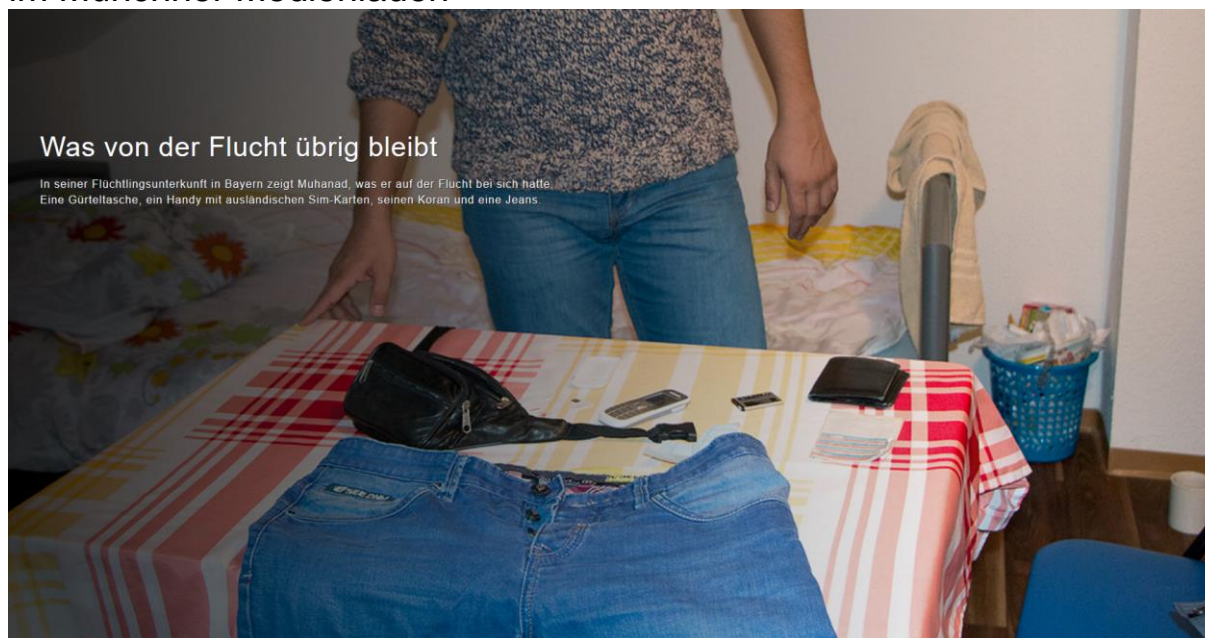


Schreibwerkstatt « Reportage »

für die Journalistenakademie
mit Gabriele Hooffacker
im Münchner Medienladen



Was von der Flucht übrig bleibt

In seiner Flüchtlingsunterkunft in Bayern zeigt Muhanad, was er auf der Flucht bei sich hatte:
Eine Gürteltasche, ein Handy mit ausländischen Sim-Karten, seinen Koran und eine Jeans.

Zitat

„Journalistische Texte machen Aussagen über Vorgänge in der Welt außerhalb des Kopfs desjenigen, der die Aussage macht.“

Michael Haller

Inhalt

Schreibwerkstatt « Reportage »	1
Die Reportage	2
Storytelling: eine Geschichte erzählen	5
Die Heldenreise	6
Die Merkmale der Verständlichkeit	8
Reportage, Feature, Porträt.....	9

Die Unterlagen zum Seminar finden Sie auf <https://www.gelbe-reihe.de/online-journalismus/buch/autorin/seminare/schreibwerkstatt-reportage-journalistenakademie/>

Die Reportage

In der „Einführung in den praktischen Journalismus“ schreibt Walther von La Roche: „Der ständige Wechsel zwischen Anschauung und Abstraktion, zwischen Schilderung und Schlussfolgerung kennzeichnet die Darstellungsform Feature. Ein Feature-Schreiber ist deshalb mehr als nur Reporter: Er schildert zwar auch, aber nur zur Illustration dessen, was er darstellen oder erklären will.

Reportagen enthalten Beobachtungen und Szenen. Weil Reportagen einem „roten Faden“ und einem Spannungsbogen folgen, steht hier das Storytelling im Vordergrund. Auch eigene Erlebnisse und die Vorgehensweise bei der Recherche können in eine Reportage eingebracht werden. Wichtig sind Zitate und persönliche Stellungnahmen von Betroffenen auf allen Seiten.

