



Senat der Freien und Hansestadt Hamburg
Personalamt



blickpunkt spezial



Was ist denn das - blickpunkt spezial?

Blickpunkt personal hat sich verändert. Mit der Ausgabe 2/2005 stellte die Publikation sich erstmalig in neuem Gewand vor, mit neuer Struktur und mit Fotos ergänzt.

Nach wie vor ist es ein gemeinsames Forum der Behörden und Ämter, es wird gespeist mit Artikeln nicht nur aus dem Personalamt, sondern aus der gesamten „FHH-Welt“. Um Ihnen den Schritt von der Lust, einen Beitrag zu leisten zu dem tatsächlichen Erstellen des Artikels zu erleichtern, geben wir Ihnen hier eine Unterstützung an die Hand.

Aber wie wird man denn überhaupt zur Autorin / zum Autor? Ganz einfach: Wir geben in jedem blickpunkt personal das Schwerpunktthema der nächsten Ausgabe bekannt. Sollten Sie hierzu einen Artikel veröffentlichen wollen, so sprechen Sie uns an - umgekehrt kommen wir auch auf Sie zu, wenn wir uns einen Beitrag von Ihnen wünschen. Sie können aber auch unabhängig von den Schwerpunktthemen Beiträge liefern. Voraussetzung ist natürlich, dass sie für die Leserschaft von blickpunkt personal interessant / wichtig / informativ sind. In einem Gespräch klären wir gemeinsam mit Ihnen, für welche Rubrik das Thema geeignet ist, wie lang der Text werden könnte / sollte etc. Zur Frage, welche Textform Sie wählen können gibt Ihnen der nachfolgende Text von Frau Dr. Steigüber wertvolle Tipps (ab S. 6). Doch zuerst zu den praktischen Dingen:

Autorenfoto

Ein kleines schwarz-weiß Portrait. Das Foto kann entweder von der Autorin / dem Autor geliefert werden oder wir machen selbst ein kurzes, unkompliziertes „fotoshooting“. Vor Veröffentlichung wird es von Autorin / Autor freigegeben.

Kurzportrait der Autorin / des Autors

Warum schreibt sie / er etwas zu diesem Thema? Wo ist die Verbindung? Nur ein, zwei Zeilen, von Autorin / Autor geschrieben. Vorangestellt natürlich - wie bisher auch - Name und Behörde/Amt.

Fotos zum Text

Fotos werden als auflockernde Elemente eingesetzt, die a) ergänzende Informationen zu den Texten liefern und b) nach der Aufmerksamkeit der „Durchblätternen“ greifen. Pro DIN A4-Seite

blickpunkt personal

Susanne Neugebauer, Personalmanagement Konzepte und Marketing
6 Jahre Erfahrung in Text und Grafik der Werbewelt, ebensoviel im Personal-Bereich.



blickpunkt personal runderneuert!
Susanne Neugebauer erklärt, warum und wie

1997 – schon wieder recht lange her, sagen Sie? Das geklonte Schaf Dolly, der 50. Spiegel-Geburtstag oder die Verwaltungsreform in Finnland? Entweder wirkten die Geschehnisse sich nicht auf jeden persönlich aus, waren zu weit weg oder schlicht nebensächlich. Und aus personalpolitischer Sicht? Ja, richtig: der Geburtstag von blickpunkt personal. In ein geradliniges Gewand gehüllt/informierter seitdem quartalsweise über eine Vielzahl personalrelevanter Themen aus dem Personalamt und den Behörden: aktuelle Rechtsprechung, laufende Vorhaben, neue Entwicklungen, Projekte etc.

Die Publikation hatte stets regen Zuspruch und transportierte viel Wissen. Grund genug, alles so zu lassen? Jein. Natürlich werden wir die Qualität nicht schmälern, die Zielgruppen nicht aus den Augen verlieren und die Praxisnähe nicht in die Ferne rücken. Und doch haben wir das Konzept überarbeitet.

In den letzten Jahren ist im Personalmanagement eine Menge passiert, bspw. zum Thema Personalbedarfsplanung, neues Beurteilungswesen, betriebliche Gesundheitsförderung und wir haben unsere Themen immer stärker als Gesamtsystem miteinander verknüpft und systematisiert. Dieser Entwicklung folgt nun auch blickpunkt personal. Wichtig ist uns hierbei, dass es nicht um einzelne Instrumente und Themen aus der einen Behörde oder dem anderen Amt geht, sondern um das **gesamte** Personalmanagement der FHH. Ohne Trennungslinie. Wir arbeiten schließlich alle bei **einem** Unternehmen und an den gleichen Zielen. Dies wollen wir auch mit blickpunkt personal abbilden und deshalb haben wir an der Publikation einiges – aber nicht alles! - geändert.

