

JOURNALISMUS BIBLIOTHEK

Bettina Hennig / Rike Schulz

Klatsch

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.

Bettina Hennig / Rike Schulz

Klatsch.

Basiswissen für die Medienpraxis.

Journalismus Bibliothek, Bd. 9

Köln: Halem, 2015

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

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.

© 2015 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-027-5

ISSN 2194-914X

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

E-Mail: 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.

INHALT

Vorwort der Herausgeber	5
1. EINFÜHRUNG	13
1.1 Klatschjournalismus, was ist das eigentlich?	23
1.2 Die Geschichte des Klatschjournalismus	33
1.3 Die Caroline-Urteile: Zwischen ›Schutz der Privatsphäre‹ und dem ›Recht auf freie Meinungsäußerung‹	42
MEILENSTEINE DES KLATSCHJOURNALISMUS	
▶ Investigative Recherche: Caroline von Monaco und Ernst August von Hannover	47
▶ Ethisches Miteinander: Die Krebskranke Constanze Engelbrecht	50
▶ Aufbauen statt Niedermachen: Die Ära Manfred Meier bei <i>Bild</i>	53
2. Praktische Aufgabenfelder	56
2.1 Wo sind die Themen?	58
2.2 Was sind die Aufgabenfelder?	61
2.3 Welche Darstellungsformen gibt es?	62
2.4 Klischees und Konventionen	67
a. Klischees	67
b. Konventionen	71
2.5 Grenzen und Grenzgänge: Recherche im Klatschjournalismus	78

CHECKLISTE FÜR KLATSCHJOURNALISTEN	
▶ 10 Tipps für das Promi-Interview	84
EIN EXPERTE SPRICHT	
▶ Zwischen Persönlichkeitsrecht und Pressefreiheit: Ein Medienanwalt erzählt aus seiner Praxis	87
DIE GESCHICHTE HINTER DER GESCHICHTE	
▶ Auf der Jagd nach dem goldenen Schuss: Ein Paparazzo packt aus	92
▶ Plötzlich Klatschkönigin: Mein rotes Telefonbuch oder 1000 Telefonnummern	96
3. Akteure und Formate, Macher und Märkte	100
3.1 Wie viele Klatschjournalisten gibt es überhaupt?	100
3.2 Wo publizieren Klatschjournalisten?	103
3.3 Kleine Typologie der Klatschjournalisten	117
3.4 Die Akteure der Branche	124
KLATSCHJOURNALISTEN IM PORTRÄT	
▶ Die Kolumnistin: Laura Sophie Brauer von der <i>Hamburger Morgenpost</i>	131
▶ Der Adels-Experte: Jürgen Worlitz	134
PFLICHTPROGRAMM	138
DREI FRAGEN, DREI ANTWORTEN	
▶ Tipps von Ex- <i>Gala</i> -Chef Christian Krug	148

4.	Klatschjournalismus in der Forschung	152
	CHECKLISTE FÜR KLATSCHJOURNALISTEN	
	▶ WELCHE THEMEN SIND IM KLATSCH RELEVANT?	162
5.	Bewertungen – Perspektiven – Ausblick	164
5.1	Justitia zwischen Persönlichkeitsrecht und Pressefreiheit	165
5.2	Geld regiert die Promi-Welt	168
5.3	Segmentierung	172
5.4	Kooperationen und Synergien	174
5.5	Line- und Brand-Extension sowie Billighefte	179
5.6	Twitter, Facebook, Instagram & Co. – neue Recherche-Tools?	182
5.7	Zeit	186
	▶ Best Practice	189
	▶ Die durchschnittlichen Verkaufszahlen für das zweite Quartal 2014 (Quelle: IVW)	198
	▶ Was tun, wenn ich Klatschjournalistin oder -journalist werden will?	201
6.	Service	205
6.1	Weiterführende Literatur	205
6.2	Weiterführender Film	205
6.3	Weiterführendes im Allgemeinen	206
6.4	Klatschjournalistische Ausbildungsmöglichkeiten	206
	Nachwort und Danksagung	213
	Literatur	216
	Personenregister	228
	Bildnachweise	235

Journalismus Bibliothek



BETTINA HENNIG / RIKE SCHULZ

Klatsch.

Basiswissen für die Medienpraxis

Journalismus Bibliothek, 9

2014, Broschur m. Klappe, dt.

