

pardon-Merkblatt

Die Art, für pardon zu arbeiten, unterscheidet sich von der Arbeit für herkömmliche Publikationen, auch von der für andere Lustigmagazine.

Die dreimonatliche Erscheinungsweise verlangt, brisant zu sein wie ein aktuelles Magazin und gültig wie ein Buch.

Cartoons müssen wieder gut gezeichnet sein. Genau im Blick und locker im Strich. Kein Symbol-Bild, sondern Inszenierung einer komischen Situation. Erst recht bei politisch begründeten Karikaturen: ein Politiker tritt als Person auf, nicht als Allegorie in einer abstrakten Visualisierung.

Keine visualisierten Wortwitze.

Gute alte Handarbeit, keine Computergrafik.

Texte sollen präzise im Ausdruck und klar aufgebaut sein. Nichts mit Scheiße und Ficken. Nichts mit Unser Opa.

Komik, keine Lustigtuerei.

Komik entsteht durch das Zusammenwirken der drei Prinzipien: Verkürzung, Fallhöhe, Konsequenz.

Schilderungen von Sachverhalten ohne *Ich* und *bei mir*. Erst recht ohne direktes Anquatschen des Lesers: *na, haben Sie, bei Ihnen auch, machen Sie*.

Ich-Perspektive nur in Erzählungen, wo das Ich eben nicht der Erzähler ist bzw. die Geschichte für sich wirkt.

Keine Maniertheiten als Aufhänger zum Text: *Ratgeber für den, Anfrage an, aus der Sicht des Hundes, Tagebuch eines*.

Komische Aspekte durch immanenten Perspektivwechsel, zum Beispiel zwischen Innen und Außen oder Schlussfolgerungen.

Kirche ist durch.

Sexualpraktiken interessieren nicht.

Ernste Sachen spielerisch behandeln, unwichtige Nebensächlichkeiten ernstnehmen. Die Versuchsanordnung durchspielen. Nicht wie üblich Belangloses lockerseicht behandeln.

Keine Sprachklischees. Keine Ausrufezeichen, außer im Imperativ. Keine drei Punkte.

Adjektive vermeiden.

Keine Gedichte.

Die Rubriken

Nachrichten, Fakten, News

Auf reale Meldungen bezogene Oneliner, entsprechend dem Stand-up vom amtierenden Late-Night-Comedian

Analyse: Kommentar oder Essay mit einer komischen Perspektive als Prämisse, aber keine herkömmliche Glosse

Geschehen

Beobachtungen und Besprechungen, ggf. Reportagen über Phänomene, Vorgänge, Beobachtungen, Politik und Kultur. Der zugrundeliegende Sachverhalt ist real, die Schlussfolgerungen müssen es nicht sein.

Die **Publikumskritik** rezensiert ein Live-Event über die Betrachtung des Publikums.

Zeit für Gefühle

Die Kolumnen aus dem Privaten. Mindestens gute story oder gute Betrachtung.

BlitzEcho

Die Boulevard-Parodie

Motor und Wohnen

Lifestyle und Trends, persiflierend behandelt.

Raum für fiktive Reportagen und Essays.

Spezialrubrik

Wechselnde Themenrubrik. Reisen, Medizin, Männer, Tiere etc.

Leben am Wochenende

Parodie auf seichte Unterhaltung

Die Frage „Ist es lustig?“ dient zur Überprüfung der Wirksamkeit. Wenn es nicht funktioniert, geht es nicht. Aber niemals, nirgends und unter keinen Umständen ist zu betonen, darauf zu verweisen oder kenntlich zu machen, dass es lustig ist.