

# MESSAGE

*Internationale Zeitschrift für Journalismus*

## DIGITALE LOKALMEDIEN

*Leseprobe aus Heft 2-2014*

In jeder Ausgabe bietet *Message* über zwanzig Beiträge zu aktuellen Fragen des deutschen und internationalen Journalismus. Immer sind einige dabei, die – durchaus gewollt – für Aufregung in den Redaktionen sorgen.

Um Ihnen einen kleinen Einblick in das Angebot der aktuellen Ausgabe zu geben, stellen wir immer einige Texte im Originallayout als PDF zum Herunterladen bereit. Dazu gehört der von Ihnen gewählte Beitrag.

*Message* erscheint vier Mal im Jahr. Zu jeder *Message* gehört immer auch das *Message*-Podium.

Sie können *Message* abonnieren: Im Internet unter der Adresse [www.message-online.com](http://www.message-online.com) oder per E-Mail unter [message@evangemeindeblatt.de](mailto:message@evangemeindeblatt.de). Der Jahresbezugspreis beträgt 48,00 € (D/A/CH frei Haus, übriges Ausland plus Porto). Studenten/Volontäre und Mitglieder des »Netzwerk Recherche« zahlen nur 33,60 € (Nachweis erforderlich).

- *Message* beleuchtet die aktuellen Trends im Journalismus.
- *Message* bietet fundierte Analysen der deutschen und internationalen Medienwirklichkeit.
- *Message* ist praxisorientiert. Und selbstkritisch.

# ZURÜCK ZU DEN JOURNALISTISCHEN WURZELN

Sind Lokalblogs immer subjektiv und unjournalistisch? Viele werden von ausgebildeten Redakteuren betrieben. Sie leisten eine eigenständig recherchierte, professionell aufbereitete und engagierte Berichterstattung, die der traditionellen Lokalpresse mancherorts fehlt.

Den lokalen Bezug und das digitale Format haben sie gemeinsam. Doch davon abgesehen ist die deutsche Lokalblogger-Szene so bunt gemischt wie die Kölner Innenstadt am Rosenmontag – und ebenso beliebt: Die Bandbreite reicht von privaten Herzensprojekten wie *Hallobock*, in dem das Ehepaar Helmuth und Bärbel Bock »Nachrichten und Veranstaltungshinweise« aus Saarbrücken anbietet, bis zu Blogs wie *Veganes Paderborn* oder *Weltnest*, die sich meinungsbetont Lifestyle-Themen widmen. Beachtliche Leserzahlen weisen einige professionelle lokaljournalistische Plattformen auf: *Regensburg Digital* etwa erreicht mit seiner Berichterstattung zu (hyper-)lokalen Themen bis zu 180.000 Besucher monatlich.

