

Claudia Mast (Hg.)

# ABC des Journalismus

**Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit**

unter Mitarbeit von

Wolfgang Aigner • Hans-Peter Archner  
Bruno Bienzle • Martin Bräuning • Wolfgang BUscher  
Rainer Dierichs • Ernst Elitz • Volker Franzen  
Christian Frietsch • Klaus H. Grabowski • Hans-Georg Grimm  
Uwe Günzler • Hans-Joachim Hirrlinger • Claus Hoffmann  
Uli Homann • Jürgen Kauer • Günter Knappe • Inge König  
Thomas Löffelholz • FriedmarLüke • Oskar Maier  
Heinzgeorg Oette • Christian Opitz • Hasso Reschenberg  
Werner Schwarzwälder • Manfred Strobach • Konrad A.Theiss  
Klaus Thiel • UweWilk • Werner Zorn

**A**UVK  
I Medien  
ölschlöger

# Inhalt

|              |    |
|--------------|----|
| Vorwort..... | 13 |
| Autoren..... | 17 |

## I. Fakten, Daten und Strukturen

### *Zur Situation des Mediensystems*

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 1. Zeitung.....                                | 22 |
| 2. Zeitschrift.....                            | 26 |
| 3. Rundfunk.....                               | 28 |
| 4. Film/Video/Audiovisuelle Medien.....        | 31 |
| 5. Nachrichtenagenturen und Pressedienste..... | 33 |
| 6. Öffentlichkeitsarbeit.....                  | 35 |
| 7. Werbung.....                                | 36 |
| Literaturhinweise (Auswahl).....               | 37 |

## II. Medien zwischen Theorie und Praxis

### *Anregungen und Hinweise aus der Wissenschaft*

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 1. Zentrale Begriffe der Kommunikation.....               | 44 |
| 2. Ansätze der Medienwirkungsforschung.....               | 47 |
| 3. Journalistische Arbeit als Forschungsfeld.....         | 52 |
| 4. Methoden und Ergebnisse der<br>Publikumsforschung..... | 56 |
| 5. Geschichte und Entwicklung der Medien.....             | 66 |
| 6. Medien und Politik.....                                | 82 |
| 7. Ethik im Journalismus.....                             | 87 |
| Literaturhinweise (Auswahl).....                          | 97 |

### III. Rechte und Pflichten

#### *Juristische Grundlagen journalistischer Arbeit*

|    |                                       |     |
|----|---------------------------------------|-----|
| 1. | Allgemeine Rechtsgrundlagen.....      | 107 |
| 2. | Rundfunkrecht.....                    | 109 |
| 3. | Presserecht.....                      | 112 |
| 4. | Sonderrechte von Journalisten.....    | 113 |
| 5. | Pflichten der Pressejournalisten..... | 114 |
| 6. | Presseordnungsrecht.....              | 116 |
| 7. | Rechte der "Betroffenen".....         | 118 |
| 8. | Bildschirmtext und Videotext.....     | 119 |
| 9. | Filmrecht.....                        | 121 |
|    | Literaturhinweise (Auswahl).....      | 122 |

### IV. Medien und Ökonomie

#### *Wirtschaftliche Grundlagen im Journalismus*

|    |                                                                                  |     |
|----|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. | Publizistischer und ökonomischer Wettbewerb.....                                 | 130 |
| 2. | Wirtschaftliche Grundlagen der Medien ( <i>Manfred Strobach</i> ).....           | 131 |
| 3. | Kosten und Erlöse bei Zeitungen und Zeitschriften.....                           | 134 |
| 4. | Marktwirtschaft und Journalismus ( <i>Konrad A. Theiss</i> ).....                | 138 |
| 5. | Finanzierungsarten des Rundfunks.....                                            | 142 |
| 6. | Kosten und Finanzierung privater Rundfunkanstalten.....                          | 143 |
| 7. | Von Montana bis München ist ein langer Weg ( <i>Christian Frietsch</i> ).....    | 145 |
| 8. | Kosten und Finanzierung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten.....            | 150 |
| 9. | Wirtschaftlichkeit im öffentlich-rechtlichen Hörfunk ( <i>Oskar Maier</i> )..... | 152 |
|    | Literaturhinweise (Auswahl).....                                                 | 156 |

