

Inhalt

1. Einleitung	11
Zur Einstimmung – alles, was wir brauchen	11
Was der Journalismus heute braucht	12
Welcher Journalismus denn eigentlich?	13
Ein Besuch im Medienhaus der Zukunft	13
Was ich mir von meinen Lesern wünsche	14
2. Motive, Typen, Rollenbilder: Journalisten	15
Dicht dran am spektakulären Geschehen	15
Viele Fragen: Warum soll ich mir das antun?	16
Die Stärken: Interesse, Wachheit, Wachsamkeit	16
Die Krankheiten: Eitelkeit, Hochmut	19
Die Todsünden: Fehlende Distanz, fehlendes Engagement	20
Gemein machen oder nicht?	21
3. Die Themen	23
Themen-Scouts und Themen-Streifzüge	23
Tipps und Beispiele: Wo und wie wir Themen finden	24
Die wichtigen Fragen beginnen alle mit »W«	25
Ausstöpseln, Stecker raus. Und rausgehen!	26
Eine Geschichte am Rande: Meine Tage im Kloster	27
Themen-Konferenzen (Brainstorming)	29
Tipps und Beispiele: Themen-Steinbrüche	30
Die Koalition der Verhinderer und die Killer-Phrasen	31
Meine Such-Kriterien für geeignete Themen	32
Meine Drei-Finger-Regelung des Journalismus:	
Reizen – Informieren – Unterhalten	33
4. Recherche	35
Journalismus ohne Recherche?	35
Journalisten als Quellen-Spezialisten	36
Die sieben Fragen einer ersten Recherche-Skizze	38

Die unsystematische Recherche	38
Tipps und Beispiele: So gelingt der erste Recherche-Angriff	39
Systematische Recherche: Der Plan	40
Der Werkzeugkasten: Welches Eisen für die Recherche?	42
Gespräche und Interviews – Vorbereitungen, Telefon	42
Gespräche und Interviews – Gesprächsführung, Mitschrift	43
Tipps und Beispiele: So bekommt man alles in den Block	44
Mitschnitte, Tonaufnahmen	46
Tipps und Beispiele: So arbeite ich noch besser mit dem Diktiergerät	48
Arbeiten mit Netbook und iPad	48
Strategien und Techniken für Gedächtnisprotokolle	50
Tipps und Beispiele: Diese Memo-Strategien können uns helfen	51
Arbeiten mit Digitalkamera und Handkamera (Cam)	52
Tipps und Beispiele: Das sind die wichtigsten Bausteine für eine gute Recherche	54

5. Auswertung, Aufbereitung, Stile	57
Dokumentation, Feature	57
Reporter-Tagebuch	58
Berichtende Stilformen	59
So schreibe ich eine Nachricht	60
Von der Nachricht zum Bericht	60
Reportage (1): Egon Erwin Kisch beschreibt die brennenden Schitkauer Mühlen	61
Reportage (2): Warum sie kein Kommentar ist	63
Reportage (3): Die Sache mit der Zwischenmoderation	63
Reportage (4): Nicht dabeigewesen, Kisch-Preis aberkannt	64
Reportage (5): So wird sie geschrieben	64
Reportage (6): Details, Details, Details!	65
Das Porträt	67
Vom Erzählen	69
Meinungs-Formen	71
Kommentar-Typen	72
Das Pro und Contra	73
Leitartikel	74

Glosse	74
Kolumne	76
Interview	77
Die Autorisierung	78
Tipps und Beispiele: So führt man Interviews und lässt sie autorisieren .	80
Besondere Interview-Formen	81
6. Schreiben	83
In der Schreibwerkstatt –	
Regeln, Tipps und Werkzeuge für gutes Schreiben	83
Qualität kommt von Qual – oder doch nicht?	84
Meine vier Regeln für gutes Schreiben:	
Nützlichkeit, Präzision, Verständlichkeit, Wirkung	85
Gut geschrieben: Der Reporter in der Silbermine	86
Gut geschrieben: Die Reporterin auf dem Campingplatz	87
Gut geschrieben: Der Reporter und die Hinrichtung zum Schein	88
Meine sechs wichtigsten Tipps für gutes Schreiben	89
So schreiben, wie man es selbst gern lesen würde	89
So schreiben, wie man es gelesen hat	90
So schreiben, wie man eine einfache Frage beantwortet	90
So schreiben, als ob der Leser neben mir sitzt	92
So schreiben, wie ein Forscher denkt	93
Gut geschrieben: Auf Darwins Spuren am Traum-See in Afrika	93
So schreiben, wie ein Reporter denkt	94
Meine Gebrauchsanweisung für gutes Schreiben –	
Die sechs entscheidenden Werkzeuge	95
Werkzeug 1: Einstieg	95
Tipps und Beispiele: Gute Einstiege	96
Werkzeug 2: Anker	96
Tipps und Beispiele: Gute Anker	97
Werkzeug 3: Absätze	97
Werkzeug 4: Fluss (Übergänge, Erinnerungen, Roter Faden, Frage-Antworten-Fesseln, Rhythmus)	98
Werkzeug 5: Sprachliche Signaturen	101
Tipps und Beispiele: Die eigene Handschrift	101

