

THEMENSPECIAL „FEHLERMANAGEMENT“

„Einen Fehler machen und ihn nicht korrigieren – das erst heißt wirklich einen Fehler machen.“ Konfuzius (551-479 v.Chr.)

In den Zustand der Fehlerlosigkeit wird die Menschheit wohl nie eintreten. Außerdem verdankt sie Fehlern einiges, beispielsweise die Entdeckung Amerikas – Kolumbus wollte ja im Grunde den Seeweg nach Indien klären. Wenn alle Fehler machen, tun Journalisten dies natürlich auch. Die Bandbreite reicht vom Flüchtigkeitsfehler bis zum „dicken Bock“, auch bekannt unter dem ebenfalls tierischen Namen „Zeitungsentee“. In diesem Themenspecial geht es ausschließlich um solche Fehler, die bereits gedruckt worden sind und von irgendeiner Seite bemerkt wurden – Kollegen oder Lesern.

Dabei rücken hier nicht solche Artikel in den Mittelpunkt, die gleich eine Gegendarstellung herausfordern. Es geht vielmehr um die gewöhnlichen Fehler, wie man – über die regelmäßige Blattkritik und Gegenlesen hinaus – damit umgeht oder umgehen könnte. Tristes Alltagsgeschäft also, deswegen aber umso mehr der Aufmerksamkeit wert:

Was wollen uns Fehler sagen? Wie gehen Tageszeitungen mit Fehlern um? Welche Rolle spielen Weblogs – besser gesagt: Watchblogs – für das Fehlermanagement? Wie erklärt man Fehler, damit die Qualität der Zeitung steigt? Dazu gibt es in den folgenden Texten Antworten aus Deutschland und den USA. Dies kann natürlich nur eine kleine Auswahl darstellen. Ihre Ergänzungen und Hinweise nehmen wir gern auf: Mail an groll@initiative-tageszeitung.de genügt.

Inhalt:

1. **Die wichtigsten Thesen**
2. **Korrekturkultur**
3. **Korrekturspalten**
4. **Fehlermanagement von außen: Watchblogs**
5. **Interview: Fehlermanagement bei Regionalzeitung**
6. **Tipps: Der offene Weg**
7. **Links**
8. **Sie sind gefragt!**
9. **Vorschau**



1. Die wichtigsten Thesen

- Der konstruktive Umgang mit Fehlern erfordert eine offene Redaktionskultur: Fehler sind keine Katastrophen, sondern die Chance, besser zu werden.
- Fehlermanagement darf nicht dem Zufall überlassen werden. Es ist Teil eines systematischen Prozesses der Qualitätssicherung.
- Korrekturspalten werden in deutschen Zeitungen noch zu selten genutzt, um die Glaubwürdigkeit des eigenen Blattes zu erhöhen.
- Watchblogs können eine hilfreiche Außensicht auf das eigene Medium liefern.

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)

2. Korrekturkultur: Nicht vertuschen, sondern offenlegen

Fehler als Chancen:

In der Schule wurden Fehler rot angestrichen und waren der Grund für schlechte Noten. Immerhin stand das pädagogische Ziel dahinter, dass sie nicht ein weiteres Mal passieren sollten. Aus Fehlern lernen – ein lobenswerter Anspruch, den auch der Erfinder Thomas Alva Edison verfolgte: „Das ist das Schöne an einem Fehler: Man muss ihn nicht zweimal machen.“ In der Schule allerdings bedeuteten Fehler Sanktionen – vielleicht fällt es deswegen vielen bis heute so schwer zuzugeben, wenn etwas falsch gelaufen ist.

Dabei kann niemand perfekt sein. Fehler passieren jedem. Positiv betrachtet, zeigen sie Entwicklungsmöglichkeiten auf, bieten also die Chance zu wachsen und ermöglichen in vielen Fällen Fortschritte. Trotzdem gibt es die Angst, dumm dazustehen, möglicherweise den Job zu verlieren. Doch wie heißt das geflügelte Wort: „Dumme Menschen machen immer den gleichen Fehler. Kluge Menschen machen immer neue Fehler.“ Was natürlich nicht fortgesetzte Nachlässigkeiten rechtfertigt.

