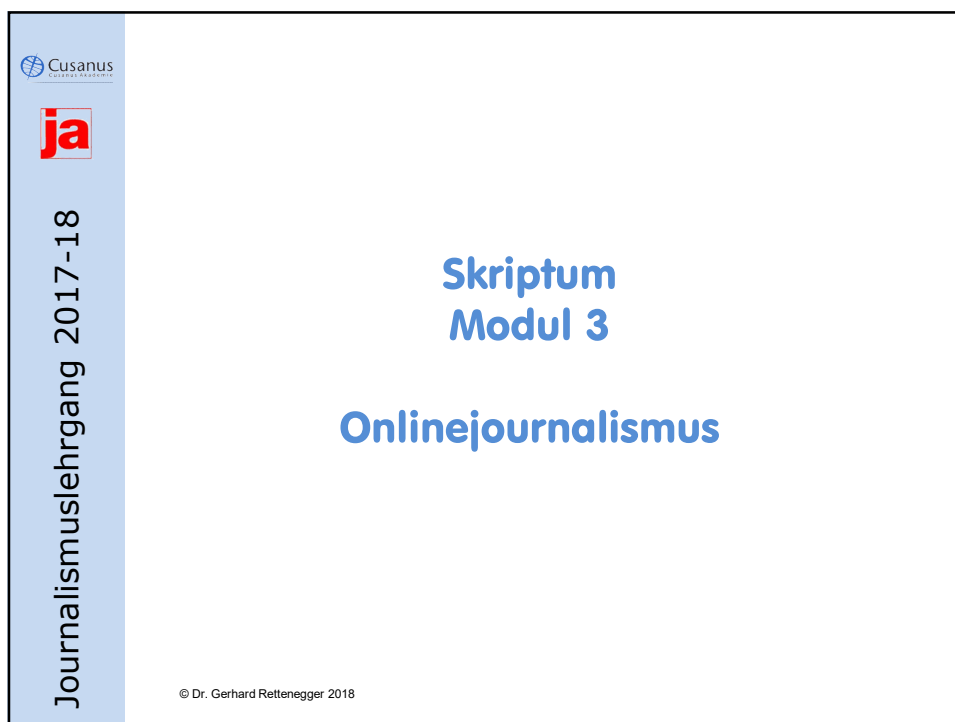






Journalismuslehrgang 2017-18

was nur online möglich ist:

- Hyperlinks;
- multimediale Inhalte;
- aktive Beteiligung des Users (Rückkanal, Interaktivität, UGC).

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Texten fürs Internet

Das EVA-Prinzip nach Nea Matzen:

- **E**rwartungen erfüllen: Der User soll bekommen, was in Überschrift, Teaser und Textanfang versprochen wurde:
- **V**erständlichkeit entscheidet, ob der User beim Artikel bleibt und ob er wiederkommt;
- **A**ktualität ist ein entscheidendes Kriterium, ausdrücken in der Zeitform des Verbs, Teaser und Text aktualisieren, Zeitstempel und Datum anzeigen.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Wie präsentieren sich Zeitungen?

- New York Times
<http://www.nytimes.com/>
- Süddeutsche Zeitung
<http://www.sueddeutsche.de/>
- Corriere de la Serra
<http://www.corriere.it>
- Kurier
<https://kurier.at/>

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Erfolgskriterien für Onlinetexte

- Der Leser findet im Text, was er gesucht hat (Relevanz).
- Die Hauptbotschaft des Artikels nach oben (Prinzip der umgekehrten Pyramide).
- Oder aber: Aufbau der Geschichte nach dem Prinzip des Storytelling.
- Schreibziel und Zielgruppe festlegen.
- Im Text steht das, was in der Überschrift versprochen wurde.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018

Journalismuslehrgang 2017-18



Erfolgskriterien für Onlinetexte



- Der Text spricht den Leser an.
- Die Wortwelt passt zum Inhalt UND zur Zielgruppe UND zum Absender (Authentizität).
- Der Text ist leicht und flüssig zu lesen.
- Jeder Autor sollte seinen persönlichen Stil (distanziert oder informell oder persönlich) entwickeln.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018

