

JOURNALISMUS BIBLIOTHEK

Hektor Haarkötter / Evelyn Runge

# Motor/Reise

Basiswissen für die Medienpraxis

HERBERT VON HALEM VERLAG

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte  
bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Hektor Haarkötter / Evelyn Runge

**Motor/Reise.**

**Basiswissen für die Medienpraxis.**

Journalismus Bibliothek, Bd. 12

Köln: Halem, 2016

Die *Journalismus Bibliothek* wird herausgegeben von  
Stephan Weichert, Andreas Elter und Martin Welker.  
Leitender Herausgeber des vorliegenden Bandes *Motor/Reise*  
ist Martin Welker.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung  
sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in  
irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)  
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter  
Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert,  
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2016 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-026-8

ISSN 2194-914X

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

LAYOUT und SATZ: Herbert von Halem Verlag

REDAKTION: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

## VORWORT DER HERAUSGEBER

Spätestens als Ende des 19. Jahrhunderts der ›Patentmotorwagen‹ aus der Mannheimer Werkstatt von Carl Benz rollte, bildeten ›Motor‹ und ›Reise‹ eine ganz praktische Einheit. Seine Frau Bertha erkannte diesen Zusammenhang recht schnell: Sie schnappte sich die Kinder und fuhr mit dem neuen Vehikel (und ohne Mann) kurzerhand nach Pforzheim. Bis die breite Masse ihre Reiseideen in gleicher Weise umsetzen konnten, sollte es noch ein Dreivierteljahrhundert dauern. Geschrieben wurde über das Erlebnis des motorisierten Reisens schon früher: Die 1920er-Jahre erlebten eine erste Blüte von Magazinen und Formaten.

Im Band mit der höchsten Nummer (12) unserer *Journalismus Bibliothek* geht es um die Publizistik der Mobilität. Ein Feld, das wissenschaftlich lange nahezu übersehen wurde. Zwar gibt es zahlreiche Bücher über die Geschichte des Kraftfahrzeugs, Fahrzeugsicherheit und Umwelttechnik, Motorsport oder Biografien von Persönlichkeiten wie eben die von Bertha Benz (► Kap. 4.1 [182]). Dass aber gerade in Deutschland, wo alle Formen individueller Mobilität sozial und wirtschaftlich außerordentlich stark verankert und in ihrer Bedeutung nicht zu unterschätzen sind, die publizistische Analyse des Motor- und Reisejournalismus derart unterproportioniert ist, verwundert dann doch.

Die Autoren dieses Bandes der *Journalismus Bibliothek*, Hektor Haarkötter und Evelyn Runge, gehen diesem Manko an vielen Stellen des Buches auf den Grund. Beide bringen einschlägige Erfahrungen in

der Mobilitätspublizistik mit, Haarkötter als Filmemacher und Runge als Online-Redakteurin.

Diese Mischung verweist auch auf den aktuellen Spannungsbogen der Mobilitätspublizistik: Tesla, selbstparkende Autos oder neue Formen des Carsharing: Die dramatischen Veränderungen durch Digitalisierung und Vernetzung beginnen sowohl den Begriff der Mobilität zu revolutionieren, als auch die journalistische Berichterstattung über die mobile Welt. Diese spannenden Veränderungen werden hier thematisiert und systematisch aufgearbeitet: Nicht nur in der Einführung, einer kurzen Geschichte des Motor- und Reisejournalismus als Fachressort, sondern vor allem im Kapitel ›Akteure und Formate‹ und dort insbesondere im Abschnitt ›Wie das Netz den Reisejournalismus verändert‹. Im Kapitel 5: ›Mobilitätjournalismus heute und morgen: Bewertung und Ausblick‹ werden insbesondere Zukunftsformate diskutiert und eine Voraussicht für die publizistischen Bereiche ›Motor‹ und ›Reise‹ gewagt.

Neben der Entwicklung beider Ressorts, die im Fall des Reisejournalismus bis in die Antike zurückreicht, werden auch die Querverbindungen zum Ratgeber- und Nutzwertjournalismus (Band 11) aufgezeigt. Hinzu kommt der problematische Konnex zwischen Journalismus und PR – im Fall von ›Motor‹ und ›Reise‹ leider virulent. Kritischer Journalismus ist aber umso wichtiger, je dominanter Auto- und Reisekonzerne werden und mit dem Verweis auf ›Arbeitsplätze‹ den Diskurs bestimmen möchten.

