



Deutsche
Journalisten
Akademie

F08

Reisejournalismus

Françoise Hauser

Impressum

Deutsche Journalisten-Akademie

Karmeliterweg 84
13465 Berlin

kontakt@djamail.de

www.deutschejournalistenakademie.de

Tel. 030 / 810036887

Fax. 030 / 810036889



Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	5
2	Was ist Reisejournalismus, und wer braucht ihn?	6
3	Die Kunst Themen zu finden	9
4	Textarten	12
5	Die klassischen Strukturteile eines Reisetextes	17
6	Stil-Fragen	22
7	Bilder und Bildunterschriften	26
8	Serviceteil und Kästen	30

Reisejournalismus

Allgemeine Lernziele

Wenn Sie dieses Modul absolviert haben, können Sie

- Themen finden
- das passende Genre für Ihre Texte aussuchen
- stilistische Klippen umschiffen
- Ihren Texten eine Struktur geben
- den richtigen Einstieg und Abschluss schreiben
- die Bebilderung planen
- Ihre Texte mit Kästen und Service-Elementen versehen

1 Einleitung

Reisejournalist ist für viele Menschen ein echter Traumberuf: immer unterwegs auf dem Globus, immer auf der Suche nach Abenteuern, aufregenden Touren und spannenden Gesprächspartnern.

Doch hinter den locker geschriebenen Texten des Reisejournalismus steckt eine Menge Arbeit: Denn wie gelingt es dem Schreiber, seine Eindrücke an den Leser zu vermitteln? Welche Tricks lassen seine Texte flüssiger wirken, und

wie strukturiert man eigentlich einen Text so, dass Lesende nicht anders können, als dem Autor in die Ferne zu folgen?

Einen goldenen Weg, der für alle Schreibenden immer hundertprozentig richtig ist, gibt es zwar nicht – oft ist der wichtigste Schritt die Sensibilisierung für die Bedürfnisse des Lesers – aber eine ganze Handvoll Instrumente und Tipps, die wir Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen. Nur reisen müssen Sie dann noch selbst.



2 Was ist Reisejournalismus, und wer braucht ihn?

Lernziele

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, wissen Sie,

- warum Menschen sich für Reiseseiten interessieren
- welche Bereiche zum Reisejournalismus gehören
- wer Ihre Leser sind
- wie der Reisejournalismus entstand
- warum gerade Quereinsteigende oft den Reisejournalismus wählen
- wie Sie Ihre Leser erkennen

Tageszeitungen, Magazine, Fachzeitschriften: Kaum eine Publikation kommt ohne Reise-seite aus. Mehr als 40 Reisemagazine werden in Deutschland herausgegeben, deren Auflage insgesamt mehr als zwei Millionen Exemplare beträgt. Dazu kommen gut 200 Zeitungen und Zeitschriften mit Reise-Ressort. Das Thema Reisen scheint den Deutschen also am Herzen zu liegen.

Doch warum interessieren sich Lesende eigentlich für die Reisen anderer? Bei allen persönlichen Unterschieden ergeben Umfragen immer wieder eine Handvoll grundlegender Motive, die Lesende auf die Reiseseiten locken:

- **Armchair Travelling: der Leser**
Auf den Reiseseiten bekommt der Leser das geboten, was ihm im Alltag verwehrt bleibt: ferne Länder, Abenteuer, spannende Begegnungen mit Menschen fremder Kulturen – kurzum, allerhand Dinge, die er selbst wahrscheinlich nie erleben wird. Und vielleicht auch gar nicht wirklich will! Wie viele andere Träume, ist auch der Traum vom Reisen, von fernen Welten ganz besonders attraktiv aus der Ferne. Texte über eine Dschungel-Survival-Tour zu lesen, ist für die meisten eben doch angenehmer, als sich selbst von ger-

östeten Maden zu ernähren und von den Dschungel-Moskitos zerstechen zu lassen. Der Leser will Reportagen lesen, die an den Rand der eigenen Belastbarkeit gehen, gefährliche Situationen erleben, gewagte Dinge tun (man denke an all die Abenteuer-Sportarten oder die Risiken eines Techtelmechtels in der Dritten Welt), Milieus erleben, die ihm in der Realität wahrscheinlich eine ordentliche Portion Angst einjagen würden und manchmal auch einfach zu teuer wären. Wenn Lesende selbst unterwegs sind, geht es erheblich braver zu: Schließlich buchen die meisten Menschen Pauschalreisen und verbringen ihren Urlaub komfortabel zwischen Strand und Buffet. Reisejournalisten sind also, mehr oder minder, Kuriere im Dienste der Lesenden. Sie ermöglichen es der breiten Masse, wenigsten mental all die spannenden Touren zu unternehmen, die sie niemals antreten wird. Warum sonst verkaufen sich Survival Guides wie warme Semmeln?