Inhaltliche Struktur:
Wie bisher gibt es ein Schwerpunktthema, die dritte Ausgabe jeden Jahres ist traditionell der Personalbericht. Die Aufbereitung der Themen folgt aber nun einer anderen Rubrikstruktur: Nach dem Editorial starten wir mit der Rubrik **Impulse**. Hier werden Themen zur Diskussion gestellt, Kern dieser Artikel werden kontroverse Thesen sein, zu denen Sie, liebe Leserinnen und Leser, Stellung beziehen können und sollen. **Aktuelles** zeigt auf, was uns zurzeit bewegt. Das sind manchmal neue Themen, manchmal aber auch Dauerbrenner, die sich aufgrund aktueller Entwicklungen weiter entwickeln, neue Fragen aufwerfen und unser aktives Handeln fordern. Hier haben auch die Informationen aus dem Bereich des Dienst- und Tarifrechts ihren Platz. Die Rubrik **MeinungsBilder**

2

soll mindestens ein Bild vorhanden sein, zwischen Fotos und Artikel muss ein erkennbarer Zusammenhang bestehen. Größe und Format sind nicht vorgegeben, hier besteht eine Abhängigkeit zum vorhandenen Platz. Es kann sich um Bilder von Veranstaltungen handeln, von Personen, Gesetzbüchern o.a. Im besten Fall liefern die Schreibenden die Fotos. Werden keine Bilder geliefert, werden ggf. Motive durch die Redaktion ausgewählt.

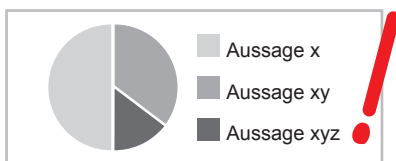
Schrift und Textlänge

Die Schriftart und -größe ist durch das Corporate Design der FHH vorgegeben: Arial, 11 Punkt für Fließtext. Bitte beachten Sie, dass Hervorhebungen meistens durch den Schriftschnitt **fett** genügend betont sind. Eine Anhäufung von **fett**, *kursiv* und unterstrichen bei einem **Wort** unterbricht den Lesefluss, hebt eine Aussage oder Überschrift aber nicht mehr hervor als lediglich **fett**. Ebenso werden Zwischenüberschriften am besten in Arial, 11 Punkt **fett** geschrieben. Die Artikel werden als Word-Dateien an die Redaktion geschickt.

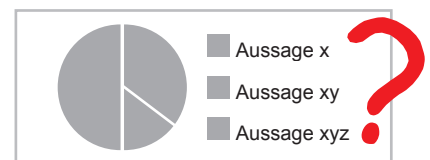
Die Textlänge lässt sich nicht standardisieren. Ein kurzer Abriss über eine Veranstaltung braucht weniger Platz als der Bericht über ein neues Konzept, die Wiedergabe einer Rede braucht mehr Zeilen als die Information über eine personelle Veränderung usw. Verabredungen über die Textlänge werden bei der Auftragsklärung getroffen.

Grafiken, Tabellen, Diagramme

Die Grafiken sollten nur in Schwarz bzw. Grautönen und Rot gehalten sein. Blickpunkt personal ist ein zweifarbiger Druck, d.h. wir drucken nur Grautöne bzw. Schwarz und das „Hamburg-Rot“. Alle anderen Farben werden in Grautöne umgewandelt und sind daher nur abhängig von der eigenen Helligkeit aussagekräftig. Hellblau und Hellgrün sind beispielsweise gleich hell und werden im blickpunkt als gleiches Hellgrau dargestellt. Diagramme verlieren somit ihre Aussagekraft, denn Abgrenzungen beispielsweise in Tortendiagrammen sind nicht mehr



erkennbar. In der Konsequenz bedeutet es, dass Sie Ihre Grafiken von vornherein nicht mit verschiedenen Farben, sondern mit deutlich unterschiedlichen Grautönen und Rot erstellen.



Quellenangaben



foto: www.photocase.de

Sowohl für Texte als auch für Fotos, die die Autorin / der Autor nicht selbst erstellt hat, müssen die Quellen angegeben werden.

Redaktionsschluss/Deadline für die Autorinnen und Autoren

Die Deadline wird den Autorinnen und Autoren frühzeitig mitgeteilt und ist unbedingt als **echte** Deadline zu verstehen. Es gibt in der Redaktion keinen zeitlichen Spielraum, der weiter ausgeschöpft werden kann. Deswegen deadline...

Deadline für die Redaktion

Blickpunkt erscheint immer Ende des Quartals. Von diesem Termin aus geht die Zeitplanung sozusagen rückwärts und gibt dadurch die Deadline für die Redaktion vor. Die Redaktions-Deadline ist immer der Termin, an dem die Datei spätestens in die Druckerei geschickt werden muss. Auch hier ist es nicht möglich, den Zeitplan zu verändern.

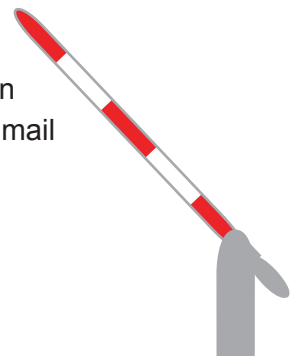
Redaktion/Freigabe durch die Autorinnen und Autoren



Die Redaktion wird sich die Texte ansehen, bevor sie in den Druck gehen und auf verschiedene Aspekte achten. Diese können aber auch schon während des Schreibens berücksichtigt bzw. überprüft werden. Hierfür sind die sprachlichen Tipps (s.a. Punkt 2) hilfreich. Daran anschließend können sich Autorin/Autor und Ihrem Text die folgenden Fragen stellen:

- Wovon handelt der Text?
- Um welche Art von Text handelt es sich?
- Wer hat geschrieben?
- Für wen?
- In welche Teile kann der Text gegliedert werden?
- Wie ist die Einstellung der Autorin, des Autors zum Thema?
- Wie lautet die Kernaussage und wie wird sie begründet?
- Mit welchen Argumenten arbeitet die Autorin, der Autor ggf.?
- Welche Beweise werden vorgelegt?
- Zu welchen Schlüssen kommt die Autorin, der Autor?
- Wie wird Text beendet?
- Ist die Autorin, der Autor überzeugend?

