



# 107 Onlinejournalismus

Nea Matzen





Freie Journalistenschule

# Modul 107: Onlinejournalismus

Autorin: Nea Matzen

## Legende

→ Aufzählung

↘ Lernziel

★ Definition

⊙ Aufgabe / Übungen

❖ Schlagwort

© 2022 Freie Journalistenschule. Alle Rechte vorbehalten.

Der gesamte Inhalt des vorliegenden Lehrmoduls (Texte, Bilder, Grafiken, Design usw.) und jede Auswahl davon unterliegt dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutze geistigen Eigentums der Freien Journalistenschule oder anderer Eigentümer. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Eigentümers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich verfolgt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Text berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. Sämtliche verwendete Handelsmarken oder Markenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die Freie Journalistenschule und ihre Dozenten und Autoren haben höchste Sorgfalt bei der Erstellung des vorliegenden Lehrmoduls angewandt. Dennoch übernehmen sie keinerlei Verantwortung oder Haftung für Richtigkeit oder Vollständigkeit, eventuelle Fehler oder Versäumnisse innerhalb des Lehrmoduls. Die Inhalte und Materialien werden unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Insbesondere erfolgt die Anwendung von im Lehrmodul dargestellten Erkenntnissen auf Gefahr des Teilnehmers.

Verlag: Freie Journalistenschule, Berlin  
www.freie-journalistenschule.de  
Druck: MKM Media, Kleinmachnow  
Made in Germany.

# Inhalt

---

<b>1.</b>	<b>Fit für die Onlineredaktion</b>	<b>8</b>
1.1	Die Revolution ist in vollem Gange	8
1.2	Was den Onlinejournalismus auszeichnet	12
<b>2.</b>	<b>Texten fürs Netz</b>	<b>18</b>
2.1	Nutzerverhalten und Konsequenzen fürs Texten	18
2.2	Überschriften und Teaser: Fanfare und Postillion	26
2.3	Textaufbau	40
2.4	Links	51
2.5	Suchmaschinenoptimierung	53
<b>3.</b>	<b>Text und Design für Social Media</b>	<b>64</b>
3.1	Einleitung	64
3.2	Facebook	68
3.3	Instagram	75
3.4	Twitter	79
3.5	Weitere Plattformen	81
<b>4.</b>	<b>Darstellungsformen</b>	<b>88</b>
4.1	Einführung	88
<b>4.2</b>	<b>EinzelDarstellungsformen</b>	<b>90</b>
4.2.1	Hintergrund in verschiedenen Formen	90
4.2.1.1	Fragen und Antworten	90
4.2.1.2	Pro und Contra	91
4.2.1.3	Erklärformate	93
4.2.1.4	Experten-Interviews	94
4.2.1.5	Dokumentationen	94
4.2.2	Zeitleisten	96
4.2.3	Kommentierte Linklisten	96
4.2.4	Umfragen	97
4.2.5	Quiz	98
4.2.6	Besondere Fotoformate	99
4.2.7	Bilderstrecken	101

4.2.8	Audioslideshows	103
4.2.9	Webvideos	106
4.2.10	Datenjournalismus und Grafiken	111
<b>4.3</b>	<b>Multimediale Kombinationen</b>	<b>113</b>
4.3.1	Dossiers oder Themenpakete	114
4.3.2	Onepager und interaktive Webstorys	114
4.3.3	Blogs, Vlogs, Podcasts	120
<b>5.</b>	<b>Workflows in Onlineredaktionen</b>	<b>127</b>
5.1	Funktionen und Zuständigkeiten in der Redaktion	127
5.2	Crossmediales Arbeiten	131
	<b>Antworten zu den Selbstkontrollaufgaben</b>	<b>135</b>
	<b>Literatur</b>	<b>140</b>
	<b>Über die Autorin</b>	<b>144</b>
	<b>Ihre Notizen</b>	<b>145</b>

### Allgemeine Lernziele:

- Sie können Texte fürs Netz verfassen und wissen, worauf Sie bei Überschriften, dem Teaser, beim Textaufbau, der Verlinkung und Suchmaschinenoptimierung achten müssen.
- Sie haben den Überblick über Darstellungsformen im Netz und können für oder gegen ihre Verwendung argumentieren.
- Sie lernen die Möglichkeiten des multimedialen Arbeitens kennen und schätzen.
- Sie können die Vorteile der verschiedenen Medientypen einschätzen.
- Die Grundzüge des Nutzerverhaltens im Netz werden Ihnen nach der Lektüre dieses Moduls vertraut sein.
- Sie erfahren, wie für verschiedene Ausspielwege in der Onlineredaktion geplant und produziert wird.
- Sie kennen die Arbeitsweise in einer Onlineredaktion.