Werkzeug 6: Der Schluss	103
Tipps und Beispiele: So geht ein guter Schluss	104
Die größten Fehler: Sieben Lesbarkeits-Killer	104
Lesbarkeits-Killer 1: Nebel	105
Lesbarkeits-Killer 2: Mords-Sätze	105
Lesbarkeits-Killer 3: Verstümmelte Sätze	106
Lesbarkeits-Killer 4: Friedhof der Wörter	107
Lesbarkeits-Killer 5: Irrungen, Verwirrungen	108
Lesbarkeits-Killer 6: Geklaute Zeit	109
Lesbarkeits-Killer 7: Unübersichtlichkeit	110
 7. Erscheinungsbild, Präsentation	 113
Die Zugänge kennen	113
Das Problem mit dem Titel	114
Kurzfassung, Vorspann	114
Basis für alles weitere: Das ist mein Exposee	115
Die Überschrift(en)	116
Die Bedeutung der Fotos für die Überschrift	117
Tipps und Beispiele: So funktioniert die Bild-Überschriften-Wirkung . .	118
Das Rezept für die gute Überschrift:	
Synthese Text – Exposee – Schlüsselbegriffe – Bild	119
Tipps und Beispiele: Was wir niemals vergessen	120
Unsere Werkzeuge: Schlüssel und Schloss	121
Wir bauen uns Schritt für Schritt eine Überschrift: Olympia im Harz . .	122
Das Exposee der Olympia-Story im Harz	123
Die Kombinationen für nachrichtlich gehaltene Überschriften	124
Die Assoziationen für Schlüssel-Schloss-Überschriften	124
Fallen vermeiden	126
Mein Plädoyer für gute Bilder	127
Mit Bildern Lesezeit zurückerobern	128
Story-Telling	128
Plädoyer für bessere Bild-Texte	129
 8. Qualität: Werkzeuge und Kriterien	 131
Was uns die Klassiker über Qualität sagen	131

Was uns der »Code of Ethics« aus den USA sagt	133
Was uns der Verhaltenskodex der WAZ-Mediengruppe sagt	137
Das sind die wichtigsten Qualitätskriterien in Europa	140
Die publizistischen Grundsätze des Presserats – der deutsche Pressekodex in den wichtigsten Auszügen und Richtlinien	140
Qualität: Das Erwartete und die versprochene Überraschung	151
9. Fehler-Management	153
Wir stehen zu unseren Fehlern!	153
Wie Fehler entstehen – ein Ausflug in die Gehirnforschung	154
Die Unmöglichkeit des Multitasking	156
Die wichtigsten Zeitungsfehler und ihre Hintergründe	157
Von Tatsachen – das Fakten-Bewusstsein	159
Fakten-Check, Selbst(-Ego)-Check, Experten-Check	160
Mit neun Schritten zum erfolgreichen eigenen Fakten-Check	161
»Können Sie mir den Artikel vorher noch mal zeigen?« – Vom Gegenlesen	163
Tipps und Beispiele: »Können Sie mir den Artikel vorher noch mal zeigen?«	164
Falsche Namen	165
Falsche Zahlen	166
Falsche Maße	167
Rechtschreibfehler, Zeichensetzung	168
Rechtschreib-Hauptfehler Nr. 1: Ein oder zwei »s«?	169
Rechtschreib-Hauptfehler Nr. 2: Groß oder klein?	170
Rechtschreib-Hauptfehler Nr. 3: Wann kommt ein Komma?	172
Mein verblüffendes Rezept: Fehler gar nicht erst machen	173
Meine zehn goldenen Regeln, Fehler sicher zu finden (Redigier-Schule)	174
Fehler-Management – Richtig berichtigen	175
10. König Kunde: Unser Leser	177
Was wir brauchen: Leser-Bewusstsein	177
Dürfen wir unseren Leser hassen?	177
Müssen wir unseren Leser lieben?	178

Leser-Blatt-Bindung	179
Bürger-Zeitung	180
Leser-Seite, Leserbriefe	181
Leser-Konferenzen	182
Leser-Foren	183
11. Online-Journalismus: Ein Werkstattgespräch	187
12. Praxis: Lokaljournalismus und Kommunalpolitik	197
13. Was wir zusammen tun können	217
14. Von A bis Z – Mein Journalismus-Glossar	219
15. Von Kisch und Co. – Meine Handbibliothek	253

I. Einleitung

Ein Lese- und Lernbuch über Journalismus? Warum?

