

Das besondere Seminar!
► Gestaltung aus der zweiten
Reihe: Der Stellvertreter



Online-Journalismus altbacken? Der ► [Spiegel](#) bleibt bei der Veröffentlichung der von ► [Wikileaks](#) angebotenen, geheimen Afghanistan-Dokumente der US-Armee weit hinter der internationalen Konkurrenz zurück. Dafür muss er sich jetzt den Spott der Internet-szene gefallen lassen. Thomas Knüwer (ehemals ► [handelsblatt.com](#)) bringt den Tenor der allgemeinen Kritik in seinem Blog ► [Indiskretion Ehrensache](#) auf den Punkt: „Diese sensationellen Enthüllungen hätte man vor zehn Jahren exakt genauso im Internet veröffentlicht.“ Die größte deutsche Nachrichten-Seite habe die Möglichkeiten, die das Netz heute bietet, so gut wie gar nicht genutzt. Nicht nur Knüwer sieht darin ein Symptom dafür, dass der deutsche Online-Journalismus im internationalen Vergleich hinterherhinkt. Der britische ► [Guardian](#) und die ► [New York Times](#) machen derweil vor, wie man das Thema professionell aufbereitet: Die „Times“ fordert ihre User auf, ► [Fragen an die Autoren](#) zu richten. Neben der eigentlichen Berichterstattung erläutert sie, nach welchen ► [Kriterien](#) sie die über 90 000 Datensätze bewertet hat. Zudem gibt sie auf ihrer ► [Sonderseite](#) Einblicke in ► [Originaldokumente](#). Der „Guardian“ geht noch weiter: Unter anderem bietet er eine ► [Interaktive Karte](#) zu den in den Protokollen genannten Kriegsereignissen. In einem ► [Video-Tutorial](#) zeigt er, wie die Militär-Dokumente zu lesen sind. Und er bietet ein ► [Glossar](#), das die kryptische Sprache der US-Militärs übersetzt. Auf all das verzichtet Spiegel Online – und verweist lieber auf die ausführliche Printberichterstattung zum Thema.

Neu: datenjournalist.de. Tipps, wie man aus nackten Daten spannende Geschichten generiert (siehe oben), fanden deutschsprachige Journalisten bisher fast ausschließlich auf englischen und amerikanischen Websites. Jetzt hat der Berliner Lorenz Matzat ein Blog zum Thema gestartet: ► [datenjournalist.de](#).

Verein fördert neue Erzählformen. „Spill The Beans!“ (englisch salopp für: „Nun erzähl schon!“) nennt sich ein neuer in Hamburg ansässiger Verein, der die Zukunft des Journalismus mitgestalten will. Auf seiner Website ► [www.spillthebeans.de](#) präsentiert er multimediale und interaktive Reportagen über gesellschaftlich relevante Themen aus aller Welt. Die Gründer wollen Fotografen, Filmemachern, Grafikern, Autoren und Ton-Leuten eine Plattform zu bieten, auf der sie gemeinsam neue Erzählformen ausprobieren, weiterentwickeln und präsentieren können. Bisher entwickelte sich das „Interactive Storytelling“, wie das multimediale Erzählen im Internet auch genannt wird, im deutschsprachigen Raum nur zögerlich. „Spill the Beans!“ wolle dazu beitragen, das zu ändern. Der Verein bietet Medienschaffenden verschiedener Disziplinen die Chance, sich zu Multimedia-Teams zusammenzuschließen. Die Mittel, die dem Verein in Form von Beiträgen und Spenden zukommen, sollen in ein Stipendienprogramm fließen, das neue multimediale Reportagen finanziert. Eine Spendenplattform soll Autoren mit potentiellen Geldgebern zusammenbringen, ähnlich wie das auf der kalifornischen Website ► [spot.us](#) für lokale investigative Rechercheprojekte schon funktioniert.
► [weiter](#) oder ► [Inhalt](#)

