

Autorenbriefing

Grundanforderungen

Eine *Substanz*-Geschichte erfüllt im Idealfall drei Anforderungen:

1. Sie unterhält - und zwar von der ersten Zeile an so gut, dass sich Leser auch in Themen vertiefen, mit denen sie sonst fremdeln („ich habe etwas über Teilchenphysik gelesen und es hat gar nicht weh getan“).
2. Sie bringt dem Leser etwas über ein interessantes Forschungsthema bei - so viel, dass er eigentlich die nächsten Wochen und Monate nichts mehr darüber lesen muss. Um was geht es da, was sind die großen Fragen und Debatten, was ist daran so spannend, wo führt das noch alles hin? Das ist das Gegenmodell zum nachrichtlichen Wissenschaftsjournalismus, der aktuelle Studien aus den Journalen aufbereitet.
3. Sie vermittelt dem Leser plastisch, wie Wissenschaft funktioniert: Was heißt es, Wissenschaftler zu sein, wie lebt es sich in dieser Welt? Wie werden wissenschaftliche Debatten geführt? Wie entstehen Erkenntnisse? Warum hat die eine Theorie Konjunktur und die andere nicht? Wie viel hängt da auch ab von Geld, Glück, Kontakten, Zeitgeist oder einem geschickten Händchen beim Ausfüllen von Förderanträgen?

Unsere Grundidee ist: Man versteht Wissenschaft besser, wenn man die Menschen versteht, die sie betreiben. Jeder Text sollte darum mindestens einen starken **Protagonisten** haben, der uns durch das Thema führt. Wir wollen wissen: Was machen diese Leute da, warum machen die das, was treibt sie, was verlangt diese Forschung ihnen ab? Wie sieht ihr Arbeitsalltag aus? Was gibt es da für Höhen und Tiefen, Brüche und Konflikte, Heureka-Momente, Zweifel und Niederlagen? Gibt es Lager, Allianzen, Konfliktparteien? Warum sind die einen im Kommen und die anderen nimmt keiner mehr ernst?

Wichtig: Wir betreiben keine Heldenverehrung, wir machen keine Homestories. Wir beschreiben gelebte Forschung. Und dafür brauchen wir auch nicht immer den Professor, wenn der Postdoc die eigentliche Arbeit macht und viel spannender ist. Der Protagonist kommt nicht um seiner selbst willen in der Geschichte vor - er steht exemplarisch für das Forschungsthema, für das wir den Leser interessieren wollen. Er ist unsere Andockstelle, unser Türöffner.

In der Regel bedeutet das:

- Jede Geschichte braucht in der Regel mindestens einen **Ortstermin**, auf dem du Eindrücke sammelst aus der Forschungswelt, die du beschreibst: Wie sieht es da aus, wie riecht es da? Welche Atmosphäre herrscht da? Was sind das für Leute, die da arbeiten? Hat der Protagonist ein Team, mit dessen Mitgliedern man sich unterhalten kann? Postdocs oder Assistenten, die man fragen kann, warum sie in diesem Feld sind, was sie umtreibt, was sie machen?
- Idealerweise erfahren wir, wie der Protagonist sich und seine Arbeit wahrgenommen sieht: Empfindet er sich bzw. sein Fachgebiet als verkannt, gewertschätzt, benachteiligt, privilegiert?

- Es kommen außer dem/den Protagonisten auch Unterstützer, Kontrahenten und neutrale Experten zu Wort. **Je kritischer die Zweitstimme, desto wichtiger ist es, dass der Protagonist die Gelegenheit bekommt, dazu Stellung zu beziehen.** Wissenschaft bedeutet Dialog.
- Der Text vermittelt außerdem in Grundzügen die Geschichte des Forschungsthemas, das er beschreibt: Welche Debatten wurden und werden da geführt, in welcher Tradition stehen unsere Protagonisten? Das muss nicht bei Adam und Eva beginnen, aber der Leser soll prinzipiell verstehen, wie der Status Quo entstanden ist.
- Der Text beantwortet mir die Fragen: Wer will, dass diese Forschung betrieben wird und warum? Wem nützt diese Forschung?
- Wir erzählen auch die gesellschaftlichen, technischen und wirtschaftlichen Folgen des Themas: Da, wo andere sich erschöpfen in der Universalformulierung „könnte eines Tages zu....führen“, wollen wir mehr erklären.
- Wir erzählen nicht einfach das nach, was uns der Protagonist erzählt hat, wir schaffen unseren eigenen roten Faden.

