

Veranstalter

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb Bonn,
Fachbereich Multimedia/Journalistenprogramm

Seminarleitung und Team

Imke Emmerich, Redakteurin, Berlin
Sabrina Gaisbauer, Referentin, Bundeszentrale für politische
Bildung/bpb

Arbeitsgruppenleitung

Stefan Aigner, Regensburg Digital, Regensburg
Jan Hildebrandt, Eimsbütteler Nachrichten, Hamburg
Stefan Laurin, Ruhrbarone, Bochum

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich in erster Linie an Lokaljournalistinnen
und Lokaljournalisten, die ein eigenes lokales Onlinemedium/
Blog führen oder für eines arbeiten.

Konzept

Dieses dreitägige Seminar bietet einen Erfahrungsaustausch für
Journalistinnen und Journalisten, die für (hyper)lokale Onlineme-
dien tätig sind. Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und
Journalismus bieten Input, auf dessen Basis die Teilnehmenden
in Arbeitsgruppen praxisnahe Konzepte zu den Themenschwer-
punkten Wahlkampfberichterstattung, Flucht und Integration sowie
Profilbildung und Finanzierung erarbeiten.

Kosten

Die Seminargebühr beträgt 50 Euro und ist am Anreisetag zu be-
zahlen. Die Verpflegungs- und Übernachtungskosten übernimmt
der Veranstalter. Fahrtkosten werden nicht erstattet.



www.drehscheibe.org

Tagungsort

NH Hotel Berlin Mitte
Leipziger Str. 106–111
10117 Berlin
www.nh-hotels.de

Tagungsorganisation

Alexandra Richrath
Bundeszentrale für politische Bildung/bpb
FBE – Multimedia/Journalistenprogramm
Adenauerallee 86
53113 Bonn
Tel +49 (0)228 99515-547
Fax +49 (0)228 9910515-547
alexandra.richrath@bpb.de

Noch Fragen zum Seminarinhalt?

Sabrina Gaisbauer
sabrina.gaisbauer@bpb.de
www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm



Gekommen, um zu bleiben

Neue Ideen für lokale Onlinemedien

vom **27. bis 29. April 2017**
in Berlin

#COPY?

#PASTE?

Einladung

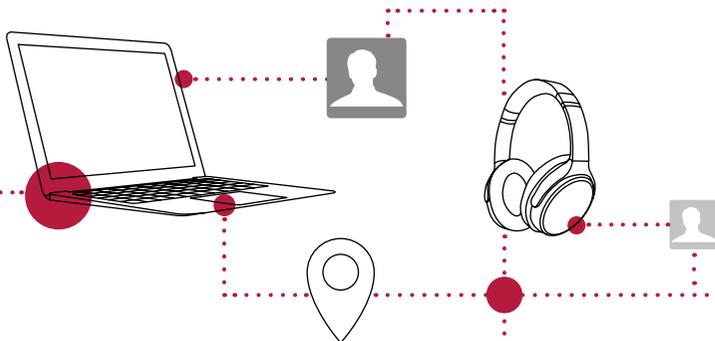
Trump als Präsident, aufgeheizte BREXIT-Debatten in Großbritannien oder der Ausnahmezustand in der Türkei: Wir sind stets informiert über die gesellschaftlichen Geschehnisse auf der Welt, täglich prasseln neue Nachrichten auf diversen Kanälen auf uns ein. Doch dort, wo wir oft viel direkter betroffen sind von Ereignissen – in der Stadt, in der wir wohnen – liefern uns häufig nur wenige Medien hintergründige Informationen.

Wie geht gute Berichterstattung im Lokalen und Hyperlokalen? Welche multimedialen Möglichkeiten können gerade kleine Online-seiten nutzen, die ohne eingefahrene verlegerische Strukturen arbeiten, um etwa Themen des Wahlkampfs aufmerksamkeitsstark zu erzählen? Wie findet man eine Haltung zum Umgang mit hitzig diskutierten Themen wie Flucht und Integration und wie kann man sich dem Vorwurf widersetzen, Teil einer vermeintlichen „Lügenpresse“ zu sein?

Ein paar engagierte Journalistinnen und Journalisten hatten sich mit eigens gegründeten Onlinemedien vor einigen Jahren daran gemacht, wieder stärker auf Themen vor Ort einzugehen und auch die schwierigen nicht auszusparen. Einige verlagsunabhängige Websites sind aus der lokalen Medienlandschaft mittlerweile nicht mehr wegzudenken, viele kommen auch neu hinzu. Andere wiederum haben nach Jahren der persönlichen Investitionen einen Schlussstrich gezogen.

