

## Journalistische Schreibregeln

### Tipps für die Praxis

- **Abkürzungen erläutern:** Namen von Institutionen, Begriffe, o.a. sollten bei ihrer ersten Nennung ausgeschreiben werden. Ein Kürzel in Klammern folgt direkt nach der ersten vollständigen Ausschreibung. Damit ist fachlich korrekt eine Abkürzung eingeführt, auf die dann im weiteren Text zurückgegriffen wird.
- **„man“:** Die Ausformulierung von Sätzen mit „man“ ist ein journalistisches Tabu. Denn „man“ ist unspezifisch und ungenau und deshalb unerlaubt. Es muss immer exakt angegeben werden, wer was tut.
- **Journalistische Arbeit orientiert** sich zur richtigen Wiedergabe der Situation, genau an den **Fakten**. Zahlen untermauern einen Artikel mit der geforderten Sachlichkeit. Wer beschönigt oder verschweigt arbeitet nicht journalistisch. Nummern und Ziffern d.h. Hausnummern, Telefonnummern, etc., werden in den Zahlzeichen 0 bis 9 dargestellt.
- **Namen von Personen:** Personen sollten in einem Bericht mit Titel, Vornamen und Namen genannt werden. Wenn für den Inhalt des Textes die berufliche Funktion der Person eine Rolle spielt oder wenn die Person in ihrer Funktion gehandelt hat, muss auch die berufliche Funktion angegeben werden. Die Worte „Frau“ und „Herr“ werden nie vor Namen gestellt. Der geflügelte Ausdruck „Namen sind Nachrichten“ stimmt, wenn die Genannten bekannt oder bedeutsam oder prominent sind.
- **Zitieren und Wiedergeben:** Das gesprochene Wort fesselt, auch in den Printmedien. Das Stilmittel der „direkten Rede“ gibt wortwörtlich wieder, was eine Person gesagt hat. Die jeweiligen Aussagen werden dazu in Anführungszeichen gesetzt. Wer nicht direkt zitiert, gibt die Aussagen im Konjunktiv wieder, z.B.: „Es sei so üblich im Journalismus, sagte der Webmaster.“ Wichtig bei Zitaten ist die Information, wann, wo und in welchem Zusammenhang die Person (Titel, Vorname, Nachname, Funktion) die Aussagen gemacht hat.
- Die **Überschrift:** Griffig, richtig, verständlich, prägnant, lebendig und möglichst plakativ sollte sie sein. Vor allem aber: „menschlich“ und nicht „sächlich“ oder gar „bürokratisch“. Aus der Überschrift muss der/die Leser/in erkennen können, worum es geht. Was der Titel verspricht, muss unbedingt im Text auftauchen. Die Überschrift hat nach Größe, Aufmachung und Art, dem Inhalt, der Bedeutung und dem Stil des Artikels zu entsprechen. Die Überschrift soll den Leser, die Leserin aufmerksam und neugierig machen. Die Erfahrung beweist: Je reizvoller die Überschrift, desto eher wird auch der Text gelesen. Überschriften werden im Präsens formuliert. Gemäßigter Telegrammstil ist erwünscht.
- **Überflüssige Worte vermeiden:** Typische Beispiele für überflüssige Worte: irgendwie, eigentlich, recht, auch. Ungeübte Schreiber/innen sind gerne versucht, ihre Sätze und Formulierungen durch solche Füllwörter aufzublasen. Weniger ist oft mehr!
- **Keine Fremdworte:** Berichte sollten in einer verständlichen Sprache verfasst sein, die alle Leser/innen anspricht. Fremdworte dürfen verwendet werden, sofern sie in die Alltagssprache eingesickert sind (z.B. „Handy“, „Computer“).



- **Fachbegriffe erklären:** Zum Informationsauftrag gehört, Leser/innen Neues und Fachliches zu vermitteln. Dazu sind Fachbegriffe unerlässlich. Deshalb sind Fachbegriffe zu nennen, aber auch erläuternd zu umschreiben.
- **Wort-Wechsel:** Ein Text wirkt lebendig, wenn er für ein Wort auch andere Begriffe benutzt. Statt mit einem Pkw können die Sozialarbeiter/innen auch mit einem Kraftfahrzeug, einem Auto, einem Fiat zum Einsatz auf der Straße gefahren sein.
- **Wortschlangen vermeiden:** Begriffe, die sich aus mehreren Worten zusammensetzen, sind nicht sofort zu erfassen: Marserkundung, Kinderumfrage, Mars-Erkundung, Kinder-Umfrage – das liest sich auf Anhieb besser.
- **Mit Verben formulieren:** Der/die Berichtersteller/in vor Ort schildert für seine Leser/innen die Vorgänge aktiv und verwendet Tätigkeitswörter (Verben) so oft es geht.
- **Passiv-Konstruktionen** sind wirklichen Leidenssituationen vorbehalten. Beispiel: „Eine Auto-Waschkaktion wurde von den Lions durchgeführt.“ – Besser: „Die Lions haben Autos gewaschen.“
- **Satzzeichen sind Lesehilfen:** Der Satzpunkt schließt ab: Eine Zahl, ein Faktum, ein Ereignis – Punkt und Stopp des Leseflusses. Das Komma verbindet Sätze, trennt aber Inhalte voneinander. Der Doppelpunkt öffnet seinen Satz für den Folgesatz, der eine ergänzende Information bringt. Gedankenstriche markieren Einschübe als Zusatzinfo. Anführungsstriche gibt es nur bei besonderen Namen. Rede-Striche gehören zum Zitat. Das Semikolon ist selten. Das Fragezeichen kommt nicht vor. Das Ausrufezeichen kennt nur die „Bild“-Zeitung.

#### Weitere EPM-Arbeitshilfen zu diesem Thema:

- Journalistische Schreibregeln
- Pressearbeit
- Pressekonferenz/-gespräch
- Publizitätsvorgaben
- Social-Media-Marketing im Überblick