Wenn in den Texten Änderungen vorgenommen wurden, werden die Texte den Schreibenden erneut vorgelegt. Schließlich ist es kein Redaktionsartikel, sondern der der Autorin bzw. des Autors. Dafür bekommen Sie den gesetzten Artikel per mail mit der Bitte um Rückmeldung/Freigabe innerhalb weniger Tage.



Keine anonymen Veröffentlichungen

Es werden in blickpunkt personal nur Artikel veröffentlicht, die ihre Urheberin bzw. ihren Urheber nennen.

Erreichbarkeit

Sie erreichen uns am besten über unser Redaktions-Postfach:

blickpunkt@personalamt.hamburg.de

Ach ja, noch ein paar Kleinigkeiten...

Zahlen

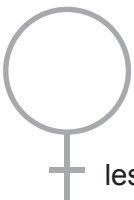
Texte, in denen auf 15 verschiedene Arten fünfzehn gesagt wird, lenken die Aufmerksamkeit der Lesenden manchmal stärker auf die verschiedenen Schreibweisen als auf den Inhalt. Hier empfiehlt sich die alte Regel aus der Schulzeit: Zahlen von Null bis einschließlich zwölf in Worten schreiben, ab 13 in arabischen Ziffern (analog: das elfte Mitglied und die 15. Birne).

Anführungsstriche

Einzelne Worte bitte nur in Anführungszeichen setzen, wenn es sich um ungebräuchliche Begriffe handelt. Anführungszeichen weisen auf das anders Gemeinte hin, sie dienen der Hervorhebung, aber nicht der Betonung. Großzügig aber unnötig gesetzte Anführungszeichen können sogar irritieren. Wenn z.B. auf einem Schild steht „Frische Handtücher“ bekommen Sie an der Rezeption - dann lieber das alte nochmal benutzen. Denn wer weiß schon, wie frisch „frisch“ wirklich ist...Um ein einzelnes Wort stärker zu betonen, kann man das Wort **fett** setzen o.a. (s. hierzu aber auch S. 3, Schrift und Textlänge).

Frauen und Männer

Blickpunkt personal wird von Männern und Frauen gelesen. Die dürfen auch sprachlich sichtbar werden. Also nicht Mitarbeiter sondern Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Manchmal werden Sätze dann allerdings sehr kompliziert: Wenn die Mitarbeiterin oder der Mitarbeiter mit ihrer bzw. seiner direkten Vorgesetzten oder ihrem direkten Vorgesetzten sprechen will, verliert die Leserin bzw. der Leser manchmal die Lust weiter zu lesen – und zwischendurch ist auch eine mögliche Kombination von Mann und Frau verloren gegangen.... Geschlechtsneutrale Bezeichnungen wie die Mitarbeitenden und die Führungskraft helfen weiter.




Titel

Witzige, provokante, treffende oder fragende Titel machen aus Blätternden Lesende. Statt „Verbindliche Verweildauer für Funktionen im gehobenen Dienst“ vielleicht lieber „Zeit zu gehen“. Und einen erklärenden Untertitel: „Zeit zu gehen – und etwas anderes zu tun“. Oder vielleicht statt „Auswahlverfahren für den höheren Dienst“ lieber „Wie finde ich ein kariertes Maiglöckchen?“ Manchmal kann man auch einen kryptischen Titel wählen: „Mentoring oder Wie Pallas Athene Telemachos erschien“. Dann muss man allerdings im ersten Satz erklären, was man meint (in diesem Fall: Odysseus übertrug bei seiner Abfahrt nach Troia die Aufsicht über sein Haus und die Erziehung seines Sohnes Telemachos seinem Freund Mentor. In Mentors Gestalt erschien außerdem die Göttin der Klugheit, Pallas Athene, um ihm ratend beizustehen. Deshalb nennt man heute noch Menschen, die anderen beratend zur Seite stehen, Mentoren.). Tolle Titel entstehen oft erst, wenn der Artikel schon fertig ist und man ihn mit etwas Abstand noch einmal liest. Oder wenn man mit Anderen darüber spricht. Die Redaktion schlägt gern Titel vor.

Neugier / Orientierung

Ein kleiner Hinweis auf die nächsten Abschnitte ist immer gut. Sätze wie ...im Folgenden stellen wir Ihnen xy vor, ...wird auf den nächsten Seiten erläutert etc. machen neugierig und führen die Lesenden aufmerksam durch den Text. Verschiedene Textsorten, die je nach Inhalt eingesetzt werden können, werden ab Seite 7 vorgestellt.

na, erkannt?
Eine Orientierungshilfe!



Journalistische Textsorten - So machen Sie's richtig.

Im Folgenden gibt unser Sprachcoach Dr. Barbara Steigüber einen Überblick über verschiedene Textsorten und Expertentipps!



Dr. Barbara Steigüber, Linguistin und Industriedozentin:

Analysen, Beratungen, Coachings und Trainings zu Themen der gesprochenen und geschriebenen Kommunikation; seit 20 Jahren selbstständig tätig mit **sprachmanagement**, für die hamburgische Verwaltung seit 16 Jahren.

