


Das Pressehaus Heidenheim.

**Zeitung
in der Schule. 1**

**DIE TAGESZEITUNG
IN DER SEKUNDARSTUFE I
LEHRERBAND**

Warum „Zeitung in der Schule“?

- „Zeitung in der Schule“ will Schülern im Landkreis Heidenheim die Heidenheimer Tageszeitungen erlebbar machen. Dem politisch mündigen Bürger als Verbraucher, als kulturell und gesellschaftlich Interessiertem bietet allein die Tageszeitung ein breit gefächertes Informations- und Meinungsangebot aus seinem unmittelbaren Lebensbereich und darüber hinaus.
- ist für das PRESSEHAUS HEIDENHEIM und seine Zeitungen **HEIDENHEIMER ZEITUNG, Heidenheimer Neue Presse, Brenztal-Bote** und **Neue Woche** entwickelt worden. Es will konkret, anschaulich und lebensnah das Medium Tageszeitung vorstellen und zur Auseinandersetzung mit ihm anregen und auffordern.
- soll den Schülern ermöglichen, sich intensiv mit einem der wichtigsten Medien unserer Zeit auseinanderzusetzen, es kennen zu lernen und es haut nah zu erleben.
- eröffnet den Schülern den Zugang zu einem der größten Informationspotenziale unserer Gesellschaft. Die Tageszeitung spiegelt alle wichtigen Bereiche des öffentlichen Lebens wider. Wer informiert sein will, wer teilhaben will, wer die Interessen anderer erkennen und eigene Interessen durchsetzen will, der ist – trotz Rundfunk, Fernsehen und Internet – in erster Linie auf die Zeitung angewiesen.
- ist als Vier-Wochen-Projekt konzipiert.
- ist an bestimmte Abschnitte im Schuljahr gebunden; die vier Projektwochen sollten nicht durch Ferien unterbrochen sein.
- soll den Prozess des lebenslangen Lernens anbahnen, verstärken und vertiefen.
- ist Einstiegshilfe für wichtige Themenbereiche in den Fächern Gemeinschaftskunde, Geschichte, Erkunde, Deutsch, Ethik und Religion.
- ist um eine enge, kompetente Kooperation zwischen Schule und Zeitungsverlag bemüht.
- bezieht außerschulische Lehr- und Lernveranstaltungen mit ein.
- bekennt sich zum Aktions- und Projektunterricht, der die Schüler Schwerpunkte bei der Arbeit sehen lässt.
- verzichtet auf die Darstellung des kommunikationstheoretischen Hintergrundes und stellt das praktische Tun und die konkrete Auseinandersetzung in den Mittelpunkt.
- will Grundwissen vermitteln, nicht Lehrbuch des Journalismus' sein.

Inhaltsverzeichnis

KAPITEL 1	Aufbau des Projekts	5
KAPITEL 2	Didaktisch-methodische Anmerkungen „Zeitung in der Schule“	6
KAPITEL 3	Vorstellung der Zeitung und des Projekts <ul style="list-style-type: none">– Aufbau einer Zeitung– Sparten– Umfang– Reihenfolge	7
KAPITEL 4	Ermittlung des Leseverhaltens der Schüler <ul style="list-style-type: none">– Beginn der Gruppenarbeit	8
KAPITEL 5	Aufbau einer Zeitungsseite (Titelseite) <ul style="list-style-type: none">– Titelseite (Zeitungskopf, Aufmacher, Spalten, Meldungen, Zweispalter)– Layout-Versuch: selbst eine Seite gestalten	9
KAPITEL 6	Aufbau eines Artikels <ul style="list-style-type: none">– Beispiel Zweispalter (Dachzeile, Schlagzeile, Unterzeile, Korrespondenzenzeile, Vorspann)– selbst Überschriften formulieren	11
KAPITEL 7	Woher erfährt die Zeitung, worüber sie schreibt? <ul style="list-style-type: none">– Redakteur, Reporter, Agenturen, freie Mitarbeiter– Das Informationsnetz einer Zeitung Wer macht unsere Zeitung? <ul style="list-style-type: none">– Impressum– Verleger	12 12
KAPITEL 8	Erste Erarbeitung der Textsorten <ul style="list-style-type: none">– Nachricht– Meldung– Kommentar– Bericht– Glosse– Reportage	14
KAPITEL 9	Besuch im Pressehaus Heidenheim <ul style="list-style-type: none">– Verlag– Redaktion– Vertrieb– DVD „Pressehaus Heidenheim“	15
KAPITEL 10	Textsorte Nachricht <ul style="list-style-type: none">– Meldung– Zweispalter– Die 6 journalistischen W-Fragen– Das Wichtigste zuerst– Nachrichten in „Schülersprache“ übersetzen	17
KAPITEL 11	Textsorte Kommentar <ul style="list-style-type: none">– Mut zur Meinung– Trennung von Nachricht und Kommentar– Die eigene Meinung sagen/schreiben	18

KAPITEL 12	Textsorte Reportage – Stimmungen einfangen, die subjektive Sicht des Schreibers	19
KAPITEL 13	Besuch eines Redakteurs in der Klasse – Wie wird man Journalist? – Alles, was wir wissen wollen – Ein Journalist im Kreuzverhör	20
KAPITEL 14	Wer sind denn „unsere“ Zeitungsmacher? – Blick ins Blatt – Impressum/Bilder	21
KAPITEL 15	Jede Menge Druck – Die technische Herstellung einer Tageszeitung	22
KAPITEL 16	Viele Menschen und viel Technik für unsere Tageszeitung – Nachbesprechung des Besuchs im Druckzentrum Ulm – Berufe rund um die Zeitung	24
KAPITEL 17	Müssen Anzeigen sein? – Anzeigen als Information, als Einnahmequelle – Gefahr der Manipulation – Anzeigenpreise/Anzeigennutzen – Schüler berichten über ihre Erfahrungen mit Kleinanzeigen	25
KAPITEL 18	Unser Zeitungspapier ist ein wichtiger Rohstoff – 8,4 Millionen Tonnen Altpapier	27
KAPITEL 19	Das Pressehaus als Wirtschaftsunternehmen – Technik, Kosten und Erlöse	29
KAPITEL 20	Unsere ganz spezielle Zeitungsseite – Zusammenstellung der Ergebnisse der Gruppenarbeit zum jeweiligen Schwerpunktthema (Bericht, Kommentar, Reportage, Anzeige, Statistik, Interview, Bilder, Zeichnung)	31
KAPITEL 21	Vorstellung und Diskussion der Arbeitsergebnisse der Gruppen in der Klasse – als Dokumentation im Schulhaus auch anderen Klassen zugänglich	32
KAPITEL 22	Präsentation der Schülerarbeiten bei einem Eltern-Schüler-Abend – Unsere Zeitung – DVD „Pressehaus Heidenheim“ – Lichtbilder und Referate zum Projekt – Gespräch/Diskussion	33
KAPITEL 23	Die Ansprechpartner zum Thema „Zeitung in der Schule“	34
	Literaturverzeichnis, Impressum	35
	Stoffverteilungspläne	36-39
	Anlagen I – V	

Aufbau des Projekts

Für einen Zeitraum von drei bis vier Wochen erhält jeder Schüler der Klasse, die sich am Projekt „Zeitung in der Schule“ beteiligt, täglich eine Zeitung. Er kann frei wählen, ob er die HEIDENHEIMER ZEITUNG oder die HEIDENHEIMER NEUE PRESSE lesen will. Außerdem erhält er die Schülersausgabe des Projektes „Zeitung in der Schule“ als Informations- und Arbeitsgrundlage für den Unterricht.

Jeweils zum Schuljahresbeginn bietet das Heidenheimer Pressehaus für Lehrer, die am Projekt „Zeitung in der Schule“ mit einer Klasse teilnehmen wollen, in Zusammenarbeit mit dem staatlichen Schulamt Schwäbisch Gmünd im Rahmen der regionalen Lehrerfortbildung ein Einführungsseminar an. Dabei werden das Projekt und das Unterrichtsmaterial vorgestellt sowie praktische Tipps und Hinweise für die Arbeit im Unterricht gegeben.

Das Projekt „Zeitung in der Schule“ wurde zwar als Lehrgang konzipiert, trotzdem ist die Reihenfolge der Themen nicht zwingend. Die Untersuchung und Beschäftigung mit den verschiedenen Textsorten muss also nicht zwangsläufig vor der Behandlung der technischen Herstellung einer Tageszeitung erfolgen. Auch die Information über die Zeitungsmacher und die Bedeutung der Anzeige muss nicht an der im Stoffverteilungsplan vorgesehenen Stelle erfolgen.

Bei der im Schüler- und Lehrerband gewählten Form geht die Projektkonzeption davon aus, dass man sich quasi von außen – so wie sich der neugierige Leser der Zeitung nähert und sie unter die Lupe nimmt – an das Thema „Tageszeitung“ herantastet. Das ist gleichsam die klassische Methode.

- Zunächst wird der äußere Aufbau der Zeitung und ihre Gliederung untersucht.
- In einem zweiten Arbeitsschritt werden wichtige Textsorten (Nachricht/Bericht/Kommentar/Reportage) intensiv auf ihre formalinhaltlichen Aspekte hin abgeklöpft.

– Unter der Fragestellung „Woher erfährt die Zeitung, worüber sie schreibt?“ treten schließlich die Personen in den Mittelpunkt, die täglich mit der Herstellung der Tageszeitung zu tun haben.

– Abschließend geht es um die Anzeigen und die technische Herstellung der Tageszeitung.

– Ein Stichwortverzeichnis soll den Schülern helfen, sich schnell über Fachbegriffe im Journalismus und in der Drucktechnik zu informieren.

Ein hoher Stellenwert wird im Projekt der Realbegegnung und dem fächerübergreifenden Lernen eingeräumt.

– So bekommt jeder Schüler täglich sein persönliches Zeitungsexemplar in die Schule zugestellt, das er lesen soll, um damit in den verschiedenen Fächern arbeiten zu können.

– Die Schüler lernen im Rahmen des Projektes das Heidenheimer Pressehaus mit allen seinen Abteilungen kennen. Sie können in einem modernen Medienunternehmen hinter die Kulissen schauen und mit Experten direkt ins Gespräch kommen.

– Journalisten des Pressehauses werden den Schülern im Klassenzimmer als Gesprächspartner Rede und Antwort stehen.

– Für zusätzliche Veranschaulichung im Unterricht sorgt die DVD über die Herstellung der HEIDENHEIMER ZEITUNG beziehungsweise über das Heidenheimer Pressehaus mit seinen Produkten und Abteilungen.

Das Projekt „Zeitung in der Schule“ will Schüler zur distanziert-kritischen Analyse und zur emotionalen Auseinandersetzung mit den wichtigsten Medien unseres Landkreises anregen: HEIDENHEIMER ZEITUNG und HEIDENHEIMER NEUE PRESSE. Zeitung zum Anfassen, das ist Unterricht, der aus der Schule heraus und mitten ins Leben hineinführt. Ein spannendes Unternehmen, „das täglich viele gute Seiten hat“, wie es in der Werbung des Heidenheimer Pressehauses heißt.

FÜR NOTIZEN

Didaktisch-methodische Anmerkungen

Dem Medium Tageszeitung in einem demokratischen Staat ist unverändert ein hoher Stellenwert einzuräumen, auch wenn sich die Nutzungszeit seit Jahren verkürzt, die des Fernsehens und des Internets erhöht hat.

Denn trotz Fernsehen und trotz regionaler Rundfunkprogramme privater und öffentlich-rechtlicher Anbieter ist die Tageszeitung unvermindert das einzige Massenmedium, das

- kontinuierlich
- allgemein zugänglich
- kompetent
- umfassend und
- um Objektivität bemüht

über den unmittelbaren Lebensbereich im Heimatraum der Schüler berichtet.

Die Tageszeitung ermöglicht – ganz im Gegensatz zu Rundfunk, Fernsehen und Internet – auch die Mitsprache und Mitgestaltung in Form von Leserbriefen, Stellungnahmen und Berichten.

Da die Tageszeitung eine entscheidende Rolle im öffentlichen Geschehen und im politischen Kräftemessen spielen wird, ist es für die Erziehung des Schülers zum mündigen und kritischen Bürger eigentlich unerlässlich, sich intensiv mit der lokalen Tageszeitung und deren Methode zu beschäftigen, Nachrichten/Informationen zu gewinnen, auszuwählen, aufzubereiten und zu vermitteln.

Für eine funktionierende Demokratie ist und bleibt eine freie Presse unentbehrlich; denn sie übermittelt nicht nur Informationen über wichtige politische, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Themen und Entwicklungen, sie wirkt auch auf die Willensbildung der Menschen ein. Dies trifft in besonderem Maße für die lokale Tageszeitung zu; denn kein Medium berichtet umfassender und detaillierter über unseren unmittelbaren Lebensbereich.

Bürger, die sich sachkompetent und informiert an Entscheidungsprozessen beteiligen wollen, müssen wissen, wie Informationen von den Medien gewonnen, ausgewählt, aufbereitet und vermittelt werden. Die lokale Tageszeitung ist hier das Medium mit der größten Nähe zum unmittelbaren Lebensbereich der

Schüler. Von vielen ihrer Veröffentlichungen – seien es Nachrichten, Anzeigen oder amtliche Bekanntmachungen – ist er unmittelbar betroffen.

Die Lehrpläne der Sekundarstufe I verzichten zwar auf die umfassende Behandlung des Themas Zeitung in einer abgeschlossenen Lehrplaneinheit, sie räumen jedoch in bestimmten Klassenstufen die Möglichkeit ein, dieses Thema in den Fächern Gemeinschaftskunde und Deutsch ausführlich zu behandeln und zu vertiefen.

Projektorientierung und fächerverbindender Unterricht sind zwei maßgebliche Forderungen der revidierten Lehrpläne. Eines dieser fächerverbindenden Projekte könnte die lokale Tageszeitung sein. Weil Informationsvermittlung über alle wesentlichen Lebensbereiche Aufgabe der Zeitung ist, lassen sich auch alle Fächer in dieses Projekt einbeziehen.

„Zeitung in der Schule“ will nicht vorrangig die theoretische Auseinandersetzung mit dem Thema Zeitung und journalistische Textsorten, „Zeitung in der Schule“ will die unmittelbare Begegnung mit dem vielschichtigen Thema „Tageszeitung“. Immer wieder werden die Schüler „Tageszeitung“ vor Ort erleben können; sie besuchen Verlag und Redaktion, diskutieren mit Journalisten und erleben die technische Seite der Herstellung einer Tageszeitung. An jedem Schultag haben sie ein Exemplar der Tageszeitung in der Hand, lesen, vergleichen, diskutieren, untersuchen, kritisieren, und sie lernen auch ihr Wissen an andere weiterzugeben, indem sie über das Projekt „Zeitung in der Schule“ informieren. In dieser Verbindung von Theorie und Praxis, Schule und Arbeitswelt, Redakteur und Leser sehen wir die Motivation des Projekts für Schüler der 8., 9. und 10. Klasse in Hauptschule, Realschule und Gymnasium.

Den kompetenten Zugang zur Zeitung und zu den von ihr angebotenen Informationen wird der Schüler in erster Linie über Elternhaus und Schule finden. Insbesondere die Schule ist unseres Erachtens hier gefordert, verlangt sie doch vom Schüler in der 9. und 10. Klasse zunehmend kompetentes Wissen über

aktuelle Ereignisse in fast allen Fächern. Erinnert sei hier nur an Landes- und Bundespolitik und die Erörterung allgemeiner Themen in den Fächern Gemeinschaftskunde und Deutsch, die stellvertretend für viele andere Fächer stehen. Die Schule kann dieses Wissen aber nicht nur einfordern, sie muss die Schüler auch und zuerst dazu befähigen, sich dieses Wissen zu erwerben und kritisch zu prüfen. Eine maßgebliche Informationsquelle – neben Fernsehen, Rundfunk, Internet und Buch – ist die Tageszeitung.

Das vorgelegte Material zum Projekt „Zeitung in der Schule“ will Schülern die notwendige Information liefern, damit sie kompetent mit diesem Medium umgehen können. Es will Basiswissen vermitteln und für die nötige Transparenz sorgen. Und es will zur kritischen Auseinandersetzung anregen.