Der Leser, der schon einmal einen weiteren Band der *Journalismus Bibliothek* in der Hand hatte, wird nun recht schnell sehen: Auch dieser Band folgt der bewährten Struktur unserer Reihe – bis hin zum Kapitel 6, in dem die Autoren ganz handfeste Servicetipps für angehende Motor- und Reisejournalisten zusammengestellt haben. Der vorliegende Band 12 lässt sich übrigens auch unterwegs gut lesen. Der hoctourige Inhalt und der kompetente Stil der beiden Autoren macht es leicht, sich in die Materie einzuarbeiten.

Die Herausgeber im August 2016

# INHALT

VORWORT DER HERAUSGEBER	5
<b>1. EINFÜHRUNG: VOM REISEBERICHT ZUM ›RASENDEN‹ REPORTER</b>	<b>11</b>
1.1 Aus der mobilen Welt berichten	11
1.2 Reisejournalismus und Reiseliteratur	23
1.3 Motor- und Reiseteil: Die verspäteten Ressorts	33
1.4 Das Foto im Reise- und Motorjournalismus	40
<b>MEILENSTEINE DES MOTOR- UND REISEJOURNALISMUS</b>	
▶ Die Erfindung des Autotests	54
▶ <i>Der 7. Sinn</i> : Fernsehen als Verkehrserziehung	57
▶ Reisemagazine zum Sammeln: <i>Merian</i>	60
<b>2. AUFGABENFELDER UND PROBLEMBEREICHE DES MOTOR- UND REISEJOURNALISMUS</b>	<b>64</b>
2.1 Von den Schönheiten und Schwierigkeiten des Reise- und Motorjournalismus	64
2.2 Sonne, Strand und PS: Die Sprache des Reise- und Motorjournalismus	70
2.3 Die Reisereportage: die Königsdisziplin?	77
2.4 Ethik im Reise- und Motorjournalismus	83
2.5 Service- und Verbrauchertemen	104
<b>CHECKLISTE FÜR REISEJOURNALISTEN</b>	
▶ Der gute Serviceteil	110

	<b>EXKURS</b>	
	▶ Reise- und Motorjournalismus als Verbraucherjournalismus	112
2.6	Auto-, Hotel- und Restauranttests	119
<b>3.</b>	<b>AKTEURE UND FORMATE</b>	<b>124</b>
3.1	Berufsbilder des und Zugänge zum Motor- und Reisejournalismus	124
3.2	Motor- und Reisejournalisten als PR-Leute ihres Themas?	131
3.3	Wenn aus Fernsehen Nahsehen wird: Motor und Reise im TV	141
3.4	Wie das Netz den Reisejournalismus verändert	149
3.5	Der Reise-Blogger – ein neuer Zweig des Journalismus?	158
	<b>MOTOR- UND REISEJOURNALISTEN IM PORTRÄT</b>	
	▶ Andreas Altmann: Von Altötting in die große Welt	169
	▶ Meike Winnemuth: Weltreise mit Leserwünschen	171
	<b>DREI FRAGEN, DREI ANTWORTEN</b>	
	▶ Crowdspodent – Wie Journalismus per Crowdfunding finanziert werden kann	173
	▶ Barbara Liepert, Leiterin des Ressorts Reise der <i>Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung</i>	175
	<b>BEST PRACTICE</b>	
	▶ Nationale Leuchttürme des Motor- und Reisejournalismus	177
<b>4.</b>	<b>ANALYSEN UND FALLBEISPIELE</b>	<b>182</b>
4.1	Forschungssituation des Motor- und Reisejournalismus	182
4.2	Warum der Journalismus die Wirklichkeit ersetzt	186

