



Kompendium

Die journalistische Vielfalt der Darstellungsformen



Aachener Zeitung
Aachener Nachrichten

Inhalt

Klassische Textsorten	3
1. Die Nachricht – Meldung und Bericht	5
1a Die Meldung.....	6
1b Der Bericht.....	8
2. Die Reportage.....	11
3. Das Porträt	17
4. Das Interview	20
5. Der Kommentar/Leitartikel	23
6. Die Glosse	27
7. Die Kritik/Rezension.....	30
 Grafische Darstellungsformen	 33
1. Das Zeitungsfoto	34
2. Die Informationsgrafik	36
3. Die Karikatur	38
 Digitale Darstellungsformen	 40
1. Blog	40
2. Podcast.....	40
3. Bewegtbild (Video)	41
4. Multimediales Storytelling.....	41
 Digitale Verbreitungschanäle	 42
2. Das E-Paper	43
3. Social Media.....	44
 Einbindung der Leserinnen und Leser	 46
1. Der Leserbrief	46
2. Der Online-Kommentar	47
 Klassische journalistische Darstellungsformen im Überblick	 48

Klassische Textsorten

Ein Redakteur bestimmt durch die Wahl der Textsorte die Art, wie das Thema oder Ereignis dargestellt wird. Jede Textsorte entspricht einer anderen „Erzählweise“ und setzt andere inhaltliche Schwerpunkte. Journalistische Textsorten können nach ihrer Zielsetzung eingeteilt werden, nämlich in informationsbetonte Textsorten (z. B. die Meldung) und in meinungsbetonte Textsorten (z. B. der Kommentar).

Dass ein Text informationsbetont ist, bedeutet aber nicht immer, dass er auch objektiv ist. So zählt das Interview zu den informationsbetonten Textsorten, da dem Leser Informationen (über eine Person, ein Ereignis oder bestimmte Gegebenheiten) geliefert werden sollen. Diese Informationen werden aber aus der persönlichen Sicht einer Person wiedergegeben. Insofern sind die Aussagen im Text subjektiv.

Bei meinungsbetonten Texten ist der Informationsgewinn für den Leser nachrangig. Sie sind stets subjektiv. Das bedeutet aber nicht, dass Tatsachen keine Bedeutung haben. So untermauert der Autor eines Kommentars seine Meinung durch Argumente und Fakten. Auch der Verfasser einer Kritik muss sein Urteil begründen, damit der Leser es nachvollziehen kann. Hierin besteht ein wesentlicher Unterschied zu den so genannten „Fake News“, in denen eine Meinung entweder gar nicht mit Fakten untermauert wird oder Tatsachen verfälscht werden.

Dementsprechend lassen sich journalistische Darstellungsformen folgendermaßen einteilen. Der Vollständigkeit halber werden hier auch die grafischen Darstellungsformen berücksichtigt:

	informationsbetonte Darstellungsformen	meinungsbetonte Darstellungsformen
objektiv	Nachricht (Meldung und Bericht)	
	Infografik	
subjektiv	Feature*	Karikatur
	Interview	Glosse
	Reportage	Kritik/Rezension
	Porträt	Kommentar/Leitartikel
	Foto	Kolumne**

* (siehe nächste Seite)

** (siehe nächste Seite)

4 Kompendium: Die journalistische Vielfalt der Darstellungsformen

* Ein **Feature** ist eine Form der Reportage, die sich durch ein höheres Maß an Fakten und Hintergrundinformationen auszeichnet. Die Bezeichnung ist im Print-Journalismus unüblich.

** Eine **Kolumne** ist eine Form des Kommentars oder der Glosse, die regelmäßig an derselben Stelle in der Zeitung erscheint und immer von derselben Person verfasst wird.

Je nach Gegenstand oder Ziel der Berichterstattung bieten sich bestimmte Darstellungsformen besonders an:

Schwerpunkt der Berichterstattung	geeignete Darstellungsform
Fakten, Daten, Neuigkeiten	Nachricht, Bericht
komplizierte Daten/Fakten	Feature, Reportage
Personen, Expertenwissen	Interview, Porträt
Handlung	Reportage
Meinung und Argumentation	Kommentar, Glosse
Meinung und Bewertung	Kritik/Rezension, Karikatur

>> Alle journalistischen Darstellungsformen, die im Folgenden vorgestellt werden, findet ihr auch noch einmal auf einer großen **Überblicksseite** am Ende dieses Kompendiums.



1. Die Nachricht – Meldung und Bericht

Die Nachricht gehört zu den informationsbetonten Textsorten. Das heißt, sie darf keine Wertung oder die Meinung des Journalisten enthalten. Die Sprache in einer Nachricht ist klar und sachlich. Nachrichtentexte sollen in erster Linie die W-Fragen beantworten:

Wer ist/war beteiligt? **Was** ist geschehen?

Wann ist es geschehen?

Wo ist es geschehen? **Wie** ist es geschehen? **Warum** ist es geschehen?

Woher stammen die Informationen?

Nicht immer werden alle sieben W-Fragen beantwortet, zum Beispiel wenn einzelne Angaben zum Zeitpunkt der Nachricht noch unbekannt waren. Sehr häufig wird die Frage „Warum?“ nicht beantwortet, weil die Gründe oder Ursachen eines Ereignisses erst später klarwerden. Bei Nachrichten über Straftaten wird gelegentlich die Quelle nicht genannt, wenn offensichtlich ist, dass die Polizei die Informationsquelle ist.

Man unterscheidet zwei Varianten der Nachricht:

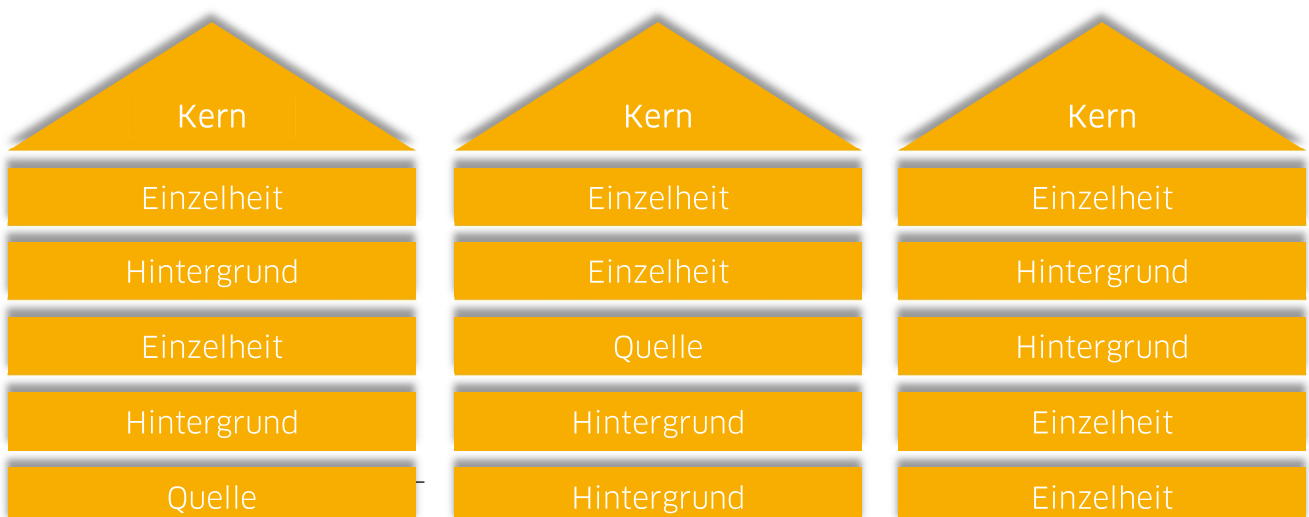
die Meldung

als **kürzeste Form** einer Nachricht

den Bericht

als längere und **vertiefende Form** einer Nachricht

Eine Nachricht besteht aus mehreren Elementen: Am Anfang des Textes steht der **Kern** der Nachricht. In einem Satz werden die wichtigsten Informationen zusammengefasst. Auf diesen Kern folgen **Einzelheiten**, **Hintergrundinformationen** und **Quellenangaben**. Die Reihenfolge dieser weiteren Elemente ist dabei nicht festgelegt. Man kann sie mit austauschbaren Bausteinen vergleichen, weshalb man auch vom „Bausteine-Modell“ spricht. Die folgenden Illustrationen des Modells stellen folglich nur mögliche Varianten dar:¹



¹ Darstellung nach Josef Ohler, „Der Nachrichtenaufbau“, in: Dietz Schwiesau/Josef Ohler (Hgg.), Nachrichten - klassisch und multimedial, München 2003

1a Die Meldung

Eine Meldung ist eine **besonders kurze Nachricht**, die die wichtigsten W-Fragen in wenigen Sätzen beantwortet. Sie beginnt mit einem so genannten Lead-Satz, der die wichtigsten Informationen zusammenfasst und oft der längste Satz im gesamten Text ist.

Oft werden nicht alle W-Fragen beantwortet. Die Quelle der Meldung („Woher?“) wird zum Beispiel manchmal bei Meldungen über Straftaten nicht beantwortet, da der Leser davon ausgehen kann, dass die Informationen von der Polizei stammen. Die Fragen „Warum?“ und „Wie?“ können auch nicht immer beantwortet werden, weil diese Informationen zum Zeitpunkt der Meldung möglicherweise noch nicht vorliegen.

Hier findest du einen Überblick über die Merkmale einer Meldung, veranschaulicht an einem Beispiel aus der Aachener Zeitung/den Aachener Nachrichten (s. folgende Seite):

Ausrichtung	• informationsbetont und objektiv
Aufbau	• Einleitung durch einen so genannten Lead-Satz, der die wichtigsten Informationen liefert • Einzelheiten, Hintergründe und Quellenangaben in variabler Abfolge (vgl. Darstellung des „Bausteine-Modells“ auf S. 5)
Elemente/ Gestaltung	• Beantwortung der W-Fragen: ▶ Was? Auflösung einer illegalen Straßenparty ▶ Wer? Polizei, 800 mehrheitlich junge Leute ▶ Wann? Samstagabend ▶ Wo? Bern, in einem Park
Sprache	• Lead-Satz oft relativ lang (viele Informationen in einem Satz) • kurze und knappe Formulierungen • sachliche Formulierungen, keine wertenden Attribute
Themen/ Inhalte	• Polizeimeldungen, z. B. über Unfälle, Einbrüche, Diebstähle etc. • Ankündigungen von Veranstaltungen • Ereignisse in der Politik/Wirtschaft/dem Sport hier: Polizeimeldung

Die Meldung – Textbeispiel

Schweizer Polizei löst illegale Straßenparty auf

GENEVE Die Schweizer Polizei hat eine Straßenparty in Bern mit Wasserwerfern und Gummigeschossen aufgelöst. Wie die Polizei mitteilte, versammelten sich am Samstagabend mehr als 800 mehrheitlich junge Leute in einem Park in der Schweizer Hauptstadt. Sie wollten mit Umzugswagen mit Musik und Transparenten in Richtung Innenstadt ziehen. Da der Umzug nicht genehmigt war, schritt die Polizei ein. Die teilweise verkleideten Teilnehmer hätten dann Polizisten mit Steinen und Flaschen beworfen, Straßenbarrikaden errichtet und angezündet sowie Feuerwerkskörper abgefeuert. Um die Einsatzkräfte zu schützen und weiteren Sachschaden zu verhindern, hätten die Polizisten nach „mehrmaliger Abmahnung“ Wasserwerfer, Gummischrot und Reizstoff eingesetzt. (afp)

Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten
14.09.2020, Aus aller Welt

1b Der Bericht

Der Bericht ist der **längere Bruder der Meldung**. Er geht weiter in die Tiefe und beantwortet folgende Fragen zusätzlich: Wie ist etwas passiert? Warum ist es passiert?

Berichte sind auf fast jeder Seite der Aachener Zeitung/ Aachener Nachrichten zu finden. Hier eine Übersicht mit Beispielen aus einem echten Bericht (s. nächste Seite).

Ausrichtung	• informationsbetont: Aus dem Hause Edeka heiß es, dass eine Umbenennung der Würzsaucen der Eigenmarken von Edeka und bei Netto Marken-Discount geprüft werde. • objektiv und ausgewogen: Wenn es um strittige Sachverhalte geht, kommen beide Seiten zu Wort. Dies ist hier nicht der Fall, da die Fakten unstrittig sind.
Aufbau	• entsprechend dem „Bausteine-Modell“ (wie bei der Meldung)
Elemente/ Gestaltung	• Beantwortung der W-Fragen Wo? Dissen/ Bautzen Wer? Knorr, Betroffenenvereinigung (Zentralrat der Deutschen Sinti und Roma), weitere Lebensmittelhersteller Was? Umbenennung der „Zigeunersauce“ und Einschätzung der Betroffenenvereinigung dazu Wann? Sonntag Bekanntgabe Knorr, Dienstag Stellungnahmen des Zentralrates Warum? Umbenennung der Zigeunersauce aufgrund von Rassistendeckelung, für Betroffenenvereinigung nicht das richtige Level zur Diskussion Wie? (hier keine Angabe) • Umfangreichere Zusatzinformationen als bei der Meldung: Der Begriff „Zigeuner“ ist eine alte Sammelbezeichnung für verschiedene Volksgruppen. Der Zentralrat der in Deutschland vor allem lebenden Volksgruppen Sinti und Roma nennt den Begriff „eine von Klischees überlagerte Fremdbezeichnung der Mehrheitsgesellschaft, die von den meisten Angehörigen der Minderheit als diskriminierend abgelehnt wird“. Ein Vereinssprecher sagte, der Begriff sei immer mit Ausgrenzung verbunden und negativ besetzt gewesen. • Einbindung von Zitaten: „Für den Zentralrat sind vor diesem Hintergrund Zigeunerschnitzel und Zigeunersauce nicht von oberster Dringlichkeit.“.
Sprache	• sachlich, aber nicht so knapp wie bei der Meldung
Themen/Inhalte	• aktuelle Geschehnisse, hier: Umbenennung der Zigeunersauce

Der Bericht – Textbeispiel

Diskussion auf falscher Ebene?

Knorr hat angekündigt, seine „Zigeunersauce“ umzubenennen. Andere Anbieter ziehen nun nach. Die Betroffenenvereinigung will eine Auseinandersetzung auf einem anderen Level.

