

TIPPS ZU BÜRGERRECHERCHEN

- **Projektleitung und unabhängige redaktionelle Zuständigkeit**
Redaktionsmitarbeiter sollen sich auf die Texte konzentrieren können, Vermischung der Rollen kann zu Schwierigkeiten führen und es braucht vor und während des Projekts in Projektleitung und redaktioneller Arbeit genügend Ressourcen.
- **Genügend Zeit einrechnen**
Es braucht sehr viel Vorlaufzeit, Projektplanung ist aufwändig (gerade, wenn externe Kooperationspartner involviert sind), Auswertung und Nachbereitung, aus Daten die richtige Geschichte herausfiltern braucht Zeit. **Achtung:** Themen wie Schulwege haben bei Kooperationspartnern unter Umständen Vorlaufzeiten von fast einem Jahr
- **Intern rechtzeitig alle wichtigen Stellen involvieren**
Auch an weniger Offensichtliches denken: Wer gestaltet Inserate, wer erstellt Claim (gibt es Leute mit Spezialwissen im Haus)? Kann die Business Intelligence hilfreich sein, um Schlüsse aus der Traffickerkunft zu ziehen? Braucht es SEO-Kompetenz, damit das Projekt in Suchmaschinen möglichst gut rankt? Marketing, Bewegtbild, Social Media, gibt es weitere Stellen im Haus, die einen Zusatznutzen zum Projekt beisteuern könnten (zB Beobachter: Beratungszentrum).
- **Budget erstellen**
!"#\$%&'()*+,-./0\$12'34)(#5677-"3"2+,\$2/3#3#8#+\$9#2.);<3#(\$+";<3/=8)\$>(248?#4/(22&\$8.(<\$8"#\$@#(;)32(513"3.+*\$"+)+A"#(3\$"/3B\$C2/3#+##+3/3#<#+\$D#82;<\$'E(\$F-),)3#=\$G232/\$'E(\$H#(:#&)//+)<&#+=\$F./</\$"+\$12;"-\$@#8")=\$#3;B\$!)A.\$(:);<3\$#/\$#"+\$9.8*#3B\$I\$J2():\$8#"+"#(#+=\$)/.\$4#-;<#(\$C)//#\$8)/\$:#A)<-3\$4"(8B
- **Rollen definieren**
Wer
 - schreibt den Werbetext?
 - segnet die Inserate ab?
 - schreibt Mailings an die Umfrageteilnehmer?
 - organisiert eine Social Media-Kampagne ausserhalb der regulären Artikelposts? ○ kümmert sich um die Bildrecherche für Inserate (Bildabteilung der Redaktion muss unter Umständen das Okay für diese Sonderaufgabe einholen)?
 - entscheidet, welcher Claim ausgewählt wird?

- **Unabhängige Vorrecherche**
Organisationen, die sich mit dem gewählten Thema befassen, sind manchmal als Auskunftsstellen für die Recherche als auch als potentielle Kooperationspartner interessant. Das kann zu journalistischen Rollenkonflikten führen. Idealerweise kontaktiert man diese Organisationen deshalb separat für Informationen, andere Personen gehen sie für Kooperationen an.
- **Rechtzeitig verbindliche Artikel- und Media-Planung erstellen**
6(3",#-5\$.+8\$@#8")5F-)+.*\$&./\$"+\$#"+#&\$'(E<#+\$13)8".&\$8#/\$F(2D#,3/\$).'*#-
#"/3\$.+8\$&"3\$8#+\$ 9#3#"-"*3#+\$):*#/3"&&3\$4#(8#+B\$I\$Grosse Publizität auf allen Kanälen ist entscheidend!
- **Volle Unterstützung Redaktions- und Geschäftsleitung zusichern lassen**
Regelmässige Information an Redaktions- und Geschäftsleitung. Sie sollten bereit sein, alle Kanäle jederzeit für das Projekt zur Verfügung zu stellen (mehrere Artikel, klare Absprache mit CR und Chef vom Dienst zur Inhaltsabfolge). Ihr Commitment ist für den Erfolg entscheidend
- **Zielgruppen aktivieren, Massnahmen rechtzeitig planen**
K:#(-#*#+=\$4"#&)+\$8"#L"#-*(.77#\$)&\$:#/3#+\$#((#";<3B\$M(2//#?)&#+\$,N++#+\$<"-'(#";<\$/#"+=\$<):#+\$
)#(\$2'3\$<(#\$#""#+#\$6*#+8)\$.+8\$/" +8\$;/<4#('O--"*#(\$)-/\$,-#" +#\$?"/; <#+7-)P#(B\$Q+\$.+/#(#&\$G)--R\$
@)&):-2*/\$<):#+\$,#" +\$#"("#/""#\$S#";<4#"3#=\$):#(\$#" +\$/#<(\$)"" +\$#. +8\$),3"0#/\$F.-",.&B\$I\$Auch hier: genügend Zeit einrechnen, um Massnahmen zu planen und umzusetzen.
- **Newsletter, Handzettel zum selber ausdrucken, vorgefertigte sharable Bilder** Leute, die bereits mitgemacht haben, hat man schon von seiner Idee überzeugt. Unbedingt versuchen, sie als Multiplikatoren einzuspannen. Ist es hilfreich, wenn sie irgendwo ein Plakat in ihrem Bewegungsradius aufhängen können? Dann hilft es, dieses fixfertig zum Download an einem leicht zugänglichen Ort anzubieten. Ist es ein «Schnurri»-Thema, das man gerne auf Social-Kanälen teilt? Optimierte sharable Bilder zur Verfügung stellen. Via Newsletter auffordern, die Aktion zu teilen, etc.

Und vor allem: Den Mut haben, einfach mal zu machen und bei der Umsetzung auch Neues wagen.