Der „Schülerband“ des Projekts stellt wichtige Aspekte des Themenbereichs Tageszeitung in derselben Reihenfolge vor, an der sich auch dieser „Lehrerband“ orientiert. Wir verstehen das vorgelegte Material jedoch als Bausteine, die von Lehrern und Schülern in immer neuen Kombinationen verwendet werden können.

 FÜR NOTIZEN

Vorstellung der Zeitung und des Projekts

- Aufbau einer Zeitung
- Sparten
- Umfang
- Reihenfolge

Lernziele:

- den Aufbau einer Tageszeitung erkennen und beschreiben können
- verschiedene Zeitungen nach bestimmten Kriterien sichten und analysieren können (Leserkreis, Aufmachung, Verbreitungsform u. a.)
- eine vergleichende Untersuchung der jeweils ersten Seite von mehreren Zeitungen des gleichen Erscheinungstags durchführen können (Themenauswahl, Anordnung der Themen, Umfang der Berichterstattung zu einzelnen Themen)
- sprachliche und nichtsprachliche Textgrundlagen beschreiben können (Wortwahl bei Überschrift, Layout, Schriftbild, Schrifttypen, Farbe, Bilder)
- von der Platzierung eines Textes her Aussagen über dessen Wichtigkeit und Stellenwert machen können
- Texte auf Information und Meinung hin untersuchen und zuordnen können

Beide Heidenheimer Tageszeitungen sind aufgebaut wie die meisten Zeitungen in Deutschland:

Sie erscheinen von Montag bis Samstag in der Regel mit zwei Produkten (Bücher), in denen Nachrichten überregionaler Bedeutung (Produkt 1 = Mantel) und Nachrichten von lokaler Bedeutung (Produkt 2 = Lokalteil) zusammengefasst sind.

Die beiden Heidenheimer Zeitungen sind Abonnementzeitungen. Nur etwa fünf Prozent der täglichen Auflage werden über den Handel verkauft.

Das Verbreitungsgebiet der HEIDENHEIMER ZEITUNG und der HEIDENHEIMER NEUEN PRESSE ist mit dem Landkreis Heidenheim nahezu identisch, reicht jedoch auch in die unmittelbar angrenzenden Landkreise hinein.

Die verkaufte Auflage im 3. Quartal 2009 erreichte bei der

HEIDENHEIMER ZEITUNG
18.690 Exemplare

HEIDENHEIMER NEUE PRESSE
7.160 Exemplare.

Beide Heidenheimer Tageszeitungen zeichnen eine hohe Leser-Blatt-Bindung aus: nur Tod, Wegzug oder ein hoher Grad persönlicher Verärgerung über bestimmte Bereiche der Berichterstattung führen zu Ab- oder Umbestellung. Beide Heidenheimer Tageszeitungen haben auf dem lokalen Nachrichtenmarkt Konkurrenz nur in diversen Anzeigenblättern.

Beide Heidenheimer Tageszeitungen sind ein Produkt des Heidenheimer Pressehauses (siehe Seite 10). Sie stehen nicht in direkter wirtschaftlicher Konkurrenz zueinander. Dies dürfte im ganzen Bundesgebiet einmalig sein. Die Anzeigenabteilung, Teile der Mantelredaktionen, die Lokalredaktion, der Vertrieb und Verlagsleitung arbeiten für beide Ausgaben. Dadurch sind bedeutende Einsparungen möglich.

Bis 1962 hatte die HEIDENHEIMER ZEITUNG in Heidenheim noch eine so genannte Vollredaktion, das heißt, Mantelteil und Lokalteil wurden ausschließlich von Redakteuren in Heidenheim hergestellt. Die Zeitung wurde damals auch in Heidenheim gedruckt. Seit fast 50 Jahren also bestehen die Heidenheimer Zeitungsredaktionen nur noch als Lokalredaktionen. Die Mantelteile werden von der „Südwestpresse“ in Ulm (für die HEIDENHEIMER ZEITUNG) und von den „Stuttgarter Nachrichten“ (für die HEIDENHEIMER NEUE PRESSE) geliefert.

In ihrem Aufbau folgen die beiden Heidenheimer Tageszeitungen dem „klassischen“ Gestaltungskonzept der meisten deutschen Zeitungen:

- internationale Politik und wichtige Themen der nationalen beziehungsweise der Landespolitik

- Politik Deutschland
- Hintergrundinformationen zu Schwerpunktthemen der nationalen und internationalen Politik
- Wirtschaft
- Blick in die Welt

Dieser Teil wird „Mantelteil“ genannt.

Im Lokalteil finden sich meist die Seiten:

- Lokales
- Giengen/Herbrechtingen
- Service
- lokale Kultur
- Kreis und Region
- Regionalsport
- lokale Anzeigen

Nicht täglich, sondern meist in Form so genannter „Füllseiten“ erscheinen die Rubriken Leserbriefe, Feuilleton, Süddeutsche Heimat, Aus aller Welt, Recht und Rat, Garten, Reisen und die zahlreichen themenbezogenen und meist auch mit entsprechenden Anzeigen versehenen Sonderveröffentlichungen. Deutliche Abweichungen vom vorgenannten Aufbau der Zeitung ergeben sich montags und samstags. Am Montag dominiert der Sport, der oft ein Drittel bis die Hälfte des Zeitungsumfangs ausmacht. Am Sonntag kommt als drittes Produkt die „Heidenheimer Sonntagszeitung“ hinzu.

Aus drucktechnischen Gründen, wegen der Breite der Papierrollen, nimmt der Seitenumfang einer Tageszeitung meist im Vier-Seiten-Schritt zu, also 16, 20, 24, 28 . . . Seiten. Der Gesamtumfang einer Zeitung wird maßgeblich durch die Anzeigenseiten bestimmt, da diese für die Wirtschaftlichkeit einer Zeitung von Bedeutung sind.

Tipps für die Arbeit

- Vergleich der Titelseite von HNP und HZ eventuell mit der einer Boulevardzeitung
- Titelseiten mit Klebstreifen an der Tafel befestigen
- Beim Gesamtvergleich der Zeitungseiten empfiehlt es sich, mit Wäscheleine und Klammern zu arbeiten.

Ermittlung des Leseverhaltens der Schüler

Beginn der Gruppenarbeit

Lernziele:

- eigene Leseinteressen formulieren und überprüfen, ob diese durch die Tageszeitung befriedigt werden
- die Themenvielfalt einzelner Zeitungsressorts feststellen, überprüfen und dokumentieren
- Behauptungen formulieren und begründen
- gemeinsam künftige Arbeitsschwerpunkte festlegen, diese Arbeiten sinnvoll verteilen und organisieren
- Möglichkeiten der Dokumentation suchen, prüfen und umsetzen

Beide Heidenheimer Tageszeitungen stehen Jugendlichen als leicht zugängliche Informationsquelle zur Verfügung. Zwischen 50 und 70 Prozent der Schüler kennen eine der Heidenheimer Tageszeitungen bereits vom Elternhaus her. Manche Schülerinnen und Schüler sind sicher zu den gelegentlichen Zeitungslesern zu zählen; nur einige wenige lesen bereits regelmäßig die Berichterstattung zu bestimmten Themenschwerpunkten. Um für alle die gleichen Zugangsvoraussetzungen und Informations- und Arbeitsgrundlagen zu schaffen, erhält jeder Schüler während des drei- bis vierwöchigen Projekts in der Schule ein eigenes Zeitungsexemplar.

Das Massenmedium Tageszeitung ist für die meisten Schüler dieser Altersstufe also alles andere als unbekannt. Ein besonders hoher Stellenwert kommt bei jugendlichen Zeitungslesern den Ressorts Sport, Blick in die Welt und Jugendforum zu. Hintergrundwissen und eine systematische Auseinandersetzung mit dem Thema Tageszeitung darf jedoch nicht vorausgesetzt werden. Zu berücksichtigen ist auch, dass Radio, Fernsehen und Internet den Jugendlichen wesentlich leichter zugängliche Informationen anbieten.

Zeitungslesen ist immer mit Mühe, Zeit und Aufwand verbunden. Informationen fliegen einem hier nicht zu, sie wollen erarbeitet werden. Die farbigen Bilder des Fernsehens erreichen unsere Wahrnehmungsorgane schneller und komple-

xer als die Wortnachrichten der Zeitung, und wir erkennen ihnen – weil wir glauben, Augen- und Ohrenzeuge zu sein – ein höheres Maß an Authentizität und Objektivität zu.

Die unerhörte Informationsflut des TV-Programmangebots zwingt uns andererseits auch ständig dazu, „Speicherkapazität“ in unserem Gedächtnis freizumachen. Werbung, Nachrichten, Spielfilme jagen sich in nur schwer trennbarem und selektierbarem Stakkato. Eindrücke werden oft schon nach kurzer Zeit überlagert oder ganz gelöscht, weil Neues Platz sucht.

Die Tageszeitung steht als Informationsquelle längerfristig zur Verfügung. Die hier festgehaltenen Informationen kann man auf einfache Weise sammeln und immer wieder verfügbar machen. Man kann sich intensiv mit ihrem Inhalt auseinandersetzen und sich mittels Leserbrief in die Diskussion einbringen.

Die Ermittlung des Leseverhaltens der Schüler liefert dem Lehrer wichtige Informationen für die weitere Arbeit am Projekt:

- Welche Zeitungen kennt der Schüler?
- Wie intensiv nutzt er sie?
- Was wird gelesen? Warum?
- Was wird nicht gelesen? Warum?
- Welchen Themenbereichen wird Bedeutung zugemessen, obwohl darüber nicht oder noch nicht gelesen wird?
- Welche Themen vermissen die Schüler in der Zeitung?

Bei der Analyse ihres Leseverhaltens lernen die Schüler auch zu argumentieren und zu begründen, Wünsche zu formulieren und Aussagen kritisch zu überprüfen.

Aus der Analyse heraus formulieren die Schüler in Kleingruppen die Arbeitsthemen für die nächsten drei Wochen, Themenbereiche, mit denen sie sich besonders intensiv beschäftigen wollen, und über die sie zum Schluss auch als Gruppe gemeinsam berichten (Seite 19). Diese Arbeiten müssen überwiegend als Hausarbeit geleistet werden.

Mögliche Themen könnten sein:

1. die Untersuchung der Schwerpunkte in der Berichterstattung eines Ressorts über den Zeitraum von drei Wochen hinweg
2. die Themenvielfalt der einzelnen Ressorts innerhalb eines abgegrenzten Zeitraums
3. die Untersuchung von Beiträgen aus verschiedenen Ressorts zu bestimmten Themenbereichen (z. B. Umwelt, Arbeitswelt in den Ressorts Politik, Wirtschaft, Lokales, Hintergrund und Anzeigen)
4. die Untersuchung sprachlicher Besonderheiten (Häufigkeit von Fremdwörtern, Satzbau in Überschriften)
5. die Zusammenstellung von wichtigen Themen, die in diesem Zeitraum nicht oder nur ungenügend in der Tageszeitung behandelt wurden

Hilfe beim Feststellen des Leseinteresses, die Tageszeitung betreffend, soll die Seite 5 „Keiner kann alles lesen“ im Arbeitsheft leisten.

FÜR NOTIZEN

Aufbau einer Zeitungsseite (Titelseite)

- Titelseite (Zeitungskopf, Aufmacher, Spalten, Meldung)
- Layout-Versuch: selbst eine Seite gestalten

Lernziele:

- Unterschiedliche Gestaltungsschwerpunkte von Boulevard- und Tageszeitung erkennen und beschreiben
- Nachrichtenauswahl untersuchen, dokumentieren, beschreiben und beurteilen
- folgende Begriffe sprachlich im richtigen Zusammenhang verwenden und erklären können: Zeitungskopf, Aufmacher, Vorspann, Meldung, Zweispalter, Dreispalter, Kommentar, Kasten, Schlagzeile
- geschichtliche Veränderungen in der Gestaltung einer Zeitungsseite erkennen und beschreiben können
- Nachrichten nach journalistischen Gesichtspunkten kürzen und bearbeiten können.
Die Kernaussagemuss erhalten (Wer? Was? Wann? Wo? Warum? Wie?)
- Lernen, aus vorgegebenem Material eine Titelseite selbst zu gestalten

Die Titelseite ist gleichsam das Gesicht der Tageszeitung, und wie das Gesicht eines Menschen bleibt sie oft über längere Zeit nahezu unverändert – auch wenn sie nicht jeden Tag gleich aussieht.

Die Arbeit an der Titelseite einer Heidenheimer Tageszeitung will die Schüler auch mit wichtigen Fachbegriffen vertraut machen und diese in ihren aktiven Wortschatz einführen.

Redaktionell wird die Titelseite der HZ bei der „Südwestpresse“ in Ulm, die der HNP bei den „Stuttgarter Nachrichten“ in Stuttgart-Möhringen gestaltet, wo die jeweilige Mantelredaktion ihren Sitz hat. Die HZ-Titelseite ist sechsspaltig umbrochen, die der HNP fünfspaltig. Daraus ergeben sich unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten.

Beide Titelseiten setzen inhaltlich den Schwerpunkt im Bereich Politik. Nur selten sind Ereignisse aus den Bereichen Sport, Kultur oder Wirtschaft auf der Titelseite zu finden.

Der überwiegende Teil der Texte sind Nachrichten (Meldungen und Berichte). Täglich finden wir auf der Titelseite aber auch einen kurzen Kommentar zu einem wichtigen Tagesthema. Nüchterne Berichterstattung – an Fakten orientiert – beherrscht die Titelseite.

Unterhalb des Zeitungskopfs, der in großen Lettern den Namen der Zeitung nennt, befindet sich bei den meisten Zeitungen die „Datumszeile“ mit Jahrgang, Nummer, Erscheinungstag und Postvertriebskennzeichen.

Das der Redaktion am bedeutsamsten erscheinende Thema beherrscht als „Seitenaufmacher“ die Titelseite. Die Titelseite wird von der Mantelredaktion „Politik“ gestaltet. Das Nachrichtenmaterial kommt zum größten Teil von Presseagenturen über Fernschreiber bei den Zentralredaktionen in Ulm oder Stuttgart an. Dort wird ausgewählt, gekürzt, überarbeitet, denn nur etwa zehn Prozent des gelieferten Materials gelangt in die Zeitung und damit zum Leser. Die wichtigsten Agenturen sind die Deutsche Presseagentur (dpa) mit ihrem Landesdienst Südwest (lsw) und die amerikanische Nachrichtenagentur Associated Press (AP), die wie die britische Agentur Reuters ein weltweites Nachrichtennetz unterhält.

Berichte und Meldungen kommen aber auch von den Korrespondenten der Mantelredaktion und von freien Mitarbeitern in Bonn und den Hauptstädten der Bundesländer.

Der Kommentar wird meist von einem Redaktionsmitglied, oft sogar vom Chefredakteur selbst oder dessen Stellvertreter verfasst.

FÜR NOTIZEN

Arbeitsaufgaben für den Unterricht in der Klasse:**1. Vergleich der Titelseite**

verschiedener Tageszeitungen (Boulevardzeitung, überregionale Zeitung, Lokalzeitung)

Wo sind Unterschiede feststellbar?
 – in der Gestaltung
 – in der Nachrichtenauswahl
 – bei Bildern und Anzeigen

Worin sind diese Unterschiede begründet?

2. Sprache der Überschrift untersuchen**3. Was verrät die Überschrift?**

Überschriften ausschneiden, auf Folie fotokopieren und die Schüler mutmaßen lassen, worüber der dazu gehörende Bericht informiert.

4. Die Titelseite der gleichen Tageszeitung über eine Woche hinweg

sammeln und vergleichen (Pinnwand, Wäscheleine)

Welche formalen Gestaltungsgrundsätze gelten?

Wo steht der Kommentar?
 Wo werden Bilder platziert?
 Was zeigen diese Bilder?
 Welche Nachrichten werden veröffentlicht?

5. Untersuchung der

Nachrichtenauswahl einer Tageszeitung über eine Woche hinweg. Aus welchen Bereichen stammen die Nachrichten der Titelseite? Was davon ist Agenturmaterial? Was wurde von eigenen Mitarbeitern geschrieben? Gibt es Themen, über die mehrere Tage berichtet wird?