DISSEN/BAUTZEN Mehrere Lebensmittelhersteller wollen ihre „Zigeunersauce“ umbenennen – der Zentralrat der Deutschen Sinti und Roma begrüßt den Schritt, hält die Würzsauce aber für die falsche Ebene für eine Auseinandersetzung mit dem Begriff. Ein Sprecher des Vereins sagte am Dienstag: „Wir haben es mit Anschlägen im rechtsextremen Milieu zu tun und in dem Kontext taucht der Begriff „Zigeuner“ natürlich auf. Das sind die Sachen, die uns wirklich Sorgen machen.“ Er fügte hinzu: „Die Zigeunersauce ist da nicht das richtige Level, um diesen Begriff zu diskutieren.“

Zentralratsvorsitzender Romani Rose hatte zuvor gesagt, dass ihm der wachsende Antiziganismus in Deutschland und Europa größere Sorgen bereite. „Für den Zentralrat sind vor diesem Hintergrund Zigeunerschnitzel und Zigeunersauce nicht von oberster Dringlichkeit.“

Schon immer negativ besetzt

Der Begriff „Zigeuner“ ist eine alte Sammelbezeichnung für verschiedene Volksgruppen. Der Zentralrat der in Deutschland vor allem lebenden Volksgruppen Sinti und Roma nennt den Begriff „eine von Klischees überlagerte Fremdbezeichnung der Mehrheitsgesellschaft, die von den meisten Angehörigen der Minderheit als diskriminierend abgelehnt wird“. Ein Vereinssprecher sagte, der Begriff sei immer mit Ausgrenzung verbunden und negativ besetzt gewesen.

Am Sonntag war bekannt geworden, dass Knorr seine „Zigeu-



Nicht von höchster Dringlichkeit: Betroffene verweisen darauf, dass rechtsradikale Angriffe eine ernstere Angelegenheit sind als ein Saucenname. FOTO: DPA

nersauce“ in „Paprikasauce Ungarischer Art“ umbenennen. Auch die Lebensmittelhersteller Homann

und Bautz'ner teilten daraufhin mit, dass ihre „Zigeunersaucen“ bald anders heißen sollen. „Die Namensän-

derung ist auch bei uns schon länger in Planung und der Zeitpunkt nur noch von produktionstechnischen Umständen abhängig“, ließ eine Sprecherin des sächsischen Unternehmens Bautz'ner wissen.

Auch bei der niedersächsischen Firma Homann mit Sitz in Dissen läuft die Diskussion seit geraumer Zeit, wie ein Sprecher der Theo Müller Unternehmensgruppe mitteilte. Man betrachte den Begriff nach wie vor als reine Sortenbezeichnung, allerdings „werden wir diese Sorte beim nächsten Relaunch des Verpackungsdessigns auf zum Produkt passende Art und Weise umbenennen“. Über die neuen Namen gaben die Firmen zunächst keine Auskunft.

Aus dem Hause Edeka hieß es, dass eine Umbenennung der Würzsaucen der Eigenmarken von Edeka und bei Netto Marken-Discount geprüft werde. Die Firma Heinz teilte mit, dass ein entsprechendes Produkt bereits vor sieben Jahren aus dem Sortiment genommen wurde. Einen Grund gab das Unternehmen nicht an. (dpa)



Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten
19.08.2020, Aus aller Welt

Tipps zum Schreiben einer Nachricht (Meldung oder Bericht):

Tipps

Formuliere einen Lead-Satz, der die wichtigsten Informationen enthält.

Beantworte die weiteren W-Fragen, indem du Einzelheiten und Hintergrundinformationen lieferst.

Vergiss nicht, deine Quelle(n) zu nennen.

Lasse in einen Bericht auch Zitate einfließen.

Beispiele

Am Montagabend hat sich auf der Aachener Straße ein Unfall ereignet. (Wann? Wo? Was?)

Zwei PKW stießen frontal gegeneinander. Der 48-jährige Fahrer eines VW-Golf übersah den BMW einer 50-jährigen Frau beim Abbiegen. Beide Fahrer wurden nur leicht verletzt,... (Wie? Wer? Woher?)

...wie die Polizei mitteilte.

„Die beiden Beteiligten hatten Glück im Unglück.“, so André Lange, der als erster Rettungssanitäter vor Ort war.

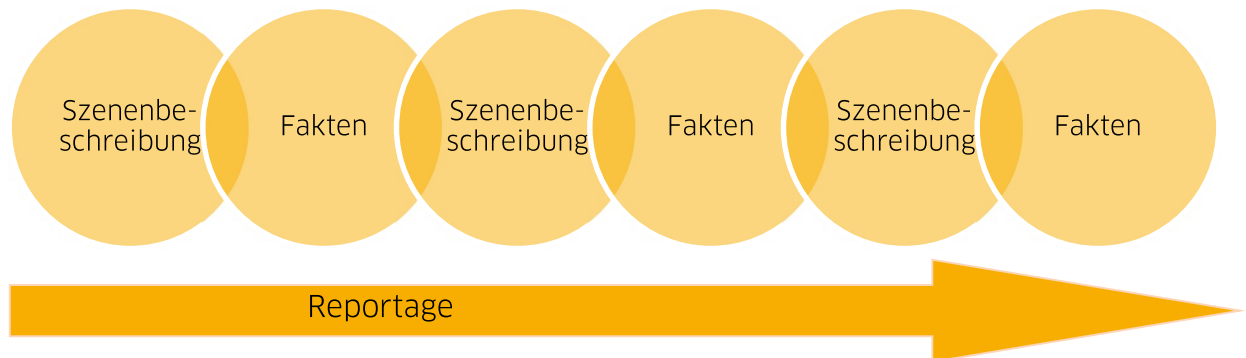
2. Die Reportage

Bei der Reportage handelt es sich um einen „**Erlebnisbericht**“. Sie wird auch häufig als der **Dokumentarfilm unter den Textsorten** bezeichnet. Im Gegensatz zur Nachricht, die sachlich sein muss, werden in der Reportage Erlebnisse und Fakten erzählerisch miteinander verknüpft. Daher handelt es sich um eine informationsbetonte Textsorte, in der aber auch subjektiv berichtet wird. Eine Sonderform ist das Feature. Es zeichnet sich vor allem durch eine stärkere Einbindung von Hintergrundfakten aus. Der Begriff ist im deutschen Sprachraum allerdings eher im Rundfunkbereich üblich und wird selten für Texte verwendet.

Reportagen findest du in der Aachener Zeitung/den Aachener Nachrichten zu allen Themen, besonders häufig in der Wochenendausgabe. Hier eine Übersicht mit Beispielen einer echten Reportage (s. übernächste Seite).

Ausrichtung	informationsbetont Provida ist die Abkürzung für den englischen Begriff proof video data system, also ein System, das anhand von Videoaufnahmen Daten und Beweise sichert, wie schnell Menschen fahren. Provida gibt es in Polizeiautos und eben auf Motorrädern. Mit Videoaufzeichnung, bei der die Geschwindigkeit gemessen wird, sammeln die Provida-Fahrer Beweise, wie schnell die Raser fahren.
Aufbau	Wechsel zwischen Szenenbeschreibungen und erläuternden Fakten (vgl. auch Schaubild auf der nächsten Seite): Genau das Geräusch eines Motorrads, das stark beschleunigt, hat wenige Sekunden vorher Heiners Aufmerksamkeit erregt. Jetzt verfolgt der Motorradpolizist zwei Fahrer aus den Niederlanden. Er wird sie einholen, belehren und bestrafen. Das ist das, was der Fahrer des Provida-Motorrads der Polizei im Kreis Düren tut. Er verfolgt Raser. Meistens in der Nordeifel, die Kante Heimbach und Rursee. Manchmal auch im flachen Land, beispielsweise auf der Bundesstraße 55 bei Jülich. Auch da wird gerne schnell gefahren.
Elemente/Gestaltung	- Beschreibung von Erlebtem und Handlung: Hier schildert der Autor Informationen und eigene Eindrücke über den Umgang mit den Rasern. - Fokussierung auf Personen: Oft stehen Personen (zeitweise) im Vordergrund, in diesem Fall der Polizist Volker Heinen und die zu schnell fahrenden Motorradfahrer. - Schilderung von Sinneseindrücken: Wenige Meter, nachdem er den Parkplatz der Abtei Mariawald verlassen hat, dreht er das Gas voll auf. Das ist deutlich zu hören.
Sprache	- beschreibend, viele Attribute - wertende Ausdrücke
Inhalte/Themen:	Reisen, oder besondere Menschen/Gruppen sowie politische oder gesellschaftliche Gegebenheiten

Idealtypischer Aufbau einer Reportage (Schaubild):



Tipps zum Verfassen einer Reportage

Tipps

Beobachte Umwelt und Menschen genau, damit du sie beschreiben kannst.

Begleite Personen bei ihrer Tätigkeit (Thema der Reportage) einen Tag lang.

Mache dir möglichst genau Notizen zu den Fakten, die du dann in den Text einfließen lassen kannst.

Beschreibe Sinneseindrücke und Situationen genau.

Recherchiere Hintergründe und Fakten sorgfältig.

Beispiele

Das Gebäude der Michael-Ende-Förderschule wirkt von außen wie ein großer Betonklotz, doch die Innenhöfe lassen viel Licht ins Gebäude. Man kann spüren, dass sich die Schülerinnen und Schüler wohlfühlen.

Karin Müller ist eine sehr engagierte Lehrerin. Um sieben Uhr morgens ist sie fast immer die Erste im Lehrerzimmer. Doch sie hat viel zu tun, bis der Gong zur ersten Stunde erklingt: ...

Draußen ziehen graue Wolken vorüber. Ein dunkler Herbsttag geht zu Ende, der Karin Müllers Enttäuschung über die Entscheidung der Schulleitung widerspiegelt.

Die Michael-Ende-Förderschule existiert seit 1989. Inzwischen ist das Kollegium auf 120 Lehrerinnen und Lehrer angewachsen.

Die Reportage – Textbeispiel

Hinweis: Hier wurde eine Reportage von der Website gewählt (18.08.2020).
Redakteur: Guido Jansen



Kreis Düren Gerade war alles noch Geplänkel. Dann geht es ganz schnell. Volker Heinen startet sein Motorrad. „Weg da“, ruft der Polizist den Gesprächspartnern zu. Die springen aus dem Weg. Der erste Gang seiner BMW rastet ein, Heinen schließt das Visier seines Helms und rauscht los. Wenige Meter, nachdem er den Parkplatz der Abtei Mariawald verlassen hat, dreht er das Gas voll auf. Das ist deutlich zu hören.

Genau das Geräusch eines Motorrads, das stark beschleunigt, hat wenige Sekunden vorher Heinens Aufmerksamkeit erregt. Jetzt verfolgt der Motorradpolizist zwei Fahrer aus den Niederlanden. Er wird sie einholen, belehren und bestrafen. Das ist das, was der Fahrer des Provida-Motorrads der Polizei im Kreis Düren tut. Er verfolgt Raser. Meistens Motorradfahrer. Aber auch Autofahrer, wenn sie zu schnell unterwegs sind. Meistens in der Nordeifel, die Kante Heimbach und Rursee. Manchmal auch im flachen Land, beispielsweise auf der Bundesstraße 55 bei Jülich. Auch da wird gerne schnell gefahren.

Provida ist die Abkürzung für den englischen Begriff proof video data system, also ein System, das anhand von Videoaufnahmen Daten und Beweise sichert, wie schnell Menschen fahren. Provida gibt es in Polizeiautos und eben auf Motorrädern. Mit Videoaufzeichnung, bei der die Geschwindigkeit gemessen wird, sammeln die Provida-Fahrer Beweise, wie schnell die Raser fahren. Volker Heinen (60) aus Niederzier patrouilliert den Kreis Düren und vor allem die Eifel schon seit zwölf Jahren mit seiner BMW.

Wenige Minuten nach seinem rasanten Start kehrt Heinen auf den Parkplatz der Abtei Mariawald zurück. Im Schlepptau hat er die beiden Niederländer, zwei junge Männer, für die der Spaß in der Eifel jetzt vorbei ist. Heinen führt mit ihnen ein Gespräch, das er in ähnlicher Weise mutmaßlich viele hundert Mal geführt hat in den vergangenen zwölf Jahren. Auch an diesem Tag fallen die Worte mehrfach. „Bei Ihnen zu Hause in den Niederlanden achten Sie peinlich genau auf die Geschwindigkeit, weil die Strafen so hoch sind. Dann kommen Sie hier in meine Eifel und fangen an, zu rasen“, konfrontiert Heinen die beiden Fahrer.



Geschwindigkeitsbeschränkungen haben nicht geholfen: Auf der Strecke in Richtung der Abtei Mariawald helfen nur Kontrollen gegen die Raser. Der Erfolg ist messbar. Foto: Guido Jansen

Sollten die zwei jungen Männer die Hoffnung gehabt haben, dass Rasen in Deutschland deutlich weniger teuer ist als in den Niederlanden, dann haben sie sich getäuscht. Heinen zeigt ihnen das Video, auf dem ihrer Raserei festgehalten ist. Mehrfach ist zu sehen, wie sie die Schilder mit der vorgeschriebenen Höchstgeschwindigkeit von 50 ignorieren. Sie überholen im Überholverbot.

„Auf genau solche Fahrer wie Sie warte ich hier“, sagt Heinen an diesem Tag zum ersten, aber nicht zum letzten Mal. Später bezeichnet er die beiden Niederländer als „Zielgruppe“. Teuer wird es in jedem Fall, weil Heinen aufgrund der Videoaufnahme einen Vorsatz begründen kann. Das verdoppelt die Strafe. „Das muss laufen wie in den Niederlanden. Wenn man da eine Strafe bekommt, weil man vergessen hat, das Parkticket zu ziehen, dann ist man über 80 Euro los. Danach vergisst man da nie wieder, ein Parkticket zu ziehen.“

Genau so müsse man mit den Rasern auch verfahren. Denn ansonsten lerne die Zielgruppe nicht. „Die haben manchmal sogar Briefumschläge dabei mit Geld drin. Sie sagen dann, dass das Bezahlen von Bußgeldern für sie billiger ist als eine Jahreskarte auf dem Nürburgring“, erklärt Heinen, warum die Raser oft erst richtig nachdenken, wenn sie wegen des Vorsatzes doppelt zahlen müssen.



Der Nachfolger und sein Vorgänger: Marco Albrecht (links) arbeitet jetzt mit Volker Heinen zusammen. Auf lange Sicht soll er ihn als Provida-Fahrer beerben. Foto: Guido Jansen

Dann kommt die Rechnung, die Heinen und sein Kollege Marco Albrecht für die zwei jungen Niederländer aufmachen. 1000 Euro Strafe gegen einen der beiden. 500 wegen Rasen, 500 zusätzlich wegen eines Verstoßes gegen den Datenschutz: Er hatte während der Fahrt Videoaufnahmen mit einer kleinen Action-Kamera gemacht. Was den anderen Fahrer angeht, so muss das Video im Präsidium ausgewertet werden. Auf den ersten Blick waren die Aufzeichnungen nicht eindeutig. Sein Motorrad wurde auf dem Parkplatz stillgelegt: Reifen ohne Profil, kein Ketenschutz, manipulierte Blinker.

Die Kontrollen und die strikten Strafen, die Heinen und Albrecht verhängen, wirken. Als das Provida-Programm mit Heinen startete, gab es pro Jahr laut Heinen drei bis fünf Tote nach Motorradunfällen auf den einschlägig bekannten Strecken in der Nordeifel. Jetzt schon seit Jahren keinen mehr. Das liege auch daran, dass die Motorradfahrer wissen, dass Heinen in der Eifel vor allem an den Wochenenden auf der Lauer liegt. Entweder sie fahren einigermaßen vorschriftsmäßig. Oder sie umfahren den Bereich Heimbach und Rursee weiträumig.