Es kann natürlich auch immer mal vorkommen, dass wir eine sehr spannende wissenschaftliche Debatte bzw. einen Erkenntnisprozess (wissenschaftshistorisch) nachzeichnen. Dann wird das Thema zum Protagonisten - was voraussetzt, dass es sehr lebendig und packend beschrieben wird.

Themenauswahl

Prinzipiell sind alle Wissenschaftsdisziplinen für uns interessant. Wir neigen zwar eher zu naturwissenschaftlich/technischen Themen, nehmen aber gerne auch starke Geschichten aus Psychologie, Soziologie, Geschichte, Archäologie etc., wenn sie unsere o.g. Grundanforderungen erfüllen.

Besonders wichtig für Medizin-, Psychologie- und Ernährungsthemen: Wir machen keine Ratgeber- und keine Schicksalsgeschichten. Ja, uns interessiert, wie Forschung sich auf das Alltagsleben von Menschen auswirkt - aber wir wollen erklären, wie diese Forschung funktioniert, indem wir uns dahin begeben, wo sie betrieben wird. Das ist unser Zugang, das ist der rote Faden.

Zur Aktualität: Weil wir in großen Bögen nachzeichnen, wie Forschung funktioniert, ist Substanz ein zeitloses Magazin - prinzipiell soll es egal sein können, ob unsere Geschichten ein paar Wochen früher oder später erscheinen. Wir hecheln keinen Vorabmeldungen hinterher, wir entscheiden selbst, welche Themen wir gerade für drängend halten.

Stil und Struktur

Substanz-Geschichten sind klassische Magazin-Geschichten mit hohem handwerklichem Anspruch. Wir legen großen Wert auf Einstieg, Spannungsbogen und Schluss - keine Geschichte darf gegen Ende verpuffen.

- Jede Geschichte hat in den ersten Absätzen ein Portal, reißt also kurz an, worum es hier geht, was der größere Zusammenhang, die Relevanz dieses Themas ist.
- Wir legen zwar Wert auf starke Protagonisten, aber wir wollen nicht jede Geschichte als Porträt

lesen. Unsere Protagonisten liefern uns den Zugang zum Thema, den roten Faden.

- Wir erzählen lebendige, schöne Geschichten, wir machen keinen Protokoll- und Verlautbarungsjournalismus. Darum führen wir Forscher nicht mit den üblichen Bandwurmformulierungen ein („wie Harald Wichtig und seine Kollegen von der Wichtig-University im absurdistanischen Protzhausen herausfanden...“). Wenn wir Studien zitieren, gerne ein paar anschauliche Sätze dazu, wie die Forscher zu ihren Ergebnissen kamen. Und die Bedeutung von Institutionen und Publikationen motzen wir nicht mit der Luschenvokabel „renommiert“ auf.
- Zitate stehen nicht um ihrer selbst willen da, sondern weil sie die Geschichte voranbringen.
- Wissenschaftliche Arbeiten werden mit DOI-Links zitiert.

Multimediale Umsetzung

Wir denken nicht mehr in den Begriffen Print und Online. Wir denken in Geschichten, und diese Geschichten erzählen wir digital. Was bedeutet: Wir haben mehr Möglichkeiten, diese Geschichte zu erzählen. Wir nutzen die Möglichkeiten, die HTML5 uns bietet, aber wir betreiben keine Effekthascherei. *Substanz*-Geschichten werden vom ersten Moment an zusammen mit den Autoren und der Art-Direktorin geplant: Wie können wir das Thema am besten erklären? Wie können wir Zusatzinformationen, die im Print in Infokästen ausgelagert werden müssten, organisch in den Text einbauen? Kann eine interaktive Infografik den Text stützen, ein Film, eine Audioslideshow? Im Extremfall kann das sogar heißen, dass es gar keinen Text gibt und die Recherche rein visuell umgesetzt wird, zum Beispiel als Animation. **Entscheidend ist, dass wir die Geschichte bestmöglich erzählen und dem Leser etwas geben, womit er sich ausgiebig beschäftigen kann – und mag.**

Für die Autoren bedeutet das:

1. Ihr müsst Lust am Experiment haben. *Substanz* ist ein Labor, mit jeder Geschichte probieren wir aufs Neue aus, wie man auf dem Tablet Wissenschaft neu erzählen kann. Das heißt in der Praxis auch, dass euch - gerade bei den ersten Geschichten - ein etwas intensiverer Redigaturprozess mit ein paar mehr Feedback-Schleifen blüht, als Ihr das gewohnt seid.
2. Alle Informationen, die im Print Verschnitt oder Material für Infokästen wäre, können bei uns eine Verwendung finden. Z.B. können wir jede Geschichte in zwei Versionen anbieten: Eine kompaktere, deren Detailtiefe für den Großteil der Leserschaft erschöpfend ist. Und eine XL-Version für Aficionado.
3. Dazu kommt: In der App und auf der Website wollen wir mit kleinen Infohäppchen für neue Geschichten werben, wenn sie online gehen. Idealerweise können wir dabei auf Rechercheprodukte zurückgreifen, die es nicht in die Geschichte geschafft haben: Fotos, Interviewsequenzen, historische Exkurse und Anekdoten etc.
4. Bei den Ortsterminen Augen und Ohren offenhalten nach Möglichkeiten, Material für Effekte zu nutzen. Können wir z.B. Auszüge aus eurem Interviewmitschnitt nehmen als Stimme aus dem Off für eine Animation? Wenn Ihr mit dem Forscher vor seinem Messgerät sitzt und euch erklären lasst, was da gerade zu sehen ist, kann man das filmen?

Organisatorisches

Exposee

Wir brauchen zu jedem Themenvorschlag ein Exposee: Wie soll die Geschichte laufen, was ist der rote Faden? Wer sind die Haupt- und Nebendarsteller? Und was fällt dir schon spontan zur medialen Unterstützung des Themas an, was wären gute Fotos, Grafiken, Filmchen? Hast du vielleicht schon Ideen für die digitale Umsetzung? (was kein Muss ist, sondern ein Angebot: Bei uns könnt Ihr euch austoben und Ideen ausprobieren, die anderswo nicht umsetzbar sind.)

Briefing, Rechercheplan und Auftrag

Wenn wir das Thema wollen, sprechen wir am Telefon oder persönlich mit dir und unserer Art-Direktorin die Geschichte und ihre wahrscheinliche Dramaturgie durch und entwickeln erste Optiki-Ideen. Dabei schätzen wir auch gemeinsam ab, wie groß dein Arbeitsaufwand und Spesenbedarf sein wird. Wir zahlen Tagessätze, kein Zeilenhonorar, weil das bei einem multimedial denkenden Magazin für den Autor fairer ist. Eine Bezahlung nach Arbeitszeit birgt natürlich auch Streitpotenzial: Woran und an wem liegt es, wenn ein Job länger dauert als geplant? Wann ist der Punkt erreicht, an dem mehr Geld auf den Tisch muss? Dieses System funktioniert nur auf Vertrauensbasis und im Dialog - wir wollen kein Stundenprotokoll sehen, wir setzen darauf, dass du weißt, wo deine Tage bleiben, und dass du frühzeitig Laut gibst, wenn ein Zeitplan zur Makulatur wird, damit wir zusammen eine Lösung finden.

Pro Geschichte rechnen wir mit allem Drum und Dran (Recherche, Ortstermin, Schreiben, zwei bis drei Redigaturdurchläufe, Multimediatededöns, Korrektorat beglücken) im Schnitt mit fünf Arbeitstagen. Außerdem zahlen wir Reisespesen, weil wir wollen, dass unsere Autoren am Hauptort des Geschehens sind (sofern du nicht eh schon da warst).

Erst mit dieser Besprechung ist der Auftrag erteilt und das Taxameter läuft.

Nach dieser Besprechung planst du deine Recherchereise und sprichst mit den Protagonisten ab, ob und in welchem Umfang wir fotografieren können. Wir buchen dann den Fotografen für den Termin. Dabei ist uns wichtig, dass wir möglichst authentisch, reportagig fotografieren können. Wir wollen keine geleckten, bunt ausgeleuchteten Labore und herausgeputzten Profs, wir möchten die Forschung so rummelig zeigen, wie sie eben ist.

Für die geschützte Kommunikation und zum Abspeichern von Texten und AV-Material richten wir einen Bereich auf unserem **Redaktionsserver** ein, für den du einen passwortgeschützten Zugang bekommst. **Bitte alle schriftliche Kommunikation zu deiner Geschichte über dieses System abwickeln und nicht per Mail**, das macht die Arbeit für alle Beteiligten übersichtlicher.

