



„Alles ausprobieren, was geht“

Noah Gottschalk hat mit seinen 18 Jahren mehr journalistische Formate bespielt als so mancher Projektredakteur. Als Digital Native weiß er, was die Leser von morgen wollen – und was nicht. Wie sie der „Handelsblatt Orange“-Mitgründer für Wirtschaftsthemen begeistert.

Smartphone in Selfie-Position, Snapchat inklusive Filter-Funktion an, Zunge raus – und fertig ist das Hundegesicht-Foto. Noah Gottschalk sitzt mitten in einem Kölner Café und macht „einfach mal Quatsch, ganz ohne Konsequenzen“. Auf den ersten Blick scheint der 18-jährige Zahnsparagenträger, der sich selbst als „komplett handysüchtig“ bezeichnet und ein Festivalband am Handgelenk trägt, genau das Bild der heutigen Jugend zu verkörpern, das viele sofort im Kopf haben. Viel erwachsener wirkt Gottschalk aber, wenn er von seinem Werdegang erzählt. Er hat bereits während der Schulzeit journalistische Erfahrungen durch Praktika und freie Mitarbeit bei namhaften Adressen wie WDR, ZDF, „Handelsblatt“ und dpa gesammelt. „Für mich hat sich das nie so wie Arbeit angefühlt, sondern mehr als

Hobby, für das ich auch noch Geld bekomme“, erklärt er seine Motivation. Dass er Journalist werden will, wusste Gottschalk schon früh. Bereits als er im Kindergartenalter mit seiner Großmutter im Zoo war, interessierte er sich mehr für das Kamerteam, das dort drehte, als für die Tiere. Mit zehn bewarb er sich beim WDR-Radio „1LIVE“ als Moderator. Knapp fünf Jahre später absolvierte er dort sein erstes Praktikum. Davor sammelte Gottschalk auf eigene Faust Radioerfahrung – nämlich bei sich zu Hause. Als Zehnjähriger gründete er gemeinsam mit Freunden sein eigenes Internetradio – inklusive Nachrichten, Musik und eigenem Online-Portal. Sechs Jahre lang betrieb er „IlikeIT“ voller Herzblut. Sein frühes journalistisches Engagement öffnete Gottschalk die Tür zum „Handelsblatt“, wo er im Herbst 2014 mit

einem Praktikum in der Online-Redaktion begann. Nicht nur der damals 15-Jährige war begeistert, sondern auch der Verlag: Er wurde als freier Mitarbeiter übernommen und wenige Monate später gefragt, ob er Lust hätte, ein Projekt für junge Leute mit zu entwickeln. Daraus wurde „Orange by Handelsblatt“: ein Online-Portal, das jungen Menschen Wirtschaftsthemen verständlich und „möglichst ohne Blabla“ näherbringen will. Gottschalk war von der ersten Stunde an dabei, brachte seine Ideen ein und betreute schließlich den „Orange“-Video-Bereich. „Das habe ich als ganz große Chance gesehen.“ Fünf Tage pro Woche berichtete er auf dem „Orange“-Snapchat-Kanal – in Form von jungen, frechen Ansprachen mit kurzen Videos und Fotos, die nur 24 Stunden für die Follower sichtbar waren. Egal, ob er morgens auf dem Weg zur Schule einen kurzen Themenüberblick gab, in der großen Pause seine Schulkollegen zur EZB interviewte oder beim Einkaufen nach Ideen fürs Abendessen fragte: Es sei immer eine Mischung aus privaten und Wirtschaftsthemen gewesen – und ein Kratzen an der Grenze. „Ich habe gern probiert, es ein bisschen zu übertreiben.“ Manchmal kam dann die Rückmeldung, dass er zu weit gegangen sei. Die herausfordernde Frage lautete: „Wie viel journalistischen Content müssen wir auf Snapchat zeigen, damit sich der Kanal noch mit der Marke ‚Handelsblatt‘ verbinden lässt?“

Snapchat als Qualitätsmedium
Gottschalk ist davon überzeugt, dass man auch auf Snapchat Qualitätsjournalismus bieten kann: „Wenn man es gut vorbereitet und sich überlegt, wie man die zehn-

sekündigen Snaps aneinanderreicht, können die User am Ende einen echten Mehrwert mitnehmen.“ So berichtete er etwa von einer Bankentagung und ließ Topbanker in zehn Sekunden Wirtschafts- und Finanzbegriffe wie DAX, Aktie und Co. erklären. Mit vielen „Orange“-Followern tauschte sich Gottschalk auch aus – etwa, weil sie ihm Feedback gaben oder er sie nach ihrer Meinung fragte. „Für diese Interaktion braucht es eine bestimmte Persönlichkeit, mit der man sich identifizieren kann.“ Dass er diese Position einnahm und auch viele private Einblicke preisgab, etwa wenn er mit Freunden zum Karnevalsumzug durch die Stadt zog, störte ihn nicht. „Ich bin schon ein bisschen eine Rampensau“, schmunzelt Gottschalk. Egal, ob bei Veranstaltungsmoderationen an der Schule oder beim Karaoke: um einen Witz verlegen ist der ehemalige Schülersprecher nie gewesen. Die „Orange“-Stories laufen mittlerweile nur mehr auf Instagram, unter anderem weil man dort schon viel früher Website-Artikel direkt verlinken konnte – im Gegensatz zu Snapchat. Aus Gottschalks Sicht ist der Kanal in Hinblick auf Image und Leserbindung für Medienunternehmen sinnvoll, zahlenmäßig bringe er aber weniger. Er selbst nutzt

