



Bundeszentrale für  
politische Bildung

URL: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/hoerfunker/74189/kampf-ums-lokale>

Pfad: Gesellschaft | Medien | Hörfunker | Übersicht | Archiv | **Kampf ums Lokale**

## Kampf ums Lokale

**Lokalradios und Regionalzeitungen müssen um ihr Alleinstellungsmerkmal fürchten: Neue Konkurrenten treten auf, die lokale Nachrichten auf eigenen Kanälen anbieten. "Wenn Lokalredaktionen nicht bewusst Teil dieser neuen Medienwelt werden, fehlen sie auf dem 'Marktplatz' auf dem Informationen gehandelt werden", warnt Berthold L. Flöper, Leiter des Lokaljournalistenprogramms der Bundeszentrale für politische Bildung. Die bpb bietet Seminare zur Erarbeitung von Web-2.0-Strategien an, mit denen Lokalredaktionen auch im Social-Media-Zeitalter ihre Bedeutung behalten oder sogar steigern können.**

Von Inge Seibel-Müller

5.8.2010

*"Wer mit Aktualität, Regionalität und Identifikationspotential bei den Hörern punkten kann - dem bleiben sie treu. Die Stärken des Lokalradios ausbauen heißt, unmittelbare Informationen aus der Region zu liefern, aber auch mit innovativen Ideen zu überzeugen"*

- Zitat aus dem offiziellen Programmheft der Nürnberger Lokalrundfunktagung 2010.

06. August 2010. - Man kann es drehen wie man will. Wenn Zeitungen über Leserschwund klagen und Radiosender über Hörerverlust, dann hat das einen Grund: Die Artikel oder das Programm sind nicht interessant und attraktiv genug. Es fehlt ihnen an der Währung "Aufmerksamkeit". Das muss nicht einmal heißen, dass Radiohören früher aufregender war oder in der Zeitung spannendere Informationen standen: Es liegt, da sind sich die Medienmacher einig, an dem Überfluss von kostenlosem Content im Internet.

Dabei interessieren sich die Menschen heute wie gestern für die Ereignisse in ihrem lokalen Umfeld. Fast die Hälfte der Onlineleser von Lokalzeitungen wünscht sich im Netz von ihrer Zeitung mehr Lokales, haben »Wissenschaftler der Uni Leipzig« herausgefunden.

Hörer und Leser haben jetzt nur neue Möglichkeiten zu zeigen, was ihnen gefällt: im direkten Kommentar, in Foren und sozialen Netzwerken. Die Redakteure warten nicht mehr mit Bangen auf das Urteil des Chefredakteurs, sondern vielmehr auf aktuelle Klickstatistiken, die den Erfolg oder Misserfolg jedes einzelnen Artikels dokumentieren.

## Lokale Informationen auf neuen Plattformen

Lokalradios und Regionalzeitungen müssen seit kurzem Konkurrenz fürchten: durch lokale Blogger, die eine Nische in der lokalen Berichterstattung entdecken. Meist sind es freie Journalisten, die unabhängiger berichten als die Medienhäuser. Beispielsweise Hardy Prothmann mit seinem »"heddesheimblog"«. Vom Branchendienst meedia.de nach seinem Erfolgsrezept befragt, bezeichnet er sich gänzlich unbescheiden als die »"Zukunft des Lokaljournalismus"« .

»"16Vor"« heißt das Stadtblog aus Trier, das Marcus Stölb mit seinem Kollegen Christian Jörcke betreibt. Im Video bei »www.drehscheibe.org« berichtet er von beachtlichen Erfolgen für sein lokales Stadtblog. Das Konzept: weniger Themen, dafür mehr Tiefe und Hintergrund in der Berichterstattung.

"Journalism is publishing, what someone doesn't want us to know, the rest is propaganda" hat der freie Journalist Stefan Aigner als Motto über sein Stadtblog »"regensburg-digital"« gestellt. Der einstmalige Angestellte der Wochenblatt Verlagsgruppe nimmt ebenfalls kein Blatt vor den Mund und kämpft gegen einstweilige Verfügungen von Kirche und Rüstungskonzernen, die seine kritische Berichterstattung zu unterbinden versuchen. "Welt"-Korrespondent David Schraven bloggt bei den »"Ruhrbaronen"«. Für ihn sind die lokalen Blogs wie "kleine Räder, die die Großen bewegen". In Nordrhein-Westfalen soll es schon mehr als 60 davon geben.

