

Interner Leitfaden für die Erstellung von Artikeln

Heilpraxis ist eine medizinische Fachquelle, die das hochsensible Thema Gesundheit behandelt. Artikel müssen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt werden. Wir haben eine hohe Verantwortung gegenüber unseren Leserinnen und Lesern. Dieser Verantwortung müssen wir Rechnung tragen. Der interne Leitfaden dient hierbei als Orientierung zur Erstellung von Beiträgen.

- 1.** Die Artikel werden unvoreingenommen recherchiert, was nicht bedeutet, dass keine Arbeitshypothese erstellt werden kann. Im Verlauf der Recherche sollen alle Fakten berücksichtigt werden, auch wenn damit die Eingangsvermutung widerlegt wird. Schlüsse aus den dargelegten Fakten der fachlichen Quellen zu ziehen und Konsequenzen aufzuzeigen, ist ausdrücklich erwünscht, um auch für medizinische Laien einen verständlichen, abgerundeten Artikel zu präsentieren. Bei widersprechenden Quellen, sollten die gegensätzlichen Aussagen sorgfältig aufgezeigt und gegenübergestellt werden.
- 2.** Jeder Inhalt muss belegbar sein und die genutzten Fachquellen sind als Quellen anzugeben. Fachstimmen wie z.B. Ärztinnen und Ärzte, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler oder Gesundheitspolitikerinnen und -politiker müssen als Zitate erkenntlich sein. Rückfragen bei den Urhebern von Studien oder Hypothesen sind wertvoll und wichtig. Bei kontroversen Themen (Stichwort Homöopathie) sollten verschiedene Meinungen und Stimmen zu Wort kommen, um den Leserinnen und Lesern die ganze Bandbreite des Themas darzulegen und es ihnen zu ermöglichen, sich selbst eine fundierte Meinung zu bilden. Wissenschaftliche Studien müssen einzeln im Text verlinkt sein. Zusätzlich ist in der Quellangabe der komplette Titel der Originalveröffentlichung inklusive Urheber, Erscheinungsdatum, Link zur Originalpublikation sowie gegebenenfalls Hinweis zum letzten Abruf der Quelle anzugeben.
- 3.** Überschriftengestaltung: Die Headline gibt exakt den Inhalt des Themas wieder. Handelt es sich um Hypothesen, muss sich dies auch in der Headline widerspiegeln. Beispiel: Handelt es sich lediglich um eine Vermutung eines Bundesinstituts oder einer Prüfbehörde, dass ein bestimmtes Medikament zu Nebenwirkungen führt, sollte die Überschrift z.B. mit einem Fragezeichen versehen sein. Oder: Weist eine Studie lediglich auf einen möglichen Zusammenhang hin, und sind weitere Forschungsarbeiten nötig, muss sich das ebenfalls in der Headline des Artikel widerspiegeln.
- 4.** Das Erscheinungsdatum des Artikels ist von hoher Wichtigkeit. Werden nach Veröffentlichung des Artikels zusätzliche Informationen in den Artikel eingefügt, muss auch das Datum geändert werden, um die Aktualität des Artikels zu belegen. Zusätzliche Informationen werden mit der Kennzeichnung „Update“ versehen. Dies geschieht in der Überschrift.
- 5.** Wird Negatives über eine Person, ein Unternehmen, eine Behörde oder Organisation verbreitet, müssen beide Seiten gehört und dargestellt sein. Hier werden die wichtigsten Argumente beider Seiten aufbereitet und zitiert. Weigert sich eine Seite, wird das erwähnt aber nicht abwertend behandelt.

- 6.** Trotz größtmöglicher Sorgfalt werden auch Fehler auftreten. Die jeweilige Redaktionsleitung übernimmt die Koordinierung, wenn offenkundig wird, dass sich ein inhaltlicher Fehler eingeschlichen hat. Wird durch die Leserschaft oder Fachpublikum auf einen Fehler hingewiesen, hält die Redaktionsleitung Rücksprache mit dem Autor bzw. der Autorin. Hier wird jedem Hinweis eingehend nachgegangen: Stimmen die Angaben in dem Artikel mit dem Inhalt der Urhebersource sowie dem Fazit überein? Können aus den Grundaussagen unterschiedliche Schlüsse gezogen werden?