DIE GESCHICHTE HINTER DER GESCHICHTE	
▶ Der ›Elchtest‹	192
▶ Der <i>taz</i> -Helgoland-Skandal	195
EIN EXPERTE SPRICHT	
▶ Ariel Hauptmeier ( <i>CORRECTIV</i> , früher <i>GEO</i> )	198
<b>5. MOBILITÄTSJOURNALISMUS HEUTE UND MORGEN: BEWERTUNG UND AUSBLICK</b>	<b>201</b>
5.1 Potenziale des Mobilitätsjournalismus	201
5.2 Neue Formen des Mobilitätsjournalismus: <i>mobile reporting</i>	208
5.3 Wie Mobilitätsjournalismus auch anders geht: Von Promenadologen und Mondreisenden	215
▶ International Best Practice	220
<b>6. SERVICE</b>	<b>223</b>
6.1 Verbände	223
6.2 Recherchemöglichkeiten und Links	225
6.3 Spezifische Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten <i>Journalismus-, Tourismus- und PR-Fachhochschulen</i>	228
6.4 Spezielle Journalistenpreise	230
Nachwort und Danksagung	233
Literatur	235
Bildnachweise	261

# Journalismus Bibliothek



EVELYN RUNGE /

MICHA HEKTOR HAARKÖTTER

## **Motor / Reise.**

### **Basiswissen für die Medienpraxis**

*Journalismus Bibliothek*, 12

2014, Broschur m. Klappe, dt.

EUR(D) 18,50 / EUR(A) 18,95 / sFr. 31,50

ISBN 978-3-86962-026-8

Der Band *Motor / Reise* aus der *Journalismus Bibliothek* stellt zwei journalistische Bereiche vor, die als Fach- und Special-Interest-Journalismus stark von wirtschaftlichen Interessen geprägt sind. Neben der Entstehungsgeschichte beider Ressorts, die im Fall des Reisejournalismus auf eine bis in die Antike zurückreichende Historie blicken kann, werden die zahlreichen Beziehungen zum Ratgeber- und Nutzwertjournalismus (Band 11) erläutert. Auch die für alle Bereiche neuartigen Angebote, die sich im Internet herausbilden, werden beispielhaft vorgestellt und auf ihren journalistischen Gehalt abgeklopft. Im Mittelpunkt steht jedoch eine sozial und aufklärerisch motivierte Berichterstattung, die mehr ist als nur gefälliges Anzeigenumfeld. Zahlreiche Beispiele zeigen, wie ein Journalismus gelingen kann, der jenseits der Anforderungen von Herstellern, Anbietern und Werbekunden angesiedelt ist.



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)



# 1. EINFÜHRUNG: VOM REISEBERICHT ZUM ›RASENDEN‹ REPORTER

## 1.1 Aus der mobilen Welt berichten

»Und sie bewegt sich doch«, soll der Legende nach der italienische Gelehrte Galileo Galilei nach dem Verlassen des Inquisitionsgerichts gesagt haben. Am vorläufigen Ende des Zeitalters, das mit Galileis astronomischen Entdeckungen begann, leben wir in der Tat in einer aufs Äußerste beweglichen Welt, haben Verkehrsmittel, die uns in Tagesfrist um den Globus tragen, ein Wirtschaftssystem, das keine Grenzen mehr kennt, und selbst ein Freizeitverhalten, das überwiegend ortlos geworden ist. Heimat und Zuhause sind für viele Menschen heute zur Metapher geworden, während Mobilität die eigentlich prägende Daseinsform geworden ist. Man spricht denglish, hat eine Bahncard und ist im Meilenprogramm einer großen Airline (KRAMER 2005: 155; SCHNEIDER/SPELLERBERG 1999: 229).

So universell, wie der Mobilitätsbegriff ist, so differenziert wird er heute im Journalismus behandelt. Es gibt praktisch kein journalistisches Ressort bei Tageszeitungen oder Rundfunkanstalten, das heute nicht den Blick über den Tellerrand wagt und mit seiner Agenda, seinen Themen und seinen Thesen an der Globalisierung und globaler Mobilität vorbeikommt (BECK 1999: 152). Selbst die (großstädtischen) Lokalteile der Zeitungen würden ihren Job verfehlen, wenn sie nicht auch den anderssprachigen und multikulturellen Ethnien ihrer Berichtsgebiete

Stimme und Aufmerksamkeit gäben: Aus der Globalisierung wird dann die Glokalisierung (ROBERTSON 1998: 192; WELKER/ERNST 2012: 181ff.).