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

ISBN 978-3-86962-027-5

Klatschjournalisten sind die Stiefkinder des Journalismus. Ihre Arbeit gilt als pure Unterhaltung, die ihrem Publikum zur Weltflucht dient. Diese Sichtweise lässt jedoch außer Acht, dass anhand von Klatschgeschichten Realitätsbilder vermittelt, Gesprächsgegenstände zur Verfügung gestellt, Diskussionsprozesse und Integrationsvorgänge angeregt sowie Lebenseinstellungen, Werte und Verhaltensmuster vermittelt werden. Der Vorwurf missachtet auch, dass die Selektions- und Recherchemechanismen im Klatsch journalistischer Natur sind. Der Band *Klatsch* aus der *Journalismus Bibliothek* ist deshalb eine Pionierleistung: Er bietet einen kritischen Überblick über den Forschungsstand zum Klatschjournalismus und beleuchtet das weitgefächerte Spektrum dieses schillernden Tätigkeitsfeldes. Neben einem Abriss über Chancen und Stolpersteine gibt das Buch Einblicke in die Praxis, die durch Checklisten, Porträts, Analysen, Kommentare sowie ein Memorandum zur Rechtslage angereichert werden. Als erstes Lehrbuch über Klatschjournalismus stellt dieser Band längst überfällige Lehrinhalte für ethisch und journalistisch qualifizierte Klatschbeiträge bereit.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

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

info@halem-verlag.de



VORWORT DER HERAUSGEBER

Das journalistische Metier pflegt zum Klatsch ein eher gespaltenes Verhältnis. Bis heute halten sich die Vorurteile hartnäckig, dass Klatschjournalisten eine sensationsgeile Meute seien, die ihren Lebensunterhalt damit verdiente, unbedarften Prominenten aufzulauern, um sie in flagranti bei einer geheim gehaltenen Affäre oder anderen Sauereien zu ertappen – und schlimmer noch: ihnen bewusst etwas anzudichten. Sich mit der Enthüllung privater Fehltritte und Entgleisungen von Personen des sogenannten ›öffentlichen Lebens‹ zu schmücken, hat Klatschjournalisten den Ruf eingebracht, eine moralisch zwielichtige Truppe zu sein, die mit ›richtigem Journalismus‹ wenig am Hut hat. Und der gesamten Medienbranche haben sie überdies umstrittene juristische Regelwerke beschert, etwa das europaweit gültige Caroline-Urteil, das die Privatsphäre von Prominenten schützt.

Dabei wird geflissentlich übersehen, dass für die Klatschpresse eigene Qualitätsstandards herrschen und sie einer der wenigen journalistischen Bereiche ist, die sogar noch im Wachstum begriffen sind, während viele andere abgewirtschaftet werden. Ganz zu schweigen von ihrer außerordentlichen gesellschaftlichen Relevanz, die – neben vielen anderen Gründen, die in diesem Buch eine tragende Rolle spielen – der Sehnsucht unserer Gesellschaft nach tragischen Heldengeschichten zuzuschreiben ist, die sich in Adels-, Schauspieler- oder Politikerkreisen abspielen. Das ›Leben der anderen‹, so wird der Erfolg vieler Klatschformate oberflächlich gedeutet, gelte seinen Fans als Blaupause für den eigenen Wertekanon. Und es stimmt: Klatsch und Tratsch über Prominente sind schon immer

eine Form der Unterhaltung gewesen, an der man sich reiben, ergötzen oder sich mit ihr identifizieren kann. Jedoch erzeugen Klatschgeschichten, wenn sie ihre Publika breitenwirksam erreichen, einen Diskurs, der uns als Gesellschaft ermöglicht, unsere Normen und Standards abzugleichen, zu überprüfen oder zu reformulieren. Diese politische Relevanz von Klatsch(journalismus) wird häufig vergessen, jedoch genau deshalb hat er im journalistischen Spektrum seine Existenzberechtigung.