6. Selbst Nachrichten bearbeiten

Der Betreuungsredakteur vom Pressehaus. Die Arbeit einer Nachrichtenredaktion lässt sich gut simulieren: Ein drei spaltiger Aufmacher

mit 90 Druckzeilen muss zu einer 20-Zeilen-Meldung gekürzt werden. Die Überschrift ist neu einspaltig zu formulieren. Das ist Alltagsarbeit für einen Nachrichtenredakteur, immer verbunden mit der Frage: Was kann gestrichen werden?

7. Vergleich einer historischen

Titelseite des HZ-Vorläufers „Grenzbote“ mit einer aktuellen Titelseite. Was hat sich in den vergangenen 160 Jahren alles verändert? (Die Fotokopie einer Titelseite von 1849 können Sie bei Ihrem Betreuungsredakteur anfordern.)

8. Schüler gestalten selbst eine Titelseite

Folgende Vorgaben werden gemacht: Den Schülern steht für die Gestaltung ihrer Titelseite das Nachrichtenmaterial einer ganzen Tageszeitung zur Verfügung. Sie schneiden die wichtig erscheinenden Artikel aus und kleben sie zu einer neuen Titelseite zusammen.

FÜR NOTIZEN

Aufbau eines Artikels

- Beispiel: Zweispalter (Hauptzeile, Unterzeile, Korrespondentenzeile, Vorspann)
- selbst Überschriften formulieren

Lernziele:

Die Schüler

- lernen wichtige Fachbegriffe kennen und können sie sachgerecht anwenden (Hauptzeile, Unterzeile, Autorenzeile, Korrespondentenzeile, Spitzmarke, Vorspann, Text, Spalte)
- erkennen, dass Berichte und Meldungen immer nach dem gleichen Schema aufgebaut sind
- lernen Überschriften nach vorgegebenen Kriterien selbst zu formulieren

Die sichere Beherrschung der wenigen journalistischen Fachbegriffe für Meldung und Bericht ist notwendig, um mit der Zeitung im Unterricht sprachlich angemessen arbeiten zu können. Schon nach kurzer Zeit sind die Schüler in der Lage, selbst die Aufbau- und Gestaltungsprinzipien von Nachrichten herauszufinden und an neuen Nachrichtentexten zu beschreiben.

Bei den Nachrichten unterscheiden wir:

● **die Meldung** (kurzer, einspaltig umbrochener Text, dessen Überschrift meist in 12-Punkt-Schrift gesetzt wird)

● **der Bericht** (umfangreicherer Text, der ein- bis sechsspaltig umbrochen sein kann; die Überschrift wird, je nach Größe und Bedeutung des Artikels, aus einer 16-, 24-, 28-, 32- oder 36-Punkt-Schrift gewählt; Unterzeile, Autorenzeile und Vorspann heben die Bedeutung eines Berichts hervor)

Das im Schülerband gewählte Beispiel eines Berichts kann Grundlage für die Arbeit im Unterricht sein. Die journalistischen Grundbegriffe sind im Schülerband kurz erklärt. An neuen Texten sollten die Schüler immer wieder die gewonnenen Erkenntnisse überprüfen und sicher beherrschen lernen.

Während der gesamten Projektphase werden diese Begriffe immer Grundlage und Grundvoraussetzung für erfolgreiche Kommunikation im Unterricht sein.

Die einzelnen Teile eines Berichts lassen sich am einfachsten so gliedern:

● **Überschrift** = Kürzest-Information (einschließlich Unterzeile) (beim Durchblättern der Zeitung verschafft sich der Leser einen Überblick über die für ihn bedeutsamen und wichtigen Informationen)

● **Vorspann** = Kurz-Information (alle wichtigen Informationen einer Nachricht müssen bereits in Überschrift und Vorspann enthalten sein)

● **Text** = Information (hier erfährt der Leser weitere wichtige Details der für ihn als bedeutsam eingestuften Nachricht)

Die Nachricht soll Auskunft über die sechs journalistischen W-Fragen geben (Schülerband). Teilweise werden die Antworten bereits in der Überschrift,

zum größten Teil im Vorspann oder erst im eigentlichen Nachrichtentext enthalten sein.

Arbeitsvorschläge:

1. Untersucht wird, welche Nachrichtenformen auf einer Zeitungsseite zu finden sind (Meldung, Einspalter, Zweispalter, Dreispalter, Vierspalter)
2. Die Schüler formulieren selbst Überschriften für Meldungen und Berichte. Bei zwei oder drei Artikeln werden die Überschriften zugeklebt oder weggeschnitten. Nach der Lektüre des Artikels versuchen die Schüler selbst Überschriften zu formulieren.

Dabei sind folgende Vorgaben zu erfüllen:

- die Überschrift darf maximal zwei Zeilen ausfüllen
- diese Zeilen müssen möglichst vollgeschrieben sein; es dürfen also links und rechts der Überschrift keine größeren weißen Flächen frei bleiben
- am Zeilenende dürfen keine Worttrennungen vorgenommen werden
- aus einer bestimmten Schriftgröße (24-, 28-, 32-, 36-Punkt-Schrift) geht nur eine bestimmte Anzahl Buchstaben in eine Zeile. Wortzwischenräume müssen ebenfalls berücksichtigt werden.

FÜR NOTIZEN

Woher erfährt die Zeitung, worüber sie schreibt?

- Redakteur, Reporter, Agenturen, freie Mitarbeiter
- Das Informationsnetz einer Zeitung

Wer macht unsere Zeitung?

- Impressum
- Verleger

Lernziele:

Die Schüler

- lernen das breitgefächerte Informationsnetz einer Tageszeitung kennen
- wissen, warum ein Journalist seine Informanten nicht in jedem Fall nennen kann, und wie er seine Kompetenz und Nähe zum Geschehen in solchen Fällen sprachlich ausdrückt („Aus gut unterrichteten Kreisen“, „Aus der Umgebung des Ministers“)

Hinter jeder Tageszeitung steht ein breitgefächertes Informationsnetz. Rund um die Uhr tickern die Fernschreiber den Redaktionen das Nachrichtenangebot der Presseagenturen ins Haus. Dieser Dienst muss bezahlt werden.

Andere Informationen bekommen die Zeitungen kostenlos („mit der Bitte um Veröffentlichung im redaktionellen Teil Ihrer Zeitung“) zugeschickt. Dazu gehören Mitteilungen von Firmen über neue Produkte, Berichte von Vereinen und Organisationen, Unternehmen stellen ihre Messeneuheiten vor, Behörden nehmen zu neuen Gesetzen und Verordnungen Stellung. Hauptaufgabe der Redakteure ist es, diese Informationen auf die Wichtigkeit für die Mehrheit der

Leser ihrer Zeitung hin zu sichten. Viele der zu Hunderten verschickten Informationen von Betrieben über neue Produkte schaffen diese erste Hürde nicht und landen im Papierkorb.

Was der Redakteur für wichtig genug hält für eine Veröffentlichung, muss er auf seinen Wahrheitsgehalt hin überprüfen, denn mit der Veröffentlichung übernimmt er auch die Verantwortung. Oft muss er Berichte umschreiben, weil sie nicht nach den journalistischen Nachrichtenkriterien formuliert sind. Er muss sie kürzen und eine Überschrift formulieren, und schließlich entscheidet er auch, auf welcher Seite und an welcher Stelle der Artikel in der Zeitung platziert wird.

Aus welchen Quellen sie stammt, lässt sich meist der Nachricht selbst entnehmen. Im Mantelteil (Politik, Wirtschaft, Baden-Württemberg) finden wir überwiegend Nachrichten, die den Zentralredaktionen von Nachrichtenagenturen geliefert wurden. Nach dem Ort des Ereignisses wird die Agentur (AP, dpa) genannt, die den Nachrichtentext verbreitet hat.

Ganz anders sieht es jedoch im Lokalteil der HEIDENHEIMER ZEITUNG und der HEIDENHEIMER NEUEN PRESSE aus. Hier wird der überwiegende Teil der veröffentlichten Meldungen und Berichte von den Redaktionsmitgliedern selbst

geschrieben. Die Redakteure haben diese Artikel selbst recherchiert, geschrieben und mit einer Überschrift versehen.

Texte, denen eine besondere Bedeutung zukommt, kennzeichnet der Redakteur oft mit seinem vollen Namen, weniger wichtige werden nur mit dem Namens Kürzel versehen. Mit Hilfe des Impressums, wo alle verantwortlichen Redakteure aufgeführt sind, lassen sich viele Namens Kürzel „entschlüsseln“.

Im Gegensatz zu früher, als die Bürgermeister der Kreisgemeinden häufig auch „Berichterstatler“, also **freie Mitarbeiter** der Tageszeitungen waren, werden heute Termine wie Gemeinderatssitzungen in allen Kreisgemeinden direkt von Redaktionsmitgliedern wahrgenommen. Natürlich können die 20 bis 25 Redakteure der beiden Heidenheimer Tageszeitungen, die im Pressehaus arbeiten, nicht bei allen Festen und Veranstaltungen anwesend sein. Diese Lücke im Informationsnetz schließen die freien Mitarbeiter. Gegen Zeilenhonorar berichten sie für ihren Verein, ihre Organisation über dessen/deren Aktivitäten. Sportler, Kleintierzüchter und Sänger – jeder Verein hat heute seinen „Pressewart“ oder „Schriftführer“. Unter den freien Mitarbeitern gibt es Männer und Frauen, die „druckreife Berichte“ abliefern; Berichte der weniger Geübten müssen zeitaufwendig nachrecherchiert und umgeschrieben werden.

Große Firmen und Verwaltungen (Voith, Landratsamt) haben eine eigene **Pressestelle** und einen **Pressesprecher**. Bei kleineren Firmen und Organisationen ist „Öffentlichkeitsarbeit“ meist Sache des Chefs oder eines leitenden Mitarbeiters.

Journalisten sind viel unterwegs: bei Presseempfangen, Festakten, Vereinsjubiläen. Sie stehen ständig im Gespräch mit wichtigen Persönlichkeiten und mit dem Leser. Journalisten haben ein Gespür für wichtige Nachrichten und „heiße Geschichten“, und sie kennen (fast) in jedem Verein und in jeder Gemeinde Menschen, die ihnen mit ihrem Hintergrundwissen weiterhelfen. Manchmal kann dabei der Name des Informanten nicht genannt werden, weil er dadurch Nachteile für sich zu erwarten hätte.

In solchen Fällen umschreibt der Journalist seinen Informanten mit Formulierungen wie:

- „... aus gewöhnlich gut unterrichteten Kreisen“
- „... von Rathaus-Insidern“
- „... aus der Umgebung des Bürgermeisters“

Journalistische Fairness gebietet es, zu einem strittigen Thema beide Seiten und bei Anschuldigungen auch den Betroffenen zu hören und zu Wort kommen zu lassen.

Natürlich kann die Redaktion auch auf das **Text- und Bild-Archiv** der Zeitung zurückgreifen. Hier sind auf Mikrofilm alle die Zeitungsseiten festgehalten, die in über 160 Jahren vom Pressehaus Heidenheim veröffentlicht worden sind.

Für die Redakteure von großer Bedeutung für ihre Tagesarbeit sind auch die **Zeitungsbinden** der letzten Wochen und Monate, die in den Redaktionen aufliegen.

Arbeitsvorschläge:

1. Den Redakteur beim Besuch in der Klasse oder im Pressehaus befragen, wie er einen bestimmten Artikel recherchiert hat. Von wem bekam er die erste Information? Mit wem hat er sonst noch gesprochen?
2. Wo würde der Schüler Informationen zu einem Artikel über
 - Drogenprobleme im Landkreis Heidenheim
 - Freizeitprogramme für Jugendliche
 - Ferienjobs für Schüler
 suchen?
3. Bei den Journalisten anfragen, welche „Knotenpunkte“ ihres Informationsnetzes sie für besonders wichtig halten, und was sie tun, um diese Kontakte zu pflegen und zu verbessern.

FÜR NOTIZEN

Erste Erarbeitung der Textsorten

- Nachricht, Meldung, Bericht
- Kommentar, Glosse
- Reportage

Lernziele:

Die Schüler

- lernen wichtige Textsorten der Tageszeitung zu benennen, zu erklären und angemessen in Wort und Schrift zu verwenden; vorgestellt werden die Textsorten Nachricht, Kommentar, Reportage, Interview
- kennen Tatsachenbezug und Meinungsbezug als wichtigstes Unterscheidungsmerkmal von Nachricht und Kommentar
- wissen, dass nach journalistischem Grundsatz Tatsachen und Meinungen zu trennen sind, und sie können aus der Praxis Beispiele dafür nennen bzw. in der Zeitung zeigen (Leitartikel, „Redaktionsgscheidele“)
- können Reportage und Feature als Beispiele für Mischformen von Tatsachenbericht und Kommentierung nennen und Texte auf Meinungsäußerungen hin überprüfen
- sind in der Lage, eine Kleinanzeige für die Zeitung zu formulieren

Bei dieser ersten Auseinandersetzung mit den Textsorten der Tageszeitung sollen nur die wichtigsten vorgestellt und klar herausgearbeitet werden. Dies ist besonders wichtig, um für alle Projektteilnehmer klare und eindeutige Begriffe als Basis für Gespräche über Zeitung und Zeitungstexte zu haben.

Texte

Als Texte bezeichnen wir alle Wortbeiträge einer Zeitung, die wir noch nicht eindeutig zuordnen können.

Nachrichten

Nachrichten sind tatsachenorientierte Textbeiträge, die Antwort auf die sechs journalistischen W-Fragen geben. Bei den Nachrichten unterscheiden wir die einspaltige Meldung und den ein- beziehungsweise mehrspaltigen Bericht. Nachrichten dürfen keine Meinungsäußerung des Verfassers enthalten.

Kommentar

Der Kommentar ist der Meinungsbeitrag eines Autors, der durch Schrift und volle Namensnennung oder grafische Hervorhebung von den anderen Texten abgehoben ist. Der Verfasser nimmt zu einem Ereignis aus seiner Sicht Stellung.

Reportage

Feature

Reportage und Feature sind Mischformen, die sich besonders im Journalismus seit der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg zunehmender Beliebtheit erfreuen. Sie sind in ihrem Kern an Fakten und Tatsachen orientiert; der Verfasser gibt aber auch ganz persönliche und subjektive Erlebnisse und Eindrücke wieder.

Interview

Ein Gespräch in der Form von Frage und Antwort zwischen einem Journalisten und seinem Gesprächspartner nennt man Interview. Auch in dieser Form mischen sich oft tatsachenorientierte

Nachricht und kommentierende Meinungsäußerung der Gesprächspartner. Nach einiger Übung fällt es den Schülern nicht schwer, die betreffenden Texte in der Zeitung richtig zu benennen und zu überprüfen.

Auf Feinheiten wie „Leitartikel“ und „Glosse“, „Spitze“ und ähnliches wurde hier bewusst verzichtet. Diese Unterscheidungen sind lediglich für den Spezialisten wichtig.

Tafelanschrieb

Texte in der Zeitung können sein:

Nachrichten

- Meldungen
- Berichte

Kommentare

- Kommentar
- Leitartikel, Glosse
- Kritik (Film, Theater, Konzert)

eine Mischung aus Nachricht und Kommentar

- Reportage
- Feature

Journalisten arbeiten nach dem Grundsatz: Trennung von *Nachricht* und *Kommentar*. In der Praxis lässt sich diese Trennung oft nur schwer einhalten. Warum?