Denn Heinen hat es unter den Bikern zu einer gewissen Bekanntheit gebracht. Viele der einheimischen Fahrer wissen, wer er ist. Fernsehbeiträge, die später auch auf der Internet-Plattform Youtube zu sehen sind, tragen dazu bei. An diesem Arbeitstag sprechen ihn mehrere Biker an, die an Mariawald Halt machen, um die Erbsensuppe zu essen, für die die Abtei bekannt ist. „Ach, Sie sind das.“



So geht das oft: Vor allen die Motorradfahrer aus Belgien und den Niederlanden haben viel Geld dabei - falls sie erwischt werden. Foto: Guido Jansen

Auch wenn Heinen und Albrecht den Rasern auflauern wie Raubtiere ihrer Beute – mit Jagdtrieb haben die Verfolgungsfahrten nichts zu tun, die Aufregung hält sich in Grenzen. Albrecht hat seinen Puls mit einer Uhr mehrfach gemessen während einer solchen Fahrt. 70, vielleicht 80. Höher geht es nicht. Die Polizisten haben einen Vorteil: Sie kennen die Strecke in- und auswendig. „Eigentlich bräuchte ich meine Maschine doch gar nicht zu starten. Mit der ganzen Ausrüstung wiegt sie 280 Kilogramm bei 115 PS“, sagt er über seine BMW. Die Zielgruppe hat in Zahlen oft mehr PS als Gewicht. In Sachen Beschleunigung sind Heinen und Albrecht chancenlos. Trotzdem kriegen sie die Zielgruppe. Die kennt die Kurven oft nicht, bremst ab, während die Polizisten die Stellen kennen, an denen sie ihr Motorrad legen können, um schnell zu bleiben. Das trainieren sie.

Zwischenzeitlich haben die beiden Motorradpolizisten eine größere Gruppe aus den Niederlanden erwischt. Die Männer sind überwiegend kurz vor oder gerade am Anfang ihrer Rente, ihre Maschinen keine Supersportler. „Eigentlich keine Zielgruppe“, sagt Heinen. Aber auch sie waren zu schnell, irgendwas zwischen 80 und 90 da, wo 50 ist. Nachweisen können Heinen und Albrecht das nur den letzten vier Fahrern aus der Gruppe.

Die Männer bezahlen, ihre Kollegen kündigen an, die Strafe später auf die ganze Gruppe umzulegen. Sie fragen, warum auf eine derart schöne Strecke Tempo 50 vorgeschrieben sei. „Weil Sie hier nicht alleine sind“, erklärt Heinen. Die Gegend ist ein beliebtes Wanderrevier. Die Strecke hoch zum Kloster beispielsweise kreuzt mehrfach die Straße. Motorradfahrer, die mit 100 durch die Kurve fliegen, könnten da nicht mehr reagieren.

Ursprünglich war an Mariawald vorbei 100, dann wurde die Geschwindigkeit auf 70 reduziert, dann auf 50. Geholfen habe das nichts, wie Heinen erklärt. „Besser ist das erst, seit die Motorradfahrer wissen, dass wir hier kontrollieren.“

Genau das sei Heinens Ziel. Es geht ihm nicht um die empfindlichen Bußgelder, sondern um den Lerneffekt. Den haben kurz vor Feierabend auch zwei weitere Niederländer, die auf ihren Supersportlern genau die Zielgruppe sind und mit 130 Sachen durch die 50er-Zone fahren. Zuerst beschwerten sie sich, auch, weil es teuer wird. Jeweils über 500 Euro für jeden. Dann erzählt Heinen von den Konflikten mit den Wanderern. Und davon, dass es wegen der Kontrollen schon so lange keinen Toten mehr gegeben habe.

Ziemlich zerknirscht und mit dem Versprechen, in der Eifel nicht mehr zu rasen, fahren die zwei Männer weiter. Deswegen macht Heinen das. „Die Meisten sehen das irgendwann ein. Ich habe eine Liste von etwa 70 Fahrern, denen ich gesagt habe, dass sie richtig Ärger kriegen, wenn ich sie nochmal erwische. Bisher ist das nicht passiert“, sagt Heinen.

Nächstes Jahr will der Raser-Jäger ein Stück weit langsamer machen. Dann ist er 61. Augen und Reaktionen verbesserten sich nicht, der Stress auf den Verfolgungsfahrten nehme zu. Jahre lang habe er bei der Kreispolizeibehörde darauf gedrängt, einen Nachfolger zu bekommen. Im Moment teilen sich Heinen und Albrecht die Arbeit noch. In Zukunft soll der neue Raser-Jäger etwas mehr Gas geben als sein Vorgänger.

3. Das Porträt

Das Porträt wird gelegentlich als Variante der Reportage angesehen, da es viele Eigenschaften mit dieser Textsorte teilt. Es kann auch Elemente eines Interviews enthalten. Auch das Porträt ist informationsbetont, die Darstellung aber subjektiv gefärbt. Ähnlich einem gemalten Porträt handelt es sich um eine Momentaufnahme des Porträtierten. Porträts findet man in allen Ressorts. Hier eine Übersicht mit Beispielen aus einem echten Porträt (s. übernächste Seite).

Ausrichtung	informationsbetont, aber subjektiv gefärbt: Es werden Fakten genannt, die der Journalist analysiert und interpretiert. Vor einigen Jahren ließ Tobi Schlegl seinen TV-Job sausen, um etwas gesellschaftlich Bedeutsames zu machen.
Aufbau	ähnlich der >> Reportage
Elemente/ Gestaltung	- Fokussierung: Es geht um eine einzelne Person, ein Unternehmen oder eine Gruppe, hier um den ehemaligen Moderator Tobi Schlegl. - Personenbezug: allgemeine (z. B. gesellschaftliche oder politische) Themen werden immer wieder auf Personen bezogen: Das Buch ist aber nicht nur als Unterhaltungsliteratur gedacht. Es soll auch zum Nachdenken anregen. Darüber, was im Rettungsdienst Tag für Tag geleistet wird. Darüber, dass es so einfach wäre, durch Erste Hilfe den Tod zu verhindern. Darüber, dass posttraumatische Belastungsstörungen auch Teil des Rettungsdienstes und nicht nur der Bundeswehr sind. - Lebenslauf und Persönlichkeit: Wichtige Ereignisse aus dem Leben oder Charaktermerkmale der porträtierten Person/des Unternehmens/der Gruppe werden herausgestellt. Vor mehr als vier Jahren war Moderator Tobi Schlegl („Aspekte“, „Extra3“) der Grünschnabel in der Branche. Kurz vor seinem 40. Geburtstag warf der ehemalige Viva-Moderator seinen Job hin und ließ sich drei Jahre lang zum Notfallsanitäter ausbilden. - Einbindung von Zitaten, Beobachtungen und Anekdoten, die dabei helfen, sich ein Bild zu machen Kim hat viel mit Tobi gemein, aber eben nicht alles. „Er ist schon sehr egozentrisch. Das bin ich hoffentlich nicht.“ Gleichzeitig sagt Schlegl aber auch über seinen Debutroman: „Es ist das Persönlichste, was ich je gemacht habe.“
Sprache	beschreibend, viele Attribute
Themen/ Inhalte	bedeutende oder interessante Personen, Unternehmen oder Institutionen

Tipps zum Verfassen eines Porträts

Tipps

Recherchiere vorab gründlich zur Person, über die du ein Porträt verfassen willst. Lerne sie kennen und beobachte sie genau.

Beschreibe Verhalten, Charakterzüge, Eigenheiten, das Äußere etc.
→ Lass die Person im Artikel lebendig wirken.

Lasse die Informationen, die du zur Person recherchiert hast, in die Darstellung einfließen.

Recherchiere auch Hintergrundinformationen zu Ereignissen, die du in dein Porträt aufnimmst und auf die porträtierte Person beziehst.

Beispiele

„Seid ihr verrückt geworden?“, brüllt Gustav mit hochrotem Kopf und wütend erhobener Faust vom Balkon. Er neigt selten zu Wutausbrüchen, doch was er inzwischen fast jeden Abend am Kaiserplatz gleich vor seiner Haustür erleben muss, lässt ihn aus der Haut fahren.

Gustav war vor seiner Pensionierung fast vierzig Jahre lang Lehrer. Er hat Mathematik und Physik unterrichtet und reichlich Erfahrung mit Jugendlichen.

Die nächtlichen Ruhestörungen am Kaiserplatz haben zugenommen. Das zeigen auch Statistiken der Polizei, die einen Anstieg der Anzeigen wegen Ruhestörung in diesem Gebiet von 20% seit dem letzten Jahr vermeldet. Gustav bringt das aus der Fassung. „Ich bin ja sehr geduldig.“, sagt er. „Aber es kann doch nicht sein, dass wir uns Jahr um Jahr beschweren, und nichts geschieht!“

Das Porträt – Textbeispiel

Leben retten statt unterhalten

Vor einigen Jahren ließ Tobi Schlegl seinen TV-Job sausen, um etwas gesellschaftlich Bedeutsames zu machen. Er wurde Notfallsanitäter. Darüber hat er nun ein Buch geschrieben.

VON CHRISTIANE BOSCH

HAMBURG Wer im Rettungswesen arbeitet, wird beinahe jeden Tag in langen Schichten mit dem Tod konfrontiert. Das ist gerade für Anfänger hart. Vor mehr als vier Jahren war Moderator Tobi Schlegl („Aspekte“, „Extra3“) der Grünschnabel in der Branche. Kurz vor seinem 40. Geburtstag warf der ehemalige Viva-Moderator seinen Job hin und ließ sich drei Jahre lang zum Notfallsanitäter ausbilden.

Die Härte des Jobs traf ihn unerwartet. „Ich hatte recht traumatische Einsätze“, sagt Schlegl (42). Er ließ sich auf Anraten eines Kollegen vom Kriseninterventionsteam betreuen. Das half. Um seelisch gesund zu bleiben, entschied sich der Journalist schließlich, einen Roman namens „Schockraum“ über seinen Arbeitsalltag zu schreiben. „Der Roman ist schon eine Art der Therapieform, ein Verarbeiten der Einsätze. Hätte ich eine Band, wäre es wohl stattdessen ein düsteres Heavy-Metal-Album geworden. So ist es ein düster-melancholischer Roman geworden.“

Und der setzt im Grunde da an, wo Tobi Schlegl dank seines Kollegen abgog: Notfallsanitäter Kim hat ebenfalls ein traumatisches Erlebnis im Dienst, jedoch keine psychologische Betreuung. Kim verliert den

Bezug zur Realität, sein Selbstvertrauen im Job, er wird quasi zum unberechenbaren, antriebslosen Zombie. Und damit zur Gefahr für seine Patienten und zur Enttäuschung für Familie und Freunde. Trotzdem frisst er den Stress und die Anspannung der Zwölf-Stunden-Schichten, den Unmut über banale Notfall-einsätze (zum Beispiel wegen Nasenbluten nach Popeln), hilflose Angehörige ohne Ersthelfer-Wissen und abgestumpfte Kollegen in sich hinein.

Schlegl gelingt es dabei, die Einsätze beim Deutschen Roten Kreuz in Hamburg le-senswert zusammen-zufügen und eine Ge-schichte drumherum zu weben. „Es sollte kein wildes Sam-melsurium der Einsätze werden, son-derm eine pa-

ckende, emotionale Geschichte“, hatte er sich vorgenommen. Das ist gelungen. Die Einsatz-Storys kommen wie in sich geschlossene kleine Krimigeschichten daher. Es ist leicht, in diese Rettungsdienst-Welt einzutauchen und mitzufühlen. Das und die unverschnörkelte, fast schon jugendliche Sprache machen den Roman zu einem Buch, das Lust auf eine Fortsetzung macht.

Kim hat viel mit Tobi gemein, aber eben nicht alles. „Er ist schon sehr egozentrisch. Das bin ich hoffentlich nicht.“ Gleichzeitig sagt Schlegl aber auch über seinen Debütroman: „Es ist das Persönlichste, was ich je gemacht habe.“

Das Buch ist aber nicht nur als Unterhaltungsliteratur gedacht. Es soll auch zum Nachdenken anregen. Darüber, was im Rettungsdienst Tag für Tag geleistet wird.

Darüber, dass es so einfach wäre, durch Erste Hilfe den Tod zu verhindern. Darüber, dass posttraumatische Belastungsstörungen auch Teil des Rettungs-

dienstes und nicht nur der Bundeswehr sind. Darüber, dass die Rettungsdienstler nicht gut bezahlt werden, es in den Wachen immer eine große Personalnot gibt und viele auf dem Zahnfleisch gehen und trotzdem jeden Tag wieder Menschenleben retten. „Wenn wir die Arbeitsbedingungen nicht verbessern, kriegen wir auch keinen Nachwuchs und dann verbrennen wir umso mehr alle die, die da gerade schon arbeiten.“

Traum von einer Netflix-Serie

Er will mit seinem Buch den Kollegen auch eine Stimme geben. „Der Rettungsdienst hat nur eine kleine Lobby.“ Seine Kollegen hätten sehr positiv auf sein Vorhaben reagiert. „Die unterstützen das total und stehen hinter mir. Es ist das Gegenteil von einem Shitstorm, es ist ein ‚Candystorm‘“, sagt Schlegl und lacht.

Der Hamburger arbeitet nach wie vor 50 Prozent seiner Arbeitszeit für den Rettungsdienst und 50 Prozent fürs Fernsehen. „Es ist eine kluge Lösung, wenn man im Rettungsdienst alt werden will, wenn man das kombiniert.“ Und das hat Schlegl durchaus vor.

Doch vorher habe er noch einen anderen Wunsch. „Wenn Netflix das als Miniserie herausbringen würde, das wäre das Allergrößte.“ Genügend Cliffhänger habe er eingebaut. „Ich muss auch gar nicht mitspielen.“



„Candystorm“ statt Shitstorm: Tobi Schlegl spricht von ausschließlich positiver Resonanz. FOTO: DPA

Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten
01.09.2020, Aus aller Welt

4. Das Interview

Das Interview zeichnet sich durch eine Frage- und Antwort-Struktur aus und kann zu einer Person oder einer Sache geführt werden. Beim personenbezogenen Interview werden Informationen über das Leben, die Karriere oder Eigenheiten der interviewten Person präsentiert. Im sachbezogenen Interview dagegen wird die Person als Experte befragt und beantwortet fast ausschließlich Fragen zu einem bestimmten Thema, weniger über sich selbst. Interviews können in allen Ressorts vorkommen. Hier eine Übersicht mit Beispielen aus einem echten Interview (s. übernächste Seite).

