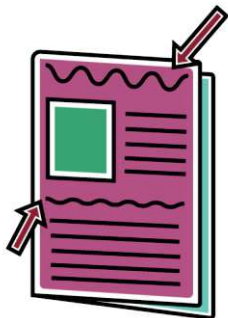


J02 Überschrift, Vorspann, Bildunterschrift

Markus Reiter



Überschrift, Vorspann, Bildunterschrift

Einleitung: Worum geht es in diesem Studienbrief?	2
1. Warum Kleintexte so wichtig sind.....	6
2. Die Überschrift	13
2.1 Die nachrichtliche Überschrift	13
2.2 Typische Fehler	19
2.3 Fragezeichen in der Überschrift.....	26
2.4 Unterzeilen.....	28
2.5 Überschriften und Internet.....	29
2.6 Die lockende Überschrift.....	31
2.7 Trigger Words in der Überschrift – das Geheimnis der Reizwörter.....	35
2.8 Zwischentitel.....	39
2.9 Exkurs: Wie das Internet journalistische Kleintexte verändert.....	42
3. Der Vorspann	46
3.1 Der nachrichtliche Vorspann	46
3.2 Der lockende Vorspann	52
3.3 Wie kommt man zu guten Vorspannen?	63
4. Bildunterschriften	67

Überschrift, Vorspann, Bildunterschrift

■ Einleitung: Worum geht es in diesem Studienbrief?

Vielleicht geht es Ihnen genauso wie vielen Kollegen, die uns in zahlreichen Weiterbildungsveranstaltungen begegnet sind. Sie haben mit großer Mühe und aufwendiger Recherche einen Artikel verfasst. Sie haben stundenlang an den einzelnen Formulierungen gefeilt und eventuell sogar noch einmal eine Nacht darüber geschlafen, damit Sie am nächsten Morgen mit frischem Blick erkennen, wo Ihr Text sprachlich noch verbessert werden kann. Und dann? Wie viel Zeit gönnen Sie sich, um zu titeln und einen Vorspann zu schreiben? Ein paar Minuten? Oder übernimmt das gar eine Kollegin oder ein Kollege, weil Sie dafür nun wirklich nicht mehr die Energie aufbringen?

Dann handeln Sie nicht anders als viele Journalisten, sogar solche bei großen Zeitungen und bei vielen Fachzeitschriften. Überschrift, Vorspann und die Bildunterschrift sind in vielen Redaktionen die vernachlässigten Stiefkinder. Ihnen wird nur wenig Aufmerksamkeit geschenkt oder sie werden Opfer redaktioneller Routinen.

Dabei gibt es inzwischen umfangreiche Erkenntnisse über die Bedeutung, die Funktion und den Erfolg dieser drei Elemente, die man in der journalistischen Fachsprache zusammenfassend als *Kleintexte* oder *Kurztexte* bezeichnet. In diesem Studienbrief werden wir Sie mit einer ganzen Reihe dieser Erkenntnisse vertraut machen. Ganz zu Beginn möchten wir Ihnen aber schon einmal mit auf den Weg geben: Über den Erfolg beim Leser Ihrer Reportage, Ihres Kommentars, Ihrer Glosse oder Ihres Hintergrundberichtes entscheiden zuallererst die Überschrift und der Vorspann: Wenn die Überschrift Ihren Leser nicht anspricht, wenn der Vorspann nicht verlockend genug ist, dann wird der ganze Rest Ihres Textes ungelesen bleiben. Es lohnt sich also, sich bei den Kleintexten ausreichend Mühe zu geben.

Damit ist zunächst gemeint, dass Sie ausreichend Zeit einplanen, um sich vor Redaktionsschluss mit den Kleintexten beschäftigen zu können. Es kann schon einmal vorkommen, dass Sie eine halbe Stunde, vielleicht sogar eine Stunde herumprobieren müssen, bis die Überschrift wirklich sitzt.