Journalismuslehrgang 2017-18



Verständlichkeit entscheidet

Rahmenbedingungen der Informationsvermittlung

**Journalist
Autor**

Einfachheit

Gliederung / Ordnung

Kürze / Prägnanz

Anregende Zusätze

**Leser,
Zuhörer, Zuseher,
Internetnutzer**

Einseitige Kommunikation

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Kriterium: Einfachheit

- **Einfache, klare Sprache**
erleichtert das Lesen.
- **Nachvollziehbarer Aufbau** des Textes (roter Faden).
- **Nicht zu lange Absätze** .
Eine bis maximal zwei Botschaften pro Absatz reichen vollkommen.
500 – 600 Zeichen pro Absatz.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Kriterium: Gliederung/Ordnung

- **Gut strukturierte Texte**, die sich rasch erfassen lassen („look & feel“).
- Kernbotschaften in einem **Infokasten** zusammenfassen schafft Übersicht.
- Bei langen Texten empfiehlt sich ein **zusammenfassender Vorspann** als Überblick.
- **Aufzählungen**: sie machen den Text übersichtlich.
- **Zitate** optisch hervorheben.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Kriterium: Kürze/Prägnanz

- **Kurze Wörter** verwenden – die stärksten Wörter der deutschen Sprache sind kurz: Hass, Liebe, Mut, Kraft, ...
- **Kurze Sätze** mit logischem Aufbau erleichtern das Lesen des Textes. Ein Hauptsatz mit zwei Nebensätzen über drei Zeilen ist zu lang.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Kriterium: anregende Zusätze

- **attraktiver Text-Medien-Mix.**
- **Zeitwörter** statt Hauptwörter verwenden – sorgt für aktive, lebhaftere Sprache.
- **Aktive Formulierungen** sind eine wichtige Zutat für einen lebhaften Schreibstil.
- **Verlinkungen** bieten dem Leser die Möglichkeit sich zusätzliche Informationen zum Thema des Beitrags zu besorgen.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018

Journalismuslehrgang 2017-18




gute Lesbarkeit



Flesch - Reading- Ease- Score		Lesbarkeit	Verständlich für
von	bis unter		
0	30	sehr schwer	Akademiker
30	50	schwer	
50	60	mittelschwer	
60	70	mittel	13-15 jährige
70	80	Mittelleicht	
80	90	Leicht	
90	100	Sehr leicht	11 jährige

Berechnen: <http://fleschindex.de/>

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018

Journalismuslehrgang 2017-18




Überschrift

- Nachrichtliche Überschrift:** fasst den Kern der News zusammen:

Ermittlungen gegen
Facebook-Chef Zuckerberg
- „magazinige“ Überschrift:** kreativ und überraschend:

"Ich dachte: Scheiße, es geht los"
- Klickoptimierte Überschrift:** setzt vor allem auf Sensationslust der Leser:

17 Kinder, die einen wesentlich schlechteren Tag haben als Du

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Texten für Facebook

- **Kurze, spannende Postings** haben eine höhere Resonanz als lange Meldungen. (140 Zeichen bis 200 Zeichen).
- **Einheitlichen Sprachstil** festlegen.
- Die **Schreibweise** ist leger. Smileys werden häufig mit eingebaut.
- Postings bieten der Community **Mehrwert**.
- **Qualität** geht vor Quantität.
- Postings sollten **aktuell** sein.
- **Erfolgreichste Postings**: 1. Livestreaming, 2. Facebook-Video, 3. Foto + Text, 4. nur Text

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Texten für Twitter

- Twitter erlaubt (noch) Postings (Tweets) mit **maximal 280 Zeichen**.
- Auf Twitter führt man Gespräche. Daher die Kommunikation **dialogisch** führen.
- Die Kommunikation auf Twitter ist **öffentlich**.
- Informationen **kuratieren** (und an die eigenen Follower weiterleiten).