Und doch gibt es zwei Ressorts, die mal getrennt, mal auch gemeinsam auftreten und die sich in besonderer Weise auf die Themen der mobilen Gesellschaft spezialisiert haben: der Reise- und der Motorjournalismus. Wenn sie an dieser Stelle gemeinschaftlich abgehandelt werden sollen, dann auch deswegen, weil die Gemeinsamkeiten dieser Ressorts sowohl positiv in den Sujets und Arbeitsweisen wie negativ in berechtigten Vorwürfen und teilweise moralinhaltigen Anwürfen schwerer wiegen als das Trennende, auf das an geeigneter Stelle hingewiesen werden soll. Dass dies keine künstliche Zusammenveranlagung ist, wird dort ersichtlich, wo Motor und Reise tatsächlich gemeinsame Redaktionen oder gemeinsame Sendeplätze belegen. So hat die ARD ihre erfolgreichen Verbraucherformate *ARD Ratgeber Reise* und *ARD Ratgeber Auto + Verkehr* im Sommer 2012 zu einer gemeinsamen Sendung *ARD Ratgeber Autor – Reise – Verkehr* zusammengelegt. Ähnlich ist zuvor schon der Westdeutsche Rundfunk mit der Sendung *Servicezeit: mobil* verfahren, einem Zwitter aus den vormaligen Sendungen *Servicezeit: Reisen* und *Servicezeit: Verkehr*. Auch praktisch keine der gängigen Motorzeitschriften, ob *ADAC Motorwelt* oder *Auto Bild*, ob *Easyriders* oder *Motor classic*, kommt ohne Reiseseiten aus. Titel wie *Caravaning* oder *Reisemobil international* tragen das Zwitterhafte bereits im Namen. Was nutzen schließlich alle Ausflüge in die Welt der Pferdestärken und der Ansaugstutzen, der Kraftstoffeinspritzung und der Kardanwellen, wenn man nicht zugleich erfährt, wohin mit den Traumgefährten die Reise gehen könnte? Man könnte von den beiden Ressorts zusammenfassend als Mobilitätsjournalismus sprechen. Ernst Tobler, jahrzehntelang Chef des Reisetells der *Neuen Züricher Zeitung* und »Altmeister der Reisejournalistik« (SCHMITZ-FORTE 1995: 24), schrieb schon in den 1960er-Jahren von »Verkehrspublizistik« (Tobler, zit. n. SCHMITZ-FORTE 1995: 24). Mobilitätsjournalismus in diesem Sinne ist dann jenes Ressort, das die Berichterstattung über eine Welt in Bewegung in sich vereint, von alten und neuen Verkehrsmitteln ebenso handelt wie von den Orten, an die sie uns bringen. Die Verwandtschaft mit anderen journalistischen Ressorts ist augenfällig: Mit dem Auslandsressort verbindet sich die Idee

des Reisens. Mit dem Wirtschaftsressort verbinden den Mobilitätsjournalismus die milliardenschweren Auto- und Tourismusindustrien. Auf der praktischen und rezipientenorientierten Seite gibt es eine Verbindung zum Verbraucher- und Nutzwertjournalismus, insbesondere im Bereich der populären Autotests auf der einen und der Hotel- und Restauranttests auf der anderen Seite. Es wird im weiteren Verlauf zu prüfen sein, ob der Begriff ›Mobilitätsjournalismus‹ zu weit greifen würde, wenn er auch Ausflüge in die digitale Welt und den journalistisch zunehmend wichtigen Bereich der mobilen Geräte und Apps beinhalten würde. Damit gäbe es auch eine Verbindung zum Medienjournalismus.