Einerseits muss sich ein Buch, das sich mit dem schönsten Beruf der Welt beschäftigt, natürlich auch gut lesen lassen. Man sollte gern darin schmökern. Man sollte es im günstigsten Fall zur Hand nehmen und in einem Zug durchlesen. So wie alle guten Bücher. Aber leider fehlt dazu oft die Zeit. Außerdem verbinden sich heute Spaß und Lernen nur noch allzu selten.

Dabei ist diese Verbindung der entscheidende Schlüssel. Wer keine Lust hat, soll gleich wieder mit dem Lesen aufhören. Abgemacht?

Und ich verspreche, nicht zu langweilen. Abgemacht?

Deshalb werde ich versuchen, ganz offen zu sein, möglichst einfallsreich, entscheidungsfreudig, auch zum Risiko bereit, klug, amüsant, durchaus selbstironisch, gesprächig, aber nicht geschwätzig. So, wie ich mir einen guten Journalisten vorstelle. Es ist mein Lebenstraum, einer zu sein. Ich werde nicht aufhören, davon zu träumen und weiter daran zu arbeiten. Meine Einladung mit diesem Buch steht: Arbeiten wir gemeinsam daran!

Zur Einstimmung – alles, was wir brauchen

Wer mitträumen möchte, kann hier ein Stück mitgehen. Ich werde alles vor uns ausbreiten, was man braucht.

Du brauchst es dann nur noch aufzuheben, zu sammeln wie einen Schatz, den man vollständig haben möchte. Den man hegt und pflegt, mit dem man einschläft, weil sich unser Gehirn nicht auf Knopfdruck abschalten lässt. Und mit dem man am nächsten Morgen wieder aufwacht – und plötzlich kommen dir viele neue Ideen in den Sinn. So lernen wir.

Deshalb ist es ein Lernbuch. Darin sollten die wichtigsten Begriffe und Ideen enthalten sein. Aber es ist kein wissenschaftliches Buch, es ist weit davon entfernt. Es ist ein persönliches Lesebuch.

Entstanden ist es aus dem Wunsch etlicher Schüler und Studenten, einen leicht verständlichen Leitfadens für den Journalismus zu bekommen, im Grunde genommen eine Art Gebrauchsanweisung. Sie möchten schreiben, sie möchten in der Redaktion mitarbeiten. Sie wollen wissen, wie man das macht und wie man da reinkommt.

2. Motive, Typen, Rollenbilder: Journalisten

Journalisten kennen sich aus, sind bekannt, schreiben interessante Artikel. Sie sind irgendwie engagiert, wollen ständig etwas bewegen, graben immer etwas aus. Vermutlich haben sie kaum Privatleben, und wenn, dann ist es eine Art Prominentenparty. Sie würden auch ihre Großmutter für eine gute Story verkaufen.

Klischees, nicht selten durch journalistische Star-Rollen in Filmen geprägt. So lässt Jack Lemmon in Billy Wilders Film »Extrablatt« sogar seine Braut am Tag vor der Hochzeit für einen Scoop sitzen. Im Grunde genommen ist er mit seinem Chefredakteur glücklich verheiratet, sie lieben und sie schlagen sich. In »Reporter des Satans«, ebenfalls von Billy Wilder, nimmt Kirk Douglas als abgehalfterter Reporter das im Berg verschüttete Opfer buchstäblich als Geisel – und organisiert draußen exklusiv die Sensationsstory.

Dicht dran am spektakulären Geschehen

Die Wirklichkeit ist aber manchmal gar nicht so weit davon entfernt. Im so genannten Gladbecker Geiseldrama nahm der frühere Chefredakteur einer deutschen Boulevardzeitung neben dem schwer bewaffneten Geiselnnehmer Platz und lotste den Wagen aus der Kölner Fußgängerzone. Journalisten sind dicht dran am spektakulären Geschehen, manchmal zu dicht – und manchmal werden sie sogar zu Akteuren. Dabei sind solche spektakulären Ereignisse nicht die Regel, häufig ist von Routine-Dienst, Frust, viel Alkohol, Zigaretten und zerrütteten Beziehungen die Rede.

Irgendwie ist Journalismus also spannend, aber irgendwie auch nicht gesund. Und er ist paradoxerweise ungemein attraktiv: Die Journalistenschulen können sich über einen Mangel an Kandidaten nicht beklagen, für ein Volontariat geht in der Regel ein Vielfaches an Bewerbungen ein, die medienwissenschaftlichen Studiengänge der Hochschulen sind überlaufen. »Irgendwas mit Zeitung« und »Irgendwas mit Journalismus« ist offenbar hochgradig attraktiv. Bloß, was das ist, Journalismus, darüber herrschen klischeehafte, bisweilen abenteuerliche Vorstellungen – falls überhaupt welche bestehen.

3. Die Themen

Was tun wir hier überhaupt? Warum machen wir das? Diese Fragen werden im journalistischen Alltag oft nicht mehr gestellt, sind indes Voraussetzung für eine konsequente Analyse der Themen, des Gegenstands der journalistischen Arbeit. Die Antworten werden häufig vorausgesetzt und nicht mehr diskutiert.