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Texten für Instagram

- **Kurzer Text**, weil das Foto für sich sprechen soll.
- Text ersetzt **externe Links**, weil Verlinkungen auf Instagram nicht möglich sind.
- **Hashtags** sind wichtig, bis zu 30 verschiedene können pro Posting vergeben werden.
- Instagram-Postings können zwar keine Links enthalten, lassen sich aber auf Facebook, Twitter, Tumblr, etc. **teilen**.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Conversational Journalism

- **keine durchgehenden** Texte mehr,
- **kurze Absätze** – User entscheidet, wie es weitergeht,
- Erinnert an **Messenger-Dienste**,
- Technik dahinter: **Chatbots**

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Eigenschaften der Medien



© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

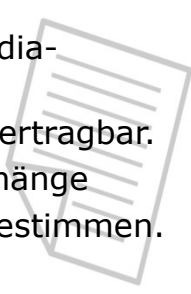
Eigenschaften: Text

Stärken:

- Ist Grundlage auch für Multimedia-Geschichten.
- Einfache Produktion, schnell übertragbar.
- Erläutert komplexe Zusammenhänge
- Leser kann Lesetempo selber bestimmen.

Schwächen:

- Relativ statisch.
- Wirkt weniger emotional als Fotos, Videos.
- Verlangt mehr Konzentration vom User, ist aufwändig zu rezipieren.



© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Eigenschaften: Foto

Stärken:

- wirken unmittelbarer, emotionaler als Text;
- können den Blick des Users steuern;
- wirken authentisch, hohe Glaubwürdigkeit;
- „frieren“ eindrucksvolle Momente ein;
- Bilder sind (meist) international;

Schwächen:

- benötigen zusätzlich Erklärungen (Text/Ton);
- sind oft inszeniert.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Eigenschaften: Video

Stärken:

- ideal für Abläufe, wenn etwas passiert.
- gelten als authentisch, glaubwürdig;
- wirken emotional, können Zuseher fesseln;
- vermitteln Gefühl dabei zu sein;
- optimal für Unterhaltung und „lean back“.

Schwächen:

- taugen nicht zur reinen Illustration;
- aufwändig zu produzieren;
- Komplexes ist schwer darstellbar;

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Eigenschaften: Grafik

Stärken:

- veranschaulicht komplexe Zusammenhänge;
- kann animiert werden;
- User hat Zeithoheit beim Betrachten;
- neue Nutzungsformen durch Interaktivität;

Schwächen:

- aufwändig zu produzieren;
- oft nur geringe emotionale Wirkung;
- verlangen Konzentration vom Nutzer;

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Eigenschaften: Audio

Stärken:

- vermittelt mehr über den Sprecher;
- wirkt emotional, erzeugen „Kino im Kopf“;
- wirkt authentisch;
- Atmo verstärkt Realitätseindruck;
- Ton erzeugt Spannung, vermittelt Emotion;
- "Originaldokument" (Telefon-Mitschnitt, ...)
- gute Audioqualität ist wichtig;

Schwächen:

- Tempo beim Hören ist vorgegeben;
- nicht überall konsumierbar (Lautstärke).

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018

Cusanus
UNIVERSITÄT

ja

Journalismuslehrgang 2017-18

Eigenschaften: Interaktion

Stärken:

- Inhalte können individualisiert werden;
- der User wird zur aktiven Teilnahme am Kommunikationsprozess animiert;
- User stellen Ideen, Inhalte bereit;
- Linearität der Geschichte kann aufgehoben werden.

Schwächen:

- interaktive Inhalte sind teuer;
- User-Akzeptanz muss noch steigen.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018

Cusanus
UNIVERSITÄT

ja

Journalismuslehrgang 2017-18

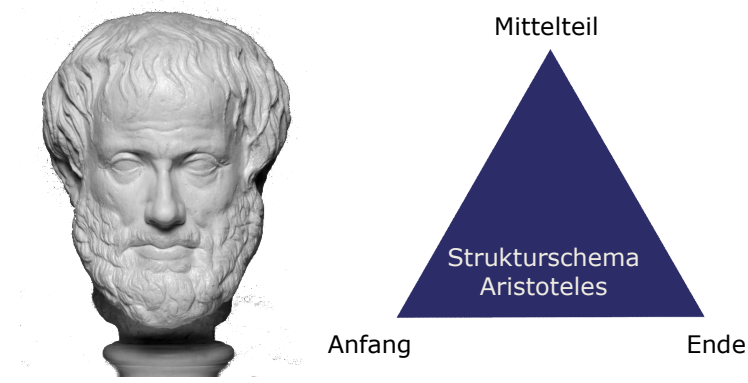
Non-lineares Erzählen



[Quelle: http://infographic.arte.tv/future/mawah/de/chapters_de.html
 gesamte Webdoku: <http://future.arte.tv/de/ebola>]