Reicht eine Erstprüfung nicht aus, muss die interne Fachaufsicht informiert werden. Im Austausch werden dann mögliche Diskrepanzen erörtert, um zu einer eindeutig korrekten Darstellung zu gelangen. Kleinere redaktionelle Fehler, wie einzelne Wortfehler, werden umgehend in dem Artikel korrigiert. Handelt es sich um einen Artikel, der nicht zu einem wahrheitsgemäßen Fazit gelangt, ist dieses in dem Artikel umgehend zu korrigieren und deutlich kenntlich zu machen. Hierzu wird auch das Datum des Artikels „zuletzt geändert“ angepasst und in dem Artikel wird kenntlich gemacht, dass eine Korrektur stattgefunden hat.

Stellt sich erst einige Zeit (Wochen, Monate, Jahre) später heraus, dass die Redaktion eine Falschmeldung publiziert hat, muss umgehend zu dem Thema ein neuer Artikel erstellt werden, der auf den Widerspruch hinweist und den vorangegangenen Artikel umfassend korrigiert

- 7.** Die Wahl des Artikelbilds muss passend zum Thema sein. Einerseits soll das Bild den Inhalt bestmöglich wiedergeben und einladend wirken, auf der anderen Seite darf es keinen reißerischen Effekt erzeugen. Die Bildquelle muss unter dem Bild genannt sein. Eine kurze Erläuterung des Bildes gibt den Lesenden Zusatzinformationen.
- 8.** Vor Veröffentlichung eines Artikels gilt das Vier-Augen-Prinzip. Die Redaktionsleitung wird über die Fertigstellung des Artikels informiert und koordiniert die Prüfung auf Rechtschreibung und Orthografiefehler. Auch inhaltlich findet hier eine erste Überprüfung statt. Wurden alle Quellen genannt? Ist die Bebilderung stimmig zum

Artikel? Ist die Überschrift passend zum Inhalt gewählt? Wurden alle internen und externen Links korrekt gesetzt? Ist der Artikel plausibel und so aufbereitet, dass Laien und Fachpublikum ein umfassendes Bild erhalten? Bei Unstimmigkeiten wird Rücksprache mit dem Autor bzw. der Autorin gehalten und gegebenenfalls die Fachaufsicht hinzugezogen.

- 9.** Interviews werden wortgenau wiedergeben. Wurde das Interview nicht selbst geführt, muss die Quelle angegeben sein, die Urheber des Interviews ist.
- 10.** Interessenskonflikte müssen offengelegt sein und sind möglichst zu vermeiden. Besteht eine Mitgliedschaft zu einer Partei, wenn Autorinnen oder Autoren über politische Themen berichten? Handelt es sich um einen Bericht über ein Pharmaunternehmen, von dessen Aktien sich welche im eigenen Besitz befinden? Besteht ein verwandtschaftliches oder freundschaftliches Verhältnis zu dem Institut, über das berichtet wird? Die Autorinnen und Autoren sind verpflichtet, entsprechende Interessenkonflikte offenzulegen. Die Redaktionsleitung hat diese bei der Vergabe von Themen zu berücksichtigen und sollte solche Interessenkonflikte möglichst vermeiden, indem beispielsweise das Thema einem unbefangenen Autor beziehungsweise einer unbefangenen Autorin übertragen wird.
- 11.** Schleichwerbung, Sponsoring oder inhaltsbezogene Werbung werden grundsätzlich nicht veröffentlicht. Der Inhalt muss klar von Unternehmensinteressen Dritter getrennt sein.
- 12.** Eine Diskriminierung aufgrund der Herkunft, des sozialen Status, körperlicher oder geistiger Beeinträchtigungen, religiöser, weltanschaulicher oder sittlicher Überzeugungen ist in den Artikeln unbedingt zu vermeiden. Die Würde von Personen bzw. Personengruppen, über die berichtet wird, muss stets geachtet werden. Auf eine unangemessen sensationelle Darstellung von Gewalt, Nacktheit, Brutalität und Leid wird grundsätzlich verzichtet. Das Leitbild von Heilpraxis muss auch in den Artikeln zum Tragen kommen.