Ausrichtung	• informationsbetont, aber auch mit subjektiven Einschätzungen Weber: „Herr von Hirschhausen, in Ihrer Sendung setzen Sie sich auf lustige Weise mit der menschlichen Gesundheit auseinander. Dabei ist das doch ein sehr ernstes Thema, oder?“
Aufbau	• kurzer Einleitungssatz, in dem erläutert wird, welche Person zu welchem Thema interviewt wird • Abfolge von Fragen und Antworten
Elemente/ Gestaltung	• Wortlaut-Interview: Wiedergabe in direkter Rede • Interview im Fließtext: Direkte und indirekte Rede wechseln sich ab. Hier: Wortlaut-Interview
Sprache	• möglichst genaue Wiedergabe des Wortlautes, mit folgender Einschränkung: • Schriftsprache: sprachliche Versehen des Interviewpartners werden in der Regel nicht im Text wiedergegeben, sondern stillschweigend korrigiert.
Themen/ Inhalte	• sachbezogenes Interview: Das Expertenwissen des Interviewpartners hilft, Sachverhalte zu erklären. • personenbezogenes Interview: Es geht um den Befragten selbst, um sein Leben, seine Karriere etc. Hier personenbezogenes Interview: Es geht um den Mediziner und Kabarettisten Eckart von Hirschhausen.

Wie führe ich ein Interview? – Tipps und Hilfen

Tipps zur Vorbereitung

Überlege, ob du ein Interview zur Person oder zur Sache führen willst.

Informiere dich vorab über den Interviewpartner oder das Thema des Interviews, z. B. im Internet, in Archiven, Fachbüchern etc.

Erstelle auf Grundlage deiner Rechercheergebnisse einen **Fragenkatalog** (Leitfaden).

Denke daran, Papier und Stift sowie ein Aufnahmegerät (Smartphone) mitzunehmen.

Tipps zur Durchführung

Schaffe eine lockere Atmosphäre, zum Beispiel durch ein wenig Small-talk.

Kläre, ob das Interview aufgezeichnet werden darf. Mache dir in jedem Fall Notizen.

Stelle möglichst offene Fragen, die nicht nur mit ja oder nein zu beantworten sind.

Beachte die Höflichkeit: Lass deinen Gesprächspartner ausreden und frage nach, wenn etwas unklar ist.

Nutze deinen **Fragenkatalog**, klammere dich aber nicht zu sehr daran, falls ihr auf andere interessante Themen zu sprechen kommt.

Bedanke dich am Ende für das Interview.

Tipps zur Nachbereitung

Kürze das gesamte Interview ggf. und bringe Fragen sowie Antworten in eine sinnvolle Reihenfolge.

Lege dem Gesprächspartner das fertige Interview vor und überarbeite es ggf. noch einmal, denn dein Interviewpartner sollte mit dem Geschriebenen einverstanden sein.

Das Interview - Textbeispiel

„Ich langweile mich halt ungern“

Seit zehn Jahren erklärt Eckart von Hirschhausen im Fernsehen den menschlichen Körper. Welche Zipperlein ihm die Leute auf der Straße zeigen und wie er sich selbst gesund hält.

BERLIN Gesundheitstipps mit viel Humor: Der Kabarettist und promovierte Mediziner **Eckart von Hirschhausen** begeistert mit seiner ARD-Sendung „Hirschhausens Quiz des Menschen“ Millionen Zuschauer. In einer dreistündigen Spezialausgabe zum Jubiläum treten am heutigen Samstag Prominente wie der Comedian Bernhard Hoëcker, Moderatorin Ina Müller und Hundetrainer Martin Rütter in Spielen und Quizrunden gegeneinander an. Im Interview mit **Martin Weber** spricht Hirschhausen über lustige Gesundheitstipps, die Corona-Krise und seine eigenen Zipperlein.

Herr von Hirschhausen, in Ihrer Sendung setzen Sie sich auf lustige Weise mit der menschlichen Gesundheit auseinander. Dabei ist das doch ein sehr ernstes Thema, oder?
Eckart von Hirschhausen: Die Sendung gibt es seit zehn Jahren, und sie ist der beste Beweis des Gegenteils. Das Format beruht ja auf meiner Vorarbeit in 25 Jahren auf der Bühne mit medizinischem Kabarett. Als ich dort zeigen konnte, dass die Mischung aus ernsten Themen und Unterhaltung bestens funktioniert, bekam ich die Chance für eine Prime-Time-Show, die es meines Wissens wirklich nicht ein zweites Mal auf der Welt gibt.

An welche Sendungen oder Gäste erinnern Sie sich besonders gern?
Hirschhausen: Mein emotionalster Moment war sicher die Begegnung mit einem Gast, der sein Leben direkt seiner Frau und indirekt der Sendung verdankt. Wir hatten gezeigt, wie einfach eine Herzdruckmassage funktioniert, und dass 100 Mal pro Minute auf den Brustkorb drücken die wichtigste Maßnahme ist, bevor die Profis eintreffen. Eine Frau und ihr Sohn hatten diesen Beitrag gesehen und als der Mann mit einem akuten Herzstill-



Hat sich in der Sendung schon einer Darmspiegelung unterzogen: Der Kabarettist und promovierte Mediziner Eckart von Hirschhausen. FOTO: WDR/BEN KNABE

stand zu Hause zusammenbrach, taten sie genau das Richtige: 112 anrufen und sofort drücken. Sie waren erfolgreich, der Mann kam rechtzeitig ins Krankenhaus, hat alles super überstanden. Ich bekomme heute noch Gänsehaut, wenn ich daran denke.

Sie haben in einer Ausgabe bei sich selbst eine Darmspiegelung vornehmen lassen. Gehörte viel Überwindung dazu?

Hirschhausen: Nein, denn ich sehe ja innen auch nicht anders aus als jeder andere. Ein Freund von mir ist in jungen Jahren an Darmkrebs gestorben, er hatte eine erbliche Form und hätte lange vor dem gesetzlich vorgegebenen Alter von 50 Jahren schon gespiegelt werden müssen – das hätte ihm wahrscheinlich das Leben gerettet. Etwas poetisch formuliert: „Es ist sehr sinnvoll, einmal Licht dorthin zu bringen, wo die Sonne nie scheint!“

Haben Sie eigentlich auch Zipperlein und was machen Sie dagegen?

Hirschhausen: Ich habe wie jeder zweite auch Rücken und gelegentlich kurz Tinnitus. Ich schwimme regelmäßig, fahre Rad und stelle mich bei Live-Konzerten nicht vor die Lautsprecherboxen.

Wie halten Sie sich fit und gesund?

Hirschhausen: Indem ich Dinge tue, die ich sinnvoll finde und die mir Spaß machen. Und meiner seelischen Gesundheit hilft es auch, wenn andere an meinem Tun Freude haben und das sinnvoll finden. Neben meinen Fernsehsendungen sind das vor allem meine Live-Auftritte, dann schreibe ich gerade ein neues Buch über Klimawandel und Gesundheit und leite die beiden Stiftungen „Humor hilft heilen“ und „Gesunde Erde – Gesunde Menschen“. Und gegen den Bewegungsmangel gehe ich mit „Scientists for Future“ auf die Straße demon-

strieren, denn wenn die Klimakrise nicht endlich wirkungsvoll bekämpft wird, wird es sehr ungesund für uns alle.

Wie finden Sie es, wenn wildfremde Menschen Sie auf der Straße um medizinische Tipps bitten?

Hirschhausen: Lustig. Neulich hat tatsächlich jemand vor mir seine Hosenbeine hochgekrempelt, um mir zu seinen Krampfadern eine zweite Meinung zu entlocken.

Haben Mediziner viel an Ihrer Sendung zu meckern?

Hirschhausen: Im Gegenteil, ich wurde gerade für meine Verdienste um die Wissenschaftskommunikation zum Ehrenmitglied der Fakultät der Charité in Berlin ernannt. Das freut mich sehr, gerade weil ich dort ja auch studiert und gearbeitet habe, bevor ich mich der Vermittlung widmete. Für unsere vielen Beiträge mit Menschen mit Behinderungen haben wir auch den Medienpreis der Lebenshilfe bekommen.

Spielt die Coronakrise eine Rolle in der Jubiläumssendung?

Hirschhausen: Ja – weil wir ohne Publikum im Studio senden. Das ist schon sehr schade, weil ich ja gerne nicht nur die prominenten Gäste, sondern auch die im Saal einbeziehe. Wir machen das Beste draus.

Welche Auswirkungen hat die Corona-Krise beruflich und privat auf Sie?

Hirschhausen: Ich musste die Tour verschieben, habe dafür aber Gelegenheit gehabt, für den WDR die Dokumentation „Hirschhausen auf Intensiv“ zu drehen, die sehr viel Beachtung fand. Ich habe meinen eigenen Youtube-Kanal aufgebaut, und zeige dort spannende Persönlichkeiten wie Harald Lesch, Dirk Steffens, Janine Steeger und viele andere engagierte Menschen in längeren Gesprächen. Und nachdem alle über die „Systemrelevanz“ von Pflegeberufen gesprochen haben, entwickeln wir gerade eine App, in der es um praktische Hilfen aus der positiven Psychologie geht, in diesem extrem stressigen Beruf nicht auszubrennen. Ich langweile mich halt ungern.

ZUR PERSON

Schon immer gern auf der Bühne

Eckart von Hirschhausen kam 1967 in Frankfurt zur Welt und wuchs in Berlin auf. Er studierte Medizin und arbeitete als Kinderneurologe, stand aber schon in seiner Studienzeit als Zauberer auf der Bühne. Seinen ersten TV-Auftritt hatte er 1995 in Jürgen von der Lippe's Show „Geld oder Liebe“, seit 2010 moderiert er „Frag doch mal die Maus“ und das „Quiz des Menschen“. Heute steht er ab 20 Uhr mit seinem Kabarett-Programm „Endlich“ in Würselen auf der Bühne der Burg Wilhelmstein.



5. Der Kommentar/Leitartikel

Während eine eigene Meinung in tatsachenbetonten Textsorten nichts zu suchen hat, ist sie Grundlage eines jeden Kommentars oder Leitartikels.

In einem **Kommentar** bewertet, lobt und kritisiert ein Redakteur und möchte den Leser zur Meinungsbildung anregen. Kommentare findest du in den Aachener Nachrichten regelmäßig auf der „Blickpunkt“ und in der Aachener Zeitung auf der Seite „Meinung und Hintergrund“, gelegentlich aber auch auf anderen Seiten. Ein **Leitartikel** gibt die Meinung der gesamten Redaktion oder der Verlagsleitung wieder.

Hier eine Übersicht mit Beispielen aus einem echten Kommentar zu einem Bericht (s. übernächste Seite).

Ausrichtung	• meinungsbetont: Ein Redakteur bezieht Stellung zu einem aktuellen Ereignis. Klößner gebührt trotzdem Lob. Nach jahrelangen Debatten, nach immensem gesellschaftlichen Druck hat die Ministerin das umgesetzt, was ihre Vorgänger nicht hinbekommen haben oder nicht hinbekommen wollten [...].
Aufbau	• faktenbasierte Argumentation: Ein Kommentar ist nicht einfach nur eine Meinungsäußerung. Der Redakteur stützt sich auf Fakten und begründet seine Position mit Argumenten. Zugleich hat das Ministerium mit Millionen maßgeblich dafür gesorgt, eine neue Methode der Geschlechtsbestimmung bereits im Ei zu entwickeln. Das ist quasi die Brücke, die man der Industrie mit Steuergeldern gebaut hat. Gezeter von dort ist deshalb fehl am Platze, zumal angesichts der Debatten genügend Zeit gewesen ist, sich auf die neue Alternative einzustellen. Jetzt bleibt der Branche immer noch eine Schonfrist bis Ende 2021, um flächendeckend umzustellen. Auch das ist vernünftig. • Struktur: Oft folgen Kommentare einem klaren Aufbau, der aus dem Schaubild auf der nächsten Seite hervorgeht.
Elemente/ Gestaltung	• Bezug: Ein Kommentar bezieht sich oft auf einen Artikel zum selben Thema, hier auf den Bericht „Kükentöten soll 2021 enden“, der ebenfalls auf der Seite positioniert ist. • Formen: ▶ klassischer Kommentar zu einem (aktuellen) Thema ▶ Pro- und Kontrarkommentar: Ein Redakteur vertritt die Pro- und ein anderer die Kontra-Position. ▶ Leitartikel: meist deutlich länger, spiegelt die Haltung und Ausrichtung eines Blattes wider (Meinung der Chefredaktion bzw. Verlagsführung)
Sprache	Kann rhetorische Figuren enthalten
Themen/Inhalte	breit gestreut (wie bei den Nachrichten)

Schaubild zum idealtypischen Aufbau eines Kommentars:



Tipps zum Verfassen eines Kommentars

Tipps

Formuliere einen **Standpunkt**:

Formuliere direkt zu Beginn des Textes in ein bis zwei Sätzen deine Meinung

Fasse die **Fakten** zusammen:

Worum geht es? Erkläre kurz den Sachverhalt, zu dem du Stellung nimmst. Beantworte die wichtigsten W-Fragen!

Begründe deine Meinung:

Das ist der längste Teil des Kommentars (mehrere Absätze). Hier führst du alle wichtigen Argumente und Fakten an, die für deine Meinung sprechen. Gibt es wichtige Gegenargumente, solltest du diese auch nennen und entkräften.

Verfasse eine **Schlussfolgerung**:

Hier kannst du deinen Standpunkt, den du gerade begründet hast, in einen Ausblick oder einen Lösungsvorschlag münden lassen.

Beispiele

Es ist nicht sinnvoll, dass die Bundesjugendspiele eine Pflichtveranstaltung sind. Unsportliche Schüler werden genötigt, sich zu blamieren.

Die Bildungsministerin hat am Montag mitgeteilt, dass Bundesjugendspiele weiterhin fester Bestandteil des Schuljahres bleiben. Sie betont, wie wichtig Bewegung für junge Menschen ist, da jeder Zweite zu Übergewicht und einem ungesunden Lebensstil neigt.

Sicherlich kann man dem auch anders entgegenwirken, zum Beispiel sollte das Thema ‚gesunde Ernährung‘ einen größeren Platz im Lehrplan einnehmen. Bewegung sollte auf eine Art gefördert werden, bei der alle Schüler Spaß daran haben...

Angebote zu unterschiedlichen Sportarten, aus denen die Schüler wählen können und für die es keine Noten oder Urkunden gibt, wären hier eine gute Alternative...

Der Kommentar – Textbeispiel

KOMMENTAR ZUM KÜKENTÖTEN

Es hat sich ausgeschreddert

Ein völliger Systemwechsel ist es nicht, wie Landwirtschaftsministerin Julia Klöckner jetzt gegen das Kükentöten vorgeht. Das wäre es, wenn damit auch eine politisch gewollte Rückbesinnung vorgegeben würde, nicht mehr nur auf bestimmte Zuchtlinien zu setzen. Daraus ist das Elend des millionenfachen Kükentötens ja erst entstanden.

Aber: Das wäre von der Ministerin wohl zu viel verlangt gewesen, denn ein solches Ansinnen hätte den ganz großen Kampf gegen wirtschaftliche Interessen bedeutet.

