

Nea Matzen

Online-Journalismus für die Praxis

Fachwissen für Netzpublikationen

4., komplett überarbeitete Auflage

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
<https://dnb.de> abrufbar.

Nea Matzen
Online-Journalismus für die Praxis
Fachwissen für Netzpublikationen
Praktischer Journalismus, 114
Köln: Herbert von Halem Verlag 2025

4., komplett überarbeitete Auflage

© 2025 by Herbert von Halem Verlag, Köln

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.

ISSN 1617-3570

ISBN (Print) 978-3-7445-2035-5

ISBN (PDF) 978-3-7445-2036-2

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im
Internet unter <https://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

Lektorat: Imke Hirschmann
Druck: FINIDR, S.R.O., Tschechische Republik
Satz: Herbert von Halem Verlag
Gestaltung: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
1. DIGITAL PUBLIZIEREN AUF ALLEN PLATTFORMEN	11
1.1 Professionell, transparent und verantwortlich publizieren	11
1.2 Crossmedial arbeiten: Digital auf allen Kanälen	19
1.3 Zwölf Alleinstellungsmerkmale des Online-Journalismus plus KI	22
1.4 Die Bedeutung von Nutzungsverhalten, Algorithmen und Abhängigkeiten	58
2. TEXTEN UND PROMPTEN FÜRS NETZ	78
2.1 Der schnelle Überblick: Zwölf Regeln für Online-Texte	78
2.2 Warum Text beliebt und (immer noch) wichtig ist	84
2.3 Überschriften und Teaser: Fanfare und Postillon	102
2.3.1 Überschriften: Der entscheidende Faktor	113
2.3.2 Teaser: Locken, aber nicht zu viel versprechen	119
2.4 Textaufbau: Länge, Sog und Orientierung	126
2.5 Klartext bei Links	153
2.6 Suchmaschinenoptimierung: Autorität, Relevanz und Nutzungsfreundlichkeit	156
2.7 Das Entscheidende beim Texten fürs Netz im Überblick	190

3.	SOCIAL MEDIA: STRATEGIE, TEXTEN UND DESIGN	193
3.1	Nutzungsinteressen, Sorgfalt und digitales Profil	200
3.2	Journalismus auf externen Plattformen – ein ambivalentes Unterfangen	209
3.3	Essentials für Planung und Umsetzung	231
3.4	Warum Interaktion so wichtig ist	244
3.5	Beiträge für Social Media erstellen	251
	3.5.1 Texten für Social Media	253
	3.5.2 Text und Bild kombinieren	264
	3.5.3 Webvideos für Social Media und Websites	274
3.6	Berufliche Netzwerke: LinkedIn und Xing	301
3.7	Herangehensweise und Haltung	302
4.	DARSTELLUNGSFORMEN IM DIGITALEN JOURNALISMUS	304
4.1	Kreative Vielfalt und Klassiker des Journalismus	304
	4.1.1 Cross- und multimedial	306
	4.1.2 Dossiers, Onepager und interaktive Webstorys	311
	4.1.3 Scrollytelling und Onepager	312
4.2	Hintergrund in verschiedenen Formaten	324
	4.2.1 Fragen und Antworten	325
	4.2.2 Expert:inneninterviews	326
	4.2.3 Pro, Contra – und Perspektivenvielfalt	327
	4.2.4 Erklärformate	330
	4.2.5 Faktencheck: Recherche und Verifikation	334
	4.2.6 Dokumentation der eigenen Arbeit	343
4.3	Zeitleisten	348
4.4	Eilmeldungen, Push-Nachrichten und Liveblogs	349
4.5	Einbindung von Leser:innen	352
	4.5.1 Von Web 1.0 bis 4.0	352
	4.5.2 Dialog via Chats im Web und via Social-Media- Plattformen	362
	4.5.3 Umfragen und Quiz	364

4.6	Blogs	365
4.7	Fotoformate	368
4.7.1	Einzelbild und Slider	368
4.7.2	Bilderstrecken und Fotoreportagen	371
4.7.3	Audioslideshows	374
4.8	Podcasts und andere Audioformate	376
4.9	Grafiken und Datenjournalismus	383
5.	LITERATUR	395
5.1	Gedruckt und online	395
5.2	Websites und Newsletter für regelmäßige Updates	419