

## Liebe Kolleginnen und Kollegen,

versucht wird es immer wieder: Druck auf die Redaktionen auszuüben. Es muss nicht immer gleich ein Anzeigenboykott sein. Clevere PR-Leute finden Wege, auch wenn es oft „nur“ Drohgebärden sind. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten – wie derzeit beim sinkenden Anzeigenaufkommen – bleibt immer etwas hängen. Es sind die tausend Nadelstiche. „Das muss ein Ressortleiter aushalten“, sagt Uwe Neseemann von den *Lübecker Nachrichten* in unserer Titelgeschichte auf Seite 4. Wird mit Boykotten durch Anzeigenkunden die Unabhängigkeit der Lokalpresse schon infrage gestellt?

Undercover-Reportagen sind für Lokalredaktionen eher schwierig umzusetzen. Die *drehscheibe*-Redaktion hat den Altmeister Günter Wallraff dazu interviewt. Er hat die bundesdeutsche Gesellschaft mit seinen spektakulären Aktionen immer wieder wachgerüttelt. Seine konkreten Empfehlungen finden Sie auf Seite 6.

Eine ARD-Reportage über die Arbeitsbedingungen beim Internethändler Amazon hat im Februar bundesweit für Aufsehen gesorgt. Kai Struthoff von der *Hersfelder Zeitung* indes recherchiert schon länger zu den „Zuständen“ bei Amazon und beschreibt ein differenziertes Bild (Seite 9).

Unsere Debatte über die richtigen Strategien für die Zukunft des Lokalen geht unterdessen weiter. Die *Böhme-Zeitung* (Soltau) beschreitet ungewöhnliche Wege. Sie kauft auswärtige, investigative Recherche ein. Was dieses neue und originelle Konzept zur Qualitätssicherung noch beinhaltet, ist auf Seite 17 zu lesen.

Und zu guter Letzt ein Beispiel dafür, wie Zeitungen zur politischen Bildung beitragen: Der *Fränkische Tag* hat Vorurteile über Asylbewerber mit grafisch aufgearbeiteten Fakten widerlegt (Seite 23). Gut gemacht!

Viel Vergnügen bei der Lektüre und bei der Umsetzung neuer Ideen wünscht

Ihr Berthold L. Flöper



**Berthold L. Flöper** ist  
Leiter des Lokaljournalistenprogramms der bpb.

## 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** Wie Redaktionen damit umgehen, wenn der Anzeigenkunde droht
  - 06** Undercover beim Discount-Zulieferer: Interview mit Günter Wallraff
  - 08** Die *Stuttgarter Zeitung* recherchiert die Arbeitsbedingungen bei Aldi
  - 09** Ein differenziertes Bild von Amazon zeichnet die *Hersfelder Zeitung*
  - 10** Lebensmittel von Discountern prüft die *Braunschweiger Zeitung*
  - 11** Die *Potsdamer Neuesten Nachrichten* diskutieren die Zahl der Supermärkte
  - 12** Den Preiskampf der Discounter erklärt die *Hannoversche Allgemeine Zeitung*
  - 13** Extradreh

## MAGAZIN

- 14** Wie das Arbeiten mit Video in den Redaktionen organisiert wird
- DEBATTE** **17** Strategien gegen die Krise: Die *Böhme-Zeitung* kauft Investigatives
- 18** Presserat: Werbung im Blatt
- 19** Leseranwalt: Auch um Privates kümmert sich die *Neue Presse Coburg*
- 20** Internetwerkstatt: Der Videodienst Vine
- 21** Medien und Seminare

## IDEENBÖRSE

- 22** Gutes Bild und die Zeilen der Anderen
- 23** Der *Fränkische Tag* widerlegt Vorurteile gegen Asylbewerber mit Fakten
- 24** Den Aufbau der Stadtverwaltung erklärt die *Rheinische Post*
- 25** Die *Südwest Presse* beleuchtet die Beziehung der Region zu China
- 26** Die *Neue Westfälische* berichtet über Menschen, die auf etwas verzichten
- 27** Die *Mitteldeutsche Zeitung* befasst sich in einer Serie mit Vergangenem
- MAKING-OF** **28** Die *Ludwigsburger Kreiszeitung* zeigt, wo die Stadt grüner sein könnte
- 30** Anders gedreht: Tipps und Fundstücke

## PANORAMA

- 31** Extradreh Abitur/Impressum