die App heute ausschließlich privat mit Freunden. „Snapchat ist meine digitale Privatsphäre.“ Nach zwei Jahren bei der Verlagsgruppe Handelsblatt wechselte Gottschalk im November zu RTL interactive, wo er als Redakteur in der Redaktionsleitung unter anderem zu Wirtschaftsthemen Multimedia-Reportagen produziert – zum Beispiel über eine ehemalige Air-Berlin-Flugbegleiterin und die Folgen der Insolvenz. Wenn Gottschalk von seinem Berufsleben spricht, schwingt jede Menge Dankbarkeit mit: „Ich habe Glück gehabt mit meinen Kollegen und Chefs.“ Vorbehalte aufgrund seines Alters gab es nie, im Gegenteil. Gottschalk spricht von einer „Du bist jung, dann probier dich doch mal aus-Stimmung“. Highlight seiner bisherigen journalistischen Karriere: Für das „Handelsblatt“ reiste er als einer von 45 Redakteuren im Rahmen des „Election Camp“ zur U.S.-Präsidentenwahl für zwei Wochen nach Washington. Mittels Video berichtete er tagtäglich über das aktuelle Geschehen. In der Wahlnacht stand er live vorm Weißen Haus und interviewte Jugendliche, kurz nachdem das Ergebnis verkündet wurde. „Das war so emotional – das werde ich nie vergessen.“ Eine weitere Reise führte Gottschalk nach London:

Anlässlich des Brexit-Referendums lieferte er für „Orange“ Videos und befragte Pub-Besucher, was sie vom EU-Austritt halten. **Wirtschaft Spaßig erzählen**
Gottschalks Mediennutzung entspricht der eines klassischen „Digital Natives“ und „News Junkies“. Auf unzähligen Social-Media-Kanälen vertreten, fällt sein erster Blick nach dem Aufwachen aufs Handy. Neben Online-Newsportalen nutzt er Whats-App-Dienste und Morning-Newsletter. Radio hört er nur unter der Dusche oder im Auto. An die Stelle des Fernsehprogramms sind Netflix, Amazon Prime und Co. gerückt. „Eine Tageszeitung ist für meine Zielgruppe überhaupt kein Thema mehr.“ Gottschalk gehört zwar nicht zu der „Print ist tot“-Fraktion, glaubt aber, dass sich Printmedien verändern müssen. Für hintergründige Themen und Special-Interest-Geschichten sieht er auch bei jungen Lesern einen Markt. Sein Appell an Medienhäuser: „Will man junge Leute halten, muss ‚Online first‘ gedacht werden.“ Knackig verpackte Teaser und Überschriften, aufbereitet für Online und Mobile, seien der absolute Schlüssel, um die Aufmerksamkeit seiner Generation zu erreichen. Allerdings will man dabei auch ernst ge-

Vita

Noah Gottschalk, geb. 1999 in Köln, gründete 2009 seinen eigenen Webradiosender mit Nachrichtenportal namens „IlikeIT“. 2014 folgten Praktika bei „1LIVE“ (WDR Radio) und in der „Handelsblatt“-Online-redaktion, 2015 im ZDF-Landesstudio NRW, 2016 bei RTL Aktuell und n-tv. Bei „Orange by Handelsblatt“ war Gottschalk als freier Redakteur an Mitaufbau und Entwicklung beteiligt (2015–2017). Außerdem ist er freier Mitarbeiter bei dpa (seit 2016) und WDR (seit August 2017). Im Juli 2017 machte er am Humboldt Gymnasium Köln Abitur. Seit November arbeitet er als angestellter Online-Redakteur im Bereich Redaktionsleitung bei RTL interactive.



**RENAULT**
Passion for life

Martin Zimmermann
Vorstand Kommunikation

Tel.: +49 2232 73-9235
E-Mail: martin.zimmermann@renault.de
www.renault-presse.de

Caroline Engelhardt
Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 2232 73-9270
E-Mail: caroline.engelhardt@renault.de
www.renault-presse.de



Helaba
Landesbank
Hessen-Thüringen

MAIN TOWER
Neue Mainzer Str. 62 - 68
60311 Frankfurt am Main
www.helaba.de



Ihre Ansprechpartner

Ulrich Peter Schneider
Leiter Presse und Kommunikation
Tel. +49 69 4132-28 77
Fax +49 69 4132-43 35
ulrich.peter.schneider@helaba.de

Ulrich-Erika Mück
Gesamtverantwortung Presse
Tel. +49 69 4132-28 77
Fax +49 69 4132-43 35
ulrich-erika.mueck@helaba.de



