

Auf einen Blick

Über die Autoren	7
Einführung	21
Teil I: Überblick	27
Kapitel 1: Wozu Journalismus gut ist.	29
Kapitel 2: Das ist guter Journalismus	43
Kapitel 3: Das ist schlechter Journalismus	51
Kapitel 4: Was Journalisten nicht dürfen	59
Teil II: Die Nachricht	75
Kapitel 5: Wo die Nachricht herkommt	77
Kapitel 6: Was die Nachricht wert ist.	93
Kapitel 7: Recherche	107
Kapitel 8: Nachrichten schreiben.	133
Teil III: Journalisten als Geschichtenerzähler	151
Kapitel 9: Wie die besten Storys entstehen	153
Kapitel 10: Geschichten und ihre Genres	167
Kapitel 11: Wie eine Geschichte erzählt wird.	187
Kapitel 12: Hilfe vom Chatbot.	207
Kapitel 13: Geschäfte mit Geschichten	211
Teil IV: Journalisten als Meinungsmacher	235
Kapitel 14: Kommentare und Kampagnen.	237
Kapitel 15: Druck und Gegendruck	253
Teil V: Journalistenausbildung	267
Kapitel 16: Gefragte Eigenschaften	269
Kapitel 17: Journalist werden	281
Kapitel 18: Als Journalist arbeiten	301
Teil VI: Der Top-Ten-Teil	321
Kapitel 19: Zehn Wege zum Journalismus	323
Kapitel 20: Zehn Filme über Journalisten	327
Kapitel 21: Zehn Journalistenpreise	331
Kapitel 22: Zehn Webseiten für Journalisten	335
Glossar	339
Stichwortverzeichnis	349

Inhaltsverzeichnis

Über die Autoren	7
Über die Anderen	7
Einführung	21
Über dieses Buch	21
Konventionen in diesem Buch	22
Törichte Annahmen über die Leser	22
Wie dieses Buch aufgebaut ist	23
Teil I: Überblick	23
Teil II: Die Nachricht	23
Teil III: Journalisten als Geschichtenerzähler	24
Teil IV: Journalisten als Meinungsmacher	24
Teil V: Journalistenausbildung	24
Teil VI: Der Top-Ten-Teil	25
Symbole, die in diesem Buch verwendet werden	25
Wie es weitergeht	25
 TEIL I	
ÜBERBLICK	27
 Kapitel 1	
Wozu Journalismus gut ist	29
Was man unter Journalismus versteht	29
Gesellschaft im Selbstgespräch	31
Avantgarde und Mainstream	33
Journalismus für alle	34
Wo der Journalismus herkommt	34
Julius Caesar und die Barden	34
Die Geburt der Reportage	35
Der Kampf um die Pressefreiheit	35
Was den Beruf des Journalisten ausmacht	37
Der Fluch der Öffentlichkeit	37
Im Schatten der Werbung	38
Auf der Suche nach der Wahrheit	39
Erzähler auf Zeit	40
Der erste Entwurf der Geschichte	40
 Kapitel 2	
Das ist guter Journalismus	43
Gute Journalisten wollen es genau wissen	43
Gute Journalisten behandeln Quellen sorgfältig	44
Gute Journalisten machen sich verständlich	46

12 Inhaltsverzeichnis

Gute Journalisten stellen Zusammenhänge her	47
Gute Journalisten sind unabhängig.	48
Gute Journalisten wecken Interesse	49

Kapitel 3	
Das ist schlechter Journalismus	51
Schlechte Journalisten verbreiten Falsches	51
Fälscher und Wiederholungstäter	52
Schlechte Journalisten verlieren die Distanz	52
Schlechte Journalisten verleugnen sich selbst	53
Aufrichtigkeit schafft Vertrauen	54
Standfest gegen Rechtsextreme	54
Schlechte Journalisten pfeifen auf ihr Publikum	54
Schlechte Journalisten schüren Vorurteile	55
Von Flüchtlingen, Geflüchteten und Asylanten	55
Politikerschelte und Politikverdrossenheit	57
Schlechte Journalisten kennen keine Grenzen	57
Zu nah geht manchmal zu weit	58
Kampagnen in eigener Sache	58

Kapitel 4	
Was Journalisten nicht dürfen	59
Die Presse und der Staat	59
Du sollst kein Zeugnis ablegen	60
Strafe muss manchmal sein	61
Keine Auskunft, bitte!	61
Die Presse und die Bürger	63
Meine Speckröllchen gehören mir	64
Die Presse darf kein Pranger sein	65
Erst fragen, dann abdrücken	65
Beleidigung, Verleumdung und Schmähkritik	67
Meinung gegen Meinung	67
Fakten gegen Fakten	68
Die Bürger als Wächter der Presse	69
Die Presse und die Promis	72
Der Fall Soraya	72
Der Fall Caroline	72

