

Leitfaden für journalistisches Arbeiten

Dieser Leitfaden dient Ihnen als Grundlage für journalistisches Arbeiten im Studiengang Journalistik und Strategische Kommunikation und beantwortet folgende Fragen:

Was ist der Unterschied zwischen Journalismus und PR?

Journalismus ist gemeinwohlorientiert, Public Relations sind interessengeleitet.

Als Journalist*in recherchieren Sie nach dem Grundsatz der Objektivität, Sie halten stets die journalistische Sorgfaltspflicht ein (Zwei-Quellen-Prinzip, Belege und Beweise).

Ergebnisse Ihrer Recherchen präsentieren Sie ebenfalls unvoreingenommen, nur im Fall von Meinungsartikeln argumentieren Sie und können Ihre Standpunkte belegen. Sie dürfen sich in Meinungsartikeln klar positionieren, aber nur, solange Sie andere Standpunkte nicht absichtlich unterdrücken/verschweigen. Ein starker Meinungsbeitrag lebt allerdings auch davon, auf andere Standpunkte bewusst einzugehen, auch um die eigene Position klarer darzustellen und abzugrenzen.

Es gilt der journalistische Grundsatz: Machen Sie sich nicht mit der Sache gemein! Auch wenn Sie die Sache und/oder Ihre Protagonisten/Protagonistinnen gut finden, sollten Sie sich immer Ihrer Rolle als Berichterstatter/Berichterstatterin bewusst sein. Das macht professionellen Journalismus aus.

Vorteile einer Sache preisen und Nachteile nicht erwähnen — das darf PR, Journalismus darf es nicht!

Kampagnen, um die Zielgruppe von einem Produkt oder einer Sache zu überzeugen (und sei sie noch so lobenswert), machen Sie im Journalismus nicht. Wenn Sie einen Protagonisten oder eine Protagonistin im Rahmen eines journalistischen Beitrags porträtieren, dient das nicht der positiven Darstellung der Person oder deren Sache, sondern der sachgerechten Beschreibung der Situation. Wenn Sie journalistisch arbeiten, betreiben Sie kein Empowerment für die Beteiligten, über die Sie berichten.

Wie verhalte ich mich als Journalist/Journalistin richtig?

Berücksichtigen Sie in erster Linie ethische Standards des professionellen Journalismus:

- Niemand darf verleumdet oder an den Pranger gestellt werden!
- Missstände dürfen und sollen aufgezeigt werden, dabei findet aber immer eine Abwägung zwischen dem Informationsinteresse der Öffentlichkeit und den Persönlichkeitsrechten aller Betroffenen statt!
- Manipulation oder Irreführung sind unzulässig!
- Behandeln Sie alle interviewten Personen mit Respekt und Fairness! Achten Sie besonders bei sensiblen Themen auf eine sehr gute Vorbereitung und informieren Sie sich etwa vorab zu trauma-sensibler Interviewführung.
- Vergessen Sie außerdem nie, auf sich selbst und Ihre eigene Gesundheit zu achten. Wenn Sie sich in einer herausfordernden oder schwierigen Situation befinden, scheuen Sie sich nicht, Hilfe zu suchen, etwa über die Helpline (<https://netzwerkrecherche.org/helpline/>).

Wie nehme ich Kontakt per E-Mail auf?

Grundsätzlich: Eine Kontaktaufnahme zu möglichen Quellen und Protagonisten/Protagonistinnen via E-Mail ist gut, eine telefonische ist manchmal besser – und ab und zu ist es ein Brief, den man schreiben muss.

Kommunikation per E-Mail ersetzt kein Interviewgespräch!

1. **Betreffzeile klar und präzise:** Wählen Sie eine aussagekräftige Betreffzeile, die den Inhalt der E-Mail zusammenfasst. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die E-Mail geöffnet wird.
2. **Professionelle Anrede:** Beginnen Sie die E-Mail mit einer höflichen und professionellen Anrede. Verwenden Sie den Namen des Empfängers/der Empfängerin, wenn möglich, und achten Sie auf die korrekte Schreibweise.
3. **Vorstellung:** Stellen Sie sich kurz vor und erläutern Sie den Hintergrund sowie Ihre Rolle (z. B.: Student/Studentin, freier Journalist/freie Journalistin). Dies schafft Vertrauen und Kontext für den Empfänger/die Empfängerin.
4. **Zweck der Kontaktaufnahme:** Erklären Sie klar und präzise, warum Sie Kontakt aufnehmen. Beschreiben Sie das Thema oder Projekt, an dem Sie arbeiten, und warum Sie gerade diese Person als Quelle oder Protagonisten/Protagonistin ansprechen.

