



# Wie wird ein Thema zur Nachricht?

Über welche Themen berichtet wird, entscheiden Journalistinnen und Journalisten. Sie hinterfragen jede Information: Ist sie neu, wichtig oder interessant genug? Und ist sie für die Menschen von Bedeutung, die unsere Sendung hören oder sehen?

## NACHRICHTENFAKTOREN

Medien sollen die Öffentlichkeit informieren und durch freie Berichterstattung dazu beitragen, dass sich die Menschen ihre Meinung zu Themen aus allen wesentlichen Lebensbereichen bilden können. Für diese Arbeit benötigen Journalistinnen und Journalisten zunächst eine Fülle von Informationen, die in den Redaktionen ankommen:



über Nachrichten-  
agenturen



von Korrespondentinnen  
und Korrespondenten aus  
dem In- und Ausland



durch das Internet



durch soziale  
Netzwerke



über  
Pressemitteilungen



aus dem Fernsehen



aus Zeitungen  
und Radio



aber auch durch  
Anregungen von  
Zuschauerinnen und  
Zuschauern, Leserinnen  
und Lesern oder  
Hörerinnen und Hörern



und durch eigene  
Anschauung  
und Ideen der  
Journalistinnen und  
Journalisten.

Aber wie entscheiden Redaktionen, über welches Thema sie berichten? Sie orientieren sich bei der Frage an den Nachrichtenfaktoren. In der Wissenschaft gibt es verschiedene Modelle für die Einteilung und Bewertung der Nachrichtenfaktoren. Zu den wichtigsten Faktoren zählen dabei die Aktualität und die Relevanz eines Themas sowie die Nähe zur Zielgruppe.

### AKTUALITÄT: WAS IST NEU?

Ein zentraler Nachrichtenfaktor ist Aktualität. Dabei geht es nicht nur um Ereignisse, die in den letzten Minuten oder Stunden passiert sind.

Aktuell sind auch die Themen, die über einen längeren Zeitraum immer wieder für Gesprächsstoff sorgen. Ergebnisse einer Bundestagswahl oder ein Flugzeugabsturz gehören also ebenso in die Tagesnachrichten wie Entwicklungen des Klimawandels. Aktuell kann eine Nachricht auch sein, wenn das Geschehen schon länger zurückliegt, aber erst jetzt bekannt wird. Medien halten sich ständig über die Nachrichtenlage auf dem Laufenden. Sie wissen sofort darüber Bescheid, was der amerikanische Präsident auf X schreibt oder wie die Oscar-Verleihung auf Instagram kommentiert wird.



### RELEVANZ: WAS IST WICHTIG?

Für die Bedeutung sind Ausmaß und Konsequenzen eines Ereignisses entscheidend: Wie viele Menschen sind bei einem Unglück ums Leben gekommen? Wie groß sind die Schäden und Langzeitfolgen bei einer Umweltkatastrophe? Wie viele Menschen sind von einer politischen Entscheidung betroffen?

Auch Klickzahlen und Reichweite beeinflussen die Bedeutung eines Ereignisses. Wenn Journalistinnen und Journalisten sehen, dass besonders viele Menschen in den sozialen Medien ein Ereignis teilen, kommentieren oder liken, bekommt es für die Berichterstattung mehr Bedeutung. Wenn zum Beispiel eine Pflegekraft über die schlechten Bedingungen im Altenheim berichtet und dieser Beitrag tausendfach geteilt wird, ist die Pflegekraft eine gute Kandidatin für ein Interview oder eine Talkshow zum Thema Pflege.

### HUMAN-INTEREST-THEMEN

Manche Nachrichten sind nicht wichtig oder bedeutsam, dennoch interessieren sich viele Menschen dafür. Man nennt solche Themen auch Human-Interest-Themen. Wenn es um prominente Menschen geht, landen auch vermeintliche Nebensächlichkeiten in den Medien.

Human-Interest-Aspekte hat ein Thema auch,

- wenn es kurios oder ungewöhnlich, witzig oder spannend ist, z. B.: Ein schusseliger Einbrecher vergisst seinen Personalausweis am Tatort.
- wenn es um Kinder oder Tiere geht, z. B. Nachwuchs im Zoo.
- wenn es kontrovers oder konfliktrichtig ist, z. B.: Sollten Schülerinnen und Schüler in Deutschland Schuluniformen tragen?
- wenn es um Liebe oder Sexualität geht, z. B. um das Beziehungs-Chaos von zwei TikTok-Stars.

### ZIELGRUPPE: WEN INTERESSIERT WAS?

Eine wichtige Rolle für das Publikumsinteresse spielt der Faktor Nähe: Eine Demonstration in Nordrhein-Westfalen landet eher in den Nachrichten des WDR als eine Demonstration in Schleswig-Holstein. Es geht aber auch um die kulturelle oder psychologische Nähe: Wer selbst in der Nähe eines Flusses wohnt, nimmt Nachrichten über Hochwasser mit mehr Interesse auf als jemand, der noch nie ein Hochwasser erlebt hat. Journalistinnen und Journalisten wissen und berücksichtigen das.

Eine ebenso wichtige Rolle spielt die Zielgruppe des jeweiligen Mediums. Also: Welche Nachrichten sind für wen interessant? Ein Beispiel: Als der Sänger Mick Jagger von der Band „The Rolling Stones“ seinen 80. Geburtstag feierte, war das für Sender wie WDR4 ein wichtiges Thema, weil deren Hörerinnen und Hörer mit der Musik von Jagger aufgewachsen sind. Für das junge Publikum von 1LIVE aber, das bei der Bandgründung der „Rolling Stones“ noch nicht geboren war, hat die Nachricht keinen Stellenwert.

Die Verantwortung darüber, welche Nachricht für welche Zielgruppe interessant ist, trägt nicht eine einzelne Journalistin oder ein einzelner Journalist. In Redaktionskonferenzen werden mögliche Themen gemeinsam diskutiert, ehe eine Auswahl getroffen wird. Dabei wird auch entschieden, wie und in welchem Umfang eine Nachricht aufbereitet wird.

Wenn sich eine Redaktion für ein Thema entschieden hat, beginnen Journalistinnen und Journalisten mit der Recherche. Sie nutzen verschiedene Quellen, sichten und bewerten Informationen oder führen Interviews. So können sie herausfinden, welche Informationen unbedingt in den Beitrag gehören, welche vertraulich und welche falsch sind. Wenn die Recherche abgeschlossen ist, beginnt die Produktion. Es muss klar sein, wann, wo und in welchem Format der Beitrag erscheinen soll.



Ganz klar ein Human-Interest-Thema: niedlicher Nachwuchs im Zoo. Foto: dpa/Uta Rademacher