Die Platzhirsche des Genres wie *Bunte*, *Neue Post* und *Freizeit Revue*, aber auch zahlreiche Neugründungen wie *Closer*, *InTouch* und *Grazia* gehören, genau wie deren Online-Ableger, längst zu den tonangebenden Printmarken im deutschen Klatschmarkt. Klatschformate sind seit der Einführung der Privatsender auch im Fernsehen kein Tabu mehr – sondern solide Quotenbringer. Neben Klatschmagazinen wie *Exklusiv* (RTL) und *Leute heute* (ZDF) werden Klatschgeschichten auch aus den populären Casting-Shows wie *Germany's Next Topmodel*, *Dschungelcamp* oder *The Voice of Germany* generiert, die von anderen Medien aufgegriffen werden – frei nach dem Motto: »Bastele Dir Deinen eigenen Star!« Nicht zuletzt spricht der unaufhaltsame Aufstieg sozialer Netzwerke wie der von Facebook und des Kurznachrichtendienstes Twitter, aber auch einschlägiger US-amerikanischer Digitalangebote wie *Gawker* und *TMZ* dafür, dass Klatsch als journalistisches Segment bestens funktioniert. Auch die Branchenführer *Buzzfeed* und *Huffington Post* setzen eigene Klatschakzente, die selbst »qualitätsjournalistische« Medienangebote dazu verführen, hin und wieder Elemente aus People-Journalismus und Visual Storytelling für sich zu vereinnahmen.

Dass es sich bei der Publikation von Gossip über Stars und Sternchen jedoch um eine professionelle Grätsche handelt, steht außer Frage: Klatschjournalisten sind Nonkonformisten – das gilt im besten wie im schlechten Sinne. Während Klatschjournalisten gestern noch als Büffet-Plünderer und champagnersaufende Partylöwen verschrien waren, werden sie morgen vielleicht als Enthüller, Blattmacher und Unterhalter gefeiert. Die Bewertung dessen, was Klatschjournalisten tun und lassen sollen, ist immer eine Frage der Perspektive – und oft nur Spiegelbild allgemeiner berufsethischer Verwerfungen. Dabei ist die Reihe der Ikonen des Gewerbes lang, immerhin haben nicht wenige »seriöse« Journa-

listen hier ihr professionelles Handwerk gelernt. Dennoch gibt es für die merkwürdige Distanziertheit der Journalisten zum Klatsch keinen triftigen Grund, wie die Hörfunkjournalistin Aneta Adamek bemerkt. Auf die Frage »Wie wichtig ist Klatsch?« sagte sie vor einiger Zeit gegenüber dem Fachblatt *Medium Magazin*: »Klatsch gehört wie Kaffee zum Leben. Und wer Klatsch für unseriös hält, ist selbst kein seriöser Journalist. Unzählige Geschichten würden nicht erzählt, wenn man der Frage nicht nachgegangen wäre: was ist an der Geschichte dran?«

Insofern ist das, was die Autorinnen des vorliegenden Bandes leisten, nicht nur echte Pionierarbeit, weil man Fachbücher zum Thema Klatschjournalismus vergebens sucht. Es ist vielmehr deshalb eine Pionierleistung, weil ein richtiges Lehrbuch über dieses Tätigkeitsfeld einer Kampfansage gleicht, wenn man diese Gattung historisch, juristisch und wissenschaftlich gewissenhaft und nachvollziehbar beleuchten will. Bettina Hennig und Rike Schulz, beide vom Fach, gelingt dies problemlos, weil sie mit Geist und Seele Klatschjournalistinnen sind. Erstere ist zudem die einzige Wissenschaftlerin, die sich seit Jahren mit diesem Forschungsgebiet systematisch auseinandersetzt. Beide geben sich, das merkt man zwischen den Zeilen, bewusst streitbar, wenn es um die verlorene Ehre ihrer Profession geht.

Der neunte Band unserer Reihe *Journalismus-Bibliothek* ist einem Tätigkeitsfeld gewidmet, das es auf allen Hierarchie-Ebenen und in allen journalistischen Gewerken gibt. Der Band ermöglicht nicht nur gestandenen Redakteuren einen neuen Blick auf ein altes journalistisches Genre. Er hält auch für den Nachwuchs eine praktische Bedienungsanleitung bereit, wie man im Piranha-Glas des Klatschjournalismus Oberwasser behält. Der größte Verdienst des Bandes liegt darin, dass er dem Leser zu mehr begrifflicher Schärfe verhilft, etwa wenn es um die Unterschiede zwischen Boulevard, Klatsch und Unterhaltung geht, die nach unterschiedlichen dramaturgischen Regeln funktionieren.

Wir als Reihenherausgeber finden, dass dies ein gelungenes, längst überfälliges Buch ist, das dem Sorgenkind des Journalismus zu neuem Prestige verhelfen kann. Wir sind überzeugt, dass das gelingt.

Die Herausgeber, im Oktober 2014

Journalismus Bibliothek



ANDREAS ELTER / STEFAN RAUE

Politik.

Basiswissen für die Medienpraxis

Journalismus Bibliothek, 1

2013, 232 S., 39 Abb., 3 Tab., Broschur m.