Perversion eines Systems

Klöckner gebührt trotzdem Lob. Nach jahrelangen Debatten, nach immensem gesellschaftlichen Druck hat die Ministerin das umgesetzt, was ihre Vorgänger nicht hinbekommen haben oder hinbekommen wollten: Nun liegt ein Gesetzentwurf auf dem Tisch, mit dem das Schreddern und das Vergasen von Küken beendet werden soll.

Ethisch und moralisch war der Vorgang immer verwerflich, und er war stets Beleg für die Perversion eines Systems der Hochleistungszucht, in dem Tiere nur noch als Ware und gar nicht mehr als Geschöpfe gesehen werden. Gut, dass

damit zumindest in einem Bereich bald Schluss ist. Es hat sich ausgeschreddert.

Zugleich hat das Ministerium mit Millionen maßgeblich dafür gesorgt, eine neue Methode der Geschlechtsbestimmung bereits im Ei zu entwickeln. Das ist quasi die Brücke, die man der Industrie mit Steuergeldern gebaut hat. Gezeter von dort ist deshalb fehl am Platze, zumal angesichts der Debatten genügend Zeit gewesen ist, sich auf die neue Alternative einzustellen. Jetzt bleibt der Branche immer noch eine Schonfrist bis Ende 2021, um flächendeckend umzustellen. Auch das ist vernünftig.

Einen Haken hat die Sache: Das Gesetzgebungsverfahren beginnt jetzt erst. Unions-Frau Klöckner wird also noch Überzeugungsarbeit leisten müssen, gerade in den eigenen Reihen. Einknicken darf sie aber keinesfalls.

.....
an-politik@medienhausaaachen.de

**HAGEN
STRAUSS**



Aachener Nachrichten
10.09.2020, Blickpunkt

Zugehöriger Bericht:

Kükentöten soll 2021 enden

Männliche Küken werden nach dem Schlüpfen meist getötet, weil sie sich nicht vermarkten lassen. Agrarministerin Klöckner hat nun einen Gesetzentwurf dagegen vorgelegt.

VON TERESA DAPP
UND SASCHA MEYER

BERLIN Mit dem millionenfachen Töten männlicher Küken in der Legehennenzucht soll Ende kommenden Jahres in Deutschland Schluss sein. Bundesagrarministerin Julia Klöckner (CDU) legte am Mittwoch einen Entwurf für ein gesetzliches Verbot ab 1. Januar 2022 vor, dann sollen alternative Verfahren einsetzbar sein. Klöckner sprach von einem „Meilenstein für den Tierschutz“, der auch eine Signalwirkung für andere Staaten haben solle. „Das Töten von Eintagsküken, weil sie ein bestimmtes Geschlecht haben, ist ethisch nicht vertretbar.“ Deutschland sei das erste Land, das diese Praxis gesetzlich unterbinde. Branchenvertreter unterstützten die Pläne, warnten aber auch davor, das Verbot könne durch Eier-Einkauf im Ausland unterlaufen werden. Tierschützer bezeichneten den Ausstieg als überfällig und kritisierten die lange Übergangsfristen.

Das Problem: Jährlich werden rund 45 Millionen männliche Küken in Deutschland kurz nach dem Schlüpfen routinemäßig getötet: Sie legen keine Eier und setzen nicht so viel Fleisch an. Teils ist von „Schreddern“ die Rede, die Küken werden meist mit Gas getötet. Dabei legt das Tierschutzgesetz fest, dass niemand einem Tier „ohne vernünftigen Grund“ Schmerzen, Leiden oder Schäden zufügen darf. Im vergangenen Jahr entschied das Bundesverwaltungsgericht, dass Tierschutzbelange schwerer wiegen als wirtschaftliche Interessen der Hennenzüchter und erklärte die Praxis nur noch für eine Übergangszeit für zulässig.

Die Gesetzespläne: Konkret soll es im Tierschutzgesetz künftig heißen: „Es ist verboten, männliche Küken der Gattung Haushuhn, die aus Zuchtlinien stammen, die auf die Legeleistung ausgerichtet sind, zu töten.“ Ausgenommen Maßnahmen bei Tierseuchen. Zum 1. Januar 2024 tabu sein sollen zudem „Eingriffe an einem Hühnerkei“ ab dem siebten Tag des Bebrütens, um das Geschlecht zu bestimmen und in der Folge einen Embryo zu töten. Hintergrund ist, dass Embryos ab dem siebten Tag ein Schmerzempfinden haben, wie das Ministerium erläutert. Gegenwärtig seien Verfah-



Tierschützer machen schon seit Jahren gegen das Schreddern Front. Die Politik wird jetzt konkret.

FOTO: DPA

ren zwischen dem neunten und dem 14. Tag marktreif. Insgesamt dauert es 21 Tage, bis Küken schlüpfen.

Die Alternativen: Damit männliche Küken nicht komplett ausgebrütet werden, gibt es zwei Methoden, das Geschlecht schon im Ei zu bestimmen. Beim endokrinologischen Verfahren wird dafür nach etwa neun Bruttagen ein wenig Flüssigkeit entnommen. Teils wird dieses Verfahren schon angewendet. Beim spektroskopischen Verfahren wird das Ei nach etwa vier Tagen mit einem Laserstrahl durchleuchtet, durch Analyse des reflektierten Lichts kann das Geschlecht bestimmt werden. Dieses Verfahren ist noch nicht auf breiter Front einsatzbereit.

Wie es noch gehen kann: Es gibt auch Initiativen, die das Töten komplett vermeiden. Beim sogenannten Zweinutzungshuhn legen die Hennen Eier, die Hähne werden gemä-

tet. Im Vergleich zu spezialisierten Rassen kommen aber weniger oder kleinere Eier heraus und etwas weniger Fleisch. Daher habe sich das noch nicht am Markt durchgesetzt, sagte Klöckner.

Folgen für die Branche: Bauernpräsident Joachim Rukwied sagte: „Ich sehe den Tag herbei, an dem dieses Thema endlich Geschichte ist.“ Der Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft befürwortete den Ausstieg „lieber heute als morgen“. Völlig unproblematisch sei das aber nicht, sagte Präsident Friedrich-Otto Ripke. So könnten in der EU polnische oder niederländische Brütereien weiterhin Küken töten und Eier in Deutschland anbieten. Das betrifft auch Großabnehmer, die sie etwa zu Nudeln und Kuchen verarbeiten. Klöckner rief die Supermärkte auf, Eier ohne Kükentöten ins Sortiment zu nehmen. Damit würde ein Ei etwa ein

bis zwei Cent teurer.

Reaktionen: Tierschutzbund-Präsident Thomas Schröder sagte: „Das Verbot ist richtig, aber nicht konsequent genug, zu mühsam und kommt verspätet.“ Auch SPD-Tierschutzexpertin Susanne Mittag monierte, dass Klöckner erst freiwillig vorgehen wollte, habe Zeit gekostet. Im Koalitionsvertrag steht ein Aus bis 2019. Auch die Grünen-Agrarexpertin Renate Künast nannte den Ausstieg „überfällig“ und forderte eine Kampagne für Zweinutzungshühner. Verbraucher müssten erkennen, welche Art Eier in Lebensmittel steckten. Kirsten Tackmann (Linke) sprach von einer „Scheinslösung“, denn das Töten werde nur vorgezogen auf einen Zeitpunkt einige Tage vor dem Schlüpfen. Der FDP-Agrarpolitiker Gero Hocker verlangte einheitliche europäische Bedingungen. Sonst würden Küken hinter der Grenze getötet.

Aachener Nachrichten
10.09.2020, Blickpunkt

6. Die Glosse

Die Glosse ist eine meinungsbetonte Textform, bei der der Verfasser aktuelle Themen satirisch darstellt. Sie ähnelt dem Kommentar, weist aber im Unterschied zu diesem deutliche satirische Züge auf. In einer Glosse kommt es außerdem nicht so sehr auf schlüssige Argumente an, da sie durchaus auch unterhaltsam sein soll. Da die Glosse eine sehr spezielle Textform ist, ist sie in vielen Tageszeitungen selten zu finden (s. Folgeseite).

Ausrichtung	meinungsbetont Das brandneue Panini-Sammelalbum zur Fußball-EM 2020 – die, wohlgemerkt, um ein Jahr verschoben wurde! – qualifiziert seinen Produzenten zum Verkäufer des Jahres, findet unser Autor.
Aufbau	sehr unterschiedlich, aber oft ähnlich dem Kommentar
Elemente/ Gestaltung	ebenfalls sehr variabel
Sprache	- auffällige sprachliche Stilmittel und Wortspiele Eine geradezu geniale, paninistische Idee! (oft genutzte Stilfigur: Pars pro toto) - Argumente oder Sachverhalte werden oft bis ins Absurde übersteigert. Panini-Deutschland plant für den Herbst auch eine Spezialausgabe nur für Nordrhein-Westfalen, die ab 30. September – also schon drei Tage nach den Stichwahlen für die (Ober)Bürgermeister- und Landratsämter – im Handel ist. Die Tütchen enthalten die Bilder aller Kandidaten, die am 13. beziehungsweise 27. September nicht gewählt wurden.
Themen/Inhalte	Oft wird weniger ein aktuelles Ereignis, sondern eher Gegebenheiten oder gesellschaftliche Entwicklungen aufgegriffen. Nicht selten wird aber nur ein Ausschnitt des Themas behandelt. Gelegentlich gibt es überraschende und unerwartete Details. Glossen zu lokalen Themen nennt man auch Lokalspitzen.

Die Glosse – Textbeispiel

Hinweis: Hier wurde eine Glosse von der Website gewählt (06.06.2020).

Redakteur: Peter Pappert



Glosse zum Panini-Album



In die Höhe geklebt

6. JUNI 2020 UM 06:55 UHR | Lesedauer: 2 Minuten



Heiß begehrt, nicht nur bei minderjährigen Sammlern: die Panini-Fußball-Klebebildchen. Foto: dpa/Marijan Murat

Aachen Das brandneue Panini-Sammelalbum zur Fußball-EM 2020 – die, wohlgermerkt, um ein Jahr verschoben wurde! – qualifiziert seinen Produzenten zum Verkäufer des Jahres, findet unser Autor.

Alljährlich wird vom Bundesfachverband der Handeltreibenden (BFH) der „Vertreter des Jahres“ gekürt. 2019 gewann den Titel ein Verkaufsagent aus dem Niederrheinischen. Dieser talentierte Handlungsreisende hatte einem Bauern aus Kleve, der nur eine Kuh besaß, eine elektrische Melkmaschine verkauft und die Kuh dafür in Zahlung genommen.

Der BFH sollte seine Kandidatensuche in diesem Jahr auf die europäische Ebene ausdehnen.

Denn Paolo Panini aus dem norditalienischen Modena böte sich zweifellos an. Er kommt nun – auch in Deutschland – mit einem neuen seiner beliebten und nach ihm benannten Sammelalben auf den Markt, und zwar wie schon so oft in der Vergangenheit zur Fußball-Europameisterschaft. Das Originelle daran: Die EM findet, wie jedermann weiß, wegen Corona gar nicht statt, sondern wird auf 2021 verschoben.

Jetzt braucht Panini nur noch genügend Leute vom Schlage jenes Bauern in Kleve, die Geld für verschlossene Tütchen bezahlen, um fast 600 Klebefotos zusammenzubekommen. Das wird nicht ganz einfach, weil die Sticker-Kicker gar nicht zum Spiel auflaufen... Falsch gedacht! Es wird ganz einfach. Denn Panini macht genau aus diesem Umstand ein unschlagbares Verkaufsargument: Wer auf dem Platz nicht zu sehen ist, darf auch als Sticker-Foto nicht zu sehen sein. Also wirbt das Klebebildchen-Schlitzohr aus Modena dafür, alle Bildchen – Stück für Stück – feinsäuberlich übereinander zu kleben, bis ein rund 12 Zentimeter hoher Stapel erreicht und obendrauf als Letzter nur Leroy Sané oder Sergio Ramos zu sehen ist. Eine geradezu geniale, paninistische Idee!

Eine saubere Statistik

Und weil man etwa nach dem 43. Tütchen die Übersicht verliert, wer denn schon im Stapel klebt, kommt das Sticker-Album ins Spiel. Im Sammelkatalog soll auf jedem Klebefeld die jeweilige Position des Spielers im Panini-Stapel vermerkt werden. Das heißt also zum Beispiel für Joshua Kimmich: 4. von unten, Lorenzo Insigne: 189. von unten, Paul Pogba 450. von unten. So hat jeder kluge Sammler eine saubere Statistik neben seinem in der Fußball-Geschichte bislang einzigartigen Kicker-Turm liegen.

Panini-Deutschland plant für den Herbst auch eine Spezialausgabe nur für Nordrhein-Westfalen, die ab 30. September – also schon drei Tage nach den Stichwahlen für die (Ober)Bürgermeister- und Landratsämter – im Handel ist. Die Tütchen enthalten die Bilder aller Kandidaten, die am 13. beziehungsweise 27. September nicht gewählt wurden.

Ob die Klebefotos gescheiterter Kommunalpolitiker ähnlich reißenden Absatz finden werden wie die verhinderten Fußballer, muss bezweifelt werden. Da hält man sich besser an einen der ganz Großen des bundesrepublikanischen Fußballs: „Sammeln Sie doch lieber Kickerbildchen!“ So sprach einst der unvergessene Hennes Weisweiler, der Erfinder der gleichnamigen Autobahnabfahrt an der A4.

7. Die Kritik/Rezension

Die Kritik (auch Rezension genannt) enthält eine Bewertung durch den Autor und will den Leser zur Meinungsbildung über eine Veranstaltung oder ein Medium anregen.

Rezensionen findest du in der Aachener Zeitung/den Aachener Nachrichten in der Regel auf der Seite „Kultur“, gelegentlich aber auch auf anderen Seiten. Hier eine Übersicht mit Beispielen aus einer echten Rezension (s. übernächste Seite).