5. **Relevanz betonen:** Machen Sie deutlich, warum die Informationen oder Perspektiven des Empfängers/der Empfängerin für Ihr Projekt wichtig sind. Zeigen Sie Interesse an seiner/ihrer Expertise oder Erfahrung. Machen Sie aber keine Versprechungen! Um jemanden als Interviewpartner/Interviewpartnerin oder Protagonisten/Protagonistin zu gewinnen, dürfen Sie ihm/ihr beispielsweise nicht zusichern, dass er auf jeden Fall positiv dargestellt wird, dass Sie Werbung für seine/ihre Sache machen oder Ähnliches.
6. **Kurze und prägnante Formulierung:** Halten Sie die E-Mail so kurz wie möglich, ohne wichtige Informationen auszulassen. Vermeiden Sie lange Absätze und komplizierte Sätze.
7. **Konkrete Fragen stellen:** Wenn Sie um ein Interview oder um spezifische Informationen bitten, formulieren Sie klare und gezielte Fragen. Dies erleichtert dem Empfänger/der Empfängerin die Antwort.
8. **Flexibilität anbieten:** Schlagen Sie mögliche Termine für ein Gespräch vor, aber zeigen Sie auch Flexibilität und Bereitschaft, sich nach dem Zeitplan des Empfängers/der Empfängerin zu richten.
9. **Höflicher Abschluss:** Beenden Sie die E-Mail mit einem höflichen Schlusswort und bedanken Sie sich im Voraus für die Zeit und Unterstützung des Empfängers/der Empfängerin.
10. **Kontaktinformationen bereitstellen:** Fügen Sie Ihre Kontaktdaten (E-Mail-Adresse, Telefonnummer) hinzu, damit der Empfänger/die Empfängerin Sie leicht erreichen kann.
11. **Nachverfolgung:** Wenn Sie innerhalb einer Woche keine Antwort erhalten, senden Sie eine freundliche Erinnerungs-E-Mail, um Ihr Interesse zu bekräftigen. Bei dringlichen Recherchen dürfen Sie auch nach ein bis zwei Tagen bereits nachhaken oder telefonisch nachfragen, ob die E-Mail angekommen ist. Seien Sie bestimmt, ohne zu großen Druck aufzubauen und dadurch abzuschrecken (eine Nachfrage und ein Anruf sind noch längst nicht belästigend!).
12. **Rechtschreibung, Grammatik, Zeichensetzung und Namensnennung:** Eine E-Mail-Anfrage darf keinen einzigen Fehler beinhalten. Solche Fehler disqualifizieren Sie als professionellen Journalisten.

Wie führe ich ein gutes Interview?

1. **Einverständnis einholen:** Vor der Durchführung eines Interviews sollte immer das Einverständnis der interviewten Person eingeholt werden. Dies umfasst sowohl die Zustimmung zur Durchführung des Interviews als auch zur Verwendung der Inhalte.
2. **Transparenz schaffen:** Informieren Sie die interviewte Person über den Zweck des Interviews, die geplante Verwendung der Informationen und die Zielgruppe, für die das Interview gedacht ist.
3. **Klare Fragen stellen:** Formulieren Sie Ihre Fragen klar und präzise, um Missverständnisse zu vermeiden. Stellen Sie sicher, dass die interviewte Person versteht, worum es geht.
4. **Aufzeichnung und Notizen:** Wenn Sie das Interview aufzeichnen möchten, informieren Sie die interviewte Person darüber und holen Sie ihre Zustimmung ein. Klären Sie auch, ob sie mit der Veröffentlichung von Zitaten einverstanden ist.
5. **Anonymität respektieren:** Wenn die interviewte Person anonym bleiben möchte oder bestimmte Informationen vertraulich behandelt werden sollen, respektieren Sie diese Wünsche und halten Sie sich an die vereinbarten Bedingungen. (Bei der Veröffentlichung sollten Sie im Text klarmachen, warum die Anonymisierung gewünscht wurde/welche negativen Auswirkungen die Namensnennung beispielsweise haben könnte).