Auch wenn die lokalen Blogger von den etablierten Medienmachern teilweise noch belächelt und nicht ernst genommen werden, in Amerika, dem Land des großen Zeitungsterbens, boomt bereits der so genannte »"Hyperlokale Journalismus"«.

## Zeit für Lokalradios und Lokalzeitungen, aufzuwachen.

So sieht das auch Berthold L. Flöper. Seit vielen Jahren leitet der gelernte Journalist das Lokaljournalistenprogramm der Bundeszentrale für politische Bildung und warnt vor einer Bagatellisierung der neuen Konkurrenten im Lokalen und im Netz: "Facebook, Xing, Twitter, Blogs, Bürgerforen - Informationen werden heute auf vielen Plattformen verbreitet. Für Redakteure im Lokalen eine brisante Lage: Plötzlich treten neue Konkurrenten auf, die lokale Nachrichten auf eigenen Kanälen anbieten. Wenn Lokalredaktionen nicht bewusst Teil dieser neuen Medienwelt werden, fehlen sie auf dem 'Marktplatz', auf dem Informationen gehandelt werden."

*Neben den Modellseminaren lädt die bpb immer wieder engagierte Redakteure zu ein- bis zweitägigen Workshops ein, um über neue Entwicklungen in der Medienwelt zu diskutieren und neue Konzepte zu erarbeiten. Dazu gehören auch Veranstaltungen für und mit Hörfunk- oder Internetjournalisten.*

### **Lokaljournalismus im Netz**

Konzepte, mit denen Lokalredaktionen diese Welten jenseits von Zufallsvideos und Bildergalerien erobern können, sind allerdings rar: "Was heißt überhaupt Lokaljournalismus im Netz, das ist eine spannende Frage", sagt Flöper und hofft, im Rahmen des nächsten Modellseminars der bpb für Lokaljournalistinnen und Lokaljournalisten von Tageszeitungen im November in Augsburg der Lösung näher zu kommen. Die in der Regel fünftägigen Modellseminare der bpb sind angelegt als intensive Redaktionskonferenzen. Sie bieten die Möglichkeit, in kleinen Arbeitsgruppen Konzepte zu wichtigen Themen des Lokaljournalismus vor dem Hintergrund der täglichen Redaktionsarbeit zu überprüfen, weiterzuentwickeln und Erfahrungen auszutauschen. Entwickelt und durchgeführt werden die Modellseminare von Teams, deren Mitglieder selbst RedakteurInnen von Tageszeitungen sind. Das garantiert den absoluten Praxisbezug und ist im Aus- und Weiterbildungsbereich ein Alleinstellungsmerkmal der Bundeszentrale für politische Bildung.

"In den vielfältigen Darstellungsformen des Internet verbergen sich schon jetzt Chancen für Journalisten, Geschichten zu erzählen. Im Seminar analysieren wir spannende Beispiele und deren Umsetzung im Lokalen", sagt Floeper. Ziel sind lokale Web-2.0-Strategien und damit Entwürfe, mit denen Lokalredaktionen auch im Social-Media-Zeitalter ihre Bedeutung behalten oder sogar steigern können.

### **Crossmediale Linktipps**

Was von den Zeitungsredakteuren entwickelt wird, kann durchaus auch für Lokalredaktionen im Radio hilfreich sein. Die Ergebnisse der Modellseminare werden auf [www.drehscheibe.org](http://www.drehscheibe.org) für alle zugänglich veröffentlicht. Es lohnt sich also, im Spätherbst einmal nachzuschauen, was die Kollegen zum Thema "Das Netz ist lokal" an neuen Konzepten und Strategien entwickelt haben.

Empfohlen sei an dieser Stelle auch der »[Journalistenreader "Watergate in Wuppertal"](#)« des Modellseminars "Recherche im Lokalen", das im Juni 2010 in Eisenach stattfand. Dokumentiert werden neben zahlreichen Expertenberichten die Ergebnisse der Arbeitsgruppe "Kreativitätsstrategien für Lokalreporter", Rechercheerfahrungen mit Facebook, Twitter und Stayfriends und die Möglichkeiten der investigativen Recherche auch mit kleinen Budgets. Dazu finden sich zahlreiche Linktipps.