

# So hätten wir's gern!

Ein kleines Handbuch  
für unsere Korrespondenten

Liebe „Bote“-Korrespondentin  
lieber „Bote“-Korrespondent

Jede Zeitung, sei sie „von Welt“ oder Sprachrohr einer Region, ist auf die Hilfe von Korrespondenten und Korrespondentinnen angewiesen. Die Arbeit, die Sie für uns leisten garantiert, dass unsere Leserschaft umfassend über das Geschehen in ihrer näheren und weiteren Umgebung orientiert ist.

Sie können auf Ihre „Bote“-Mitarbeit ein wenig stolz sein, werden doch Ihre Artikel von bis zu rund 36'000 Leserinnen und Lesern beachtet. Der „Bote“ ist mit Abstand die grösste Zeitung im Kanton Schwyz, was natürlich auch eine Verpflichtung für Sie und uns gegenüber den Lesern mit sich bringt.

Wir von der Redaktion freuen uns, wenn Ihr Manuskript die Regeln des modernen Journalismus berücksichtigt. Das erleichtert unsere Arbeit enorm. Sie wissen: Der grösste Feind der Redaktion ist die Zeit! Diese kleine Broschüre will Ihnen bei Ihrer Arbeit helfen und vermittelt Ihnen wertvolle 2Tips im Umgang mit uns und jenen, die Ihnen Informationen liefern können.

Ihr „Bote“

# 1. Von der Meldung bis zur Reportage

Ergreifen Sie selber die Initiative, finden Sie selber einen interessanten Stoff und rufen Sie die Redaktion an, bevor Sie sich an den Computer setzen. Sie wird mit Ihnen die Länge absprechen, sie kann dann auch Ihren Bericht frühzeitig für eine Seite einplanen.

## 1.1. Die Meldung

Meldungen und Kurznachrichten werden von der Leserschaft oft mehr geschätzt als grosse Reportagen. Wir sind Ihnen für jede Meldung dankbar. Sollte für Sie die Zeit zu knapp sein, um die paar Zeilen aufs Papier zu bringen, erzählen Sie es einfach unserer Redaktion: Wir schreiben dann aufgrund Ihrer Angaben selber eine Meldung (selbstverständlich werden Sie für Ihren Anruf honoriert).

## 1.2 Der Bericht

Findet in Ihrer Gemeinde eine wichtige Versammlung oder ein geselliger Anlass statt, so sind wir froh über einen entsprechenden Bericht. So knapp und präzise wie möglich, so ausführlich wie nötig sollte alles Wesentliche gesagt werden. Wer hat wann wo worüber gesprochen? Was wurde beschlossen? Wer hat was organisiert? Wie gross war das Echo?

## 1.3 Die Reportage

Nun möchten wir nicht nur über den „Pflichtstoff“ aus Ihrer Gemeinde berichten, wir möchten von Ihnen auch hören, wenn sich etwas Besonderes tut, etwas, das eine Reportage wert ist. Als Reportage bezeichnen wir einen Text, der bunter und leichter geschrieben werden darf als eine trockene Sachberichterstattung. Eine Reportage ist oft erst dann richtig gelungen, wenn die passenden Bilder dazukommen.

## 2. Die Zusammenarbeit mit der Redaktion

### 2.1 Kontakt mit der Redaktion

Suchen Sie Kontakt mit der Redaktion. So lernen wir uns kennen, so lernen wir die gegenseitigen Wünsche und Probleme verstehen, so werden Ideen geboren und so können wir auch den Kropf leeren, wenn etwas schief gelaufen ist.

### 2.2 Längen absprechen

Sprechen Sie mit der Redaktion die Länge Ihres Berichtes und die Anzahl der Fotos ab und halten Sie die Abmachungen ein. Ein klar definierter Auftrag ist die ideale Voraussetzung für jede Berichterstattung.

### 2.3 Wie erreichen Sie uns?

Sie haben verschiedene Möglichkeiten, um uns Ihre Berichte zu übermitteln:

- Modem: 041 811 71 27
- E-mail: reda@bote.ch
- Diskette/Printout: Post/"Bote"-Briefkasten
- Telefon Redaktion: 041 819 08 11
- Telefax Redaktion: 041 811 70 37
- Adresse: Redaktion „Bote der Urschweiz“,  
Postfach 64, 6431 Schwyz

Am liebsten ist uns, wenn Ihre Berichte so schnell wie möglich bei uns sind.

## 3. Das Manuskript und seine Stärken

### 3.1 Allgemeines

- links und rechts des Textes Rand freilassen (Blättersparen ist hier fehl am Platz).
- Name, Adresse und Telefonnummer (privat und Arbeitsplatz) angeben.