TEIL II	
DIE NACHRICHT	75

Kapitel 5	
Wo die Nachricht herkommt	77
Ein Tag bei der Zeitung	77
Nachrichtenagenturen als Sicherheitsnetz	77
Von Osnabrück bis Ouagadougou	78
Großhandel mit Nachrichten	79

Informationen im Minutentakt.	80
Von der Eilmeldung bis zum eindrucklichen Foto.	80
Schleusenwärter des Informationsflusses.	81
Die Zeitung geht an den Start.	81
Konferieren geht über Studieren.	82
Blickfang muss sein.	83
Mittags wird es bei der Zeitung ernst.	85
Und dann kommt alles anders.	86
Die erste Ausgabe hat Redaktionsschluss.	87
Abends läuft die Zeitung gegen die Uhr.	89
Aktualisieren, was das Zeug hält.	89
Blick auf den nächsten Tag.	90
Wir unterbrechen unser Programm.	90
Der elfte September.	90

Kapitel 6	
Was die Nachricht wert ist.	93
Die Dummies-Theorie der Nachrichtenbewertung.	93
Eine Nachricht muss neu sein.	94
Von Sommerlöchern und ollen Kamellen.	96
Eine Nachricht muss wichtig sein.	97
Bedeutung aus Journalistensicht.	98
Betroffenheit aus Publikumsicht.	101
Eine Nachricht muss bewegen.	103
Gesprächsstoff für den Marktplatz.	103
Die Human-Interest-Story.	104
Staunen und Schmunzeln.	105
Die Infotainment-Debatte.	106

Kapitel 7	
Recherche.	107
Mit Hintergrund ausrüsten.	107
Staubfreie Archive.	107
Der Kreis der Weisen.	110
Quellen vom Dienst.	110
Waschzettel sind billig.	111
Schaulaufen im Pressesaal.	112
Frühstück mit dem Vorstandschef.	113
Das Recherche-Interview.	115
Auf zur Partnerwahl.	115
Auf die Plätze, fertig.	117
Gute Frager sind Strategen.	119
Recherche vor Ort.	121
Mord und Totschlag.	122
Die Gipfelstürmer.	124
Die Wahlkämpfer.	125
Fußballarena und Orchestergraben.	126

14 Inhaltsverzeichnis

Kriege, Krisen und Katastrophen.....	127
Investigative Recherche	128
Einkreisen und absichern	128
Whistleblower als Verbündete	129
Akten und Zahlen unter Verschluss.	130
Verdeckte Recherche.....	132

Kapitel 8

Nachrichten schreiben..... 133

Wie eine Nachricht aufgebaut wird.	133
Mitreißen statt einleiten	134
Der Küchenzuruf	134
Die umgekehrte Pyramide	135
Das Stundenglas.....	135
Die sieben W-Fragen	136
Was, wirklich?	137
Wer? Etwa der?	137
Wo? Gleich um die Ecke?.....	140
Wann war das noch?	141
Wieso, weshalb, warum?.....	141
Wie bitte?.....	142
Wo kommt das her?.....	143
Wie eine Nachricht formuliert wird.....	145
Einfache Sätze gegen Bandwurmbestien	146
Das perfekte Timing.	146
Aufgeladene und neutrale Verben	147
Ausschreiben statt abkürzen	148
Zahlen: Bekömmlich, aber richtig	148
Falsche Freunde	149

TEIL III

JOURNALISTEN ALS GESCHICHTENERZÄHLER..... 151

Kapitel 9

Wie die besten Storys entstehen..... 153

Quellen der Inspiration.....	153
Mit offenen Augen durch den Alltag	154
Gespitzte Ohren	154
Goldkörnchen im Kleingedruckten	155
Wenn Faszinierendes im Papierstapel steckt.	156
Auf der Suche nach dem Trend	157
Wenn der Redaktion die Themen zulaufen	157
Aufhänger und Dreh	158
Die Suche nach neuen Blickwinkeln	158
Themen systematisch suchen: Das Ideendiagramm	159
Von der Totalen zur Naheinstellung	160
Mit den Augen eines anderen	160
Reportage ganz nah.....	161

Alter Fall in neuem Licht	161
Ein Jahr später: Nachgefragt!	162
Durch Stichproben neugierig machen	162
Von lokal bis global	163
Aufhänger begründen den richtigen Zeitpunkt.	164
Der erfolgreiche Themenvorschlag.	164
Vorspann als Appetithappen	165
Rechercheweg aufzeigen	165
Gutes Timing erhöht die Chancen.	166

