

Volker Wolff / Tanjev Schultz / Sabine Kieslich

Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus

Schreiben für Print und Online

3., vollständig überarbeitete Auflage

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Volker Wolff / Tanjev Schultz / Sabine Kieslich
Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus.
Schreiben für Print und Online
Praktischer Journalismus, 67
Köln: Herbert von Halem Verlag 2021

© 2021 by Herbert von Halem Verlag, Köln

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,
vervielfältigt oder verbreitet werden.

ISBN (Print) 978-3-7445-2053-9
ISBN (PDF) 978-3-7445-2054-6
ISBN (ePub) 978-3-7445-2059-1

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

Lektorat: Vera Belowski, Rüdiger Steiner
Druck: FINIDR, S.R.O., Tschechische Republik
Satz: Herbert von Halem Verlag
Gestaltung: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Inhaltsverzeichnis

1.		
	Relevanz und Zukunft des Journalismus	11
2.		
	Nachrichten und ihre Auswahl	18
2.1	Die Eigenschaften der Nachricht	20
2.2	Die Auswahl und Bearbeitung der Nachricht	27
3.		
	Recherche	34
3.1	Die Überprüfungs- und Vervollständigungsrecherche	37
3.2	Themenrecherche und investigative Recherche	47
3.3	Gerüchte und Verdacht	52
3.4	Zusammenfassung	54
4.		
	Journalistische Sprache	55
4.1	Kurz schreiben	55
4.2	Klar schreiben	57
4.3	Bildhaft schreiben	59
4.4	Distanziert schreiben	63
4.5	Zusammenfassung	65

5.		
Meldung		67
5.1	Die Agentur- und Zeitungsmeldung	70
5.2	Die Magazinmeldung	78
5.3	Zusammenfassung	82
6.		
Bericht		84
6.1	Der Aufbau des Berichts	86
6.2	Zusammenfassung	93
7.		
News-Story (Magazinbericht)		96
7.1	Der Aufbau der News-Story	100
7.2	Zusammenfassung	107
8.		
Interview		109
8.1	Formen des Interviews	113
8.2	Das Vorbereiten des Interviews	117
8.3	Das Führen des Interviews	120
8.4	Das Schreiben des Interviews	123
8.5	Das Autorisieren des Interviews	130
8.6	Zusammenfassung	133
9.		
Kommentar		135
9.1	Funktion und Anspruch des Kommentars	140
9.2	Typen des Kommentars	144
9.3	Aufbau und Sprache des Kommentars	147
9.4	Zusammenfassung	157

10.		
Glosse		159
10.1	Funktion und Anspruch der Glosse	161
10.2	Themen, Aufbau und Sprache der Glosse	162
10.3	Zusammenfassung	172
11.		
Kritik		174
11.1	Formen der Kritik	177
11.2	Aufbau und Sprache der Kritik	178
11.3	Die Kurzkritik	188
11.4	Zusammenfassung	195
12.		
Reportage		197
12.1	Themen der Reportage	200
12.2	Szenen und These der Reportage	203
12.3	Der Aufbau der Reportage	211
12.4	Zusammenfassung	222
13.		
Feature		225
13.1	Die Funktion des Features	225
13.2	Die Unterschiede zu anderen Darstellungsformen	227
13.3	Die Recherche des Features	231
13.4	Der Aufbau des Features	233
13.5	Die Sprache des Features	245
13.6	Zusammenfassung	246

