

Vorwort

Seit der ersten Auflage dieses Fachbuches ist die Aufmerksamkeit gewachsen, die Überschriften, Vorspann und Bildunterschriften in den vielen Redaktionen geschenkt wird. Zumindest ist bei vielen den Redakteurinnen und Redakteuren das Bewusstsein für die Bedeutung dieser Kleintexte gestiegen. Das liegt nicht zuletzt daran, dass der Qualitätsdruck auf Zeitungen und Zeitschriften wächst. Seit viele Redakteure auch Texte für das Internet verfassen, können sie täglich, sogar stündlich, an der Klickrate absehen, welche Artikel den Zuspruch der Leser finden und welche nicht. Sie erfahren somit, wie wichtig es ist, durch gute und treffende Überschriften, einen neugierig machenden Teaser und aussagekräftige Bildunterschriften den Leser für ihren Artikel zu interessieren. Gelingt das nicht, ist der Internet-Nutzer verschwunden. Während er bei einem Printprodukt im Zweifel nur weiterblättert oder, im schlimmsten Falle, die Zeitung oder Zeitschrift beiseitelegt, geht er im Internet wahrscheinlich zur Konkurrenz. Dank Google hat er ja Zugang zu vielen Quellen.

Seit dem Erscheinen der ersten Auflage habe ich hunderte Redakteure geschult. Viele Kolleginnen und Kollegen haben mir wertvolle Hinweise gegeben, die zu einem großen Teil in diese Überarbeitung eingeflossen sind. Einige machten sich auch die Mühe, mir Beispiele zukommen zu lassen. Andere haben durch ihre Fragen und durch ihre Kritik zur größeren Klarheit beigetragen. In einigen Fällen habe ich so, unter dem Eindruck guter Argumente, meine Meinung revidiert. Allen Seminarteilnehmern danke ich für die Hilfe und für den Austausch.

Ich vermeide es, hier die Namen vieler Chefredakteure, Redakteure und Verlage zu nennen, die mich zu einem Seminar eingeladen haben. Zu groß ist die Gefahr, dass ich unabsichtlich einige zu erwähnen vergesse. Dennoch möchte ich bei dreien eine Ausnahme machen. Zum einen danke ich dem Chefredakteur Friedrich Roeingh und seinem Stellvertreter Martin Vogler von der WESTDEUTSCHEN ZEITUNG. Sie haben mich eingeladen, fast alle rund 120 Redakteure dieses Blattes und einiger Schwesterzeitungen zu schulen und mir dadurch einen regen Austausch mit sehr vielen Zeitungskollegen ermöglicht.

Nina Fiolka hat mich hervorragend bei den zahlreichen Schulungen für die Vogel Medien-Gruppe betreut und mir somit geholfen, das Programm auf die Bedürfnisse von Fachzeitschriften und Fach-Internetportalen anzupassen.

Chefredakteur Joachim Dorfs und Matthias Schmidt von der STUTTGARTER ZEITUNG ist zu danken, weil sie mich trotz zahlreicher Beispiele aus ihrem Blatt, die schon in der ersten Auflage dieses Buches aufgetaucht sind (und nicht alle waren positiv), zur Schulung der Redaktion eingeladen haben. Ich versichere, dass die STUTTGARTER ZEITUNG nur deshalb so häufig auftaucht, weil mir bei meiner Tageszeitung die Beispiele schon morgens am Frühstückstisch auffallen.

Darüber hinaus hat im Laufe des letzten Jahres das Interesse von Internet-Redaktionen an diesem Thema stark zugenommen. Bei ihnen gilt es, eine Balance zu finden zwischen dem journalistischem Handwerk und der Suchmaschinenoptimierung. In diesem Buch gehe ich, viel stärker als in der ersten Auflage, auf die Bedingungen des Internet-Journalismus ein. Ich habe mich entschieden, außer zum Thema „Kleintexte und Suchmaschinen“, kein eigenes Online-Kapitel einzufügen. Die Standards handwerklicher Qualität, um die es bei den Kleintexten geht, verändern sich im Netz nicht, ein Verstoß gegen sie wird nur schneller und sichtbarer bestraft – durch abwandernde Leser. In Zukunft wird ein erheblicher Teil des Journalismus im Netz stattfinden. Der Schulungsbedarf wird steigen. Umso mehr freue ich mich, dass es mir die ARD-ZDF-Medienakademie ermöglicht hat, ein zweitägiges Seminar zum Thema zu konzipieren.

Ganz „old media“ ist hingegen dieses Buch. Und als solches will es gesetzt und gestaltet werden. Eva-Maria Waas danke ich in diesem Zusammenhang herzlich dafür.

Ich habe mich für diese zweite Auflage bemüht, wieder möglichst viele Beispiele aus unterschiedlichen Medien zu finden. Es sind zahlreiche neue hinzugekommen, so dass das Buch umfangreicher geworden ist. Allerdings habe ich nicht alle alten Beispiele ausgetauscht. Sie illustrieren das Gesagte noch immer treffend, auch wenn hin und wieder die Ereignisse eine Zeit zurückliegen oder die Protagonisten nicht mehr im Amt sind.

Die Leser sind eingeladen, auch in Zukunft zur Weiterentwicklung dieses Buches beizutragen. Für Anregungen, Kritik, Hinweise und Ideen bin ich dankbar.

Stuttgart, im Dezember 2008

Markus Reiter