### 3.2 So schreiben Sie Ihre Texte

In einer lebhaften Zeitung wie dem „Boten“ dürfen sich Meldungen, Berichte und Reportagen ruhig ein wenig voneinander unterscheiden. Gewisse Gesetze des modernen Journalismus müssen allerdings respektiert werden:

#### 3.2.1 Der Titel

Jeder Bericht, jede Meldung und Reportage hat einen Titel. Der Titel soll als Blickfang wirken. Er soll anregen zum Lesen, soll zügig sein, aber soll vor allem konkrete Info liefern und wahr sein. Bewährt haben sich: Zahlen, Fakten, Zitate.

#### 3.2.2 Der Lead

Fast alle Berichte und Reportagen im „Boten“ beginnen mit einem „Lead“ oder Vorspann, einer Einleitung, die fetter gedruckt ist als die Fortsetzung des Textes. Der Lead sollte 7 Zeilen nicht überschreiten. Jeder Lead hat zwei Funktionen: Er soll

- in geraffter Form das Wichtigste festhalten. Ist der Lead etwas wert, so ist der Leser über das Nötigste im Bild, ohne dass er weiterlesen muss.
- so spannend formuliert sein, dass der Leser oder die Leserin dazu ermuntert werden, weiterzulesen, auch wenn sie nur über das Wesentliche orientiert sind.

Für den Berichtverfasser bzw. die -verfasserin hat der Lead noch eine dritte Funktion: Er ist der ideale Einstieg in den Artikel. Stimmt der Lead, so kann nachher kaum mehr etwas schief gehen, dann ergibt sich der weitere Ablauf von selbst. Lassen Sie sich deshalb für Ihren Lead Zeit – es lohnt sich. Es gibt Profis, die verlassen einen Anlass nie, bevor sie Ihren Lead im Kopf haben – und fahren gut mit dieser Technik.

Schliesslich hat der Lead auch für die Redaktion eine wertvolle Aufgabe. Eine ihrer Aufgaben ist es ja, einen geeigneten Titel über Ihren Artikel zu setzen. Ein guter Lead, worin das Wesentliche bereits ausgedrückt worden ist, erleichtert diese Aufgabe enorm.

#### Einige Kniffe

Es gibt einige Kniffe, wie Sie einen guten Lead formulieren können.

- die Verwendung harter Eigenschaftswörter wie packend, aufregend, überraschend, überraschend, turbulent...
- der Einbau von Zitaten
- Wortspiele: z.B. Im Kurort Brunnen brummen keine Motorräder mehr.

So sollte kein Lead aussehen

Ein Beispiel, wie es nicht gemacht werden sollte:

*Am letzten Samstag eröffnete Präsident Heiri Müller die vierte ordentliche Generalversammlung des „Chüngeli-Züchter-Vereins Riemenstalden“. Er begrüßte rund 100 anwesende Züchter, die sich wieder einmal im Restaurant Sonne eingefunden hatten.*

Das ist nichts Neues und auch nichts Aufregendes, denn jedes Jahr finden sich die Züchter zu ihrer Versammlung ein.

So könnte ein Lead aussehen

*„Wir wollen nicht mehr die Untergebenen des Schweizerischen Chüngeli-Züchter-Vereins sein, der uns im Stich lässt, wenn es darauf ankommt“ sagte der Präsident des „Chüngeli-Züchter-Vereins Riemenstalden“, Heiri Müller. Die rund 100 anwesenden Mitglieder beschlossen darauf, aus dem Trägerverein auszutreten.*

So sollte kein Lead aussehen:

*Die Ingoldauer Gemeindeversammlung genehmigte am Montag alle Traktanden ohne Diskussion. Auch zum Jahresbudget 1999 gab es keine Wortmeldungen. Im Anschluss an die ordentlichen Geschäfte informierte der Gemeindepräsident Kuno Y. über Aktuelles.*

Das ist zu wenig konkret. Nicht-Ereignisse bedürfen keiner speziellen Erwähnung.

So könnte ein Lead aussehen:

*Bruno X., der Fürsorgepräsident von Ingoldau, wurde mit sofortiger Wirkung von seinem Amt suspendiert. Grund: dringender Verdacht auf Unterschlagung von Mündelgeldern. Diese Bombe liess Gemeindepräsident Kuno Y. am Montag an der Gemeindeversammlung platzen.*

Heftige Debatten, heisse Infos können interessanter sein als die ordentlichen Geschäfte. Auch wenn erst anschliessend an die Gemeindeversammlung über Bruno X.'s Entlassung orientiert wird – die Meldung ist der Aufhänger für Ihren Artikel!