Inhalt, nur einen Klick entfernt

ABZV News

- [Online-Journalismus altbacken?](#)
- [Neu: Datenjournalist.de](#)
- [Verein fördert neue Erzählformen](#)
- [Tipp: Tankstellen-Check im Internet](#)
- [Fälle vor dem Presserat](#)

Marotte des Monats

- [Wörter \(fast\) ohne jeden Sinn](#)

Werkzeugkasten

- [Die Kunst des Briefens](#)

ABZV Comic

- [Neulich in der Redaktion](#)

Überleben im Büro

- [Strategien gegen die E-Mail-Flut](#)

Kampf dem Chaos

- [Die 20:80-Regel des Vilfredo Pareto](#)

Richtig rechtschreiben

- [Zusammensetzungen mit Online](#)

Regularien

- [Abo-Service + Archiv](#)
- [Seminartipps](#)
- [Leser-Echo](#)
- [Impressum](#)

Impressum

ABZV – Akademie Berufliche Bildung
der deutschen Zeitungsverlage e. V.
Beate Füth, V. i. S. d. P.,
Geschäftsführung und fachliche Leitung
Hildegard Schwarz,
Assistentin der Geschäftsführung
Steffen Sommer, Text
Andy Artmann, Gestaltung

In der Wehrhecke 1
D-53125 Bonn
T 02 28 – 20 77 66 22
F 02 28 – 20 77 66 23
newsletter@abzv.de
► www.abzv.de

Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Thementipp: Tankstellen-Check im Internet. Die „Goslarsche Zeitung“ veröffentlicht die aktuellen Benzinpreise an den Tankstellen in ihrem Verbreitungsgebiet auf ihrer Internetseite. Die Leser selbst halten die Daten aktuell und pflegen sie ein. So entsteht aus dem Wissen einzelner Leser eine Preisübersicht, die allen sparen hilft. „Es ging uns gerade um diese Form von Beteiligung im Netz“, sagt Ralf Blasig, Redakteur der Zeitung. Gestartet haben er und seine Kollegen den Tankstellen-Check im April. Zuvor hatten sie ausführlich im Blatt über das Thema berichtet. Inzwischen rufen rund 1000 Nutzer pro Tag den Benzinpreis-Überblick auf ► www.goslarsche.de ab. Wie die Zeitung mitteilt, haben sich mehr als 150 Leser registriert, um selbst Preis einzugeben. Vier ADAC-Clubs aus der Region unterstützten die Aktion als Projektpartner. Den Sommer über will die Zeitung den Benzinpreis-Check auf jeden Fall fortführen. Danach entscheiden Blasig und seine Kollegen, ob sie die Aktion verlängern.

„Dieses klassische Crossmedia-Projekt hat einiges an Vorbereitung gekostet“, räumt Blasig ein. Die Mühe habe sich aber gelohnt. Denn jetzt verfüge die „Goslarsche Zeitung“ über die technischen Möglichkeiten, das Wissen ihrer Leser auch für andere lokale Themen zu nutzen. Zum Beispiel, um Informationen über die verschiedenen Weihnachtsmärkte der Region zu sammeln und zu verbreiten. Mehr unter ► www.drehscheibe.org

Fälle vor dem Presserat: Die Nebeneinkünfte der Bürgermeisterin. Eine regionale Zeitung hat die Nebeneinkünfte der Bürgermeisterin einer kreisfreien Stadt veröffentlicht. Detailliert informierte die Redaktion über die Nebentätigkeiten der Kommunalpolitikerin und nannte die Beträge, die dafür auf ihr Konto geflossen sind – insgesamt fast 25.000 Euro im Jahr. Zuvor hatte die Bürgermeisterin den Stadtrat in einer nicht-öffentlichen Sitzung über ihre Nebeneinkünfte informiert. Nun beschwert sie sich beim Presserat über die Berichterstattung. Sie beruft sich darauf, den Stadtrat unter Ausschluss der Öffentlichkeit informiert zu haben. Der Rat oder eines seiner Mitglieder habe ihre personenbezogenen Daten an die Presse weitergegeben und damit gegen kommunalrechtliche und datenschutzrechtliche Vorschriften verstoßen. Die Bürgermeisterin meint, die Presse hätte deshalb nicht über diese Daten berichten dürfen. Der Zeitungsartikel verletze ihre Persönlichkeitsrechte.

