



Annette Milz
ist Chefredakteurin des
„medium magazins“.

Gemischte Aussichten an der Alster

Angeknackstes Selbstbewusstsein, schwächelnde Klassiker, digitaler Aufschwung: Hamburgs Medienszene im Umbruch.

Hamburg verändert sich. Auch in der Tonlage: „Auf devote Arschkriecher stehe ich überhaupt nicht“, sagt Alexandra Jahr, die letzte aktive Verlegerin der Jahrdynastie. Und das klingt so gar nicht hanseatisch-unterkühlt, was man von außen gesehen doch immer noch mit der Kultur an der Elbe verbindet.

Alexandra Jahr führt den Jahr Top Special Verlag und nimmt kein Blatt vor den Mund (siehe Porträt Seite 14). Nur wenn es um Gruner + Jahr geht, das ehemals so stolze und weithin bewunderte Flaggschiff der Zeitschriftenbranche, wird sie einsilbig. Nur so viel: „Ich wollte dort nie verlegerisch tätig sein.“

Diese Frage hat sich ja nun auch erledigt mit dem Verkauf der Familienanteile am Verlag G+J an Bertelsmann im Oktober 2014. Ein markantes Zeichen für den Umbruch, den die Hamburger Medienszene derzeit erlebt. Kai-Hinrich Renner, der seit mehr als 40 Jahren mit ein paar Unterbrechungen in Hamburg lebt, schildert in seinem Beitrag für unser Special „Ham-

burg intern“, mit welchen Problemen die klassischen Medien in der Hansestadt zu kämpfen haben. Sein Fazit: „Die Zukunft der Hansestadt liegt in der Digitalität“ (Seite 4).

Denn auch wenn alle an Berlin denken, sobald von Startups die Rede ist, ist Hamburg zum wichtigen Player in der Szene geworden: Google und Facebook haben die Hansestadt statt Berlin zum Sitz ihrer Deutschlandzentrale gemacht. Und auch sonst tut sich eine Menge, wie Carolin Neumann berichtet – selbst ein Digital Native (Jahrgang 1985) und u. a. Mitgründerin und Vorsitzende des Branchennetzwerks Digital Media Women e. V. (Seite 8).

Wenn da nur nicht das Imageproblem der Medienbranche wäre, wie Sanja Stankovic, Mitgründerin von „Hamburg Startups“, meint (Seite 10). „Ich wünsche mir, dass die Hamburger Verlage sich offener zeigen und sich aktiver einbringen in die Hamburger Szene.“ Offenheit wäre in jedem Fall keine schlechte Haltung. Denn – so sagt Giovanni di Lorenzo, Wahl-Hamburger als Zeit-Chefredakteur: „Die Achsenverschiebung nach Berlin hat das Selbstverständnis einiger Hamburger Journalisten durchaus ins Wanken gebracht. Andere haben davon bis heute nichts gemerkt. In jedem Fall aber würde eine offene Debatte über die Vorteile des Standorts Hamburg uns allen guttun“ (Seite 18).

PS. Im Jahr 2015 gehen wir mit unseren „Intern“-Special auf die Reise durch die Republik. Das nächste „Intern“ in „medium magazin“ 3-2014 (ET: 3. März) wird Frankfurt gewidmet sein – immerhin auch Sitz unserer eigenen Redaktion.



Alexandra Jahr zähmt auf ganz eigene Weise auch Papier-Tiger.

Inhalt

- 4 **HAMBURG AHOI!**
Der Medienstandort Hamburg verändert sich stark. Über die Branchen-Probleme der Hansestadt berichtet
Kai-Hinrich Renner
- 8 **HAMBURG, DEINE PERLEN!**
Von der Printhochburg zur Heimat erfolgreicher Startups und digitaler Riesen: Die Hansestadt wandelt sich zum Digitalstandort – mit Mängeln.
Carolin Neumann
- 10 **„DIE BRANCHE HAT EIN IMAGE-PROBLEM“**
Sanja Stankovic, Mitgründerin von „Hamburg Startups“, über die Szene der Hansestadt und die Hürden der Medienunternehmen.
Interview: Carolin Neumann
- 12 **WO SICH DIE DIGITAL-SZENE TRIFFT**
Die wichtigsten Meetups, Barcamps und Konferenzen.
- 14 **GLÜCKLICH IN DER NICHE**
Alexandra Jahr ist nun die letzte Verlegerin aus dem Hamburger Jahr-Clan: In ihrem Jahr Top Special Verlag bringt die 50-Jährige Niscentitel wie „Jäger“, „Brot“ und „Sauen“ heraus. Mit Erfolg.
Anja Tiedge
- 18 **WIESO EIGENTLICH HAMBURG?**
Umfrage bei prominenten Medien-Hamburgern von
Anne Haeming
- 22 **ORTSBEGEHUNG**
Die Standorte der Medienunternehmen, die In-Plätze der Branche auf einen Blick.
Anne Haeming