## V. Recherchieren

### *Umgang mit Informationsquellen in der Praxis*

|    |                                                                                     |     |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. | Nachrichtenagenturen als Basis.....                                                 | 161 |
| 2. | Passive Recherche -<br>von der Last zur Lust ( <i>Martin Bräuning</i> ).....        | 162 |
| 3. | Recherche als aktive journalistische Leistung.....                                  | 165 |
| 4. | Informationsquellen.....                                                            | 167 |
| 5. | Skepsis auf dem Weg<br>zur Information ( <i>Hans-Joachim Hirrlinger</i> ).....      | 169 |
| 6. | Recherche-Alltag.....                                                               | 171 |
| 7. | Recherchieren für Presse und Rundfunk.....                                          | 172 |
| 8. | Fremdbeiträge - Wie gehen Redaktionen<br>damit um? ( <i>Hans-Georg Grimm</i> )..... | 173 |
| 9. | Rechtliche Probleme.....                                                            | 177 |
|    | Literaturhinweise ( <i>Auswahl</i> ).....                                           | 177 |

## VI. Bearbeiten

### *Journalistische Darstellungsformen und ihre Verwendung*

|     |                                                            |     |
|-----|------------------------------------------------------------|-----|
| 1.  | Formen und Funktionen.....                                 | 181 |
| 2.  | Wahl der Darstellungsmittel ( <i>Bruno Bienzele</i> )..... | 183 |
| 3.  | Nachricht.....                                             | 184 |
| 4.  | Bericht.....                                               | 187 |
| 5.  | Meinung.....                                               | 188 |
| 6.  | Porträt.....                                               | 191 |
| 7.  | Interview.....                                             | 192 |
| 8.  | Reportage.....                                             | 194 |
| 9.  | Feature.....                                               | 195 |
| 10. | Magazingeschichte.....                                     | 197 |
| 11. | Report.....                                                | 198 |
| 12. | Kritik, Rezension.....                                     | 198 |
| 13. | Diskussion.....                                            | 199 |

|     |                                           |     |
|-----|-------------------------------------------|-----|
| 14. | Korrespondentenbericht.....               | 200 |
| 15. | Moderation.....                           | 200 |
| 16. | Sonstige Formen.....                      | 202 |
|     | Literaturhinweise ( <i>Auswahl</i> )..... | 206 |

## VII. Präsentieren

### *Vom Layout bis zum Programmdesign*

|    |                                                                                                            |     |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. | Das Gesicht der Zeitung.....                                                                               | 219 |
| 2. | Modernes Layout ( <i>Werner Schwarzwälder</i> ).....                                                       | 225 |
| 3. | Präsentation im Radio.....                                                                                 | 233 |
| 4. | Programmprofil, -design und -Präsentation im<br>öffentlich-rechtlichen Radio ( <i>Friedmar Luke</i> )..... | 242 |
| 5. | Programmplanung eines Formatradios<br>am Beispiel von RTL Radio ( <i>Jürgen Kauer</i> ).....               | 249 |
| 6. | Programmpräsentation im Fernsehen.....                                                                     | 258 |
| 7. | Arbeitsumfelder des<br>Fernsehjournalismus im Wandel ( <i>Christian Opitz</i> ).....                       | 259 |
| 8. | Informationsfernsehen -<br>Erlebnisfernsehen - Erkenntnisfernsehen ( <i>Ernst Elitz</i> ).....             | 265 |
|    | Literaturhinweise ( <i>Auswahl</i> ).....                                                                  | 273 |

## VIII. Journalistische Themen und Ressorts

### *Beispiele für attraktive Konzepte im Journalismus*

|    |                                                                                       |     |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. | Ressort Politik.....                                                                  | 279 |
| 2. | Hintergründe und Zusammenhänge ( <i>Thomas Löffelholz</i> ).....                      | 281 |
| 3. | Ressort Wirtschaft.....                                                               | 287 |
| 4. | Wirtschaftsthemen - mehr als<br>langweiliger Pflichtstoff ( <i>Klaus Thiel</i> )..... | 290 |
| 5. | Ressort Kultur.....                                                                   | 294 |
| 6. | Ressort Wissenschaft?.....                                                            | 297 |

|     |                                                                                             |     |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 7.  | Nachrichtenquelle Wissenschaft ( <i>Klaus H. Grabowski</i> ).....                           | 300 |
| 8.  | Ressort Sport.....                                                                          | 302 |
| 9.  | Ressort Lokales.....                                                                        | 304 |
| 10. | Regionales Fernsehen ( <i>Uwe Günzler</i> ).....                                            | 308 |
| 11. | Regionales und lokales Wort<br>im privaten Hörfunk ( <i>Günter Knappe</i> ).....            | 315 |
| 12. | Wenn's Radio<br>dazwischenfunkt ( <i>Uli Homann</i> ).....                                  | 320 |
| 13. | Regionalisierung als Unternehmensstrategie<br>einer Zeitung ( <i>Rainer Dierichs</i> )..... | 328 |
| 14. | Neues Ressort: Ratgeber?.....                                                               | 334 |
| 15. | Journalismus als Lebenshilfe ( <i>Heinzgeorg Oette</i> ).....                               | 335 |
|     | Literaturhinweise ( <i>Auswahl</i> ).....                                                   | 343 |