## DAS DEFINITIONSPROBLEM

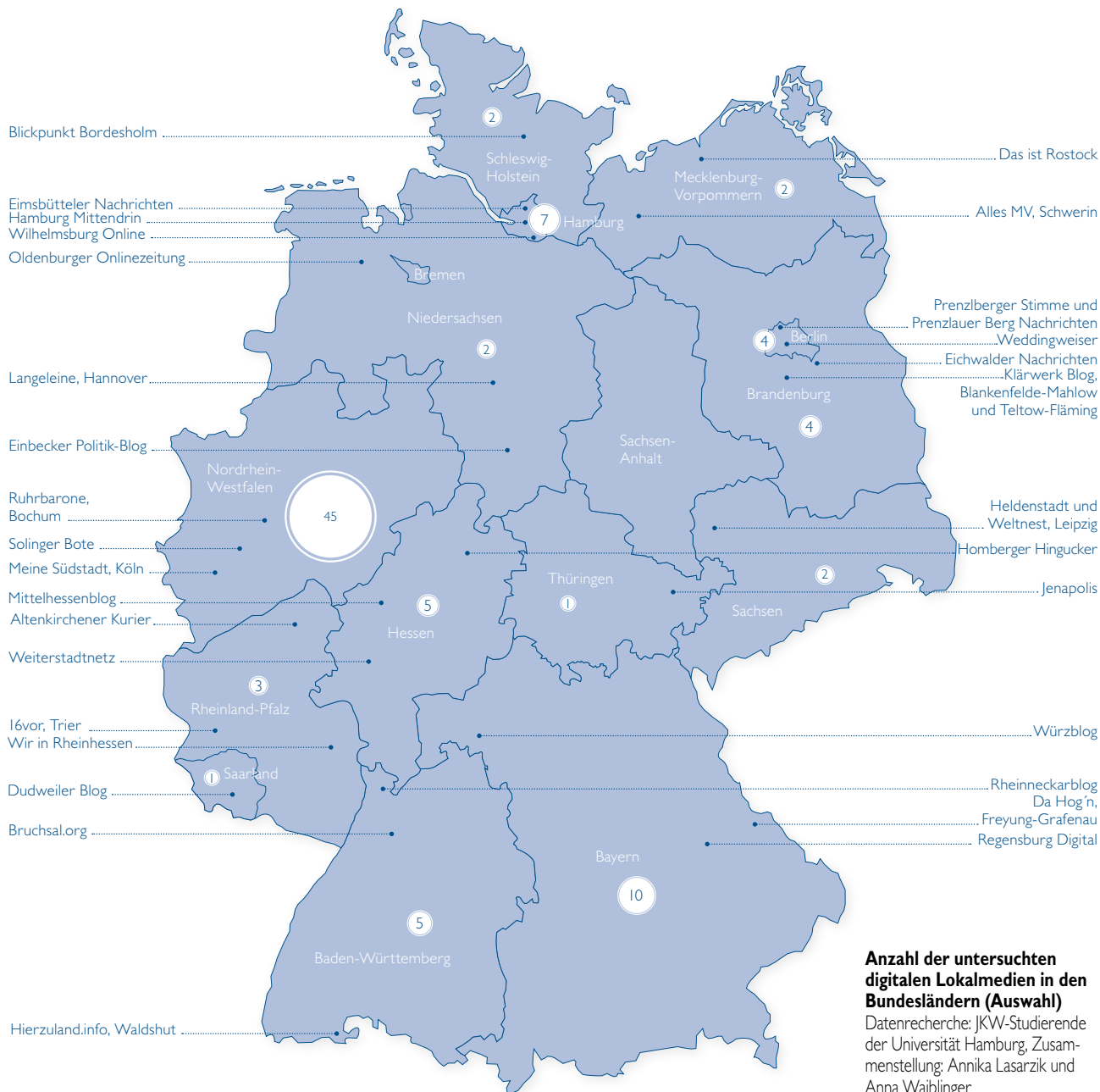
Die Gründe für den Erfolg lokaljournalistischer Blogs zu finden, ist fast leichter als die genaue Anzahl dieser digitalen Lokalmedien zu erfassen: Wie viele deutsche Blogs können als journalistisch gelten? Nach welchen Kriterien erfolgt die Kategorisierung? Werden sie von Journalisten betrieben? Welche Rolle spielt Leserbeteiligung?

Auf der Suche nach Antworten auf solche Fragen führt das »Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism« Studien zum Stand des amerikanischen Journalismus durch. In diesem Rahmen zeigte Michael R. Fancher, der ehemalige Chefredakteur der *Seattle Times*, am Beispiel seiner Heimatstadt, dass Lokalblogs oft an Orten entstehen, die nicht mehr vollständig von der Zeitungsberichterstattung abgedeckt werden. In Deutschland finden sich die meisten lokalen Webangebote dagegen in Ballungsräumen, die in Anbetracht der Fläche und Bevölkerungsdichte noch ein vergleichsweise großes Angebot an gedruckten Zeitungen aufweisen.

## SCHWER ZU ZÄHLEN

Weder Wissenschaftlern noch Webregistern wie *Lokalblogger.de* oder *Kiezblogs.de* ist bisher eine einheitliche Systematisierung oder verlässliche Zählung gelungen. Während auf *Lokalblogger.de* insgesamt 68 Blogs mit dem »Anspruch, gute journalistische (!) Arbeit zu leisten«, durch eigene Recherchen und Eigenmeldung der Betreiber zusammengetragen worden sind, verzeichnet *Kiezblogs.de* sogar 474 Lokal-

und Regionalblogs in Deutschland. Die Selbstanmeldung wird dort redaktionell geprüft, zu den Ausschlusskriterien zählen unter anderem rassistische oder primär werbliche Inhalte. Bei näherer Auseinandersetzung mit den aufgelisteten Blogs werden zumindest qualitative Unterschiede schnell deutlich. Strukturell und inhaltlich ähneln Seiten wie die *Prenzlauer Berg Nachrichten*, die *Umstädter Spätlese* oder *Regensburg Digital* traditionellen Tageszeitungen. Sie liefern vor Ort recherchierte und von professionellen Journalisten verfasste Artikel rund um das hyperlokale Geschehen. Ungewöhnlicher tritt etwa das bayerische Onlinemagazin *Da Hog'n* auf, das neben journalistischer Berichterstattung auch PR-Dienstleistungen für lokale Unternehmer anbietet. Die Plattform *Wir in Rheinhessen* wiederum setzt auf Bürgerjournalismus. Dort scheint die Trennung von Redaktion und Werbung, an die Lokalzeitungen sich halten sollten, allerdings weniger ernstgenommen zu werden. Jeder volljährige Leser kann sich registrieren und seine eigenen Artikel publizieren, solange er bestimmte Regeln einhält – an sich eine zeitgemäße Idee mit viel Potenzial.



