



[Startseite](#)

[Über](#)

[Meldungsachiv](#)

[Nutzwertjournalismus](#)

[Definition](#)

[Funktionen](#)

[Nutzwert: empirische Studie](#)

[Dissertation Eickelkamp](#)

[Buchempfehlung Wolff](#)

[Buchempfehlung Fasel](#)

[Verbraucher-J. im Internet](#)

[Tageszeitungen 2002](#)

[Sonderfall Schweiz](#)

[Fragen und Antworten](#)

[Forschung](#)

[Lehre Uni Hamburg](#)

[Lehre Uni Leipzig](#)

[Suche](#)

[Impressum / Kontakt](#)

[Sitemap](#)

[Magazin](#)

Rezensionen

des Buches Fasel, Christoph (2004): Nutzwertjournalismus. Konstanz: UVK.



„Eine Bibel, nicht nur für Warentester“



„Banales zum Handwerk“

weitere: [Ratschläge erteilen \(NZZ Online\)](#)

Eine Bibel, nicht nur für Warentester



von Giso Deussen

„Wie sag ich's meinem Kinde? – Dies ist keineswegs die Maxime eines hochmütigen, dünkelfaften Journalisten, der es ja immer schon besser wusste, sondern die Elementarforderung für einen professionell arbeitenden Journalisten, der seinem Adressaten »dienen« will: Er muss verständlich formulieren können und zwar so, dass sein Leser, Hörer, Zuschauer auch etwas damit anfangen kann, von jedem journalistischen Produkt also einen Nutzen hat. Der Begriff »Nutzwertjournalismus« hat sich für dieses journalistische Grundverhalten eingebürgert, der das Handwerk, aber auch das berufliche Ethos des Journalisten bestimmt.

Christoph Fasel, ausgewiesener Journalist und Professor für Medien- und Kommunikationsmanagement, hat 15 erstklassige Experten und Praktiker des Journalismus aus den verschiedenen Medien um sich versammelt und einen Leitfaden, ein Lehrbuch und mehr noch: eine »Bibel« des Nutzwertjournalismus – jenseits aller Ideologien und mitten aus dem und für den journalistischen Alltag – vorgelegt und füllt damit eine Marktlücke, die eigentlich unverständlich ist.

Sein Plädoyer für einen »Sachtextjournalismus« ist ebenso nüchtern wie begeisternd. Die Fülle der Informationen ist wohlgeordnet, leicht verständlich, voller Ideen. Der Autor und seine Mitstreiter erfüllen perfekt die an sich selbst gestellten Forderungen: »Dieses Buch zeigt, welche Fülle von Gestaltungselementen dem Journalisten zur Verfügung stehen, der seine Texte nutzwertig präsentieren möchte. Auf den Autor wohlverstandener Nutzwertexte in Zeitungen und

Info

Christoph Fasel (2004): „Nutzwertjournalismus“

UVK Verlagsgesellschaft
Konstanz, 268 Seiten,
broschiert. 24,90 Euro.
ISBN: 3896694553.

Reihe Praktischer
Journalismus.



Zuletzt geändert:

1. [Impressum](#)
01. Mär 13, 14:31
2. [Impressum / Kontakt](#)
01. Mär 13, 14:30
3. [Hausarbeiten](#)
11. Feb 13, 15:04
4. [Impressum / Kontakt](#)
05. Feb 13, 14:34
5. [Impressum](#)
05. Feb 13, 14:10
6. [Impressum / Kontakt](#)
16. Jan 13, 11:27
7. [Kurz gemeldet](#)
19. Nov 12, 21:13
8. [Ergebnisse \(Auszug\)](#)
18. Aug 12, 23:34
9. [Herzlich willkommen!](#)
16. Jan 12, 11:46
10. [Download](#)
06. Nov 11, 19:23

Zeitschriften warten Gestaltungsmöglichkeiten ohne Ende.« (S. 13). Diese Gestaltungsmöglichkeiten werden durchgespielt in der Themenfindung, Recherche, in Textsorten sowie beim Schreiben und Gestalten. Es fehlen nicht wichtige Hinweise auf den oft schwierigen rechtlichen Rahmen, vor allem bei Warentests und Produktwarnungen. Die vielen Praxisbeispiele im letzten Drittel des Buches sind exzellente Einübungen in nutzwertiges Schreiben.

Dieses Buch gehört in die Handbibliothek aller, die sich im Journalismus tummeln; aber auch in die Studienunterlagen derer, die Journalisten werden wollen, und erst recht auf den Tisch derer, die zukünftige Journalisten ausbilden.

Giso Deussen ist Journalist und Begründer des Studiengangs Technikjournalismus an der Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg."

