

ELENA ALFRAHOVÁ

DIE TEXTSORTE REISEBERICHT – ONLINE VERSUS PRINT (Eine vergleichende Analyse am Beispiel der Tageszeitung *Der Standard*)

Abstract

Im Rahmen dieses Beitrags wird die Fragestellung untersucht, inwieweit sich der journalistische Stil der Textsorte *Reisebericht* in den Printmedien von dem Stil in den Online-Medien unterscheidet. Im ersten Teil werden die Besonderheiten der Textsorte Reisebericht dargestellt. Im zweiten Teil folgt eine vergleichende Analyse eines ausgewählten Textes in seiner Print- und Online-Form, wobei insbesondere die inhaltlichen und typografischen Aspekte hervorgehoben werden. Abschließend wird ein Ausblick auf die Notwendigkeit weiterer Untersuchungen des klassischen Journalismus versus Online-Journalismus gegeben.

Inhalt

- 0. Einleitende Bemerkungen
 - 1. Charakteristik der Textsorte Reisebericht
 - 2. Vergleichende Analyse eines Reiseberichtes
 - 2.1 Online-Ausgabe versus Print-Ausgabe
 - 2.1.1 Typografische Unterschiede
 - 2.1.2 Inhaltliche Unterschiede
 - 3. Schlusswort
- Literaturverzeichnis

0. Einleitende Bemerkungen

Der vorliegende Beitrag setzt sich das Ziel, die Gestaltung der journalistischen Textsorte Reisebericht anhand von einem Text aus der Print-Ausgabe der österreichischen Tageszeitung DER STANDARD und ihrem Online-Pendant zu untersuchen.¹ Es bleibt dabei zu klären, ob innerhalb eines Mediums zwi-

¹ Print-Ausgabe: DER STANDARD, 13. Februar 2010 Online-Ausgabe:
<http://derstandard.at/1265851987404/Still-saukalt-und-voller-Abwechslung-ganz-ohne-Mario>
[Stand 07.12.2010]

schen der Print-Ausgabe und der Online-Ausgabe signifikante Abweichungen bestehen, woraus man auf bestimmte Differenzen zwischen dem journalistischen Stil in dem gewählten Printmedium und dem Online-Medium schließen könnte.

1. Charakteristik der Textsorte Reisebericht

Der Reisebericht, als eine Form der Reportage, gehört zu den informationsbetonten Textsorten. Es handelt sich um eine journalistische Darstellungsform, die dem Thema *Reisen* gewidmet ist. Der Leser soll möglichst umfassend über die Beobachtungen und Erlebnisse eines Reisenden informiert werden.

Der Journalist nimmt die Rolle eines vermittelnden Augenzeugen ein und schildert die Wirklichkeit so, wie er sie aus unmittelbarer Nähe sieht. Der Leser kann folglich das Geschehen in einer räumlichen und zeitlichen Nähe miterleben.

Der Reisebericht steht vorwiegend im Dienste der Information und erfordert deshalb mindestens genauso intensives und umfassendes Recherchieren wie die Nachricht. Schon rein äußerlich unterscheidet er sich allerdings von einer Nachricht durch seine größere Länge. In einem Reisebericht wird das Thema ausführlicher behandelt. Es werden nicht nur reine Fakten und Sachverhalte dargestellt, sondern auch Hintergründe und Zusammenhänge beleuchtet.

Ein weiteres typisches Merkmal eines Reiseberichtes ist die Forderung nach persönlichen Erlebnissen. Im Gegensatz zu einer Nachricht kann hier der Journalist mit persönlichem Engagement eine emotional ansprechende sprachliche Gestaltung anstreben (vgl. Lüger 1977:79 und Mast 2000:227).

Das Ziel eines Reiseberichtes ist es, stellvertretend für den Leser Entfernungen und Barrieren zu überwinden, um ihm Fernes und Fremdes nahe zu bringen und ihn an authentischen Erlebnissen teilhaben zu lassen. Dabei kann es sich um räumliche, aber auch um soziale Distanzen handeln. Der Leser soll geistig-emotional aktiviert und durch Kenntnisse über andere Länder und Kulturen auf unterhaltsame Weise bereichert werden (vgl. Blumenauer 1985:179 und Mast 2000: 235).²

² Interessante Reiseberichte zu vielen Ländern der Welt, einschließlich aktueller Wetterwerte, Buchungsanfragen und weiterer Reiseinformationen gibt es zum Beispiel in der Online-Ausgabe der österreichischen Zeitung *Der Standard*, Rubrik *Reise* (siehe *Der Standard*. Online im Internet: URL: <http://derstandard.at/> [Stand 05.12.2010]). Auch die deutschen Wochenzei-

Die Sprache der Reiseberichte zeichnet sich insbesondere durch große Anschaulichkeit aus. Zugrunde liegende Fakten werden möglichst konkret, bunt und realistisch dargestellt. Persönliche Beobachtungen können in einer saloppen Sprache verfasst werden, mitunter tritt direkte Redewiedergabe auf. Um die Glaubwürdigkeit des Reiseberichts zu erhöhen und die Aufmerksamkeit des Lesers zu fesseln, kommt Kontrastprinzip und Spannung zum Einsatz (siehe Tušer 2001:38–39).