Doch dieses Angebot wird nicht nur von Bürgern angenommen: Einige der veröffentlichten Beiträge stammen von Autoren aus Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und sind dementsprechend interessen-gesteuert und wenig ausgewogen.

**PER APP ZUM GESCHEHEN**

Es ist erstaunlich, dass gerade jene Merkmale, die den Erfolg journalisti-

scher Lokalblogs antreiben und sie von traditionellen Medien abheben, eigentlich zu den journalistischen Grundsätzen gehören: umfassende, persönliche Recherche vor Ort, eine faktenbasierte und unabhängige Berichterstattung sowie Mut zur Meinung. Werte, die sich im Print-Journalismus immer seltener umsetzen lassen; das Geschäft mit der Zeitung rentiert sich wegen rückläufiger

Anzeigeneinnahmen und der schnelleren Online-Konkurrenz immer weniger, die Journalisten sind infolgedessen an Schreibtisch, Telefon und *dpa*-Mel-dungen gefesselt, statt draußen Geschichten zu recherchieren. Da wirkt ein Konzept wie »Call a Journalist« des Onlinemagazins *Hamburg Mittendrin* innovativ und praktisch zugleich: Hier können Leser mittels Smartphone-▶

App einen *Mittendrין*-Journalisten dort hin rufen, wo sich gerade etwas Wichtiges abspielt.

### DAS BESONDERE IM KLEINEN

Während die Lokalpresse Kosten sparen und inhaltlich immer größere Gebiete abdecken muss, beziehen sich sublokale Onlinemagazine auf immer kleinere Regionen und Stadtteile, die in der Lokalzeitung kaum Beachtung finden. Hierin liegt zugleich die Chance für die Journalisten sowie der Anreiz für die Leser: Von einem Blog wie *Weiterstadtnetz* wird nicht erwartet, dass er von Demonstrationen im nahe gelegenen Frankfurt am Main, geschweige denn von Themen mit nationaler Reichweite berichtet. Julian Heck, 23-jähriger Nachwuchsjournalist und Gründer des *Weiterstadtnetzes*, kann es sich erlauben, ausschließlich über seine Heimat Weiterstadt zu berichten. Er kennt seine Zielgruppe genau und liefert das passende Angebot. Die Partizipationsmöglichkeiten bleiben zwar, wie bei vielen professionellen journalistischen Blogs, auf das Kommentieren von Beiträgen beschränkt. Die Hürden zur Teilnahme am öffentlichen Diskurs und zur Kontaktaufnahme mit den Journalisten sind aber ungleich niedriger als bei den herkömmlichen Medien.

Manch digitales Lokalmedium schafft es sogar, im größeren lokaljournalistischen System zur Qualitätssteigerung beizutragen: Der kritische Blog *Regensburg Digital*, auf dem der Gründer Stefan Aigner offensiv »Andere Nachrichten aus Regensburg« verspricht, hängt mit seinen Recherchen die konkurrierende *Mittelbayerische Zeitung* ab und schaffte es mit seinen Artikeln sogar, die Aufmerksamkeit überregionaler Medien zu gewinnen. Zwischen *Regensburg Digital* und dem Rüstungskonzern Diehl kam es im Jahr 2009 zum Rechtsstreit um die korrekte Bezeichnung einer Bombe: Aigner sprach auf seinem Blog von einer Streu-

bombe, die seit 2008 per internationalem Abkommen verboten ist. Laut Diehl handelte es sich aber um eine Punktzielbombe. Schließlich gab es einen Vergleich – und über den Streit zwischen »David und Goliath« berichteten unter anderem der *Spiegel* und *Taz Online*.

### TEURE LEIDENSCHAFT

Lokalblogs können die journalistische Kultur erweitern, indem sie alternative Meinungen bieten und versuchen, Versäumnisse der Lokalmedien auszugleichen. Sie mögen die deutsche Medienlandschaft zwar vielfältiger machen, bezahlt macht sich die aufwändige Leidenschaft Lokalblog jedoch nur für die allerwenigsten. Bei *Regensburg Digital* läuft die Finanzierung bisher dreigeteilt: über individuelle Spenden, über Werbung und über einen Förderverein, der die Fixkosten sichert. Stefan Aigner muss jeden Monat Mitarbeiter bezahlen. Ihm selbst bleibt am Ende laut eigenen Angaben nur wenig mehr Geld als einem Zeitungsvolontär.

