
Journalistische Praxis

Reihe herausgegeben von

Gabriele Hooffacker, HTWK Leipzig, Leipzig, Deutschland

Reihe gegründet von

Walther von La Roche (1936–2010)

Der Name ist Programm: Die Reihe Journalistische Praxis bietet ausschließlich praxisorientierte Lehrbücher für Berufe rund um Journalismus und Medien. Praktiker aus Redaktionen und aus der Journalistenausbildung zeigen, wie's geht, geben Tipps und Ratschläge. Alle Bände sind Leitfäden für die Praxis – keine Bücher über ein Medium, sondern für die Arbeit in und mit einem Medium. Walther von La Roche begründete die Reihe 1975 mit der „Einführung in den praktischen Journalismus“ (heute: „La Roches Einführung in den praktischen Journalismus“). Seit 2013 erscheinen die Bücher bei SpringerVS.

Die gelben Bücher mit ihren Webauftritten geben allen, die journalistisch tätig sind oder sein wollen, ein realistisches Bild von den Anforderungen redaktionellen Arbeitens und zeigen, wie man sie bewältigt. Lehrbücher wie „Recherchieren“, „Informantenschutz“, „Frei sprechen“ oder „Interviews führen“ konzentrieren sich auf Tätigkeiten, die in mehreren journalistischen Berufsfeldern gefordert sind. Andere Bände führen in das professionelle Arbeiten bei einem Medium ein (die Klassiker zu Radio-, Fernseh- oder Online-Journalismus). Es gibt Bücher zu journalistischen Techniken („VR-Journalismus“, „Mobiler Journalismus“ oder „Social Media für Journalisten“), und zu Berufsfeldern wie Pressearbeit und Corporate Media („Pressearbeit praktisch“) oder redaktionellem Arbeiten für Unternehmen oder Institutionen („Gebrauchstexte schreiben“).

Jeden Band zeichnet ein gründliches Lektorat und sorgfältige Überprüfung der Inhalte, Themen und Ratschläge aus. Sie werden regelmäßig überarbeitet und aktualisiert, oft in weiten Teilen neu geschrieben, um der rasanten Entwicklung in Journalismus und Medien Rechnung zu tragen. Viele Bände liegen inzwischen in der dritten, vierten, achten oder noch höheren Auflagen vor wie La Roches „Einführung“ selbst. Allen Bänden gemeinsam ist der gelbe Einband. Deshalb ist die Reihe unter Lehrenden, Studierenden und angehenden Journalistinnen und Journalisten auch als „Gelbe Reihe“ bekannt.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/11722>

Kim Otto · Claudio Höll · Andreas Elter

Magazinjournalismus im Fernsehen

Ein Handbuch für Ausbildung und
Praxis

 Springer VS

Kim Otto
Universität Würzburg
Würzburg, Bayern, Deutschland

Claudio Höll
Universität Würzburg
Würzburg, Bayern, Deutschland

Andreas Elter
Nürnberg, Bayern, Deutschland

ISSN 2524-3128

ISSN 2524-3136 (electronic)

Journalistische Praxis

ISBN 978-3-658-29368-0

ISBN 978-3-658-29369-7 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-29369-7>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2020

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Barbara Emig-Roller

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort

Wenn man im Jahre 2020 ein Buch über Magazinjournalismus schreibt, stellt sich unweigerlich die Frage, inwieweit noch von klassischen Magazinjournalismus im Fernsehen die Rede sein kann. Denn das traditionelle, lineare Fernsehen ist nur noch ein Ausspielweg unter vielen. Längst haben sich Mediatheken, YouTube – als eine der größten Bewegtbild-Plattformen im World Wide Web – und Streamingdienste etabliert. Bei der Suche nach journalistischen Programminhalten warten Nutzer*innen nicht auf den Ausstrahlungszeitpunkt, sondern bedienen sich Internet-Suchmaschinen, um gezielt nach bestimmten Themen zu suchen, wann und wo immer sie wollen. Doch sie finden häufig, soweit es um qualifizierte journalistische Inhalte geht, Beiträge oder Sendungen aus der Welt des linearen Fernsehens oder deren Web-Ableger.