Die Redaktion hält dagegen: Die Beschwerdeführerin sei hauptamtlich Bürgermeisterin einer kreisfreien Stadt. Die Bürger hätten ein berechtigtes Interesse daran zu erfahren, ob sie ihr Amt unabhängig ausübe. Ein Indiz dafür seien nicht zuletzt ihre Nebeneinkünfte und deren Höhe. Das öffentliche Informationsinteresse wiege in diesem Fall schwerer als das Persönlichkeitsrecht der Bürgermeisterin. Nach dem Korruptionsbekämpfungsgesetz des Landes bestehe für hauptamtliche Bürgermeister die Pflicht, Nebeneinkünfte offen zu legen.

Wie würden Sie entscheiden? Lesen Sie ► [hier](#), wie der Presserat reagiert hat.

► [Inhalt](#)

Marotte des Monats

Diesmal: Wörter (fast) ohne jeden Sinn

Wenn wir sprechen, können wir auf Füllwörter kaum verzichten. Indem wir in unsere Rede ab und zu ein „bekanntlich“, ein „schlichtweg“, ein „irgendwie“ oder ein „nichtsdestoweniger“ einflechten, verschaffen wir uns Zeit. Diese Wörter transportieren zwar keinerlei Information. Aber sie geben uns Gelegenheit, während wir sprechen darüber nachzudenken, was wir eigentlich sagen wollen. So gesehen sind Füllwörter ein Segen. Man stelle sich vor, was aus den Mündern all der im Fernsehen interviewten Politiker, Experten und Fußballer quölle, wenn ihnen nicht all die Füllwörter, die das Deutsche bereithält, gelegentlich ein Verschnaufpäuschen verschaffen!

Sobald ein Redner vom Blatt liest, sieht die Sache anders aus. Wenn er uns dann mit Füllwörtern quält, sollten wir ihn vom Podium zerrren und ihm die Meinung geigen. Denn er hatte beim Verfassen seiner Rede genug Zeit, darüber nachzudenken, was er uns mitteilen will. Formulierungen wie „...in diesem Zusammenhang möchte ich es nicht versäumen, einmal mehr darauf hinzuweisen, dass ...“ sollte niemand ungestraft vom Blatt lesen dürfen!

Unerträglich sind Füllwörter in Texten, die dafür bestimmt sind, gelesen zu werden. So wie dieser hier. Bis hierher enthält er wenige Füllwörter. Das *wiederum* lässt sich *nur allzu* leicht ändern. Um *gleichsam* zu zeigen, wie störend sich solche sinnfreien Wörter *zuweilen* auswirken, wollen wir es an dieser Stelle nicht versäumen, ein paar in diesen Text zu streuen. *Praktisch irgendwie* um des schlechten Beispiels willen. Denn *vielfach* reicht es *wirklich völlig*, ein paar solcher Wörter in einen *sozusagen voll und ganz* überfrachteten Text zu pressen. Der Leser wird dann *gewissermaßen* mit der Nase darauf gestoßen, dass Füllwörter *samt und sonders weitgehend* unnötig sind.

Liebe Leserinnen und Leser, stoßen auch Sie immer wieder auf die gleichen sprachlichen Marotten? Welche nervt oder erheitert Sie besonders? Schicken Sie uns Beispiele! ► newsletter@abzv.de ► [Inhalt](#)

Werkzeugkasten

Die Kunst des Briefens

Redakteure, die wissen, worauf es beim Briefing von Autoren ankommt, können sich und ihren freien Mitarbeitern eine Menge Frust und Arbeit ersparen. Fünf Tipps, die die Zusammenarbeit sofort erleichtern.