Welche Form der Finanzierung ist also die richtige? Zahlreiche Lokalblogs setzen auf Werbeeinnahmen, was bei *16vor – Nachrichten aus Trier* aufgrund der deutlichen Trennung von Werbung und redaktionellem Inhalt gut funktioniert. Im Fall von *Da Hog'n* könnte dies hingegen zu Interessenskonflikten führen, da der Lokalblog den Anspruch hat, die objektive Berichterstattung mit den Dienstleistungen einer PR-Agentur für lokale Unternehmen zu verbinden. Der Berliner Blog *Neuköllner* versucht, sich ausschließlich mit Hilfe von Leserspenden und lokalen Partnerschaften über Wasser zu halten. Das gewährleistet zwar theoretisch eine unabhängige Berichterstattung, erschwert jedoch eine langfristige Planung, weil immer wieder neue Spenden eingeworben werden müssen.

Leidenschaft hin oder her: Was zu viel Zeit in Anspruch nimmt, sich am Ende aber nicht rentiert, kann nicht

weiter betrieben werden. Die deutsche Lokalbloggerszene ist somit ein neuer Faktor der Meinungsbildung, der gerade infolge der allgemeinen journalistischen Krise an Bedeutung gewinnt. Qualitätsjournalismus hat eben seinen Preis – im Großen wie im Kleinen. ■

*Nelli Oberlender*

## VIELE GESICHTER– NUR EIN BEGRIFF?

Lokalblog, lokales Onlinemagazin, hyperlokale Medien, sublokale Webangebote oder digitale Lokalmedien: Viele Begriffe kursieren, um das vielfältige Phänomen der professionellen lokaljournalistischen Berichterstattung im Web zu beschreiben. Doch noch ist keiner davon hinreichend definiert. Der Begriff des Blogs lässt manchen an Amateure denken, was der Professionalität und Qualität der digitalen Produkte nicht gerecht wird. Imke Emmerich verwendete in ihrer Masterarbeit über hyperlokale Plattformen in Deutschland die Bezeichnung »hyperlokales Angebot« – dieser Begriff kann eine Seite wie die *Ruhrbarone*, die sich inhaltlich dem gesamten Ruhrgebiet widmet, nicht hinreichend beschreiben. Und der Begriff ‚sublokale Webangebote‘, den Sven Engesser in seiner Dissertation »Die Qualität des partizipativen Journalismus im Web« in Anlehnung an Jan Schaffer und Otfried Jarren herleitet, klingt für den alltäglichen Gebrauch zu sperrig. Die weitere wissenschaftliche Auseinandersetzung mit diesem noch jungen Phänomen wird zeigen, welcher Begriff sich in Zukunft durchsetzt.

# »DAS NÜTZT MEINEN LESERN NICHT«

Sie setzen auf Professionalität statt Leserpartizipation. Im *Message*-Streitgespräch diskutieren fünf Online-Lokaljournalisten über Konkurrenz, Paywalls und die Frage, warum Bürgerjournalismus keinen Mehrwert liefert.



Isabella David, Christoph Zeuch, Annabel Trautwein, Andreas Griebß und Ada von der Decken (v. l. n. r.) ergänzen mit ihren Lokalblogs die Hamburger Medienlandschaft.

Gerade hatte die Pressestelle des Bundestags Bloggern die Akkreditierung verweigert und so die Statusdebatte um Blogs und professionellen Journalismus erneut angefacht (siehe S. 88), da traf *Message* fünf Medienschaffende zum Streitgespräch, die selbst oft mit dieser Frage konfrontiert sind: Ada von der Decken, Annabel Trautwein, Isabella David, Andreas Griebß und Christoph Zeuch arbeiten für digitale Lokalmedien in Hamburg.

*Herr Zeuch, in unserer Einladung zu dieser Diskussion über digitalen Lokaljournalismus hat der Begriff »Blog« bei Ihnen Unmut ausgelöst...*

**Christoph Zeuch/Altona.Info:** Ich finde, der Begriff kann eine Stigmatisierung sein. Das ist medienpolitisch problematisch, weil es bestimmte Neuanbieter im Markt kleinhält. Wir machen Lokalzeitung. Und die Definition für Lokalzeitung besagt nicht, dass es sie nur im Print gibt.

**Ada von der Decken/Eimsbütteler Nachrichten:** Ich rufe nicht bei einer Polizeipressestelle an und sage »Ich arbeite für ein Blog« – ich arbeite natürlich für eine lokale Onlinezeitung. Wir agieren wie eine normale lokale Tageszeitung, aber ich habe auch nichts gegen das Wort Blog.