Finanzielle Sanktionen

Entscheidend ist, wie Unternehmen und Organisationen mit Fehlern umgehen, ob sie eine konstruktive Fehlerkultur pflegen oder Druck und somit Angst erzeugen. Wenig hilfreich dürfte das Rezept der nicaraguanischen Zeitung „**La Prensa**“ sein: Deren Journalisten müssen mit einem Strafgeld von rund 6 Euro rechnen, falls sie inhaltliche oder orthografische Fehler begehen. Zu einer offenen Fehlerkultur gehört es nämlich, dass Kollegen sich untereinander korrigieren dürfen – ohne dem anderen dabei finanziell zu schaden. Außerdem würde durch ein solches Verfahren dem Verheimlichen und Vertuschen von Fehlern Vorschub geleistet, den schlimmsten Feinden eines konstruktiven Fehlermanagements. Irgendwann kommt die Wahrheit doch ans Licht und der Schaden ist dann meist größer als bei einer zügigen und offenen Korrektur.



In ihrem Aufsatz „Qualitätsmanagement als Mittel der Erfolgssicherung“ haben sich die Kommunikationswissenschaftlerin **Barbara Held** und ihr Kollege **Stephan Ruß-Mohl** auch mit Strategien befasst, wie Medien mit Fehlern umgehen sollten. Sie fordern ebenfalls, Fehler als Chance zu begreifen um zu lernen und betrachten eine systematische Fehlerkorrektur als ersten Schritt zur Qualitätssicherung: „Dementsprechend ist eine Unternehmens- bzw. Redaktionskultur zu entwickeln, in der Fehler nicht vertuscht, sondern offengelegt und möglichst früh korrigiert werden. Prävention ist besser als Korrektur, aber ohne Bereitschaft zur Korrektur gelingt auch die Prävention nicht!“ Dass sich hierzulande viele Medienbetriebe den Anschein der Unfehlbarkeit geben, sehen die Experten mit Befremden und raten zu mehr Selbstkritik: „Professionalität ist auch die Fähigkeit, sich am eigenen Schopf aus dem Sumpf zu ziehen.“

Auch die „**Initiative Qualität im Journalismus**“ (**IQ**), ein Netzwerk aus Medien- und Journalistenverbänden, empfiehlt den Redaktionen Transparenz nach innen und außen. Unter anderem regt IQ konstruktive Blattkritik, organisierte Leserkontakte, Gegenlesen und die Einführung eines Korrekturkastens an.

„Lernende Unternehmen“

Die Frage, wie mit Fehlern umzugehen ist, beschäftigt natürlich auch andere Bereiche. In der Industrie beispielsweise gibt es seit einigen Jahren das Schlagwort vom „lernenden Unternehmen“. Wenn sich Firmen stetig wandeln müssen, um im Wettbewerb zu bestehen, heißt das zwangsläufig auch, dass nicht alles glatt laufen kann. Hier zeigt sich, dass ein produktiver Umgang mit Fehlern sogar in die Lage versetzt, den Unternehmenserfolg zu steigern – nämlich dann, wenn Firmen die Klagen ihrer Kunden sehr ernst nehmen und sich schnell und kompetent darum kümmern. Untersuchungen haben gezeigt, dass Betriebe mit ausgeprägter Fehlerkultur ihre Kundschaft besonders gut und dauerhaft an sich binden können.

Erfolge verzeichnet beispielsweise die **Drogeriemarktkette dm** mit ihrem Konzept der „lernenden Filiale“. Mitarbeiterinnen erfahren dabei in der täglichen Praxis, wie sie etwa mit Fehlern umgehen sollten - und auf welche Weise sie angemessen auf Kundenbeschwerden reagieren können. Das Geheimnis des Unternehmenserfolgs liegt auch hierin begründet: Entgegen dem Trend im Einzelhandel ist dm in den vergangenen Jahren stetig gewachsen.

Selbst dort, wo es um Leib und Leben geht, soll künftig offener mit Fehlern umgegangen werden: in der Chirurgie. Eine funktionierende „Fehlerkultur“ zeige Schwächen im System frühzeitig auf und erhöhe die Patientensicherheit, betont die **Deutsche Gesellschaft für Chirurgie** mit Sitz in Berlin. Die Fachgesellschaft erwägt, ein freiwilliges Meldesystem für Komplikationen und Behandlungsfehlern in Krankenhäusern einzuführen. Dagegen muten die Fehler der Medien an wie ein kleiner Husten.