Aber was macht den Reise- und Motorjournalismus, was macht die journalistische Berichterstattung über die mobile Welt aus? Als Ressorts stehen Reise und Motor nicht unbedingt im engeren Fokus kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung, wie auch die Journalismusforscher Martin Löffelholz und Liane Rothenberger festgestellt haben (LÖFFELHOLZ/ROTHENBERGER 2011: 37). Die wenigen dezidierten Fachpublikationen, die es zum Thema gibt, entwickeln nicht wirklich einen theoretischen Begriff dieser Ressorts, der in engerem Zusammenhang mit der Tourismus-, Mobilitäts- oder Globalisierungsforschung stünde. Den Monografien zum Thema ist darüber hinaus ihre Herkunft aus den 1990er-Jahren anzumerken, auch wenn sie in aktuelleren Neuauflagen den Zeitläuften angepasst worden sind (z.B. KLEINSTEUBER/THIMM 2008: 303ff.). Denn die dramatischen Veränderungen der Kommunikationslandschaft durch die Digitalisierung der Lebenswelt und die Vernetzung der Menschheit durch das Internet und die Social Media haben gerade den Begriff der Mobilität neuerlich revolutioniert und damit zwangsläufig auch die journalistische Berichterstattung über die mobile Welt. Bevor hier der Versuch unternommen werden soll, einen theoretisch fundierten und praktisch relevanten Begriff von Reise- und Motorjournalismus zu entwickeln, müssen einige Kontraindikationen geklärt werden, um nicht von vornherein den Paradoxien und Missverständnissen rund um den Reise- und Motorjournalismus aufzusitzen.

*Erstes Missverständnis:* Der reisende Journalist macht noch nicht Reisejournalismus und der motorisierte Reporter ist noch kein Motorjour-

nalist. Vielmehr zählt das Unterwegssein für den Journalisten zu den beruflichen Grundvoraussetzungen. Seit den Zeiten der ersten Avisen und Relationen in der Frühen Neuzeit waren es Nachrichten (›Zeytungen‹) von anderswo, Korrespondentenbriefe aus fernen Handelsniederlassungen, die der Entstehung eines europäischen Journalismus Vorschub geleistet haben. Unser Begriff ›Korrespondent‹ für den im Ausland arbeitenden Journalisten leitet sich noch davon ab. Wenn man so will, stehen in der Geschichte der Neuzeit die zunehmende Mobilität bis hin zur heutigen globalisierten Gesellschaft auf der einen Seite und die Entwicklung des Journalismus auf der anderen Seite in einem gegenseitigen Bedingungsverhältnis. Bei Fernsehjournalisten gehört es zum Berufsbild, ›vor Ort‹ zu sein, denn die Fernsehberichterstattung definiert sich regelrecht durch die aktuellen und heute im besten Fall sogar in Echtzeit gesendeten Bilder vom anderwärtigen Geschehen. Recherchen nur mit dem Telefon und Berichterstattung vom Schreibtisch aus sind da normalerweise nicht möglich. Und auch für die gestandenen Reporter des Printjournalismus und, so steht zu hoffen, des Online-Journalismus gehört es zum wenn auch manchmal idealisierten Berufsethos, die Redaktionsräume zu verlassen und sich selbst ein Bild von der zu berichtenden Lage zu machen.

*Zweites Missverständnis:* Auch dass Journalisten für ihre Mobilität stets die modernsten Fortbewegungsmittel einsetzen, dass sie über die Dauer ihrer Berufsausübung ein oft bemerkenswertes Wissen über Motorisierungen, Flugzeugtypen und ideale Reiseverbindungen sammeln und dass auch (oder gerade) akademisch gebildete und für ein bildungsbürgerliches Publikum schreibende Journalisten eine Vorliebe für ps-starke Boliden zu haben scheinen, wie die alternative Tageszeitung *taz* einmal kritisch monierte (UNFRIED 2006), macht sie noch nicht zu Motorjournalisten. Selbst das Urbild des reisenden Reporters, Egon Erwin Kisch, der sich mit Reportagen aus allen Weltteilen in den 1920er-Jahren einen Namen gemacht hat, wird vielleicht als Sozial- und womöglich als Krisen-Reporter bezeichnet, aber eher nicht als Reisereporter. Der *rasende Reporter*, so der Titel eines seiner bekanntesten Sammlungen von Reportagen (KISCH 1993), ist noch kein Reise- und erst recht kein Motorjournalist.