1. KLÄREN SIE MÖGLICHST PRÄZISE, WORUM ES GEHEN SOLL

Damit ihr Autor liefern kann, was Sie sich wünschen, braucht er klare Vorgaben. Es reicht nicht zu sagen: „Schreiben Sie mal was über die Pfadfinder in unserer Stadt!“ Was macht die Pfadfinder interessant für Ihre Leser? Lassen Sie Ihren Autor nicht allein mit dieser Frage! Entwickeln Sie gemeinsam eine Recherchethese. Vielleicht formulieren Sie einen vorläufigen Vorspann für die Geschichte: „Zu Pfingsten ziehen Sie wieder in die Natur, die Pfadfinder. Stehen in aller Herrgottsfrühe auf, schufteten wie die Packesel – und haben dennoch Zulauf.“ Wenn Sie Ihrem Autor diesen Vorspann ins Briefing schreiben, weiß er, in welche Richtung er recherchieren muss: Sein Text soll klären, was ausgerechnet die Pfadfinder für Kinder und Jugendliche so attraktiv macht.

2. DEFINIEREN SIE DIE FORM

Einigen Sie sich auf eine Darstellungsform, die dem Thema gerecht wird. Reicht es, die Fakten schlicht zu berichten oder müssen sie in einem Feature veranschaulicht werden? Gilt es ein Thema zu glossieren oder zu kommentieren? Stehen Personen und ihr Handeln im Mittelpunkt und bedarf es deshalb eines Interviews, eines Porträts oder einer Reportage?

3. LEGEN SIE DIE FORMALIA FEST

Sagen Sie Ihrem Autor, wie lang der Text werden soll, und bis wann Sie ihn brauchen. Am besten, Sie legen den Abgabetermin deutlich vor den Redaktionsschluss. Dann haben Sie genügend Spielraum, falls sich der Autor verspätet oder er den Text überarbeiten muss. Legen Sie im Briefing auch das Honorar fest.

4. SPRECHEN SIE NACH DER RECHERCHE NOCH EINMAL MIT IHREM AUTOR

Klären Sie nach der Recherche, aber vor dem Schreiben, ob der Anlass für den geplanten Text noch besteht. Lässt sich die These halten? Benennen Sie Recherchelücken. Legen Sie die Darstellungsform endgültig fest. Helfen Sie dem Autor, seinen Text zu gliedern. Viele Autoren verlieren viel Zeit bei der Suche nach dem perfekten Einstieg und Schluss. Viele Redakteure verlieren Zeit, bei der Umstrukturierung schlecht konstruierter Texte.

5. GEBEN SIE KONSTRUKTIV FEEDBACK UND SEIEN SIE OFFEN FÜR KRITIK

Treffen Sie sich ab und zu mit Ihren festen Freien. Besprechen Sie gute und weniger gute Text-Beispiele und legen Sie Standards für die künftige Zusammenarbeit fest. Das sichert langfristig die Qualität ihrer Beiträge. Fragen Sie Ihre freien Mitarbeiter, wie Sie ihnen die Arbeit erleichtern können. ▶ [Inhalt](#)

ABZV Comic

NEULICH IN DER REDAKTION



© Zeichnung: Philipp Schäfer / Plot: Steffen Sommer

▶ [Inhalt](#)

das besondere Seminar

»I shot the sheriff, but I didn't shoot no deputy«

Robert Nesta (Bob) Marley, Liedermacher (Nine Miles - Miami, 1945 - 1981)

Gestaltung aus der zweiten Reihe: Der Stellvertreter

Sie tragen eine hohe Verantwortung im Redaktionsalltag. Sie machen das Blatt, wenn der Chef Wichtigeres zu tun hat. Sie halten ihm den Rücken frei und erklären der Redaktion, was die Nummer Eins eigentlich will und meint. Stellvertreter managen den Laden aus der zweiten Reihe. Sie haben wenig Macht und viel Einfluss.

Dieses Seminar bahnt Wege durch das Dickicht der Ansprüche, die von allen Seiten an die Stellvertreter gestellt werden. Sie haben die Chance, ihr Wissen über redaktionelle Organisation zu komplettieren und ihren kommunikativen Werkzeugkasten zu ergänzen; sie klären ihre Rolle, ihre Ziele und ihre Linie. Damit sie den spannenden Job langfristig erfolgreich ausfüllen können.