14.		
Porträt		248
14.1	Funktion und Anspruch des Porträts	249
14.2	Formen des Porträts	253
14.3	Recherche, Aufbau und Sprache des Porträts	255
14.4	Zusammenfassung	268
15.		
Rekonstruktion		271
15.1	Funktion und Anspruch der Rekonstruktion	272
15.2	Themen, Aufbau und Sprache der Rekonstruktion	274
15.3	Sorgfaltspflicht und Quellentransparenz	281
15.4	Zusammenfassung	285
16.		
Essay und Analyse		287
16.1	Funktion und Anspruch von Essays und Analysen	288
16.2	Themen, Aufbau und Sprache von Essays und Analysen	291
16.3	Zusammenfassung	300
17.		
Service		302
17.1	Die Bedeutung von Servicethemen	304
17.2	Die Darstellungsformen für Servicethemen	307
17.3	Das Finden von Servicethemen	308
17.4	Der Aufbau großer Serviceartikel	314
17.5	Die Rechtslage beim Service	319
17.6	Die besonderen Probleme bei Servicethemen	321
17.7	Zusammenfassung	323

18.		
Redigieren		326
18.1	Die Redigierfragen	328
18.2	Die Rechtslage beim Redigieren	329
18.3	Zusammenfassung	331
19.		
Überschrift und Vorspann (Teaser)		332
19.1	Die Elemente von Überschrift und Vorspann (Teaser)	334
19.2	Überschriften von Meldungen und Berichten	340
19.3	Überschriften und Teaser der anderen Darstellungsformen	346
19.4	Zusammenfassung	352
20.		
Bilder und Bildzeilen		354
20.1	Bildauswahl und Bildbearbeitung	355
20.2	Selbst fotografieren	358
20.3	Die Bildzeilen	359
20.4	Zusammenfassung	365
21.		
Berufsgrundsätze im Journalismus		367
Literatur		376
Index		383

1.

Relevanz und Zukunft des Journalismus

Journalismus ist ein wunderbares und für die Gesellschaft wichtiges Berufsfeld. Das war so, ist so und wird so bleiben, auch wenn die Medien sich laufend verändern. Wie in anderen Branchen hat die Digitalisierung vieles im Journalismus umgewälzt. Überflüssig hat sie ihn nicht gemacht, im Gegenteil. Seriöse Quellen sind wichtiger denn je. In der Demokratie benötigen die Bürgerinnen und Bürger verlässliche Informationen, fundierte Analysen und gehaltvolle Diskussionsbeiträge. Guter Journalismus hilft den Menschen, sich zu orientieren und mit anderen auszutauschen.

Wie wichtig, aber auch wie bedroht Journalismus sein kann, haben die vergangenen Jahre gezeigt. In den USA beschimpfte Präsident Donald Trump TV-Sender und Qualitätszeitungen, die kritische Fragen stellten, als »Fake news media«. Die New York Times ließ sich davon nicht einschüchtern – und gewann immer mehr Abonnenten. Sehr viele von ihnen lesen die Zeitung nicht auf Papier, sondern auf einem Bildschirm. Kleineren Zeitungen fällt es schwerer, ein Geschäftsmodell zu entwickeln, das im digitalen Zeitalter funktioniert. So gibt es in den USA mittlerweile Regionen, in denen keine Zeitung mehr existiert.

Dabei ist guter Journalismus für die Demokratie »systemrelevant«. Mit diesem Wort wurden, als im Jahr 2020 das Corona-Virus (Sars-CoV-2) die Welt in einen Ausnahmezustand versetzte, Berufe beschrieben, die Unverzichtbares leisten. In Corona-Zeiten waren damit nicht nur die Berufe im Gesundheitssystem gemeint, sondern auch im Lebensmittelhandel, in der Energieversorgung oder bei der Müllabfuhr. Journalisten dürfen sich nicht zu wichtig nehmen, aber auch ihr Beruf ist, wenn er gewissenhaft ausgeübt wird, systemrelevant.

In Zeiten der Pandemie schnellte die Nachfrage nach journalistischen Angeboten in die Höhe. Redaktionen, die Informationen sorgfältig prü-

fen, können den Gerüchten und halbseidenen Informationen, die auf Social-Media-Plattformen kursieren, etwas Substantielles entgegensetzen. Und wenn, wie in der Corona-Zeit, die Politik die Grundrechte der Bürgerinnen und Bürger einschränkt, braucht es außer unabhängigen Gerichten auch einen unabhängigen Journalismus, der kritische Fragen stellt und die Mächtigen kontrolliert.