1. Darum geht's:

Auf den nächsten Seiten können Sie erfahren, wie Sie die folgenden journalistischen Textsorten selbst herstellen können und worauf Sie dabei im Hinblick auf den Aufbau und die sprachliche Umsetzung jeweils achten sollten:

- Nachricht
- Bericht
- Reportage
- Feature
- Kommentar
- Porträt
- Interview
- Leserbrief

Die Darstellung der einzelnen Textsorten folgt dabei immer demselben Aufbau: Name der Textsorte, Definition, Beispieltext, evtl. sprachliche Tipps und Hinweise. Generell gilt für Zeitungstexte die folgende Zuordnung: Nachrichten, also die Nachricht selbst, der Bericht und die Reportage, dürfen **ausschließlich Fakten** enthalten. Features, Kommentare, Porträts und Leserbriefe sollen dagegen **Meinungen** darlegen. Und bitte bringen Sie das nie, nie durcheinander!

2. Sprachtipps

- Schreiben Sie nur über das, was Sie selbst auch verstanden haben.
- Geben Sie sich erst zufrieden, wenn Sie das treffendste Wort gefunden haben. Arbeiten Sie dafür gern auch mit Wörterbüchern für Synonyme. Es gibt sie in großer Auswahl und unterschiedlichen Preisklassen in allen guten Buchhandlungen.
- Seien Sie vorsichtig mit sprachlichen Bildern und Klischees.
- Geizen Sie mit Fremd- und Fachwörtern.
- Vermeiden Sie die Verwaltungssprache, das heißt:
 - Bilden Sie kurze Sätze.
 - Achten Sie darauf, dass Ihr Text mehr Tätigkeitswörter als Hauptwörter enthält.
 - Formen Sie evtl. Hauptwörter mit der Endung –ung in Tätigkeitswörter um: Aus *Beobachtung* wird *beobachten*.
 - Bevorzugen Sie beim Formulieren das Aktiv.
 - Verzichten Sie auf Partizipien, denn die sind in den allermeisten Fällen überflüssig: *Das von mir gelesene Dokument = das Dokument.*
 - Achten Sie auch darauf, dass Sie den Konjunktiv wirklich nur einsetzen, wenn Sie ihn unbedingt brauchen, z.B. wenn Sie mit der indirekten Rede arbeiten.
- Achten Sie auf die Satzzeichen: Nach der Reform der Rechtschreibung und Zeichensetzung können Sie auf viele Kommata verzichten, weil es nur noch neun Regeln anstatt wie früher 52 gibt.
- Achten Sie auch darauf, dass Sie die neue deutsche Rechtschreibung anwenden. Erstens ist sie für die Verwaltung verbindlich und zweitens will man sich ja nicht als Ignorant outen, oder?
- Achten Sie auf Ihren Textrhythmus: Sie können z.B.
 - längere Sätze mit kürzeren abwechseln,
 - Sie können auch mal mit Fragen arbeiten,
 - Sie können die Reihenfolge der Satzglieder ändern und
 - Sie können auch mal mit einem Nebensatz beginnen.

All das trägt dazu bei, dass Ihr Text einen lebendigen Rhythmus bekommt.

3. Die Nachricht:

Definition: Ereignisse und ihre Umstände werden sachlich und objektiv dargestellt. Darüber hinaus muss eine Nachricht wahr sein, sie muss ggf. Quellenangaben enthalten und darf keine Meinung des Verfassers zeigen. Sie antwortet auf die folgenden sechs W-Fragen bereits im ersten Absatz: **wann, wer, was, wie, wo, warum.**

Beispiel: Gestern, am 11. April 2005 führte Schwanenvater Olaf Nieß 120 Hamburger Schwäne mit Hilfe von drei Booten vom Eppendorfer Mühlenteich zur Außenalster, wo sie wie jedes Jahr wieder ihre Reviere und Brutplätze aufsuchen können.

Tip: Nachrichten werden im Allgemeinen nach dem Prinzip „Vom **Wichtigen** zum Unwichtigen“ gegliedert. Welches inhaltliche Element dabei das wichtige ist und welches das weniger wichtige entscheidet in vielen Fällen der / die Autor/-in. Die Nachricht oben könnte also z.B. auch so aussehen:

- *120 Schwäne führte der Schwanenvater Olaf Nieß gestern am 11. April 2005 mit Hilfe von drei Booten vom Eppendorfer Mühlenteich zur Außenalster, wo die Schwäne wie in jedem Jahr ihre Reviere und Brutplätze aufsuchen können.*
- **oder so:** *Vom Eppendorfer Mühlenteich zur Außenalster führte Schwanenvater Olaf Nieß gestern am 11. April 2005 120 Schwäne mit Hilfe von drei Booten. Dort können sie wie jedes Jahr ihre Reviere und Brutplätze aufsuchen.*

Oder noch anders. Sie haben die Wahl.

4. Der Bericht:

Definition: Den ersten Absatz eines Berichtes nennt man lead. In ihm stehen die wichtigsten Fakten des Berichts.