### Wichtige Hinweise vor dem Start:

1. Die Beispiele, die per Link in diesem Modul aufgezeigt sind, sollten Sie sich alle anschauen – auch die, die nicht in Aufgaben eingebunden sind. Nur so bekommen Sie ein vollständiges Bild.
2. Ihre Englischkenntnisse müssen für jede Tätigkeit im Onlinejournalismus gut sein, weil Sie es mit zahlreichen englischsprachigen Beispielen und Plattformen zu tun haben. Das gilt auch für die Nutzung dieses Lehrmoduls, in dem zahlreiche Anglizismen und englischsprachige Beispiele verwendet werden.
3. In diesem Modul werden aus Gründen der Lesbarkeit die Berufsbezeichnungen nur in der männlichen Fassung verwendet. Die weiblichen Vertreterinnen der jeweiligen Berufe sind mitgemeint.

# 1. Fit für die Onlineredaktion

---

## Lernziele:

- Sie können den Onlinejournalismus in das Berufsfeld Journalismus einordnen.
- Sie kennen die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Arbeitsweise in Redaktionen.
- Sie erhalten einen Überblick über die aktuellen Herausforderungen in Onlineredaktionen.
- Sie befassen sich mit den Grundprinzipien des journalistischen Arbeitens.
- Sie lernen die Alleinstellungsmerkmale und damit die Potenziale des Onlinejournalismus kennen.

## 1.1 Die Revolution ist in vollem Gange

Gibt es überhaupt *den* Onlinejournalismus? Die Frage wird zu Recht diskutiert, ob wir nicht lieber generell vom „Digitalen Journalismus“ sprechen sollten. Denn die ursprünglich getrennten Ausspielwege Fernsehen, Radio oder Printprodukt wachsen in der digitalen Welt zusammen. Unsere journalistischen Produkte liegen fast alle in digitalisierter Form vor und können entsprechend online gestellt werden. Zudem greifen Redaktionen für ihre Recherchen ganz selbstverständlich auf Quellen im Internet zurück (belassen es aber hoffentlich nicht dabei).

Das heißt vor allem: Alle Journalisten und Journalistinnen bewegen sich in der Onlinewelt. Die Digitalisierung revolutioniert unser gesamtes gesellschaftliches Leben, also auch den Journalismus. Trotzdem bleiben die Grundlagen des journalistischen Arbeitens bestehen; sie werden ergänzt, und die Arbeitsabläufe verändern sich.

Dieses Modul macht Sie fit für die Onlineredaktion. Der Onlinejournalismus verändert unseren Umgang mit Texten und Fotos und erfordert ein neues Denken bei der Produktion und dem Einsatz von Videos und Grafiken. Hinzu kommen Mikrotexpte, Blogs und von Nutzern erstellte Inhalte, die in das journalistische Angebot eingebunden werden. Und jeder in der Onlineredaktion sollte die Wirkungsweise der Suchmaschinen im Hinterkopf haben.

Das Internet erweitert grundlegend die Art und Weise, wie Geschichten erzählt werden können: Durch die Kombination der Medientypen Text, Foto, Audio, Video und Grafik sowie auch durch Verlinkungen entstehen völlig neue Darstellungsformen. Welchen Teil unserer Geschichte erzählen wir mit welchem Medientyp? Was verlinken wir? Was müssen wir bedenken, weil wir unsere Inhalte auch mobil ausspielen? Die crossmediale Planung ist entscheidend, wenn es um das Bestücken oder Bespielen verschiedener Ausspielwege geht: Ein Video fürs Netz (Website oder Social Media) ist anders konzipiert als ein Beitrag fürs Fernsehen; die Website einer Zeitung bietet andere Möglichkeiten der Darstellung als das Printprodukt.