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)



3. Korrekturspalten: Eine Frage der Ehre

Korrekturspalte hat Seltenheitswert

Das Echo in der Medienszene hallte laut, als Mitte Juli 2006 die „**Bild-Zeitung**“ auf Seite 2 eine Korrekturspalte einführte. „Bild ist eine große und schnelle Zeitung, die auf ein Netzwerk von rund tausend Journalisten zurückgreift. Und wo Menschen arbeiten, passieren auch Fehler. In der Korrekturspalte sollen diese schnell und unkompliziert berichtigt werden“, verkündete Chefredakteur Kai Diekmann in einer Pressemitteilung. Kritiker beurteilten die Neuerung vor allem als Kosmetik. Doch selbst wenn es sich lediglich um Ablenkungstaktik handeln sollte: Mit der neuen Rubrik steht „Bild“ in der deutschen Tageszeitungslandschaft recht einsam da. Fehler öffentlich einzugestehen ist nicht en vogue, Blätter mit einer regelmäßigen Korrekturspalte sind rar. Wenn überhaupt, werden Fehler in Leserbriefen öffentlich oder – in den schlimmen Fällen – im Rahmen einer Gendarstellung.

Die wohl älteste noch existierende Fehler-Rubrik hierzulande liefert täglich die Berliner „**tageszeitung**“. Dort füllt das Kultur-Ressort seit zwanzig Jahren einen kleinen Kasten namens „Berichtigung“. „Da korrigieren wir große und kleine Fehler“, erklärt Ressortchef Dirk Knipphals, „wenn aber keine zu melden sind, füllen wir die Rubrik auch mal mit Quatsch.“ Weil die „Berichtigung“ Tag für Tag erscheint, freut sich der jeweilige Blattmacher zur Not selbst über kleine Fehler. Ein wenig dient die Rubrik aber auch der Unterhaltung: „Neben einer Richtigstellung sollte es hier, so es gelingt, ein wenig sprachlichen Mehrwert, zumindest eine Pointe geben“, so Knipphals, der zugleich darauf hinweist, dass es immer gute taz-Tradition war, mit den eigenen Fehlern und Unzulänglichkeiten selbstironisch umzugehen.

Hinweise der Leser

Einer der Geburtshelfer der „Berichtigung“ in der taz war Arno Widmann, heute Leitender Redakteur bei der „**Berliner Zeitung**“ und verantwortlich für die Korrekturspalte des Blattes. Mitte der 90er-Jahre eingeführt, stand diese Kolumne lange Zeit als Solitär in der deutschen Zeitungslandschaft. Damals wie heute finden sich die Anmerkungen auf Seite 4, nun kombiniert mit den „Pressestimmen“. Die Hinweise dazu kommen aus dem Leserkreis, aber auch von Kollegen selbst. Oft geht es um falsche Zahlen und andere inhaltliche Details, die im Alltag durchrutschen. „Orthografische Fehler korrigiere ich nur selten, es sei denn, sie entstellen den Sinn“, berichtet Arno Widmann. Außerdem beschränkt er die Menge der Korrekturen auf höchstens drei je Ausgabe. Dass die Veröffentlichung dem Ruf der Zeitung schadet, hält Widmann für Irrglauben: „Vertrauen wird nicht durch Unfehlbarkeit geschaffen.“ Selbst empörte Leser lassen sich am Telefon beruhigen, wenn Fehler mit dem menschlichen Faktor erklärt werden, erzählt er. „Wir sind nicht Gottes Wort, wir sind nur ein Medium.“ In Sachen Fehlermanagement rät er, selbst solchen Leuten immer wieder zuzuhören, die ihren Ehrgeiz ausschließlich daran setzen, dem Blatt Fehler nachzuweisen. Auch die könnten immer mal Recht haben.