Danach antwortet der Bericht dann auf die Fragen **wie** und **warum** und bietet zusätzlich zur Nachricht Hintergrundinformationen. Genau wie die Nachricht, dessen „ausgewachsene“ Version er sozusagen ist, enthält auch der Bericht keine persönlichen Meinungen. Allerdings hat der Bericht gegenüber der Nachricht einen zusätzlichen Vorteil: Sie können Betroffene selbst zu Wort kommen lassen: Zitate machen Ihren Text authentischer, beleben ihn und lockern ihn auf.

Beispiel: Die Schwäne kommen zurück.

Gestern, am 11. April 2005 führte Schwanenvater Olaf Nieß 120 Hamburger Schwäne **mit Hilfe von drei Booten** vom Eppendorfer Mühlenteich zur Außenalster, **wo sie wie jedes Jahr wieder ihre Reviere und Brutplätze aufsuchen können.**

Eine Strecke von 3 Kilometern mussten die Schwäne schwimmend bis zur Krugkoppelbrücke an der Außenalster zurücklegen. Seit dem 15. November des Vorjahres hatten sie sich im Eppendorfer Mühlenteich aufgehalten und waren dort von ihrem Schwanenvater während der kalten Monate gefüttert worden.

„Viele Touristen, die zu uns nach Hamburg kommen, bewundern unsere Schwäne sehr. Sie sind wirklich eine Attraktion für die Stadt“, sagte Schwanenvater Olaf Nieß gestern nach dem gelungenen Umzug, der etwa eine Stunde in Anspruch nahm.

Das Winterquartier der Hamburger Schwäne befindet sich seit 1956 auf dem Eppendorfer Mühlenteich.

5. Die Reportage:

Definition: Die Reportage stellt ein Ereignis nicht nur dar, sondern kommentiert es auch. Allerdings ist eine Reportage kein Ersatz für eine Nachricht oder einen Bericht, sondern eine Ergänzung.

Die Reportage ist eine aufwendige Textsorte, weil sie Informationsvermittlung und Schilderung der Atmosphäre vereint. Dabei wird die Distanz der Nachricht zum Ereignis aufgegeben. Der Leser wird spannend, umfassend und authentisch informiert. Informationsquellen sind dabei Interviews, Augenzeugenberichte, Betroffene oder auch Experten. Ziel ist es, dem Leser Zusammenhänge und Hintergründe vor Augen zu führen.

Beispiel: Die Schwäne kommen zurück.

In Gesellschaft einer ansehnlichen Schar wetterfester Hamburger Bürgerinnen und Bürger stehe ich hier an der Krugkoppelbrücke und sehe hinunter aufs Wasser. Es ist Montag, es ist 8 Uhr morgens und es ist nieselig, aber das scheint die Anwesenden nicht davon abhalten zu können, die Schwanenprozession mitzuerleben. „Ich komme extra jedes Jahr her, um die Schwäne zu sehen“, sagt Herta Brömsenknöll aus Hamburg-Barmbek und zieht ihre Regenjacke etwas enger. „Sie sehen einfach wunderschön aus, wenn sie da unter der Krugkoppelbrücke hindurchgleiten“. Ihr Nachbar schüttelt entschieden den Kopf. Der 58-jährige Frührentner Heiner Kabulke aus Hamburg-Jenfeld findet die Schwäne zwar auch schön, glaubt aber, dass die Kosten des Unterhalts für die Tiere woanders weitaus besser aufgehoben wären: „Die Stadt sollte mal besser die öffentlichen Kosten senken, z.B. für die Müllabfuhr. Da hätten wir alle was davon“, so seine Meinung.

Währenddessen führt unten auf dem Wasser der offizielle Schwanenvater Olaf Nieß seine 120 Schützlinge mit Hilfe von drei Booten wieder zurück zur Binnen- und Außenalster.

Seit 1956 ziehen die Hamburger Alsterschwäne jedes Jahr im November die drei Kilometer lange Strecke in den Eppendorfer Mühlenteich um, wo sich ihr Winterquartier befindet, und kommen im nächsten Frühjahr zur Brutsaison wieder zurück an die Alster.

Das lässt die Stadt sich etwas kosten: So betreibt sie z.B. im Eppendorfer Mühlenteich eigens eine Unterwasserpumpe, um das Gewässer für die Schwäne eisfrei zu halten. Der Schwanenvater Olaf Nieß füttert die Schwäne dort während des Winters und sorgt zweimal pro Jahr für einen reibungslosen Umzug der Tiere.

Schwäne oder Müllabfuhr heißt also die Alternative, wenn es nach Frührentner Heiner Kabulke geht und wenn er zu entscheiden hätte, würde wohl die Müllabfuhr den Zuschlag bekommen und die Schwäne müssten sich andernorts nach einem Winterquartier umsehen.

Hamburgs Stadtväter dagegen sind offenbar überzeugt, dass der finanzielle Einsatz für die Tiere sich lohnt: „Viele Touristen, die zu uns nach Hamburg kommen, bewundern unsere Schwäne. Sie sind eine Attraktion für die Stadt“ lautet der offizielle Kommentar aus dem Rathaus. Das findet auch der Umweltsenator Michael Freytag: „Die Tiere sind aus der Hafenstadt nicht wegzudenken.“

Diese Haltung hat Tradition in der norddeutschen Elb-Metropole: Einen Schwanenvater gibt es in Hamburg immerhin schon seit 1818 und bereits seit 1664 stehen die Tiere unter dem besonderen Schutz der Stadt und werden gefüttert. Sie dürfen seither nach dem Willen der Stadtväter weder verletzt noch getötet werden. Sogar „Beleidigungen“ wurden damals für strafwürdig gehalten. Diese Einschätzung hängt vermutlich mit der Überzeugung der Stadtväter zusammen, dass Hamburg solange Hansestadt sein werde, solange Schwäne auf der Alster schwimmen.

