

## Arbeitsgruppe Themen: Wie ziehen wir neue Leser in den Lokalsport?

Der Geist, der die gesamte Redaktionskonferenz durchweht, bestimmt von Anfang an auch die Arbeit in der Gruppe: die Begeisterung dafür, sich endlich austauschen zu können. Die Erleichterung, dass andere vor genau denselben Fragen und Problemen stehen. Und der Wunsch, etwas zu ändern.

Das zeigt sich schon an den Abstimmungen ganz am Anfang der Gruppenarbeit, noch vor Vorstellungsrunde und Diskussionen: Welches dieser Themen würdest Du gerne auf Euren Sportseiten sehen? Servicethemen, Reportagen und Geschichten abseits des Wettkampfsports bekommen Zustimmungsraten nahe der 100 Prozent: der Unterschied zwischen Chi-Gong und Tai-Chi, das Porträt des 70-jährigen Hobbyläufers, Gedächtnistraining mit dem Schachmeister, Joggingtipps vom Personal Trainer, Erlebnisreportage vom Wasserspringen, Jugendliche und E-Sport. Themen, wie man sie im Lokalsport nur selten findet, aber von denen fast alle Teilnehmer sagen: So etwas brauchen wir, um neue Leser zu gewinnen.

Doch in der anschließenden Debatte zeigt sich dann auch, dass der Teufel im Detail liegt. Wenn ich über Joga-Kurse von Sportvereinen berichte – müssen dann die Angebote der Sportstudios nicht ebenso stattfinden? Was mache ich, wenn ich Mitarbeiter habe, die bestenfalls Standards liefern können? Wie kann ich meinen Lesern in der Fläche gerecht werden, wenn sich ihr Dorf nicht mehr regelmäßig wiederfindet? Und ist es strategisch überhaupt richtig, das Themenspektrum zu erweitern und dafür im Kerngeschäft zu reduzieren? Oder verlieren wir damit Stammler, ohne Neue zu gewinnen? Fragen, die die Gruppe mitnimmt in die Runden mit Carlo Imboden und Dietrich Nixdorf.

Deren Daten zur tatsächlichen Nutzung des Lokalsports bedeuten eine Zäsur auch in der Gruppenarbeit. Von der Tendenz überraschen die Ergebnisse niemanden, aber das Ausmaß erschreckt doch viele. Entsprechend geht es am zweiten Tag weniger um kosmetische Korrekturen als um die Frage, wie sich ein grundlegender Wandel beginnen bzw. beschleunigen lässt. In Untergruppen werden konkrete Ideen für die drei großen inhaltlichen Blöcke im Lokalsport gesammelt, diskutiert und für die Abschlusspräsentation in eine Instagram-Story verpackt:

- **Local Hero:** Das wichtigste regionale Sportteam ist Zugpferd der Berichterstattung, aber gerade die Profivereine regulieren den Nachrichtenfluss immer stärker. Ein Ansatz, um dagegenzuhalten: nicht ausschließlich auf harte Nachrichten konzentrieren. Stattdessen den Mut haben, zu unterhalten und zu kommentieren. Themen suchen, die der Verein nicht kontrollieren kann – etwa die Fanszene (Fans benoten ihr Team, Vorab-Interviews mit gegnerischen Fans, Berichte von Auswärtsfahrten, Blogger ins Blatt holen, Fan-Stimmungsbarometer). Dazu Historisches und (sofern von Vereinsseite ermöglicht) Geschichten, die die Sportler als Menschen in den Mittelpunkt rücken (z. B. Videoumfrage: Wer ist der beste Tänzer im Team? Wer braucht in der Kabine am längsten?). Und kreative Optiken (Whatsapp-Interview, das Spiel in Bildern, Grafiken [Teambus, Teamkoffer], Interview ohne Worte).
- **Klassischer Amateursport:** Die Ergebnisse aus der Nutzungsforschung legen nahe, Spiel- und vor allem Vorberichte zurückzufahren. Aber welcher adäquate Ersatz lässt sich den Lesern anbieten? Der Ansatz: Statt einer Sammlung diverser kleiner Vorberichte zu einer Liga gibt es jede Woche eine Geschichte, die einen Menschen in den Mittelpunkt stellt. Die Vereine werden motiviert, Leute vorzuschlagen – und bleiben so im Spiel. Das kann der

Spieler sein, der die Partie verletzt vom Krankenbett aus verfolgt. Oder der junge Schiedsrichter, der zum ersten Mal ein großes Derby pfeift. Wichtig: Vorab mit den Vereinen sprechen und ihnen erklären, warum es viel besser für sie ist, ab und zu viele Leser zu erreichen als jede Woche (fast) keine.

- **Alltagssport:** Fast jeder Mensch hat irgendeine Berührung mit sportlicher Aktivität, aber nur die wenigsten mit Wettkampfsport. Will man neue Leser in den Sportteil ziehen, muss das Spektrum also breiter werden. Ein weiterer Vorteil: Es gibt viele Möglichkeiten, an die Lebenswelt der Leser anzudocken. Im Mittelpunkt steht der Servicegedanke. Wie überwinde ich den inneren Schweinehund? Was sind aktuelle Fitnesstrends? Wie kann ich mit Sport etwas für meine Gesundheit tun? Kann Sport meinen Schlaf verbessern? Welche Trainingstipps gibt es für Laien? Wie bekomme ich Sport in mein Zeitmanagement? Bin ich von Sport-Sucht bedroht? Aber auch Infotainment ist möglich: Welche Vorurteile gibt es gegen welche Sportarten – und was ist dran? Wie schlagen sich 13-Jährige im Vergleich mit einem Profi-E-Sportler?

Die Motivation, im eigenen Blatt etwas zu verändern, ist am Ende spürbar. Gerade bei Themen, die man bisher nicht für den Sportteil auf dem Zettel hatte, hilft der Austausch mit anderen. Im Verein geht es eben manchmal doch besser.