Ausrichtung	• meynungsbetont Das deutsch-israelische Verhältnis ist vielfältig kompliziert – das Verhältnis eines deutsch-israelischen Pärchens zwangsläufig auch. Daraus eine Familienkomödie zu machen, ist schon ein Kunststück. Der israelischen Regisseurin und Drehbuchautorin Shirel Peleg gelingt mit ihrem Debütfilm „Kiss Me Kosher“ sogar eine spitzzüngige romantische Komödie.
Aufbau	• Nennung des Gegenstandes (z. B. Album, Aufführung, Film) • Beschreibung des Gegenstandes (z. B. Anzahl der Lieder auf einem Album) • Bewertung (mit Begründung) • Aufzählung von Daten zum Gegenstand (Erscheinungsort, Aufführungsdaten, Preis etc.)
Elemente/ Gestaltung	• Kombination aus Informationsvermittlung und Bewertung Die Regisseurin und Autorin Shirel Peleg, 1985 in Venezuela geboren, hat am Sapir College in Israel studiert, unmittelbar am Gaza-Streifen gelegen, und danach an der Filmakademie Baden-Württemberg. Sie beherrscht die Klaviatur der kulturellen Missverständnisse.
Sprache	• Verwendung vieler beschreibender und wertender Attribute, v. a. Adjektive wunderbar lebendig großartiger Charakter überraschende Unbekümmertheit
Themen/Inhalte	• Konzerte, Theateraufführungen, Ausstellungen, Fernsehprogramme, Kinofilme, Bücher, CDs usw., hier: Kinofilm

Tipps zum Verfassen einer Kritik/Rezension

Tipps	Beispiele
Nenne kurz den Gegenstand deiner Bewertung.	<i>Musik</i> ist das vierte Album der Aachen Eagles.
Beschreibe den Gegenstand deiner Rezension. Nenne Informationen zu Autor/Künstlern etc.	Die aus Aachen stammende Rockband wagt sich mit ihrem neuen Album, das 13 Songs mit einer Gesamtspielzeit von rund 43 Minuten umfasst, auf neues musikalisches Terrain vor.
Bewerte den Gegenstand der Kritik/Rezension anschaulich.	Der erste Song, <i>Chaos</i> , der schon als Single ausgekoppelt wurde, besticht vor allem durch seine rockigen Gitarrenriffs und setzt den Sound fort, den wir von den Aachen Eagles gewohnt sind. Doch dann kommt die Überraschung, denn die folgenden Songs sind ungewohnt ruhig und melancholisch.
Verfasse ein Fazit zu deiner Bewertung.	Insgesamt also ein solides Album, das sich für jeden Musikliebhaber lohnt, aber bei Fans der Band vielleicht für ein gemischtes Urteil sorgen dürfte.
Nenne abschließend einige Daten, die für den Leser wichtig sind.	Die CD erscheint am 13.10.2020 beim Label NRW Records und wird vorerst noch nicht bei den Streaming-Portalen verfügbar sein.

Die Kritik/Rezension – Textbeispiel

NEU IM KINO

Eine Liebe auf vermintem Gelände

Was passiert, wenn eine Israelin und eine Deutsche heiraten wollen? Antworten gibt die Komödie „Kiss Me Kosher“.

VON GÜNTHER H. JEKUBZIK

AACHEN Das deutsch-israelische Verhältnis ist vielfältig kompliziert – das Verhältnis eines deutsch-israelischen Pärchens zwangsläufig auch. Daraus eine Familienkomödie zu machen, ist schon ein Kunststück. Der israelischen Regisseurin und Drehbuchautorin Shirel Peleg gelingt mit ihrem Debütfilm „Kiss Me Kosher“ sogar eine spitzzüngige romantische Komödie.

Die Suche nach einem Kosenenamen findet eine überraschende Pointe: „Schatzi reimt sich ja auf Nazi!“ Na ja, fast. Vor dieser Erkennt-

KINO

Weitere Kritiken
und Filmtrailer
finden Sie auf

aachener-nachrichten.de/freizeit/kino

nis nimmt die leidenschaftliche und chaotische Ankunft der deutschen Biologin Maria (Luise Wolfram) bei ihrer Freundin, der israelischen Barbesitzerin Shira (Moran Rosenblatt), in Jerusalem reichlich Schwung auf: Das Zusammenziehen der beiden verstolpert sich in wenigen Minuten zu einem Heiratsantrag, der dann schon am Abend im Kreise von Shiras Familie ungewollt publik wird.

Aufgeregtheit, Ressentiments und heimlich importiertes Schweinefleisch sorgen für liebevolles Durcheinander. Allerdings ist noch zu klären, was die Großeltern von Maria während Nazizeit und Holocaust getan haben. Und außerdem wimmelt es im Viertel, in dem Shira ihre Bar hat, von Ex-Freundinnen.

„Kiss Me Kosher“ hat viel Spaß mit dieser historisch vorbelasteten les-



Koscher küssen – wie geht das denn? Maria (Luise Wolfram, r.) und Shira (Moran Rosenblatt) sind schwer ineinander verliebt.

FOTO: XVERLEH

bischen Beziehung. Selbst mit dem orthodoxen Hinterwäldler, der sich über einen Kuss unter Frauen aufregt. Dafür ist Shiras Oma (Rivka Michaeli) richtig fließ drauf. Der großartige Charakter, nach dem Shira sogar ihre Bar nicht ganz ohne Ironie „The real jewish princess“ (die wahre jüdische Prinzessin) genannt hat, ist Holocaust-Überlebende, aber vor allen Dingen „meine Oma“. Diese jedoch meint: „Du wechselst Freundinnen so oft, wie ich meine Zahnprothese verlege!“ Und das ist noch

einer der netteren Sprüche. Dabei pflegt sie selbst heimlich ein nicht ganz koscheres Verhältnis zu einem palästinensischen Arzt.

Dann beschließen auch noch Marias supertolerante 68er-Eltern aus Stuttgart, gespielt von Juliane Köhler und Bernhard Schütz, nach Jerusalem zu reisen. So gibt es in der äußerst komplexen und teilweise auch gespannten Gemengelage beim Kennenlernen der Schwiegereltern in spe direkt mal eine Tour zu den Holocaust-Gedenkstätten. Und

grüne Linien zu besetzten Palästina-gebieten, die deutsche Linke auf keinen Fall überschreiten wollen. Mit einer aus deutscher Sicht überraschenden Unbekümmertheit sorgen hier historische und romantische Differenzen gleichgewichtig für Aufregung.

Die Regisseurin und Autorin Shirel Peleg, 1985 in Venezuela geboren, hat am Sapir College in Israel studiert, unmittelbar am Gazastreifen gelegen, und danach an der Filmakademie Baden-Württem-

berg. Sie beherrscht die Klaviatur der kulturellen Missverständnisse.

Ihre Figuren sind wunderbar lebendig und niemals auf den Mund gefallen. Das Happy-End gerät dann vielleicht etwas zu einfach, aber doch sehr schön. (Aachen: Apollo) ★★★★★

„Kiss Me Kosher“ (Deutschland 2020).
Regie: Shirel Peleg, mit Moran Rosenblatt, Luise Wolfram, Rivka Michaeli, Juliane Köhler, Bernhard Schütz, Ina Kaplan, John Carroll Lynch, 106 Min., FSK: ab 12

Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten

10.09.2020, Kultur

Grafische Darstellungsformen

Grafische Darstellungsformen sind neben den Texten ein wichtiger Teil der journalistischen Arbeit, sowohl in der klassischen Druckausgabe als auch im Internet. Sie bieten den Vorteil, dass sie schnell zu überschauen sind und Informationen oft ansprechender präsentieren als Texte. Sie bringen aber auch Besonderheiten mit sich, die beachtet werden sollten.

Fotos werden oft als Abbild der Wirklichkeit betrachtet. Wissenschaftliche Studien haben erwiesen, dass Menschen der Aussage eines Fotos oft mehr Glauben schenken als einem Text. Dieser Eindruck täuscht aber, denn Fotos stellen immer nur einen Ausschnitt der Wirklichkeit dar. Allein durch die Wahl des Bildausschnitts kann die Wirkung eines Fotos drastisch verändert werden. Dessen sollte sich ein Betrachter immer bewusst sein, denn selbstverständlich können solche Veränderungen auch bewusst manipulativ eingesetzt werden (zum Beispiel im Rahmen von „Fake News“).

Informationsgrafiken („**Infografiken**“) vermitteln vor allem Zahlen und Fakten und helfen dem Betrachter dabei, diese Informationen schnell zu erfassen. Aber auch Infografiken können einen falschen ersten Eindruck vermitteln, zum Beispiel durch ihre Größe oder Proportionen. Der Betrachter sollte sie immer genau ansehen und eventuell auf angegebene Zahlenwerte achten (zum Beispiel in einem Diagramm). Auf diese Weise kann man sehr schnell beurteilen, ob eine Infografik angemessen gestaltet ist oder die Fakten möglicherweise verzerrt wiedergibt.

Karikaturen sind oft nicht leicht zu verstehen. Meist handelt es sich dabei um Zeichnungen, durch die der Autor seine Meinung in humorvoller Weise abbildet. Da hier keine Fakten präsentiert werden, muss der Betrachter sich vorab selbst umfassend über das Thema informieren. Eine Gefahr besteht in der vorschnellen Interpretation. Bei Karikaturen kommt es auf eine genaue Betrachtung an. Auch Details können für das Verständnis sehr wichtig sein. Insgesamt handelt es sich hierbei aber um eine künstlerische, kreative Darstellungsform, bei der es keine einzig und allein richtige Interpretation gibt.

1. Das Zeitungsfoto

Zeitungsfotos findest du bei vielen Artikeln in allen Ressorts. Sie haben mehrere Funktionen: Zum einen sollen sie Interesse wecken, zum anderen auch informieren und die Aussage des dazugehörigen Textes veranschaulichen. Fotos sind aber immer nur Ausdruck einer individuellen Perspektive. Ihre Wirkung kann beispielsweise schon durch die Wahl des Bildausschnitts beeinflusst werden.

Gestaltung

- Aufbau aus drei Elementen:
 - ▶ Foto, hier mit mehreren Männern, die versuchen einem Mann einen Sixpack Wasserflaschen zu entreißen
 - ▶ Bildunterschrift, hier:
Auf Lesbos ist die Stimmung unruhig: Geflüchtete Menschen ringen um Wasserflaschen.
 - ▶ Quellenangabe, hier: dpa
- meist Zugehörigkeit zu einem konkreten Artikel, in diesem Fall der Artikel „Lage auf Lesbos bleibt angespannt“, der das Foto umrahmt

Ziele

- Interesse der Leser wecken
- informieren
- Aussage des dazugehörigen Textes unterstreichen/veranschaulichen



Auf Lesbos ist die Stimmung unruhig: Geflüchtete Menschen ringen um Wasserflaschen.

FOTO: DPA

Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten
14.09.2020, Blickpunkt

Tipps zum Umgang mit Fotos

Wähle ein passendes Motiv.

Das Foto sollte zum Inhalt des Artikels passen und seine Aussage unterstreichen oder zusätzliche Eindrücke liefern, zum Beispiel:

- der Ort des Geschehens bei einer Nachricht, damit sich der Leser ein Bild vom Schauplatz machen kann
- ein Porträtfoto bei einem Interview oder bei einem Porträtartikel, damit sich der Leser ein Bild der beteiligten Person(en) machen kann
- eine Landschaftsaufnahme bei einer Reisereportage

Achte auf eine angemessene Bildgestaltung.

Wähle den Bildausschnitt so, dass die Aussage nicht verfälscht wird. Es ist außerdem ein Tabu, das Bild mit Filtern zu retuschieren.

Unwichtiges darfst du aber natürlich wegschneiden (zum Beispiel zu viel Himmel), und du darfst die Farben auch so weit korrigieren, dass das Bild natürlich aussieht.

Beachte die Privatsphäre.

Wenn du Privatgelände betrittst, um dort Aufnahmen zu machen, musst du den Besitzer um Erlaubnis fragen und ihm erklären, was du mit den Aufnahmen vorhast. Ansonsten gilt in Deutschland die so genannte Panoramafreiheit, das heißt, du darfst alle Gebäude fotografieren, solange du dich dabei auf öffentlichem Gelände (z. B. dem Bürgersteig) befindest.

Beachte das Persönlichkeitsrecht.

Wenn du eine Person fotografierst, musst du immer um Erlaubnis fragen. Dabei muss die abgebildete Person auch darüber informiert werden, was du mit dem Foto vorhast, ob du es zum Beispiel im Internet veröffentlichen willst.

Beachte das Urheberrecht.

Stammt ein Foto nicht von dir, sondern zum Beispiel aus dem Internet, ist Vorsicht geboten! Wenn du es veröffentlichen möchtest, musst du nämlich den Fotografen um Erlaubnis bitten. Auf folgenden Seiten findest du Bilder, die du in der Regel frei verwenden darfst:

www.pixabay.com

www.unsplash.com (englischsprachig)

Wenn du dir unsicher bist, verzichte lieber auf das Foto.

2. Die Informationsgrafik

Informationsgrafiken (meist kurz „Infografiken“ genannt) findest du in der Aachener Zeitung/den Aachener Nachrichten zum Beispiel auf den Seiten „Wirtschaft“ oder „Region & NRW“. Sie bestehen meist aus mehreren Elementen: Diagrammen, Karten oder Plänen, Organigrammen oder Zeichnungen. Manchmal sind auch kurze Textstücke in die Infografik eingebunden.

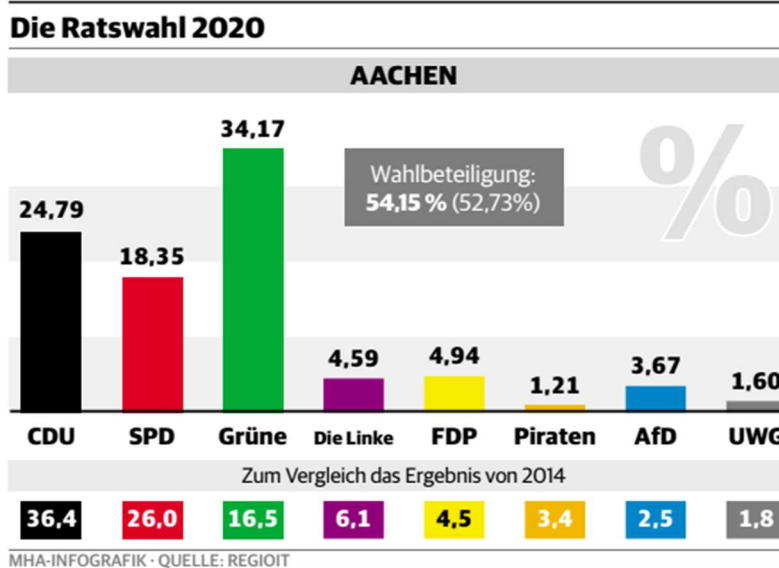
Durch Infografiken können komplexe Sachverhalte leichter erfasst werden, vor allem wenn größeres Zahlenmaterial präsentiert werden soll. Sie kommen aber nicht in jeder Ausgabe und bei jedem Thema zum Einsatz. Eine spezielle Infografik findest du jedoch in jeder Ausgabe: die Wetterkarte.

Gestaltung

- Kombination mehrerer Elemente, hier Säulendiagramme und Texteinblendung
- Veranschaulichung komplizierter Sachverhalte/unübersichtlicher Daten, hier werden die Ergebnisse der Kommunalwahl präsentiert
- Ergänzung zum Text, hier liefert die Grafik die vielen Zahlen des Textes noch einmal anschaulich gegenübergestellt, sodass die Werte direkt mit den Prozenten aller Parteien und den Ergebnissen der letzten Wahlen verglichen werden können.

