
Inhaltsverzeichnis

1	Grundregeln für professionelle Texte	1
1.1	Kurz, klar und bildhaft – die Einleitung	1
1.2	„Die Kürze ist die Schwester des Talents“ – kurz schreiben	2
1.2.1	Das Ludwig-Reiners-Schema – eine Faustformel	2
1.2.2	Satzstruktur	3
1.3	Klar schreiben	20
1.3.1	Die Sprache der Politiker	21
1.3.2	Managersprech	22
1.3.3	Das Deutsch der Bürokraten	22
1.3.4	Die Sprache der Pressesprecher	26
1.3.5	Das Passiv	27
1.3.6	Die Verben	29
1.3.7	Die Adjektive	33
1.4	Von Bären, Läusen und Maden – bildhaft schreiben	38
1.5	Das Hamburger Verständlichkeitsmodell	40
1.5.1	Die Dimension Einfachheit	41
1.5.2	Die Dimension Gliederung und Ordnung	41
1.5.3	Die Dimension Kürze und Prägnanz	42
1.5.4	Die Dimension „anregende Zusätze“	43
1.5.5	Wertung	43
1.6	Das Karlsruher Verständlichkeitskonzept	45
	Literatur	47
2	Die journalistischen Darstellungsformen	49
2.1	News is what's different – die Nachricht	49
2.1.1	Aktuell, neu, interessant und von persönlichem Belang – die Nachrichtendefinition der BBC	50
2.1.2	Die Nachricht – eine Einordnung	54

2.2	Die Zeitungs- und Agenturmeldung – das Schwarzbrot des Journalisten	54
2.2.1	Der Küchenzuruf – die Kernbotschaft der Meldung	55
2.2.2	Die W-Fragen – der Aufbau der Meldung	56
2.2.3	Die Sprache der Meldung	64
2.3	Die Zeitschriftenmeldung – die etwas andere Meldung	65
2.3.1	Der Aufbau der Zeitschriftenmeldung	65
2.3.2	Die Sprache der Zeitschriftenmeldung	69
2.4	Der Zeitungs- und Agenturbericht	70
2.4.1	Der Aufbau des Zeitungs- und Agenturberichts	71
2.4.2	Die Sprache des Zeitungs- und Agenturberichts	75
2.5	Der Zeitschriftenbericht – eine informierende und unterhaltende Darstellungsform	76
2.5.1	Der Aufbau des Zeitschriftenberichts	76
2.5.2	Die Sprache des Zeitschriftenberichts	78
2.6	Die Reportage – die journalistische Königsdisziplin	79
2.6.1	Die Reportage – der Aufbau	82
2.6.2	Die Reportage – die Sprache	87
2.7	Das Feature – das journalistische Phänomen	88
2.7.1	Das Feature – der Aufbau	88
2.7.2	Das Feature – die Sprache	95
2.8	Das Porträt – die Abbildung einer Person	97
2.8.1	Das Porträt – der Aufbau	101
2.8.2	Das Porträt – die Sprache	104
2.9	Das Interview	105
2.9.1	Das gegenstandszentrierte Interview	107
2.9.2	Das personenzentrierte Interview	109
2.9.3	Das personenzentrierte Sachinterview	110
2.9.4	Das Interview – der Aufbau	112
2.9.5	Das Interview – die Autorisierung	118
2.9.6	Das Interview – die Sprache	121
2.10	Der Kommentar	122
2.10.1	Der Kommentar – der Aufbau	124
2.10.2	Der Kommentar – die Sprache	128
2.11	Die Glosse	129
2.11.1	Die Komik der Glosse – drei Techniken	130
2.11.2	Die Glosse – der Aufbau	132
2.11.3	Die Glosse – Beispiel	135
2.11.4	Die Glosse – die Sprache	138

2.12 Die Kritik – die janusköpfige Textsorte	138
2.12.1 Die Kritik – der Aufbau	140
2.12.2 Die Kritik – die Sprache	147
2.13 Die Überschrift – der Köder	149
Literatur	155
3 Das Internet	157
3.1 Der Siegeszug des Internets	157
3.2 Schreiben für Online-Medien	158
3.2.1 Absätze und Zwischenüberschriften – Orientierung und Auflockerung	158
3.2.2 Die Überschrift – bei Online-Texten besonders wichtig	159
3.2.3 Der Teaser – die Kunst, zu verführen	160
3.2.4 Schrift, Farben und Unterstreichungen – Besonderheiten bei Online-Texten	165
3.2.5 Richtig verlinken	165
3.2.6 Bilder, Audio-Dateien, Videos – das Web als multimediales Medium	169
3.3 Journalistische Blogs	170
3.3.1 Themenzentrierte Blogs	170
3.3.2 Personenzentrierte Blogs	171
3.3.3 Schreiben für Blogs	171
Literatur	172