In Krisenzeiten wächst der Bedarf an Nachrichten, nach denen sich die Menschen buchstäblich richten können. In gewisser Weise sind ständig Krisenzeiten. Der Brexit und die Zukunft der EU, die Flucht von Millionen Menschen vor Hunger und Krieg, der Klimawandel und die Zerstörung der Natur: Es mangelt nicht an Problemen und Herausforderungen, über die nur vernünftig reden und diskutieren kann, wer über gute Informationen verfügt. Was für die großen Fragen der Menschheit gilt, trifft aber auch für die vermeintlich kleinen Themen zu: die geplante Umgehungsstraße im Dorf, das marode Jugendzentrum im Stadtteil oder den Hebesatz der Kommune bei der Gewerbesteuer. Guter Journalismus trägt zu einer möglichst vernünftigen Meinungs- und Willensbildung bei.

Doch er leistet noch mehr. Er kann bilden und beraten, anregen und provozieren, entspannen und unterhalten. Journalismus erlaubt Einblicke in sonst verschlossene Welten, erschließt Entwicklungen in Kunst und Kultur, gibt Rat und spendet manchmal sogar Trost. Er bündelt Themen und richtet den Fokus auf bestimmte Probleme und Entwicklungen. Er organisiert, wie es in einer alten Definition heißt, ein »Selbstgespräch« der Gesellschaft und ihrer Zeit (vgl. Birkner 2012: 17).

Seine Vielseitigkeit macht den Journalismus als Beruf weiterhin attraktiv, ungeachtet mancher Krisen, in die einige Medienhäuser geraten sind. Auch in Zukunft werden gute Journalistinnen und Journalisten gebraucht. Und auch in Zukunft warten spannende Aufgaben auf sie.

Jede Generation trägt neue Ideen und Impulse in die Redaktionen, die Medienunternehmen sind angewiesen auf die Frische der Jüngeren und die Erfahrung der Älteren. Im digitalen Journalismus ist steter Wandel normal. Was gestern galt, wird heute schon anders gemacht. Aber einige wichtige Prinzipien und Grundregeln des Journalismus bleiben gleich. Es gibt, trotz aller Veränderungen und trotz aller Vielfalt, nur einen Journalismus. Er erfüllt seine Aufgaben mal besser, mal schlechter, er überzeugt mal mehr, mal weniger durch seine Qualität – unabhängig von der Frage, ob ein Beitrag in einer gedruckten oder einer digitalen Zeitung steht.

Im Journalismus kommt es auf einen sorgfältigen Umgang mit Informationen an, die gut verständlich für ein allgemeines Publikum aufbereitet werden. Journalismus ist keine PR und keine Propaganda, er legt Wert auf Unabhängigkeit und eine Orientierung am Gemeinwohl (so sehr darüber gestritten werden muss, was dies im konkreten Fall bedeutet). Idealerweise kennt der Journalismus nur eine Loyalität: die Loyalität zur Demokratie und ihren Bürgerinnen und Bürgern (vgl. Kovach/Rosenstiel 2014).

Journalistische Beiträge können kunstvoll sein – sie herzustellen, erinnert jedoch mehr an ein Handwerk als an ein Kunstwerk. Journalisten sind keine Künstler, die ihrer Fantasie freien Lauf lassen dürfen. Wenn journalistische Texte und Filme etwas Erzählerisches haben, so muss es sich um eine Form des faktualen Erzählens handeln, nicht um Fiktion. So schwer es oft ist, die Fakten genau zu bestimmen, und so wenig der Journalismus die Welt einfach nur abbildet, so unmissverständlich muss sein Anspruch sein, sich auf überprüfbare Tatsachen zu beziehen. Gibt es unterschiedliche Wahrnehmungen, Deutungen und Meinungen, können und sollen journalistische Beiträge auch dies berichten und transparent machen.