Was eine Reportage auf keinen Fall enthält: Meinungsäußerungen des Autors/der Autorin. Deshalb zählt die Reportage eindeutig zu den informationsorientierten Darstellungsformen.

Um eine Reportage zu schreiben, ist umfassende Recherche nötig. Achten Sie beim Lesen der Tageszeitung morgen einmal darauf, wen die Journalisten alles befragt haben, um ihre Reportage zu verfassen!

Wie unterscheidet sich das Feature von der Reportage? Die Journalismuslehrer geben sich hier redlich Mühe, eine Abgrenzung zu finden. Das ist gar nicht so leicht. Wörtlich bezeichnete das englische Wort „feature“ ursprünglich: das Charakteristische, die Haupteigenschaft. Aus dem Printbereich, wo er herkommt, wanderte der Begriff zunächst

in den Hörfunk und wurde dann aufs Fernsehen übertragen. Das Feature ist im Rundfunk eine Zusammenstellung aus eigenem Text und Originalelementen: langen Einstellungen, Musik... Es bedarf der Recherche. In der Presse, wo es vor allem im Feuilleton und in der Wochenendbeilage vorkommt, entspricht das Feature einer allgemeingültigen Reportage. Beispielthemen: Woher kommt das neue Interesse an der Ära Adenauer? Weihnachten – gestern und heute. Von der Firmung zur Jugendweihe... usw.

Dabei sind Vorbereitungen (Recherche und Gegenrecherche, Archiv!), Aufbau und Dramaturgie ähnlich wie bei der Reportage. Der Unterschied liegt im Geltungsbereich: Vom detailreichen Einzelfall zum Grundsätzlichen, „Überzeitlichen“, so lässt sich das Feature beschreiben. Im Idealfall liegt dem Feature eine umfassende Hintergrundrecherche zugrunde, den Lesern erhellen sich grundlegende Zusammenhänge. Aktualität muss nicht im Vordergrund stehen, obwohl es natürlich – wie immer im Journalismus – einen aktuellen Bezug gibt.

Michael Haller, Journalistik-Professor in Leipzig, sieht auch bei Reportage und Feature die Mischformen auf dem Vormarsch. Im „Handbuch Journalismus und Medien“ nennt er das „Emotainment“, einen Mix aus Nachrichten, kolportierten Hergangsgeschichten und Erzählungen aus der Opfer-Perspektive. Mit den Online-Medien werden, so Haller, ebenfalls „den subjektiven Erzählformen neue Entfaltungsräume geöffnet“.

Die typische Reportage würde sich also zum Beispiel als Thema einen besonderen Fall herauspicken, etwa die Entwicklung einer neuartigen Solarzelle. In der Einleitungsszene würde etwa der Erfinder geschildert,

wie er gerade den Test Nummer 123 beginnt und das soeben fertig gestellte Labormuster »123 A« in den standardisierten Lichtstrahl hält. Das Ergebnis ist niederschmetternd: Nur wenige Prozentpunkte besser als das Vorgängermodell. Und so fort: der weitere Entwicklungsvorgang wird minutiös geschildert, bis endlich der Erfolg oder Misserfolg feststeht und der Leser weiß, zumindest auf diesem kleinen Teilgebiet der Energieforschung geht es in Teilgebieten voran – oder auch nicht.

Das typische Feature sucht dagegen das Allgemeingültige. Zwar beginnt es mit einem Fallbeispiel, etwa mit der Schilderung, wie eine neuartige Solarzelle entwickelt wird. Dann aber macht das Feature zunächst klar, warum überhaupt Solarzellen eine Energieversorgungsoption darstellen und welche Alternativen sonst noch diskutiert und erprobt werden. Thema ist also ganz allgemein die solare Stromerzeugung oder gar die Energieproblematik der Erde in der nahen Zukunft. Die Solarzelle, deren Entwicklung die Reportage ausfüllen mag, ist hier nur illustrierendes Beispiel.

Grenzen der Reportage. Mit dem Fall Relotius ist das Genre der Reportage kritisch hinterfragt worden. Wie stark darf der Journalist in die Geschichte eingreifen, um sie spannend zu erzählen? Faustregel: Immer bei den Fakten bleiben.

