

Nutzwertjournalismus

Ausarbeitung im Seminar Nr. 05.950.

**Erstellung einer Textstrecke zum Thema
Web Content Management Systeme.**

Von

Florian Bongartz

7. Fachsemester, Nebenfach (Diplom)

Vorgelegt bei

Andreas Eickelkamp

Universität Hamburg

Department Sozialwissenschaften, Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft

Allendeplatz 1, 20146 Hamburg

Inhaltsverzeichnis.

| | |
|---|-----------|
| 1. Einleitung..... | 2 |
| 2. Konzeption der Nutzwertstrecke..... | 4 |
| 3. Die Nutzwertstrecke – Probleme und Umsetzung..... | 6 |
| 3.1. Nutzwertformate..... | 6 |
| 3.1.1 Bericht..... | 6 |
| 3.1.2 Entscheidungsbaum..... | 7 |
| 3.1.3 Einfache Vergleiche..... | 7 |
| 3.1.4 Ablaufschema..... | 8 |
| 3.1.5 Kurzanleitung..... | 8 |
| 3.1.6 Verweise..... | 10 |
| 3.1.7 Fiktive Formate..... | 11 |
| 3.1.8 Zur Methodik des Einsatzes von Nutzwertformaten..... | 11 |
| 3.2. Gestaltung der Nutzwertstrecke..... | 12 |
| 3.2.1 Farben..... | 12 |
| 3.2.2 Schriftelemente..... | 12 |
| 3.2.3 Bildelemente..... | 13 |
| 3.2.4 Seitenaufbau..... | 14 |
| 4. Reflexion..... | 15 |
| Literaturverzeichnis..... | 19 |
| Anhang I: Das Konzept..... | 20 |
| Anhang II: Die Nutzwertstrecke..... | 23 |

1. Einleitung.

Das Angebot auf dem Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt unterscheidet sich anhand von verschiedenen Kriterien wie Erscheinungsweise, Inhalt und Format. Tageszeitungen informieren typischerweise über die Geschehnisse des Tages, Wochenzeitschriften fassen das Geschehen einer Woche zusammen, beschäftigen sich von Woche zu Woche mit anderen Themen oder erscheinen aus anderen Gründen zu bestimmten wiederkehrenden Zeitpunkten. Aufbereitet werden Themen wie Wirtschaft, Politik, Kultur, Computerspiele, Essen und Trinken, Erotik oder Geschichten in Roman- oder Comicform. All diese Erzeugnisse haben etwas gemeinsam: Sie liefern einen Grund zum Kauf. Auf die individuellen Gründe zum Kauf eines journalistischen Produktes nehmen Kriterien wie Interesse am Thema, Seriosität des Produktes oder auch bloß der Preis Einfluss.

Die Präsentationsformen im Nutzwertjournalismus liefern einen ganz pragmatischen Konsumgrund, der sich vom reinen Informations- oder Unterhaltungsangebot abhebt. Die Kommunikationsabsicht bezieht sich auf ein Thema, welches für den Leser als potentiell sinnvoll und praktisch nutzbar wahrgenommen wird, also auf die informatorische Umsetzung von Themen und Ergebnissen aus der Perspektive des Lesers (Eickelkamp 2004). Besonders in Special-Interest Zeitschriften finden sich Kommunikationsangebote mit einem konkreten Nutzwert. Testzeitschriften, zum Beispiel für Computerspiele, beschränken sich längst nicht mehr bloß darauf, Neuheiten auf dem Markt vorzustellen, sondern bieten Vergleichstests, Tipps und Tricks oder spezielle Wissensartikel an. Den Anspruch nutzwertiger Darstellungsformen beschreibt Eickelkamp als es „dem Rezipienten zu ermöglichen, eine Handlung umzusetzen, die ein bestimmtes Ergebnis zum Ziel hat. Die Themenauswahl im Nutzwertjournalismus ist stets handlungsorientiert, umsetzungsorientiert und ergebnisorientiert“¹. An diese Motivation appellieren alle Nutzwertformen, seien es Hinweise, Service oder Erklärungstext.

In der Ansprache wird der Leser mit der Frage konfrontiert, ob der angebotene Nutzen für ihn von Interesse ist. Ihm wird klar, welchen Nutzen er erzielen kann und entscheidet, welchem Wert er diesem Nutzen beimisst – und entscheidet schließlich

1 <http://www.nutzwertjournalismus.de/t3/index.php?id=391>, am 18. Mai 2008.

daran, ob er das Produkt kauft oder nicht. „Stärker als General Interest- sind Special Interest-Zeitschriften von einem Nutzen vermittelnden Leitgedanken durchzogen Mittlerweile ist dies etwa bei Computer-, Gesundheits-, Eltern- oder Bauzeitschriften in einer Stärke ausgeprägt, dass diese Haltung als durchgängiges Blattkonzept sichtbar wird“ (Haller/Eickelkamp 2007, 259).

Der Nutzwertjournalismus hat eine Professionalisierungsphase durchlaufen, die mit den klassischen Lebenshilfethemen wie Veranstaltungshinweisen oder dem Wetterbericht begann (Wolff 2006) und sich in immer weitere nutzwertige Darstellungsformen² ausdifferenzierte. Zu nennen sind hier vor allem Tests, Tipps, Gerichtsurteile, Zuschauer fragen – Experten antworten, Ablaufschemata, Entscheidungsbäume, Dr. Sommer-Prinzip, Regeln oder Bedienungsanleitungen und vieles mehr³. Die Orientierung des Nutzwertjournalismus ist am Alltag der Leser orientiert, nimmt also Rücksicht auf die Interessensituation der Leser. Deshalb ist vor allem im Special Interest-Bereich eine besonders hohe Dichte nutzwertiger Formate zu entdecken, da die Gefahr geringer ist, die Inhalte an den Inhalten des potentiellen Lesers vorbei zu kopieren: Wer ein Magazin über Informationstechnologie erwirbt, wird kaum von einem intensiven Vergleichstest verschiedener DSL-Anbieter überrascht sein, wohingegen eine Fernsehillustrierte tendenziell mit einem kleinen Hinweiskasten auf günstige und gute Anbieter aufwarten dürfte, um die durchschnittliche Hausfrau nicht mit technischen Details zu langweilen (oder zu überfordern).