Insofern ist der TV-Magazinjournalismus alles andere als obsolet geworden, er wird lediglich anders konsumiert und verbreitet. Es gibt noch zahlreiche weitere Gründe, warum es sinnvoll ist, sich mit dieser Präsentationsform zu beschäftigen. Sechs davon seien hier genannt:

1. Trotz der rasanten Ausbreitung non-linearer und mobiler Ausspielwege gibt es das klassische Fernsehen immer noch und es wird intensiv genutzt. Die durchschnittliche Verweildauer liegt seit fast 20 Jahren bei mehr als 200 min pro Tag. (Quelle [statista.com](https://www.statista.com))
2. Auch jüngere Zielgruppen stillen ihren Informationsbedarf größtenteils durch journalistische TV-Angebote; Web und Streamingdienste dienen anderen Zwecken (meist der Unterhaltung oder der Pflege sozialer Kontakte) (Quelle GfK, AG Fernsehen)

3. Neben den täglichen Nachrichten werden die meisten Informationsangebote im Fernsehen über journalistische Magazine vermittelt; insbesondere, wenn es um vertiefende oder einordnende Hintergrundberichte geht.
4. TV-Magazinjournalismus bedient nicht nur eine enorme thematische Breite (von Politik und Nachrichten über Kultur und Sport bis zu Verbraucherfragen und Ratgebern); sondern bietet auch bei der journalistischen Bearbeitung der Themen (gebaute Beiträge, Erklärstücke, investigative Spurensuche, Analyse, Kommentar, subjektiver Selbsterfahrungsbericht oder soziales Experiment) eine enorme Varianz. Damit sind TV-Magazine die journalistischen Allrounder schlecht hin. Das wiederum macht ihr Handwerkszeug universell übertragbar und nutzbar – auch für andere Formate im Web.
5. Im Zeitalter von social bots und beeinflusster Suchalgorithmen, werden seriös kuratierte journalistische Inhalte für normale Nutzer immer wichtiger. Theoretisch kann sich jedermann sein Informationsmenu selbst zusammenstellen; praktisch aber wird journalistische Kompetenz immer wichtiger. Mit tieferegehender Quellenrecherche, Themengewichtung, Orientierung und Einordnung leistet (guter) TV-Magazinjournalismus seinen Beitrag dazu.
6. Denn TV-Magazinjournalismus wird in aller Regel von professionell ausgebildeten Journalisten betrieben und unterliegt somit gewissen Qualitätsstandards.

Wir denken daher, es lohnt gerade im digitalen Zeitalter ein Handbuch zum TV-Magazinjournalismus zu schreiben. Ein weiteres Argument kommt hinzu: Zwar gibt es einige Hand- und Lehrbücher zum Fernsehen, allerdings immer noch wesentlich weniger als zu Print- oder Hörfunkjournalismus. Vor allem aber beschäftigt sich die einschlägige TV-Praxisliteratur meist entweder mit Nachrichten oder mit Reportagen. Spezifisch auf die Präsentationsform des TV-Magazins ausgerichtete Werke gibt es im deutschsprachigen Raum hingegen selten. Wir hoffen mit diesem Buch daher eine Lücke schließen zu können. Unser Dank geht an Kristin Baars für das Einrichten des Manuskripts.

Juli 2020

Kim Otto
Claudio Höll
Andreas Elter

Inhaltsverzeichnis

1	Zur Einleitung	1
2	Die Redaktion	5
2.1	Die Redaktionsstruktur	5
2.2	Funktionen in- und außerhalb der Redaktion	6
2.2.1	Die Redaktionskonferenz	9
2.2.2	Die Abnahme	12
2.2.3	Die Kritikrunde	18
3	Die Moderation	21
3.1	Funktion der Moderation	21
3.2	Formen und Methoden	24
4	Die Recherche	37
4.1	Aufgabe der Recherche	37
4.2	Die Quellen	38
4.3	Quellenprüfung	51
4.4	Vorgehen und Recherchetechniken	56
5	Das Interview	73
5.1	Grundlagen	73
5.2	Form und Funktion des Protagonisteninterviews	78
5.3	Gesprächsstrategien und Fragetechniken im Protagonisteninterview	80
5.3.1	Form und Funktion des Experteninterviews	83
5.3.2	Form und Funktion des Verantwortlicheninterviews	89
5.4	Gesprächsstrategien beim Verantwortlicheninterview	96
5.5	Der Involvierte	101