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018

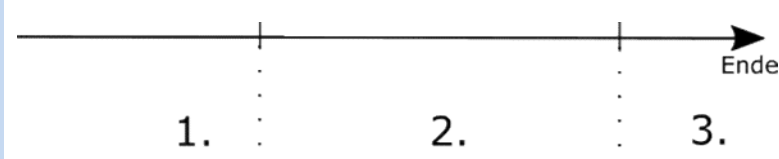
Storytelling-Dramaturgie



© Dr. Gerhard Rettenegger 2018

[Quelle: Sammer, Petra, Storytelling, S. 125 f]

Storytelling-Dramaturgie



1. EXPOSITION:

- Wer sind die Leute?
- Ausgangssituation?
- Held lebt in gewohnter Welt.

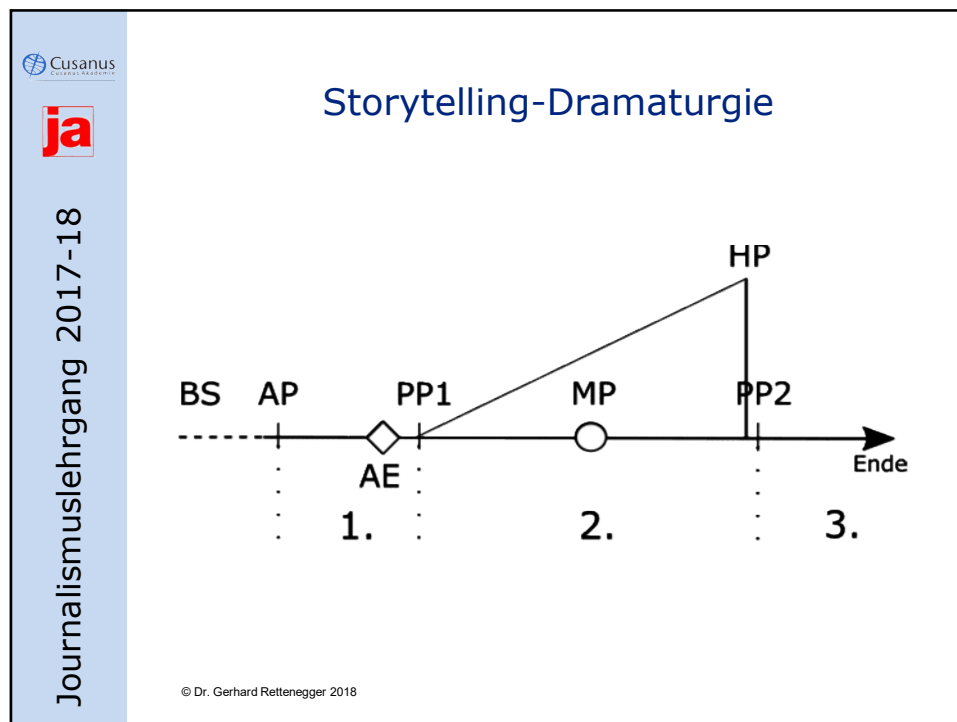
2. KONFRONTATION:

- Protagonist setzt sich ein Ziel, bemüht sich das Ziel zu erreichen.
- Konflikte und Probleme auf allen Ebenen.
- Sie intensivieren sich.
- Held kommt am Ziel an.