Für die Entwicklung einer eigenen Nutzwertstrecke im Rahmen des Seminars stellen sich daher im Vorfeld zwei zentrale Fragen: Wer ist der potentielle Leser und für welches Problem würde er gerne eine fundierte Antwort erhalten (vgl. Wolff 2006, 252)? Erst dann kann die Antwort tatsächlich formuliert werden.

2 Nutzwertjournalismus, o.ä. Ratgeberjournalismus oder Verbraucherjournalismus, ist keine eigene Darstellungsform. Vielmehr können viele Darstellungsformen Serviceinformationen transportieren. (Vgl. Wolff 2006, 269)

3 Vgl. Eickelkamp: <http://www.nutzwertjournalismus.de/t3/fileadmin/uni-hamburg/Einfuehrung-ek-Folien20071102.pdf>, am 18. Mai 2008.

2. Konzeption der Nutzwertstrecke.

Die Nutzwertstrecke setzt voraus, dass der Leser computeraffin ist und sich für die Erstellung von Webseiten interessiert. Unter dem Schlagwort Web 2.0 berichten auch Tageszeitungen und Onlinezeitschriften gelegentlich über neue Entwicklungen bei der Kommunikation und verschiedenen Kommunikationsformen im Internet. Vor allem Social Networks wie studivz oder Xing finden inzwischen auch in namhaften Magazinen wie dem SPIEGEL Erwähnung – vor allem bei den Rekordsummen, die große Unternehmer für Web 2.0 Projekte zahlen, die von Schülern oder Studenten entwickelt wurden.

Das Thema Web Content Management Systeme ist klar dem Special Interest zuzuordnen. Die Zielgruppe sind Personen, welche sich mit Computer und Internet auskennen und bereits Erfahrungen mit der Erstellung von Webseiten haben. Ob sie dabei bereits eine eigene Webseite betreiben oder bloß wissen wie es geht, spielt keine Rolle. Die Nutzwertstrecke soll den Leser in die Lage versetzen zu entscheiden, ob er für eine eigene Webseite ein Web Content Management System verwenden sollte, wie ein solches System funktioniert und welche Systeme zu empfehlen sind.

Das Ziel der Strecke als solche ist die Darstellung der Funktionen und Möglichkeiten im Umgang mit dem WCM-System Typo3. Vorbereitend wird erläutert, was WCM-Systeme sind, welche Aufgaben sich mit ihnen bewältigen lassen und welche Vorteile sich gegenüber der konventionellen Webseitenerstellung realisieren lassen. „Erfolgreicher Servicejournalismus setzt [jedoch] die völlige Unabhängigkeit der Redaktionen voraus“ (Wolff 2006, 267). Deshalb ist es unerlässlich, die Technik von WCM-Systemen allgemein vorzustellen, um sich nicht dem Vorwurf auszusetzen, den Leser auf ein bestimmtes WCM-System festgelegt zu haben. Ein konkreter Nutzen zeitigt sich jedoch erst, wenn der Leser in die Lage versetzt wird zu entscheiden, welches WCM-System für ihn das richtige ist, welcher Aufwand mit der Umsetzung einer Webseite mithilfe eines solchen Systems verbunden ist und welche Webanbieter geeigneten Webspace zum Hosten des Projekts bereitstellen.

Aus diesen Annahmen ergab sich ziemlich konkret die spätere Struktur der Nutzwertstrecke: Erstens ein Einstiegsbericht in dem der Leser erfährt, was ihn während

der Nutzwertstrecke erwartet. Zweitens ein Bericht über das Funktionsprinzip von WCM-Systemen und drittens eine Entscheidungshilfe, unter welchen Umständen sich ein solches System für den Anwender lohnt. Viertens ein Vergleich ausgewählter WCM-Systeme – wobei die Kriterien für die Auswahl transparent sein mussten. Fünftens ein Anwendungsbericht für die Erstellung einer fiktiven Webseite mit dem in dieser Strecke vorgestellten System Typo3.

Die hinter dieser Konzeption stehende Idee ist die einer stetigen Lernkurve mit verschiedenen Ausstiegsoptionen. Falls der Leser sich bloß dafür interessiert, was ein WCM-System eigentlich ist und wofür man es verwendet, wird er wahrscheinlich bei dem Artikel aussteigen, der sich mit der Frage beschäftigt, ob der Leser selbst nicht ein WCM-System einsetzen sollte. Bis hierhin sollen die Artikel leicht verständlich und beispielhaft geschrieben sein. Ein webinteressierter Leser wird mit Begriffen konfrontiert, die er kennt – zum Beispiel „HTML-Tags“ oder „CSS“ – um die Materie in einen für ihn zu erfassenden Erkenntnishorizont zu verlagern. Die zweite Ausstiegsoption ist offensichtlich die, wo der Leser feststellt, dass sich ein WCM-System für ihn nicht lohnt. Erst an dieser Stelle wird die Nutzwertstrecke konkret, benennt verschiedene WCM-Systeme, stellt sie vor und vergleicht verschiedene Anbieter für passende Webhostingangebote. Liest der Leser die Strecke bis zum Schluss, wird er in der Lage sein, eine einfache Webseite mit dem vorgestellten System Typo3 zu erstellen. Der individuelle Nutzen ist realisiert und mithilfe des Verweises auf weitere Informationsmöglichkeiten, sowohl in dem vorliegenden fiktiven Magazin, als auch im Internet, kann der Leser sich selbst offene Fragen beantworten und tiefer in die Materie einsteigen. Denn: Er steht sprichwörtlich nicht mehr wie der Ochs vorm Berg. Deshalb steht im letzten Teil der Strecke auch der Erfolg im Mittelpunkt der Bemühungen. Die Artikel erklären nur das nötigste, um den Leser schnell zu einem Erfolg zu führen, der ihm das Gefühl vermittelt, er könne nun alleine weiterarbeiten, um sich weiteres Wissen für die Umsetzung seiner Ideen anzueignen. Wenn das funktioniert, hat die Strecke ihren Zweck erfüllt, da bei einem so umfangreichen Thema im Prinzip keine Chance besteht, einen allumfassenden Überblick zu verschaffen.