Storytelling: eine Geschichte erzählen

Das Storytelling spielt beim Feature eine wichtige Rolle. Die Fakten werden nicht abstrakt präsentiert, sondern

- spannend und
- nachvollziehbar
- im Kontext

gezeigt.

Für die Leser anschaulich werden

1. Konflikte,
2. Besonderheiten
3. Grundthema.

Mögliche Einstiege:

4. Eine Beobachtung (Reportage-Einstieg)
5. Ein Zitat (Z-Einstieg)
6. Zusammenfassung (Lead-Einstieg)

Im Verlauf des Features die Geschichte nicht vergessen! Wechseln Sie zwischen Informationsblöcken, bildhaften Elementen (Schilderungen, Zitaten, Perspektivwechsel...) ab.

Mögliche Abschlüsse

- Zitat
- Anfang aufnehmen, „weiterdrehen“, einen Bogen schließen
- Ausblick

Die Heldenreise



Heldenreise oder Quest in zwölf Schritten:

1. Ruf: Erfahrung eines Mangels oder plötzliches Erscheinen einer Aufgabe
2. Weigerung: Der Held zögert, dem Ruf zu folgen, beispielsweise, weil es gilt, Sicherheiten aufzugeben.
3. Aufbruch: Er überwindet sein Zögern und macht sich auf die Reise.
4. Auftreten von Problemen, die als Prüfungen interpretiert werden können
5. Übernatürliche Hilfe: Der Held trifft unerwartet auf einen oder mehrere Mentoren.

6. Die erste Schwelle: Schwere Prüfungen, Kampf mit dem Drachen etc., der sich als Kampf gegen die eigenen inneren Widerstände und Illusionen erweisen kann.
7. Fortschreitende Probleme und Prüfungen, übernatürliche Hilfe.
8. Initiation und Transformation des Helden: Empfang oder Raub eines Elixiers oder Schatzes, der die Welt des Alltags, aus der der Held aufgebrochen ist, retten könnte. Dieser Schatz kann in einer inneren Erfahrung bestehen, die durch einen äußerlichen Gegenstand symbolisiert wird.
9. Verweigerung der Rückkehr: Der Held zögert in die Welt des Alltags zurückzukehren.
10. Verlassen der Unterwelt: Der Held wird durch innere Beweggründe oder äußeren Zwang zur Rückkehr bewegt, die sich in einem magischen Flug oder durch Flucht vor negativen Kräften vollzieht.
11. Rückkehr: Der Held überschreitet die Schwelle zur Alltagswelt, aus der er ursprünglich aufgebrochen war. Er trifft auf Unglauben oder Unverständnis, und muss das auf der Heldenreise Gefundene oder Errungene in das Alltagsleben integrieren. (Im Märchen: Das Gold, das plötzlich zur Asche wird)
12. Herr der zwei Welten: Der Heros vereint Alltagsleben mit seinem neugefundenen Wissen, und lässt somit die Gesellschaft an seiner Entdeckung teilhaben.

Die Merkmale der Verständlichkeit

Das "Hamburger Verständlichkeitskonzept" beschreibt die Verständlichkeit eines Textes anhand der folgenden Merkmale:

1. **Einfachheit:** Eigenschaften dieses Merkmals sind Satzlänge (einfache, kurze Sätze) und geläufige Begriffe; wenn Fremdwörter verwendet werden, werden sie erklärt, die behandelten Sachverhalte sind einfach dargestellt.
2. **Gliederung und Ordnung:** Texte können besser verstanden werden, wenn sie
 - inhaltlich folgerichtig aufgebaut sind, also ein roter Faden erkennbar ist und
 - durch optische Gliederungen übersichtlich sind, etwa durch Überschriften, Formatierungen, Aufzählungen erkennbar ist, was wesentlich ist.
3. **Kürze und Prägnanz:** Ein Text soll weder weitschweifig noch gedrängt erscheinen. Das Informationsziel sollte stets erkennbar sein.
4. **Anregende Zusätze:** Anregende Zusätze wie Beispiele, Illustrationen, oder die persönliche Anrede des Lesers können die Verständlichkeit eines Textes verbessern. Auch hier liegt das Ideal im Mittelmaß zwischen nüchtern und lebendig.
5. **Zielgruppenorientierung:**....und immer an die Leser denken!

Diese fünf Merkmale werden auch als "Verständlichmacher" bezeichnet.