Sie werden in diesem Studienbrief ein paar Tricks und Tipps an die Hand bekommen, damit Sie wissen, worauf Sie achten müssen. Diese Kniffe können Ihnen helfen, bessere Überschriften, Vorspanne und Bildunterschriften zu formulieren. Sie sollen Sie aber vor allem vor den Fallen warnen, in die viele Journalisten beim Schreiben von Kleintexten tappen. Deswegen erfahren Sie etwas über die typischen Fehler, die dabei auftreten.

Gute Kleintexte machen nicht nur dem Leser, sondern auch der Autorin oder dem Autor Spaß. Aber täuschen Sie sich nicht: Sie sind in der Regel das Ergebnis harter Arbeit. Das erkennen Sie daran, dass in den Redaktionen derjenigen Zeitungen und Zeitschriften, die unmittelbar von ihrem Verkaufserfolg am Kiosk abhängig sind, der allergrößte Wert auf gute Überschriften gelegt wird. Sie sind dort Chefsache.

Bei der „BILD“ zum Beispiel, die anders als eine Abonnementzeitung oder eine Fachzeitschrift jeden Tag ihren Erfolg an den Einzelverkaufszahlen messen kann, grübeln die Mitglieder der Chefredaktion jeden Tag an einem großen Tisch über der Schlagzeile des Tages. Sie muss nämlich

- sofort das Interesse eines flüchtigen Lesers wecken,
- den Inhalt der Textsorte auf den Punkt bringen,
- eingängig und
- sofort verständlich sein.

Viele Journalisten in sogenannten seriösen Medien sind etwas herablassend zu ihren Kollegen in den Boulevardmedien. Sicherlich gibt es dort einige ethisch bedenkliche Erscheinungen, die vom Deutschen Presserat auch immer wieder aufgegriffen werden. Aber was das Handwerk des Titeln angeht – da können sich viele Redakteurinnen und Redakteure von ihren Boulevardkollegen eine Scheibe abschneiden.

Deshalb werden uns die vier oben genannten Prinzipien aus dem Boulevardjournalismus in den folgenden Kapiteln bei Überschriften und bis zu einem gewissen Grad auch bei Vorspännen als Leitlinie dienen. Sie haben Bedenken? Nun, wir stellen am besten diesen vier noch ein fünftes Prinzip hinzu, nämlich:



Merksatz

Überschriften und Vorspänne sollen wahrhaftig sein. Man könnte auch sagen: ehrlich. Damit ist gemeint, dass sie dem Leser nicht mehr versprechen dürfen als die Textsorte zu halten vermag.

Das kann übrigens auch umgekehrt für Sie ganz hilfreich sein: Haben Sie sehr große Schwierigkeiten, eine spannende Überschrift und einen interessanten Vorspann zu schreiben? Dann schauen Sie sich Ihren Text und Ihr Thema noch einmal genau an. Vielleicht ist beides ja so langweilig, dass Ihnen nichts Besseres einfallen kann. In einem unserer Weiterbildungsseminare fragte einmal eine Tageszeitungsredakteurin: „Wenn ich nun aber ein sehr langweiliges Thema habe: Soll ich dann nicht lieber eine sehr langweilige Überschrift darüber setzen, damit der Leser gewarnt ist?“ Die Antwort dürfte Sie nicht überraschen: Nein! In diesem Falle prüfen Sie lieber, wie Sie das Thema spannender aufbereiten

können. Im Grunde gibt es nämlich keine langweiligen Themen, sondern nur eine langweilige Aufbereitung oder eine allzu langweilige Perspektive auf ein Thema. Wechseln Sie in eine ungewöhnliche Perspektive – und schon entpuppt sich ein Stoff, den Sie zum Gähnen fanden, als spannend, lehrreich, ja manchmal sogar atemberaubend. In diesem Sinne sind Überschrift und Vorspann die Lackmustests für Ihren Text.

Also ran an die Arbeit!