**Isabella David/Hamburg Mittendrin:** Ich würde mir wünschen, dass wir darüber nicht reden müssten, weil ich ehrlich sagen muss, dass mir die Frage »Blog oder Zeitung?« zum Halse heraushängt. Lassen Sie uns doch lieber darüber diskutieren, wie wir es gestalten, und nicht, wie wir es nennen.

*Dann also konkret zu Ihrem Leitbild – was sehen Sie als Ihre Aufgabe an?*

**Annabel Trautwein/Wilhelmsburg Online:** Die Hintergründe zum Geschehen in Wilhelmsburg erklären, bekanntmachen, was als Nächstes ansteht, und auch dafür sorgen, dass die Leute aktiv an der Stadtteilpolitik teilhaben.

**Andreas Griebß/Elbmelancholie:** Wir sehen uns eher als ein Magazin denn als Tageszeitung und wollen vor allem den kleinen Geschichten einen Raum geben, die nicht in den großen Medien auftauchen. ▶



**v. d. Decken:** Eimsbüttel ist mit 250.000 Einwohnern ein großer Bezirk – jede Stadt der Größe hätte eine eigene Zeitung, und diese Rolle übernehmen wir. Klar, das *Hamburger Abendblatt* deckt auch Eimsbüttel mit ab, aber hier liegen immer noch sehr viele Geschichten auf der Straße.

**Zeuch:** Wir wollen politisches Leitmedium in der Region sein, unter Wahrung der Überparteilichkeit und der Unabhängigkeit. Wir wollen lokale Demokratie wieder erlebbar machen und Partizipation anregen.

**David:** Uns ist aufgefallen, dass die Bezirkspolitik wenig Beachtung fand. Und es gibt auch von der politischen Ausrichtung her eine Lücke. Mittlerweile haben wir eine recht konservative Medienlandschaft in Hamburg, und davon grenzt sich *Hamburg Mittendrin* ab, indem wir auch Dingen und Themen eine Stimme geben, die sonst nicht so eine große Rolle spielen würden.

*Sind Sie also ein Lückenfüller zum bestehenden traditionellen Journalismus – und wenn der besser wäre, gäbe es Sie gar nicht?*

**Zeuch:** Ich verstehe uns nicht als Lückenfüller, sondern als direkten Wettbewerber auf dem Nachrichtenmarkt.

**Trautwein:** In Wilhelmsburg gibt es eine Lücke, definitiv. Wir wollen aber nicht das Medium sein, das den Raum füllt, den andere gelassen haben. Wir schaffen im Grunde eine Öffentlichkeit, die es hier so bisher gar nicht gegeben hat.

**v. d. Decken:** Juliane Wiedemeier von den *Prenzlauer Berg Nachrichten*, einer lokalen Onlinezeitung aus Berlin, hat so nett geschrieben: Viele denken, lokaler Onlinejournalismus sei der doppelte Griff ins Klo. Onlinejournalisten werden oft von etablierten Medien als die gesehen, die »die Pixel schieben«. Lokaljournalismus wird sowieso als piefig abgestempelt. Das ist eine elitäre und bor-

nierte Perspektive. Man wäre ja verrückt, wenn man diese Themen liegen lässt und sich der Möglichkeiten beraubt, die der Onlinejournalismus bietet.

*Welche Ansprüche haben Sie an Ihre Autoren?*

**Trautwein:** Von der Arbeitsweise her bin ich an das gebunden, was jeder Profijournalist verinnerlicht hat. Da würde ich nie sagen: »Jeder kann mitmachen, Hauptsache, es liest sich nett.«

**Grieff:** Wir wollen keine drei Jahre Berufserfahrung voraussetzen. Uns interessiert, was die Leute wirklich können.

*Gute Leute wollen aber bezahlt werden.*

**Zeuch:** Wir haben in den ersten zwei Jahren Miese gemacht. Danach zog das Geschäft mächtig an, sodass wir seit fast drei Jahren auskömmliche Gehälter zahlen können. Wir machen uns auch Gedanken über unsere Organisationsform. Hier gibt es auch wieder die Möglichkeit, die Leser konkret zu involvieren. Der nächste Schritt ist dann die stärkere Kapitalisierung. Jetzt kann man auch mal anfangen, bestimmte Inhalte ausschließlich zahlenden Lesern zur Verfügung zu stellen.

*Frau David, Sie schütteln den Kopf?*

**David:** Ja, da bin ich vielleicht mehr Journalistin als Unternehmerin – unsere Inhalte sind frei verfügbar und bleiben es auch.

**Zeuch:** Das habe ich am Anfang auch gesagt!

**David:** Wir haben erlebt, dass die Leser unsere Arbeit gerade in der Zeit gewürdigt haben, als in Hamburg Teile der Stadt zum Gefahrengelände erklärt worden waren. Unsere Berichterstattung



»Wenn der Bürger Artikel schreiben wollte, hätte er einen Blog«, sagt Andreas Grieff zu Annabel Trautwein (l.) und Ada von der Decken (r.).



