

## **Journalistisches Schreiben ist Schreiben für die Lesenden**

Bei einem Presstext – ob fürs Amtsblatt oder für die Tageszeitung – kommt es darauf an, den Leser, die Leserin zu informieren. Der Autor / die Autorin weiß etwas, was der / die Andere (noch) nicht weiß. Er / Sie soll auf den gleichen Wissensstand gebracht werden.

Jede Meldung hat eine **Botschaft**. Was will ich dem Empfänger / der Empfängerin mitteilen? Daraus ergibt sich ein „**Roter Faden**“, der sich durch den Text zieht. Er sollte nicht zu viele Knoten und Verzweigungen haben.

Am Anfang steht die Informations- und Materialsammlung, dann die Gewichtung und Auswahl und danach geht's erst ans Schreiben.

Es zeichnet einen guten Autor aus, knapp zu schreiben sowie Überflüssiges und Selbstverständliches wegzulassen. Keine ausschweifenden Einleitungen!

Kürzere Artikel werden eher gelesen als lange.

Dabei sollte man sich um eine verständliche, einfache und sachliche **Sprache** bemühen. Ein Satz – ein Gedanke (maximal zirka 15 Wörter pro Satz)

**Rechtschreibung** und **Kommasetzung** beachten, **Namen** korrekt schreiben

### **Ein Text soll Auskunft geben zu den Fragen**

- Wer handelt? Um wen geht es?
- Was ist passiert? Worum handelt es sich?
- Wann ist es passiert, wird es passieren? Wie lange dauert es / hat es gedauert?
- Wo fand das Ganze statt?
- Warum ist es passiert? Warum ist das wichtig?
- Wie / wodurch / womit?

Die Darstellung eines Sachverhalts wird selten der chronologischen Reihenfolge entsprechen. Die wichtigste Aussage kommt an den Beginn, damit der Leser / die Leserin sofort erfährt, worum es geht (**Grundsatz: Das Wichtigste zuerst**). Erst

danach folgt die Darstellung, wie es zu dem Ergebnis kam. („**Umgekehrte Nachrichtenpyramide**“). Allgemeine Informationen kommen ganz zum Schluss.

**Nachrichtenswerte sind:**

- Neuigkeit
- Nähe zum Leser (örtlich und zeitlich)
- Tragweite / Bedeutung
- Menschen
- Dramatik
- Kuriosität und Superlative

Das, was man einem Fremden als erstes in wenigen Worten erzählen würde, ist der Kern

der Nachricht und gehört an den Anfang.

Eine kurze, aber aussagekräftige **Überschrift** weckt Interesse und hilft beim Einstieg in den Text.

**Eine Frage des Stils:**

- **Kurze Sätze** mit höchstens einem Nebensatz.
- **Hauptwörter meiden** (auf -ung, -heit, -keit), wenn man es mit Verben treffender sagen kann:  
„Mit Verben werben, mit Worten geizen“ (und mit Silben!)
- **Keine Aufblähungen:** „mieten“ statt „anmieten“, „prüfen“ statt „überprüfen“, „sparen“ statt „einsparen“.
- **Keine Sammelbegriffe**, sondern Konkretionen:  
„Bus und Bahn“ statt „ÖPNV“  
„Würstchen und Pommes“ statt „Leibliches Wohl“  
„Bus“ statt „Schienenersatzverkehr“  
„Großstadt“ statt „Urbanes Ballungszentrum“
- **Aktiv** statt Passiv

- **Keine Anrede im Text**, sondern immer Berichterstattung in der dritten Person. Daran denken, man berichtet **über** ein Ereignis, **über** eine Person.  
**Also nicht:** „Wir laden Sie herzlich ein...“, „Bringen Sie gute Laune mit...“
- Bei der **Namensnennung** nicht Herr / Frau voranstellen. Vor- und Nachname genügen zur Benennung einer Person. Im weiteren Verlauf des Textes dann nur noch Nachnamen verwenden.
- **Abkürzungen** erklären, wenn sie nicht allgemein bekannt sind wie zum Beispiel NATO, UNO, USA, OPEC. Dazu verwendet man zunächst die ausgeschriebene Bezeichnung. Die Abkürzung setzt man in Klammern. Anschließend kann man durchgängig die Abkürzung verwenden. Bei **Fachgebieten**, und seien es nur Sportarten, kann man nicht davon ausgehen, dass der Leser / die Leserin die Bedeutung von Abkürzungen kennt. Ebenso ist es wichtig bei Sportberichten, die Sportart zu benennen, da Außenstehende, aber vielleicht Interessierte, nicht unbedingt wissen, welcher Verein für welche Sportart steht.
- Keine Fachbegriffe ohne Erklärung!
- Keine langen, unübersichtlichen „Umklammerungen“ bei zusammengesetzten Verben, zum Beispiel: laden ... ein
- Keine „weißen Schimmel“, „seltene Raritäten“, „dunkle Ahnungen“, „exemplarische Beispiele“

## Zur Ansicht

Aussagekräftige Bilder:

Bilder sind gut geeignet, um die Aussage eines Textes zu unterstützen. Deshalb sollte das Motiv auch zum Text passen und ihn ergänzen.

Auf Bildqualität achten! Bildschärfe und Belichtung! Interessantes Motiv wählen! Die Frage ist, wie illustriere ich meinen Text? Nicht immer ist der „Promi“ im Mittelpunkt das geeignete Motiv!

**Wichtig:** Aussagekräftige Bildunterschrift und Bildnachweis (immer mit dem **vollständigen Namen** des Fotografen / der Fotografin)