FÜR NOTIZEN

Besuch im Pressehaus Heidenheim

FÜR NOTIZEN

- Verlag, Redaktion, Vertrieb
- DVD „Das Pressehaus Heidenheim“

Lernziele:

Die Schüler

- lernen das Heidenheimer Pressehaus kennen und gewinnen einen ersten Eindruck von der Struktur der beiden Zeitungsredaktionen
- können über Verlag, Redaktion, Anzeigenabteilung und Vertrieb des Medienunternehmens detailliert berichten
- erkunden die Redaktion im Pressehaus und befragen Journalisten zum Berufsalltag, zu Berufsausbildung und zur Arbeitstechnik
- erkennen einige der wirtschaftlichen Erfordernisse, mit denen sich moderne Medienunternehmen konfrontiert sehen
- erleben, wie das Pressehaus und seine Abteilungen täglich arbeiten

Vier Zeitungsprodukte werden im Heidenheimer Pressehaus hergestellt:

HEIDENHEIMER ZEITUNG
20.800 Exemplare

HEIDENHEIMER NEUE PRESSE
8.200 Exemplare

BRENTAL-BOTE
1.950 Exemplare

Neue Woche
71.400 Exemplare

Das Medienunternehmen Heidenheimer Pressehaus besteht aus drei Gesellschaften:

- Heidenheimer Zeitungsverlagsgesellschaft mbH
- Heidenheimer Zeitung GmbH & Co. KG
- Heidenheimer Neue Presse GmbH

Die Zeitungslandschaft, wie wir sie heute in Heidenheim vorfinden, hat sich über Jahrzehnte hinweg entwickelt. Über weite Abschnitte der bis ins 19. Jahrhundert zurückreichenden Zeitungsgeschichte in Heidenheim gab es zwei und mehr konkurrierende Tageszeitungen.

Den Verlegerfamilien Rees und Wilhelm gelang es in den vergangenen 60 Jahren, die kleineren Zeitungen zu übernehmen. Während in den 30er-Jahren die Konkurrenzblätter im „Grenzboten“ aufgingen, blieben HEIDENHEIMER ZEITUNG und HEIDENHEIMER NEUE PRESSE wirtschaftlich eigene Unternehmen, auf die die Verlegerfamilie Wilhelm heute den dominierenden Einfluss hat. An der Spitze der beiden Zeitungsverlage steht der Verleger Hans-Jörg Wilhelm. Das „Heidenheimer Modell“ hat nicht seinesgleichen in Süddeutschland: Unter einem einzigen verlegerischen Dach erscheinen zwei Tageszeitungen. Für den Leser bleibt so in einem relativ kleinen Landkreis die Pressevielfalt weitgehend erhalten. Er kann sich aus zwei redaktionell voneinander unabhängigen Zeitungen über das Geschehen im Land informieren.

Um die steigenden Herstellungskosten im Zeitungsgewerbe in den Griff zu bekommen, wurden für HZ und HNP wesentliche Bereiche zusammengefasst:

- Verlagsleitung
- Texterfassung/Korrektur
- Vertrieb
- EDV-System
- Anzeigenabteilung
- Service-Leistungen
- Buchhaltung
- Lokalredaktion

Ein Vergleich der Ausgaben von HZ und HNP vom selben Wochentag zeigt Gemeinsamkeiten und Unterschiede. An der Tafel oder an der Wand lassen sich die Zeitungsseiten festpinnen oder festkleben: Übereinstimmungen und Abweichungen werden augenfällig.

Zur Geschichte der Tageszeitung in Heidenheim: Das Heidenheimer Pressehaus an der Ecke Olgastraße/Marienstraße wurde 1864 als Verlags- und Druckereigebäude des „Grenzboten“ von Verleger Carl Friedrich Rees gebaut. Am 1. Dezember 1948 übergaben die Amerikaner als Besatzungsmacht hier die Lizenz für die HEIDENHEIMER ZEITUNG. Und 1990 und 1991 wurde – nachdem die Druckerei Rees ihren Neubau in den Seewiesen bezogen hatte – das alte Gebäude vom Keller bis zum Dach zum modernen Pressehaus umgebaut.

Beim Besuch im Pressehaus haben die Schüler Gelegenheit, den projektbegleitenden Redakteur und andere Journalisten zu befragen. Die Fragenschwerpunkte sollten vorher im Unterricht gesammelt, vorbesprochen und zusammengestellt werden.

DVD: Das **PRESSEHAUS HEIDENHEIM**
Die besten Seiten Heidenheims

Das Pressehaus Heidenheim
Olgastraße 15
D 89518 Heidenheim
Tel: 07321.347-113
www.hz-online.de;
www.hnp-online.de;
www.nw-online.de
pressehaus@hz-online.de

Das Heidenheimer Pressehaus informiert seine Besucher zum Thema: Wie unsere Zeitung gemacht wird.



Im *ersten Teil* des Films steht die Arbeit der Redaktionen von HEIDENHEIMER ZEITUNG und HEIDENHEIMER NEUE PRESSE im Mittelpunkt.

Der Inhalt in Stichworten:

- Redaktionskonferenz
- Seitenspiegel
- Foto/Reportage/Arbeit des Sekretariats
- Telefonaktionen
- Aufteilung der Arbeit der Ressorts im Lokalteil der beiden Zeitungen
- Texterfassung/Bilderfassung
- „Neue Woche“, 68000 Haushalte
- Geschäftsleitung
- Vertrieb, 33.220 Zeitungen, 250 Zusteller, 6 Lkw
- Zeitungsarchiv
- Foyer im Pressehaus (Anzeigen, Bücher, Vertrieb, Reisebüro, Pressecafé, kulturelle Veranstaltungen)
- Verlagsstruktur im Überblick

Der *zweite Teil* des Videofilms stellt die technische Herstellung der Heidenheimer Tageszeitungen im Druckhaus Ulm und den Vertrieb in den Mittelpunkt.

Der Inhalt in Stichworten:

- Herstellung der Druckvorlagen
- Rotationsmaschine, 420 Tonnen schwer, bis zu 35.000 Zeitungen in der Stunde
- Papierlager
- Andruck
- Einstecktrommel
- Versandraum
- Beladen der Lastwagen
- Auslieferung und Verteilung der Zeitungen durch 250 Austräger und Austrägerinnen

Im *dritten Teil* des Films schließlich geht es um den Aspekt „Zeitung und Umweltschutz“. Kurz zum Inhalt:

- Die Bemühungen des Verlags, in allen Bereichen mit umweltfreundlichen und umweltverträglichen Produkten zu arbeiten
- Zeitungspapier wird bis zu 100 Prozent aus gebrauchtem oder recyceltem Papier hergestellt.

Der Videofilm will Besucher aller Altersgruppen über den gesamten Dienstleistungsumfang des Unternehmens informieren. Im Unterricht lässt er sich sinnvoll zu Beginn der Projektphase einsetzen, um einen ersten Überblick zum Thema „Tageszeitung und Zeitungsverlag“ zu vermitteln. Er kann aber auch als Zusammenfassung beim abschließenden Elternabend und – in Ausschnitten – zu einzelnen Themenschwerpunkten gezeigt werden.

„Woher erfährt die Zeitung, worüber sie schreibt?“

- Recherche
- „Besuch im Pressehaus Heidenheim“
- „Zwei unter einem Dach“
- Verlags- und Redaktionsaufbau, Ressorts
- „Das sind unsere Zeitungsmacher“
- Redaktion und Redakteure
- „Jede Menge Druck“
- Druckhaus Ulm
- „Rund um die Uhr“
- Versand, Auslieferung

Die DVD kann für den Unterricht ausgeliehen werden.

Textsorte

NACHRICHT

- Meldung
- Bericht
- die 6 journalistischen W-Fragen
- das Wichtigste zuerst
- Nachrichten in „Schülersprache“ übersetzen

Lernziele:

Die Schüler

- lernen die Textsorten Meldung und Bericht nach Art und Aufbau kennen und von anderen unterscheiden
- wissen, dass Nachrichten durch Aktualität, Nähe und Bedeutung für den Leser ausgewählt werden
- lernen Texte nach Information und Meinung zu unterscheiden (tatsachenorientiert, meinungsorientiert)
- können die einzelnen Textteile von Nachrichten in Beziehung setzen (Dachzeile, Überschrift, Unterzeile, Vorspann ...)
- können den Grundsatz „Das Wichtigste zuerst“ erklären und an Texten aufzeigen,
- sind in der Lage, mit Hilfe der 6 journalistischen W-Fragen eigene Nachrichten (Meldungen, Berichte) zu formulieren
- können Nachrichten kürzen beziehungsweise ausweiten und die Auswirkungen der vorgenommenen Veränderungen begründen
- können Beispiele und Kriterien für harte und unterhaltende Nachrichten („feature news“) nennen

Die Nachricht ist die dominierende Textsorte der Tageszeitung. Sie begegnet uns in Form der einspaltigen Meldung und des mehrspaltigen Berichts.

Objektivität von Nachrichten

„Nachrichten transportieren objektive Informationen“ – solche und ähnliche Sätze finden wir in zahlreichen Büchern, die sich mit Journalismus beschäftigen. Aber kann Nachrichtenvermittlung überhaupt objektiv sein? Letztendlich wohl nicht. Richtschnur für den Journalisten muss aber das „Bemühen um größtmögliche Objektivität“ sein; denn schon die Auswahl der Nachrichten aus der täglichen Informationsflut, die veröffentlicht werden, ihre Platzierung im

Blatt, ihre Aufmachung und anderes mehr fällt oft nach der ganz subjektiven Ansicht und den Kriterien des verantwortlichen Redakteurs aus.

Wer die Wochenzeitschrift „Das Parlament“ und die dort wenigstens teilweise als Protokoll abgedruckten Bundestagsdebatten kennt, der weiß, wie viel Information aus einer zweistündigen Debatte bei einer 20-Zeilen-Meldung entfällt.

Auswahlkriterien für Nachrichten

Nach welchen Gesichtspunkten wählen die Redakteure jene Nachrichten aus, die in der Tageszeitung erscheinen? Neu, interessant, wichtig für möglichst viele Leser, so lassen sich die Auswahlkriterien kurz zusammenfassen, oder:

- was ist aktuell?
- was betrifft möglichst viele Bürger?
- sind bekannte Persönlichkeiten betroffen?
- die Nähe zum Ort des Geschehens
- was freut den Zeitungsleser?
- die Exklusivität der Information

Nur ein Bruchteil der den Zeitungen angebotenen Nachrichten gelangt auch zur Veröffentlichung. Die Entscheidung über Auswahl, Platzierung und Aufmachung wird vom verantwortlichen Redakteur oder in der Redaktionskonferenz getroffen.

Aufbau von Nachrichten

Nachrichten sind keine chronologischen Erzählungen. Sie sind auch nicht steigend auf einen Höhepunkt hin angelegt, wie das der Schüler vom Aufsatz her kennt. Für Nachrichten gilt:

Das Wichtigste zuerst!

Dieser so genannte „Lead“-Stil entwickelte sich im amerikanischen Bürgerkrieg (1866), als Telegrafverbindungen durch Kriegseinwirkung häufig zerstört waren und wichtige Informationen der Kriegsberichterstatte in den Redaktionen nicht ankamen. Heute ist der „Lead“-Stil bei fast allen Tageszeitungen üblich.

Die Sprache der Nachricht

Zur sachlichen Information gehört der sachliche Stil: ohne Ausschmückung, kurze Sätze, wenig Nebensätze, keine schmückenden Beiwörter oder Wortspiele. Besonders im Vergleich zur Reportage erscheint die Sprache der

Nachricht „trocken“. Aus Platzgründen muss sich der Verfasser kurz fassen, prägnant und präzise formulieren. Die in Politik und Verwaltung übliche „Abkürzungssprache“ hat auch hier Einzug gehalten und führt zu gehäufte Substantivierung.

Die 6 journalistischen W-Fragen

Beim Formulieren von Nachrichten orientiert sich der Journalist an den sechs journalistischen W-Fragen. Mit ihrer Hilfe und ein bisschen Sprachgeschick kann jeder Meldungen und Berichte formulieren: **Wer?, Was?, Wann?, Wo?, Warum?, Wie?**

Die Reihenfolge der Fragen und die Formulierung der Nachricht ist nicht vorgegeben. Meist beginnt der Journalist mit dem „W“, das ihm am bedeutsamsten erscheint. Hier können Schüler mit Sprache spielen:

- „50.000 € erbeuteten gestern zwei ...“
- „2 unbekannte Männer erbeuteten ...“
- „Gestern erbeuteten zwei Unbekannte ...“
- „Bei einem bewaffneten Raubüberfall ...“

Wir unterscheiden „harte“ Nachrichten, die sich allein auf die 6 W-Fragen konzentrieren, und unterhaltende Nachrichten (feature news). Hier beginnt die formulierte Nachricht meist mit einem Gag, um die Neugier des Lesers zu wecken. Hinweis auf die Trennung von Nachricht und Kommentar!

Tafelanschrieb:

1. Untersucht Nachrichten der einzelnen Ressorts einer Zeitung! Halten sich die Autoren an die W-Fragen?
2. Spielt Pressekonferenz (Polizei, Verwaltung, Schule, Unternehmen)! Erfindet in Gruppen Sachzusammenhänge, über die euch die „Journalisten“ in der Pressekonferenz befragen können. Diskutiert über die Meldungen und Berichte, die geschrieben wurden! Versucht auch Überschriften zu formulieren.
3. Diskutiert über die Fragen: „Können Nachrichten objektiv sein?“ „Müssen sich Journalisten um Objektivität bemühen?“

Textsorte

KOMMENTAR

- Mut zur Meinung
- Trennung von Nachricht und Kommentar
- die eigene Meinung sagen und schreiben

Lernziele:

Die Schüler

- lernen die Textsorte Kommentar nach Art und Intention zu unterscheiden
- können die Wirkungsabsicht eines Kommentars erkennen und erklären
- können die sachlich informierende von der Emotionen ansprechenden Sprache unterscheiden
- lernen, selbst Kommentare zu bestimmten Themen zu verfassen (Leserbrief, Erörterung)
- erleben, dass zu fundierter Kommentierung umfassende Sachkenntnis nötig ist
- können wichtige „meinungsbetonte Stilformen“ der Zeitung benennen und beschreiben

Die strikte Trennung von Information und Meinung, von Nachricht und Kommentar ist nach dem Zweiten Weltkrieg Richtschnur für die allermeisten Tageszeitungen in Deutschland geworden.

Kommentare werden meist mit dem vollen Namen des Verfassers und in besonderer Aufmerksamkeit oder Platzierung veröffentlicht.

Der Kommentar gehört zu den **meinungsbetonten Stilformen** der Presse. Wodurch zeichnet er sich aus, was hebt ihn von der Meldung, dem Bericht und der Reportage ab?

1. Er erläutert bestimmte Ereignisse.
2. Er enthält Meinungsäußerungen, meist die persönliche Stellungnahme des Verfassers.
3. Er bezieht sich meist auf Nachrichten, die an anderer Stelle in der Zeitung stehen.
4. Er soll/muss fundiert sein, d. h. er basiert auf umfassendem Sachwissen.
5. Er ist fair.

Auch wenn er darin seine Meinung sagt, hat der Journalist im Kommentar nicht uneingeschränktes Rederecht. Für Beleidigung und unwahre Behauptungen muss der Verfasser vor Gericht gerastehen.

„Der Kommentar will mit Verstand zum Verstehen führen.“

Deshalb ist aufseiten des Schreibers Sachwissen und Hintergrundwissen unabdingbare Voraussetzung. Im Kommentar wird argumentiert, es werden Beispiele angeführt und Beweise geliefert. Klare Sprache und Anschaulichkeit sollen überzeugen.

Der Kommentar stellt Tatsachen in einen Zusammenhang, er untersucht die Entstehung von Meinungen und diskutiert deren Bedeutung oder Bedeutungslosigkeit.

Den Schülern der 9. Klasse ist diese Art des Schreibens von der Erörterung her bereits ansatzweise bekannt, und sie wissen auch, wie schwer sich ein Autor tut, wenn er nicht über die notwendige Sachinformation verfügt.

Auch im Lokalteil unserer Heidenheimer Tageszeitungen finden wir den Kommentar: zu Entscheidungen des Gemeinderats, zu gesellschaftlichen Entwicklungen usw., aber auch jeden Samstag als HZ-„Redaktionsgscheidle“. Hier sucht der Verfasser jedoch in der Anonymität Schutz vor eventuellen Nachstellungen der Angegriffenen und/oder Angeklagten.