6	Der Hintergrundbericht	103
6.1	Aufbau des Hintergrundberichts	103
6.2	Der Protagonist	118
6.3	Der Experte	120
6.4	Der Verantwortliche	123
6.5	Der Involvierte	125
7	Die Reportage	127
7.1	Dramaturgie und Funktion	127
7.2	Die situationszentrierte Reportage („Momentaufnahme“)	141
7.3	Die Presenter-Reportage	145
7.4	Besondere Reportageformen	152
8	Dramaturgie in Magazinbeiträgen	157
8.1	Einführung oder was ist Magazin-Dramaturgie?	157
8.2	Strukturen und Gliederungen	159
8.3	Echte Dramaturgie	169
8.4	Exkurs Filmsprache: Einstellung, Szene und Sequenz	179
8.5	Aristoteles in der journalistischen Praxis	182
8.6	Handlungsmotive in journalistischen Geschichten	186
8.7	Sequenzen: Das dramaturgische Skelett	187
8.8	Das Sechs-Sequenzen-Modell für den journalistischen Hausgebrauch	190
8.9	Das Sechs-Sequenzen-Modell in der Praxis	193
8.10	Variationen und Erweiterungen des Sechs-Sequenzen-Modell	197
8.11	O-Ton-Ketten im Sechs-Sequenzmodell	198
8.12	Dreier-O-Ton-Kette	200
8.13	Innere und äußere Handlung	202
8.14	Sechs-Sequenzen-Modell und Parallelmontage	204
9	Texten für Magazinbeiträge	209
9.1	Nachrichtentexte und Magazintexte	209
9.2	Leitgedanke – der Kern eines Magazintextes	212
9.3	Gestaltungsebenen: Die ‚Sprachen‘ eines Filmes	217
9.4	Texten zum Bild: Einige Grundregeln	218
9.5	Erzählperspektiven	230
9.6	Erzählertypen und Textpersonen	235

Über die Autoren

Prof. Dr. Kim Otto ist Professor für Wirtschaftsjournalismus und Wirtschaftskommunikation an der Universität Würzburg und Journalist. Er studierte Politikwissenschaft, Volkswirtschaft und Recht an der Universität Duisburg und promovierte in Journalistik an der Universität Dortmund. Er arbeitet seit 2001 für das ARD-Politmagazin „Monitor“, aber auch für die ARD/WDR-Dokureihe „die story“. 2007 erhielt er den Adolf-Grimme-Preis für Aufdeckung des Skandals „Bezahlter Lobbyismus in Bundesministerien“. Seine aktuellen Forschungsgebiete sind Qualität im Wirtschaftsjournalismus, Qualitätssicherung und Qualitätsmanagement in Wirtschaftsredaktionen und Crossmedialität im Journalismus.

Claudio Höll arbeitet als Konzepter in München. Zuvor war er Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Professur für Wirtschaftsjournalismus und Wirtschaftskommunikation an der Universität Würzburg. Journalistische Erfahrung sammelte er beim Bayerischen Rundfunk, der Main-Post und im ARD-Studio New York. Er studierte Wirtschaftsjournalismus und Psychoökonomik in Würzburg, Konstanz und Brasilien.

Prof. Dr. Andreas Elter ist Fachgebietsleiter Fernsehen/Programm und Gestaltung bei der ARD-ZDF Medienakademie und Trainer in der Fortbildung. Zuvor hatte er eine Professur für Journalismus an der Macromedia Fachhochschule inne, war dort bundesweiter Studiengangleiter. Rund 15 Jahre war er als TV-Journalist bei RTL, ZDF und WDR tätig.