Wann immer Journalistinnen und Journalisten von dieser Orientierung abweichen und ihrer Fantasie folgen oder einem bestimmten (politischen, wirtschaftlichen) Interesse, wird es sehr gefährlich. Im Dezember 2018 platzte einer der bislang größten Medien-Skandale in die Ruhe der Weihnachtszeit: Der junge *Spiegel*-Reporter Claas Relotius, der für seine Texte mit Preisen überhäuft worden war, stand nun als Scharlatan da. In vielen seiner Texte wimmelte es von Fehlern und dreisten Erfindungen. Erst der Verdacht und die beherzte Recherche seines Kollegen Juan Moreno ließen den Betrug auffliegen (vgl. Moreno 2019). »Sagen, was ist« – dieses hehre Motto des *Spiegel*-Gründers Rudolf Augstein war aufs Größte missachtet und geradezu besudelt worden. Trotzig setzte sich das Magazin selbst an die Spitze der Aufklärung und schrieb Augsteins Motto auf die Titelseite eines Heftes, das den Skandal aufarbeitete (*Der Spiegel* 52/2018).

Dass Journalisten ihr Publikum und ihre Redaktion bewusst und in großem Stil täuschen, ist natürlich nicht die Regel. Wohl deutlich häufiger, aber weniger Aufsehen erregend sind die vermeintlich kleinen Mängel und Ungereimtheiten, die sich Redaktionen im Alltag erlauben – oft eher aus Fahrlässigkeit denn aus Mutwilligkeit. Diese Defizite richten aber in der Summe womöglich sogar den größeren Schaden an. Denn die Existenzberechtigung des Journalismus und das Vertrauen, das Menschen in ihn setzen und auf das er angewiesen ist, hängen an der Präzision und Sub-

stanz seiner Arbeiten: dass stimmt, was geschrieben und gesendet wird, und dass stimmig ist, wie die Medien die Welt zeigen.

Menschen machen Fehler, das gilt auch für Journalistinnen und Journalisten. Dazu kommen in diesem Beruf strukturelle Faktoren: zu wenig Zeit, Geld oder Wille für sorgfältige Recherchen zum Beispiel. In vielen Redaktionen sind die Ressourcen knapp, vor allem in tages- und stundenaktuell arbeitenden Tageszeitungen und Online-Medien kann das hohe Tempo zu voreiligen und unsaubereren Berichten verleiten. Dazu kommt eine mediale Gier nach Sensationen und die Neigung mancher Medien, Sachverhalte nicht nur pointiert darzustellen, sondern sie regelrecht aufzubauschen. Nicht nur der Boulevardjournalismus ist dafür anfällig.

Umso wichtiger sind Regeln und Routinen, die ein Mindestmaß an Qualität sichern und den Journalismus von der oft unsozialen Kommunikation sozialer Medien abgrenzen. Wenn jemand einer Missetat beschuldigt wird, sei es ein Politiker, eine Managerin oder ein Showstar, so ist jedem auch nur halbwegs anständigen Journalisten sofort klar: Der Beschuldigte muss damit konfrontiert werden und Gelegenheit zu einer Stellungnahme erhalten, bevor ein Beitrag über die Anschuldigungen erscheint. Was im Journalismus selbstverständlich ist (oder sein sollte), ist es in der weiten Welt der digitalen Gerüchteküche keineswegs.

Das Internet hat die öffentliche Kommunikation demokratisiert, den Journalismus aber nicht überflüssig gemacht. Es ist gut, dass er sich noch mehr auf seine Stärken besinnen muss. Dazu gehört neben einer sorgfältigen und fairen Recherche die ansprechende und gut zugängliche Aufbereitung der Inhalte in einer passenden Darstellungsform. So wertvoll oder charmant viele Texte oder Clips von Amateuren sind: Eine packende und gehaltvolle Reportage zu schreiben oder zu drehen, verlangt eine gewisse Übung und eine professionelle Herangehensweise. Nicht ohne Grund können und müssen die Theorie und die Praxis des Journalismus gelehrt und gelernt werden – in Universitäten, Akademien und Journalistenschulen, in Volontariaten und Fortbildungskursen.

