

So sollen die Nordsee-Zeitung und ihre Digitalableger zukunftsfähig werden

# „Wir brauchen künftig eine große Küche für viele Restaurants“

Das „Moin“ zur Begrüßung geht Christoph Linne ganz locker über die Lippen, als er die Zukunftswerkstatt der Nordsee-Zeitung betritt. Die alte Druckhalle wurde zum Denkraum für neue Projekte umfunktioniert. Ein Prozess, den der 46-Jährige befördern soll. Und das macht er offensichtlich auch gerne mit einer Mischung aus Elan und Motivation.

Man spricht von ihm als „Vordenker des modernen Lokaljournalismus“. Er will weg von Ressorts, stattdessen in Themen denken. Ein neues Portal aus der Taufe heben, die Leser zum Zahlen für Inhalte animieren und ein Spotify für Nachrichten etablieren. Aus der Nordsee-Zeitung soll er laut Verleger Matthias Ditzen-Blanke eine „Innovationsschmiede“ machen. Was steckt dahinter? Und was reizt den Hessen an der journalistischen Herausforderung im Norden? Das erfährt die NORDSPITZE im Interview mit Christoph Linne, der seit November 2017 Chefredakteur der Nordsee-Zeitung in Bremerhaven ist.

**Ihren vormaligen Arbeitgeber, die Oberhessische Presse, haben Sie nicht ganz freiwillig verlassen. Warum sind Sie nach Bremerhaven gekommen?**

Ich stand vor der Wahl, in welche Richtung ich

wollte. Und da gab es durchaus auch andere Gegenden, in die ich hätte gehen können. Auf mich hat Bremerhaven aber eine besondere Ausstrahlung ausgeübt, die Stadt ist in einem unheimlichen Wandel und Aufbruch. Es gibt hier viele Menschen, die etwas zum positiven Image beitragen, obwohl die Stadt schon viele Nackenschläge bekommen hat. Hier gibt es einen Geist, nach vorne zu schauen und mehr aus der Stadt zu machen. Ich erlebe Bremerhaven als sehr agil. Das soziale Gefälle ist enger als in anderen Städten, es gibt sehr viele Gegenpole – infrastrukturell, politisch und vor allem gesellschaftlich. Bremerhaven ist eine Stadt voller Widersprüche. Der wohlgenährte Mittelstandsbau, den es anderswo gibt, ist hier eher ein Mittelstands-Sixpack. Und das ist für mich als Blattmacher und Journalist eine Herausforderung. Eine wichtige Komponente ist auch der Verleger. Er schenkt mir Vertrauen, in

seinem Team handeln und agieren zu können. Wir wollen aktiv unsere Zukunft gestalten, eigene Visionen formulieren und verfolgen. Dafür steht die alte Druckhalle, die jetzt eine Zukunftswerkstatt ist, sinnbildlich.

**Der Titel „Innovationsschmiede“ klingt gut. Was verbirgt sich dahinter?**

Mit Nord24.de haben wir bereits ein erfolgreiches Reichweitenportal. Wir wollen ein zusätzliches, neues Portal entwickeln, in dem wir eben nicht die Inhalte und Ressorts aus der Zeitung spiegeln. Denn das funktioniert meistens nicht, das müssen wir nicht als x-ter Verlag tun. Wir müssen anders denken und wollen schauen, ob wir damit Erfolg haben. Nord24.de ist vor drei Jahren ganz ohne Werbung gestartet und hat sich organisch entwickelt. Unsere Idee ist jetzt, mit Norderlesen.de eine andere Form von Storytelling zu

Interviewtermin in der alten Druckhalle: Christoph Linne, Chefredakteur der Nordsee-Zeitung, im Gespräch mit Regine Suling



## Vom freien Mitarbeiter zum Chefredakteur

Diese ungewöhnliche Karriere legte **Christoph Linne (46)** bei der Oberhessischen Presse (OP) hin. Der gebürtige Marburger arbeitet seit 1994 als Journalist, volontierte bei der Oberhessischen Presse und machte vor seinem Volontariat einen dreimonatigen Abstecher als Hospitant bei der Frankfurter Rundschau. Bei der OP durfte er viele Projekte in die Tat umsetzen, unter anderem Deutschlands erste Mitmach-Zeitung. 2005 wurde er Chefredakteur der OP, mit 32 Jahren war er damals der jüngste Chefredakteur Deutschlands. Seit dem 1. November 2017 ist Christoph Linne Chefredakteur der Nordsee-Zeitung in Bremerhaven.

ermöglichen. In unserer Zeitung gibt es die Norderlesen-Seite schon, das sind monothematische Sonderseiten. Mit Norderlesen.de wollen wir ein Paid-Content-Portal werden, das den Lesern innerhalb von vier Rubriken nicht nur Informationen, sondern auch 360-Grad-Reportagen und audio-visuelle Erlebnisse bietet. Dazu werden wir uns Audio- und Video-Experten holen und Dossiers bilden. Schon während der Registrierung können die Leser ihren Themenschwerpunkt wählen und damit genau die Informationen bekommen, die sie sich wünschen. Im Netz laufen solche „News to use“ sehr gut. Solche Inhalte fehlen uns jetzt schon am meisten in der Zeitung. Bildung, Fitness, Lifestyle, Familie, Ratgeber – wie viel Special Interest-Themen haben wir davon im Blatt? Deswegen müssen wir uns Gedanken machen, wie wir diese Lücke bei uns füllen. Auf Norderlesen.de baut im nächsten Schritt ein Club auf, in dem alle unsere heutigen Print-Abonnenten praktisch schon jetzt Mitglied sind und zum Beispiel spezielle Veranstaltungsformate nutzen können.