Arbeitsaufgaben:

1. Es gehört schon Mut dazu, seine Meinung öffentlich zu sagen und sich damit auch angreifbar zu machen. Schüler sind jedoch in der 8., 9. und 10. Klasse sehr wohl in der Lage, in Wort und Schrift ihre Meinung zu äußern und zu begründen. Gruppenarbeit zu ausgewählten Themen

Meinungsbetonte Stilformen der Tageszeitung:

1. Leitartikel: meist an „einleitender Stelle“ (Seite 1) in der Tageszeitung zu finden und gibt – von einem der Chefredakteure verfasst – häufig auch die Meinung der Zeitung wieder
2. Kommentar: sachbezogene Meinungsäußerung zu einem bedeutsamen Ereignis, in allen Ressorts einer Zeitung möglich
3. Glosse: ein besonders kurzer Meinungsartikel in der zugespitzten Form der Argumentation und nicht selten mit einer Schlusspointe
4. Kolumne: regelmäßige meinungsbetonte Veröffentlichung eines angesehenen, oft sehr bekannten Publizisten. Häufig pointiert, manchmal auch polemisch. Die Redaktion stellt den Raum zur Veröffentlichung zur Verfügung, distanziert sich jedoch sogar gelegentlich von der hier vertretenen Meinung: „Dieser Beitrag gibt nicht die Meinung der Redaktion wieder.“
5. Portrait: subjektive Darstellung einer Persönlichkeit durch einen Journalisten
6. Karikatur: Charakteristisches dokumentierende Zeichnung
7. Buch-, Theater-, Musik-, Film-, Fernsehkritik: subjektive kritische Auseinandersetzung eines Autors, z. B. mit einem Buch.

Textsorte

REPORTAGE

- Stimmungen einfangen
- subjektive Sicht des Schreibers

Lernziele:

Die Schüler

- lernen die Textsorte Reportage/ Feature nach Art und Aufbau kennen und können sie begründet von einer anderen Textsorte unterscheiden
- wissen, dass sich die Reportage durch den häufigen Wechsel auszeichnet (Wechsel der Perspektive, des Tempus, der Aktualität, der sprachlichen Mittel)
- erkennen, dass der persönliche Blickwinkel des Autors bewusst als subjektives Element in die Reportage einfließt
- versuchen selbst das „Drehbuch“ für eine Reportage zu entwerfen und sie zu schreiben

„Reportage“ und „Feature“ – zwei Begriffe für den gleichen Text, oder gibt es doch grundsätzliche Unterschiede zwischen diesen beiden Textformen? Darüber streiten seit Jahren die Experten, und sie sind – wie könnte es auch anders sein – natürlich nicht einer Meinung. Während für die einen das „Feature“ klar auf die „politische Reportage“ begrenzt, ist es für die anderen der Sammelbegriff für alle journalistischen Stilformen, die nicht allein Informationen enthalten. „Feature“ und „Reportage“ sollen hier als Synonym verstanden werden.

„To feature a story“ heißt im Jargon der amerikanischen Journalisten, einem Artikel einen zur Lektüre reizenden Akzent zu geben, etwa durch

- schmückende, kunstvolle Sprache
- menschlich ergreifende Einzelheiten
- „Naheinstellung“ der Schilderung auf Personen und Details.

Und „featureless“ bedeutet den amerikanischen Medien, die seit 40 Jahren auch für viele deutsche Zeitungen und Zeitschriften wegweisend geworden sind: langweilig, uninteressant und ohne charakteristische Züge.

Im Gegensatz zur Nachricht vermittelt die Reportage das subjektive Erlebnis

des Autors. Für den Aufbau und Stil einer Reportage gibt es deshalb auch keine so strengen Vorschriften wie bei „harten“ Nachrichten (Wer? Was?). Bei der Reportage zählen Blick, Geschick und sprachliches Können des Schreibers/ Reporters.

Die Reportage ist als aktueller Erlebnisbericht vollgepackt mit Informationen und persönlichen Eindrücken des Autors, der selbst Augenzeuge des Berichteten war oder doch zumindest mit Augenzeugen gesprochen hat. Oft sind umfangreiche Recherchen notwendig, bis eine Reportage „steht“, denn letztlich ist sie tatsachenorientiert, trotz der ganz persönlichen Erlebnissicht des Reporters.

Die Reportage lebt von der Abwechslung, sie will miterleben lassen und auch für den Leser Erlebnis werden.

Lebhaftigkeit erreicht der Autor durch:

1. Wechsel der Perspektive (Einzelheit, Allgemeines)
2. Wechsel von Naheinstellung und Totale
3. Wechsel im Tempus (Perfekt und Imperfekt, aber auch Präsens und Futur finden wir hier in einem einzigen Text)
4. Wechsel in der Aktualität (Tagesproblem und geschichtliche Entwicklung)
5. Wechsel in den formalen Mitteln (Erlebnisbericht, Stimmungsbild, Zitat, Dokumentation)

All das kann zur Reportage gehören.

Die Reportage kennt keine Grenzen: weder im thematischen Bereich – es gibt sie in allen Ressorts – noch in ihren sprachlichen Möglichkeiten und Zulässigkeiten. Sie darf temperamentvoll und lebensnah sein, und sie soll auch stark persönlich Erlebtes mit einbringen. Sie kann durch die Ich- oder Wir-Form das Band zwischen Erzähler und Leser noch enger knüpfen. Sie lässt sich liebevoll bis ins kleinste Detail planen oder in einem

Rutsch in den Computer eingeben. Sie wird mit Bildern versehen, mit vollem Namen gekennzeichnet und groß aufgemacht, schließlich schreibt man nicht jeden Tag eine Reportage – und schon gar nicht in der Kleinstadt. Deshalb finden wir sie in der Tageszeitung meist als „besonderes Thema“ für besondere Tage oder Ereignisse.

Tafelanschrieb:

1. Sucht euch ein Thema für eine Reportage. Entwerft zusammen mit anderen in einer Gruppe das „Drehbuch“, helft euch bei der Recherche – aber schreibt eure Reportage allein.
2. Sucht in eurer Tageszeitung Texte, die ihr für eine Reportage haltet. Lest und prüft sie, ob es sich wirklich um eine Reportage handelt oder nur um einen größeren Bericht.
3. Sind eindeutige Kriterien zur Abgrenzung von „Bericht“ und „Reportage“ notwendig? Sprecht darüber und begründet eure Meinung.
4. Mögliche Themen für eine Reportage: „Tatort Müllplatz – Umweltsünden auf der Spur“ (Zeitbomben in alten Deponien), „Warum Penner manchmal schlaflose Nächte haben“ (Überleben im Winter), „Ratlose Radler radeln mit Räten“ (Radwegekonzeption)

FÜR NOTIZEN

Besuch eines Redakteurs in der Klasse

- Alles, was wir wissen wollen
- Ein Journalist im Kreuzverhör
- Wie wird man Journalist?

Lernziele:

Die Schüler

- lernen und üben, gezielte Fragen zu unterschiedlichen Sachverhalten journalistischer Tätigkeit (Recherche, Berufsalltag, Ausbildung) zu stellen
- üben Techniken, um wichtige Gesprächsinhalte beziehungsweise den Verlauf eines Gesprächs zu dokumentieren (Protokoll, Interview, Bericht, Zusammenfassung, Tonbandaufzeichnung, Foto, Video)
- planen und strukturieren Gesprächsverläufe

Während des Projekts besucht ein Redakteur die Klasse und steht den Schülern als kompetenter Gesprächspartner zur Verfügung.

Für den Besuch des Redakteurs sollten zwei Unterrichtsstunden vorgesehen werden. Hier haben die Schüler die Möglichkeit, Antwort zu finden auf die noch offenen Fragen, die sich im bisherigen Projektverlauf ergeben haben. Es empfiehlt sich deshalb, die Fragen der Schüler auf Zetteln zu sammeln, um sie für diese Gesprächsrunde parat zu haben.

Mögliche Schwerpunkte des Gesprächs könnten sein:

- Wie wird man Journalist?
- Wie sieht der Arbeitstag, die Arbeitswoche eines Lokalredakteurs aus?
- Wie recherchiert ein Journalist eine Geschichte, und wie schreibt er seinen Bericht/seine Reportage?
- Kann ein Journalist schreiben, was und wie er will?
- Was ist wichtig? Auswahlkriterien für Nachrichten

Der Gesprächsverlauf soll durch die Fragen der Schüler bestimmt werden.

Gleichzeitig bietet der Besuch des Redakteurs in der Klasse Gelegenheit, verschiedene Dokumentationstechniken durch die Schüler erproben zu lassen. Hierfür kommen insbesondere in Betracht:

1. die digitale Aufzeichnung, die später schriftlich übertragen wird
2. ein ausführliches Verlaufsprotokoll, dessen Abschnitte von bestimmten Schülern festgehalten werden
3. ein Protokoll in Stichworten
4. zusammenfassende Berichte, bei denen sich bestimmte Schüler auf festgelegte Schwerpunkte konzentrieren
5. Fotodokumentation
6. DVD-Dokumentation

Das Gespräch mit dem Redakteur sollte von den Schülern geplant und geleitet werden. Möglich ist dies in Form einer Podiumsdiskussion, an der die „Experten“ der Klasse teilnehmen, oder als offenes Gespräch, an dem sich alle Schüler beteiligen können, und in das jeder sich spontan mit Fragen einbringen kann.

Der Besuch des Redakteurs sollte in der letzten oder vorletzten Projektwoche erfolgen. Durch die persönliche Begegnung mit einem Insider steigt bei den Schülern die Motivationskurve meist wieder an und bleibt bis zum Projektende auf hohem Niveau.

FÜR NOTIZEN

Wer sind denn „unsere“ Zeitungsmacher?

- Blick ins Blatt
- Impressum/Fotos

Lernziele:

Die Schüler

- lernen den Beruf des Journalisten als einen der wenigen freien Berufe kennen, die an fast keine Zugangsvoraussetzung gebunden sind, in der Praxis jedoch immer häufiger Abitur und/oder Studium als Basisqualifikation verlangen
- kennen einige Heidenheimer Zeitungsredakteure und deren Aufgabengebiet
- können Gemeinsamkeiten und Unterschiede der im Journalismus gebräuchlichen Berufsbezeichnungen (Journalist, Redakteur, Reporter, Korrespondent) beschreiben
- wissen, dass jedes Druckerzeugnis (Flugblatt, Zeitung) ein Impressum enthalten muss

Im bisherigen Verlauf des Projekts haben die Schüler bereits einige Redakteure kennen gelernt beziehungsweise Artikel von ihnen im Lokalteil der Zeitung gelesen.

Wer die verantwortlichen Redakteure sind, darüber informiert das Impressum, das jede Zeitungsausgabe enthalten muss. Als Mindestanforderung verlangt der Gesetzgeber (Landespressegesetz), dass der Drucker, der Verleger und jeweils ein Verantwortlicher für den redaktionellen und für den Anzeigenteil des Druckerzeugnisses im Impressum genannt werden. Beide Heidenheimer Tageszeitung nennen im Impressum alle ihre Redakteure. Nicht genannt werden die Volontäre, die den Beruf des Redakteurs erst erlernen.

Zwar haben sich die Verleger- und Journalistenverbände heute auf viele Inhalte der Berufsausbildung eines Journalisten/Redakteurs einigen können – trotzdem: Journalist und Redakteur sind auch heute keine geschützten Berufsbezeichnungen.

Journalist und Publizist

kann sich jeder nennen, der Beiträge und Artikel für Druckerzeugnisse verfasst

oder dies zu tun beabsichtigt. Es gibt keine geregelte Berufsausbildung, keine Zugangsvoraussetzung und keine Abschlussprüfung. (Grundgesetz Art. 5: „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild ...“)

Redakteur

ist, wer Berichte, die andere verfasst haben, für ein Druckerzeugnis bearbeitet, das heißt, sie redigiert (kürzt, Überschriften formuliert). Auch dieser Beruf kennt keine Zugangsvoraussetzung, außer einer Altersbeschränkung. Üblich ist heute jedoch meist das Abitur, an das sich ein zweijähriges Volontariat bei einer Zeitung anschließt. Auch hier gibt es keine Aufnahme- oder Abschlussprüfung.

Verantwortlicher Redakteur

Auch für diesen Beruf werden keine berufsqualifizierenden Voraussetzungen verlangt. Er ist presserechtlich für alle oder einen Teil der Wort- und Bildbeiträge einer Zeitung verantwortlich. Hier verlangt der Gesetzgeber bestimmte Voraussetzungen, die allerdings nur strafrechtlich von Bedeutung sind: Er muss das 21. Lebensjahr vollendet haben. Er muss unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden können. Er muss uneingeschränkt geschäftsfähig sein. Er muss seinen ständigen Aufenthalt in Deutschland haben. Er muss die bürgerlichen Ehrenrechte besitzen.

Die Schüler – und auch viele Erwachsene – sind zunächst überrascht, dass Journalist/Redakteur zu den wenigen freien Berufen gehört, für deren Ausübung der Gesetzgeber nur klare strafrechtliche Voraussetzungen formuliert hat.

Die Praxis sieht jedoch anders aus: Fast alle Volontäre, die in den letzten 15 Jahren bei den Zeitungen des Heidenheimer Pressehauses eine Ausbildung begannen, hatten Abitur, einige ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Bewerber mit Hauptschulabschluss oder mittlerer Reife haben heute so gut wie keine Chance.

Viele Volontäre haben bereits vor Beginn ihrer Ausbildung als freier Mitarbeiter für Zeitungen geschrieben: Sport- und Veranstaltungsberichte, Polizeimeldungen und Rezensionen. Alle sind sie Vielleser und von dem Medium Tageszeitung fasziniert.

Während ihrer zweijährigen Ausbildung lernen die Volontäre alle Ressorts der Zeitung kennen, arbeiten mehrere Wochen in der Zentralredaktion, bei Rundfunk und Fernsehen, besuchen Seminare. Vom ersten Tag ihrer Ausbildung an sind sie als Schreibende und Redigierende gefordert. Ein erfahrener Redakteur steht ihnen zur Seite, gibt Tipps, hilft weiter, kritisiert und ermuntert. Der Ausbildungsbeauftragte – nicht der Volontär – trägt für die Texte des Lernenden die Verantwortung.

Was zählt, ist das Können: die Souveränität, der Einfallsreichtum und die Hartnäckigkeit bei der Recherche, die Prägnanz und Anschaulichkeit der Sprache, die Belastbarkeit, auch in Extremsituationen, gute Umgangsformen, breit gefächertes Allgemeinwissen; denn: schreiben können in Deutschland über 50 Millionen Menschen – hauptberuflich tätige Journalisten gibt es schätzungsweise nur 70 000.

(Quelle: Deutscher Journalistenverband)

FÜR NOTIZEN

Jede Menge Druck

- Die technische Herstellung einer Tageszeitung

Lernziele:

Die Schüler

- beschäftigen sich mit der technischen Herstellung einer Tageszeitung
- können wichtige Stationen der Zeitungsherstellung im technischen Bereich erklären und beschreiben
- lernen am Beispiel der Satz-, Reproduktions-, Druck- und Versandtechnik den technologischen Wandel in einem wichtigen Wirtschaftsbereich in Ansätzen kennen
- können das Ineinandergreifen von Verlag, Anzeigenabteilung, Redaktion, Technik und Vertrieb erfassen und im Zusammenhang beschreiben
- lernen ansatzweise die Belastungen durch Nacharbeit und Termindruck kennen

Die von den Redakteuren geschriebenen oder redigierten Texte werden im Computersystem erfasst. Auch die Breite und Höhe der vorgesehenen Bilder wird festgelegt. Die einzelnen lokalen Zeitungsseiten, inklusive Bilder, werden in Heidenheim seitenfertig am Bildschirm umbrochen und per Datenfernübertragung nach Ulm übermittelt.

Um gedruckt werden zu können, müssen die Bilder gerastert werden. Rastern heißt: das Bild wird in winzig kleine Punkte aufgelöst. Pro Quadratzentimeter sind es 1088 Punkte, wie man mit dem Vergrößerungsglas erkennen kann. Sind diese Punkte klein und fein, nimmt unser Auge sie als weiß wahr, sind sie hingegen groß und dick, erscheinen sie unserem Auge im Zeitungsbild als schwarz.