Was ist es, was uns antreibt? In der Hauptsache dürfte es Wissbegier sein, übertragendes Interesse an den Dingen, Neugier, Lust auf Welterklärung, Gestaltung und Veränderung.

Die Kunst steckt jedoch nicht nur im ganz großen (Welten-)Entwurf, manche Sensation liegt bekanntlich im Detail. Vom Kleinen zum Großen ist deshalb kein schlechtes Motto für Themen-Scouts.

Themen-Scouts und Themen-Streifzüge

Unendlich genaue Beobachtung der Umgebung, der Umwelt und der Mitmenschen ist eine entscheidende Voraussetzung. Dies kann man auf Themen-Streifzügen trainieren. Sie haben zunächst noch nicht die Funktion, »zu schreiben«. Sie dienen schlicht und ergreifend der Themenfindung, ermöglichen Themenlisten, Ideen-Steinbrüche. Sie schärfen das Bewusstsein, was eigentlich überhaupt alles eine Geschichte sein kann. Sie machen immun gegen die Berufskrankheit, nichts mehr zu sehen, nichts mehr zu entdecken – und die Sensationen am Wegesrand liegen zu lassen.

Wir flanieren, wir streifen umher, wir horchen, wir lassen die Blicke schweifen, gehen mit. Sammeln Eindrücke und Ideen.

Deshalb: Mindestens jede Woche eine Ideen-Exkursion, ein Themen-Streifzug!

In seiner Sammlung »Klassischer Journalismus« hat Egon Erwin Kisch, der große Reporter, genau das beschrieben. Er präsentiert uns seine eigenen Vorbilder, beispielsweise den Franzosen Mercier. Dessen Streifzüge durch Paris werden zum famosen, faszinierenden Themen-Steinbruch:

»Elendenviertel, die Stille der Cité-Insel, die Sonntagsausflüge nach Longchamps, die Kirchen, die Hintertreppen der Häuser, die Feuersbrünste, die Savoyardenknaben, die Kaldaunengeschäfte, die Juden, die Kundmachungen, die Masken, die Gasenhauer, die Taschendiebe, die Leichenbestattungsanstalten, die Wäscherinnen am Seine-Ufer, die Cafés, die Heiligenbilder, die Sonderlinge, die Kurpfuscher, die Bücherkarren, die Bäder, die Barbierstuben, die Henker, die Verbrecher, die Märkte,

4. Recherche

Wer an Journalisten denkt, sieht vor seinem inneren Auge meist, wie sie ihre Treffer landen. Die Ergebnisse journalistischer Arbeit sind gut geschrieben, attraktiv präsentiert. Sie informieren, regen auf, unterhalten – und man spricht darüber. Dieser Erfolg freilich ist hart erarbeitet – und auch über dieser Kärnerarbeit gibt es viele Klischees.

Journalisten zeichnet offenbar eine Art detektivischer Spürsinn aus. Wie Forscher reihen sie Fakten an Fakten, um zu Schlüssen zu kommen. Wie Ermittler decken sie Zusammenhänge auf, finden vielleicht sogar Schuldige.

Zugrunde liegt Recherche, das große Thema, das unterschätzte Thema – häufig erwähnt, weniger oft aber tatsächlich gründlich angegangen.

Recherchieren – das heißt nichts anderes und nicht weniger als »Suchen«. Aber schon die nächste verwandte Übersetzung »Aufspüren« erschließt einen tieferen Sinn: Entdecken, erklären, aufklären. Und: sich versichern, sich vergewissern. Recherche ist also die Grundlage, das Fundament, auf dem Journalisten ihr Haus bauen.

Wenn sie nicht selbst recherchieren, können sie nicht sicher sein, ob das Haus schief steht, undicht wird oder im nächsten Moment zusammenbricht.

Journalismus ohne Recherche?

Das sagt bereits alles darüber aus, welcher Stellenwert der Recherche zukommt. Es ist nicht etwa ein exotisches Rand-Thema für einen handverlesenen Kreis von verwegenen Spezialisten, die offenbar ein Privileg besitzen, Wahrheit zu ermitteln und überprüfen zu dürfen. Es ist das am weitesten verbreitete und ärgerlichste Missverständnis im Journalismus, dass man auch ohne Recherche daran teilnehmen könnte. Zum Beispiel, indem es ausreichen würde, das Material von Nachrichtenagenturen auszuwerten, Pressemitteilungen umzuschreiben und auf Pressekonferenzen mitzuschreiben.

Selbst diese drei mittlerweile auch nicht mehr in sonderlich hohem Ansehen stehenden Tätigkeiten funktionieren nicht ohne Recherche:

- Agenturmaterial ist weder heilig noch fehlerfrei. Mehr noch: Interessanter als das, was drinsteht, ist oft das, was nicht drinsteht – oder welche Fragen das Mitgeteilte aufwirft.
- Die in Pressemitteilungen enthaltenen Informationen müssen geprüft werden, bevor sie veröffentlicht werden können. Auch hier ist oftmals wesentlich bedeutender, was nicht drinsteht.