## 2. Texten fürs Netz

---

### Lernziele:

In diesem Kapitel lernen Sie ...

- die wichtigsten Aspekte des Nutzerverhaltens beim Texten,
- Überschriften formulieren,
- Teaser schreiben,
- Cliffhanger texten,
- wie Suchmaschinen das Texten fürs Web beeinflussen.

### 2.1 Nutzerverhalten und Konsequenzen fürs Texten

In diesem Kapitel erfahren Sie, warum Überschriften und Teaser – die kurzen Vorspanne unter den Überschriften auf Übersichtsseiten – im Internet so wichtig sind, und was Sie beim Formulieren beachten sollten. Teaser werden auch Anreißer genannt.

Die Homepage ist die Startseite Ihres Webauftrittes, Website ist die Bezeichnung für den gesamten Auftritt mit allen Unterseiten. Wer Ihre Seite direkt ansteuert – ob am Computer, Laptop oder mobil –, bekommt zunächst nur das zu sehen, was die Redaktion für die Homepage ausgewählt hat, auch wenn es im gesamten Angebot noch viel mehr gibt. Deshalb sind Überschriften, Teaser und Fotos, die hier platziert werden, so wichtig. Sie entscheiden darüber, ob die Besucher der Seite klicken oder nicht.

Für die Onlineredaktion heißt das, die Homepage als Schaufenster zu nutzen und die inhaltlichen Perlen des Programms dort auszustellen:

- ➔ Für Übersichtlichkeit und schnelle Verständlichkeit sorgen.
- ➔ Besondere, d. h. vor allem hintergründige und originäre (eigene) Angebote auf die Homepage stellen, multimediale Angebote hervorheben.
- ➔ Alle Elemente auf der Homepage anklickbar machen, sodass Nutzer bei jedem Maus-klick erfolgreich beim entsprechenden Inhalt landen.
- ➔ Schwerpunktthemen ausbauen und weitere Meldungen zum Thema direkt auf der Homepage platzieren oder im Teasertext darauf hinweisen.
- ➔ Überschriften müssen eine in sich verständliche Aussage transportieren, also ohne weitere Informationen Sinn ergeben.

## Über die Autorin

---

### Nea Matzen

Nea Matzen arbeitet als Redakteurin und Planerin beim Nachrichtenportal tagesschau.de. Außerdem ist sie Autorin von Erklärformaten für die Tagesschau-Sendungen im Fernsehen und im Web. Sie hat beim Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag volontiert, dort als Redakteurin gearbeitet und danach Geschichte, Ethnologie und Journalistik studiert. Zusatzausbildungen absolvierte sie in Hochschuldidaktik und Kommunikationspsychologie. Sie ist seit ihrer Studienzeit als freie Journalistin tätig, zunächst Print, Radio und TV, dann auch online, sowie festangestellte Redakteurin bei ARD aktuell. Sie gibt Seminare zu den Themen: Multimediales Erzählen, Crossmediales Arbeiten, Texten fürs Web, Social Media, Erklärformate, Recherche, Nachrichten, Berufsfeld Journalismus, Communications as a Profession sowie Moderation und Präsentation. Sie lehrt an Universitäten sowie an Weiterbildungs- und Ausbildungsinstitutionen für Journalisten und Journalistinnen. Zudem berät sie Verlage, Sender und Institutionen in Inhouse-Seminaren zu Fragen des Webauftritts und digitalen Strategien. Als Fachbuchautorin ist sie unter anderem Mitherausgeberin und -autorin des Buches „Die Tagesschau. Zur Geschichte einer Nachrichtensendung“. Ihr Buch „Wegweiser Onlinejournalismus“ ist in mehreren Auflagen erschienen.

Facebook: [www.facebook.com/Onlinejournalismus](http://www.facebook.com/Onlinejournalismus)

Twitter: @Nea\_Matzen

Web: [www.neamatzen.de](http://www.neamatzen.de)