Pressehaus Ulm

Hier, in der Frauenstraße, am Rande der Ulmer City, hat die Redaktion der „Südwestpresse“ ihren Sitz. Sie fertigt die Texte für die Ulmer/Neu-Ulmer Ausgabe und liefert den Mantelteil an 16 Partnerverlage zwischen Freudenstadt und Heidenheim, zwischen Bad Mergentheim und Ulm. Täglich erscheint dieser Mantelteil in 350 000 Zeitungsexemplaren und erreicht rund 750 000 Leser.

DRUCKZENTRUM ULM-DONAUTAL

Im Druckzentrum Ulm werden Nacht für Nacht neun Tageszeitungen gedruckt, darunter auch die drei Tageszeitungen des Landkreises Heidenheim: HEIDENHEIMER ZEITUNG, Heidenheimer Neue Presse und Brenztal-Bote Giengen.

Gedruckt wird im Offsetverfahren, ein indirektes Flachdruckverfahren, bei dem die Farbe von der Druckplatte zunächst auf ein Gummituch und von diesem dann aufs Papier übertragen wird. Das Offsetverfahren hat heute den früher bei der Zeitungsherstellung üblichen Hochdruck weitgehend abgelöst. Seine Vorteile sind hohe Stückzahlen bei sehr guter Druckqualität und große Arbeitserleichterung.

Bei der Beschreibung des Druckhauses folgen wir dem Rundweg für Besucher, der jedoch nicht in allen Stationen mit dem Produktionsablauf identisch ist:

Station 1:

Blick auf die Druckmaschine

In Wirklichkeit stehen wir vor vier Aggregaten, die sich entweder getrennt fahren oder zu einer großen Einheit zusammenkoppeln lassen. Die Gesamtanlage wiegt 560 Tonnen und hat eine theoretische Druckgeschwindigkeit von 35 000 Exemplaren mit bis zu 144 Seiten pro Exemplar.

Station 2:

Herstellung der Druckplatten

Das Ulmer Pressehaus liefert die digitale Druckvorlage. Davon müssen Druckplatten aus spezialbeschichtetem Aluminium hergestellt werden. Dies geschieht fotomechanisch und weitgehend vollautomatisch. Die Produktionszeit pro Platte beträgt etwa fünf Minuten. Parallel können auf vier Anlagen täglich zwischen 200 und 800 Druckplatten gefertigt werden – bis zu 80 000 Stück im Jahr. Jede Druckplatte wiegt nur 150 Gramm und wird vom Transportlift direkt zur Rotationsmaschine gebracht.

FÜR NOTIZEN

Station 3:***Kommandozentrale Rotation***

Von drei Steuerpulten aus wird die Gesamtanlage „gefahren“. Computer registrieren jeden Fehler, jede Unterbrechung und erstellen ein Protokoll. Druckbeginn, Druckgeschwindigkeit, Rollenwechsel – alle Kommandos kommen von hier. Laufend werden Zeitungsexemplare aus der Produktion entnommen und kontrolliert.

Druckfarbenverbrauch:

pro Tag 500 kg
pro Jahr 120 000 kg

Papierverbrauch:

pro Tag 60 t
pro Jahr 10 000 t
(184 000 km Länge)

Station 4:***Papierrollenandienung/Rollenwechsel***

Wir befinden uns im Erdgeschossbereich der Rotationsmaschine. Hier wird das Papier zugeführt. Bis zu 1,4 Tonnen wiegt eine Papierrolle bei 125 Zentimeter Durchmesser. Ein Meisterwerk der Technik ist der Rollenwechsel, der – computergesteuert – bei voller Produktionsgeschwindigkeit erfolgt.

Station 5:***Papierlager***

Pro Tag werden im Druckzentrum etwa 60 Tonnen Papier bedruckt. Im Papierlager können 1000 Tonnen Zeitungspapier, ausreichend für 17 Tage, gelagert werden. Bis zu sieben Meter hoch werden die Rollen übereinandergestapelt.

Station 6:***Versandhalle/Einstecktrommel***

An Transportketten hängend, kommen die druckfrischen Zeitungen von der Rotation in die Versandhalle. Maschinell können in der Einstecktrommel jedem Exemplar bis zu fünf Prospekte beigelegt werden.

Station 7***Verpackungsstraße***

Computergesteuert werden hier die Zeitungspakete für die Austräger abgezählt, verpackt und kreuzverschnürt. Über Förderbänder kommen sie zur Verladezone.

Station 8:***Verladezone***

Die Zeitungspakete werden in der Reihenfolge angeliefert, wie sie dem Vertrieb im Heidenheimer Pressehaus per Datenübertragung angemeldet hat. Jedes Paket ist entsprechend gekennzeichnet.

 FÜR NOTIZEN

Viele Menschen und viel Technik für unsere Zeitung

- Nachbesprechung des Besuchs im Druckzentrum Ulm
- Berufe rund um die Zeitung

Lernziele:

Die Schüler

- erkennen die Notwendigkeit von Kooperation und absoluter Termingenauigkeit, um die pünktliche Herstellung und Auslieferung einer Zeitung zu ermöglichen
- wissen, dass hohe Investitionskosten und kurze Maschinenlaufzeiten mehr und mehr kooperative Lösungen bei der technischen Herstellung einer Zeitung verlangen
- erkennen am Beispiel „Zusteller/in“, dass auch das letzte Glied einer langen Kette zuverlässig arbeiten muss, um größtmögliche Produktzufriedenheit beim Leser zu erreichen
- informieren sich über Berufe im journalistischen, technischen und kaufmännischen Bereich einer Tageszeitung
- erleben den Besuch im Pressehaus Heidenheim und im Druckzentrum Ulm als Teil einer Betriebs- erkundung, die ihnen Einblick in die Arbeitswelt vermittelt

Dessen wesentliche Inhalte sind:

1. Herstellung der Druckvorlagen
2. Rotationsmaschine
3. Papierlager
4. Andruck
5. Einstecktrommel
6. Versandraum
7. Beladen der Lkw
8. Auslieferung und Verteilung durch die über 500 Zusteller

Schwerpunkte der Nachbesprechung können sein:

Koordination und Pünktlichkeit:

- Produktionsabläufe müssen genau geplant werden
- Pannen müssen in kurzer Zeit behoben werden
- Reservekapazität muss vorhanden sein, damit das Ziel „pünktliche Aus-

lieferung“ für alle neun Partnerzeitungen erreicht werden kann.

Für die Heidenheimer Tageszeitungen heißt das:

- 21.45 Uhr die letzte Heidenheimer Lokalseite muss fertig sein
- 23.45 Uhr Andruck für HZ und HNP
- 1.30 Uhr Druck-Ende HZ/HNP
- 1.00 bis 1.45 Uhr Beladen der Lkw des Heidenheimer Pressehauses
- 4.00 bis 6.00 Uhr Zustellung der Zeitung durch rund 500 Austräger

Investitionen und Technik

Moderne Großdruckereien benötigen heute beachtliches Investitionskapital. Das Ulmer Druckhaus kostete bis zur Eröffnung 1987 rund 35 800 Euro. Für kleinere und mittlere Tageszeitungen sind solche Investitionen allein nicht mehr möglich. HZ und HNP werden in Ulm in 90 Minuten gedruckt. Eine eigene Rotationsmaschine in Heidenheim würde 22 Stunden am Tag stillstehen: unrentabel!

Auslieferung und Austräger/innen

Als letztes Glied in einer langen Kette werden die rund 500 Zeitungsausträgerinnen und -austräger beim Thema Zeitung nur zu oft vergessen. Sie verrichten zu nachtschlafender Zeit ihre Arbeit im Stillen. Ohne die Austräger würde uns die Zeitung nicht pünktlich zum Frühstück erreichen.

Rund 1200 Kilometer täglich legen die sechs Lieferwagen des Heidenheimer Pressehauses zurück, um die Zeitungen zu den Zustellern im Landkreis zu bringen. Zwischen 1.00 und 1.45 Uhr werden die Lkw in Ulm beladen, spätestens um 5 Uhr muss das letzte Zeitungspaket beim Zusteller sein. Durchschnittlich verteilt ein Austräger etwa 120 Zeitungen. Es

gibt aber auch welche, die es auf 250 Exemplare bringen. Mit Beilagen kann ein Exemplar bis zu 500 Gramm wiegen, bei einem Gesamtgewicht von ca. 125 Kilogramm je Tag, und die Strecken der Austräger sind nicht selten fünf und manchmal sogar zehn Kilometer lang. Bei jedem Wetter, montags bis samstags, sind die Zusteller unterwegs.

BERUFE RUND UM DIE ZEITUNG

Rund um die Tageszeitung, bei ihrer redaktionellen und technischen Herstellung, in Verlag und Vertrieb, Anzeigenabteilung und Service-Bereich, begegnet uns eine Vielzahl von Berufen. Einige von ihnen sind „anerkannte Ausbildungsberufe“ beziehungsweise „Berufe mit geregelten Ausbildungsgängen“. Diese Berufe sind in der Broschüre BERUF AKTUELL beschrieben, die jedes Jahr vom Arbeitsamt herausgegeben wird.

Im Pressehaus Heidenheim wird in folgenden Berufen ausgebildet:

- Redakteur
- Mediengestalter
- Medienkaufmann
- Bachelor of Arts
- Bachelor of Science

Mehr Informationen gibt es im Internet unter www.hz-online.de/gomedia

Rund um die Zeitungsherstellung gibt es außerdem eine Menge angelehnter und umgeschulter Arbeitskräfte (Versand, Vertrieb, Texterfassung). Es bietet sich daher an, beim Besuch im Pressehaus die Gesprächspartner auch nach ihrem beruflichen Werdegang zu befragen.

Müssen Anzeigen sein?

- Anzeigen als Information, als Einnahmequelle
- Gefahr der Manipulation
- Anzeigenpreise, Anzeigennutzen

Lernziele:

Die Schüler

- lernen den Anzeigenteil einer Tageszeitung als wichtiges Informationsangebot für viele Menschen kennen
- untersuchen die Bedeutung des Erlöses aus Anzeigen für die Finanzierung einer Tageszeitung
- erkennen und beschreiben wichtige gestalterische Elemente für Anzeigen (Farbe, Platzierung, Schrift, Bild), die das Interesse des Lesers erhöhen
- untersuchen den Aufbau des Anzeigenteils der Heidenheimer Tageszeitungen, des wichtigsten Werbeträgers im Kreis Heidenheim

Was wäre eine Tageszeitung ohne ihren Anzeigenteil? Sie hätte etwa ein Drittel weniger Seiten und würde das Vierfache kosten. Dem Leser würden wichtige Informationen fehlen, und die meisten Anzeigenkunden müssten sich auf ganz andere Werbemittel umstellen, um die Verbraucher in Stadt und Kreis Heidenheim über ihre Produkte und Dienstleistungen zu informieren.

Der Anzeigenteil der Heidenheimer Tageszeitungen und des Anzeigenblattes „Neue Woche“ sollen aus verschiedenen Blickwinkeln vorgestellt werden.

Anzeigen als Information

Zeitungsanzeigen wollen in erster Linie informieren. Innerhalb kürzester Zeit lassen sich mit Zeitungsanzeigen in der HZ, HNP und im BRENTAL-BOTEN (Giengen) rund 80 Prozent, über das Anzeigenblatt „Neue Woche“ sogar 100 Prozent der Haushalte im Kreis erreichen.

Viele Anzeigeninformationen haben ihren festen Platz in der Zeitung: Todesanzeigen, Gebrauchtwagenmarkt, Stellenangebote und Immobilienanzeigen. Alles ist wohlgeordnet, hier geht es nicht wie Kraut und Rüben durcheinander. Die Mitarbeiter der gemeinsamen

Anzeigenabteilung der Heidenheimer Tageszeitungen wissen, dass auf einer Zeitungsseite maximal 3360 Anzeigenmillimeter untergebracht werden können; denn die Zeitungsseite ist 480 Millimeter hoch, und der Anzeigenteil ist sieben-spaltig umbrochen: macht 3360 Millimeter.

Anzeigenpreise/Anzeigennutzen

In der Gesamtbelegung (HZ/HNP/BB) kostet ein Anzeigenmillimeter, schwarz/weiß, 2,87 EUR, die ganze Zeitungsseite, schwarz/weiß, 9643,20 EUR. Auf den ersten Blick ist das eine Menge Geld – nicht nur für Schüler. Doch Händler und Veranstalter rechnen anders: Sie ermitteln den 1000-Nutzer-Preis. Ein Beispiel: Eine postkartengroße Anzeige (300 Anzeigenmillimeter) kostet in der Tageszeitung, schwarz/weiß, 840 EUR. Damit erreicht man 37.000 Haushalte. Pro 31.200 Haushalte kostet diese Werbung etwa 21 EUR.

Wie viel Geld muss für Herstellung und Verteilung von 1.000 postkartengroßen Wurf-sendungen aufgewendet werden?

Anzeigen in der lokalen Tageszeitung informieren über fast alle Lebensbereiche:

- Familienanzeigen (Todes-, Heirats-, Geburtsanzeigen)
- Stellenanzeigen
- Immobilienanzeigen
- Veranstaltungen
- Kauf- und Verkaufsangebote (zum Beispiel Automarkt)
- Konsumgüter
- Kulturveranstaltungen

Anzeigen als Einnahmequelle

Der Erlös aus Anzeigenverkauf, Beilagen und Sonderveröffentlichungen ist heute zu einer unverzichtbaren Einnahmequelle für die Tageszeitung geworden. Zwar ist nur jede dritte Seite eine Anzeigenseite, doch kommen 60 bis 70 Prozent der Gesamteinnahmen eines Zeitungsverlages aus dem Anzeigengeschäft und nur 20 bis 30 Prozent aus den Abonnement-Gebühren oder dem Straßenverkauf. Mit anderen Worten: HZ und HNP ohne Anzeigen wären bei

gleichem redaktionellen Umfang nur für 4 bis 5 EUR pro Exemplar zu bekommen.

Manipulieren Anzeigen?

Natürlich manipulieren viele Anzeigen, denn sie wollen ja die Kaufentscheidung und die Orientierung hin zu bestimmten Dienstleistungen beeinflussen. Das Fotomodell für Damenunterwäsche „verkauft“ nicht nur den „Body für 50 EUR“, sondern auch den Figurwunsch. Manipulationsmöglichkeiten sind jedoch vom Gesetzgeber durch das „Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb“ Grenzen gesetzt. Behauptungen müssen nachprüfbar sein. Wer damit wirbt, „das größte Möbelhaus Süddeutschlands“ zu sein, der muss auch den Beweis dafür antreten können. „Eines der interessantesten Möbelhäuser Süddeutschlands“ kann dagegen auch schon ein 250-Quadratmeter-Unternehmen sein. Hier wird eben auch kommunikative Kompetenz vom Leser erwartet.

FÜR NOTIZEN

Arbeitsaufgaben

1. Der Anzeigenteil der HZ/HNP wird untersucht.
Welche Anzeigen erscheinen wie, und wo sind sie platziert?
2. Welche Anzeigen werden in der Familie
– fast täglich
– mehrmals die Woche
– selten/nie gelesen?
Die Befragung in der Klasse auswerten und das Ergebnis grafisch darstellen.
3. Welche Anzeigen werden von den Schülern gelesen
(regelmäßig/gelegentlich/nie)?
4. Diskussion über die Frage „Zeitung ohne Anzeigen“
5. Welche Anzeigen sind in einer Woche besonders aufgefallen?
Warum? Gespräch mit dem Kunstlehrer über gestalterische Elemente (Farbe, Schrift, Bilder, Platzierung)

 FÜR NOTIZEN

Unser Zeitungspapier ist ein wichtiger Rohstoff

- Die Zeitung von gestern als topaktueller Rohstoff von heute
- Zeitungen kann man zu 100 Prozent aus Altpapier herstellen
- Nur aus sauberem Altpapier lässt sich hochwertiges neues Papier gewinnen
- Papier und Pappe gehören nicht zusammen
- Worauf man beim Altpapiersammeln achten muss

Lernziele:

Die Schüler

- erfahren, dass Zeitungen und Prospekte zu 100 Prozent wieder verwertet werden können
- wissen, dass Zeitungspapier heute bis zu 100 Prozent aus Altpapier hergestellt wird
- erkennen die durch den gewaltigen Anstieg des Papierverbrauchs in den letzten 40 Jahren notwendig gewordenen Umstellungen und Veränderungen für alle an diesem Wirtschaftszweig Beteiligten
- wissen, dass der technologische Wandel in der Nutzung von Altpapier maßgeblich durch die Erfindungen und Entwicklungen von Voith & Sulzer Papiertechnik in Heidenheim möglich wurde
- werden zusätzlich zum Sammeln und Trennen von Altpapier motiviert und sensibilisiert
- erkennen Notwendigkeiten und Zwänge des technischen Wandels und Fortschritts an einem anschaulichen und begreifbaren Beispiel

Der Begriff Recycling ist zumindest den Schülern der 8. und 9. Klasse heute vertraut. Sie erleben Recycling zu Hause bei der Abfalltrennung, sprechen in der Schule und mit Freunden über seine ökologischen und ökonomischen Vorteile und Notwendigkeiten und haben meist auch eine differenzierte Meinung zu diesem Thema.