Ziele

- komplexe Informationen im (schnellen) Überblick vermitteln
- Interesse des Lesers für ggf. zugehörigen Text wecken
- als gestalterisches Element: Auflockerung von Seiten



Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten
14.09.2020, Aachen

Tipps zum Erstellen einer Infografik

Das Erstellen einer Infografik ist anspruchsvoll und mit Mühe verbunden. Trotzdem kann es sein, dass du für deinen Artikel sehr viele Zahlen und Fakten recherchiert hast, die du deinen Lesern gern präsentieren möchtest.

Konzentriere dich auf das Wichtigste.

Womöglich hast du so viele Zahlen und Daten recherchiert, dass du eine ganze Seite mit Infografiken füllen könntest. Es ist verständlich, dass du das tun möchtest, denn du hast ja auch lange dafür recherchiert. Viele Zahlen und Daten sind aber für den Leser uninteressant. Greife daher lieber einen Aspekt heraus.

Entscheide dich für eine Darstellungsform.

Das ist der schwierigste Schritt, denn hier ist Kreativität gefragt. Mache dir klar, welche Information der Betrachter deiner Grafik entnehmen soll.

- Willst du die Lage eines Ortes deutlich machen, bietet sich ein **Plan** oder eine **Karte** an.
- Hast du viel Zahlenmaterial recherchiert, solltest du dazu eher ein **Diagramm** erstellen.
- Möchtest du Zusammenhänge zwischen Personen oder Institutionen aufzeigen, bietet sich ein **Organigramm** an.
- Wenn du zeitliche Abläufe darstellen möchtest, kannst du einen **Zeitstrahl** verwenden.

Karten und Pläne

Hier hast du zwei Möglichkeiten: Entweder verwendest du Karten aus dem Internet, oder du zeichnest selbst einen Plan. Aber Vorsicht: Wenn du auf Bilder aus dem Internet zurückgreifst, musst du das Urheberrecht beachten (vgl. Tipps zum Umgang mit Fotos).

Diagramme

Diagramme kannst du mit Tabellenkalkulationsprogrammen wie Numbers, Excel oder OpenOffice Calc erstellen.

Balken- oder Säulendiagramme bieten sich an, wenn du Zahlenwerte in Vergleich setzen möchtest

Liniendiagramme zeigen Entwicklungen auf.

Tortendiagramme machen Anteile und Aufteilungen deutlich.

Organigramme

Organigramme bestehen in der Regel aus Formen (z. B. Kästen) und Verbindungslinien. Organigramme erstellt man am besten in einem Textverarbeitungsprogramm wie Pages, Word oder OpenOffice Writer. Dort gibt es meist schon vorgefertigte Bausteine.

Achte auf eine angemessene Gestaltung.

Bemühe dich um eine möglichst neutrale Gestaltung, die dem Betrachter Informationen liefert, aber nicht seine Meinung beeinflusst. Er soll seine eigenen Schlüsse ziehen können.

- In einem Plan oder einer Karte sollten alle Gegebenheiten erkennbar sein, die für die Einordnung eine Rolle spielen.
- Ein Diagramm sollte keine Verzerrungen aufweisen, durch die der Betrachter einen falschen Eindruck erhalten könnte.
- In einem Organigramm sollten alle beteiligten Personen oder Institutionen erkennbar sein, so dass sich der Betrachter ein umfassendes Bild von ihnen machen kann.

3. Die Karikatur

Karikaturen sind zeichnerische Meinungsäußerungen, die keine Informationen vermitteln. Es wird vorausgesetzt, dass sich der Betrachter bereits über das Thema informiert hat. Oft ergänzen Karikaturen Artikel in derselben Zeitungsausgabe, die dieses Vorwissen vermitteln.

Gerade weil Karikaturen Vorwissen voraussetzen und vom Zeichner nicht weiter erläutert werden, gelten sie als anspruchsvolle Darstellungsform, die viel Raum für Interpretation lässt. Ihr Ziel ist es in der Regel, ein Thema humorvoll darzustellen. In der AZ/den AN findest du Karikaturen nur selten.

Hinweise: Da in den letzten Wochen (Stand: 15.09.2020) keine Karikatur abgedruckt wurde, ist hier zur Anschauung eine vom letzten Jahr abgebildet.

Gestaltung	• Zeichnung, die ein konkretes Ereignis oder einen Zustand überspitzt wiedergibt • oft Ergänzung zu einem konkreten Artikel
Ziel	• Unterhaltung des Lesers durch eine überspitzte, humorvolle Darstellung eines Ereignisses oder eines gesellschaftlichen/politischen Zustands

NACH DEN WALEN IN SACHSEN UND BRANDENBURG



Aachener Nachrichten
04.09.2019, Blickpunkt

Tipps zum Erstellen einer Karikatur

Eine Karikatur zu erstellen ist eine sehr anspruchsvolle Aufgabe und kommt vermutlich nur in Frage, wenn du gut zeichnen kannst. Aber vielleicht bist du auch auf ein Thema gestoßen, das du mit Strichmännchen gut karikieren kannst.

Das Wichtigste ist die Idee.

Hierzu kann man nur sehr vage Tipps geben, denn der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.

Du kannst zum Beispiel eine Karikatur zu einer Alltagssituation zeichnen, die viele Menschen betrifft. Eventuell geht es in deiner Karikatur auch um ein Ereignis, das sich auf bestimmte Personen bezieht. Überlege dir, wie die Personen mit dieser Situation oder dem Ereignis umgehen, was sie fühlen oder sagen könnten, und versuche, dies in der Zeichnung zum Ausdruck bringen.

Der Kern einer Karikatur ist die Übertreibung. Hiervon lebt diese Darstellungsform. Es darf also alles gern viel krasser aussehen, als es in Wirklichkeit ist.

Bringe Eigenheiten zum Ausdruck.

Du kannst zum Beispiel die typische Kleidung, Charaktereigenschaften oder das Aussehen der Person(en) übertrieben darstellen. An diesem Punkt lauern aber auch einige Gefahren, die im folgenden Kasten ausgeführt werden.

Grenzen der Meinungsfreiheit



Eine Karikatur ist eine Meinungsäußerung. Auf keinen Fall darf eine Meinungsäußerung aber Menschen verletzen. Das ist nicht nur unschön, sondern sogar ein schwerer Verstoß gegen Grundrechte. Deswegen gibt es auch einige Grenzen, die du nicht überschreiten darfst:

Keine Diskriminierungen!

Mache dich niemals über die Religion, das Geschlecht, die Behinderung, sexuelle Orientierung, Hautfarbe oder Nationalität einer Gruppe oder Person lustig!

Keine persönlichen Beleidigungen!

Wenn du körperliche Eigenheiten einer Person übertrieben darstellst, kannst du sie damit sehr verletzen. Auch das ist tabu. Wenn du dir unsicher bist, zeichne lieber eine anonyme Figur, die kein Vorbild hat.

Du hast vielleicht schon gesehen, dass Politiker oder Prominente in Karikaturen überspitzt gezeichnet werden. Das wird nur deswegen akzeptiert, weil diese Personen in der Öffentlichkeit stehen. Sie haben diese Entscheidung selbst getroffen, und man geht davon aus, dass sie mit dem Spott umgehen können. Das kannst du von Personen in deinem Umfeld aber nicht verlangen.

Digitale Darstellungsformen

Der Journalismus ist in den letzten Jahren zunehmend digitaler geworden. Die Möglichkeiten der digitalen Medien und Verbreitungskanäle haben das Tätigkeitsfeld der Redakteure deutlich erweitert (zum Beispiel um audiovisuelle Medien). Aber auch die Darstellung von Texten im Internet bietet zahlreiche Möglichkeiten, die ein klassisches Druckerzeugnis nicht hat. So können Texte durch Links und Querverweise erweitert werden, die dem Leser einen schnellen Zugriff auf weiterführende Inhalte ermöglichen. Durch so genannte Tags kann der Leser außerdem schnell Artikel zu einem bestimmten Thema zusammenstellen, um sich umfassend zu informieren. Früher wäre es für ein solches Vorhaben nötig gewesen, gedruckte Zeitungsausgaben mühsam durchzusehen.

1. Blog

Blogs sind subjektive und persönliche Texte einer Person zu einem bestimmten Thema. Ursprünglich wurden sie von Privatpersonen erstellt und auf eine eigene Seite hochgeladen, auf der die Leser auch sofort Kommentare zu den Beiträgen hinterlassen können. Oft sind private Blogs auf einen bestimmten Themenkomplex beschränkt, zum Beispiel bei Reiseblogs, in denen eine Person interessante und spannende Eindrücke von ihren Reisen teilt. Meist werden Blogs durch Fotos und kurze Videos angereichert, um ihre Wirkung zu steigern.

Heute betreiben auch viele Medienhäuser Blogs. Ihre Ausrichtung ist subjektiv, so dass die Texte häufig an Reportagen erinnern. Im Unterschied zur klassischen Reportage können aber weitere interaktive Elemente (wie Verlinkungen oder audiovisuelle Formate) eingebunden werden. Sie sind außerdem in der Regel an ein bestimmtes Thema gebunden. Die Aachener Zeitung und die Aachener Nachrichten bieten morgens einen Liveblog:

www.aachener-zeitung.de/nrw-region/der-morgen-in-der-region-und-der-welt_aid-35337619

www.aachener-nachrichten.de/nrw-region/der-morgen-in-der-region-und-der-welt_aid-35337621

2. Podcast

Ein Podcast ist ein Audiobeitrag von meist überschaubarer Länge (selten länger als etwa 30 Minuten, oft deutlich kürzer). Die Themen und Ausgestaltung variieren sehr stark und reichen von aktuellen Ereignissen über gesellschaftliche Entwicklungen bis hin zur Vermittlung von Wissen. Daher können Podcasts entweder informations- oder meinungsbetont sein. Podcasts können wie ein Vortrag gestaltet werden, bei dem nur eine Person spricht. Meist handelt es sich jedoch um ein Gespräch

von zwei oder drei Personen zu einem bestimmten Thema. Podcasts sind in der Regel kostenlos und werden von Medienhäusern auf ihrer jeweiligen Website bereitgestellt. Es existieren aber auch spezielle Apps, in denen man Podcasts abonnieren kann und sofort informiert wird, wenn ein Anbieter einen neuen Podcast bereitgestellt hat.

3. Bewegtbild (Video)

Zu den Aufgaben des Zeitungsjournalisten gehören heutzutage auch das Aufbereiten von Daten für Videos und das Erstellen journalistischer Videos. Diese sollten für den Nutzer allerdings möglichst kurz und leicht verständlich sein. Da die Produktion solcher Beiträge aufwendig ist und technisches Wissen erfordert, stellt die neue journalistische Form des Bewegtbilds Zeitungsredakteure vor neue Herausforderungen. Viele Medienhäuser stellen daher heute explizit Videojournalisten ein. Zeitungsverlage verbreiten ihre Videos über die eigene Website, aber auch häufig über soziale Netzwerke wie YouTube, Instagram oder Facebook.

Der Zeitungsverlag Aachen stellt Video-Inhalte auf der eigenen Website <https://www.aachener-zeitung.de/video/>, <https://www.aachener-nachrichten.de/video/> und auf seinem YouTube-Kanal bereit (s. S. 44).

4. Multimediales Storytelling

Ein weiterer neuer Trend im Journalismus ist das sogenannte multimediale Storytelling. Dabei handelt es sich genau genommen nicht um eine Darstellungs-, sondern um eine Präsentationsform, denn im Storytelling werden mehrere Elemente, wie Texte oder audiovisuelle Medien, zu einem bestimmten Thema gebündelt und ansprechend präsentiert.

Das Konzept des multimedialen Storytellings kommt in der Regel nur bei größeren und facettenreichen Themen zum Einsatz (z. B. dem Brexit, dem Klimawandel oder der Entwicklung der Gleichberechtigung).

Zu dem entsprechenden Thema werden Texte unterschiedlicher Art (Berichte, Reportagen oder Meinungsbeiträge) zusammengestellt und mit multimedialen Elementen (Videos, Animationen, interaktiven Grafiken) angereichert, die ein umfassendes Bild des Themas liefern. Auch Inhalte aus sozialen Netzwerken, wie beispielsweise Tweets, können eingebunden werden.

Das Konzept des multimedialen Storytellings ist bei Nutzern sehr beliebt, da nicht nur die Informationsvermittlung vielfältiger ist, sondern das Lesen zu einem Erlebnis wird. Allerdings ist das multimediale Storytelling auch mit hohem Aufwand für die Medienhäuser verbunden.

Digitale Verbreitungskanäle

Neben das klassische Druckerzeugnis, das für lange Zeit den alleinigen Verbreitungsweg für Zeitungsinhalte darstellte, sind in den letzten Jahrzehnten zahlreiche neue Angebote getreten, durch die Tageszeitungen wie die Aachener Zeitung und die Aachener Nachrichten ihre Leser erreichen. Digitale Inhalte (wie Podcasts und Videos) können naturgemäß ohnehin nur über das Internet bereitgestellt werden, aber auch die klassische Zeitung ist als ePaper digital verfügbar.

Medienhäuser wie das Medienhaus Aachen bauen ihr Angebot im Internet stetig aus, was Auswirkungen auf die Arbeit der Redakteurinnen und Redakteure hat. Zum einen müssen sie sich zunehmend mit den Eigenschaften audiovisueller Medien vertraut machen, zum anderen hat sich auch die Arbeitsweise deutlich verändert: Artikel können im Netz rund um die Uhr veröffentlicht werden. Die Redakteurinnen und Redakteure haben die Möglichkeit, sie jederzeit zu aktualisieren und zu ergänzen, weshalb es einen klassischen Redaktionsschluss im so genannten Onlinejournalismus nicht gibt.

Ein Vorteil von Onlineartikeln ist, dass die Inhalte mit multimedialen Elementen (Fotos, Videos, Audiodateien etc.) verknüpft werden können. Darüber hinaus können Links zu internen und externen weiterführenden Quellen gesetzt werden. Durch Kommentarooptionen, Chats oder angebundene Foren ist eine interaktive Kommunikation über Artikel möglich und von den Verlagshäusern auch durchaus erwünscht. Die Nutzerinnen und Nutzer können lesenswerte Artikel zudem schnell und unkompliziert teilen, zum Beispiel über soziale Netzwerke.

1. Die Website

Die Website stellt nach wie vor den Kern aller digitalen Angebote einer Tageszeitung dar. Von hier aus können alle weiteren Angebote (das E-Paper, Videos, digitale Artikel und Social-Media-Kanäle) der Zeitung erreicht werden.

🔗 www.aachener-zeitung.de
🔗 www.aachener-nachrichten.de

Aktuelle Artikel finden sich in einer HTML-Version gleich auf der Startseite. Über eine Auswahlleiste können Nutzerinnen und Nutzer außerdem bequem zu bestimmten Themenbereichen oder Ressorts springen, so dass nur noch Artikel aus diesem Bereich angezeigt werden.

Außerdem besteht über die Suchfunktion die Möglichkeit, gezielt Artikel zu einem bestimmten Thema herauszusuchen.