### 3.2.3 Die Sache mit dem Tannenbaum

Bauen Sie Ihren Artikel so auf, dass zuerst immer das Wichtigste kommt und erst nachher das weniger Wichtige. Das „Tannenbaum-System“ gibt den wirkungsvollen Aufbau für einen längeren Artikel. Die Information wird von Abschnitt zu Abschnitt, von oben nach unten, immer weiter entwickelt und ausgeweitet. Wenn gekürzt werden muss, geschieht das vom unteren Ende her. Es kann, falls nötig, Abschnitt für Abschnitt weggelassen werden, ohne dass dabei die Verständlichkeit oder der Grundgehalt der Meldung verloren geht. Vermeiden Sie das protokollartige Verfassen eines Artikels. Ordnen Sie die Informationen nach Gewicht, nicht nach dem zeitlichen Ablauf einer Versammlung.

### 3.2.4 Keine Herren im Text

Wir sind froh, wenn Sie bei Ihrer Berichterstattung viele Leute zu Wort kommen lassen. Beschränken Sie sich auf die Angaben von Vornamen und Namen, allenfalls noch auf den Titel (*Gemeindepräsident Rudolf Müller*). Einen „Herrn“ Rudolf Müller oder eine „Frau“ Anna Meier kennt man in Zeitungsberichten nicht.

Meiden Sie bitte Fremdwörter und beschränken Sie sich auf die gebräuchlichsten. Keine Abkürzungen!

### 3.2.5 Jeder Kopf hat einen Namen

Jedes Bild hat eine Legende, jede im Bild erkennbare Person wird namentlich genannt. Beispiel: *Auf unserem Bild erkennen Sie (von links): Heiri Müller, Fritz Baumann und Robert Meier.*

Oder: *Sie freuen sich über den gewonnenen Pokal: Heiri Müller (rechts), Fritz Baumann (Mitte) und Robert Meier (links).*

Oder: *Inmitten von Schulkindern freut sich Heiri Müller (im Hintergrund rechts) über den gewonnenen Preis.*

Sollten Sie keine Zeit zum Entwickeln Ihrer Filme haben, so legen Sie einen Zettel bei, worauf sich die Legenden für Ihre Bilder befinden. Notieren Sie sich alle Ihre Bilder auf und schreiben Sie uns, was sich wo auf Ihren Bildern befindet.

### 3.2.6 Die „W-Fragen“

Wollen Sie Ihren Bericht auf Vollständigkeit überprüfen? So stellen Sie die berühmten „W-Fragen“:

*Wer? Was? Wo? Wann? Wie? Warum? Wie viele Anwesende?*

Finden sich in Ihrem Text (oder gar im Lead) alle Antworten? Prima, dann haben Sie gute Arbeit geleistet.

### 3.2.7 Wünsche an die Sport-Korrespondenten

Für Sportberichte gilt das gleiche, wie auf den voranstehenden Seiten beschrieben. Zusätzlich haben wir zwei Wünsche, die die Arbeit der Redaktion wesentlich erleichtern wird. Nämlich

#### a) Untertitel

Im Untertitel steht in dieser Reihenfolge: Sportart, Liga, Spiel, Resultat.

#### Beispiel:

Fussball, 2. Liga: Brunnen – Goldau 2:3 (1:0)

#### b) Telegramm

Das Telegramm sollte in einer festen Reihenfolge gestaltet werden: Begegnung, Spielort, Zuschauerzahl, Schiedsrichter, Tore, Mannschaften, Bemerkungen, Verwarnungen.

#### Beispiel:

Fussball, 2. Liga: Brunnen – Goldau 2:3 (2:0). – Schölller-Meyer-Fussballplatz. - 400 Zuschauer. - SR: von Euw/Betschart. – Tore: 6. Meier 1:0, 8. Müller 2:0, 48. Schnider 2:1, 88. Kälin 2:2, 91. Müller 2:3 – Brunnen: Meier, Meier, Meier, Meier, Meier, Meier, Meier (43. Meier), Meier, Meier, (6. Müller), Meier. – Goldau: Schnider, Schnider, (34. Schnider), Schnider, Schnider, Schnider, Schnider, Schnider (90. Müller), Schnider. – Bemerkungen: Brunnen ohne Türkylmaz und Feubli (verletzt), Goldau komplett. 43. Pfofenschuss Meier. – Verwarnungen: 45. Meier (Gelb).

#### 4. Abschlusszeiten

Liefern Sie uns Ihre Berichte so früh als möglich ab.

#### 5. Die Qualitätskontrolle

Achten Sie darauf, was die Redaktion an Ihrem Bericht verändert. Kein Redaktor, keine Redaktorin, verbessert gerne jeden Tag die gleichen Fehler. Vergleichen Sie auch die Berichte in anderen Zeitungen und überprüfen Sie ehrlich und selbstkritisch, wie Sie mit Ihrem Text liegen.

Druck: Druckerei Triner AG, Schwyz, 1999