Reportage, Feature, Porträt

Auch wenn die Inhalte noch so spannend sind: Sie müssen auch gut aufgebaut und sprachlich aufbereitet sein. Dabei hilft das klassische journalistische Handwerk: die journalistischen Darstellungsformen (engl. *styles*).

„Eine Reportage von 4500 Zeichen, bitte“: Die journalistischen Darstellungsformen kennen und zielsicher einsetzen zu können, gehört zum grundlegenden Handwerk in Journalismus und Medienarbeit. *Darstellungsformen* oder *Formen* nennen wir die journalistischen Textsorten. Ein älterer Begriff für dieselbe Sache lautet *Stilformen*; er stammt von Emil Dovifat (1890–1969). Aus der DDR-Journalistik stammt die *Genre-Theorie*.

Unter einem Format versteht man in Hörfunk und Fernsehen Sendungs-Gattungen. Beispiele für TV-Formate: Talk-Show, Doku-Soap, Ratgeber-Magazin. Im Hörfunk gibt es darüber hinaus das Sendeschema, das den ganzen Tag strukturiert (Format-Radio). Auf die Presse bezogen bedeutet Format zunächst die Größe und Gestaltung des Druckwerks (zum Beispiel: „halbes Berliner Format“, 23,5 cm breit/31,5 cm hoch). Auch inhaltliche Konzepte werden Format genannt, zum Beispiel der „Magalog“, (aus: Magazin und Katalog).

Die Reportage erzählt (mindestens) eine Geschichte. Deshalb weicht ihr Aufbau vom strengen Pyramidenschema deutlich ab. Sie kombiniert Beobachtungen mit fundiert recherchiertem Hintergrundwissen. In einer Reportage müssen alle Beteiligten zu Wort kommen. Beispiel: nicht nur die Initiatoren der Bürgerinitiative gegen genmanipulierte Lebensmittel, auch das Unternehmen, das die Lebensmittel herstellt, dazu unabhängige Wissenschaftler und gegebenenfalls der Bürgermeister der Gemeinde, in der das Unternehmen sich angesiedelt hat. Von allen Seiten, nicht nur aus einer Blickrichtung informieren alle journalistischen Darstellungsformen ob Magazinbeitrag, Korrespondentenbericht und Feature.

Ein Feature schlägt den Bogen vom detailreichen Einzelfall zum Grundsätzlichen, „Überzeitlichen“: die typische Form für Hintergrundinformationen, die über den aktuellen Anlass hinaus von Interesse sind. Das Wort Feature bedeutet ursprünglich: typischer, charakteristischer Gesichts- oder Wesenszug.

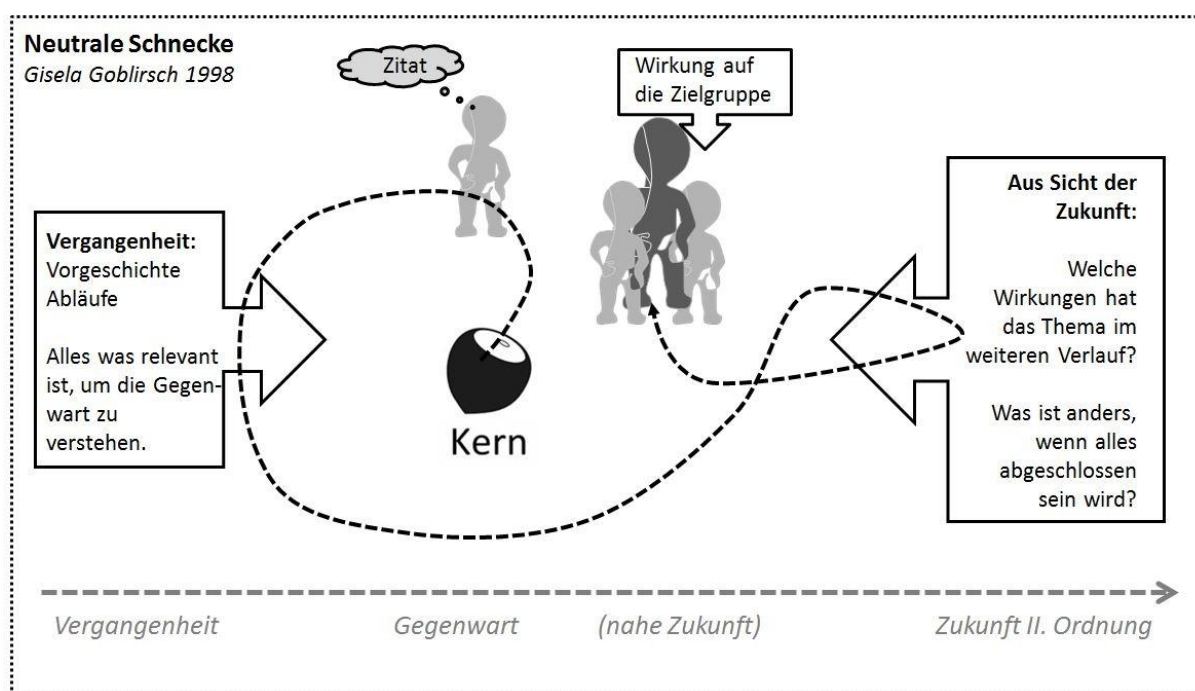
Auch das Interview liefert keine Hofberichterstattung des Politikers, keine Glorifizierung des Popstars, sondern zeigt die interviewte Person von einer neuen Seite, stellt auch Fragen, deren Antwort dem Journalisten nicht vom Pressereferenten in den Mund gelegt wurden, und hakt nach. Das Interview wird um so lebendiger, je persönlicher die Interaktion stattfindet: von Angesicht zu Angesicht ist besser als telefonisch, ein Telefoninterview ist lebendiger als die starre Form des Fragenstellens per E-Mail.