2. Das E-Paper

Das E-Paper stellt eine digitale Wiedergabe der gedruckten Zeitung dar und gibt ihre Inhalte und ihren Aufbau exakt wieder. Allerdings bietet es gegenüber dem Druckerzeugnis mehrere Vorteile:

- Das E-Paper ist schon am Vorabend verfügbar.
- Artikel können angewählt und einer HTML-Ansicht betrachtet werden, bei der sich Textgröße und -umbruch nach den eigenen Wünschen anpassen lassen.
- Man kann auf ein Archiv mit älteren Ausgaben zurückgreifen und auch die E-Paper-Ausgaben nach einem Begriff durchsuchen lassen.

Das E-Paper kann über die Website abgerufen werden. Alternativ können die Nutzerinnen und Nutzer aber auch auf die App zurückgreifen und sich das E-Paper direkt auf ihre Mobilgeräte laden.

3. Social Media

Die Aachener Zeitung und die Aachener Nachrichten sind in sozialen Netzwerken wie Facebook, YouTube, Instagram und Twitter vertreten.

Facebook

Bei **Facebook** möchten die Aachener Zeitung und die Aachener Nachrichten ihre Leserinnen und Leser auf interessante Artikel aufmerksam machen, die auf ihren Internetseiten erschienen sind, und zum direkten Austausch anregen.

Die Posts beinhalten neben dem Link zum Artikel ein bis zwei Sätze, die den Inhalt beschreiben. Facebook zeigt außerdem eine Vorschau mit Bild und Titel des Artikels.

Die Leserinnen und Leser haben die Möglichkeit, die Artikel in ihrem Netzwerk zu teilen (weiterzuverbreiten), durch den Klick auf einen Emoji ihre Einstellung zum Inhalt mitzuteilen oder in einem Kommentar Stellung zu beziehen.



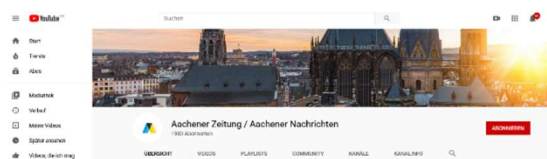
Screenshots vom 14.09.2020

www.facebook.com/aachenerzeitung

www.facebook.com/aachenernachrichten

YouTube

Auf der Videoplattform **YouTube** hat das Medienhaus Aachen einen Kanal, auf dem es Videos zu lokalen Themen postet und die Inhalte kurz beschreibt. Nutzerinnen und Nutzer haben die Möglichkeit, ihn zu abonnieren, die Videos auf anderen Plattformen zu teilen, sie zu kommentieren oder mit „Mag ich“ (Daumen hoch-Button) bzw. „Mag ich nicht“ (Daumen runter-Button) zu markieren.



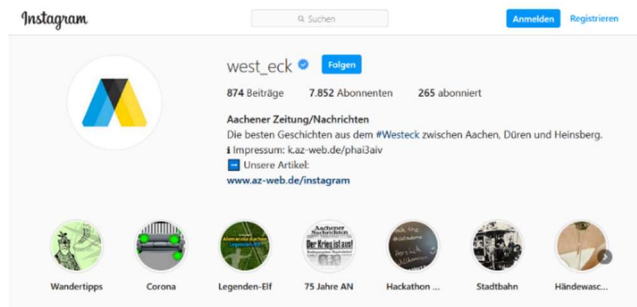
Screenshot vom 14.09.2020

<https://www.youtube.com/channel/UCQR-CjuC4to9U89OcDvcluQ/>

Instagram

Auf dem Online-Dienst Instagram, der hauptsächlich über eine App funktioniert, sind die AZ/AN ebenfalls aktiv.

Sie verbreiten Fotos und Videos. Diese sind mit einer sehr kurzen Beschreibung versehen, in der häufig Hashtags verwendet werden. Nutzer haben hier auch die Möglichkeit, Beiträge mit „Gefällt mir“ zu markieren (Klick auf das Herzsymbol oder Doppelklick auf die Beiträge), zu kommentieren oder weiter zu versenden.

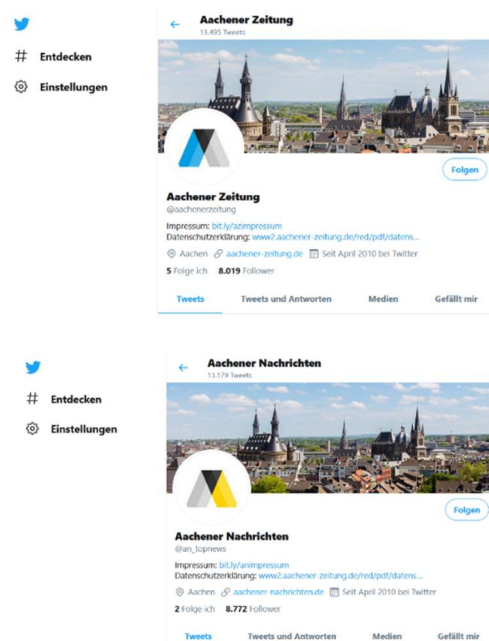


Screenshot vom 14.09.2020

https://www.instagram.com/west_eck

Twitter

Beim Internetdienst Twitter machen die Aachener Zeitung und die Aachener Nachrichten Gebrauch vom sogenannten Micro-Blogging. Die Nachrichten werden in maximal 280 Zeichen zusammengefasst und können zur besseren Auffindbarkeit mit Hashtags versehen werden. Nutzerinnen und Nutzer können unter anderem den Tweet teilen, indem sie ihn für Freunde retweeten (in die eigene Timeline übernehmen) oder darauf antworten.



Screenshots vom 14.09.2020

<https://twitter.com/aachenerzeitung>

https://twitter.com/an_topnews

Einbindung der Leserinnen und Leser

Neben den klassischen Leserbrief, der jahrzehntlang die einzige Möglichkeit für Leserinnen und Leser war, mit der Redaktion in einen öffentlichen Dialog zu treten, ist durch die verschiedenen Web-Angebote der Medienhäuser eine neue Form der Kommunikation getreten: der Online-Kommentar.

1. Der Leserbrief

Der Leserbrief gehört nicht zu den journalistischen Textsorten. Darin nutzt der Leser oder die Leserin die Möglichkeit, die eigene persönliche Meinung in der Zeitung auszudrücken. Leserbriefe werden in regelmäßigen Abständen in der Zeitung abgedruckt. Dabei behält sich die Redaktion vor, diese zu kürzen, ohne dass die Aussage verloren geht. Du findest sie regelmäßig auf der Seite „Leserbriefe“ oder unter „Lokales“. Hier eine Übersicht mit Beispielen aus einem echten Leserbrief.

Ausrichtung	• meinuingsbetont Eine ernsthafte Diskussion fällt schwer.
Gestaltung/ Elemente	• Bezug zu einem bestimmten Artikel, einem bestimmten Thema oder sogar (selten) als Antwort auf einen anderen Leserbrief zum Artikel „Bußgeld ohne Maske in Bus und Bahn“. • Angabe des Verfassers und ggf. des Wohnorts Rita Meiss aus Aachen
Sprache	• Schriftsprache • korrekte Rechtschreibung, da von der Redaktion ggf. korrigiert

Rita Meiss aus Aachen schreibt zum Artikel „Bußgeld ohne Maske in Bus und Bahn“:

Manche Menschen verstehen eine Notwendigkeit eben erst, wenn es in der Geldbörse wehtut. Ich fahre auch öfter Bus, und immer wieder gibt es Leute, die im Bus die Maske unters Kinn oder unter die Nase ziehen. Ich finde es absolut respektlos und egoistisch. Aber wohl jammern, wenn es wieder mehr Einschränkungen gibt. Ich muss auch sagen, dass manche Busfahrer übers Mikrofon darauf reagieren, manche sehen weg. Die Durchsagen im Bus dürften gerne lauter sein, da die kaum jemand versteht.

Vielleicht würde es auch etwas bringen, die Durchsage in verschiedenen Sprachen zu übersetzen, damit dann keiner mehr so tun kann, als wisse er nicht, worum es geht. Wie schnell die Zahlen hochgehen, wenn es zu lasch gehandhabt wird, sehen wir ja zurzeit.



Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten
31.08.2020, Leserbriefe

2. Der Online-Kommentar

Die Artikel, die die Aachener Zeitung und die Aachener Nachrichten auf ihrer Internetseite veröffentlicht, werden auch auf den sozialen Netzwerken verlinkt, auf denen sie vertreten ist. Dort (z. B. bei Facebook) können die Artikel von den Nutzern auch kommentiert werden.

Online-Kommentare sind oft kürzer als Leserbriefe und beziehen sich nicht unbedingt auf den gesamten Artikel, der kommentiert wird, sondern auf einzelne Aspekte. Zudem können Kommentare ihrerseits von anderen Leserinnen und Lesern aufgegriffen und kommentiert werden, so dass eine regelrechte Diskussion entstehen kann.

Online-Kommentare können sehr spontan und schnelllebig sein. Im Gegensatz zum Leserbrief sind die Äußerungen nicht immer gut durchdacht und bisweilen auch sprachlich nicht so ausgefeilt. In extremen Fällen muss die Redaktion einschreiten und Kommentare löschen, in denen zum Beispiel Beleidigungen oder Drohungen geäußert werden.

Hier findest du eine Übersicht zu den Merkmalen eines Online-Kommentars anhand eines Beispiels von der Facebook-Seite der Aachener Zeitung/Aachener Nachrichten.

Ausrichtung

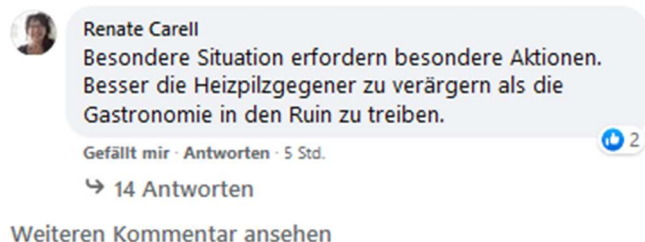
- meinuingsbetont
Besser die Heizpilzgegner zu verärgern als die Gastronomie in den Ruin zu treiben. [...]

Gestaltung/ Elemente

- Bezug muss nicht gesondert genannt werden
- keine direkte Angabe des Verfassers, ggf. über den Profilnamen ersichtlich
- oft sehr direkt und ungefiltert

Sprache

- meist Umgangssprache
- nicht selten Tipp- oder Rechtschreibfehler



Screenshot vom 14.09.2020

„MedienStunde“ ist ein Projekt des Medienhauses Aachen

Klassische journalistische Darstellungsformen im Überblick

Meldung	Bericht	Reportage	Porträt	Interview
informationsbetont	informationsbetont	informationsbetont (aber mit subjektiven Eindrücken)	informationsbetont (aber mit subjektiven Eindrücken)	Informationsbetont (aber mit subjektiven Einschätzungen)
kurze Nachricht mit den wichtigsten Informationen über ein Ereignis	längere Nachricht mit vertiefenden Informationen über ein Ereignis	„Erlebnisbericht“	„Bild einer Person“	schriftliche Wiedergabe eines Gesprächs
Beantwortung der W-Fragen: Wer? Was? Wann? Wo? Woher?	- Beantwortung der W-Fragen (>> Meldung) - zusätzliche W-Fragen: Warum? Wie? - Verwendung von Zitaten	- genaue Schilderungen von Erlebnissen und Eindrücken - zeitweise Fokussierung auf Personen	Themen werden auf die Person(en) bezogen	- personenbezogen (Fragen zur interviewten Person selbst) - sachbezogen (Fragen an einen Experten zu einem Sachverhalt)
- Leadsatz mit den wichtigsten Informationen - Einzelheiten, Hintergründe, Quellen (>> Bausteine-Modell, S.5)	- Leadsatz mit den wichtigsten Informationen - Einzelheiten, Hintergründe, Quellen (>> Bausteine-Modell S.5)	Wechsel von Szenenbeschreibungen und Fakten (>> Schaubild S.12)	Wechsel von Beschreibungen und Fakten zur Person	- Wortlautinterview: getreue Wiedergabe von Fragen und Antworten - Fließtextinterview: Wechsel von direkter und indirekter Rede
- kurze und sachliche Ausdrucksweise - keine wertenden Attribute	- sachliche Ausdrucksweise - keine wertenden Attribute	lebendige Schilderung mit zahlreichen Adjektiven (auch wertend)	lebendige Schilderung mit zahlreichen Adjektiven (auch wertend)	Schriftsprache (umgangssprachliche Ausdrücke und sprachliche Versehen werden i. d. R. nicht wiedergegeben)
Kommentar	Glosse	Kritik/Rezension	Foto	Infografik
meinungsbetont	meinungsbetont	meinungsbetont	i. d. R. Bezug zu einem Artikel - Ergänzung durch Bildunterschrift und Quellenangabe	- oft mehrere Elemente: Diagramme, Karten, Pläne, kurze Texte - meist Bezug zu einem Artikel
Stellungnahme zu einem aktuellen Thema oder Ereignis	satirische Darstellung eines aktuellen Themas oder Trends	Beschreibung und Bewertung eines Gegenstands	Ziele: - Veranschaulichung von Sachverhalten - Bereitstellung ergänzender Eindrücke	Ziele: - einfachere Erfassung von Zahlen und Daten durch Leser - Bereitstellung ergänzender Informationen - Auflockerung von Seiten
- meist Bezug zu einem anderen Artikel, der über das Thema informiert - Begründung der Meinung anhand von Fakten - andere Formen: Pro-/Kontra-	- Inhalt oft ironisch, überspitzt oder absurd - Aufbau sehr unterschiedlich - sprachliche Gestaltung oft auffällig (viele Stilmittel, Wortspiele)	- mögliche Gegenstände: Filme, Musik, Theaterstücke, Bücher u. Ä. - Mischung aus Informationen und Bewertungen	Karikatur	
Ziel: Anregung zur Meinungsbildung	Ziel: Unterhaltung	Ziel: Orientierung	überspitzte Meinungsäußerung in gezeichneter Form, die (meist) mit Spott auf Missstände aufmerksam macht	

Impressum

Inhaltliche Konzeption und pädagogische Ausarbeitung

PROMEDIA MAASSEN
Werner-Heisenberg-Straße 5
52477 Alsdorf
Tel.: 02404 9407-0
Fax: 02404 9407-20
info@promedia-maassen.de
www.promedia-maassen.de

Copyright

Die in diesem Unterrichtsmaterial enthaltenen Inhalte, Vorschläge, Ideen, Darstellungen und Visualisierungen sind geistiges Eigentum der Autoren, dürfen aber von Lehrerinnen und Lehrern im Rahmen des Projekts MedienStunde 2020/2021 zu unterrichtlichen Zwecken genutzt werden. Eine Weitergabe an Dritte ist grundsätzlich nicht gestattet. Jedwede Weiterverwendung von Dritten (auch nur teil- oder auszugsweise) bedarf zuvor der schriftlichen Genehmigung.

Bei Fragen zum Unterrichtsmaterial wenden Sie sich bitte an info@promedia-maassen.de oder 02404 9407-0.

