

## DJV-Fachtagung 24 Stunden Zukunft 2009 9./10. Mai 2009 in Würzburg

### „Das kleine Schwarze. Headline, Bildunterschrift und Vorspann“ Workshop mit Prof. Dr. Christoph Fasel



Foto: Torben Brinkema

Ungewöhnliche oder frische Überschriften und gute Vorspanne sind kein Hexenwerk. Das zumindest meint Prof. Dr. Christoph Fasel. Beim Workshop verriet der Dozent, Journalist und Autor, worauf es ankommt, damit der Leser nicht schon nach dem Vorspann die Zeitung gähnend weglegt oder einfach weiterklickt.

Eines vorneweg: Man sollte sich wirklich Zeit nehmen, um Titel, Bildunterschrift und Vorspann zu formulieren. Das ist leichter gesagt als getan, denn meistens entsteht die Überschrift am Schluss oder schnell zwischendurch, wenn eigentlich kaum noch Zeit dafür bleibt. Das Ergebnis seien teilweise „grottige“ Überschriften, meint Professor Christoph Fasel, die eben nicht als „Visitenkarte des Textes“ taugten. Um daraus zu lernen, zitiert er einige misslungene Beispiele: Statt „Verkehrliche Rahmenplanung“ empfiehlt er beispielsweise schlicht „Verkehrsplan“ zu schreiben und rät von Bürokratendeutsch und Nominalstil ab. Er warnt auch vor abgelutschten Adjektiven wie

innovativ, kreativ, global und nachhaltig. Sie seien so abgedroschen, dass sie beim Leser keine Vorstellung mehr hervorriefen. Fasel: „Sie sind eine Einladung zum Wegblättern oder Weiterklicken.“ Besser nicht verwenden sollte man Partizipialkonstruktionen wie „Adventsgestecke unter Anleitung gefertigt“. Vermeiden sollte man auch kryptische Titel wie „Einfach Frau sein – auch und gerade im Winter“.

Und darum geht es: Überschrift und Vorspann bzw. Motto sollen in leicht fassbarer Form die Kernaussage des Textes, den so genannten „Küchenzuruf“, beinhalten und zum Lesen verlocken. In der Zeitschrift dürften sie durchaus auch Emotionen bieten. „Ein

guter Vorspann ist kurz und knackig, ein Aperitif und nicht schon das Hauptgericht. An dieser Stelle erfährt der Leser nicht, was er gleich liest, sondern warum er weiterlesen sollte“, sagt Fasel. Vielfach handle es sich um eine Gratwanderung zwischen Verhüllen und Verraten. „Langeweile und Wiederholungen, Widersprüche zwischen Titel und Vorspann sind die größte Gefahr, dass ein Leser aufgibt!“ Als Lesehindernisse bezeichnet der Referent Modewörter und Anglizismen. Außerdem wirkten zu viele Fakten verwirrend.

Hingucker erreicht man stattdessen mit Aufforderungen, Wortspielen, Paradoxien, Variationen und Assoziationen. Um Letztere zu bilden, rät Fasel, den Pfad der realistischen Darstellung auch mal zu verlassen. Gelungene Paradoxien seien zum Beispiel: „Die Zunahme nimmt ab“, „Ein Mann sieht Brot“ oder „Die Klassiker der Zukunft“. Diese verursachten eine leichte Verstörung beim Leser und ließen jenen genauer hinschauen. Gut sei das Wortspiel „Veräppelt“ als Überschrift für einen Bericht über Bio-Äpfel. Von der handwerklichen Seite gesehen heißt das: Überschriften stehen im Präsens, wirken durch Verben belebend, sollten frische Metaphern enthalten und nicht kommentieren.

Mylena Baumann