Mehr Informationen und Online-Anmeldung auf der [► Seminareseite im Web](#)
 T 0228 – 20 77 66 22 oder info@abzv.de

[► Inhalt](#)

Seminare für Schnellbucher: nur noch wenige Plätze frei!

- 14. bis 16. September 2010, Bonn: Schreib- und Redigierwerkstatt [► Infos](#)
- 16. und 17. September 2010, Dresden: Journalistische Sorgfalt und Haftung [► Infos](#)
- 20. und 21. September 2010, Stuttgart: Sportjournalismus [► Infos](#)
- 20. bis 22. September 2010, Bonn: Effektiv recherchieren [► Infos](#)
- 27. und 28. September 2010, Bonn: Online-Videoproduktion mit Spiegelreflexkameras [► Infos](#)
- 30. Sept und 01. Oktober 2010, Dresden: Schreiben für Kinder und Jugendliche [► Infos](#)
- 14. Oktober 2010, Stuttgart: PR-Manipulationen durchschauen [► Infos](#)
- 28. Oktober 2010, Würzburg: Rechtssicher schreiben [► Infos](#)
- 29. Oktober 2010, Würzburg: Rechtsfragen beim Interview [► Infos](#)
- 28. und 29. Oktober 2010, Würzburg: Ideenkonferenz - effektive Themensuche [► Infos](#)

T 0228 – 20 77 66 22 oder info@abzv.de

[► Inhalt](#)

Seminar-Tipps für die nächsten Monate

- Porträt-, Reportage- und Featuretraining: 02. bis 04. November 2010, Bonn [► Infos](#)
- Der Haushalt einer Gemeinde: 02. bis 04. November 2010, Dresden [► Infos](#)
- Presserecht aktuell für Lokalredaktionen: 11. und 12. November 2010, Hannover [► Infos](#)
- Kommentar und Glosse: 11. und 12. November 2010, [► Infos](#)
- Zeitmanagement in der Redaktion: 15. und 16. November 2010, Würzburg [► Infos](#)
- Führen, Fordern, Motivieren: 22. und 23. November 2010, Dresden [► Infos](#)
- Kreative Arbeitsmethoden im journalistischen Alltag: 22. und 23. November 2010, Hannover [► Infos](#)
- Journalistische Darstellungsformen im Internet: 22. und 23. November 2010, Bonn [► Infos](#)

T 0228 – 20 77 66 22 oder E-Mail info@abzv.de.

[► Inhalt](#)

Abo-Service + Archiv

Sie haben eine Kollegin und einen Kollegen, denen Sie den Newsletter [ABZV aktuell](#) empfehlen möchten? Ihre Mail-Adresse hat sich geändert? Schicken Sie einfach eine Mail an newsletter@abzv.de. Wenn Sie im Archiv von [ABZV aktuell](#) nachlesen wollen, können sie [► hier](#) blättern.

Wenn Sie diesen Newsletter künftig nicht mehr beziehen möchten, können Sie ihn [► hier](#) abbestellen.

Sie konnten die Links im Newsletter [ABZV aktuell](#) nicht nutzen? Die neueste Version des Adobe Readers Acrobat können Sie [► hier](#) herunterladen.

[► Inhalt](#)

Überleben im Büro

Strategien gegen die E-Mail-Flut

Die Internetnutzer dieser Welt haben im vergangenen Jahr etwa 220 Milliarden E-Mails produziert – pro Tag! 90 Prozent davon waren Spam. Vermutlich landen auch in Ihrem Postfach deutlich mehr Mails, als Sie brauchen können. So entkommen Sie dem Daten-Wahnsinn.