Der Journalist versucht, alle Sinneseindrücke wahrzunehmen und sie an den Leser weiterzugeben, so dass dieser das Gefühl hat, den beschriebenen Ort selbst besucht zu haben.³ Im Idealfall lässt solch ein bildhaftes Schreiben konkrete Bilder in den Köpfen der Leser entstehen (vgl. Mast 2000:239).

Der Reisebericht enthält Hintergrundinformationen, die ein längeres Recherchieren erfordern. Deshalb kann diese journalistische Textsorte nicht so stark an Aktualität gebunden sein wie Nachricht und Meldung. Eine größere Nähe zur Aktzeit wird dem Leser durch bestimmte sprachliche Mittel suggeriert wie zum Beispiel Temporaldeiktika, Adverbien und den Tempuswechsel.⁴

Ein wichtiges sprachliches Indiz, das starke Realitätsnähe signalisiert, ist die umfangreiche Darstellung von Details. Der Journalist geht relativ ausführlich auf Einzelheiten ein und schildert Orte, Personen und Situationen möglichst konkret. Dadurch wird dem Leser eine genaue Vorstellung erleichtert (vgl. Lüger 1977:85–86).⁵

Was den Aufbau des Reiseberichtes betrifft, so steht am Anfang oft ein starkes Bild, das den Leser gleich in den Bann ziehen soll. Es kann eine Landschaftsbeschreibung, ein wichtiges Detail, ein Zitat oder eine Szene sein. Danach folgt eine plastische und wirklichkeitsnahe Darstellung des Ortes beziehungsweise des Landes in Form von Informationen über Hintergründe, Um-

tungen *ZEIT* oder *WELT* widmen sich in ihren Online-Ausgaben intensiv dem Thema Reisen (siehe *Die Zeit*. Online im Internet: URL: <http://www.zeit.de/reisen/index>, *Die Welt*. Online im Internet: URL: <http://www.welt.de/reise/> [Stand 05.12.2010]).

- 3 Es liegt auf der Hand, dass einen guten Reisebericht nur jemand schreiben kann, der tatsächlich vor Ort war.
- 4 Der Wahl des Tempus kommt entscheidende Bedeutung zu. Präsens macht den Reisebericht lebendiger und trägt zur Spannungssteigerung bei. Im Perfekt geschriebene Passagen wirken eher behäbig. Perfekt wird für Ereignisse verwendet, die in der Vergangenheit stattfanden, allerdings ein Licht auf die Gegenwart werfen. Präteritum steht für rein Historisches, Futur wiederum für Ausblicke.
- 5 Bei der detaillierten Deskription der Atmosphäre vor Ort dominieren gewöhnlich optische Eindrücke, doch Eindrücke aus anderen Sinnesbereichen gehören selbstverständlich auch dazu.

stände, Zusammenhänge und beteiligte Personen. Das Ende kann, muss aber nicht, pointiert sein.

2. Vergleichende Analyse eines Reiseberichtes (*Still, saukalt und voller Abwechslung ganz ohne Mario*)

(Printausgabe: DER STANDARD, 13. Februar 2010)

Online-Ausgabe: <http://derstandard.at/1265851987404/Still-saukalt-und-voller-Abwechslung-ganz-ohne-Mario> [Stand 07.12.2010]

Der Reisebericht „Still, saukalt und voller Abwechslung ganz ohne Mario“ ist im Februar 2010 in der Printausgabe der österreichischen Tageszeitung DER STANDARD erschienen. Einen Tag später wurde er online veröffentlicht, wo er bis heute abgerufen werden kann.