Wieso also gelingt es manchen zu überleben und anderen nicht? Um zu überzeugen, braucht auch ein noch so kleines Medium ein scharfes Profil, das auf die Leserschaft, die Umgebung und die Konkurrenzsituation zugeschnitten ist. Das mutig neue Formate ausprobiert und sich mit neuen Ideen von herkömmlicher Lokalberichterstattung absetzt. Jeder Ort, jedes Publikum, jedes Medium ist verschieden, und deshalb gibt es keine Patentrezepte. Aber genauso hält auch jeder Ort, jedes Publikum, jedes Medium verschiedene Chancen bereit. Chancen, sich zu finanzieren, nachhaltig in der Medienlandschaft zu verankern und mit einer innovativen lokalen Berichterstattung die Leserschaft zu überzeugen. Diese Chancen lohnt es, gemeinsam zu ergreifen.

Imke Emmerich und **Sabrina Gaisbauer**



Workshops

Reichweite mit Wahlen

Kleine Onlinemedien haben die Möglichkeit, mit Wahlberichterstattung erfolgreich zu sein. Die Berichte der konventionellen Medien bloß zu kopieren oder sie zu ergänzen – das machen schon zu viele. Spannende Hintergrundberichte über die Kandidierenden können zu exklusiven Geschichten werden, neue Möglichkeiten von Live-Videos und Datenjournalismus bieten die Chance, hohe Reichweiten zu erzielen – wenn man gute Ideen und packendes Material hat.

Im Workshop entwickeln die Teilnehmenden Konzepte für Tools und thematische Nischen, die die Grundlage für eine vielseitige Wahlberichterstattung bilden und für Aufmerksamkeit sorgen.

Wer finanziert mich – und wenn ja wie viele?

Profilbildung, Umfeldanalyse, Organisationsstruktur: Um unabhängige Arbeit langfristig auch finanzieren zu können, muss man zunächst das eigene journalistische Profil analysieren und schärfen. Genauso wichtig ist es aber, herauszufinden, für wen man schreibt und für wen es interessant sein könnte, bei diesem Publikum zu werben.

Die Arbeitsgruppe erarbeitet ein Entscheidungstool, das lokalen Onlinemedien hilft, die jeweils passende(n) Finanzierungsform(en) zu finden und eine entsprechende Organisationsstruktur daraus abzuleiten.

Haltung zeigen: Klickjagd ist nicht alles

Die Demo gegen das Flüchtlingsheim, Prügeleien unter Geflüchteten, steile Thesen von Rechtspopulisten: Lokale Geschichten über Probleme im Miteinander und verhärtete politische Fronten sorgen für Klicks und heftige Diskussionen in den Kommentarspalten. Doch wie bereitet man solche Themen als lokales Onlinemedium so auf, dass man Sorgen ernst nimmt, ohne Beifall von der falschen Seite zu ernten? Wie viel Haltung ist erlaubt, wie viel gefordert? Wie geht man mit Hasskommentaren um? In der Arbeitsgruppe sollen anhand von Beispielen aus dem lokaljournalistischen Alltag Handreichungen zum Spannungsfeld von Ethik und Klickjagd entwickelt werden.

Referentinnen und Referenten (bereits zugesagt):

Prof. Dr. Wiebke Möhring, Institut für Journalistik, TU Dortmund
Franziska Bluhm, Leiterin Digitale Vernetzung in der Verlagsgruppe Handelsblatt
Philipp Bock, Data Science & Stories, Tagesspiegel
Stephan Hörhammer, Journalist und Gründer von Da Hog'n
Robert Ide, Ressortleiter Berlin, Tagesspiegel
Andrea Röpke, Journalistin und Rechtsextremismus-Expertin
Sascha Pallenberg, Blogger und Gründer von Mobilegeeks
Alexander Völkel, Journalist und Gründer der Nordstadtblogger

Anmeldung

Anmeldung online unter: www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm
per Fax an: +49 (0)228 9910515-547
per E-Mail an: alexandra.richrath@bpb.de

Alexandra Richrath
Bundeszentrale für politische Bildung
Adenauerallee 86
53113 Bonn

An der Redaktionskonferenz
„Gekommen, um zu bleiben“
vom 27. bis 29. April 2017
im NH Hotel Berlin Mitte, nehme ich teil.

Name, Vorname

Privatadresse

Onlinemedium

Internetadresse

Anschrift

Telefon

Fax

E-Mail

Sind Sie festangestellte Redakteurin/festangestellter Redakteur oder freie Journalistin/freier Journalist? (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 Seminargebühr beträgt 50 Euro. Sie ist am Anreisetag zu bezahlen. Die Verpflegungs- und Übernachtungskosten übernimmt der Veranstalter. Fahrtkosten werden nicht erstattet. Unvollständig ausgefüllte Anmeldebögen kommen nicht ins Auswahlverfahren.

Ich bin damit einverstanden, dass meine personenbezogenen Daten ausschließlich 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.



Ort, Datum, Unterschrift