Isabella David und Christoph Zeuch streiten über Solidarität und Wertschätzung.

darüber haben viele Leser zum Anlass genommen zu sagen: »Die sind da jeden Abend vor Ort, ich richte jetzt endlich mal einen Dauerauftrag ein.«

**Zeuch:** Eine Frage: Wenn euch jetzt ein Leser 500 Euro als Genossenschaftsbeitrag zahlt, würdet ihr nicht versuchen, ihm einen etwas exklusiveren Zugang zu den Informationen zu gewähren als dem Leser, der alles kostenlos sehen kann?

**David:** Er weiß doch vorher, dass er dafür nichts von uns bekommt.

**Zeuch:** Aber der Ansatz ist ja, die Wertschätzung des Mediums wiederzubekommen.

**David:** Der Ansatz ist Solidarität.

**Trautwein:** Ob ich Geld für einzelne Beiträge verlange, hängt doch extrem davon ab, wer die Zielgruppe ist, oder?

**Zeuch:** Die Frage ist, erreicht ihr irgendwann einmal die 65-jährigen Leserinnen und Leser?

**David:** Gerade die sind es, die sich in den Stadtteilen engagieren, die anfangen, unsere Beiträge in den Beiräten und Vereinen auszudrucken und auszuliegen. So wird aus Online doch wieder Print und hängt dann im Schaukasten vom Bürgerverein.

*Warum können Leser bei Ihnen eigentlich keine eigenen Artikel einreichen? Haben Sie schlechte Erfahrungen mit Bürgerjournalismus gemacht?*

**Trautwein:** Mein Medium hat den Anspruch, unabhängig und überparteilich zu sein und zu erkennen, wo die Knackpunkte sind. Bei Bürgerjournalismus besteht die Gefahr, dass Leute ihre persönliche politische Agenda reiten, und das nützt meinen Lesern nicht.

*In der Kommunikationswissenschaft werden Blogs und lokale Onlinemedien allerdings besonders für ihre Partizipationsmöglichkeiten gerühmt.*

**Grieß:** Wenn der Bürger Artikel schreiben wollte, hätte er einen Blog. Es ist in eineinhalb Jahren tatsächlich einmal passiert, dass mir jemand einen Artikel unterjubeln wollte, aber ansonsten ist dieser Bedarf von Bürgern meines Erachtens gar nicht da.

**Trautwein:** Wenn man bei Leuten vorfühlt und fragt, ob sie Interesse am Schreiben haben, schrecken viele auch zurück. Sie sehen den professionellen Anspruch und glauben, dem nicht gewachsen zu sein.

**David:** Ich halte es sowieso für völligen Schwachsinn, dass es einen journalistischen oder partizipativen Mehrwert hätte, wenn irgendein Bürger etwas schreibt. Das sind ja immer nur Individualinteressen. Auf der anderen Seite fördern wir Partizipation im klassischen Sinne. Der Leser hat schon immer mit

der Lokalzeitung kommuniziert, und wenn es eine gute Lokalzeitung ist, dann reagiert sie auch. Wenn wirklich die Hütte brennt, dann wissen die Leute: Sie können uns erreichen, auch mitten in der Nacht. ■

*Das Gespräch wurde moderiert von Astrid Hansen, Helene Debertin und Vanessa Rehermann.*

## DIE DISKUTANTEN

ADA VON DER DECKEN rief die *Eimsbütteler Nachrichten* 2013 ins Leben und arbeitet außerdem als freie Autorin für den NDR.

ANNABEL TRAUTWEIN leitet die Redaktion von *Wilhelmsburg Online* und ist freie Journalistin.

ISABELLA DAVID studiert Politikwissenschaften in Hamburg und ist Chefredakteurin der Onlinezeitung *Hamburg Mittendrin*, die mit ihrer »Call a Journalist«-App für den Grimme-Online-Award vorgeschlagen wurde.

ANDREAS GRIEß gründete 2012 das Onlinemagazin *Elbmelancholie* und arbeitet als freier Journalist.

CHRISTOPH ZEUCH leitet die Onlinezeitung *Altona.Info*, die er Anfang des Jahres zur kontinuierlichen Überprüfung durch den Presserat angemeldet hat.

# KEIN KUSCHELJOURNALISMUS

Vor eineinhalb Jahren startete *Hamburg Mittendrin* als Studentenprojekt, heute kooperiert die Redaktion mit großen Medienhäusern und bleibt trotzdem unabhängig. Geholfen hat dabei ausgerechnet das Hamburger »Gefahrengebiet«. Eine Redakteurin zieht Bilanz.

