

Arbeitshilfe Themenfindung

<i>Aktualität</i>	Dass ein Thema neu sein muss – oder zumindest neu verpackt – ist das A & O für die Themenwahl.
<i>Nähe/Lokaler Bezug</i>	Interessant für eine Zeitung und ihre Leser sind Themen immer dann, wenn sie einen klaren lokalen Bezug aufweisen, also direkt mit dem Geschehen in der Stadt verknüpft sind (Beispiel: »Musterstädter Bildungseinrichtungen erhalten Bildungspreis«,
<i>Dramen, Skandale und Probleme</i>	Für Medienmacher gilt: »Bad news are good news«. Skandale, Katastrophen, Pleiten, Pech & Pannen sorgen für Auflage. So gilt: Dass die Stadt mal wieder den Heizkostenzuschuss für die Musterstädter Volkshochschule kürzt, ist an und für sich nichts Neues. Dass die VHS aber deswegen den Computerkurs für Senioren nicht mehr anbieten kann und vielleicht sogar einige Angestellte kündigen muss, um die Heizkosten nun selbst zu bezahlen, ist ein kleiner Skandal.
<i>Bekannte Persönlichkeiten /Prominente</i>	Prominente Namen aus Funk, Film, Fernsehen, aber auch aus dem lokalen Umfeld, sind immer eine Nachricht wert. Das schönste Beispiel wäre natürlich: »Bundespräsident Joachim Gauck besucht das Musterstädter Weiterbildungszentrum« – es geht aber auch ein paar Nummern kleiner, zum Beispiel mit der Meldung »Bürgermeister XY beim Weiterbildungsfrühstück in Musterstadt«.
<i>Menschliche Schicksale oder Ereignisse »Human touch«</i>	Geschichten mit großer emotionaler Ausstrahlung kommen bei den Lesern immer gut an. Beispiel: »Hartz IV: Alleinerziehende Mutter muss Ausbildung wieder aufgeben« oder auch positiv: »Mein neues Leben: nach 25 Jahren Arbeitslosigkeit und überstandener Krebskrankheit bekommt Ex-Bergmann Klaus F. die Chance zum beruflichen Neuanfang – dank der Umschulung in XY«
<i>Erfolgsgeschichten</i>	Erfolgs- und Sensationsmeldungen ziehen die Leser mindestens genauso gut in ihren Bann wie die gerade angesprochenen Herz-Schmerz-Geschichten. Ein Beispiel: »Die Schüler des Musterstädter Weiterbildungszentrums räumen beim Bundeswettbewerb Jugend forscht ab«
<i>Nachrichten, von denen viele Menschen betroffen sind</i>	Sind viele Menschen von einer Nachricht betroffen, werden die Medien das Thema entsprechend platzieren. Beispiel: »Die Bildungssteuer in Musterstadt kommt! – Jede Bürgerin zahlt künftig 200 Euro pro Jahr – es sei denn, er hat mindestens diese 200 Euro für Weiterbildung ausgegeben.«