Am Beispiel des Tageszeitung-Recyclings lässt sich vieles zusammenfassen und, im Sinne des Wortes, begreifen. Altpapier

ist in der modernen Papierherstellung längst ein unverzichtbarer Rohstoff geworden. Genau genommen war er das auch schon in der Vergangenheit; denn bereits im letzten Jahrhundert verkauften Verwaltungen und Betriebe ihre ausgedienten Akten und Unterlagen für gutes Geld an den Lumpen- und Altpapierhändler.

Welche riesigen Mengen Papier unser hoher Lebensstandard heute verlangt, sollte den Schülern zu Beginn einer Unterrichtsstunde „Recycling von Zeitungspapier“ bewusst gemacht werden. Der Jahresverbrauch an Papier lag

1950	bei 32.200 Gramm pro Einwohner,
1990	bei 231.500 Gramm pro Einwohner,

das ist eine Versiebenfachung in nur 40 Jahren, zu der auch der wachsende Bedarf an Zeitungen und Zeitschriften maßgeblich beigetragen hat.

Schon sehr bald waren sich Zeitungsverlage und Papierhersteller ihrer Verantwortung und der wirtschaftlichen Möglichkeiten bewusst, die im Altpapier Zeitungen/Zeitschriften stecken.

Rund die Hälfte (8,4 Millionen Tonnen) des in Deutschland verwendeten Papiers (15,6 Mill. Tonnen) wird heute nach Gebrauch eingesammelt und wieder als Sekundärrohstoff dem Wirtschaftskreislauf zugeführt. Vom Weltmeistertitel sind wir damit allerdings noch weit entfernt; denn viele unserer Nachbarländer sammeln fleißiger. So betrag die Recycling-Quote

in Dänemark	79 Prozent
in den Niederlanden	66 Prozent
in Spanien	62 Prozent
und in England	59 Prozent.

Insbesondere Erfindungen und Verbesserungen der in Heidenheim ansässigen Firma Voith & Sulzer Papiertechnik haben es möglich gemacht, dass heute Zeitungsdruckpapier vollständig aus Altpapier hergestellt werden kann.

 FÜR NOTIZEN

Aus mehreren Gründen ist es jedoch nicht sinnvoll, den Anteil von Altpapier im Zeitungsdruckpapier mit 100 Prozent „voll auszureizen“.

- Bei jeder Wiederverwendung verkürzen sich die im Papier enthaltenen Holzfasern. Die jedoch geben dem Papier die nötige Festigkeit, und die wiederum ist notwendig, damit zum Beispiel im Zeitungsdruck mit hoher Maschinengeschwindigkeit gearbeitet werden kann. Deshalb werden dem Altpapier zwischen 10 und 30 Prozent Frischfasern zugesetzt.
- Diese Frischfasern werden heute zum überwiegenden Teil aus den Abfällen der Holzverarbeitenden Industrie (Hackschnitzel) und aus dem Durchforstungsholz der Forstwirtschaft gewonnen – beides Produkte, die sich im Augenblick kaum anderweitig nutzen lassen.

Altpapier ist aber nicht gleich Altpapier. Ganz entscheidend hängt die Wiederverwertung von Altpapier heute davon ab,

wie es gesammelt wird. Die Papierindustrie unterscheidet mehr als 40 Sorten. Aus Wellkarton kann man kein Zeitungspapier herstellen. Deshalb ist die möglichst sortenreine Sammlung von Altpapier notwendig. Die spätere Trennung verursacht hohe Kosten.

Schon im Haushalt oder in der Schule sollte deshalb nach Zeitungen/Zeitschriften und Pappe/Kartonage getrennt werden. Eine Reihe von Landkreisen macht das auch bereits. Beim Glas ist dieses Verfahren längst zum Standard geworden.

Wichtig ist natürlich auch, dass das Altpapier sauber und möglichst frei von „papierfremden Rückständen“ ist. Dazu zählen zum Beispiel die Sichtfenster von Briefumschlägen, Büroklammern, Orangenschalen – sie gehören in die Bio- oder Restmülltonne.

Nicht verschwiegen sei zum Schluss, dass die Deutschen längst mehr Altpapier sammeln, als die heimische Papierindustrie wieder zu neuem Papier verarbeiten kann. Von den eingesammelten 8,4 Millionen Tonnen bleiben 3 Millio-

nen Tonnen übrig. Und wohin damit? Exportieren ins Ausland? Oder verbrennen? Immerhin steckt in zwei Tonnen Altpapier die gleiche Menge Energie wie in einer Tonne Steinkohle!

Informationen zur Papierherstellung und zur Nutzung von Altpapier bei der Papierproduktion kann man bei folgenden Firmen und Organisationen anfordern:

1. UPM Werk
86956 Schongau
www.papier-live.de
2. Initiative Umwelt und Papier
Info-Zentrum Papier, Karton und Pappe GmbH
Adenauerallee 55
53113 Bonn - Zentrum
www.papiermobil.de
3. Verband Deutscher Papierfabriken e. V.
Adenauerallee 55
53113 Bonn
www.vdp-online.de

FÜR NOTIZEN

Das Pressehaus als Wirtschaftsunternehmen

- Die wichtigsten Abteilungen des Heidenheimer Pressehauses
- Wie die Abteilungen zusammen arbeiten
- Einnahmen und Ausgaben /Kosten und Erlöse
- Moderne Technik hilft Kosten reduzieren, erfordert aber auch hohe Investitionen
- Selbermachen oder kaufen?

Lernziele:

Die Schüler

- lernen ein wichtiges mittelständisches Unternehmen der heimischen Wirtschaft kennen
- gewinnen einen ersten Einblick in Organisation und Arbeit eines Medienunternehmens
- erkennen, dass nur das optimal abgestimmte Zusammenwirken aller Abteilungen den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens sichern kann
- wissen, dass der Erlös aus Anzeigen- und Zeitungverkauf die bestimmenden Einnahmen eines Printmediums sind
- erkennen, dass der technische Fortschritt Kosten sparen und Zeit gewinnen hilft, aber auch hohe Investitionen erfordert

Die Schüler der 8. und 9. Klasse stehen vor der ersten, wichtigen Berufswahlentscheidung ihres Lebens. Deshalb darf in dieser Altersstufe ein hohes Interesse an Fragen zu Betrieb, Wirtschaft und Arbeitsleben vorausgesetzt werden.

Das Projekt „Zeitung in der Schule“ hat die Schüler in den vorangegangenen Stunden mit den Erzeugnissen des Pressehauses bekannt gemacht und ihnen einen ersten Eindruck davon vermittelt, wie Zeitung im Heidenheimer Pressehaus hergestellt wird. Dieser Eindruck, dieses Wissen soll in dieser Stunde vertieft werden.

Die Aufgaben der einzelnen Abteilungen sind im Schülerband beschrieben. Aus der Fülle der Arbeitsfelder konnten allerdings nur die wesentlichsten aufgenommen werden. Zu bedenken ist, dass

der wirtschaftliche Erfolg des Unternehmens vom optimalen Zusammenspiel der einzelnen Abteilungen abhängt. Alle Abteilungen des Pressehauses befinden sich unter einem Dach, optimale Voraussetzung also für schnelle Information und Koordination, auch außerhalb der wöchentlichen Abteilungsleiterkonferenz.

Neben dem Organisationsaufbau erscheint uns das Pressehaus als Wirtschaftsunternehmen in dreifacher Hinsicht interessant:

- In welchem Arbeitsverhältnis stehen die Beschäftigten im Pressehaus?
- Wie kann das Unternehmen Einfluss auf die Entwicklung der Kosten und der Erlöse nehmen?
- Welche Auswirkungen hatte und hat der technische Fortschritt?

Arbeitsverhältnisse im Unternehmen

Hier lassen sich im Wesentlichen drei Gruppen unterscheiden.

- Da sind einmal die festangestellten und nach Tarifvertrag bezahlten Mitarbeiter in Buchhaltung, Geschäftsleitung, Sekretariat, Redaktion, Vertrieb usw., etwa 130 an der Zahl.
- Die weitaus größere Zahl von Beschäftigten ist nur stundenweise am frühen Morgen für das Pressehaus tätig: die über 500 Zeitungsausträgerinnen und -austräger. Für fast alle ist es eine Nebentätigkeit, die zwar einige Hundert Euro im Monat einbringen kann, zumeist aber unter der Sozialabgabengrenze von 400 EUR monatlich liegt. Der so Beschäftigte bezahlt keine Renten-, Arbeitslosen- und Krankenkassenbeiträge, erwirbt aber auch keinerlei Ansprüche gegenüber diesen Einrichtungen.
- Die letzte Gruppe der Beschäftigungsverhältnisse bilden die „freien Mitarbeiter“, die für die Redaktionen der im Pressehaus erscheinenden Tageszeitungen tätig sind. Ihre Zahl ist sehr schwer zu bestimmen, Art und Häufigkeit

ihrer Mitarbeit ganz verschieden. Da gibt es Mitarbeiter, die jeden oder fast jeden Tag mit Beiträgen im Blatt sind.

Zu den freien Mitarbeitern gehören aber auch die Hunderte von Schriftführern und Pressewarten der Vereine und Organisationen, die oft nur einmal im Jahr über die Hauptversammlung ihres Vereins berichten.

Wer im Auftrag einer Redaktion arbeitet, hat Anspruch auf Honorar. Es wird entweder pauschal oder nach der Anzahl der Zeilen seines Artikels abgerechnet. Auch hier werden keine Beiträge zu Versicherungen, Krankenkassen und ans Finanzamt abgeführt. Für die Versteuerung des Honorars ist der Autor selbst verantwortlich zusammengelegt. Auch die Sportredaktion gibt es nur ein einziges Mal im Pressehaus.

Kosten und Erlöse bei Printmedien

Das Anzeigengeschäft und der Verkauf der Zeitungen sind schon seit jeher die wichtigste Einnahmequelle eines Zeitungsverlags. Ihre Relation zueinander ist mittlerweile hälftig.

Doch die Einnahmenseite lässt sich in einer durch Konkurrenz geprägten Medienlandschaft nur bedingt verbessern. Leser und Anzeigenkunden sind nicht bereit, jeden Preis zu bezahlen.

Ein Blick auf die Kostenseite des Verlages ist also immer wieder notwendig und lohnend. Vieles hat sich hier in den letzten Jahrzehnten verändert. So wurden Anzeigenabteilung, Vertrieb, Buchhaltung, Texterfassung, Korrektur, Fotolabor und vieles mehr für die beiden Heidenheimer Tageszeitungen zusammengelegt. Mittlerweile gibt es nur eine gemeinsame Lokaltedaktion.

Seit 1962 gibt es in Heidenheim keine Vollredaktion mehr: Den überregionalen Teil, den Zeitungsmantel, produzieren die „Südwestpresse“ Ulm und die „Stuttgarter Nachrichten“ – natürlich gegen entsprechende Bezahlung. Auch wird schon lange keine Zeitung mehr in Heidenheim gedruckt. Diese Arbeit erledigt das Druckzentrum Ulm-Oberschwaben für das Pressehaus. Dort werden heute 29 Zeitungen gedruckt. Die Heidenheimer Zeitungen sind nach gut einer Stunde fertig. Dafür waren in Ulm Investitionen von insgesamt 40 Millionen Euro notwendig. Sicher, allein für Heidenheim wären wesentlich geringere Investitionen nötig, aber immer noch viel zu viel, um kostengünstiger arbeiten zu können.

Technischer Fortschritt

Gewaltige Veränderungen brachte der technische Fortschritt im Textverarbeitungs- und im kommunikationstechnischen Bereich in den letzten 20 Jahrzehnten mit sich. Das gilt für alle Abteilungen des Pressehauses gleichermaßen. Ob Texterfassung oder Seitenumbruch – alles geschieht heute am Computer. Vor wenigen Jahren noch musste der Text zur Berechnung über eine Standleitung zum Großrechner von

„Stuttgarter Zeitung“/„Stuttgarter Nachrichten“ geschickt werden, heute gehen die fertigen Zeitungsseiten „online“ direkt von Heidenheim zum Druckzentrum in Ulm. Auf der einen Seite konnten Kosten reduziert werden, auf der anderen waren große Investitionen für neueste Computertechnik erforderlich. Ein Ende des technischen Fortschritts ist nicht absehbar – im Pressehaus wird man also auch künftig rechnen müssen.

FÜR NOTIZEN

Unsere ganz spezielle Zeitungsseite

FÜR NOTIZEN

- Zusammenstellung der Ergebnisse der Gruppenarbeit zum jeweiligen Schwerpunktthema (Bericht, Kommentar, Reportage, Anzeige, Statistik, Interview, Bilder, Zeichnungen)

Lernziele:

Die Schüler

- lernen die Präsentation der Arbeitsergebnisse eines mehrwöchigen Projekts gemeinsam zu planen und zu gestalten,
- einzelne Schüler erproben journalistische Textsorten (Bericht, Meldung, Reportage, Kommentar, Interview)
- lernen gestalterische Elemente (Bild, Schrift, Zeichnung) bewusst einzusetzen,
- lernen, pünktlich und sauber im Team zu arbeiten und gemeinsam sauber gestaltete Beiträge zu veröffentlichen.

Diese ganz spezielle „Zeitungsseite“ soll in erster Linie die Möglichkeit der Projektdokumentation und -präsentation darstellen. Hier sollen die Schüler die Arbeitsergebnisse der Projektwochen zusammenfassen.

Berichte und Bilder über:

- den Besuch im Heidenheimer Pressehaus
- den Besuch des Redakteurs in der Klasse
- PressehausDVD
- Interviews mit Redakteuren, Anzeigenleiter, Vertriebsleiter, Verleger
- die Projektarbeiten der Klasse

Zu Beginn der Projektphase haben sich verschiedene Schülergruppen Schwerpunktthemen selbst gewählt, an denen sie während der zurückliegenden drei Wochen gearbeitet haben.

Beispiele:

- „Berichte über Drogen in der Zeitung“
- „Jugendthemen in der Tageszeitung“
- „Fremdwörter im Wirtschaftsteil“
- „Tagebuch über ein wichtiges politisches Ereignis/einen Skandal“

Diese Zusammenfassung ist sehr zeitaufwendig und darf deshalb nicht bis zum letzten Augenblick aufgeschoben werden. Schüler und Lehrer können hierbei hautnah den Produktionsdruck erleben, dem Journalisten und andere in Medienberufen Tätige fast täglich ausgesetzt sind.

Die Herstellung dieser „Zeitungsseite“ muss sorgfältig geplant werden. Wer fotografiert? Wer schreibt welchen Beitrag? Wann muss er fertig sein? Das alles muss lange im Voraus geplant und pünktlich erledigt werden. Die hier vorgesehenen zwei bis drei Stunden dienen nur noch der abschließenden Montage und den Feinarbeiten der Gestaltung.