Mit einer aufmerksamen Leserschaft hat es die Redaktion der „**Süddeutschen Zeitung**“ ebenso zu tun. Im Leserinteresse gibt es seit Mai 2005 die „Fehlerteufel“-Rubrik auf der Seite 2, womit die SZ demonstrieren will, „dass trotz aller Sorgfalt in der täglichen Berichterstattung Fehler unterlaufen“, wie es Susanne Höll begründet, Geschäftsführende Redakteurin der SZ. Korrekturen sollten nicht mehr übers ganze Blatt verteilt, sondern an zentraler Stelle veröffentlicht werden. „Der Fehlerteufel wird von uns als Signal für einen offenen Umgang mit Irrtümern verstanden, mithin also als Zeichen journalistischer Qualität“, unterstreicht Susanne Höll. Auch in dieser Rubrik werden keine Rechtschreibfehler verbessert, der Fokus liegt auf faktischen und sachlichen Fehlertreten. „Im Haus ist die Rubrik inzwischen unumstritten“, stellt sie fest, „allerdings erreichen uns vereinzelt Nachfragen von Lesern, die sich über den offensiven Umgang mit Fehlern wundern.“

Über einen Mangel an Resonanz muss auch Anton Sahlender nicht klagen, Leseranwalt der Würzburger „**Main-Post**“. „Wir lassen uns auch eines Besseren belehren“, stellt er klar. Deshalb führte die Redaktion 2005 die Kolumne „So ist’s richtig“ ein, wo falsche Darstellungen oder den Sinn entstellende Fehler schnell berichtigt werden sollen – ein bei Regionalzeitungen noch selten zu beobachtender Weg des Fehlermanagements.

Selbstverständlicher gehen die Tageszeitungen in den USA mit Fehlern um. Besonders einfach macht es die „**New York Times**“ ihren Lesern, Beschwerden loszuwerden – unter anderem mit Hilfe einer gebührenfreien Rufnummer. Bei der Times geht es aber nicht nur darum, erboste Leser ruhigzustellen, sondern um journalistische Qualität. Selbst wenn Betroffene nicht auf eine Korrektur drängen, verlangt „Executive Editor“ Bill Keller von den Redakteuren eine öffentliche Richtigstellung: „Fehler, die nicht korrigiert werden, leben in den Archiven fort und werden in späteren Artikeln wiederholt.“ Eine Strategie, die natürlich das eigene Archiv als seriöse Quelle extrem aufwertet.

Großer Nachholbedarf

Eine solch offensive Fehlerkultur wünscht sich der Leipziger Journalistik-Professor Michael Haller auch für deutsche Zeitungen: „Runter vom Katheder der selbstgefälligen Besserwisserei. Die meisten Zeitungen haben noch nicht gelernt, eine dialogische und zugleich nutzwertige Zeitung auf Augenhöhe ihrer Leser zu machen. Hier muss viel und schnell nachgeholt werden“, schreibt er 2005 in der Jubiläumsausgabe „60 Jahre Berliner Zeitung“.

Mit Korrekturspalten allein ist es da nicht getan – zumal sie Leser und Redakteure in falscher Sicherheit wiegen können. „Die wirklich großen journalistisch-inhaltlichen Fehler werden da gar nicht thematisiert“, so der Hinweis von Arno Widmann, der deswegen vieles, was in Fehler-Rubriken behandelt wird, im Grunde für „Peanuts“ hält. Aber man kann ja das eine tun, ohne das andere zu lassen.

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)



4. Fehlermanagement von außen: Watchblogs

Das Urteil von **Hermann Neusser** zu Weblogs fiel vernichtend aus: „Informationen und Meinungen werden – wenn überhaupt – erst überprüft, wenn sie veröffentlicht sind“, bemängelte der Vorsitzende des Kuratoriums für den Theodor-Wolff-Preis kürzlich bei der Preisverleihung in Düsseldorf. „Es kommt nicht von ungefähr, dass die Zeitung das Medium ist, dem die Menschen das größte Vertrauen entgegenbringen“, schloss er daraus. Doch diese Glaubwürdigkeit ist kein Selbstläufer. Kritische Leser und Medienjournalisten beobachten die inhaltliche Qualität der Blätter und nutzen per Weblog das Internet, um auf Fehler etablierter Medien hinzuweisen.