So wie es aussieht brauchen sich die Tiere um ihre Zukunft in der Freien und Hansestadt Hamburg wohl keine Sorgen zu machen.

Tipp:

Der Beginn einer Reportage folgt meist dem Prinzip **Vom Besonderen zum Allgemeinen**.

6. Das Feature:

Definition: Das Feature ist mit der Reportage verwandt: Bei der Darstellung tritt der äußere Rahmen eines Ereignisses in den Vordergrund. Das Hauptaugenmerk liegt auf der **Schilderung von Atmosphäre und Stimmung**: Fakten werden in Bildern und sprachlichen Eindrücken aufgelöst.

Beispiel: Nebel liegt über dem Alsterkanal zwischen Eppendorfer Mühlenteich und Krugkoppelbrücke. Es ist ein früher Morgen im April, als sich langsam und lautlos eine Schwanenarmada ins Bild schiebt: Etliche Hamburgerinnen und Hamburger, die sich von der frühen Stunde und dem typischen norddeutschen Nieselregen nicht haben abschrecken lassen, schauen gebannt zu. „Es ist doch immer wieder schön, das zu sehen“, sagt ein älterer Herr neben mir. „Ja“, pflichtet die Dame daneben ihm bei, „auch wenn das ja nicht ganz billig sein soll, was sie hier machen, aber Tradition ist eben wichtig, gerade heute“.

Die Hamburger Schwäne sind auf dem Weg in ihr Sommerrevier auf der Binnen- und Außenalster. **Majestätisch gleiten sie übers Wasser, scheinbar unbeeindruckt vom Nieselregen und der frühen Morgenstunde** und streben ihre Reviere und Brutplätze an. Die Hamburgerinnen und Hamburger werden also darauf vertrauen können, dass sie auch im nächsten Frühjahr wieder **eine stattliche Schwanenschar bei ihrem Umzug vom Winter- ins Sommerquartier werden bewundern können**.

7. Der Kommentar:

Definition: Der Kommentar kommentiert ein Ereignis. Dabei wird die eigentliche Nachricht als bekannt vorausgesetzt. Genau wie bei der Reportage nimmt der / die Autor/-in Stellung zu gegenteiligen Ansichten und begründet seine / ihre persönlichen Schlussfolgerungen. Bevor Sie sich aber entschließen einen Kommentar zu schreiben, sollten Sie sich die drei folgenden Fragen beantworten:

1. Fordert das Thema eine Stellungnahme heraus?
2. Ist die Leserschaft des blickpunkt an einer Stellungnahme interessiert oder sollte sie es sein?
3. Gehört das Thema zu denjenigen Stoffen, denen etwas vom sehr geringen Platz für Kommentare eingeräumt werden sollte?

Wenn Sie alle drei Fragen guten Gewissens mit ja beantworten können, dann kann es losgehen.

Beispiel: Alle Jahre wieder: Jedesmal, wenn Hamburgs Binnen- und Außenalster ihre Schwäne für den Sommer zurückbekommt, **melden sich immer dieselben Kritiker mit immer denselben Argumenten zu Wort: Hamburgs Schwäne seien zu teuer. Das Futter koste viel Geld. Der Umzug vom Eppendorfer Mühlenteich zur Binnen- und Außenalster koste viel Geld. Die Unterwasserpumpe im Eppendorfer Mühlenteich, die im Winter für Eisfreiheit sorgt, koste viel Geld.**

Das ist alles richtig, aber: 120 Hamburger Schwäne sind im Sommer immer eine zusätzliche und unverzichtbare Attraktion für die Touristen. Und Touristen geben Geld aus, so dass die Schwäne darüber hinaus mit ihrem Aufenthalt auf der Alster auch zur Belebung der Hamburger Wirtschaft beitragen.

Außerdem zeigt die Stadt mit ihrem Engagement für die Schwäne deutlich, dass sie alte Traditionen hoch hält und nicht bereit ist, einen Teil der Identität der Hansestadt leichtfertig dem Drang nach Mammon zu opfern.

Was wollte man denn mit den eingesparten Geldern auch anfangen? So leicht lassen sich die Schwäne in ihrer Wirkung und Bedeutung für Hamburg sicher nicht ersetzen.

Und dann gibt es ja noch den alten hanseatischen Glauben, dass Hamburg nur solange eine Hansestadt sein wird, solange auch Schwäne auf der Alster schwimmen. Wer wollte ernsthaft riskieren, diesen Glauben auf die Probe zu stellen und damit vielleicht Hamburgs ureigenen Charakter als Hansestadt leichtfertig aufs Spiel zu setzen?

Nein, die Schwäne sollen bleiben wo sie hingehören: auf der Alster. Und sie sollen bleiben, wie sie sind: schön, elegant, nordisch und ein kleines bisschen luxuriös. So wie Hamburg eben.

