer Macher. Hat klassische Anzeigenwerbung nicht längst ausgedient? Wie geht man mit „native advertising“ um? Wie klappt es mit dem Förderverein? Nach einer kurzen Bilanz von bisher erprobten Erlösquellen soll vor allem die Leserschaft näher in den Blick genommen werden. Warum ist Leserfinanzierung eine neue Chance für langfristige Stabilität? Wie kann sie funktionieren? Theorie trifft auf Praxis, ein Überblick über erfolgreiche Modelle der Leserfinanzierung trifft auf einen Werkstattbericht. Am Ende entsteht: ein Plan für bessere Finanzen.

Referentinnen und Referenten (bereits zugesagt):

- Hubert Denk – Gründer Bürgerblick Passau
- Isabella David – Mitgründerin Hamburg mittendrin
- Christina Elmer – Spiegel Online
- Prof. Dr. Volker Lilienthal – Augstein-Stiftungsprofessur für die Praxis des Qualitätsjournalismus, Universität Hamburg

per Fax an: +49 (0)228 99515-498

per E-Mail an: alexandra.richrath@bpb.de

Alexandra Richrath
Bundeszentrale für politische Bildung
Adenauerallee 86
53113 Bonn

Anmeldung zum Seminar

„Challenge accepted!

Zukunftsstrategien für hyperlokale Onlinemedien“

Vom 11. bis 13. Juni 2015

in Berlin

Name, Vorname

Privatadresse

Onlinemedium

Internetadresse

Anschrift

Telefon

Fax

Arbeitsgebiet

E-Mail

Sind Sie festangestellte Redakteurin/festangestellter Redakteur oder Freie/r Journalist/in? (zutreffendes unterstreichen)

Ich melde mich hiermit verbindlich zur o. a. Fortbildungsveranstaltung an. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Anwesenheit während der gesamten Dauer der Veranstaltung. Mit den Teilnahmebedingungen erkläre ich mich einverstanden. **Die Teilnahme ist erst mit der schriftlichen Bestätigung der Bundeszentrale für politische Bildung (Journalistenprogramm) gesichert.** Die Kosten für Übernachtung und Verpflegung übernimmt die bpb. Die Tagungsgebühr beträgt 40 Euro. Unvollständig ausgefüllte Anmeldebögen kommen nicht ins Auswahlverfahren.

Ich bin damit einverstanden, dass meine personenbezogenen Daten ausschließ-

lich innerhalb der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb verwendet werden. Wir versichern Ihnen, dass die Angaben ausschließlich im Rahmen der Aufgaben der Bundeszentrale für politische Bildung und keinesfalls für kommerzielle Zwecke verwendet werden.

Ich bin damit einverstanden, dass eventuell anstehende Stornokosten wegen zu kurzfristiger Absage, späterer Anreise oder früherer Abreise oder Nichtteilnahme trotz verbindlicher Anmeldung – außer im Falle nachgewiesener Erkrankung – von mir übernommen werden müssen. Mit meiner Unterschrift erkläre ich mich mit diesen Bedingungen einverstanden.

X

Ort, Datum, Unterschrift