Welche rechtlichen Aspekte gilt es zu beachten?

Autorisierung

In Deutschland ist es gängige journalistische Praxis, Interviews vor der Veröffentlichung von der interviewten Person autorisieren zu lassen. Das gilt allerdings nur für wörtliche Zitate! Werden Aussagen einer interviewten Person in einem Text wiedergegeben, ohne dass sie dabei im Wortlaut zitiert wird, sollten Sie der Person nicht versprechen, vor der Veröffentlichung den gesamten Text lesen/das Video anschauen/den Podcast anhören zu dürfen. Ausnahme davon sind sensible Themen: Sprechen Sie im Text beispielsweise sehr persönliche Dinge an, sollten Sie dem Protagonisten/der Protagonistin ermöglichen, zumindest Ausschnitte Ihres Textes vorab zu lesen/Videoszenen vor Veröffentlichung zu sehen/Podcasts-Ausschnitte zu sehen, um seine/ihre Persönlichkeitsrechte nicht zu verletzen.

Grundsatz ist immer Ihre persönliche Abwägung: Wo könnte ich jemanden verletzen/gefährden/ihm schaden? Darf ich das in Kauf nehmen (öffentliches Interesse an Veröffentlichung überwiegt)? Sollte ich vorab Rücksprache halten?

Das gilt übrigens auch in Fällen, in denen Sie die Informationen nicht von der betroffenen Person selbst erhalten haben: Sie sollten die Person vor der Veröffentlichung mit den Vorwürfen konfrontieren, die sie gegen sie erheben. Jede/Jeder hat das Recht, Stellung zu nehmen.

Dokumentation

Halten Sie alle Vereinbarungen schriftlich fest, um Missverständnisse zu vermeiden und einen klaren Nachweis über die Autorisierung/Zustimmung zur Veröffentlichung zu haben.

Das gilt vor allem für **Ton- und Videoaufnahmen**. In einer so genannten **Protagonistenvereinbarung** sollte schriftlich festgehalten werden, dass die Person der Veröffentlichung der Aufnahme zustimmt. Es sollte aber genauso vermerkt sein, dass keine Verpflichtung Ihrerseits besteht, das Material zu veröffentlichen.

Grundsatz bei Foto- und Videoaufnahmen ist das **Recht am eigenen Bild**: Grundsätzlich entscheidet die abgebildete Person, ob das Material veröffentlicht werden darf. Dies gilt nicht für die Aufnahme von größeren Menschenmengen im öffentlichen Raum oder für Personen der Zeitgeschichte (sofern ein berechtigtes Interesse der Öffentlichkeit an der Veröffentlichung besteht).

Dokumentieren Sie jede Recherche in einem **Rechercheprotokoll**.

Fremdmaterial

Informieren Sie sich über rechtliche Rahmenbedingungen bezüglich des Urheberrechts, des Datenschutzes und der Persönlichkeitsrechte!

Wenn Sie Fremdmaterial verwenden möchten (Bilder, Grafiken,...), klären Sie die Rechtslage, ob Sie das Material verwenden dürfen, ob die Nennung der Quelle nötig ist (z. B. bei Verwendung im Rahmen des Zitatrechts).

Wie beschrifte ich meine Studien- und Prüfungsleistungen richtig?

Legen Sie sich für ALLE Dokumente, die Sie an der Uni abgeben, eine Kopfzeile an:

Name, Matrikelnummer, Veranstaltungsname und -nummer müssen hier vermerkt sein!

Diese Kopfzeile kommt bitte auf JEDES BLATT, das Sie abgeben! Einzige Ausnahme: Ein anderes Stylesheet mit abweichenden Regelungen liegt vor (z. B. für Hausarbeiten am Lehrstuhl).

Zusätzlich benennen Sie Dateien, die Sie auf Stud.IP oder LRZ oder auf einem Laufwerk der Uni hochladen/speichern, wie folgt: Projektname, Ihr Nachname, Vorname, Datum.