Tipp: Formal haben Sie bei der Abfassung Ihres Kommentars drei Möglichkeiten:

1. Sie können unterschiedliche Meinungen und / oder Argumente nebeneinander stellen und gegeneinander abwägen. Eine eigene Meinung müssen Sie dabei nicht unbedingt äußern. Diese Form des Kommentars regt zum Nachdenken an.
2. Sie argumentieren. Dabei vertreten Sie eine eigene Meinung, führen aber auch Gegenargumente auf und versuchen, Ihre Leser von der Richtigkeit Ihrer Meinung zu überzeugen.
3. Wenn Sie sprachlich geschickt sind und gut schreiben können, kommt vielleicht auch die dritte Möglichkeit für Sie in Betracht: Dabei äußern Sie spontan Ihre Meinung zu einem Thema und verzichten auf Argumente. Aber wie gesagt, das funktioniert nur, wenn...

8. Das Porträt:

Definition: Das Porträt stellt eine Person in ihrem **Umfeld**, bei ihren **Tätigkeiten** und **in ihrem Wirken** dar. Das Porträt enthält Elemente von **Interview, Reportage und Feature**. **Fakten, Stimmungen, Eindrücke und Gefühle** werden gemischt.

Beispiel: **Spurgerade schwimmt Leitschwan Gregor, und 120 Schwäne folgen ihm. Es ist Montag, der 11. April 2005.**

Bereits seit sieben Jahren nimmt Schwanenerpel Gregor diese verantwortungsvolle Aufgabe wahr und er nimmt sie sehr ernst. Für seine Mitschwäne ist er zweimal im Jahr die unangefochtene Leitfigur, auch wenn hie und da einmal ein unwissender oder naseweiser Jungschwan auf

dem Weg vom Eppendorfer Mühlenteich zur Alster einen kleinen Ausreißversuch unternimmt. Für solche Fälle hat Gregor vorgesorgt und Olaf Nieß engagiert, der als offizieller städtischer Schwanenvater den geflügelten Konvoi mit drei Booten begleitet.

„Ich freue mich immer, wenn Olaf dabei ist“, sagt Gregor und zeigt damit einmal mehr, wieviel gesundes Selbstbewusstsein er als Leitschwan mitbringt. Allerdings kann er sich das auch leisten: Es ist schon ein beeindruckendes Bild, wie er da mit seinen stolzen und schönen Schwänen im Gefolge langsam und majestätisch unter der Krugkoppelbrücke hindurch in die Außen-Alster gleitet und sich dabei von vielen Hamburgerinnen und Hamburgern bewundern lässt, die extra seinetwegen so früh am Morgen zur Krugkoppelbrücke gekommen sind.

9. Das Interview:

Definition: Es gibt Sach-Interviews, Meinungs-Interviews und Personen-Interviews.

- Sach-Interviews: Hier geht es um Fakten: *„Wieviel kosten 120 Schwäne die Stadt Hamburg pro Jahr?“*
- Meinungs-Interviews: *„Dürfen 120 Schwäne soviel kosten?“*
- Personen-Interviews: Hier werden Menschen vorgestellt: *„Olaf Nieß, der Vater und seine Schwäne.“*

Beispiel: Ein Schwan packt aus.

Gregor, Sie sind zweimal im Jahr der Chef von etwa 120 Schwänen. Wie fühlt man sich bei so einer Aufgabe?

Na ja, wissen Sie, das ist oft gar nicht so einfach. Es hat ja jeder so seinen eigenen Kopf, das ist genau wie bei Ihnen. Manchmal muss ich schon durchgreifen. Aber das kann ich natürlich auch. Ich bin eine geborene Leitfigur.

Ja, gewiss. Wann genau haben Sie dieses Amt übernommen?

Das war vor exakt 7 Jahren. Damals starb unser Senior, übrigens unter sehr unglücklichen Umständen. Er hatte sich noch in hohem Alter in eine sehr junge Schwanendame verliebt und hat sich da offenbar beim Balzen ein wenig überanstrengt, nun ja..., sehr bedauerlich. Bei uns Schwänen rückt ja immer der älteste männliche Schwan einer Familie an die Spitze, so ähnlich wie in Ihren Monarchien, glaube ich.

Tatsächlich. Sind sie selbst mit einer Schwanenfrau liiert?

Selbstverständlich. Ich hatte da auch gar keine Probleme. Und meine Frau Gertrud ist natürlich sehr stolz, dass ich dieses wichtige Amt inne habe und sie ist auch sehr rücksichtsvoll, sie wissen schon.

Äh, ja. Gregor, was unsere Leserinnen und Leser sicher auch noch sehr interessiert: Wie fühlen Sie sich heute, nachdem Sie ihr Winterquartier wieder verlassen konnten und nun in der Außenalster angekommen sind?

Also, unser Winterquartier ist natürlich auch sehr schön. Die Stadt Hamburg weiß ja, was sie an uns hat und wir haben ja schon eine sehr lange Tradition, seit dem 16. Jahrhundert, um genau zu sein. Man gibt sich wirklich Mühe um uns. Der Eppendorfer Mühlenteich friert nie zu, dafür sorgt die Stadt, und heute hat sie ja extra drei Begleitboote aufgeboten, wie Sie gesehen haben. Hier in der Binnen- und Außenalster haben wir aber natürlich mehr Bewegungsfreiheit und man kann sich auch mal aus dem Weg schwimmen, wenn man das Bedürfnis hat und allein sein möchte oder zu zweit...

Eine letzte Frage noch Gregor: Wie ist Ihr Verhältnis zum Schwanenvater?