SIE ENTSCHIEDEN, WANN SIE IHRE MAILS LESEN

Lassen Sie sich nicht von Ihrem Computer vorschreiben, wann Sie Ihre E-Mails checken! Schalten Sie Signaltöne und sich selbst öffnende Fenster, die sie auf frisch eingegangene E-Mails hinweisen, einfach ab. Anstatt sich laufend ablenken zu lassen, bearbeiten Sie Ihre Mails nur noch zwei-, dreimal am Tag. Reservieren Sie sich dafür feste Zeitfenster. Achtung: Beginnen Sie Ihren Tag nicht damit, die Mails zu checken. Verwenden Sie die ersten anderthalb Stunden lieber für eine Aufgabe, die Ihre volle Konzentration erfordert, etwa die Arbeit an einem Artikel. Mails lesen können Sie auch, wenn ihr Bio-Rhythmus im Keller ist.

ÖFFNEN SIE NUR MAILS, DIE RELEVANT SIND

Die meisten E-Mails können Sie ungelesen löschen. Tun Sie das konsequent, wenn Ihnen nach der Betreffzeile nicht klar ist, warum Sie der Inhalt dieser Mail interessieren sollte. Das spart eine Menge Zeit. Das Risiko, etwas Wichtiges zu verpassen, ist vergleichsweise gering.

LEEREN SIE IHREN EINGANGSKORB JEDEN TAG

Lesen Sie jede Mail nur einmal. Fragen Sie sich, was damit zu tun ist und erledigen Sie es *sofort*. Übertragen Sie wichtige Termine, die Ihnen der Absender mitteilt, in Ihren Kalender. Halten Sie Aufgaben, die sich aus der Mail ergeben, auf einer ToDo-Liste fest. Wenn die Mail eine Antwort erfordert, antworten Sie sofort. Falls Sie vorher noch etwas arbeiten müssen, schicken Sie dem Absender eine kurze Zwischeninfo. Wenn Sie die Mail auf diese Weise bearbeitet haben, löschen Sie sie oder verschieben sie in einen projekt- oder personenbezogenen Unterordner. Ihr Eingangskorb sollte jeden Abend leer sein.

MACHEN SIE SICH KEINEN UNNÖTIGEN STRESS

Die heute gebräuchlichen E-Mail-Programme bieten sehr mächtige Kategorisierungs- und Filterfunktionen. Machen Sie sich damit vertraut. Lassen Sie sich Ihre Post automatisch vorsortieren. Und sparen Sie sich die Mühe, bereits abgelegte Mails auszusortieren. Dank der Suchfunktion ihres E-Mail-Clients finden Sie jede Nachricht schnell und einfach wieder – egal wie viele Mails Sie horten.

BEREITEN SIE ANDEREN SO WENIG MÜHE WIE MÖGLICH

Um die E-Mail-Flut zu verringern, hilft nur eines: weniger E-Mails versenden. Setzen Sie andere nur dann „cc“, wenn Ihre Nachricht für diese Adressaten tatsächlich relevant ist. Viel Mühe können Sie den Lesern Ihrer Mails ersparen, wenn Sie sich kurz fassen, den Inhalt klar gliedern und das Wichtigste zuerst schreiben. Oft reicht die Betreffzeile, um Informationen zu transportieren. Besonders gut eignet sich diese Kurzform für Empfangsbestätigungen: „Danke für die schnelle Antwort! Ihr Mario Mustermann“

► [Inhalt](#)

Kampf dem Chaos

Die 20:80-Regel des Vilfredo Pareto

Fleiß ist eine überschätzte Tugend. Das hat der italienische Ökonom Vilfredo Pareto schon vor 100 Jahren erkannt. Seine Botschaft: Es geht nicht darum, viel zu tun, sondern das Richtige.