5. Auswertung, Aufbereitung, Stile

Das Thema ist gefunden und angegangen, die Recherche war erfolgreich, die satte Ernte liegt vor uns – und das Schreiben könnte beginnen.

Doch es ist noch ein zentrales Kapitel vorgeschaltet, zu einem Thema, um das die Journalisten viele beneiden. Denn wir können den Stil, die Farbe, den Ton der Darstellung wählen, können aus einem reichen Fundus der Darstellungsformen schöpfen. Dies ist eine Tradition, mit der Journalisten glänzen können. Eine Kultur, die die Zeitungen nach wie vor so einzigartig und attraktiv macht.

Es ist kein Einheitsbrei, sondern eine feine Staffelei der Töne und Zwischentöne. Es ist das Handwerk, das wir beherrschen können und sollten.

Dokumentation, Feature

Je nachdem, wie umfangreich das recherchierte Material angefallen ist, ist es notwendig und kann sogar als Darstellungsform genutzt werden, eine Chronologie oder Dokumentation anzulegen. Das Basismaterial wird etwa in Form von Mitschriften, Gedächtnisprotokollen, Interviews, Aufzeichnungen, Ausdrucken, Materialien – wie auch immer – vorliegen. Nun gibt es eine ganz einfache Möglichkeit, die sehr effektiv ist. Sie besteht schlicht und ergreifend darin, das Material systematisch zu sichten, auszusieben und zu sortieren. Einerseits bekommt damit »die Geschichte« ihre Konturen. Das ist notwendig, um den Überblick zu behalten, die passenden Zitate zu »ziehen«, die Fakten griffbereit zu haben.

Andererseits besteht die faszinierende Möglichkeit, den Leser bereits in diesem frühen Stadium teilhaben zu lassen. Er bekommt das gleiche Basismaterial, das auch dem Journalisten zur Verfügung steht. Etwas ausgebaut – in einer Kombination aus Chronologie, Dokumentation, Reportage, Interview-Passagen und eingestreuten berichtenden Elementen – ist dies bereits die ungemein lebendige und authentische Stilform des Features. Das Feature wird vollkommen unterschätzt und leider viel zu selten präsentiert. Es ist gewissermaßen die Stilform direkt aus der Werkstatt der Journalisten. Ehrlich gesagt, ist die Entscheidung über die endgültige Stilform hier noch nicht gefallen.

Das ist indes gar nicht mehr nötig, wenn ein Thema so spannend, vielschichtig und gewiss kontrovers ist, dass es für ein Feature taugt. Es darf übrigens nicht mit »Anfietschern« verwechselt werden, einer ärgerlichen Verpanschung der Stilformen, bei der ein Bericht mit einem stimmungsvollen Einstieg aufgehübscht werden soll.

6. Schreiben

»Warum haben Sie sich dieses Buch gekauft?« Das ist eine gute Frage. »Sie hätten dafür ungefähr dreißig Tassen guten Kaffee trinken können«, beantwortet sie Ludwig Reiners in seiner berühmten Stilfibel in einer frühen Ausgabe gleich am Anfang.

»Was hat Ihnen das Buch für den entgangenen Genuss zu bieten?«

Unabhängig von der rasanten Entwicklung der Kaffeepreise und heute eher angesagter Ersatz-Verlockungen ist das ein nicht zu übertreffender Einstieg in das Schreib-Kapitel. Denn dieses Kapitel ist zentral.

Mit dem Schreiben stehen und fallen alle unsere Ambitionen. Wir wollen nicht nur schreiben, wir wollen gut schreiben. Sagen wir es so: Wir wollen unsere guten Ideen, unseren Anspruch und unseren Ehrgeiz nicht durch schlechtes Schreiben verpatzen. Die Schreibe, mit Verlaub, ist die Eintrittskarte in den Klub. Wir müssen sie haben.

In der Schreibwerkstatt – Regeln, Tipps und Werkzeuge für gutes Schreiben

Gelungener Schreibstil fällt als Gabe nicht vom Himmel. Es handelt sich eben nicht um eine bloß vom Schicksal bestimmte Verteilung von Talenten. Mit seinem famosen Kaffee-Einstieg liefert uns Ludwig Reiners gleich drei Beispiele für simple Werkzeuge einer guten Schreibe, mit denen man arbeiten kann und an denen man arbeiten kann.

- Er spricht den Leser direkt an, bezieht ihn von Anfang an konsequent in seine Überlegungen ein.
- Er holt den Leser bei seinen Erwartungen und Nützlichkeitsabwägungen ab.
- Das Kaffee-Bild duftet förmlich und ist in jeder Beziehung reizvoll. Was jetzt kommt, muss mindestens genauso gut duften und schmecken.

Wer so schreibt, muss sich sicher sein.