Kapitel 10

Geschichten und ihre Genres 167

Darstellungsformen der Wirklichkeit	167
Die Meldung	168
Die Reportage.	169
Die Tradition des rasenden Reporters	170
Mikrofon und Kamera auf dem Reporterbuckel	170
Das Feature	171
Gesichtszüge von Geschichten.	171
Das Porträt	172
Das Rätsel Mensch entschlüsseln	173
Der Korrespondentenbericht.	173
Der Hintergrundbericht	174
Der Report	175
Vor Denkfaulheit sei gewarnt.	175
Das Interview	176
Zur Sache, Leute!	176
Vom Kurzinterview zum Schwatzfest	176
Fünf Faustregeln für Interviewer	177
Aus Fehlern lernt es sich am besten	178
Für diese Gespräche danken wir besonders	178
Neue Trends im Fragegeschäft	179
Darstellungsformen im Netz	180
Visuelle Darstellungsformen	182
Bilder vom Tage	183
Featurefotos	184
Die Fotostrecke.	184
Die Karikatur.	185
Die Infografik	186

Kapitel 11

Wie eine Geschichte erzählt wird 187

Vor dem Schreiben	187
Die Quintessenz	188
Material sichten	188
Die Skizze.	188
Der Einstieg.	189
Der nachrichtliche Einstieg.	189

16 Inhaltsverzeichnis

Der einordnende Einstieg	189
Der szenische Einstieg	189
Der erzählende Einstieg	190
Der Eigentlich-Einstieg	190
Die direkte Ansprache	190
Der Wir-Einstieg	191
Der plakative Einstieg	191
Der spekulative Einstieg	191
Der sprichwörtliche Einstieg	192
Das Fallbeispiel	192
Der Zitaten-Einstieg	193
Der vorgreifende Einstieg	193
Der Hauptteil	193
Der Spannungsbogen	194
Der rote Faden	195
Rhythmus und Tempo	196
Die menschliche Komponente	196
Der Na-und-Absatz	197
Übergänge	197
Der Schluss	198
Die Sprache	199
Die Sprachwächter	199
Sparen hilft beim Schreiben	200
Handeln statt Sein	202
Verbrauchte Bilder	203
Polizeideutsch	203
Nach dem Schreiben	204
Gegenlesen	204
Kürzen	205

Kapitel 12	
Hilfe vom Chatbot	207
ChatGPT	207
Recherche mit dem Chatbot	208
Die Schreibsekretäre	209
Die Bildkünstlerinnen	209
Grenzen des KI-Journalismus	210

Kapitel 13	
Geschäfte mit Geschichten	211
Die Massenmedien und ihr Publikum	211
Zahlen und Fakten über die Massenmedien	212
Die Presseverlage	214
Die Riege der großen Medienmacher	214
Aufmerksamkeit ist Geld wert	218
Die Anzeigen-Auflagen-Spirale	219
Der lange Draht zum Leser	220
Die Presselandschaft	221

Geschichte im Zeitraffer	221
Die überregionalen Zeitungen	223
Die Heimatpresse	225
Fressen und gefressen werden	226
Massenware in Bunt	226
Digitale Aufmischer	227
Funk und Fernsehen	228
Gemischtes Doppel	229
Im öffentlichen Auftrag	229
Einfalt und Vielfalt	230
Zur vollen Stunde und zur besten Sendezeit	230
Ganz nah dran	231
Das Internet	232
Investieren ist leichter als kassieren	232

TEIL IV
JOURNALISTEN ALS MEINUNGSMACHER..... 235

Kapitel 14	
Kommentare und Kampagnen	237
Ohne Umschweife die Meinung sagen.....	237
Ernsthafte Gedankenspiele	237
Spielerische Ansichtssachen.....	240
Persönliche Betrachtungen	241
Informative Giftpfeile.....	243
Gefragte Einsichten	244
Reporter enthüllen Fehler im System.....	244
Die Unbestechlichen	245
Die Unermüdlichen	246
Journalisten als Themensetzer	246
Politik als Fortsetzungsroman	246
Politik als Feldzug.....	247
Die Medienritter	248
Geballte Anstöße	250
Bilder und Gefühle.....	251

Kapitel 15	
Druck und Gegendruck	253
Die Machtlogik der Medien	253
Das Erfolgsbarometer	254
Leithammel und Herde	255
Lieblingsspolitiker	257
Die Manipulation der Medien	258
Schneller wächst nichts.....	258
Die Überbringer der schlechten Nachricht.....	259
Die Kommunikationsfeuerwehr.....	259
Zuckerbrot und Peitsche.....	260