Ohne eine gute Ausbildung, so hat es Joseph Pulitzer einst auf den Punkt gebracht, qualifiziert man sich allenfalls als »Idiot« (Pulitzer 1904: 642). Pulitzer war Verleger und Journalist, er gründete die berühmte »School of Journalism« an der Columbia-Universität in New York. Früher (und manchmal noch heute) wurde der Journalismus als ein Begabungsbereich betrachtet, für den einige Menschen Talent haben und andere nicht. Es mag sein, dass ein gewisses Talent, wo auch immer dieses herrührt (ange-

boren oder erworben), für manche journalistische Tätigkeiten eine Rolle spielen kann. Aber vieles, wenn nicht das allermeiste in diesem Beruf lässt sich lernen und üben.

Dabei kommt es – so eine Überzeugung, die diesem Lehrbuch zugrunde liegt – unter anderem darauf an, unterschiedliche Darstellungsformen zu beherrschen und in passender Weise anzuwenden. Im Journalismus gibt es eine große Variationsbreite an Formen, die unterschiedliche Funktionen erfüllen und mit unterschiedlichen Erwartungen des Publikums verknüpft sind. Die Logik dieser Formen zu verstehen und Beiträge entsprechend zu gestalten, ist eine zentrale Aufgabe im Üben journalistischer Arbeitsweisen.

Die Unterschiede zwischen den Darstellungsformen sind durch die Digitalisierung des Journalismus und die Konvergenz der Medien nicht unwichtiger geworden. Manchmal werden sie leichtfertig verwischt. Sie zu ignorieren, kann manchmal Ausdruck einer bewussten Entscheidung und eines kreativen Prozesses sein, der dem Journalismus gute neue Formate beschern kann. Doch oft handelt es sich um echte Ignoranz. Einfach drauflos zu schreiben und journalistische Beiträge aufs Geratewohl zu komponieren, ist höchst riskant. Die Gefahr ist groß, das Publikum zu verwirren und die Qualität des Journalismus einer hemdsärmeligen Spontaneität zu opfern.

Gerade für Berufsanfänger hat es sich bewährt, ihnen Formen und Schnittmuster an die Hand zu geben, an denen sie sich orientieren können. Es geht nicht um einen stumpfsinnigen Schematismus. Fortgeschrittene werden stets Wege finden, Neues zu wagen. Zunächst aber müssen einige grundlegende Techniken erworben werden. Sie sind bei manchen Darstellungsformen strenger und schematischer als bei anderen. Eine klassische Meldung, wie sie Agenturjournalisten schreiben, lässt vergleichsweise kleine Spielräume in der Sprache und im Aufbau. Große Reportagen hingegen leben davon, dass die Autorinnen und Autoren ihren eigenen Stil pflegen. Dennoch zeichnet sich auch eine Reportage durch bestimmte Grundmerkmale aus, die mit ihrer Funktion zusammenhängen (das Publikum etwas miterleben zu lassen).

Das vorliegende Buch erklärt zentrale Arbeitsweisen und Darstellungsformen in Zeitungen und Zeitschriften. Im Vordergrund steht der textorientierte Journalismus. Ihn gibt es weiterhin, wenn auch schwindend, in Papierform und immer mehr in diversen digitalen Aggregatzuständen. Obwohl im Internet viele Stimmen, Töne und (bewegte) Bilder zu hören

und zu sehen sind, nutzt der Journalismus nach wie vor zu großen Anteilen Texte. Durch die Konvergenz der Medien im Digitalen sind neue Verbindungen und Möglichkeiten entstanden, beispielsweise im sogenannten »Visual Storytelling« und der opulenten Bebilderung langer Textstrecken. Die Arbeit an und mit Texten ist dadurch nicht geringer geworden, und auch nicht die Freude am Lesen – wenn die Beiträge gut geschrieben und inhaltlich interessant sind.