„Selbstregulatives System“

Dazu gehören die Macher von „**Bildblog**“, die seit Juni 2004 aufmerksam registrieren, was und wie die „Bild-Zeitung“, „BamS“ und „bild.de“ schreiben. Ihre Begründung dafür: „Was heute in der ‚Bild‘-Zeitung steht, steht morgen überall. Vielleicht sollte man sich also mal genauer anschauen, was sie schreibt.“ Daran hat sich für Stefan Niggemeier, einen der Betreiber von „Bildblog“, auch durch den Korrekturkasten der „Bild“ nichts geändert: „Ich halte es für ziemlich egal, wenn da gelegentlich läppische Kleinigkeiten korrigiert werden“, sagt er. Seiner Ansicht nach mache „Bild“ bewusst Fehler und verdrehe Tatsachen absichtlich – was den Korrekturkasten ad absurdum führe. Sein Mitstreiter Christoph Schultheis erweitert die Kritik auf klassische Medien, die sich „mit einem zahnlosen Konsens zufrieden geben und mit Berichtigungen und Richtigstellungen schwer tun“, wie er in der „Berliner Zeitung“ schreibt. Schultheis sieht Weblogs als wirksames Korrektiv und deren Gesamtheit, die „Blogosphäre“, als „selbstregulatives System“, in dem sich letztlich die ungeschminkte Wahrheit durchsetzt.

Nicht nur „Bild“, sondern auch mächtige Magazine wie der „**Spiegel**“ sehen sich der Kritik aus dem Internet ausgesetzt. Die entsprechenden Weblogs werden inzwischen als „Watchblogs“ bezeichnet: häufig journalistisch geprägte Einträge mit Wächter-Anspruch. „Es gibt deutliche Hinweise, dass Medienunternehmen die Blogs wahrnehmen“, berichtet Stefan Niggemeier – auch wenn dies von offizieller Seite meist bestritten wird. „Die Kollegen in den Bild-Redaktionen schauen jedenfalls bei uns rein, um zu sehen, ob sie selbst betroffen sind“, ergänzt der Bildblog-Betreiber. Illusionen, das Boulevardblatt per Bloggen verändern zu können, hat er allerdings nicht: „Wir können höchstens die Wahrnehmung der ‚Bild‘ verändern.“

Mit ihrer Arbeit haben die Bildblogger immerhin bundesweit Aufmerksamkeit erregt und Preise wie den „Grimme Online Award“ gewonnen. Auf eine solche Resonanz kann derzeit kaum hoffen, wer die Arbeit von Lokalredaktionen verfolgt und per Blog kritisiert – so wie Ulrich Meyke mit seinem „**Ostsee-Zeitung-Blog**“. Der frühere OZ-Redakteur nimmt täglich online veröffentlichte Artikel mehrerer Lokalredaktionen unter die Lupe, mit für ihn erschreckendem Ergebnis: „Selbst Grundprinzipien werden verletzt, die Gegenseite nicht gefragt, Kommentar und Bericht vermischt.“ Seiner Einschätzung nach hat die Qualität in manchen Redaktionen in den vergangenen Jahren deutlich nachgelassen. „Neben

sprachlichen Mängeln sind mir Artikel aufgefallen, in denen teilweise die Grenze zur Schleichwerbung überschritten worden ist“, erzählt Meyke. Im Juli 2006 verzeichnete er pro Tag rund 50 Zugriffe auf den Blog, den er in seiner Freizeit betreibt. „Ich finde, jede Zeitung sollte sich von außen beobachten lassen“, betont Ulrich Meyke, dessen Arbeit vor Ort eher ignoriert wird.

Blog-Kritik in die Mittagskonferenz

Den Prozess, externe Kritik anzustoßen, will der „**Trierische Volksfreund**“ (TV) aktiv fördern. Im Online-Auftritt der Zeitung werden die Leser zur Teilnahme an verschiedenen Blog-Angeboten angeregt, wozu seit Januar 2006 der „Blattkritik-Blog“ gehört, betreut von Online-Redakteur Roland Grün. „In der Regel melden Leser Fehler, die sich auf die gedruckte Ausgabe beziehen“, erläutert er. Um die interne Blattkritik mit Anstößen von außen zu bereichern, erhalten die TV-Blogger eine Zusage: Wenn ihre Kritik täglich bis 11.30 Uhr eintrifft, wird sie der Chefredaktion vorgelegt und zum Bestandteil der Mittagskonferenz. Diese Möglichkeit nutzen bislang jedoch eher wenige – Roland Grün spricht von etwa drei Kommentaren pro Woche.