Rund 300.000 Menschen leben im Bezirk Hamburg-Mitte, das Gebiet umfasst wichtige touristische Knotenpunkte ebenso wie stadtpolitische Spannungsfelder. Städte dieser Größenordnung haben in der Regel eine eigene Lokalzeitung. Nicht so in Hamburg: Für die Lokalseiten der etablierten Printmedien wie *Hamburger Abendblatt* und *Hamburger Morgenpost* erscheinen die kleinen Geschichten aus dem Bezirk uninteressant. Was also tun? Die Antwort ist simpel: selberrichten. Auf eigenes Risiko. Komplet digital, ohne großen Verlag ein eigenes Medium gründen.

Zugegeben, als *Hamburg Mittendrin* im Herbst 2012 an den Start ging, war es ein tollkühnes und naives Projekt. Wir waren ein kleines Team, eine Handvoll junger Leute, die ihre reguläre Arbeit oder das Studium nun mit dem Alltag des Nachrichtengeschäfts vereinbaren mussten. Und mit dem Schreiben ist es eben

nicht getan: Termine besetzen, Texte redigieren, die Website verwalten, in der Bezirkspolitik vorstellig werden, Visitenkarten verteilen – all das kostet viel Zeit und tägliches Engagement. Doch nur sporadisch etwas schreiben kam für uns nicht in Frage. Von Anfang an setzten wir uns das Ziel, mehrere Beiträge pro Tag zu produzieren und auch auf tagesaktuelles Geschehen schnell zu reagieren.

## DISTANZ TROTZ NÄHE

Die Reaktionen auf unsere Arbeit fielen ganz unterschiedlich aus: Während etwa kleine Stadtteilinitiativen sich über das plötzliche mediale Interesse freuten, trafen wir auch auf Ablehnung und Zweifel an der Seriosität unseres Online-Magazins. Den Vorbehalten entgegenwirken konnten wir, indem wir bewusst nie als »Lokalblogger« auftraten – sondern als Journalisten, die sich publizistischen Qualitätsstandards verpflichtet fühlen und Wert auf eine ausgewogene Berichterstattung legen. Meistens gehen wir gerade dorthin, wo andere Medienvertreter sich nur noch selten blicken lassen. Tatsächlich besuchen wir so gut wie jeden politischen Ausschuss und jede Bürgerversammlung im Bezirk Hamburg-Mitte. Diese langen Abendtermine sind oft zeitaufwändig und müßig, allerdings auch einer der wichtigsten Bestandteile unserer Arbeit. Dort erfahren wir unmittelbar von bezirkspolitischen Beschlüssen, halten den Kontakt

zu Informanten und bekommen ein Gespür für den politischen Diskurs.

Heute profitieren wir von dem umfassenden Netzwerk, das wir seit der Gründung des Magazins aufgebaut haben. Oft machen uns Leser auf Geschichten aufmerksam und übermitteln uns auch vertrauliche Informationen – die Hemmschwelle der Kontaktaufnahme ist offenbar geringer ist als bei den großen, etablierten Medien. Dieser intensive Austausch ist uns wichtig, doch wir achten darauf, keine zu große Nähe aufkommen zu lassen: Gerade dem Klischee des elitennahen »Kuscheljournalismus« im Lokalen wollen wir bewusst entgegenwirken und als kritische, unabhängige Stimme wahrgenommen werden. Eine Plattform für klassischen Bürgerjournalismus bieten wir übrigens nicht. Wir legen Wert auf eine journalistische Einordnung und Gewichtung der Themen, daher wird der Inhalt ausschließlich von den Redakteuren selbst produziert.

## JOURNALIST AUF KNOPFD RUCK

Derzeit erleben wir täglich neu, welche experimentellen Spielräume das Digitale für die lokale Berichterstattung bietet. Dass wir keinen festen Redaktionsschluss haben, erweist sich als Vorteil: Wir können auch auf Unvorhergesehenes schnell reagieren. Knappe Eilmeldungen werden durch neue Informationen ergänzt und schließlich zu ausführlichen Hintergrundartikeln ausgebaut. Durch die Ver-



Mit der Smartphone-App »Call a Journalist« kann man *Mittendrin*-Reporter zum Ort des Geschehens rufen.



linkung auf Quellen oder Beiträge aus dem Archiv werden unsere Leser noch umfassender informiert. Unsere Videoredakteure ergänzen die Artikel durch Filmbeiträge – etwa um den Lesern einen direkten Eindruck von politischen Diskussionsrunden zu vermitteln. Auf thematischen Sonderseiten bündeln wir alle Informationen zu einem Thema und integrieren darin auch Nachrichten und Kommentare aus sozialen Netzwerken. Darüber hinaus stellen wir jeden Tag einen Audiopodcast mit einem Nachrichtenüberblick online.