*Drittes Missverständnis:* Nicht jeder, der professionell über Mobilität und Reisen schreibt, ist Reise- und Motorjournalist. Besonders gilt dies für historische und antike Vorbilder der Reiseliteratur, die in reisejournalistischen Darstellungen gerne als Ahnherren der Zunft bezeichnet werden (KLEINSTEUBER/THIMM 2008: 31ff.). Der bekannte polnische Reisejournalist Ryszard Kapuściński hat hierzu ein bezeichnendes Buch mit dem Titel *Meine Reisen mit Herodot* veröffentlicht (KAPUŚCIŃSKI 2005). Kapuściński hatte ein fast obsessives Verhältnis zum antiken griechischen Schriftsteller Herodot von Halikarnass (490/80 - 424 v. Chr.) entwickelt. Herodot hatte in seinem neunbändigen Werk *Historien*, das stilbildend für viele andere antike Schriftsteller wurde, als erster die damals bekannte Welt dargestellt, die er auf eigenen Reisen besichtigt haben wollte. Das griechische Wort ›Historie‹ bedeutet ›Erkundung‹ oder ›Erforschung‹. Davon leitet sich auch das englische Wort ›history‹ für die Geschichtsschreibung her, während im Deutschen die ›Historien‹ eher für Anekdotisches stehen. Auch diese Verwendungsweise geht auf Herodot zurück. Denn ursprünglich wollte der antike Schriftsteller nur eine Geschichte der Auseinandersetzung zwischen den Griechen und den Persern im fünften vorchristlichen Jahrhundert schreiben. Doch verlor er sich in vielen anekdotenreichen Erzählungen und Legenden über die Alte Welt, für die er heute häufig als einzige Quelle dient. Im berühmten Vorwort zu den *Historien*, dem »Proömium«, behauptet Herodot zwar, eine ausschließlich auf überprüfbaren Fakten basierende Darstellung zu geben, doch darf man ihn nicht zu sehr beim Wort nehmen. Denn in Wahrheit entspringen viele Episoden des Buchs allein der Phantasie, Zahlenangaben sind mit äußerster Vorsicht zu genießen, und es gibt sogar eine Richtung innerhalb der Altphilologie, die sogenannte *Liar School*, die davon ausgeht, dass Herodot ähnlich wie der Schriftsteller Karl May nur mit dem Finger auf der Landkarte gereist ist und in Wahrheit seine Studierstube nie verlassen hat (FEHLING 1971; HOSE 2004). Dennoch ist etwa bei Kleinsteuber und Thimm zu lesen:

»Seine Kultur- und Länderberichte wurden begeistert von den Daheimgebliebenen aufgenommen, wenn er seine Eindrücke ›zusammentrug‹ und ›zurückbrachte‹. Genau diese Bedeutung des Heimbringens steckt in dem lateinischen Wort ›re-

portare«, womit wir dann direkt bei den Quellen der modernen Reise-Reportage wären. Halten wir fest, dass eine ganz zentrale, vielleicht sogar die wichtigste Quelle für das, was wir modernen Journalismus nennen, die antike Berichterstattung über die Fremde war« (KLEINSTEUBER/THIMM 2008: 31f.).

Ins gleiche Horn stößt auch der Reisejournalist Ryszard Kapuściński. Er will auf fast allen seinen journalistischen Reisen eine Herodot-Ausgabe mit sich geführt haben und vergleicht in seinem eigenen Herodot-Buch die antike Quelle mit den politischen und gesellschaftlichen Zuständen auf den von ihm bereisten Erdteilen im Hier und Jetzt. Was die journalistische Arbeitsweise angeht, kommt Kapuściński zu dem Ergebnis:

»Wie arbeitet Herodot? Er ist ein Vollblutreporter: er reist, schaut, unterhält sich, hört zu, um später zu notieren, was er erfahren und gesehen hat, oder um sich einfach etwas einzuprägen« (KAPUŚCIŃSKI 2005: 136).