3. Die Nutzwertstrecke – Probleme und Umsetzung.

Im Vorfeld der erstellten Nutzwertstrecke ist ein Konzept entstanden, welches als Rahmen und gleichzeitig als Struktur für die Entwicklung des Textes gedient hat. Es umfasst Überlegungen zum Ziel der Strecke, zum Inhalt, zum Aufbau und zur Aufmachung. Aus naheliegenden Gründen stelle ich die Betrachtung der Zielerfüllung an den Schluss dieser Betrachtung. Zum Vorgehen: Eines der verschiedenen Instrumente, das in einer nutzwertigen Strecke Verwendung finden kann, ist der Vergleich. In diesem Abschnitt möchte ich den Vergleich nutzen, um das Konzept und die Umsetzung gegenüber zu stellen und um daran die aufgetretenen Probleme zu erläutern.

3.1. Nutzwertformate.

Die verwendeten Nutzwertformate in der vorliegenden Nutzwertstrecke sind zwei Berichte, ein Entscheidungsbaum, zwei einfache Vergleiche und eine Schritt-für-Schritt-Anleitung.

3.1.1 Bericht.

Beschreibung des Formats aus dem Konzept:

Was ist ein Redaktionssystem? Warum werden Redaktionssysteme eingesetzt? Wofür werden Redaktionssysteme eingesetzt? Wann macht ein Redaktionssystem Sinn?

Beschreibung des Ziels aus dem Konzept:

Der Bericht soll einen Überblick über das Thema bieten, grundlegend in die Funktionsweise eines Redaktionssystems einführen und den Unterschied zwischen klassischen Webseiten und Webseiten mit Redaktionssystemen aufzeigen.

Umsetzung:

Bei der Umsetzung stellte sich das Problem, dass auf der einen Seite gezeigt werden sollte, was Redaktionssysteme können und welchen Nutzen sie für den Leser haben. Gleichzeitig war es nötig, den Nutzen der Strecke als solche herauszustellen. Deshalb habe ich den Bericht aufgeteilt in eine Einleitung, die zusammenfasst, was die Strecke beinhalten wird und welchen Grund es geben könnte, auf ein Web Content Management System umzusteigen. Ein zweiter Bericht beschäftigt sich dann intensiv mit dem zentralen Nutzen und den Funktionen dieser Systeme.

3.1.2 Entscheidungsbaum.

Beschreibung des Formats aus dem Konzept:

Wann lohnt sich ein Redaktionssystem? Welche Redaktionssysteme sind geeignet?

Beschreibung des Ziels aus dem Konzept:

Der Entscheidungsbaum soll dem Leser über den einleitenden Bericht hinaus helfen, ob für eine bestimmte Webseite überhaupt ein Umstieg auf ein Redaktionssystem lohnt. Also wann ein Einsatz sinnvoll ist und wann nicht.

Umsetzung:

Für die Umsetzung dieser Art von Entscheidungshilfe hat sich ein hierarchischer Entscheidungsbaum geradezu angeboten. Für Webseiten, deren Inhalt häufig geändert (1) oder ergänzt (2) wird und auf denen mehrere Benutzer Inhalte erstellen dürfen sollen (3), eignet sich ein Web Content Management System. Damit dieser Artikel einen Nutzen für den Leser hat, muss ihm geholfen werden, seine Ausgangsposition zu bestimmen, also ob er neu anfängt oder eine bestehende Webseite übertragen möchte, und warum ausgerechnet diese drei Kriterien dafür wichtig sind. Probleme gab es hier keine. Vielmehr ließ sich in den Text ein weiteres Nutzwertformat einbauen, nämlich das der Regeln. Am Ende des Textes stehen vier Regeln, formuliert als Gewissensfragen, die der Leser erfüllen sollte, um erfolgreich mit einem WCM-System zu sein.

3.1.3 Einfache Vergleiche.

Beschreibung des Formats aus dem Konzept:

Gegenüberstellung von kostenlosen Redaktionssystemen.

Verschiedene Anbieter, die Typo3 hosten.

Beschreibung des Ziels aus dem Konzept:

Die beiden Vergleiche setzen voraus, dass der Anwender sich für ein Redaktionssystem entschieden hat. Im ersten Vergleich werden kostenfreie Redaktionssysteme gegenübergestellt. Die Strecke soll sich mit dem Redaktionssystem Typo3, dem nach Meinung des Autors mächtigsten und gleichzeitig flexibelsten Redaktionssystems befassen. Darum soll dem Leser aufgezeigt werden, bei welchen Anbietern sich ein Typo3-Paket hosten lässt.

Umsetzung:

Die Methode des Vergleichs ist die Gegenüberstellung in Tabellenform gewesen.

Dem Leser gegenüber muss sowohl die Auswahl der vorgestellten Web Content Management Systeme als auch die Auswahl der vorgestellten Webhoster erklärt werden. Problematisch ist der Vorwurf der Werbung beziehungsweise Schleichwerbung, insbesondere bei der Vorstellung der Webhoster. Da die vorgestellten WCM-Systeme allesamt kostenfrei sind, ist an dieser Stelle keine ökonomische, sondern eine tatsächlich funktionale Motivation glaubhaft zu vermitteln. Trotzdem ist es wichtig, dem Leser die Möglichkeit zu bieten, selbst auf die Suche nach einem geeigneten Anbieter zu gehen. Dazu gehört, ihm hierfür die notwendigen Anforderungen zum reibungslosen Betrieb des WCM-Systems zu nennen und auch auf die Möglichkeit hinzuweisen, bei bestehenden Webhostingverträgen den eigenen Anbieter nach entsprechenden Paketupgrades zu fragen.

3.1.4 Ablaufschema.

Beschreibung des Formats aus dem Konzept:

Wie plant man eine Webseite mit einem Redaktionssystem? Wieviel Zeit muss man einkalkulieren, bis eine Webseite mit einem Redaktionssystem umgesetzt ist?

