

Luca Laube, Videojournalist, Reporter SRF, www.lucalaube.com

Wie finden wir eigene, packende Geschichten aus der Region?

Ob Zeitung, Online-Portal, Radiosender oder TV-Magazin: Als regionales Medium wollen wir die Menschen erreichen. Mit relevanten, packenden, emotionalen, informativen, lustigen, gesprächswertigen Geschichten. Doch wie können wir die Menschen täglich aufs Neue überraschen? Einige Denkanstösse:

1. Regionalisierung

Die grossen nationalen und internationalen Geschichten finden normalerweise nicht den Weg in den Lokalteil der Zeitung. Doch oft gibt es die Möglichkeit, einen regionalen Ansatz zu finden. Beispiel Naturkatastrophe: Ist es vielleicht auch in unserer Region schlecht bestellt um den Hochwasserschutz? Wichtig dabei: Weiter denken als bis zur erstbesten Idee. So sollen daraus nicht langweilige Strassenumfragen, sondern Primeurs entstehen!

2. Blick über den Tellerrand

Das Internet bietet die Möglichkeit, nahezu alle Medien der Welt zu konsumieren: Regionalmedien aus anderen Regionen, ausländische Sender, Fachmagazine. Und diese bringen uns oft auf Ideen für eine Geschichte. Oder sie berichten über viele Dinge, die auch in unserer Region bereits genauso aktuell sind: Könnten wir vielleicht mal bei den Apotheken nachfragen, wie sehr ihnen der Medikamentenmangel zu schaffen macht? Werden auch bei uns die Bäche wegen der Trockenheit abgefischt? Oder der Knatsch um die Verkehrsführung im Nachbarkanton: Gibt es bei uns auch solche Probleme?

3. Spezialisierung und spezielles Interesse

Wer in einem Themengebiet Expertise hat, findet dort auch gute Geschichten! Wer kümmert sich um welche Themengebiete? Wenn dies im Team aufgeteilt werden kann, ist die Redaktion schlagfertiger, als wenn irgendwie alle alles machen. Spezielle Interessen sind ebenfalls hilfreich: Im Verein, in welchem ich Mitglied bin, tummeln sich lauter spannende Menschen, die irgendetwas beschäftigt – dies kann oft der Ausgangspunkt für eine interessante Recherche sein. **Wichtig:** Spezialisierung bedeutet nicht, Pflichtthemen zu vernachlässigen. Sie bedeutet, einen spannenderen Mix anbieten zu können.

4. Motivation und Vielfalt

Soll ich ein Thema in der Redaktionskonferenz vorschlagen? Gerade junge Kolleginnen und Kollegen sind oft unsicher, ob sie mit einem Thema, das sie beschäftigt, bei den erfahrenen Teammitgliedern auf offene Ohren stossen. Hier sind wir gefordert, ein Klima zu schaffen, in dem alle Lust darauf haben, sich an den Sitzungen zu beteiligen. Denn lebendige Diskussionen sorgen für ein lebendiges Journalistisches Produkt. Umso besser natürlich, wenn unser Team aus Menschen mit unterschiedlichen Lebensrealitäten zusammengesetzt ist: Alt/jung, weiblich/männlich, städtisch/ländlich, migrantisch/alteingesessen, akademisch/Arbeiterfamilie.

5. Themenkarriere

Ist ein regionales Thema lanciert und spricht die ganze Region darüber? Jetzt wollen wir das Medium sein, bei dem das Publikum laufend über aktuelle Entwicklungen informiert wird. Wichtige Fragen: Gibt es weitere Betroffene? Können wir eine Expertin zum Thema finden? Reagieren Lokalpolitiker mit Vorstössen im Parlament? Ist eine Reportage zum Thema möglich? Haben wir das Publikum erstmal mit einer Story gepackt, will es auch wissen, wie sie ausgeht.