## IX. Redaktionsmanagement im Medienwettbewerb

### *Zu Konzept und Umsetzung publizistischer Angebote*

|     |                                                                                   |     |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1.  | Planung des redaktionellen Angebotes.....                                         | 354 |
| 2.  | Organisation der Arbeit<br>in den Redaktionen.....                                | 356 |
| 3.  | Redaktionsorganisation<br>bei Zeitungen.....                                      | 358 |
| 4.  | Pflicht und Kür - Alltag in<br>einer Lokalredaktion ( <i>Bruno Bienzle</i> )..... | 360 |
| 5.  | Redaktionsorganisation bei Zeitschriften.....                                     | 363 |
| 6.  | Führungsziel "Qualität" ( <i>Hasso Reschenberg</i> ).....                         | 364 |
| 7.  | Redaktionsorganisation<br>bei Funkmedien.....                                     | 367 |
| 8.  | Die Pop-Welle<br>des "Wilden Südens" ( <i>Hans-Peter Archner</i> ).....           | 368 |
| 9.  | Das Nachrichtenprogramm<br>"made in Germany" ( <i>Wolfgang Aigner</i> ).....      | 373 |
| 10. | Führung von Redaktionen.....                                                      | 378 |
|     | Literaturhinweise ( <i>Auswahl</i> ).....                                         | 379 |

## X. Sonderaktionen und Zielgruppen

### *Beispiele für gezieltes Redaktionsmarketing*

|    |                                                                    |     |
|----|--------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. | Sonderaktionen als Zusatzleistung.....                             | 381 |
| 2. | Medien und ihre Zielgruppen.....                                   | 383 |
| 3. | Beispiel: Jugend.....                                              | 384 |
| 4. | Jugend als Zielgruppe<br>für die Zeitung ( <i>Uwe Wilk</i> ).....  | 387 |
| 5. | Zeitung in der Schule.....                                         | 391 |
| 6. | Dahinter verbergen<br>sich Schülerköpfe ( <i>Inge König</i> )..... | 392 |
|    | Literaturhinweise ( <i>Auswahl</i> ).....                          | 394 |

## XI. Berufsfeld Journalismus

### *Von der Ausbildung bis zum Arbeitsrecht*

|    |                                                                 |     |
|----|-----------------------------------------------------------------|-----|
| 1. | Berufsbilder und Tätigkeitsfelder.....                          | 397 |
| 2. | Arbeitsmarkt.....                                               | 403 |
| 3. | Neue Medien - Neue Technik.....                                 | 406 |
| 4. | Ausbildung.....                                                 | 411 |
| 5. | Weiterbildung für Journalisten.....                             | 414 |
| 6. | Arbeits- und Tarifrecht.....                                    | 417 |
| 7. | Sozialrecht.....                                                | 421 |
| 8. | Urheberrecht.....                                               | 423 |
| 9. | Verbände, Gewerkschaften<br>und andere Medieninstitutionen..... | 425 |
|    | Literaturhinweise ( <i>Auswahl</i> ).....                       | 429 |

## XII. Journalismus zwischen Information und Interesse

### *Öffentlichkeitsarbeit als Beruf und Herausforderung*

|    |                                                                               |     |
|----|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. | Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Sponsoring - eine Begriffsklärung .....       | 437 |
| 2. | Wege der Öffentlichkeitsarbeit .....                                          | 440 |
| 3. | Medienagenturen als Partner der Redaktionen ( <i>Wolfgang Büscher</i> ) ..... | 444 |
| 4. | Konzepte und praktische Umsetzung .....                                       | 446 |
| 5. | Verständnis und Vertrauen als Ziel ( <i>Volker Franzen</i> ) .....            | 456 |
| 6. | Sponsoring - ein neuer Weg .....                                              | 467 |
| 7. | Leistung und Gegenleistung ( <i>Werner Zorn</i> ) .....                       | 470 |
|    | Literaturhinweise ( <i>Auswahl</i> ) .....                                    | 473 |

## XIII. Dokumentation

|    |                                                                    |     |
|----|--------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. | Behörden, Institutionen, Medien, Verbände ( <i>Auswahl</i> ) ..... | 479 |
| 2. | Aus-und Weiterbildung .....                                        | 491 |
| 3. | Preise für guten Journalismus .....                                | 494 |

## XIV. Anhang

|    |                                   |     |
|----|-----------------------------------|-----|
| 1. | Abkürzungsverzeichnis .....       | 501 |
| 2. | Literaturverzeichnis .....        | 509 |
| 3. | Alphabetisches Sachregister ..... | 550 |