Der Artikel ist im frischen Ton gehalten, was von einer humorvollen Wortwahl untermauert wird, die zum Schmunzeln sowie zum Nachdenken über den nächsten Urlaub anregt.⁶

Die Artikelautorin informiert die Leser über das Familienhotel Lagant im österreichischen Brandnertal. Den Einstieg in den Reisebericht bildet eine Szene, in der ein Elternpaar auf der Hotelterrasse entspannt und ihre Kinder beobachtet, wie sie mit ihrem Skilehrer im Schnee toben. Es folgt ein Einblick in das vielfältige Hotelangebot mit dem Schwerpunkt auf einer unkomplizierten Kinderbetreuung. Dabei wird den Lesern die Philosophie der Hoteleigentümerin Andrea Schwärzler näher gebracht, die es sich zum Ziel gesetzt hat, allen Familienmitgliedern einen erholsamen Urlaub zu bieten und dabei typische Stress-Situationen zu minimieren. Besonders interesseweckend klingt die Beschreibung der vielen Kleinigkeiten, die angenehm überraschen, wie zum Beispiel ein Tobe-Raum für kleine Frühaufsteher oder vorgeschmierte Kindersemmeln am Frühstücksbüffet. Der Reisebericht schließt mit einem praktischen Hinweis auf die Internetseite des Hotels Lagant (<http://www.fam-hotels.com/de/familienhotels.shtml>) beziehungsweise die offizielle Tourismusseite der Region Brandnertal in Voralberg (<http://www.brandnertal.at/>).

⁶ Beispiele: *Still, saukalt und voller Abwechslung ganz ohne Mario* (Bemerkung von mir: Mario ist der titelgebende Held der erfolgreichsten Videospielereihe des japanischen Spielkonsolen-Herstellers Nintendo.); *Kinder weganimieren*; *keine Hüttengaudi plärrt*; *Eigentümerin Andrea Schwärzler lässt Schnuller-, Volksschul- und größere Kinder nicht wegmanagen*; *das Lagant ist in puncto Hardware außen keine perfekte Augenweide – was die Software innen betrifft aber eine echte Benchmark*

2.1 Online-Ausgabe versus Print-Ausgabe

Bei dem Vergleich der Online-Ausgabe mit der Print-Ausgabe fallen einige typografische sowie inhaltliche Abweichungen auf, die im Folgenden näher erläutert werden sollen.

2.1.1 Typografische Unterschiede

In der Online-Ausgabe wird zwischen der Hauptüberschrift und dem Vorspann eine Zeile mit Veröffentlichungsdatum und -uhrzeit eingefügt (*14. Februar 2010, 20:34*). In der Print-Ausgabe steht das Veröffentlichungsdatum samt dem entsprechenden Wochentag in der Kopfzeile (*Samstag, 13. Februar 2010*).

Der Vorspann in der Online-Version ist in Fettdruck gehalten. In der Print-Version hingegen hebt er sich von dem Haupttext durch eine andere Schriftgröße ab. Anders als in der Online-Version wird in der Print-Version am Ende des Vorspanns ein Punkt gesetzt.

Die Autorenzeile folgt in der Print-Version unmittelbar nach dem Vorspann und ist fettgedruckt. In der Online-Version hebt sich die Autorenzeile nicht durch Fettdruck ab. Sie ist vielmehr in Klammern am Artikelende platziert und wird durch Angaben zu der einschlägigen Printausgabe ergänzt (*Karin Bauer/ DER STANDARD/Printausgabe/13./14.2.2010*).

In der online veröffentlichten Version des Reiseberichtes kommt am Artikelanfang ein typografischer Fehler in Form von fehlenden einleitenden Anführungszeichen vor:

Printausgabe: *„Das ist die Schmugglersprache“, erklärt der Hoteldirektor den Wiener Eltern (...)*

Online-Ausgabe: *_Das ist die Schmugglersprache“, erklärt der Hoteldirektor den Wiener Eltern (...)*

Die graphische Trennung der Absätze wird in der Print-Version, mit Ausnahme des ersten Absatzes, durch ein leichtes Einrücken des Satzanfangs vorgenommen. Der Haupttext ist in Blocksatz formatiert. In der Online-Version indessen werden die Absätze linksbündig gehalten und durch Leerzeilen voneinander getrennt.

Der Online-Auftritt und der Printauftritt unterscheiden sich weiterhin voneinander durch die verwendeten Bilder, deren Anzahl, Platzierung und die Bildunterschrift. In der online veröffentlichten Ausgabe finden sich zwei Bilder, in der gedruckten Ausgabe lediglich ein Bild. Die Bilder sind nicht identisch. Nur eins von den zwei online veröffentlichten Bildern ist mit einer Bildunterschrift versehen.

Was die Text-Bild-Zuordnung betrifft, so ist das Bild in der Printausgabe im oberen Textteil in den Artikeltext eingebettet. In der Online-Ausgabe stehen beide Bilder links von dem Artikeltext. Die Bildquelle ist in der Printausgabe unter der Bildunterschrift angegeben (*Foto: Bauer*). In der Online-Ausgabe erscheint sie erst, nachdem man den Cursor auf das Bild bewegt und dort stehen lässt (*S. Hofschlaeger/pixelio.de beziehungsweise www.brandnertal.at*).

