

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Regionalität</b>	<b>5</b>
2.1	Die Wahrnehmung des Regionalen	5
2.2	Was heißt eigentlich „regionale“ Berichterstattung?	8
	Literatur	10
<b>3</b>	<b>„Nachrichten müssen objektiv sein“</b>	<b>11</b>
3.1	Objektivität – kann es die überhaupt geben?	11
3.2	Was heißt „objektiv und ausgewogen?“	12
<b>4</b>	<b>Lesen vs. Hören</b>	<b>15</b>
<b>5</b>	<b>Verständlichkeit messen?</b>	<b>17</b>
	Literatur	19
<b>6</b>	<b>Manuskript und Präsentation</b>	<b>21</b>
6.1	Natürlich und verständlich präsentieren	21
6.2	Das Manuskript gestalten	22
<b>7</b>	<b>Die Inhalte</b>	<b>23</b>
7.1	Welche Themen gehören in die Regionálnachrichten?	24
7.2	Quellen und Eigenrecherche	29
<b>8</b>	<b>Die Gliederung der Sendung</b>	<b>33</b>
8.1	Die Aufmachermeldung	33
8.2	Ordnung muss sein	34
8.3	Wiederholungen, Aktualisierungen	34

<b>9 Die einzelne Meldung</b> .....	37
9.1 Was die Spitzmarke leistet .....	37
9.2 Die Schlagzeile .....	40
9.3 Der Leadsatz entscheidet, ob der Hörer hinhört .....	43
9.4 Meldungen logisch und einfach aufbauen .....	55
9.5 Nur das Wesentliche melden, aber auch nicht weniger .....	62
9.6 Wie lang darf eine Meldung sein? .....	69
<b>10 Die Sprache – einfach, direkt, korrekt</b> .....	71
10.1 Der Satzbau .....	71
10.2 Die Wortwahl .....	80
10.3 Grammatikalische Fallstricke .....	108
10.4 Sprache zum Sprechen .....	114
<b>11 O-Ton und KB</b> .....	119
11.1 Trocken melden oder mit KB/O-Ton? .....	119
11.2 Die Anmoderation .....	120
11.3 Der Korrespondentenbericht (KB) .....	121
11.4 Der Original-Ton (O-Ton) .....	122
<b>12 Tipps für die Praxis</b> .....	123
12.1 Pressemitteilungen immer nach demselben Schema bearbeiten ...	123
12.2 Sich abwechselnd auf bestimmte Fehlertypen konzentrieren .....	124
12.3 Feedback .....	125
<b>13 Regionalnachrichten im Internet</b> .....	127
13.1 Der Teaser .....	128
13.2 Die ausführliche Meldung .....	133
13.3 Entwicklungen .....	136
<b>14 Zu guter Letzt</b> .....	139