Umsetzung:

Interessanterweise macht das Konzept, wie mir im Nachhinein aufgefallen ist, keine Aussage zum Sinn des Ablaufschemas. Während des Schreibens habe ich es auch gar nicht vermisst, sondern eine grafische Umsetzung in den theoretischen Teil der Kurzanleitung einfließen lassen. Die fünf Punkte aus dem Ablaufplan für die Planung einer Webseite mit einem WCM-System hießen 1. WCM-System auswählen, 2. Webhoster auswählen, 3. Seitenbaum erstellen, 4. Template erstellen, 5. Inhalte einpflegen. Da der einleitende Teil zum Thema WCM-Systeme und die Vergleiche bereits abgeschlossen waren, stellte der theoretische Text zur Kurzanleitung eine Art Trennlinie da. Ab hier würde der Leser nun an die tätliche Arbeit mit dem WCM-System herangeführt.

3.1.5 Kurzanleitung.

Beschreibung des Formats aus dem Konzept:

(1) Entwicklung eines Templates. Module für das Redaktionssystem.

(2) 5 Schritte zur ersten Webseite. Darstellung der Komplexität und der Möglichkeiten.

Beschreibung des Ziels aus dem Konzept:

(1) Ein gravierender Unterschied zu klassischen Webseiten ist die Notwendigkeit, das Layout getrennt vom Inhalt zu programmieren. Wie Redaktionssysteme das umsetzen, soll in einem weiteren Bericht mit Bezug zu Typo3 erklärt werden.

(2) Kurzanleitung: Typo3 ist ein komplexes Redaktionssystem. Darum soll in einem kleinen und einfach gehaltenen Tutorial der Einstieg erleichtert werden.

Umsetzung:

Ursprünglich war geplant, einen Bericht und eine Anleitung aus diesen beiden inhaltlichen Aspekten der Nutzwertstrecke zu machen. Es stellte sich jedoch heraus, dass die Zielvorstellung aus der Darstellung der Templateentwicklung (1) Redundanzen mit dem Einleitungstext über die Funktionen und Vorteile eines WCM-Systems aufwies und die fünf Schritte zur ersten Webseite (2) die Entwicklung des Templates (1) selbst beinhalten. Darum habe ich eine Trennung vorgenommen. Ein etwas theoretischer Teil beinhaltete das Ablaufschema bei der Erstellung der eigenen Webseite mit Typo3 und die notwendigen Vorabplanungen, die das eigentliche Erstellen des Templates vereinfachen sollen. Dabei habe ich Bezug genommen auf das Wissen der vorangegangenen Artikel hinsichtlich der Trennung von Layout und Inhalt. Die Schritt-für-Schritt-Anleitung beschäftigt sich in einem eigenen Artikel ausschließlich mit Typo3 und der Umsetzung der ersten Webseite – im wesentlichen also der Erstellung des Templates.

In diesem Artikel stellten sich zwei gravierende Probleme. Erstens musste ein praktisches Beispiel gefunden werden, welches dem Leser glaubhaft vermittelt, dass sein späteres Projekt auch wirklich einen „privaten Charakter“ erhalten, also ein überschaubares Webprojekt bleiben wird, und nicht eskaliert oder ihm über den Kopf wächst. Und zweitens, dass es aufgrund der Glaubwürdigkeit des Beispiels im Ergebnis nicht bei der Ausgabe des Textes „Hallo Welt!“ bleiben durfte. Aus diesen beiden Problemen erwuchs ein Drittes: Die Länge des Artikels.

Als Mittel der Wahl eigneten sich so genannte Code-Listings, wie sie Fachzeitschriften wie IX oder CT verwenden, als zusätzliche Auflockerung zu Screenshots von

der sich entwickelnden Webseite. Da Typo3 mit einer eigenen Scriptsprache arbeitet, wirkt sich eine Änderung am Code jedes Scripts auf die Webseite aus. Dem Leser kann also gezeigt werden, wie der Code seines Typo3-Templates wächst und die Webseite sich immer weiter in die von ihm gewünschte Richtung entwickelt. Da die Listings naturgemäß immer länger wurden, werden die sich wiederholenden Zeilen immer mehr. Da viele der bekannten Zeilen überlesen oder schnell übersprungen werden, bekommt der Leser den Eindruck, dass seine Lernkurve ansteigt. Weil immer mehr redundante Inhalte des Listings überlesen werden, wird der Leser immer schneller und die tatsächliche Länge des Artikel (immerhin acht Seiten) fühlt sich weniger an wie ein Textkoloss, von dem der Leser erschlagen wird. Zudem sind die Listings farblich abgehoben, so dass sich Erläuterungstext und Listings in „handliche Portionen“ gliedern.

Um dem Leser ein Gefühl zu geben, dass er auch verhältnismäßig kleine Webseiten mit Typo3 umsetzen kann, brauchte ich ein Beispiel, welches viele Möglichkeiten von Typo3 aufzeigt aber nicht kommerziell ist, um einem Vorwurf von Schleichwerbung zu entgehen. Da ich gerade selbst dabei war, die Webseite des Vereins „Nasen von Naggaroth e.V.“ zu erstellen, bot sich dieses Beispiel an, weil auch bei der Vorstellung der WCM-Systeme öfter von kleinen Vereinen die Rede war, deren Webseiten für solche Lösungen besonders geeignet sind. Eine weitere Bedingung war der Zugriff auf die Webseite, da die beschriebenen Code-Listings und auch das Template getestet und ausprobiert werden mussten, um fehlerhafte Aussagen im Artikel zu vermeiden und Screenshots machen zu können. Eine Nutzwertstrecke, die etwas vorstellt was nicht funktioniert, verliert schließlich ihren Nutzen. Der Vorteil für den Leser ist, dass er später im Netz die Seite tatsächlich begutachten kann, die im Artikel beispielhaft erstellt wurde. Für eine eventuelle tatsächliche Veröffentlichung würde man in einer Zeitschrift oder einem Magazin sicherlich einen fiktiven Verein erfinden und dem Leser das Template auf der Heft-DVD sozusagen als Lernblaupause zur Verfügung stellen.