Klappe, dt.

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

ISBN 978-3-86962-016-9

Politikjournalismus ist der Dreh- und Angelpunkt des Journalismus – sowohl demokratietheoretisch betrachtet als auch historisch. Zentrale journalistische Begriffe wie ›vierte Gewalt‹ oder ›Kontrollleure der Macht‹ kennzeichnen Wesen und Funktionen des Politikjournalismus bis heute. Auch wenn das Informations- und Vermittlungsmonopol der politischen Journalisten von neuen digitalen Formen der Web-2.0-Kommunikation herausgefordert wird, leisten sie nach wie vor zentrale Aufgaben für die Gesellschaft.

Im Band *Politik* zeigen die Autoren Andreas Elter und Stefan Raue die gesamte Bandbreite dieses bedeutenden journalistischen Tätigkeitsfeldes für Berufseinsteiger und Medieninteressierte auf, indem sie Themenfelder wie Lobbyismus, TV-Duelle, Newsdesks oder investigative Recherche beleuchten. Zudem liefert der Band zahlreiche Eindrücke aus der Berufspraxis: Erfahrene Politikjournalisten berichten in Gastbeiträgen über ihre Arbeit, erfolgreiche Kollegen werden porträtiert und Chefredakteure geben Antworten in Kurzinterviews.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

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

info@halem-verlag.de



Journalismus Bibliothek



MARTIN WELKER / DANIEL ERNST

Lokales.

Basiswissen für die Medienpraxis

Journalismus Bibliothek, 5

2012, 224 S., Broschur m. Klappe, dt.

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

ISBN 978-3-86962-020-6

Das Lokale scheint in Zeiten des globalen Internets chancenlos. Doch der Schein trügt: Globalität verleiht diesem Ressort eine neue Wertigkeit. Statt ›more of the same‹ heißt es fortan ›out of the ordinary‹. Das Lokale zeigt sich als publizistische Kraftquelle und innovativer Hotspot, hier wird mit neuen Formen und Formaten experimentiert. Denn in diesem Bereich – mit der größten Nähe zum Leser – zeigt sich sehr schnell, ob Neues funktioniert.

Im Band *Lokales* aus der Reihe *Journalismus Bibliothek* erklären die Autoren Martin Welker und Daniel Ernst, was den Lokalteil stark macht: gründliche Recherche, gute Präsentation und die Vermittlung zum Nutzer. Das Buch benennt nicht nur die Herausforderungen des journalistischen Alltags, sondern zeigt auch, wie Journalisten den Pressemitteilungen, Ankündigungen und Terminen täglich neue Seiten abgewinnen können. Abgerundet wird der Band mit zahlreichen Fallbeispielen und Kurzinterviews, die einen fundierten Einblick in das Lokalressort gewähren.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

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

info@halem-verlag.de



Journalismus Bibliothek



HOLGER HETTINGER / LEIF KRAMP

Kultur.

Basiswissen für die Medienpraxis

Journalismus Bibliothek, 7

2013, 256 S., Broschur m. Klappe, dt.

EUR(D) 19,50 / EUR(A) 19,95 / sFr. 33,00

ISBN 978-3-86962-021-3

Ob traditionell zuständig für Hochkultur oder als Feuilleton mit Allzuständigkeitsanspruch: Kulturjournalismus ist eines der kreativsten und vielseitigsten Arbeitsfelder im Journalismus und heute mehr denn je ein publizistisches Feld, das Kultur als Rahmen sozialen Handelns versteht.

Entsprechend breit gefächert ist die Arbeit von Kulturjournalisten, die Holger Hettinger und Leif Kramp im vorliegenden Band der *Journalismus Bibliothek* vorstellen. Übersichtlich und verständlich für Berufseinsteiger, Hochschullehrer und Kulturinteressierte wird Kulturjournalismus dabei nicht nur in den klassischen Mediengattungen, sondern auch als Massenphänomen im Internet behandelt. Neben einem Überblick über berufliche Möglichkeiten beschreibt das Buch auch konkrete Fallstricke aus der Berufspraxis. Porträts erfolgreicher Kritiker, Reporter und Redakteure geben anschaulich Einblick in vielversprechende Karrieren und persönliche Motive. Darüber hinaus werden die einflussreichsten Kulturmedien vorgestellt und Checklisten sowie ein Serviceteil mit Ausbildungsführer und wichtigen Kontaktadressen zeigen Wege in den Beruf.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

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

info@halem-verlag.de