18 Inhaltsverzeichnis

Parteigänger mit Mitgliedsnummer	262
Lieblingsjournalisten	262
Medienmacht als Wissenschaft	263
Alle Macht den Medien	263
Alle Macht dem Publikum	264
Die Machtlosigkeit der Medien	265
Lehrstück Irakkrieg	265

TEIL V
JOURNALISTENAUSBILDUNG **267**

Kapitel 16
Gefragte Eigenschaften **269**

Gut kommunizieren können	269
Deutsche Sprache, schwere Sprache	269
Kontaktfreude	270
Darstellungskunst	270
Sammeln, Ordnen und Verstehen	271
Neugier	271
Allgemeinbildung	272
Durchblick	273
Fingerfertigkeit und Bedienungskünste	273
Charakterstudien	274
Rücksichtslosigkeit	275
Expertenwissen	275
Widerstandsfähigkeit	275
Entscheidungsfreude	276
Hartnäckigkeit	276
Zielstrebigkeit	276
Teamfähigkeit	276
Aufrichtigkeit	277
Testen Sie sich selbst	277
Das Quiz	277
Die Auflösung	279

Kapitel 17
Journalist werden **281**

Erste Gehversuche	281
Aller Anfang ist spielerisch	282
Zeitungsluft schnuppern	282
Vom Seepferdchen zum Freischwimmer	284
Schuften für Zeilengeld	287
Journalist in Ausbildung	288
Fachidioten und Generalisten	288
Die Schreiberlehre	290
Die Sterneschmieden	294
Die Denkerfabriken	297
Die Quereinsteiger	298

Kapitel 18
Als Journalist arbeiten 301

 Wer ein Journalist ist 301

 Die oberen Vierzigtausend 302

 Redakteure und ihr Alltag 302

 Das Innenleben der Redaktion 303

 Die Pulsfühler 305

 Die schnelle Eingreiftruppe 305

 Die klugen Köpfe 306

 Die Nachrechner 306

 Die Kritiker 307

 Die Gebrauchsanweiser 307

 Die Entschlüsselungskünstler 308

 Die Kuratoren 308

 Die Männerfreunde 309

 Die Unterhalter 309

 Einen Job ergattern 310

 Die Aufrücker 310

 Die Initiativbewerbung 311

 Die Bewerbungsmappe 311

 Was Journalismus einbringt 312

 Tariflich oder ausgeklinkt 313

 Vorsorge fürs Alter 314

 Auf eigene Rechnung 314

 Auf einem Bein 315

 Topjobs im Journalismus 315

 In die weite Welt entsandt 316

 Große Chefs und Chefinnen 317

 Fernsehgesichter 318

 Schönschreiber 318

 Verwandte Berufe 319

 Frontenwechsler 319

 Der Journalist als Eigenmarke 320

TEIL VI
DER TOP-TEN-TEIL 321

Kapitel 19
Zehn Wege zum Journalismus 323

 Die klassische Journalistenschule 323

 Die Verlagsschule 324

 Das öffentlich-rechtliche Volontariat 324

 Das Volontariat bei der Überregionalen 324

 Das Volontariat bei der Regionalzeitung 324

 Das Volontariat bei der Nachrichtenagentur 325

 Kombination mit Tradition 325

 Grundausbildung an der Uni 325

Journalistikstudium als Meisterklasse	325
Spezialstudium für Technikfreaks	326
Kapitel 20	
Zehn Filme über Journalisten	327
Citizen Kane	327
Die verlorene Ehre der Katharina Blum	327
Die Unbestechlichen	328
Schreiendes Land	328
Nachrichtenfieber	328
Schtunk!	329
Der Insider	329
Good Night, and Good Luck	329
Spotlight	330
Bodkin	330
Kapitel 21	
Zehn Journalistenpreise	331
Die Pulitzer-Preise	331
Der Theodor-Wolff-Preis	332
Der Stern-Preis	332
Der Reporter:innenpreis	332
Der Wächter-Preis der Tagespresse	332
Der Otto Brenner Preis	333
Der Grimme-Preis	333
Pressefoto des Jahres	334
Die schönsten Zeitungen der Welt	334
Deutscher Podcast Preis	334
Kapitel 22	
Zehn Webseiten für Journalisten	335
Google	335
ChatGPT	335
Spiegel.de	336
BBC	336
Wikipedia	336
Newsroom	336
BILDblog	336
DeepL	337
Perlentaucher	337
Bundesregierung im Netz	337
Glossar	339
Stichwortverzeichnis	349