3. AUFLÖSUNG:

- Happy End (Tragödie).
- Konflikte sind entschieden.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Cusanus
CULTURA ACADEMIA

ja

Storytelling

Geschichte erzählen - Berichterstaten

Nähe ↔ Distanz

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018

Journalismuslehrgang 2017-18

Cusanus
CULTURA ACADEMIA

ja

Storytelling

Aufbau einer Geschichte: der Spannungsbogen

Spannung

Zeit

0 Anfang Mitte Ende

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Audio-Slideshow

Ist eine Kombination aus:

- Foto;
- Originalton;
- „Atmo“ –Hintergrundgeräusche, Raumklang;
- Reportertext;
- ev. Musik;
- ev. Textinserts;

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Audio-Slideshow

Video: der Zuseher konzentriert sich auf den Ablauf der Bilder;

Standbild: der Zuseher konzentriert sich auf das einzelne Bild;

Audio: vermittelt den User den Eindruck dabei zu sein;

Audio-Slideshow = wirksames Mittel für gutes Storytelling.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Audio-Slideshow

Geräteanforderung:

- Fotoapparat
- ggf. Videokamera
- Audio-Aufnahmegerät
- ev. Mikrofon, Stativ

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Audio-Slideshow

Bearbeitung – Erstellen:

- „Soundslides“ (<http://soundslides.com/>);
- Win: Microsoft Moviemaker (<http://bit.ly/1iIDVaQ>);
- Mac: iMovie (<http://bit.ly/1fQ34bL>);
- iPhone: iMovie (<http://apple.co/1VSF4qu>);
- Android: PowerDirector (<http://bit.ly/2fHCt8m>);
- Bild: Win, Mac: GIMP (<http://www.gimp.org>),
Win: Paint.NET (<http://bit.ly/1MYAKPm>);
- Audio: Win, Mac: Audacity (<http://www.audacity.de>).

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Audio-Slideshow

Faustregeln für Produktion (1):

- Fotos immer im Querformat aufnehmen!
- Verwende 8-10 Fotos pro Minute;
- Show sollte drei bis vier Minuten lang sein;
- Die Fotos müssen technisch gut und aussagekräftig sein;
- Jedes Foto sollte mindestens drei Sekunden und höchstens zehn Sekunden auf dem Bildschirm;
- Atmo zu Beginn des Audio hilft bei der Orientierung;
- Der Text muss zum Inhalt der Fotos passen.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Audio-Slideshow

Faustregeln für Produktion (2):

- Der Originalton der Umgebung darf nicht von der Geschichte ablenken.
- Verwende Musik nur dann, wenn es wirklich notwendig ist.
- Achte bei der Audibearbeitung darauf, dass es nicht zu laut und zu leise Stellen gibt;
- Originaltöne brauchen Fotos der sprechenden Personen und Insert (Vorname – Nachname – Funktion, in der die Person im OT auftritt).

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Audio-Slideshow

Tipps zum Aufbau (1):

Die ersten zehn Sekunden ausschlaggebend, ob ein Rezipient die Show ansieht. Der Einstieg in die Slideshow ist entscheidend:

- zeige das packendste Foto;
- verwende den stärksten Originalton;
- überrasche das Publikum;
- steige mit präzisiertem Text in die Geschichte ein.
- ausreichend Atmo aufnehmen!

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Audio-Slideshow

Tipps zum Aufbau (2):

- Gute Fotos sind entscheidend für eine Audio-Slideshow.
- Die Töne (Reportertext, OT, Geräusche) leiten aber die Show.
- Im Audio wird die Geschichte mithilfe der Fotos erzählt.
- die Slideshow kann nur beinhalten, was als Foto UND als Audio vorhanden ist.

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018



Journalismuslehrgang 2017-18

Literaturliste

Eberl, Matthias: rufposten.de.- Weblog des ausgezeichneten Experten für Audio-Slideshows

Häusermann, Jürgen: Journalistisches Texten.- UVK, ³2011; ISBN 978-3867640008

Karbasova, Natalia: Tipps und Tricks rund um Audio-Slideshows.- Weblog MediaKar, 2012;
<http://bit.ly/1iypqAw>

Matzen, Nea: Online-Journalismus.- UVK, 2010; ISBN 978-3-86764-226-2

Schneider, Wolf: Deutsch für Profis.- Goldmann Verlag, ¹¹2001; ISBN 978-3442161751

Sick, Bastian: Der Dativ ist dem Genetiv sein Tod.- KiWi-Paperback, 2004; ISBN 978-3462034486

© Dr. Gerhard Rettenegger 2018