3.1.6 Verweise.

Beschreibung des Formats aus dem Konzept:

Weiterführende Informationsmöglichkeiten über das Redaktionssystem.

Beschreibung des Ziels aus dem Konzept:

Da der Platz für die Strecke begrenzt ist, werden an dieser Stelle weitere Hinweise gegeben, wo man mehr über Typo3 lernen kann und einem bei Problemen mit konkreten Umsetzungsideen geholfen wird.

Umsetzung:

Der Schluss der Nutzwertstrecke brauchte im Prinzip nur aufzuzeigen, wo sich der Leser weiter informieren kann. Dabei bin ich dem Konzept gefolgt und habe nur kostenfreie Quellen aufgeführt, da es den Vorteil eines kostenfreien WCM-Systems tendenziell infragestellt, wenn man für die Weiterbildung teure Literatur empfiehlt.

3.1.7 Fiktive Formate.

Ein Vorteil von Themen wie WCM-Systemen ist ihre Verarbeitung in IT-nahen Fachmagazinen. Zwar schränkt das den Leserkreis deutlich ein, ermöglicht aber die Erschließung eines neuen Nutzwertformats, nämlich der beiliegenden Heft-DVD, die heutzutage auf so gut wieder Zeitschrift für Computer zu finden ist. Dort können, worauf in der Nutzwertstrecke auch verwiesen wird, zusätzliche Informationen untergebracht werden. Die Strecke bekommt so das Potential, ihren Wert für den Leser über die Grenzen des Printinhalts hinaus zu erhöhen. Bewegte Bilder, die dem Leser zeigen wie er in einem WCM-System navigiert, wo die Funktionen sind und welche Schritte er vollziehen muss, um das Beschriebene im Artikel umzusetzen, sind ein enormes Plus.

3.1.8 Zur Methodik des Einsatzes von Nutzwertformaten.

Bei der Erstellung von Konzept und Nutzwertstrecke hat es sich als günstig erwiesen, zuerst festzulegen welche Inhalte bearbeitet und in welcher Reihenfolge sie dargestellt werden sollen. So war es leicht, das jeweils optimale Nutzwertformat den einzelnen Inhalten zuzuweisen und Überlegungen anzustellen, in welchen Farben diese präsentiert werden könnten.

So ist auch zu erklären, weshalb einige Nutzwertformate sich nicht in der Strecke wiederfinden. Zum Beispiel gab es keinen Grund, so etwas wie ein „Bild hilft“ - „Wie bitte“-Prinzip einzuführen, da die Serie in sich geschlossen sein wird und sich eventuelle Hilfen auf die Realisierung bestimmter Ideen mit Typo3 beziehen würden. Und

dafür wurde dem Leser empfohlen, sich in entsprechenden Foren umzutun und frei zugängliche Tutorials zu lesen. Gerichtsurteile zu WCM-Systemen beziehungsweise Typo3 wären nur dann vonnöten, wenn die Leser auf bestimmte Rechtsverletzungen bei der Nutzung von Typo3 hingewiesen werden sollen. Das war aber nicht Thema des Artikels. So fallen auch „investigative und spontane Tests“ aus, da es nichts geheimnisvolles aufzudecken galt, was lieber verschwiegen worden wäre.

3.2. Gestaltung der Nutzwertstrecke.

Da im Vorfeld bereits abzusehen war, dass die mögliche Nutzwertstrecke nur in einem Fachmagazin für IT erscheinen können würde, war ich mit dem typischen Problem solcher Zeitschriften konfrontiert: der Textwüste. Während Spielezeitschriften schöne Screenshots aus den von ihnen getesteten Spielen einbauen konnten, blieben mir lediglich abstrakte Schemata, Tabellen und Screenshots von Webseiten oder die Logos der verschiedenen WCM-Systeme. Deshalb brauchte es zwar an ansprechendes aber gleichzeitig „leichtes“ Erscheinungsbild für die Seitengestaltung.

Ähnlich wie bei den Nutzwertformaten möchte ich dabei die Überlegungen aus dem Konzept mit dem tatsächlichen Ergebnis vergleichen.

3.2.1 Farben.

Bei dem Thema handelt es sich um eine Technologie und das Ziel des Artikels ist es, den Anwender die Angst vor dem Ausprobieren zu nehmen. Daher werden Blau, als technologieaffine und den Fortschritt symbolisierende Farbe, und Braun, als zurückhaltende und behagliche Farbe, gewählt.

Nuancen in Infokästen werden mit hellen Pastelltönen der Farben unterlegt.

Problem: Mit Blau und Braun werden die beiden Farben vereint, die am beliebtesten und am unbeliebtesten sind.

Umsetzung:

Das beschriebene Problem, die Vereinigung der beliebtesten und unbeliebtesten Farben, habe ich ignoriert. Was die Idee mit hellen Pastelltönen in Infokästen angeht, so habe ich das auf Tabellenzeilen beschränkt, da es faktisch keine Infokästen gibt und Hintergründe von Grafiken selbst in hellen Farbtönen zu dominant wirkten.

3.2.2 Schriftelemente.

Als Elemente sollen kräftige Überschriften mit einem einführenden Unter-

titel verwendet werden.

Zwischentitel innerhalb der Texte strukturieren das Material. Dabei können Untertitel blau oder braun sein, je nachdem ob der Abschnitt etwas technisches (blau) oder erklärendes (braun = beruhigend) erklärt.

Bildunterschriften fassen eine zentrale Aussage zusammen.