Die antike ›Berichterstattung‹ als wichtigste Quelle für den modernen Journalismus? Da sind doch gleich mehrere Korrekturen anzubringen. Mit den gängigen Journalismustheorien, etwa der Nachrichtenwerttheorie oder den journalistischen Qualitätsdiskussionen, ist Herodot in keiner Weise übereinzubringen. Ihm geht es weder um eine (semi-)aktuelle Berichterstattung und Information, noch um eine zeitgemäße gesellschaftliche Relevanz. Bestenfalls nimmt er eine proto-historische Stellung ein, weswegen der Titel *Historien* ja auch stilbildend wurde. Auch seine Sprache, seine Darstellungsformen und seine Zitierweise verweisen eher auf die antiken Epiker und Rhapsoden als auf den modernen Journalismus. Das gleiche gilt für andere antike (Reise-)Schriftsteller wie den ›ersten Geographen‹ Hekataios von Milet oder für Pausanias *Periegetes* (griech. *periégesis* = Herumführen), der auch als »Baedeker des Altertums« bezeichnet wurde (HACHTMANN 2007: 25). Von letzterem ist eine zehnbändige Beschreibung des antiken Griechenland erhalten (*Helládos Periégesis*), die zwar aufgrund der Exaktheit der Beschreibung von Bauwerken und Tempeln von großem Wert für Archäologen ist, aber auch in antiker Zeit schon aus praktischen Gründen wohl schwerlich als Reiseleiter mitgenommen wurde. Nicht nur war daran in einer überwiegend analphabetischen Manuskriptgesellschaft nicht zu denken, es gab auch handfeste mediengeschichtliche Gründe:

»Denn Touristenströme unmittelbar zu den Sehenswürdigkeiten des östlichen Mittelmeerraumes zu lenken, dürfte dem Werk schwergefallen sein, und zwar bereits im Wortsinne: Die mehrbändigen Reisebeschreibungen des Pausanias waren unhandlich und schwer, nämlich auf dickem Papyrus verfasst, in noch dickeres Leder eingebunden sowie überdies (als handgeschriebene Exemplare) so wertvoll, dass sie nicht auf Reisen mitgeschleppt wurden« (HACHTMANN 2007: 25).

Also auch hier: Kein Journalismus, nirgends. Man könnte allerdings an dieser Stelle einwenden, dass womöglich die gängigen Journalismustheorien auch auf den heutigen Reise- und Motorjournalismus nur sehr eingeschränkt anwendbar sind (► Kap. 4.1 [182]).

## 1 JOHANN HEINRICH WILHELM TISCHBEIN: GOETHE IN ITALIEN



Dies gilt *mutatis mutandis* auch für Reisebeschreibungen jüngeren Datums. Ob mittelalterliche Pilgerreisebücher, Reisetagebücher aus der Renaissance, Abenteuerchriften aus der Zeit der Entdeckungen oder Geografiediskurse der Aufklärungszeit: Es handelt sich hierbei vermutlich nur unter grober Verbiegung des Journalismusbegriffes um Reise- oder, in etwas größerer Perspektive, Mobilitätsjournalismus. Johann Wolfgang

# Journalismus Bibliothek



## Politik

Andreas Elter / Stefan Rau  
ISBN 978-3-86962-016-9

## Ausland

Andreas Elter / Christian Trippe  
ISBN 978-3-86962-017-6

## Krisen

N.N. / Stephan Weichert  
ISBN 978-3-86962-018-3

## Wirtschaft

Barbara Brandstetter / Steffen Range  
ISBN 978-3-86962-019-0

## Lokales

Martin Welker / Daniel Ernst  
ISBN 978-3-86962-020-6

## Kultur

Holger Hettinger / Leif Kramp  
ISBN 978-3-86962-021-3

## Sport

Thomas Horky / Hanns-Christian Kamp  
ISBN 978-3-86962-022-0

## Medien

Christian Meier / Stephan Weichert  
ISBN 978-3-86962-023-7

## Wissen

Holger Wormer / Sascha Karberg  
ISBN 978-3-86962-024-4

## Ratgeber

Andreas Eickelkamp / Jürgen Seitz  
ISBN 978-3-86962-025-1

## Motor/Reise

Hektor Haarkötter / Evelyn Runge  
ISBN 978-3-86962-026-8

## Klatsch

Bettina Hennig / Rike Schulz  
ISBN 978-3-86962-027-5



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln  
<http://www.halem-verlag.de>  
[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)