Pareto hat beobachtet, dass innerhalb einer gegebenen Menge stets einige wenige Teile einen weitaus höheren Wert aufweisen als die große Masse. Beispiele: 20 Prozent der Bevölkerung verfügen über 80 Prozent des Gesamtvermögens. 20 Prozent der Fehler in einer Produktionsanlage verursachen 80 Prozent des Ausschusses. 20 Prozent der Twitterer versenden 80 Prozent der Tweeds. Wir tragen nur 20 Prozent der Kleidung, die wir in unserem Kleiderschrank haben. Übertragen auf den Arbeitsalltag bedeutet das: 20 Prozent der ToDos bringen 80 Prozent des Ergebnisses. Deshalb lohnt es sich, Aufgaben zu priorisieren: Identifizieren Sie jene 20 Prozent, die für das Ergebnis, das Sie sich wünschen, am wichtigsten sind. Und erledigen Sie diese Aufgaben zuerst! Hinterher haben Sie Luft für den Kleinkram. So arbeiten Sie viel entspannter. Das funktioniert. Probieren Sie es aus! ► [Inhalt](#)

richtig rechtschreiben

Zur Schreibweise von Zusammensetzungen, die Online als Erstglied und ein deutsches Substantiv als Zweitglied aufweisen

Zusammensetzungen, die **Online** als Erstglied und ein **deutsches Substantiv als Zweitglied** aufweisen, werden – den einschlägigen Rechtschreibwörterbüchern zufolge – **zusammengeschrieben**, z. B. **Onlinehilfe**, **Onlinedienst**, **Onlinevertrieb**.

Darüber hinaus gibt das amtliche Regelwerk der deutschen Rechtschreibung, das seit dem 1. August 2007 für Schulen und Behörden verbindlich ist, den Schreibenden die **Möglichkeit**, in Verbindungen dieses Typs jeweils einen **Bindestrich** einzufügen – sofern sie hierfür triftige Gründe sehen.

Der Bindestrich kann grundsätzlich dazu beitragen, einzelne Bestandteile einer Verbindung hervorzuheben, deren Lesbarkeit und Verständlichkeit zu erhöhen und die Aussageabsicht der Schreibenden zu verdeutlichen.

In solchen Fällen wird auch der zweite Bestandteil der Verbindung großgeschrieben, z. B. **Online-Abonnement** (besser nicht: Onlineabonnement), **Online-Auftritt** (besser nicht: Onlineauftritt), **Online-Ausgabe** (besser nicht: Onlineausgabe).

Entsprechendes gilt für Zusammensetzungen, die **Offline** als Erstglied und ein deutsches Substantiv als Zweitglied aufweisen, z. B. Offlinebetrieb

Lisa Walgenbach, Sprachwissenschaftlerin, Worms

Link zu den von deutschsprachigen Nachrichtenagenturen verwendeten Rechtschreib-Varianten
► www.die-nachrichtenagenturen.de

Im ► [Download-Center](#) der ABZV stehen frühere Kolumnen zur richtigen Rechtschreibung zum Herunterladen bereit.

► [Inhalt](#)

Und so hat der Presserat entschieden

Die Beschwerde ist unbegründet. Obwohl der Zeitungsartikel Informationen über ihre Nebeneinkünfte enthält, verletzt er die Persönlichkeitsrechte der Bürgermeisterin nicht. Die veröffentlichten Daten sind zwar vom Recht auf informationelle Selbstbestimmung nach Ziffer 8* des ► [Pressekodex](#) geschützt. Das Persönlichkeitsrecht des Einzelnen ist jedoch immer gegen das öffentliche Interesse an der Berichterstattung abzuwägen.

Hier bestand ein überwiegendes öffentliches Interesse der Bevölkerung der Stadt daran, über die Einnahmen informiert zu werden, die die Bürgermeisterin zusätzlich zu ihrer hauptamtlichen Tätigkeit durch Nebeneinkünfte erzielt. Für die Bewertung der Berichterstattung ist es unerheblich, woher die Informationen stammen. Maßgeblich ist allein die Zulässigkeit und die Zuverlässigkeit der Berichterstattung. Beides stand hier außer Zweifel.

► [zurück zur Fallbeschreibung auf Seite 2](#)

► [Inhalt](#)

Leser-Echo

Haben Sie als Leser von [ABZV aktuell](#) Anregungen, Wünsche? Möchten Sie andere Leser von [ABZV aktuell](#) etwas wissen lassen? Schreiben Sie an newsletter@abzv.de. Ihre Mail wird hier veröffentlicht. Kürzungen behalten wir uns vor.

► [Inhalt](#)