In: message, Internationale Fachzeitschrift für Journalismus. Nr. 4/2004, S. 102. Konstanz: UVK.
(Wiedergabe mit freundlicher Genehmigung des Autors)

Banales zum Handwerk



von Jürg Bürgi

„Wer das journalistische Metier seit ein paar Jahrzehnten betreibt, erinnert sich gern an die Zeiten, als in den Redaktionen noch heftig über gute und weniger gute Schreibe debattiert wurde. Es gab keine Lehrbücher, es gab keine ProfessorInnen, es gab keine Institute: Was es gab, waren Erfahrungen, vor allem eigene, und Vorbilder, die man nachahmte und weiter entwickelte. Dann kamen einige KollegInnen auf die Idee, ihre derart akkumulierten Erfahrungen in Büchern zusammenzufassen. Um dem Ganzen etwas Tiefgang zu geben, bemühten sie sich um eine einigermaßen überzeugende theoretische Begründung ihres Vorgehens beim Recherchieren, beim Interview, beim Verfassen von Reportagen.

Der nächste Schritt brachte die reflektierenden PraktikerInnen – oft nebenbei – als LehrerInnen an neu gegründete Journalistenschulen und Seminare. Ihr Auftrag: Den Nachwuchs berufsbegleitend und den Bedürfnissen und Eigenheiten eines Verlags oder einer Verlagsgruppe entsprechend zu formieren.

Dabei blieb es nicht. Mit dem Ende der Mitbestimmungsdebatte und der Wiedereinführung hierarchischer Ordnungen in den Redaktionen und mit der – zunächst technisch bedingten – arbeitsteiligen Neuorganisation redaktioneller Abläufe, ergaben sich auch in den Verlagen neue Perspektiven. Nicht mehr

unberechenbare, experimentierfreudige Haufen von IndividualistInnen sollten die Inhalte produzieren, sondern disziplinierte, akademisch erzogene Schreibkräfte.

Möglich wurde die Neuorientieren durch den Aufstieg des Journalismus zum hippen Traumberuf, der Universitäten und Fachhochschulen zur Einrichtung einschlägiger Studiengänge animierte. Aus den PraktikerInnen, die den Nachwuchs mit ihren eigenen Erfahrungen gefüttert hatten, wurden DozentInnen und ProfessorInnen, die sich redlich bemühten, ihrem Unterricht einen zünftigen akademischen Hautgoût zu verleihen.

Eine der Nebenwirkungen des Drangs, Banalitäten des journalistischen Handwerks theoretisch zu dekorieren, sind Lehrbücher wie »Nutzwertjournalismus« von Christoph Fasel. Es enthält nichts, was junge JournalistInnen in den ersten Monaten Praxis von erfahreneren KollegInnen nicht bis zum Überdruß zu hören bekommen: Du übst deinen Beruf nicht zur Selbstbefriedigung aus, sondern als Dienst an deinem Publikum. Du bist deshalb in erster Linie dazu verpflichtet, dieses Publikum ernst zu nehmen und dich klar und verständlich auszudrücken. Damit dir das gelingt, mußt du den Gegenstand, über den du berichtest, so gut verstehen, dass du dir darüber ein seriöses Urteil bilden kannst.

Geschmückt ist das Faselsche Nichts durch allerlei pseudowissenschaftlichen Schnickschnack. Zum Beispiel durch »ein neues Modell für nutzwertige Texte«, das dem »Nutzwerttexter« – gemeint sind JournalistInnen, die bei Zeitschriften wie »Eltern«, »Men's Health«, »Guter Rat« oder »Schwimmbad und Sauna« ihr Geld verdienen – die »mühselige Suche nach einer neuen Art, sein Thema darzustellen, leichter machen« soll. Das »Modell« ist eine »dreidimensionale Themenfindungs-Matrix« mit Henri Nannens legendärem »Küchenezuruf« (die Zusammenfassung einer Geschichte in Kürzestform) auf der X-Achse, den »journalistischen Interessenkategorien« auf der Y-Achse und den »Darstellungsformen« auf der Z-Achse. Na dann: Auf zum frohen Nutzwerttexten!

Von einigem Nutzen kann das Buch für Leute sein, die (noch) keinen Kontakt zu KollegInnen haben. Der Anhang enthält Erfahrungsberichte aus Special-Interest-Medien. Nebenbei belegen die Kurzbiografien der jüngeren unter den 23 MitautorInnen, dass der Studienabschluss oft nur wenig mit dem Job zu tun hat.

Schleierhaft bleibt, weshalb auf dem Umschlag und im Inhaltsverzeichnis des Buches ein einziger Autor aufscheint. Dabei hat Christoph Fasel nicht einmal den allgemeinen Teil allein verfasst. Fünf weitere Schreibende scheinen in

Autorenzeilen auf. Wegen der durchgehenden Nummerierung der Kapitel ist unklar, wie weit ihre Beiträge reichen. Nonchalance? Eitelkeit? Wir wissen es nicht.

Offensichtlich ist dagegen, dass der Geistesblitz »Nutzwertjournalismus« niemanden blenden sollte. Je schneller das Wort in Vergessenheit gerät, desto besser. Guter Journalismus ist nämlich – unter anderem – gut, weil er seinem Gegenstand und seinem Publikum angemessen ist. Die Plattform – Tageszeitung oder Wochenblatt, Zeitschrift oder Magazin – spielt keine Rolle.“

In: Klartext – Das Schweizer Medienmagazin. Nr. 6/2004, S. 36. Bern: Stiftung Klartext. (Wiedergabe mit freundlicher Genehmigung des Autors)