
Barbara Hallmann

Themen finden

2., überarbeitete Auflage

UVK Verlagsgesellschaft Konstanz · München

Wegweiser Journalismus
Herausgegeben von Christoph Fasel
Band 4

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind
im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISSN 1866-5365

ISBN 978-3-86764-441-9

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes
ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbe-
sondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und
die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz und München 2014

Einbandgestaltung: Susanne Fuellhaas, Konstanz
Konzeption und Layout: Claudia Wild, Konstanz
Druck: fgb · freiburger graphische Betriebe, Freiburg

UVK Verlagsgesellschaft mbH
Schützenstr. 24 · 78462 Konstanz · Deutschland
Tel.: 07531-9053-0 · Fax: 07531-9053-98
www.uvk.de

Inhalt

1 Wie Themenfindung nicht funktioniert: zehn Regeln für den Misserfolg	7
2 Warum nach eigenen Themen suchen? Es gibt doch Pressekonferenzen!	13
3 Den Schreibtisch verlassen	23
4 Und es geht doch: Themenrecherche am Schreibtisch	41
5 Was ist denn nun ein »gutes Thema«?	89
6 Endlich, ich habe ein Thema! Und jetzt?	95
7 Ideen sichern und nutzbar machen	99
Übungsteil	103
Literatur	129
Index	131

1 Wie Themenfindung nicht funktioniert: zehn Regeln für den Misserfolg

Dieses Kapitel ist das wertvollste im ganzen Buch: Es erklärt, wie man sich erfolgreich blockieren kann und es so schafft, ganz bestimmt kein interessantes Thema und keine gute Geschichte zu finden. Alle Tipps sind von der Autorin getestet und mit einer Erfolgsgarantie versehen.

Wer schon weiß, wie man ganz sicher spannenden Themen oder packenden Geschichten aus dem Weg geht, der kann dieses Kapitel getrost überblättern. Denn die Tipps, die hier folgen, hat der- oder diejenige schon verinnerlicht. Hilfreich ist das Folgende allerdings für alle, die meinen, sie bräuchten dringend längere Ferien oder hätten in der vergangenen Zeit schon genug Geld verdient. Und für alle, die dringend den Kopf frei bekommen müssen von dieser Flut guter Gedanken.

Hier kann jeder kontrollieren, ob er alles richtig macht, um guten Geschichten auszuweichen – und vielleicht die eine oder andere gute neue Angewohnheit in seine Arbeit integrieren, so dass es noch ein bisschen schwerer wird, spannende Ansatzpunkte für eine Recherche zu finden.

Es unbedingt wollen – jetzt!

Man muss sich nur darauf fixieren und dann klappt es auch. Man muss nur krampfhaft suchen und dann findet man schon. Ideen sind schließlich keine kleinen scheuen Tierchen, die sich ausgerechnet dann nicht zeigen, wenn man danach sucht. Mit Ideen ist es doch genau genommen wie mit dem Schlaf, der

ausgerechnet dann ganz schnell kommt, wenn man sich nur die ganze Zeit einredet, dass man jetzt ganz schnell einschlafen muss, weil ja in drei oder vier Stunden der Wecker schon wieder klingelt. Das macht Themenideen in gewisser Weise mit dem perfekten Paar Schuhe oder dem perfekten Partner vergleichbar: Wer krampfhaft danach sucht, hat ausgezeichnete Chancen, nicht fündig zu werden.

Die meiste Zeit am Schreibtisch verbringen

Präsenz zeigen – gegenüber dem Chef und den Kollegen. Nicht notwendigerweise mit brillanten Themenvorschlägen (darum geht's hier ja gar nicht), sondern vielmehr physisch. Immer der Erste, der morgens in die Redaktion kommt, und immer der Letzte, der geht. Am besten den ganzen Tag auf den Computer starren und auch zum Mittagessen aus der Kantine nur schnell ein Brötchen holen. Und sich am Abend todmüde aus der Redaktion auf den Nachhauseweg machen und darüber freuen, dass man heute nicht auf eine einzige gute Geschichte gestoßen ist. Übrigens: Wer den ganzen Tag schon so erfolgreich keine Geschichten gefunden hat, sollte es natürlich auch tunlichst vermeiden, abends eine Stunde lang genüsslich mit Musik in der Badewanne zu liegen. Und wenn das schon unbedingt sein muss, sollte man zumindest keinen Gedanken an die Themensuche verschwenden.

Autosuggestion als Ideenkiller nutzen

Negative Autosuggestion ist eine wunderbare Methode, um brillante Ideen abzuwehren, wenn sie sich aufdrängen. Die sicherste Methode: Jede Idee mit Geschichten gleichsetzen, die man irgendwo irgendwann schon mal gelesen hat. Alle guten Storys sind schon mal da gewesen, man kann gar nichts gutes Neues mehr finden.

