

## **Christoph Fasel (2004): „Nutzwertjournalismus“**

UVK-Verlag Konstanz, 268 Seiten, broschiert. 24,90 Euro. ISBN: 3-89669-455-3. Reihe Praktischer Journalismus.

<b>Kap.</b>	<b>Titel</b>	<b>Autor/in</b>	<b>Seite</b>
	Vorwort	Christoph Fasel	7
	Dank	Christoph Fasel	8
<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	Christoph Fasel	
	Die Kunst zu nutzen – und zu erfreuen	Christoph Fasel	9
<b>2.</b>	<b>Was ist Nutzwertjournalismus?</b>		
2.1	Nutzwertjournalismus: Eine Definition	Andreas Eickelkamp	14
2.2	Faktoren nutzwertiger Sachtexte	Christoph Fasel	21
2.3	Warum Nutzwertjournalismus wichtiger wird – für Leser und Schreiber	Christoph Fasel	24
2.4	Welche Funktionen Nutzwert im Journalismus der Zukunft hat	Christoph Fasel	27
2.5	Warum Nutzwertjournalismus für Verlage interessant ist	Christoph Fasel	30
2.6	Nutzwertjournalismus – Anfänge, Vorläufer, Geschichte	Alexandra Hilmer	34
<b>3.</b>	<b>Die Rolle des Nutzwertjournalisten</b>		
3.1	Berichtender und Betroffener: Die Kommunikationssituation	Christoph Fasel	41
3.2	Mitteilung oder Manipulation? Warum Journalisten umdenken müssen	Christoph Fasel	44
3.3	Unabhängiger Journalismus – ein Ideal und seine Realität	Ulrike Hennemann	48
3.4	Eine ambivalente Beziehung: Nutzwertjournalismus und PR	Christoph Fasel	53
<b>4.</b>	<b>Textsorten und Schreibhaltung</b>		
4.1	Nutzwert und journalistische Textsorten	Christoph Fasel	57
4.2	Elemente nutzwertigen Schreibens und die richtige Ansprache des Lesers	Christoph Fasel	61
4.3	Rat und Tat – die richtige Aussage	Christoph Fasel	64
4.4	Die richtige Schreibhaltung	Christoph Fasel	69
<b>5.</b>	<b>Die Themenfindung</b>		
5.1	Wer ist eigentlich mein Leser, Hörer, Zuschauer?	Christoph Fasel	73
5.2	Welches Wissen ein Nutzwertautor mitbringen muss	Christoph Fasel	78
5.3	Themenfindung Eins: Es gibt nichts Neues	Christoph Fasel	82
5.4	Themenfindung Zwei: Anlässe für Nutzwertberichte	Christoph Fasel	86
5.5	Themenfindung Drei: Ein neues Modell für nutzwertige Texte	Christoph Fasel	89
5.6	Die sachgerechte Recherche	Christoph Fasel	94
<b>6.</b>	<b>Das Schreiben</b>		
6.1	Aufbau und Dramaturgie von Nutzwerttexten	Christoph Fasel	98
6.2	Der richtige Titel für Nutzwerttexte	Christoph Fasel	109
6.3	Der Vorspann im nutzwertigen Journalismus	Christoph Fasel	115
6.4	Der richtige Einstieg	Christoph Fasel	120
6.5	Die Sprache des Nutzwertjournalismus	Christoph Fasel	124
6.6	Guter Rat: Was am Schluss des Textes stehen muss	Christoph Fasel	131
<b>7.</b>	<b>Der rechtliche Rahmen</b>		
7.1	Warentests	Ulrich Kaufmann	134
7.2	Produktwarnungen	Endress Wanckel	155
<b>8.</b>	<b>Praxisbeispiele</b>		
8.1	Unterschiede des Nutzwertjournalismus in verschiedenen Medien	Christoph Fasel	161
8.2	Tageszeitungen: Wie sie Nutzwert bieten	Tim Schleider	164
8.3	Lokaljournalismus, der seinen Lesern nutzt	Heike Groll, Michael Bechtel	171

8.4	Hörfunk: Die Verbrauchersendung QUINTESSENZ	Frank Christian Starke	182
8.5	Fernsehen: Das ZDF-Magazin WISO	Andreas Eickelkamp	186
8.6	Interview mit Michael Opoczynski von WISO	(Andreas Eickelkamp)	190
8.7	Investigative Fernsehbeiträge	Theodor von Keudell	196
8.8	Nutzwert im Internet	Berndt Schramka	199
8.9	Die Boulevardzeitung BILD AM SONNTAG	Holger Karkheck	203
8.10	Die Zeitschrift COMPUTERBILD	Andreas Eickelkamp	207
8.11	Interview mit Helmut Markwort, Chefredakteur des Magazins FOCUS	(Andreas Eickelkamp)	214
8.12	Die Zeitschrift ELTERN	Ursula Kronenberger	218
8.13	Magazin-Journalismus: Das Beispiel READERS'S DIGEST	Markus Reiter	222
8.14	Das Verbrauchermagazin GUTER RAT!	Werner Zedler	226
8.15	Die Special-Interest-Zeitschrift SCHWIMMBAD & SAUNA	Karl-Heinz Linderich	232
8.16	Die Jugendzeitschrift YAM!	Tanja Gebru	235
8.17	Die Männerzeitschrift MEN'S HEALTH	Stephanie Schwiering	237
8.18	Das Absolventenmagazin FORUM	Jens Reufsteck	241
8.19	Die Kinderzeitschrift BENJAMIN	Kathrin Kommerell	244
8.20	Fazit: Der Sachtext zwingt zur Sachlichkeit	Willi Herzog	248

## **Anhang**

Checkliste: Todsünden des Nutzwertjournalismus	250
Checkliste: Ist der Nutzwerttext vollständig?	252
Autoren	253
Literatur	258
Register	262