Umsetzung:

Die kräftigen Überschriften als Eye-Catcher hat es gegeben, ebenso die Untertitel, welche die zentrale Fragestellung des vorliegenden Artikels auf den Punkt bringen. Bei den Zwischentiteln habe ich jedoch die einheitliche Farbe blau verwendet. Der Wechsel von blau und braun lässt den Artikel „hektisch“ erscheinen und macht die wahrscheinlich unerlaubte Annahme, der Leser wisse und könne verstehen, warum die Überschriftenfarben sich mittendrin ändern. Das aber würde den Sinn der Nutzwertstrecke ad absurdum führen. Zwischenüberschriften sollen den Leser durch den Artikel führen und ihn nicht durch das Nachdenken über die Farbgebung von dem Nutzen ablenken, den der Artikel ihm bieten kann. Um Bildunterschriften bei eingebetteten Bildern vom Lauftext abzugrenzen, ist dieser zusätzlich kursiv und in einer anderen Farbe gestaltet, die sich sowohl von den Umrandungen der Bilder (siehe 2.2.3) als auch vom Lauftext abhebt.

3.2.3 Bildelemente.

Bildelemente sollen das abstrakte Thema auflockern und zentrale Aussagen zu Redaktionssystemen widerspiegeln. Beispiel: Das Titelbild zum Artikel ist ein Laufsteg mit mehreren Modells, was symbolisieren soll, dass mit Redaktionssystemen das Aussehen vom Inhalt getrennt wird.

Karikaturen könnten den Text auflockern.

Umsetzung:

Die Bildelemente beinhalten Grafiken, Screenshots von Webseiten oder dem Backend von Typo3 und ein Titelbild. Das Titelbildes (Modells auf dem Laufsteg) soll das Motiv verschiedener Layouts für die gleichen Inhalte symbolisieren. Es wird in der Überschrift zu dem zentralen und am meisten Raum einnehmenden Artikel aufgegriffen. Der Webseite soll ihr Kleid angezogen und damit ein eigenes Template gegeben werden. Auf Karikaturen wurde schließlich, nicht zuletzt wegen des Umfangs der Nutzwertstrecke, verzichtet.

3.2.4 Seitenaufbau.

Das Ziel sind klare Linien. Die farbigen Überschriften dienen zur Strukturierung der Artikel und laufen über die ganze Seitenbreite.

Um den Leser nicht mit Textwüsten zu erschlagen, gibt es eine Marginalzeile, ca. ein Viertel bis ein Fünftel des Blattes bleiben oben weiß und werden nur von Fotos durchbrochen.

Auf jeder Seite steht in der Marginalzeile das Thema des Artikels.

Umsetzung:

Im Nachhinein betrachtet war es wenig überraschend, dass die Marginalzeile die Struktur klarer Linien durchbrochen hat, wenn Abbildungen in sie hineinragten. Das hat nicht nur das Motiv zerstört, die Seite leichter wirken zu lassen, wenn nicht bereits am Kopfende mit dem Text begonnen wird, sondern auch das eigentliche Ziel eines ruhigen Seitenaufbaus. Deshalb wurden Bildelemente nur noch in den Artikeln verwendet, so dass die Überschriften als Trennelemente eine noch stärkere Rolle bekommen haben.

4. Reflexion.

Der Anspruch an die Nutzwertstrecke war, den Leser in die Lage zu versetzen zu entscheiden, ob die Umsetzung eines Webprojektes mit einem WCM-System sich für ihn lohnt oder nicht. Anschließend bietet ihm die Nutzwertstrecke die Möglichkeit, sich über verschiedene WCM-Systeme zu informieren und hilft ihm abzuschätzen, welcher Aufwand zu erwarten ist. Mit einem praktischen Einstieg in das jeweils vorgestellte System bekommt der Leser, verteilt auf drei Ausgaben eines fiktiven Computermagazins, einen Eindruck vom Look&Feel und den Fähigkeiten. Ausgelegt war die Textstrecke ursprünglich auf sechs Seiten. Mit dem erzielten Umfang von 16 Seiten bin ich deutlich über das Ziel hinausgeschossen, was mehrere Gründe hat:

1. Die vorliegende Textstrecke enthält eine allgemeine Einleitung zu dem Thema WCM-Systeme und die Vorstellung des Systems Typo3.
2. Durch das gewählte Layout ist rund ein Fünftel jeder Seite weiß geblieben.
3. Viele Bilder, vor allem beim Praxisteil während der Einführung in Typo3 und beim Titelbild, haben zusätzlich Platz verbraucht.
4. Die Entscheidung, ein konkretes und durchaus umfangreiches Beispiel mit Menüführung, Seitenbaum, Brotkrumenpfad und zweispaltigem Layout vorzustellen, hat entsprechenden Platz verbraucht.
5. Ebenso die Code-Listings, die ungekürzt abgedruckt sind, damit der Leser die Entwicklungen jeweils nachvollziehen kann.

Für die Bewertung des Umfangs lege ich daher nicht mehr die absolute Seitenanzahl, sondern die relative Verteilung der Themen auf die ursprünglich geplante und tatsächlich realisierte Seitenzahl zugrunde. (siehe Tabellen auf der folgenden Seite.)

Im Verhältnis ist der einleitende Bericht, zusammen mit dem Entscheidungsbaum, von 33,3 Prozent auf 18,75 Prozent gesunken – insofern ein Erfolg, als dass die Kritik an einem ersten Entwurf der Strecke lautete, der Einleitungstext könnte zu lang werden, wenn die Strecke einmal fertiggestellt ist. Die Vergleiche, geplant mit rund 17 Prozent der Seiteneinnahme, haben sich realisiert wie vorgesehen. Da während der

Realisierung die in der Planung noch vorgenommene Trennung der Punkte (3) und (4) aufgehoben wurde, erlaube ich mir für die Bewertung eine Addition der beiden Werte zu geplanten 50 Prozent und realisierten 63 Prozent Anteil für die tatsächliche Einführung des Lesers in das WCM-System Typo3. Wie bereits in Kapitel 3 erläutert, ist der Punkt (3) wegen einiger Redundanzen in die Punkte (1) und (4) überführt worden.

| Thema | Gepl. Seitenzahl | Relation |
|-----------------------------------|------------------|--------------|
| (1) Bericht und Entscheidungsbaum | 2 | 2/6 = 33,3 % |
| (2) Vergleiche | 1 | 1/6 = 16,7 % |
| (3) Ablaufschema und Bericht | 2 | 2/6 = 33,3 % |
| (4) Kurzanleitung und Verweise | 1 | 1/6 = 16,7 % |

Tabelle 1: Ursprüngliche Seitenplanung mit einem Umfang von sechs Seiten.

| Thema | Real. Seitenzahl | Relation |
|-----------------------------------|------------------|----------------|
| (1) Bericht und Entscheidungsbaum | 3 | 3/16 = 18,75 % |
| (2) Vergleiche | ca. 3 | 3/16 = 18,75 % |
| (3) Ablaufschema und Bericht | 1 | 1/16 = 6,25 % |
| (4) Kurzanleitung und Verweise | 9 | 9/16 = 56,25 % |

Tabelle 2: Tatsächlicher Seitenumfang von sechzehn Seiten.