In Form einer Wandzeitung lässt sich „unsere ganz spezielle Zeitungsseite“ auf mehreren DIN-A-0-Bögen (Andrucke) montieren und gestalten. Jede Klasse muss dabei selbst entscheiden, ob die Texte mit Computer geschrieben sein müssen, oder ob auch handgeschriebene Beiträge zugelassen sind. Fleißige, hochmotivierte und gestalterisch begabte Klassen können hier Hervorragendes leisten. Überschriften lassen sich mit Hilfe eines Kopiergerätes stufenlos in jede gewünschte Größe bringen. Dies gilt auch für Vorspann und Unterzeile.

Diese selbstgestaltete Zeitungsseite kann über einen längeren Zeitraum im Klassenzimmer oder anderswo im Schulhaus hängen. Und sie wird bestimmt auch ein wichtiger Beitrag zur Projektpräsentation beim Lehrer-Eltern-Schüler-Klassenabend sein.

Vorstellung und Diskussion der Arbeitsergebnisse der Gruppen in der Klasse

- als Dokumentation im Schulhaus auch anderen Klassen zugänglich machen

Wie umfangreich und detailliert die Beiträge der Arbeitsgruppen ausfallen, das hängt ganz entscheidend davon ab, wie intensiv sich Schüler und Lehrer einbringen wollen.

Es können und sollten sich viele Fächer an diesem Projekt beteiligen. Nur einige Beispiele:

DEUTSCH

- journalistische Textsorten (Meldung, Bericht, Reportage, Kommentar)
- Stoffsammlung für die ausgewählten Schwerpunktthemen
- Protokoll, Bericht, Interview

Ein wichtiges Anliegen des Faches Deutsch sollte es sein, den Schülern die Tageszeitung als eine umfassende und zuverlässige Informationsquelle zu fast allen wichtigen Themen unserer Zeit zu erschließen. Wer kompetent mitreden und mitentscheiden will, der muss umfassend informiert sein.

GESCHICHTE

- Die historische Dimension aktueller Politik
- Wo liegen die geschichtlichen Wurzeln aktueller Probleme und Konflikte?

GEMEINSCHAFTSKUNDE

- aktuelle Beispiele für den Unterricht der jeweiligen Klassenstufe (Berufsorientierung, Wirtschaft, Recht, Gemeinde, Kreis, Bundesrepublik, Europa, Krisengebiete)

MATHEMATIK

- Analyse und grafische Darstellung der Aktienkurse

ERDKUNDE

- Zeitung als aktuelles Quellenmaterial zu den Ländern, Kontinenten, Problemen, die im Unterricht behandelt werden (Wetterkarte, USA, Russland, China, Indien)

BIOLOGIE / PHYSIK / CHEMIE

- Berichte über Umweltschäden und Umweltschutz, Chemieunfälle, Kernkraftwerke, erneuerbare Energiequellen

SPORT

- Sportberichterstattung in der Zeitung
- Stellenwert des Sports in den Medien
- Sportstars und Medien
- Sportangebot im Kreis Heidenheim

BILDHAFTES GESTALTEN/KUNST

- grafische Gestaltungselemente einer Zeitung, zum Beispiel bei Anzeigen, Karikaturen, Bildaussagen

ENGLISCH

- Beiträge zur Landeskunde

FRANZÖSISCH

- Texte nach Fremdwörtern durchforsten

RELIGION

- Berichterstattung über Kirche in der Tageszeitung
- „Sonntagsgedanken“
- Kirche und Öffentlichkeitsarbeit
- die Nachrichtenaagenturen der Kirchen (KNA und epd)

Maßgeblich beeinflusst wird die Qualität der Schülerarbeit auch durch die Entscheidung darüber, ob

1. die Themen vom Lehrer als Arbeitsaufgaben vorgegeben werden, oder ob
2. die Themen von der Schülergruppe

ihren Neigungen und Interessen entsprechend ausgewählt wurden

Ganz gleich, welche Form gewählt wird, Schüler werden immer auf Rat, Hilfe und Kontrolle des Lehrers angewiesen sein.

Die Gruppen sollten sich zum Abschluss des gemeinsamen Projekts „Zeitung in der Schule“ gegenseitig über die Ergebnisse ihrer Arbeit informieren. Sie tragen vor, erläutern und verteidigen die Ergebnisse. Gemeinsam haben die Schüler im Team gearbeitet, sich ergänzt, diskutiert, gemeinsam einen Berg Informationen gesichtet, ausgewählt und dokumentiert.

Die Berichte der Schüler zu ihren Schwerpunktthemen und über einzelne wichtige Stationen des Projekts können/sollten durch eine Wandzeitung dokumentiert und anderen Interessenten (Schüler, Eltern) zugänglich gemacht werden.

Nicht alle Fächer werden sich in gleicher Weise in das Projekt einbeziehen lassen. Es darf aber auch nicht so sein, dass das Projekt „Zeitung in der Schule“ allein von den Fächern Deutsch, Gemeinschaftskunde und Geschichte getragen wird.

Vor Beginn des Projekts müssen sich die Fachlehrer über Umfang, Themenschwerpunkte und den zeitlichen Rahmen ihrer Mitarbeit am Projekt absprechen.

Pro Tag sollte mindestens eine Unterrichtsstunde für das Projekt zur Verfügung stehen.

Präsentation der Schülerarbeiten bei einem Eltern-Schüler-Abend

- Unsere Zeitung
- DVD „Das Pressehaus Heidenheim“
- Bilder und Referate zum Projekt
- Gespräch / Diskussion

Wer sich über einen Zeitraum von drei bis vier Wochen fast täglich mit einem so komplexen Thema wie die Tageszeitung beschäftigt hat, der hat einiges zu berichten. Diese Möglichkeit sollte man auch den Schülern einräumen. Warum nicht in Form eines gemeinsamen Abends mit Eltern, Schülern und Lehrern der Klasse? Für ein interessantes und abwechslungsreiches Thema ist gesorgt, und die Schüler und ihre Aktivitäten stehen im Mittelpunkt.

Viel zu selten nutzt die Schule die Möglichkeit, Eltern, Schüler und Lehrer miteinander ins Gespräch zu bringen: Die Schüler müssen auch lernen, sich

und die Ergebnisse ihrer Arbeit anderen vorzustellen, eine eigene Meinung zu entwickeln und in der Diskussion zu vertreten.

Die Eltern wollen den Schulalltag ihrer Kinder wenigstens ein Stück weit miterleben, nachvollziehen und begleiten können. Sie wollen an den Erfahrungen ihrer Kinder teilhaben und deren Leistung mit der anderer Kinder vergleichen können.

Während des Projekts „Zeitung in der Schule“ ist eine ganze Menge Material entstanden, das vorgestellt werden kann.

Als Wandzeitung oder in Form von kurzen Referaten haben die Schülergruppen die Ergebnisse ihrer Arbeit festgehalten, die sie in fünf bis zehn Minuten vorstellen können. Die DVD „Das Pressehaus Heidenheim“ verschafft allen Eltern und Lehrern, die am Projekt nicht unmittelbar beteiligt waren, einen Gesamteindruck zum Thema „Heidenheimer

Tageszeitungen“. Er kann darüber hinaus auch die Berichte zu einzelnen Schwerpunkten des Projekts visuell ergänzen.

Fast in jeder Klasse gibt es einen oder mehrere Schüler, die recht brauchbare Fotos machen können. Arbeitsaufgabe für eine Gruppe könnte es sein, den Projektverlauf, die Besichtigung von Pressehaus, dem Besuch des Redakteurs in der Klasse und die Arbeit im Unterricht selbst mit der Kamera zu dokumentieren. Ziel sollte es sein, einen Foto- oder Filmvortrag über die Projektarbeit zu erstellen. Dies muss jedoch rechtzeitig geplant und abgesprochen werden.

Abschluss und Ausklang des Projekts könnte eine Diskussion oder ein von Schülern geleitetes Gespräch über zeitungsspezifische Themen sein. Die Fragen stellen die Eltern, denn die Schüler sind in den drei bis vier Wochen schon kleine Experten geworden.

 FÜR NOTIZEN

Die Ansprechpartner zum Thema „Zeitung in der Schule“

● Wer betreut mein Projekt im Pressehaus?

Zuständig für die Betreuung des Klassenprojekts „Zeitung in der Schule“ ist die Abteilung „Öffentlichkeitsarbeit“ des Heidenheimer Pressehauses. Bitte wenden Sie sich mit Ihren Fragen grundsätzlich immer zuerst an Siglinde Broich-Bernt. Sie erreichen sie unter Telefon 347-199 oder unter bb@hz-online.de
Die Postanschrift lautet:

**Pressehaus Heidenheim
„Zeitung in der Schule“
Siglinde Broich-Bernt
Olgastraße 15
89518 Heidenheim**

● Besuch im Heidenheimer Pressehaus und in einer Zeitungsredaktion

Zum Projekt „Zeitung in der Schule“ gehört auch ein Besuch im Heidenheimer Pressehaus mit seinen Redaktionen und Verlagsabteilungen. Zwei Wochen vor der geplanten Exkursion geben Sie uns bitte drei Terminvorschläge. Wir teilen Ihnen dann den endgültigen Besuchstermin mit. Das Formular gibt es auf www.hz-online.de/zisch.

● Schülerband „Zeitung in der Schule“

Der Schülerband für „Zeitung in der Schule“ steht als Download für Sie auf der Seite www.hz-online.de/zisch bereit.

● Zeitungsexemplare für die Schüler während des Projekts

Sollte es Probleme oder Schwierigkeiten mit der Auslieferung des Klassensatzes der HEIDENHEIMER ZEITUNG oder der HEIDENHEIMER NEUEN PRESSE geben, dann rufen Sie bitte unverzüglich an. Ihr „heißer Draht“:
Vertrieb 347-142.

Reihe Praktischer Journalismus:

- A-bc des Sportjournalisten
- A-bc des Journalismus
- Das Interview
- Die Reportage
- Recherchieren
- Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen
- Kleines Journalisten-Lexikon
- Ressort: Reise – Neue Verantwortung im Reisejournalismus

Für den Unterricht empfehlenswert:

Schulte-Willekes, Hans:

- Schlagzeilen
Ein „Bild“-Reporter berichtet
rororo-Rotfuchs
Band 146
Reinbek 1977

Petzold, Lothar/Ulsamer, Dr. Marianne:

- Zeitung ohne „Ente“
Tipps für junge Journalisten
Deutscher Sparkassenverlag
Stuttgart

Im Laufe der Zeit ist eine Fülle von Veröffentlichungen zum Thema Zeitungsjournalismus entstanden. Dieses Literaturverzeichnis kann und will kein systematischer Überblick sein. Die genannten Titel sind alle im Verlag Ölschläger GmbH, Türkenstraße 27, 80799 München erschienen und haben sich vielfach in der journalistischen Praxis, insbesondere auch in der Volontärsausbildung bewährt. Auf Anfrage erhalten Sie von diesem Verlag ein Gesamtverzeichnis zugeschickt.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Heidenheimer Zeitung GmbH & Co. KG
Olgastraße 15, 89518 Heidenheim

Verleger:

Dipl.-Kfm. Hans-Jörg Wilhelm

Redaktion:

Siglinde Broich-Bernt (verantwortlich)

Textbeiträge:

Albrecht Koberstädt, Hendrik Rupp

Fotos:

Arthur Penk

Layout, Gestaltung:

Pressehaus Heidenheim

Produktion:

Vera Oberlader

Copyright by:

Verlag HEIDENHEIMER ZEITUNG
Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung auf
fotomechanischem oder ähnlichem Wege für
schulische Zwecke erlaubt.

Stoffverteilungsplan in der 1. Woche

Montag 1. Tag	Dienstag 2. Tag	Mittwoch 3. Tag	Donnerstag 4. Tag	Freitag 5. Tag
Vorstellung der Zeitung und des Projektes	Ermittlung des Leseinteresses der Schüler	Aufbau einer Zeitungssseite (Titelseite)	Aufbau eines Artikels	Woher erfährt die Zeitung, worüber sie schreibt?
Aufbau einer Zeitung Sparten Umfang Reihenfolge (Grundschule)		Titelseite - Zeitungskopf - Aufmacher - Spalten - Meldung - Zweispalter	Beispiel: <u>Zweispalter</u> - Hauptzeile - Unterzeile - Korrespondentenzeile - Vorspann	Redakteur Reporter Agenturen freie Mitarbeiter Informationsnetz einer Zeitung
Jeder Schüler hat seine Zeitung und sein Materialheft vorliegen (oder zur Hand)	Beginn der Gruppenarbeit 2er/3er-Gruppen (Sport, Drogen, Freizeit, Politik)	Layout-Versuch: selber eine Seite gestalten	selber Überschriften formulieren	Wer macht unsere Zeitung? - Impressum - Verleger

Schwerpunkt der Woche:

- Kennenlernen der Zeitung
- ihr Aufbau
 - wichtige Begriffe
 - Informationsbeschaffung

Stoffverteilungsplan in der 2. Woche

Montag 6. Tag	Erste Erarbeitung der Textsorten - Nachricht - Bericht - Kommentar, Glosse - Reportage	Dienstag 7. Tag	Besuch im Heidenheimer Pressehaus	Mittwoch 8. Tag	Textsorte <u>NACHRICHT</u> - Meldung - Zweispalter	Donnerstag 9. Tag	Textsorte <u>KOMMENTAR</u>	Freitag 10. Tag	Textsorte <u>REPORTAGE</u>
			Verlag Redaktion Vertrieb		Die 6 journalistischen W-Fragen: Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum Das Wichtigste zuerst!		Mut zur Meinung Trennung von Nachricht und Kommentar		Stimmung einfangen die objektive Sicht des Schreibers
			DVD „Das Pressehaus Heidenheim“		Nachrichten in Schülersprache „übersetzen“		Die eigene Meinung sagen/schreiben		

Schwerpunkt der Woche:

- Besuch im Heidenheimer Pressehaus
- Textsorten (Nachricht, Kommentar, Reportage)

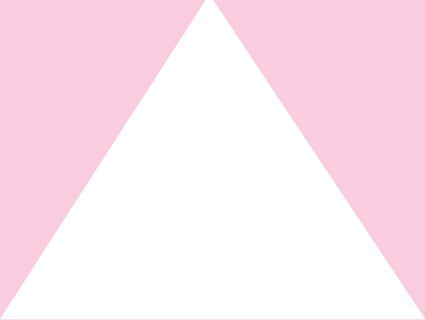
Stoffverteilungsplan in der 3. Woche

Montag 11. Tag	Dienstag 12. Tag	Mittwoch 13. Tag	Donnerstag 14. Tag	Freitag 15. Tag
Besuch eines Zeitungsredakteurs in der Klasse	Wer sind denn „unsere“ Zeitungsmacher? Blick ins Blatt	Jede Menge Druck Die technische Herstellung einer Tageszeitung	Viele Menschen und viel Technik für unsere Tageszeitung	Müssen Anzeigen denn sein?
- Alles, was wir wissen wollen Ein Journalist im Kreuzverhör	Impressum Bilder		Beruf rund um die Zeitung	Anzeigen als: - Information - Einnahmequelle Gefahr der Manipulation
- Wie wird man Journalist?				- Anzeigenpreise - Anzeigennutzer Schüler berichten über ihre Erfahrungen mit Kleinanzeigen

Schwerpunkt der Woche:

- Redakteur im Klassenzimmer
- Technische Herstellung der Zeitung
- Anzeigenteil

Stoffverteilungsplan in der 4. Woche

Montag 16. Tag	Dienstag 17. Tag	Mittwoch 18. Tag	Donnerstag 19. Tag	Freitag 20. Tag
Unsere ganz spezielle Zeitungsseite – Zusammenstellung der Ergebnisse der Gruppenarbeit zum Schwerpunktthema (Bericht, Kommentar, Reportage, Anzeige, Statistik, Interview, Bild oder Zeichnung)		Vorstellung und Diskussion der Arbeitsergebnisse der Gruppen in der Klasse Als Dokumentation im Schulhaus auch für die anderen Klassen zugänglich		Präsentation der Schülerarbeiten bei einem Klassen-Eltern-Schüler-Abend – Unsere Zeitung – DVD „Das Pressehaus Heidenheim“ – Bilder und Referat zum Projekt – Gespräch/ Diskussion

Schwerpunkt der Woche:

- selbst mit Freunden eine Zeitungsseite erstellen
- diese Seite anderen vorstellen