Und er kann sich sicher sein. Deshalb ist es nicht entscheidend, irgendwelche Regeln auswendig zu lernen und allerlei Checklisten zu pauken. Man kann sie vielleicht auswendig, aber das hilft wenig. Das Schreiben ist eine komplexe Kulturtechnik, die aus Persönlichkeit, Erfahrung, Lesen und Sprechen gespeist wird. Noch einmal Ludwig Reiners: *»Wenn der Förster durch den Wald geht, sieht er mehr als der Städter, der nur spazieren geht.«* Es ist wieder ein Beispiel für einen schlichten Satz, der beim Lesen förmlich aufblüht:

7. Erscheinungsbild, Präsentation

Es gehört zu den am weitesten verbreiteten Irrtümern und den größten Missverständnissen im Journalismus, dass es dabei im Grunde genommen nur aufs Schreiben ankommt. Wie bitte? Wir dachten doch immer, das sei das Wichtigste?

Stimmt, aber ohne Präsentation und Optik, ohne die prägnanten Formeln und griffigen Etiketten ist es – nichts.

Texte müssen entwickelt werden, verpackt, präpariert, aufbereitet! Doch damit nicht genug: Es wird immer wichtiger, in Bildern zu denken und aus Bildern zu Geschichten zu kommen. Und in letzter Konsequenz werden diese Geschichten in Bildern erzählt, für die Texte lediglich noch Fakten-Erklärungen oder Fakten-Aufzählungen sind.

Ist das noch Journalismus? Oder ist das Häppchen-Journalismus, Stimmungs-Hascherei, Story-Telling, beliebige Puzzelei?

Die Zugänge kennen

Wir werden sehen – und sollten uns wie immer vor vorschnellen Schlüssen hüten. Zunächst ist es entscheidend, die Bausteine, die Werkzeuge zu kennen – mit ihnen zu hantieren und sie mit Bedacht und am Ende vielleicht sogar virtuos einzusetzen. Für die erste Praxis ist es entscheidend, die Zugänge zu kennen: Überschriften, Schlagzeilen, strukturierende Elemente, Kurzfassungen und Kurzformeln.

In der Praxis erweist sich, dass dies häufig größere Stolperfallen sind als gefällige Texte.

Es ist auch nicht einfach: Ganze Redaktionen liegen sich darüber in den Haaren, was eine gute »Zeile« ist, also eine Überschrift, ein Titel, eine Schlagzeile. Wie viel Lebensarbeitszeit ist schon vertan worden, weil es so schwierig ist, ein Koordinatensystem für gelungene Überschriften zu entwickeln – und vor allem sich anschließend daran zu halten! Es ist eben viel leichter, zu erklären, warum einem eine Überschrift nicht gefällt und was damit alles nicht stimmt, als einen besseren Vorschlag zu machen. Denn daran hapert es – weshalb bloß?

Vor allem Anfänger tun sich schwer, sind unsicher, erleben in der Überschriften-Frage in Redaktionskonferenzen ihre vermeintlich schwärzesten Stunden. Und dabei ist es oft verwirrend und wenig vertrauensbildend, wenn ihnen der eine alte Redaktionshase erklärt, das sei ja eine gute Überschrift – aber der andere exakt das Gegenteil verkündet.

8. Qualität: Werkzeuge und Kriterien

Es ist eine schier unendliche Diskussion: Was ist journalistische Qualität?

Und wenn man es wissen sollte: Wie kann man sie retten? Wann immer ein vermeintliches »Qualitäts-Medium« bedroht ist, geht es wieder los. Auch Stichflammen spektakulärer Ereignisse mit Eruptionen des »Sensationsjournalismus« lösen unverzüglich Debatten um »Qualitätsjournalismus« aus. Bloß – worum handelt es sich genau?

Je mehr und ausführlicher darüber diskutiert und gestritten wird, je nebulöser und anpassungsfähiger die Positionen in Reaktion auf das jeweils auslösende Ereignis sind – desto klarer und unmissverständlicher bleiben doch die Mindest-Anforderungen, die Standards für Journalisten.

Sie muss man kennen, verinnerlichen, leben.

Und zum Glück gibt es jenseits der Diskurse reichhaltiges Material und Quellen, an denen man sich orientieren kann. Denn kaum etwas ist besser dokumentiert als die Qualitäts- und Ethik-Standards, denen wir uns unterwerfen wollen und müssen.

Auf einem anderen Blatt steht zunächst, inwieweit es sich dabei um Phrasen oder Alibi-Formulierungen handelt, die in der Lebenswirklichkeit keine Rolle spielen. Das kann man hier vernachlässigen, denn es geht nicht um medienwissenschaftliche Diskussionen, die sich im Kreise drehen, sondern um ein Gerüst, ein Koordinatensystem für Qualität. Wer wirklich gut sein will, muss es kennen und verinnerlichen.