Und es ist doch wirklich so: Das Porträt eines 54-jährigen Mannes aus Rumänien, der mit einem Gaumendefekt geboren wurde und bis zur Operation, die eine amerikanische Stiftung bezahlt hat, vor ein paar Monaten gar nicht sprechen konnte, braucht man der Redaktion nun wirklich nicht anzubieten. Vor allem dann nicht, wenn sie vor einem halben Jahr eine Reportage gebracht hat, wie eine Hilfsorganisation in Moldawien kostenlos Kinder mit Fehlbildungen am Kopf operiert.

Aber die Technik der Autosuggestion lässt sich noch perfektionieren: Man sollte an den Ideen der Redaktionskollegen immer nur die guten Seiten suchen. An den eigenen Ideen hingegen immer nur die negativen Punkte. Und man sollte, wenn man es doch nicht lassen kann, eine Idee einzubringen, immer betonen, wie schlecht sie ist.

Die Kunst am Journalismus ignorieren

Ganz klar – Journalismus ist ein Beruf wie jeder andere auch. Man kann von morgens um neun bis abends fünf arbeiten und dann geht man nach Hause und der Job ist erledigt. Keinen Gedanken mehr daran verschwenden. Im Gegenzug ist man natürlich zu den normalen Arbeitszeiten voll da. Mal den Morgen auf der Terrasse verbringen und dafür abends am Schreibtisch sitzen – das geht beim besten Willen nicht. Oder gar vormittags gegen halb elf, nach wenig kreativen anderthalb Stunden am heimischen Schreibtisch, ausgiebig duschen. Journalismus ist schließlich in keiner Weise ein künstlerischer Beruf, der womöglich auch Auszeiten verlangt, damit kreative Einfälle einfach fließen können.

Sich als Einzelkämpfer profilieren

Journalisten arbeiten allein. Und genau genommen brauchen sie aus genau diesem Grund auch keine Kollegen. Also ist es am sinnvollsten, ein Büro für sich allein zu haben. Freiberufler brauchen sich nun wirklich nicht in einer Bürogemeinschaft einzumieten, um Austausch mit anderen zu haben. Gemeinsames Brainstorming war gestern – genau wie Journalistenstammtische. Womöglich klaut einem da jemand noch Ideen.

Das Leben mit Arbeit verbringen

Termine morgens, mittags oder abends. Termine am Wochenende. Und zwischendurch schreiben, schreiben, schreiben. Für Freunde oder Hobbys bleibt da keine Zeit. Und was bringen diese Stunden beim Angeln schon? Und bei der Party am Donnerstag kommen sowieso nur Leute, die man nicht kennt. Was sollen die einem schon erzählen? Also ist es wohl viel besser, diese Zeit mit Arbeit zu verbringen.

Das Sich-Wundern anderen überlassen

Die Dinge sind eben, wie sie sind, und genau so muss man sie hinnehmen. Journalisten können die Welt nicht verändern. Deshalb hilft es gar nichts, sich zu fragen, warum die Dinge so sind, wie sie sind, und ob sie nicht vielleicht besser wären, wenn sie anders wären. Wieso, weshalb, warum? – Das ist doch nur was für Kinder.

Die Leute auf der Straße ignorieren

Der Taxifahrer, die Verkäuferin beim Bäcker, der Straßenkehrer: Was hat man mit diesen Leuten schon zu reden? Möglicher-

weise erzählen die einem noch von ihren Problemen! Oder irgendwelche wirren Gerüchte. Noch schlimmer wäre genau genommen nur, sie auch noch auf Dinge anzusprechen, die einem auffallen. Zum Beispiel, wie es ist, wenn bei dieser drückenden Juli-Hitze der Müll so arg stinkt. Das bringt sie nur darauf, von ganz anderen Sorgen zu erzählen. Nein, eigentlich wollen diese Leute ja auch nur ihre Ruhe haben, also sollte man sie am besten gar nicht erst in ein Gespräch verwickeln.

Sich nicht mit anderen Medien ablenken lassen

Um Zeitungskioske sollte man einen möglichst großen Bogen machen. Das betrifft insbesondere gut sortierte Läden mit einem großen Angebot an Zeitschriften, die kaum jemand kennt. Kaufen und Lesen sollte bei diesen Zeitschriften natürlich tabu sein. Maximal bekannte Publikationen wie »Spiegel«, »Focus« und »Bild« sind erlaubt. Gleiches gilt für die Tiefen des Internets: Jemand, der erfolgreich keine guten Themenideen finden will, sollte an der Oberfläche bleiben. Blogs, private Seiten und Social-Networking-Portale sind tabu. Ach so: Webradios natürlich auch.

Auf das Gedächtnis vertrauen

Richtig gute Ideen braucht man nicht aufzuschreiben. Solche Ideen bleiben im Kopf. Und wenn sie eben nicht dort bleiben, dann sind sie auch nicht gut. Ein Block griffbereit neben dem Bett ist genau so sinnlos wie die Diktiergerät-Funktion im Handy. Und wer immer einen Stift dabei hat, der beweist einfach nur Gedächtnisschwäche. Gute Ideen kommen immer wieder.