Dennoch glaubt Stefan Niggemeier von „Bildblog“, dass die Zahl jener Blogs wachsen wird, die sich mit der Arbeit von Regionalzeitungen befassen: „Ich sehe einen großen Bedarf an Gegenöffentlichkeit, insbesondere dort, wo Monopolblätter den Markt dominieren.“ Arno Widmann, Leitender Redakteur der „Berliner Zeitung“, sieht „Watchblogs“ prinzipiell positiv: „Ich find’s immer gut, wenn Institutionen von außen beobachtet werden.“

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)

5. Interview: Fehlermanagement bei Regionalzeitung

Wie geht eine große Regionalzeitung mit dem Thema Fehlerkorrektur um? Andreas Tyrock, Leitender Redakteur der „**Braunschweiger Zeitung**“, gibt Auskunft über die Strategie seines Blattes:

Wie reagieren Sie, wenn Ihnen Fehler im Blatt auffallen oder Leser Sie darauf hinweisen?

Tyrock: Klassische Fehler wie falsche Namen oder Daten berichtigen wir sachlich in der nächsten Ausgabe, und zwar auf den Seiten, auf denen sie passiert sind. Darüber steht dann der Hinweis „Korrektur“.

Was passiert bei verzwickteren inhaltlichen Fragen?

Tyrock: Manchmal empfinden Leser etwas als Fehler, das einer inhaltlichen Bewertung unterliegt. Beispielsweise wenn wir über Pferdezücht in Niedersachsen berichten und ein Leser sagt, das interessiere keinen. Um solche Themen behandeln zu können, veröffentlichen wir jeden Dienstag die Rubrik „Leser fragen – wir antworten“ auf der Leserseite. Dort nimmt in der Regel ein Mitglied der Chefredaktion zu grundsätzlichen Themen Stellung.



Ist es problematisch, Kollegen auf Fehler hinzuweisen, die ihnen passiert sind?

Tyrock: Nein. Klar ist, dass die Fehlerquote so gering wie möglich sein muss. Klar ist aber auch, dass in der tagesaktuellen Produktion Fehler passieren, und dazu stehen wir. An jedem Abend gehen wir in einer gemeinsamen Konferenz die Seiten intensiv durch. Es ist quasi eine Vorab-Blattkritik, in der wir auch schon einige Fehler finden und korrigieren, bevor sie zum Leser kommen. Im Übrigen können die Leser auch erkennen, wer eine Seite produziert hat, denn der Name des jeweiligen Blattmachers findet sich am Fuß jeder Seite – ein Zeichen von Transparenz.

Korrigieren Sie auch orthografische Fehler?

Tyrock: Natürlich können wir nicht jedes falsche Komma berichtigen. Wenn uns aber beispielsweise im Zuge der neuen Rechtschreibung ein bestimmter Fehler wiederholt passieren würde, könnte man durchaus einige Worte dazu schreiben.

Wie gehen Sie insgesamt mit Beschwerden um?

Tyrock: Wir pflegen einen sehr intensiven Austausch mit den Lesern. Ein Paradebeispiel dafür sind unsere Leserseiten, die bei uns mit viel Liebe produziert werden. Unsere Leser wissen das zu schätzen.

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)

6. Tipps: Der offene Weg

Deutsche Zeitungen tun's selten: Fehler in Korrekturkästen zugeben und berichtigen. Dabei glaubt sowieso kaum noch jemand an den unfehlbaren allwissenden Journalisten. Und vielen Lesern wird es so gehen wie Stefan Niggemeier von „Bildblog“: „Wenn ich Korrekturen lese, habe ich nicht das Gefühl, es mit einer Deppenzeitung zu tun zu haben. Ich spüre eher das ernste Interesse der Redaktion, mich zu informieren.“ Wer diesen Weg beschreiten möchte, kann sich an folgenden Punkten orientieren:

- Offenheit und Bereitschaft zur Selbstkritik zeigen, indem der Korrekturkasten regelmäßig von einer kurzen Passage eröffnet wird. Darin kann die Redaktion darauf hinweisen, dass sie so sorgfältig wie möglich arbeitet, aber niemals in Anspruch nimmt, frei von Fehlern oder immer im Recht zu sein. Dies auch als Signal nach innen und außen, dass jemand, der Fehler meldet, keine Sanktionen befürchten muss.
- Korrekturen sollten „zeitnah“ zum Fehler veröffentlicht werden, möglichst am nächsten Erscheinungstag der Zeitung. Und ohne bemühte Entschuldigungsversuche oder gar Ausreden.
- Es sollten sowohl triviale als auch ernsthafte Fehler Berücksichtigung finden. Auch fehlende Details können nachgereicht werden, wenn sie eine interessante



Zusatzinformation darstellen.

