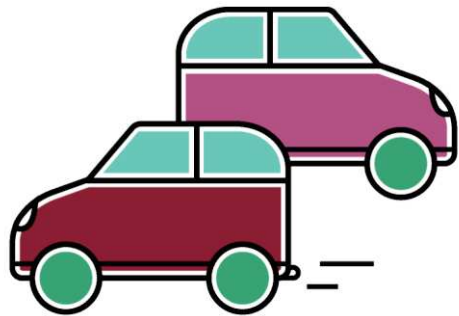


Motorjournalismus

Dipl.-Journ. Dipl.-Betriebswirt Gerd Zimmermann



Motorjournalismus

Einleitung	5
1. Die Motorbranche.....	7
1.1 Wirtschaftsmacht mit Schlüsselfunktion.....	7
1.2 Motorthemen in der Gesellschaft.....	19
1.3 Erfolgsfaktor Ökologie.....	21
2. Die Motorpresse.....	25
2.2 Presselandschaft der Motorbranche	29
2.3 Motorthemen in der Presse.....	37
3. Der Motorjournalist	46
3.1 Image und Wirklichkeit	46
3.2 Abläufe in der Motorbranche.....	52
3.3 Qualifikationen und Berufswege.....	65
3.4 Fest angestellt oder freiberuflich.....	68
4. Die Motorredaktion	74
4.1 Redaktionelle Strukturen und Abläufe	74
4.2 Outsourcing von Redaktionsarbeiten.....	78
5. Der Motorjournalismus	83

5.1	Vorgaben und Arbeitsbedingungen.....	83
5.2	Einflüsse und Arbeitsweisen.....	102
5.3	Trend zum Mobilitätsjournalismus.....	117

Motorjournalismus

Abkürzungsverzeichnis

- AvD Automobilclub von Deutschland
- C2C Car-to-Car-Communication
- C2X eigenständige Kommunikation des Autos mit Verkehrsleiteinrichtungen
- CNG Compressed Natural Gas, Erdgas
- CRM Customer Relationship Management
- CvD Chef vom Dienst
- dpa Deutsche Presse-Agentur
- IAA Internationale Automobil-Ausstellung
- IGM Interessengemeinschaft Motorjournalisten
- IJK Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft
- kb kraftfahrt-berichter

KBA Kraftfahrt-Bundesamt

LCA Life Cycle Assessment

LPG Liquefied Petroleum/Propane Gas, Autogas

mid Motor Informations-Dienst

MPC Motor Presse Club

PCMT Presseclub Motor und Touristik

VCD Verkehrsclub Deutschland

VDA Verband der Autoindustrie

VDIK Verband der Internationalen Kraftfahrzeughersteller

VdM Verband der Motorjournalisten

Einleitung

Liebe Studierende, lieber Studierender,

wer ist ein Motorjournalist? Ein Motorjournalist berichtet über Motorthemen. Wenn er dabei gewisse Spielregeln beachtet – von der Themenauswahl über die Recherche bis zur Veröffentlichung –, kann sein Tun als Motorjournalismus bezeichnet werden.

Nein, diese Darstellung wird dem Thema nicht gerecht.

Die Antwort: Jeder Journalist, der sich regelmäßig mit Motorthemen befasst, ist ein Motorjournalist. Er kann beim Fachmagazin „Auto Zeitung“, beim Publikumsblatt „stern“, beim Radiosender „SWR 3“, beim Nachrichtfernsehen „ntv“ oder bei der Tageszeitung „Schwäbische Zeitung“ fest angestellt sein. Oder als Freiberufler arbeiten. Es kommt nicht darauf an, ob er ausschließlich oder nur einmal in der Woche mit Motorthemen zu tun hat. Denn in vielen Redaktionen werden tatsächlich keine Journalisten gebraucht, die tagaus, tagein ausschließlich über den Bereich Motor berichten.

Dieser Bereich ist meist einer von mehreren, beispielsweise bei Tageszeitungen. Da haben politische, wirtschaftliche, sportliche, kulturelle und lokale Themen sogar einen höheren Stellenwert, davon zeugt jede Zeitungsausgabe. Auf Motorthemen wird redaktionell nur an einem bestimmten Wochentag eingegangen. Bei der „Schwäbischen Zeitung“ ist das der Samstag: jeweils auf zwei Hälften einer Zeitungseite. Die anderen Hälften und die Seiten danach sind den Anzeigen der örtlichen Autohändler und dem Auto-Kleinanzeigenteil vorbehalten.

Dann: Was sind Motorthemen? Zur Antwort gehört die Feststellung, dass „Motorthemen“ ein Oberbegriff ist. Ihm zuzuordnen sind alle Ereignisse, die mit dem Kraftfahrzeug (Kfz) zu tun haben, von Elektro-Bike über Motorräder und Personen- wagen bis Lastwagen. Weiter gehören die Themen dazu, die sich allgemein mit der Kraftfahrzeugbranche befassen. Die Rede ist von Berichten über Aktuelles aus Forschung, Entwicklung, Firmen – Autohersteller und Zulieferer – und Verbänden. Darüber hinaus alle Themen über das Geschehen auf den Straßen und über technische oder gesetzliche Verkehrsregelungen. Deutlich wird: Die Themenvielfalt ist sehr groß.

Und: Was heißt Motorjournalismus? Kurzantwort: Das sind die Arbeitsbedingungen und Arbeitsweisen des Motorjournalisten. Bei der ausführlichen Antwort, wie sie dieser Studienbrief gibt, kommt die Sprache auf das Zusammenspiel von Kfz- Branche und Presse. Auf die Verbindung von Verlag oder Senderanstalt, Redaktion und Journalisten mit Lesern, Hörern oder Zuschauern. Auf die journalistischen Arbeitsweisen und Stilformen sowie auf die Zukunft – wie geht es weiter? Dabei vermittelt der Kurs auch Branchenwissen, denn ohne ist Motor- Qualitätsjournalismus nicht möglich.

Die Kursziele: Sie lernen das Zusammenspiel von Motorbranche und Motorpresse sowie die Aufgaben, Strukturen, Abläufe und Zukunftschancen des Motorjournalismus kennen. Ob Journalist oder in PR, Marketing, Werbung beschäftigt: Der Kurs erleichtert Ihnen den Einstieg in die mediale Motorszene. Sie sind nach Kursabschluss in der Lage, branchenspezifische sowie motorjournalistische Vorgänge richtig einzuordnen und erfolgreich zu bearbeiten.

Den Kurszielen entsprechend ist der Kurs aufgebaut. Nach Wissenswertem über die Motorbranche folgen die Vorstellung der Motorpresse und die Einführung in den praktischen Motorjournalismus.