

## Grundsätze

Jeder Artikel muss die sechs "W" beantworten (eventuell auch das siebente):

- Wer** hat was getan, erlebt (Mittelpunkt/Anlass des Artikels)?  
**was** ist dabei passiert (Sach-Information)?  
**wann** hat das stattgefunden (zeitliche Einordnung)?  
**wo** hat sich das abgespielt (örtliche Einordnung)?  
**wie** ist das passiert (Ablauf-Schilderung)  
**warum** ist das so passiert (Hintergrund)?  
**woher** stammt die Information (wenn für den Leser die Quelle wichtig ist)?

## Gliederung:

**Der Titel:** Ist der „Aufreißer“, der das Interesse des Lesers wecken soll. Er ist daher emotionell („Jeder liebt Julia“), überkritisch („Politik am Ende?“), kurios („Diensthund biss Herr!“)

**Der Vorspann:** Text erklärt den Titel (was ist wem passiert - ein prägnante Zusammenfassung des wichtigsten Inhaltes - also keine Aufzählung, was alles im Artikel kommt)

**Die Einleitung:** Soll den Leser zum Weiterlesen animieren – also keine protokollarische Abhandlung des Geschehenen, sondern Einstieg mit einem besonders interessanten Detail.

**Der Stil:** Kurze Sätze. Keine Fremdwörter. KEINE ABKÜRZUNGEN! Keine langen Absätze.

## Interessens-Kriterien:

Was Nachrichten für den Leser interessant macht

### **1. Aktualität:**

Das wichtigste Kriterium. Aktuell ist nicht, was gerade passiert ist, sondern was dem Leser beim Lesekonsum neu ist. Krasses Beispiel: Ein Prominenter hat vor 30 Jahren sein Maturazeugnis gefälscht. In der neuen Schulchronik fehlt allerdings sein Name in der Maturantenliste ...

### **2. Störung des Alltäglichen:**

Alles, was vom Normalen deutlich abweicht. Da können auch "good news" die "bad news" schlagen: Eine Firma, die 100 Arbeitskräfte einstellt, ist ungewöhnlicher als ein Betrieb, der 200 Leute kündigen muss.

### **3. Superlative:**

Das Guinness-Buch der Rekorde enthält kaum relevante Informationen. Trotzdem ist es eines der meistverkauften Bücher der Welt. "Noch nie so viele...", "Höchststand ..." sind Signale, die Interesse erwecken - aber nur, wenn sich ein Bezug herstellen lässt. Beispiel Feuerwehr: "Rekord an Übungen" - naja, haben sie halt. Brav. Fleißig. Mir egal. "Rekord an Einsätzen": Hoppala, da muss einiges los gewesen sein, wo, warum?

### **4. Exklusivität:**

Ein Gradmesser für den Stellenwert des Mediums für den Leser - alle Informationen, die ich als Mediennutzer nur aus einer bestimmten Quelle bekomme, sind interessant. Man soll auch darauf hinweisen, aber mit Augenmaß.

#### **5. Nutzwert:**

Alles, was dem Leser konkret weiterhilft. Viele Zeitschriften leben nur davon ("Mein schöner Garten"). Wird eine Straße gesperrt, helfen Umleitungs-Tipps konkret weiter.

#### **6. Geografische Nähe:**

Was in der unmittelbaren Nähe geschieht, interessiert mehr als noch so dramatische Ereignisse in der Ferne. Eine Unfallstatistik von Österreich mag interessant sein. Eine für Niederösterreich ist besser, eine vom Bezirk super. Kann man es noch auf Polizeiinspektionen oder gar Gemeinden herab brechen, ist es das non plus ultra. Es gibt auch die psychologische Nähe: Eine Bombe im Urlaubszentrum Antalya wird vielen Österreichern näher gehen als eine Bombe in Bagdad.

#### **7. Persönliche Betroffenheit:**

Wenn es in der Region eine Grippe-Epidemie gibt, interessieren alle Informationen dazu. Stammt ein Unfallopfer aus meinem Ort, geht mir das nahe.

#### **8. Emotion:**

Wo Gefühle berührt werden, wird eine Geschichte interessant - Liebe und Hass, Schrecken und Mitgefühl, Freude und Schadenfreude.

#### **9. Menschen, Promis und Klatsch:**

Nichts interessiert Menschen mehr als andere Menschen. Das einzelne Schicksal eines Arbeitslosen oder spezielle Probleme in einer Branche interessieren mehr als die bloße AMS-Statistik.

#### **10. Unterhaltung:**

Der Leser will auch unterhalten werden. Er sucht auch Spaß, Entspannung, Lachen in seinem Medium.

#### **FOTO:**

**Motiv:** Keine Leerräume zwischen Personen (verdichten), keiner soll verdeckt sein.

**Größe:** zwischen 700 KB und 3 MB sind normal. So ziemlich jede Kamera liefert heutzutage brauchbare, druckfähige Fotos (Einstellung Qualität: M oder L).

**Bearbeitung:** bitte nicht bearbeiten! So schicken, wie das Foto aus der Kamera kommt. Eine Umbenennung der Datei auf den Veranstaltungsnamen wäre hilfreich (Kleinregion-Fischzucht).

**Bildbeschreibung:** Beginn mit der Art der Veranstaltung, bitte alle Namen der Abgebildeten hinschreiben. Wenn es geordnet (von links ...) möglich ist, ist es perfekt.

#### **ÜBERMITTLUNG:**

Mail ist Standard.

Betreff: Eine Kurzbeschreibung des Inhalts.

Anlagen: Nach Möglichkeit mit fürs Verständnis hilfreichen Dateinamen.

Zusatzanruf („Haben Sie mein Mail bekommen?“) machen manche, ist aber nicht sehr beliebt beim Angerufenen ...