### Bis wann und wie wollen Sie Norderlesen.de umsetzen?

Unser Ziel ist es, 2019 mit dem Projekt an den Start zu gehen. Die Beta-Phase soll noch in diesem Jahr beginnen, dafür treffen wir jetzt die Vorbereitungen. Denn wir brauchen künftig eine große Küche für viele Restaurants. Was die Leute mögen und bestellen, ist nicht unsere Sache. Bislang ist die Küche zu eng, wir bewegen uns noch zu sehr in Ressorts. Außerdem arbeiten wir oft zu Zeiten, zu denen unsere Nutzer schon vier Stunden unterwegs sind. Wir müssen deshalb das Profil der Generalisten in der Redaktion schärfen. Sie bearbeiten die Breaking News. Wir müssen schneller reagieren und unsere Nutzer zu den Zeiten, zu denen sie online unterwegs sind. Das heißt, dass zu einem Interview, das abends erscheint, am nächsten Morgen schon die ersten Reaktionen im Blatt sind. Denn wir als Journalisten definieren nicht mehr, wie die Leute mit Nachrichten umgehen und wann sie sie konsumieren. Außerdem brauchen wir in der Redaktion mehr Spezialisten, die den Lesern erklären, was die jeweilige Nachricht bedeutet. Die den Menschen Lebenshilfe bieten, so dass sie es sich nicht leisten können, unsere Angebote zu verpassen.

### Wer auf die Website der Nordsee-Zeitung klickt, findet dort keine Nachrichten. Die

### gibt es kurz und knapp auf Nord24.de. Warum sollen die Nutzer für ein Bezahlportal wie Norderleben.de nun Geld in die Hand nehmen?

Natürlich haben Medien ihren Wert. Dadurch dass Informationen im Internet gratis zugänglich sind, hat die Branche aber den Eindruck erweckt, dass Nachrichten nichts wert sind. Das ist ein Geburtsfehler des Onlinejournalismus. Viele Leser sagen: ‚Auf Nord24.de steht's doch schon‘. Da überlegen wir schon, die Texte dort noch weiter zu kürzen. Denn es gibt nicht nur eine Schlagzeile und eine Unterzeile, sondern mehr Informationen wie Fotos, Infografiken und Videos. Den Menschen klar zu machen, dass genau diese Informationen ihren Preis haben, ist ein Langstreckenlauf. Diese Einstellung müssen wir jetzt drehen.

### Welchen Einfluss haben die geplanten Veränderungen auf die Redaktion?

Wir haben den Sommer genutzt, um die räumlichen Voraussetzungen für den Hot Desk zu schaffen, den wir inzwischen gebaut haben. Der ist wie eine fortwährende Redaktionskonferenz, bei der die beteiligten Redakteure abwägen, welche Nachricht wir in welcher Form, zu welcher Zeit auf welchem Kanal bringen. Am Hot Desk sitzt unsere Content-Chefin, die sich um die Themenentwicklung kümmert und monothematische Seiten entwickelt. Außerdem ist der Desk-Chef dabei, der die Print-Ausprägung und die Abstimmung mit unseren Kooperationspartnern und Agenturen übernimmt. Dann gibt es einen Channel-Manager Print sowie zwei Channel-Manager Digital. Der eine optimiert

## „Wir müssen unser Flugzeug während des Fluges umbauen“

die Reichweite auf Nord24.de, der andere auf Norderlesen.de die Geschichten. Daneben sitzen ein Gestalter sowie ein Volontär am Hot Desk. Denn wir bilden unsere Volontäre künftig nicht mehr nur ressortbezogen, sondern verstärkt in Themen aus. Einer unserer Fotografen hat schon gesagt, dass er eine Docking-Station am Hot Desk haben will. Dort stehen Funktionsarbeitsplätze. Fast jeder wird auch weiterhin seinen normalen Arbeitsplatz haben. Außerdem brauchen wir noch einen Conversion-Manager. Der soll uns in die Lage versetzen, Themen in Plattformen zu verteilen, in Foren und auf politische Blogs. Der darf nicht in Millimetern und Pixeln denken, sondern muss wie ein Themen-Broker agieren. Ihn möchte ich nicht im Vertrieb sitzen haben, der sollte direkt dran sein in der Redaktion. Er muss einen wachen Verstand haben, sich im Internet gut auskennen und ein Verkäufergen besitzen. Das ist in meinen Augen ein interdisziplinärer Arbeitsplatz.

### Schaffen Sie für diese veränderte Form des Arbeitens neue Stellen in der Redaktion?

Ganz konkret bauen wir drei neue Stellen auf. Wir wollen mehr digitales Storytelling umsetzen, dafür brauchen wir Spezialisten. Im nächsten Jahr wollen wir noch eine Stelle für Bewegtbild schaffen.

### Sind Sie optimistisch, Ihre Ziele in Bremerhaven in die Tat umzusetzen?

Wir sind im Heute und Jetzt – und müssen unser Flugzeug während des Fluges umbauen. Wir müssen nicht alles neu erfinden, dürfen aus Fehlern lernen und mit den Ideen, die wir daraus entwickeln, können wir eine Rolle spielen.

*Das Interview führte Regine Suling.*



Die Bremer DJV-Vorsitzende Regine Suling nimmt Christoph Linne ins Kreuzverhör