Schreiben, Redigatur und Abnahme

Wir stehen dir in jeder Phase immer gerne als Sparringspartner zur Verfügung. Wenn Du Ideen zum Aufbau diskutieren willst, mit Zitaten haderst, eine Stilfrage hast - immer gerne.

Wenn deine erste Textfassung und die Bilder vom Termin vorliegen, entwerfen wir damit das finale **Layoutkonzept** und planen die Elemente, die wir produzieren müssen: Illustrationen, Infografiken,

Animationen etc. Im Idealfall entspricht dieser Plan den Ideen, die wir bei unserer ersten Konferenz besprochen haben, brauchen also kein zusätzliches Recherchematerial. Wir versuchen, dich so weit wie möglich von zusätzlichen Arbeiten für die Optik zu entlasten. Wenn doch ein größeres Volumen auf dich zukommen sollte, sprechen wir über den zusätzlichen Aufwand.

Wie oben schon angedeutet, wird der **Redigaturprozess** wahrscheinlich etwas intensiver, als du das von anderen Redaktionen gewohnt bist. Das liegt vor allem daran, dass wir eine neue Tonalität im Wissenschaftsjournalismus entwickeln wollen. Wir redigieren und kommentieren digital im Überarbeiten-Modus, und schicken dir deinen Text dann mit der Bitte, die Anmerkungen in Ruhe durchzulesen, damit wir sie durchsprechen können. Ja, wir stellen hohe Ansprüche, aber wir verstehen die Redigatur als Dialog, in dem wir zusammen etwas entwickeln, was beide Seiten gut finden.

Wir rechnen mit zwei, selten auch drei Redigaturdurchläufen. Wenn wir uns dann immer noch nicht einig sind, ist in der in der Regel auf einer von beiden Seiten etwas schief gelaufen und wir müssen über Ausfallhonorare oder Nachentlohnung sprechen. (Ausnahme: In der Entwicklungsphase können es auch mal ein paar Schleifen mehr werden.)

Die Fassung, auf die wir uns am Ende einigen, geht dann in die **Dokumentation** - im Idealfall mit samt deiner Materialsammlung, damit unsere Dokumentarinnen sich so viele Fragen wie möglich selbst beantworten können. Auf jeden Fall aber solltest du alle Quellen und Belege für Tatsachenbehauptung griffbereit haben für Anrufe der spanischen Inquisition.

Der geprüfte Text geht dann ins Layout. Da wir die meisten Beiträge mit mindestens einer Woche Vorlauf produzieren, wirst du in der Regel die Gelegenheit haben, den fertigen Beitrag mit allen Zusatzelementen vor Erscheinen zu sehen und entsetzt aufzuschreiben, weil eine unglückliche Kombination von Zwischenüberschrift und Grafik unbeabsichtigte sexuelle Konnotationen hervorruft. Falls aus Produktionsgründen die Zeit für diesen Schritt eng wird, versuchen wir unser bestes, um dir wenigstens einen schnellen Blick zu ermöglichen, können das aber nicht garantieren.

Abrechnung

Spesen erstatten wir, sobald du sie uns in Rechnung stellst. Beim **Texthonorar** ist unser Ziel, dann zu bezahlen, wenn die Geschichte geliefert und durchproduziert ist, du also für dich einen buchhalterischen Schlusstrich ziehen kannst.

In der Frühphase unserer Magazingründung müssen wir hier unsere Autoren aber noch um etwas Geduld bitten: Da wir unsere Finanzierung in Tranchen aufbauen, können wir anfangs erst nach Erscheinen der Geschichte bezahlen - und es ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt auch nicht völlig auszuschließen, dass wir das Magazin nicht dauerhaft am Markt etablieren können. Sprich: Es gibt ein - wenn auch kleines - Risiko, dass wir deine Geschichte nicht veröffentlichen können und du sie einem anderen Kunden anbieten musst.

Das ist das kleine bisschen Risikobereitschaft, das wir unseren Autoren am Anfang leider abverlangen müssen. Allerdings: Wenn es bei dir wirklich mal hart auf hart kommt und du, deine Kinder und Katzen kurz vor dem Hungertod stehe solltest, finden wir eine Lösung.