Ach, wissen Sie, das ist sehr gut, wirklich. Wir machen ihm ja gern diese Freude, dass wir zweimal im Jahr mit ihm hin- und herschwimmen. Manchmal wird der eine oder die andere ja etwas übermütig und neckt ihn ein bisschen, indem man dann so tut als wollte man ausbüchsen, aber das ist natürlich nur Spaß. Der Olaf Nieß ist wirklich ein umgänglicher Typ, der macht uns gar keine Probleme und mischt sich auch nicht in Sachen ein, die ihn nichts angehen. Das muss man wirklich sagen. Wir sind also alle sehr zufrieden mit ihm. So, jetzt müssen Sie mich aber bitte entschuldigen, die Pflicht ruft. Ja, Gertrud, ich komme schon.....

Tipps:

1. Bereiten Sie sich gut vor. Nur so können Sie die richtigen Fragen stellen, zum Thema selbst ein wenig beitragen, das Gespräch steuern. Nur so werden Sie auch ernst genommen.
2. Bereiten Sie einen Fragenkatalog vor. Seien Sie aber flexibel genug, von Ihrem Konzept abzuweichen.
3. Fragen Sie präzise.
4. Stellen Sie nur Fragen, die Ihr Gesprächspartner / Ihre Gesprächspartnerin auch beantworten kann.
5. Stellen sie immer nur eine Frage auf einmal. Das erleichtert den ungeübten Interviewpartnern und -partnerinnen das Antworten; Interview-Profis wird so die Möglichkeit genommen, unliebsame Fragen zu 'vergessen'.
6. Führen Sie Interviews unter vier Ohren. So besteht für Ihren Interviewpartner / Ihre Interviewpartnerin nicht der Druck, sich in der Öffentlichkeit darstellen zu müssen. Außerdem erfahren Sie auf diese Weise so manches 'off the record'.
7. Planen Sie genug Zeit ein.
8. Nehmen Sie, wenn möglich, das Gespräch auf Band auf. So brauchen Sie nicht mitzuschreiben und können Ihrem Interviewpartner / Ihrer Interviewpartnerin Ihre volle Aufmerksamkeit widmen. Außerdem erhalten Sie so ganz leicht O-Töne, also wortwörtliche Zitate, die Sie nur noch vom Band niederzuschreiben brauchen.

10. Der Leserbrief

Definition: Der Leserbrief ist ein Kommentar. Es gilt also alles, was Sie unter dem Stichwort **Kommentar** finden, nur dass sie den Kommentar in Briefform abfassen.

Beispiel: Hamburgs Schwäne müssen bleiben!

Der Kommentar in Ihrer letzten Ausgabe befasst sich mit der Rolle der Alsterschwäne für Hamburg und ich kann dem Autoren nur beipflichten: Es wäre eine Schande, wenn die Stadt sich dazu hinreißen ließe, eine so altherwürdige und typisch hanseatische Tradition einfach zu kippen, weil man sich davon eine kurzfristige finanzielle Erleichterung für den Stadtsäckel verspricht. Eine solche Haltung ist verantwortungslos und zeigt, dass es leider immer noch Mitbürgerinnen und Mitbürger gibt, die den hanseatischen Geist dieser schönen Stadt nicht wirklich verstanden haben. Hamburg und seine Alsterschwäne gehören auch in Zukunft zusammen!

11. Wo Sie noch weitere Informationen finden:

- Bertelsmann Schüler Office in 3 Bänden, Grammatik; Rechtschreibung und Zeichensetzung; Fremdwörterlexikon, Gütersloh, 2000.
- Der Duden in 12 Bänden, Band 4: Dudengrammatik, Bibl. Institut, Mannheim, Wien, Zürich. Wird regelmäßig aktualisiert.
- Der Duden in 12 Bänden, Band 8: Sinn- und sachverwandte Wörter, Bibl. Institut, Mannheim, Wien, Zürich. Wird regelmäßig aktualisiert.
- Genzmer, Herbert: Deutsche Grammatik. Frankfurt/Main, Leipzig 1995.
- Gipper, Helmut: Denken ohne Sprache? Schwann: Düsseldorf 1978, 2. Aufl.
- LaRoche, Walter von, Einführung in den praktischen Journalismus, München, Leipzig, 1997.
- Schneider, Wolf, Wörter machen Leute. Magie und Macht der Sprache, München, Zürich, 1987.
- von Polenz, Peter: Deutsche Satzsemantik. Grundbegriffe des Zwischen-den-Zeilen-Lesens. de Gruyter: Berlin 1988, 2. Aufl.
- Weinrich, Harald: Textgrammatik der deutschen Sprache. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich. Duden Verlag 1993.

Wir hoffen, unser blickpunkt spezial hat Ihnen geholfen, den einen oder anderen Stolperstein in der Welt des Schreibens zu erklimmen bzw. wegzuräumen. Natürlich hoffen wir auch, dass Sie weiterhin (oder jetzt erst recht?) Lust haben, Artikel zum blickpunkt personal beizusteuern. Und wenn wir Ihnen mit blickpunkt spezial insgesamt den Weg zum Schreiben ein wenig geebnet haben, ist es doch toll!

Mit Fragen oder weiteren Anregungen wenden Sie sich gern an unsere Redaktion:

blickpunkt@personalamt.hamburg.de