Im Interview zur Sache werden komplexe Themen verständlich und lebendig, wenn man dem Experten die richtigen Fragen stellt. Interviews

müssen gut vorbereitet sein, damit sie zu guten Ergebnissen führen. In der Aufbereitung entsteht oft erst die „Geschichte“, die das Interview erzählt.

Eine Persönlichkeit wird im *Porträt* vorgestellt, Biografie und Bedeutung werden, oft verteilt auf mehrere Einzeltexte, skizziert.

Textmodell von Gisela Goblirsch für informierende, lebendige Storys:



Zu den journalistischen Trennungsregeln zählt nicht nur das saubere Trennen von Information und Meinung. Grundlegend ist auch die Trennung von redaktionellem Inhalt und Werbung. Sie ist in den einschlägigen Gesetzen festgelegt: in den Landespressegesetzen für die Presse, im Rundfunkstaatsvertrag für Hörfunk und Fernsehen, im Mediendienstestaatsvertrag für Online-Medien. Darüber hinaus verpflichtet der Pressekodex des Deutschen Presserats Journalisten und Redaktionen von ihrer journalistischen Berufsethik her dazu.

Wer berufsmäßig schreibt, entscheidet bei jedem Beitrag, welche Darstellungsform für welchen Zweck angemessen ist.

Checkliste: Aufbau und Sprache

- Das Wichtigste zuerst (Leadsatz-Prinzip / umgekehrte Pyramide)!
- Informationswert für den Leser deutlich machen – auch sich selbst!
- „Hauptsachen in Hauptsätze! Weg mit den Adjektiven! Her mit den Verben!“ (Wolf Schneider)
- Aktiv formulieren, nicht: Es wird empfohlen, sondern Martha Müller, Verbraucherzentrale Stuttgart, rät
- Vorsicht vor Metaphern. Leicht schlägt man dem Fass die Krone ins Gesicht...
- Fachbegriffe nicht voraussetzen, sondern erklären; Glossar anbieten (Infokasten!)
- Abzukürzendes beim ersten Mal ausführlich schreiben, dahinter die Abkürzung in Klammern einführen
- Menschen mit Vor- und Nachnamen nennen. Berufsbezeichnungen einführen, Titel nur, wenn für das Thema von Bedeutung: Hans Meier, promovierter Chemiker,...
- „Bringen Sie nur, was Sie selbst verstanden haben“ (Walther von La Roche)

Weiterführende Literatur:

Gabriele Hooffacker / Klaus Meier: La Roches Einführung in den praktischen Journalismus, Reihe Journalistische Praxis, Wiesbaden (Springer VS) 20. Auflage 2017

Wolf Schneider: Deutsch fürs Leben. Was die Schule zu lehren vergaß, Reinbek (rororo) 11. Auflage 2002

Siegfried Weischenberg u. a. (Hgg.): Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz (UVK) 2005.