- Die Zeitung ist zwar nicht der „Duden“, hat aber auch eine sprachliche Vorbildfunktion. Deswegen könnten im Grunde auch orthografische Fehler berichtigt werden, evtl. in einer eigenen kleinen Kolumne und mit Augenzwinkern – etwa im Stil des „Zwiebelfischs“ von Bastian Sick auf Spiegel-Online.
- Am Ende des Kastens bietet sich Gelegenheit, sämtliche Kontaktmöglichkeiten aufzulisten, wie sich Leser melden können, um Fehler mitzuteilen – sozusagen als Aufruf, aktiv an der Qualität der Zeitung mitzuarbeiten.

Bei alledem geht es nicht allein darum, die Leserschaft zufriedenzustellen. Korrekturen dienen auch dazu, dass im Zeitungsarchiv die richtigen Fakten schlummern. Damit nicht bei späteren Archivrecherchen die eigenen Fehler wiederholt werden.

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)

7. Links

www.laprensa.com.ni/

www.ejo.ch/analysis/qualitymanagement/QMHaller.pdf#search=%22%22Qualit%C3%A4tsmanagement%20als%20Mittel%20der%20Erfolgssicherung%22%22
(Ruß-Mohl)

www.initiative-qualitaet.de/

www.competence-site.de/personalmanagement.nsf/

[AttachShow!OpenFrameset&attachfile=/personalmanagement.nsf/C06A63055088A96CC1256E3F00521621/\\$File/PE%20Fallstudie.pdf](http://www.competence-site.de/personalmanagement.nsf/C06A63055088A96CC1256E3F00521621/$File/PE%20Fallstudie.pdf) (Thema dm)

<http://www.dgch.de/dgch/index.html> (Deutsche Gesellschaft für Chirurgie)

http://www.praxisforschung.de/Chirurgie_offener_Umgang_mit_Fehlern.htm

www.bild.de

<http://www.netzeitung.de/medien/422637.html> (über die Korrekturspalte in BILD)

www.taz.de

www.berlinonline.de/berliner-zeitung/index.php

www.sueddeutsche.de

www.mainpost.de/mainfranken/leseranwalt/index.html

(vgl. auch Interview von Heike Groll mit Leseranwalt Anton Sahlender in Drehscheibe 8/2004)

www.nytimes.com/



www.fr-online.de/in_und_ausland/kultur_und_medien/medien/?sid=20404042c599854805c9e2e4b5400096&em_cnt=967586 (Hermann Neusser)

www.bildblog.de/

www.spiegelkritik.de/

<http://ostsee-zeitung-blog.blogspot.com/>

<http://blattkritik.blog.volksfreund.de/> (Trierischer Volksfreund)

<http://www.spiegel.de/kultur/zwiebelfisch/0,1518,433479,00.html>

www.newsclick.de/ (Braunschweiger Zeitung)

Außerdem zum Nachlesen:

Bernd Wetzenbacher, Lernen, aus Fehlern zu lernen Fehlermanagement in der Praxis (in: Redaktion 1999, Almanach für Journalisten).

message, Nr. 1/2004, Themenschwerpunkt Fehler, S. 58-63

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)

8. Sie sind gefragt!

Wie hat Ihnen dieses Special gefallen? Oder kennen Sie einen Link, ein Beispiel, einen Beitrag, der unbedingt mit aufgenommen werden sollte? Wir freuen uns über Kommentare, Ergänzungen und Kritik – per E-Mail oder Telefon. Sie können auch das Feedback-Formular auf unserer Internetseite nutzen: www.initiative-tageszeitung.de – Menüpunkt Feedback.

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)

9. Vorschau

Das nächste Special der Initiative Tageszeitung erscheint am 20. Oktober 2006.

[Zurück zur Inhaltsübersicht](#)

Stand: September 2006

Autor: Volker Dick, freier Journalist (www.buchstabensuppe.net)

Herausgeberin: Initiative Tageszeitung e.V