Was uns die Klassiker über Qualität sagen

Es beginnt mit zwei simplen Feststellungen, die wir gern von echten Klassikern übernehmen:

- »Was alle wünschen und verlangen, soll in ihnen (den Zeitungen) ausgesprochen werden; was alle drückt und plagt, darf nicht verhohlen bleiben; einer muss sein, der da die Wahrheit zu sprechen verbunden ist, unumwunden ohne Vorbehalt und Hindernis.« (Joseph Görres, laut Kisch eine der »wirkungsreichsten journalistischen Begabungen Deutschlands«, 1814 im »Rheinischen Merkur«.)
- »Der Journalismus überhaupt, in seinen vielfachen Verzweigungen und der ergänzenden Mannigfaltigkeit seiner Organe, stellt sich als das Selbstgespräch dar, welches die Zeit über sich selber führt. Es ist die tägliche Selbstkritik, welcher die Zeit ihren eigenen Inhalt unterwirft; das Tagebuch gleichsam, in welches sie ihre laufende Geschichte in unmittelbaren, augenblicklichen Notizen einträgt. Es versteht

9. Fehler-Management

Warum ein eigenes Kapitel über Fehler? Warum ein so ausführliches, warum vielleicht sogar das Wichtigste? Sollte ein Lese- und Lernbuch nicht einfach über das Richtige informieren – und nicht über das Falsche?

Das ist beileibe kein Widerspruch, im Gegenteil. Vermutlich ist es das Wichtigste, was angehende Journalisten wissen und können müssen: sich selbst mit den eigenen Möglichkeiten und Grenzen als Fehlerquelle einschätzen zu lernen. Unseres Wissens ist das noch nicht unterrichtet worden. Es ist jedoch bitter nötig – und letztlich eine Voraussetzung für die anderen Kapitel.

Fehler-Management tut Not, Fehler-Bewusstsein, Fehler-Souveränität und Mut zur Korrektur – dies ist eine der heilsamsten Lehren aus der Belastung, die Fehler und Irrtümer für die tägliche Qualitätsdiskussion bedeuten. Sie sind überdies häufig die Quelle für berufliche Unzufriedenheit, Überforderung und Ausgebranntsein.

Wir stehen zu unseren Fehlern!

Einerseits sind die Rechercheanforderungen so komplex, andererseits ist das Nadelöhr der journalistischen Darstellung so fein, die Story so überaus aufwändig einzufädeln. Fehler und Irrtümer, zumal unter Zeitdruck, sind nicht die Ausnahme, sondern die Regel. Über diese bestürzende Feststellung muss man sich im Klaren sein. Man darf sie nicht deshalb dementieren und ausblenden, weil nicht sein kann, was nicht sein darf.

Die Realität bestätigt die Notwendigkeit einer offensiven Fehlerdiskussion. Viele Journalisten sind eigentlich nur noch permanent damit beschäftigt, die Häufigkeit ihrer Fehler zu minimieren. Sie müssen dabei einen Aufwand betreiben, der zu Lasten der eigentlichen Recherche und Schreibkunst geht.

Damit nicht genug: Viele werden für einen weiteren Teil ihrer Arbeit allzu sehr damit in Anspruch genommen, Fehler, Schwächen und Unzulänglichkeiten der Texte zu überdecken, zu camouflieren. Aus dieser Vermeidungsstrategie resultiert oft eine noch verheerendere Selbstbeschränkung: Alles, was noch mehr Fehler produzieren könnte, wird vorsorglich vermieden.

Dies betrifft allerdings die aufwändigsten und lohnendsten journalistischen Projekte. Sie bleiben auf der Strecke, weil Redaktionen kein Fehler-Management, kein Fehler-Coaching und keine Fehler-Kultur haben. Mehr noch: Wagemutige

10. König Kunde: Unser Leser

Viele Journalisten haben das schon erlebt: Unser Leser glaubt uns wirklich! Es ist manchmal schon seltsam: Da findet man seine eigene Geschichte vielleicht langweilig, ist nicht ganz zufrieden mit ihr, hadert mit sich und seinen Fähigkeiten. Wir ahnen selbst, dass es eine Geschichte ist, die besser nicht erscheinen würde. Aber unser Leser liebt sie! Er schneidet sie aus, bewahrt sie auf. Und ruft uns an, gratuliert.

Und dann wiederum: die vermeintlich beste Geschichte unseres Lebens. Profund recherchiert, gut geschrieben, toller Schluss – ein Prachtstück. Aber unser Leser mäkelte daran herum, findet Fehler und Ungereimtheiten, beschwert sich gar.

Es ist schon ein seltsamer Typ, unser Leser. Aber er mag uns trotzdem. Auch mit unseren Fehlern. Journalisten und ihre Leser verbindet eine wechselseitige Hass-Liebe. Trotz aller Differenzen: Wir wollen uns niemals scheiden lassen.

Was wir brauchen: Leser-Bewusstsein

Wer Journalist werden will, sich ernsthaft damit beschäftigt und das notwendige Handwerkszeug sichtet, der kommt um *Leser-Bewusstsein* nicht herum.