Insgesamt ist, wie von der Kritik auf den ersten Textentwurf nahegelegt, die Einleitung relativ gekürzt und der inhaltliche Teil relativ erweitert worden. Aus Gründen der Belanglosigkeit verzichte ich auf eine Quantifizierung der Anteile von Punkt (3), die in den ohnehin (relativ) gekürzten Punkt (1) und den (relativ) angewachsenen Punkt (4) verschoben wurden. Die Tatsache, dass sich die relative Verteilung nur deshalb verschoben hat, weil der Inhalt in Wahrheit ergänzt wurde, statt umverteilt, begründe ich mit dem Nutzen, den der Leser aus der detaillierten Darstellung im Schlussbericht ziehen kann. Der Schlussbericht ist zwar lang, bietet aber die Möglichkeit, die eigene Webseite mit den dort vorgestellten Methoden in Typo3 anzupassen und bietet den Vorteil, dass das vorgestellte Beispielprojekt tatsächlich existiert (und funktioniert), was der Glaubwürdigkeit sicherlich nicht abträglich sein dürfte.

Bezogen auf das Metaziel, einen bereits interessierten Leser zu informieren und für ein erstes Projekt mit einem WCM-System an die Hand zu nehmen („das Boot zu Wasser lassen“) ergibt sich hinsichtlich der verwendeten Nutzwertformate ein klares Profil der Nutzwertstrecke: Verwendet wurden vor allem ein Entscheidungsbaum, ein Ablaufschema, Regeln und eine Schritt-für-Schritt-Anleitung. Bei den Kriterien Glaubwürdigkeit, Aussagekraft und Aktivierung ergibt sich nach Eickelkamp⁴ folgende Bewertung des Nutzwertes:

| Nutzwertformat | Glaubwürdigkeit | Aussagekraft | Aktivierung |
|---------------------|-----------------|--------------|-------------|
| Entscheidungsba. | ++ | ++ | 0 |
| Regeln | ++ | ++ | 0 |
| Ablaufschema | ++ | ++ | ++ |
| Schritt für Schritt | ++ | ++ | ++ |

Tabelle 3: Nutzwertformate im Vergleich. Vorschlag nach Eickelkamp.

Diese Einschätzung liefert eine weitere Begründung für den umfangreichen Schlussartikel, der sich ausführlich mit Typo3 beschäftigt. Dieser Artikel sorgt, als klassische Schritt-für-Schritt-Anleitung – von einem Code-Listing zum nächsten – für eine Aktivierung des Lesers, die mit den abschließend genannten weiteren Informationsquellen das weitere Beschäftigen mit Typo3 motiviert (beziehungsweise motivieren kann). Für das fiktive Format der Heft-DVD liegt keine Bewertung vor. Sie ist auch nicht relevant, da eine Heft-DVD kein Printmedium darstellt und im Sinne dieser Arbeit auch kein zu bewertendes journalistisches Produkt.

Klare Schwächen weist die Nutzwertstrecke in der Leseransprache auf. Zwar wird der Leser stets aktiv angesprochen, jedoch immer von dem gleichen imaginären Team der Computerzeitschrift, das für die Artikel verantwortlich zeichnet. Es gibt keinerlei Experteninterviews und keine dritten Stimmen, was einen gewissen Rechtfertigungsdruck erzeugen kann. Der Leser könnte zum Beispiel glauben, dass tatsächlich die angegebenen Auswahlkriterien für die vorgestellten WCM-Systeme angelegt wurden. Genauso gut wäre aber möglich, dass die Redakteure sich schlicht mit diesen Systemen am besten auskennen. Von daher wären verschiedene Drittstimmen zu den

⁴ Quelle: <http://www.nutzwertjournalismus.de/t3/fileadmin/uni-hamburg/Einfuehrung-ek-Foli-en20071102.pdf>, S. 41, am 20. Mai 2008.

WCM-Systemen sicherlich geeignet gewesen, die Glaubwürdigkeit des eigenen Kriterienkatalogs noch weiter zu steigern. Für den Schlussartikel wäre auch eine interessante Variante der Darstellung möglich, wenn man vorbereitend zu der Textstrecke die eigenen Leser aufgefordert hätte, über ihre favorisierten WCM-Systeme abzustimmen und jeweils eines ihrer Projekte zu dem passenden WCM-System selbst vorzustellen. Das käme nicht nur der Glaubwürdigkeit zugute, es würde dem Leser auch ermöglichen, sich über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten der Systeme zu informieren und passende Ansichtsseiten von den Lesern der Zeitschrift geliefert zu bekommen, die er ohnehin selbst liest.

Trotz der gefundenen Begründung ist die Seitenzahl jedoch nach wie vor ein Problem. In einem klassischen Computermagazin werden 16 ganze Seiten – auch wenn der Umfang layoutabhängig ist – selten für einen normalen Artikel über ein Thema bereitgehalten, wenn dieser nicht die besondere Aufmerksamkeit der Leser genießt. Ein Beispiel für gerechtfertigte Textstrecken diesen Umfangs ist das Onlinerollenspiel World of Warcraft, welches von zig Millionen Menschen auf der Welt gespielt und einhellig⁵ als das beste derzeit verfügbare Spiel dieser Machart angepriesen wird. Eine vergleichbare Fangemeinde wird Typo3 vermutlich nicht erreichen, zumindest nicht innerhalb des Leserkreises einer größeren Computerzeitschrift, weshalb das Thema einen Großteil der Leserschaft ausschließt. Das ist deshalb ein Problem, weil die Leser, die das Thema nicht interessant finden, 16 Seiten des Magazins nicht lesen werden. Darunter kann ein Magazin leiden, falls es solche Themen nicht nur ausnahmsweise groß herausbringt. Kurzum: Im Zuge eines Specials über Web 2.0 wäre diese Nutzwertstrecke sicherlich brauchbar. Ansonsten fände sie wohl nur in very-special-interest Magazinen Platz. Und die wiederum sind rar gesäht. Wer das Typo3-Magazin T3N allerdings liest, wird die in dieser Nutzwertstrecke vorgestellten Inhalte wahrscheinlich bereits kennen, was die Strecke für eine solche Publikation im Prinzip unbrauchbar (weil unnütz) macht.