Die Nutzung von Facebook, Twitter und Co. ist für uns ohnehin eine Selbstverständlichkeit: Nur mit einem Smartphone ausgestattet, begleiteten wir etwa die Demonstrationen und Proteste gegen die Politik des Hamburger Senats im Winter 2013/14. Der Redakteur twittert, was er hört und sieht – und wenn sich das Geschehen ausweitet und an Brisanz gewinnt, schalten wir spontan auf einen Live-Ticker um. Auf diese Weise haben wir auch im Januar aus dem Hamburger »Gefahrengebiet« berichtet und waren selbst überrascht, welche große Aufmerksamkeit unserem kleinen Magazin plötzlich zuteil wurde.

Insbesondere die Nutzung der App »Call a Journalist«, mit der Leser einen Redakteur per Knopfdruck über das Smartphone dahin rufen können, wo etwas passiert, sorgte für Aufsehen. Dabei ist die Idee simpel und entspricht eben unserem Verständnis von gutem Lokaljournalismus: vor Ort sein, den Kontakt zu den Lesern halten und die eigene Arbeit transparent gestalten.

### PROFESSIONELLER WERDEN

In den vergangenen Monaten sind unsere Leserzahlen rasant gestiegen, bis zu 4.000 Menschen informieren sich täglich auf unserer Seite. Nun wollen wir das Magazin noch professioneller gestalten, dazu zählen etwa eine klare Redaktionshierarchie und die Einteilung in



Noch arbeiten sie von zu Hause aus, im Mai wollen sie Redaktionsräume beziehen: Henriette Bunde, Marvin Mertens, Annika Lasarzik, Camilla Lindner, Anja-Katharina Riesterer (v. l. n. r.)

thematische Ressorts. Das Team ist auf über 20 Redakteure angewachsen, die wir intern fortbilden lassen durch Schreibseminare, Video-Workshops und Programmier-Schulungen. In Zukunft werden wir auch nicht mehr am heimischen Schreibtisch arbeiten: Im Mai beziehen wir eigene Redaktionsräume, womit sich die interne Zusammenarbeit und die Präsenz im Bezirk noch einmal anders gestalten wird.

### ZEHN CENT STATT PAYWALL

Doch das alles geht nicht ohne eine solide Finanzierung. Zwar erhalten die *Mittendrin*-Redakteure Honorare, doch leben können wir von dem Projekt nicht. Wir kooperieren bereits seit über einem Jahr mit der *Taz Nord* in Hamburg, die Artikel von uns übernimmt und vergütet. Die Sicherstellung einer fairen Entlohnung ist unser langfristiges Ziel.

Einen weiteren Kooperationspartner haben wir in *Zeit Online* gefunden: Ab April schreiben wir für den neuen Hamburg-Lokalteil der großen Wochenzeitung und bringen unseren eigenen Redaktionsblog auf der Seite des Zeit-Verlags an den Start. Auch die Fördermöglichkeiten durch Medienstiftungen, Crowdfunding sowie die Akquise von Werbekunden sind Instrumente, die *Mittendrin* ausprobieren will. Von einer Paywall auf unserer Seite halten wir grundsätzlich nichts. Doch nutzen einige Leser bereits die Option eines monatlichen »Soli-Abos«. Im Februar haben

wir unsere Kampagne »Zehn Cent sind drin« gestartet – zehn Cent pro Tag nehmen wir dabei als Richtwert, die Leser können die Höhe des zu überweisenden Betrags jedoch selbst wählen. Auch für einzelne Artikel bieten wir eine freiwillige Zahlungsmöglichkeit an.

Wir werden oft gefragt, wo wir uns in ein oder zwei Jahren sehen. Sicher beantworten kann ich diese Frage nicht. Doch so anstrengend und zeitraubend die Arbeit für *Mittendrin* auch oft sein mag: Die positive Resonanz der vergangenen Monate stimmt zuversichtlich und bestärkt uns darin, an dem Projekt festzuhalten. Aus einer naiven Idee ist auch ganz ohne Verlagsapparat und üppige Ressourcen eine wichtige publizistische Stimme im Bezirk Hamburg-Mitte geworden.

*Annika Lasarzik*

---

*Dieses Podium entstand – von Recherche und Fotografie über Text bis zum Layout – in einer Projektwerkstatt des Master-Studiengangs Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg. Die Texte stammen von Studierenden. Layout: Janina Demiana Roll. Leitung der Lehrveranstaltung: Prof. Dr. Volker Lilienthal. Redaktion: Kathrin Breer.*

---