Dies sollte man auch nicht später irgendwann einmal »lernen« müssen – dann ist es nämlich schon zu spät. Es ist keine Krücke, die man sich der Not gehorchend zulegt, vielleicht bei Auflagen- oder Reichweitschwund, sondern eine Tugend, eine geistige Frische, die man bereits in den Beruf mitbringen sollte.

Die Neuankömmlinge dürfen den Alteingesessenen ruhig Druck in der Sache machen, dürfen ein selbstbewusstes, offenes und freundschaftliches Verhältnis zum Leser mitbringen. Nicht so ein verklemmtes, das viele ältere Berufskollegen haben: »Der Leser stört«, sagen sie manchmal hinter vorgehaltener Hand.

Dürfen wir unseren Leser hassen?

Legion sind – wie bereits an anderer Stelle erwähnt – die Schmähungen und Verachtungen, mit denen wir unseren Leser mitunter überziehen. Vermutlich ist es tatsächlich wie in einer guten Ehe – wir kennen uns einfach zu gut.

Allerdings ist es eine Todsünde, den Leser zu hassen, denn er ist gewissermaßen der Ast, auf dem wir sitzen. Ohne ihn sind wir nichts – Tagebuchschreiber höchstens.

II. Online-Journalismus: Ein Werkstattgespräch

Stirbt die gedruckte Zeitung aus? Und wenn ja, wann?

Wie lange wird es Printjournalismus noch geben – wird er irgendwann komplett durch Online-Portale ersetzt?

Über diese Fragen wird heftig diskutiert. Die Zeitangaben und Fristen, von denen die Rede ist, sind oft sehr willkürlich gesetzt. Wie soll man sich da als Interessent am Journalismusberuf, als Neuling, als Anfänger bloß orientieren? Auf welches Pferd soll man schließlich setzen?

Niemand kann diese Fragen besser beantworten als ein Journalist, der beides kennt: Print und Online. Das Werkstattgespräch, das dieses Buch beschließt, gibt Orientierung. Auf die journalistischen Grundtugenden kommt es an, bestätigt dabei ein



Andre Dolle, Online-Redakteur der Braunschweiger Zeitung.

12. Praxis: Lokaljournalismus und Kommunalpolitik

Die Lokalredaktion ist nach wie vor die beste Schule für Einsteiger, Volontäre, Mitarbeiter – und schon längst nicht mehr nur ein Sprungbrett, sondern das Ziel selbst. Dort sind die Besten, Kreativsten und Belastbarsten tätig und werden nicht selten händeringend gesucht. Denn der Markenkern der meisten Zeitungen ist das Lokale, das unabhängig, kritisch und auf Augenhöhe mit den Lesern die wichtigsten Themen angeht und verständlich erklärt. Das Lokale ist darüber hinaus Rettungsanker und Alleinstellungstrumpf der Zeitungen in Konkurrenz zu Funk- und Online-Medien.

Die lokale Berichterstattung ist das Rückgrat der Verlage und die Hoffnung des Journalismus. Warum? Weil die komplexen Lebensumstände den Leser nach Erklärungen und Hilfestellungen für sich, die Familie, Nachbarn und Arbeitskollegen suchen lassen. Dicht dran, direkt betroffen, klar, verständlich, unterhaltsam, kompromisslos an Information, Service und Lebenshilfe orientiert ist der Journalismus am besten. Dies ist nicht nur eine Vermutung oder ein unbelegter Anspruch, sondern wird durch die konsequente Leserforschung der Lokal- und Regionalzeitungen zur Gewissheit.

Leserforschung – die besten Beispiele

Was wird wirklich gelesen? Und warum ist den Lesern das Lokale so wichtig? Das Interesse der Leser an Artikeln in ihrer Zeitung lässt sich mit »Reader Scan« erforschen. Dazu werden repräsentativ ausgewählte Leser mit einem Digitalstift ausgestattet, der über die Zeilen geführt wird und immer »mitliest«. Diese Daten werden übertragen und die Redaktion kann sehen, welche Seite betrachtet und welcher Artikel ganz durchgelesen oder abgebrochen wurde.

So wird sichtbar, was geht und was nicht geht. Vor allem kann man erkennen, wenn ein erwartungsgemäß starkes Thema schlecht gelesen wird. Dann ist das Potenzial, das darin steckt, offensichtlich nicht ausgeschöpft – und die Redaktion kann und muss etwas ändern.

Nach diesem Prinzip funktioniert auch die ca. zweimonatige »Lesewert«-Untersuchung, an der auch der Autor dieses Lese- und Lernbuches mit seiner Lokalredaktion im Jahr 2014 teilgenommen hat. »Lesewert« wird als Produkt vom Dresdener Druck- und Verlagshaus angeboten und ermittelt eine Art »Einschaltquote« für jeden Artikel der Zeitung.