Jenseits dieses Kontinuums möglicher Komplikationen bei einer tatsächlichen Veröffentlichung sind die Ziele der Nutzwertstrecke jedoch aus meiner Sicht erreicht worden.

5 Wenn auch für mich nicht nachvollziehbar.

Literaturverzeichnis.

Eickelkamp, Andreas (2004): *Nutzwertjournalismus – eine Definition*. In: Fasel, C.: *Nutzwertjournalismus*, Konstanz, S. 14-20.

Haller, Michael / Eickelkamp, Andreas (2007): *Perspektiven journalistischer Präsentationsformen*. In: Friedrichsen, Mike (2007): *Perspektiven für die Publikumszeitschrift*, Berlin, S. 255-266.

Wolff, Volker (2006): *ABC des Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus*, Konstanz.

Anhang I: Das Konzept.

Konzept: Online Redaktionssysteme

Zielgruppe: Interessierte Personen, die überlegen, eine eigene Webseiten mit einem Redaktionssystem aufzuwerten, nach dem richtigen Redaktionssystem suchen und das Potential eines Redaktionssystems noch nicht einschätzen können.

- Webinteressierte Anwender und Administratoren
- “Creative Class”
- 20-40 Jahre

Ziel: Darstellungen der zentralen Funktionsweise eines Redaktionssystems und Vorstellung von Typo3.

Metaziel: Der Leser erhält eine Einschätzung über den Aufwand, Webseiten mit Redaktionssystemen umzusetzen und ist gleichzeitig nicht abgeschreckt, es einmal auszuprobieren.

Nutzen: Der Leser weiß, wenn er sich für ein Redaktionssystem entscheidet, welche Möglichkeiten Typo3 bietet und hat eine Vorstellung davon was er alles bedenken muss. Der Leser weiß, wo er sich weiter informieren kann und wie er unkompliziert einen Anbieter für sein Typo3-Projekt findet.

Kriterien: Das Redaktionssystem soll kostenfrei (open source) sein. Der Leser kennt sich bereits mit Webseiten aus.

Zeitschriften: Eine Veröffentlichung wäre in special-interest Zeitschriften möglich. Als Special in einem web- und anwenderbasierten Magazins, wie IX.

Formate:

Bericht: Was ist ein Redaktionssystem? Warum werden Redaktionssysteme eingesetzt? Wofür werden Redaktionssysteme eingesetzt? Wann macht ein Redaktionssystem Sinn?

Entscheidungsbaum: Wann lohnt sich ein Redaktionssystem? Welche Redaktionssysteme sind geeignet?

Einfacher Vergleich: Gegenüberstellung von kostenlosen Redaktionssystemen

Einfacher Vergleich: Verschiedene Anbieter, die Typo3 hosten.

Ablaufschema: Wie plant man eine Webseite mit einem Redaktionssystem? Wieviel Zeit muss man einkalkulieren, bis eine Webseite mit einem Redaktionssystem umgesetzt ist?

Bericht: Entwicklung eines Templates. Module für das Redaktionssystem.

Kurzanleitung: 5 Schritte zur ersten Webseite. Darstellung der Komplexität und der Möglichkeiten.

Layout:

- Farben:** Bei dem Thema handelt es sich um eine Technologie und das Ziel des Artikels ist es, den Anwender die Angst vor dem Ausprobieren zu nehmen. Daher werden Blau, als technologieaffine und den Fortschritt symbolisierende Farbe, und Braun, als zurückhaltende und behagliche Farbe, gewählt.
- Nuancen in Infokästen werden mit hellen Pastelltönen der Farben unterlegt.
- Problem: Mit Blau und Braun werden die beiden Farben vereint, die am beliebtesten und am unbeliebtesten sind.
- Schriftelemente:** Als Elemente sollen kräftige Überschriften mit einem einführenden Untertitel verwendet werden.
- Zwischentitel innerhalb der Texte strukturieren das Material. Dabei können Untertitel blau oder braun sein, je nachdem ob der Abschnitt et was technisches (blau) oder erklärendes (braun = beruhigend) erklärt.
- Bildunterschriften fassen eine zentrale Aussage zusammen.
- Bildelemente:** Bildelemente sollen das abstrakte Thema auflockern und zentrale Aussagen zu Redaktionssystemen widerspiegeln. Beispiel: Das Titelbild zum Artikel ist ein Laufsteg mit mehreren Modellen, was symbolisieren soll, dass mit Redaktionssystemen das Aussehen vom Inhalt getrennt wird. Problem: Dieses Motiv ist tendenziell tendenziös.
- Karikaturen könnten den Text auflockern.
- Seitenaufbau:** Das Ziel sind klare Linien. Die farbigen Überschriften dienen zur Strukturierung der Artikel und laufen über die ganze Seitenbreite.
- Um den Leser nicht mit Textwüsten zu erschlagen, gibt es eine Marginalzeile, ca. ein Viertel bis ein Fünftel des Blattes bleiben oben weiß und werden nur von Fotos durchbrochen.
- Auf jeder Seite steht in der Marginalzeile das Thema des Artikels.

Anhang II: Die Nutzwertstrecke.

Vorbemerkung: Die Nutzwertstrecke soll bei einer möglichen Veröffentlichung auf einer geraden Seite, das bedeutet einer vollständigen Doppelseite, beginnen.