2.1.2 Inhaltliche Unterschiede

Was die inhaltlichen Abweichungen der Printausgabe von der Online-Ausgabe betrifft, so lässt sich Folgendes festhalten.

Der Wortlaut der Bildunterschrift unterscheidet sich in dem verwendeten Subjekt (*Kinder* beziehungsweise *Zwillinge*). Der Online-Auftritt enthält zudem einen typografischen Fehler in Form von einem fehlenden Leerzeichen (*Kinderin* statt *Kinder in*):

Printausgabe: *Zwischendurch lassen sich die Zwillinge in den Schnee fallen. Entspannter Skiurlaub mit Familie im Brandnertal.*

Online-Ausgabe: *Zwischendurch lassen sich die Kinderin den Schnee fallen. Entspannter Skiurlaub mit Familie im Brandnertal.*

In der online veröffentlichten Ausgabe findet der Leser nach dem ersten Absatz ein Werbekasten mit drei Hyperlinks vor, der optisch durch Schriftart, Schriftfarbe und einen expliziten Hinweis „Werbung“ kenntlich gemacht ist. Der erste Hyperlink (*MEHR ZUM THEMA*) führt zu der Internetseite der STANDARD-Redaktion, die nähere Erläuterungen des internen Werbekonzeptes enthält (<http://derstandard.at/1780184>). Es folgen zwei weitere Hyperlinks (*URLAUB, WEG*), bei deren Anklicken der Leser direkt auf die Internetseite der einschlägigen Fluggesellschaft gelangt (flyniki.com, austrian.com).

Im sechsten Absatz kommt in beiden Versionen das Wort „Playstation“ vor. Im Online-Auftritt werden die technischen Möglichkeiten genutzt, um einen Hyperlink zu setzen, der auf die offizielle PlayStation-Website verweist (<http://at.playstation.com/>).

Sowohl die Print-Version als auch die Online-Version enthalten am Artikelende einen Verweis auf das umworbene Hotel Lagant in Brand in Vorarlberg. Während in der Print-Version aus technischen Gründen lediglich eine URL-Adresse angegeben wird (www.fam-hotels.com), bietet die Online-Version zwei Hyperlinks (*HOTEL LAGANT* und *BRANDNERTAL*), bei deren Anklicken der Leser auf die einschlägigen Internetseiten des Hotels und des Tourismus-Büros Brandnertal gelangt.

3. Schlusswort

Die vergleichende Analyse des ausgewählten Reiseberichtes in der Online- und Print-Ausgabe der Zeitung DER STANDARD hat einige Unterschiede ergeben. Diese sind im typografischen sowie im inhaltlichen Bereich anzusiedeln, wobei die typografischen Unterschiede leicht überwiegen. Die Gesamtmenge der festgestellten Abweichungen ist allerdings zu gering, als dass sich wirklich aussagekräftige Kommentare zu dem journalistischen Stil der Online- und der Print-Ausgabe machen ließen.

Auch wenn eine Analyse dieses Umfangs keine sicheren Schlussfolgerungen erlaubt, so deutet sie auf zweierlei hin: zum einen, dass die Textsorte Reisebericht für linguistische Untersuchungen gut geeignet ist, zum anderen, dass sich gewisse Differenzen zwischen dem Stil des ausgewählten Printmediums und des Online-Mediums feststellen lassen. Es hat sich somit bestätigt, dass die Online-Version des analysierten Artikels keinesfalls eine Eins-zu-eins-Übernahme der Print-Version ist, sondern eine Reihe von Unterschieden typografischer und inhaltlicher Art aufweist. Folglich wären weitere Untersuchungen des klassischen Journalismus versus Online-Journalismus sowohl sinnvoll als auch nützlich.

Literaturverzeichnis

A) Primäre Literatur:

DER STANDARD, 13. Februar 2010

B) Sekundäre Literatur:

Blumenauer, Hartmut u.a. (1985). Einführung in die journalistische Methodik. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut.

Lüger, Heinz Helmut (1977). Journalistische Darstellungsformen aus linguistischer Sicht. Untersuchungen zur Sprache der französischen Presse mit besonderer Berücksichtigung des „Parisien libéré“. Freiburg i Br. (Phil. Diss.).

Mast, Claudia (Hrsg.) (2000). ABC des Journalismus: ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit. 9., überarb. Aufl. Konstanz: UVK Medien.

Tušer, Andrej & Follrichová, Mária (2001). Teória a prax novinárskych žánrov I. Bratislava: Univerzita Komenského Bratislava.

D) Internetquellen:

<http://derstandard.at>

<http://www.zeit.de/reisen/index>

<http://www.welt.de/reise/>

<http://derstandard.at/1265851987404/Still-saukalt-und-voller-Abwechslung-ganz-ohne-Mario>