- **Informationen für eigene Reisen**
Neben den Armchair Travellern gibt es natürlich auch noch eine große Anzahl von Lesenden, die in der Tat selbst viel reisen. Für sie spielen konkret verwertbare Informationen eine große Rolle. Themen wie „die besten

Strände der Welt“, „so finden Sie günstige Flugtickets“ oder „Frankreich für die knappe Kasse“ versprechen einen konkreten Mehrwert. Hier tritt der Reisejournalist als Experte auf und bereitet seine Erfahrungen für den Leser auf – quasi wie eine Gebrauchsanweisung, es ihm nachzutun.

- **Die Horizonterweiterung**

Abgesehen von allen Reiseplänen ist es für viele Menschen interessant, einmal ganz nah an eine fremde Kultur heranzurücken: Wie lebt es sich eigentlich in einem indischen Slum? Was beschäftigt die Einheimischen der Malediven, wenn sie nicht gerade in einer Ferienanlage arbeiten? Und von wem stammen die seltsamen Bronze-Artefakte des chinesischen Ortes Sanxingdui? Durch den Reisetext öffnet sich für einen Moment das Fenster zu einer fremden Welt. Gelingt es dem Schreiber, diese auch noch packend zu schildern oder komplexe Hintergründe prägnant zusammenzufassen, bekommt der Leser genau das, was er gesucht hat: einen Zuwachs an Wissen über die Welt.

Die Definition – welche Definition?

In Anbetracht dieser breiten Spanne von Lesemotivation ist es verständlich, dass auch die Definition von Reisejournalismus eher vage ausfällt. Wenn es denn überhaupt eine gibt!

Ein Blick auf die Reiseseiten der großen Magazine und Zeitungen Deutschlands unterstreicht die Vielfalt des Reisejournalismus. Vom Portrait einer Kibbuzgründerin, Trekking-Berichten aus Kasachstan, dem Bericht über das japanisch-koreanische Verhältnis, der Reportage einer Luxuskreuzfahrt oder einfach nur Wandertipps fürs Wochenende ist quasi alles dabei, was einen Städte- oder Ländernamen im Titel trägt. Kulturelle Hintergrundartikel gehören genauso dazu wie die rasante Reportage. Sie alle haben im Grunde nur zwei Dinge gemeinsam: Sie handeln von mehr oder minder fernen Orten und sie laden zu mentalen Reisen ein. Die meisten Reisejournalisten halten sich daher an

eine pragmatische Definition, die Sie wohl in keinem Buch finden werden, im Alltag jedoch sicherlich früher oder später anwenden:

Reisejournalismus ist das, was sich als solcher verkaufen lässt und später auf den Reise-Seiten eines Mediums erscheint.

Wer wird Reisejournalist

Nirgendwo sonst tummeln sich so viele Quereinsteiger und freie Journalisten. Aus gutem Grund: „Reisen“ kann man nicht studieren. Wohl aber Geschichte, Sprachen, Geographie und viele andere Fächer, die helfen, sich im Ausland zurechtzufinden und fremde Kulturen zu verstehen. Historische, linguistische und geographische Kenntnisse sind eindeutig von Vorteil beim Unterfangen, die wirklich interessanten Aspekte fremder Reiseziele überhaupt erst wahrzunehmen und eine langweilige Destinationsbeschreibung in einen spannenden Text zu verwandeln. Nicht zuletzt träumen viele Schreibende davon, ihre Leidenschaft „Reisen“ in einen Beruf zu verwandeln.

Die lange Tradition des Reisejournalismus

Reisejournalismus ist im Grunde ein altes Metier: Reisebeschreibungen gibt es seit Menschengedenken: Wer unterwegs etwas erlebt, will davon natürlich berichten. Zudem interessiert es Menschen seit jeher: „Wie leben die anderen?“ Zahlreiche Reisebeschreibungen der Antike wie die „Odyssee“, die Reisen des Pausanias oder die Historien des Herodot gehören heute zu den Klassikern. Später berichteten Missionare wie Matteo Ricci, Kaufleute und Entdecker wie Ibn Battuta oder Francois Pyrard aus allen Ecken der Welt und brachten die Mär wundersamer Reiche. Auch Marco Polo ist ein typischer Vertreter der Gattung, selbst wenn bis heute nicht geklärt ist, ob er wirklich China besuchte oder die Schilderungen anderer Kaufleute zu einer fiktiven Reise verwob.