So variationsreich der Journalismus ist und so experimentierfreudig Redaktionen sein sollten, wenn sie im technologischen und gesellschaftlichen Wandel bestehen wollen, so hilfreich ist es, einige bewährte Darstellungsformen zu kultivieren und gegebenenfalls weiterzuentwickeln. Der textorientierte Journalismus ist in den vergangenen Jahren anspruchsvoller geworden. Im Internet konkurrieren Zeitungen und Zeitschriften mit vielen anderen Angeboten, sie müssen umso mehr Eigenes und Besonderes bieten.

Auf der einen Seite sind Zeitungen im Laufe der Zeit »magaziniger« geworden: Sie vertrauen immer mehr auf die Stärken, die früher vor allem Magazine (Zeitschriften) ausgezeichnet hatten. Dazu gehört: mehr Wert auf Analysen und Hintergründe zu legen und es nicht bei schlichten Nachrichten zu belassen. Neben die kurzatmige Ereignisberichterstattung treten ausführliche Erklärstücke und Ergebnisse intensiver Recherchen. Nicht minder wichtig sind das Feilen an Texten und das Finden interessanter Illustrationen für die Gestaltung von Beiträgen, Web- und Zeitungsseiten.

Auf der anderen Seite haben sich Zeitschriften (Magazine) in mancher Hinsicht an den Rhythmus und die Arbeitsweise des schnellen Agentur- und Zeitungsjournalismus angepasst. Das Tempo im Digitalen verlangt von ihnen mehr Flexibilität. Sie können sich nicht nur auf ein Produkt verlassen, das einmal die Woche oder einmal im Monat erscheint. Sie müssen im Internet auch aktuellen Stoff bieten, ihre langen Magazinbeiträge vor- und weiterdrehen und die verschiedenen Kanäle im Blick behalten.

In vielen Redaktionen laufen Arbeitsprozesse in unterschiedlichen Geschwindigkeiten parallel. Es gibt Teams, die sich stark an der aktuellen Nachrichtenlage orientieren und darum kümmern, dass ihr Medium schnell darauf reagiert. Und es gibt andere Teile der Redaktion, in denen mit längerem Vorlauf geplant und produziert wird. Oft kommt es darauf an, die beiden Herangehensweisen geschickt miteinander zu verbinden. Die aktuelle Berichterstattung über Breaking News profitiert von dem

Hintergrundwissen, das Journalisten haben, die sich tiefer in eine Materie einarbeiten konnten. Und die langfristig angelegten Stücke profitieren davon, wenn sie angebunden bleiben an aktuelle Entwicklungen. Ständig müssen Redaktionen entscheiden, was sie wann, wo und wie veröffentlichen – und auch, wie sie Glanzstücke durch weitere Beiträge auf den unterschiedlichen Kanälen ankündigen, begleiten und nachbereiten, beispielsweise eine lange Text-Reportage durch ein kurzes Making-of-Video und eine Leserdiskussion.

Die Möglichkeiten des Kombinierens verschiedener Formen und Auspielwege sind groß und attraktiv. Deshalb sind in den Redaktionen teilweise andere und zusätzliche Kompetenzen gefragt als noch vor einigen Jahren: Zeitungen und Zeitschriften profitieren von Datenjournalisten, die in Zahlenmengen relevante Geschichten finden; von Reporterinnen, die nicht nur schreiben, sondern auch einen kleinen Film produzieren können; von Redakteuren, die einen Bericht anreichern, indem sie Originalquellen einbinden; von Moderatorinnen, die Leser miteinander und mit der Redaktion ins Gespräch bringen. Zugleich darf dabei die sorgfältige Arbeit an den Darstellungsformen und am textlichen Kern der Beiträge nie zu kurz kommen.