

Thomas Kropf

Rede für die Herzbergtagung des Vereins Qualität im Journalismus. Winterthur, 7.11.2012

Erzähl keine Märchen!

Wie der Journalismus den Nachrichten die Geschichten austreibt.

Liebe KollegInnen, liebe Kollegen

Märchen sind tolle Geschichten. Sie haben alles, was es für gute Geschichten braucht: Helden, eine Handlung, einen spannenden Verlauf.

Die Nachrichtenjournalisten mögen Märchen nicht. Sie mögen auch gute Geschichten nicht. Sie unternehmen alles, damit sie keine Geschichten erzählen müssen. Sie haben sogar eine Methode entwickelt, wie man guten Geschichten alles nehmen kann, was sie zu guten Geschichten macht.

Das Märchen vom König Drosselbart etwa würden sie wohl so in eine Nachricht umwandeln (Audio-Beispiel):

König Drosselbart und die zuvor hochmütige Prinzessin werden demnächst heiraten. Das melden die Gebrüder Grimm. Drosselbart sagte der Prinzessin an seinem Hof, er sei es gewesen, der sie als Bettler in seine armselige Hütte geführt habe. Er habe dies getan, um sie für ihren Hochmut zu bestrafen. Daraufhin weinte die Prinzessin und entschuldigte sich. Da sagte Drosselbart, die bösen Tage seien vorbei, jetzt wollten sie ihre Hochzeit feiern. Drosselbart hatte, bevor er sich als Bettler verkleidete, um die Prinzessin geworben; die Prinzessin aber hatte ihn verspottet. Daraufhin vermählte sie ihr Vater dem erstbesten Bettler.

Das ist natürlich kein Märchen mehr. Und auch keine gute Geschichte. Wenn dann aber einer kommt, und schreibt eine Nachricht so, dass man sie gut versteht und erst noch gern zuhört, dann sagen die Nachrichten-Journalisten, mit indigniertem Unterton, jeweils: Erzähl keine Geschichten; erzähl keine Märchen!

Nachrichten und Geschichten. Wie passt das zusammen?

Wann sind denn Geschichten Geschichten? Homers Odyssee ist eine gute Geschichte. Die Buddenbrooks von Thomas Mann. Und neulich hat Peter von Matt gesagt: der Wilhelm Tell sei eine gute Geschichte.

Diese Geschichten haben wohl noch mehr gemeinsam, aber eines sicher: sie sind lang. Zumindest in ihrer Original-Version. Doch man kann diese langen Geschichten auch kürzen, den Wilhelm Tell etwa so:

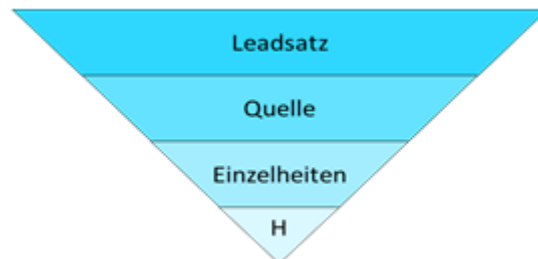
Dort, wo heute die Kantone Uri, Schwyz und Unterwalden sind, formiert sich ums Jahr 1300 Widerstand gegen die Fremdherrschaft der Habsburger. Der Habsburger Landvogt zwingt einen der Bergler, Wilhelm Tell, einen Apfel vom Kopf seines eigenen Sohnes zu schießen. Da wird Tell klar: die Habsburger sind eine Gefahr für die Gegend. Er lauert Gessler in der Hohlen Gasse auf und schießt ihm einen Pfeil ins Herz. Die Eidgenossen reißen die Burgen ein und sind seither ein freies Volk.

Ist diese Version des Wilhelm Tell immer noch eine gute Geschichte? Es ist ja immer noch die gleiche Geschichte, nur kürzer.

Wenn wir nun sagen: doch, das ist eine Geschichte, einfach eine Kürzest-Geschichte – es gibt ja auch die *Gattung* der Kurzgeschichten; wenn dem so ist, könnten wir als nächstes fragen: könnten nicht auch Nachrichten Geschichten sein? Kürzest-Geschichten?

Sie könnten wohl. Meist sind es aber keine Geschichten, denn die Regeln im Nachrichtenjournalismus sind so, dass sie Geschichten eher *verhindern*. Wie sehen diese Regeln aus?

Ich nehme an: alle hier, die im Journalismus tätig sind, wissen, was die Nachrichtenpyramide ist. Sie ist eine Art erstes Naturgesetz des Journalismus. Trotzdem, kurz zusammengefasst:



Die Nachrichtenpyramide hat 4 Elemente: Element 1: Das Neueste, was es zu vermelden gibt. Das ist der Leadsatz. Element 2: Die Quelle: woher kommen die Neuigkeiten? Element 3: Einzelheiten zum Thema, und Element 4: Hintergrund-Informationen: die Vorgeschichte, Erläuterungen, Kontext.

Und was bekommt das Publikum mit diesem Text-Muster? In der Regel ganz passable Nachrichten. Oft aber auch nicht. Oft tönen Nachrichten, die nach diesem Muster gestrickt sind, so (Audio-Beispiel):

*Die Stempelsteuer soll nicht ohne Kompensierung abgeschafft werden.
Der Ständerat hat sich klar gegen einen Vorstoss von FDP-Vertreter Rolf Schweizer ausgesprochen, der eine schrittweise Abschaffung der Steuer forderte.
Der Bundesrat befürwortet zwar die mittelfristige Abschaffung der meisten Stempelabgaben. Diese sollten aber koordiniert abgeschafft werden, sagte Finanzminister Hans-Rudolf Merz im Rat.
Die Stempelsteuer wird bei der Ausgabe von Aktien und von anderen Wertpapieren erhoben.*

Wir sehen an diesem Beispiel sehr schön, wo es hapert: Einmal beim Leadsatz. Der ist nicht wirklich verständlich, und er lädt auch nicht ein zum weiterhören. Nicht verständlich, nicht attraktiv. Ist aber auch kein Wunder bei einem so komplizierten Thema. Nach aller Erfahrung kann man sagen: je komplizierter ein Thema, desto grösser die Wahrscheinlichkeit, dass man keinen guten Leadsatz hinbekommt. Dass man also schon beim Einstieg scheitert. Als Zuhörender *und* als Nachrichtenmacher.

Problem-Feld Nummer eins also: der Leadsatz. Problem-Feld Nummer zwei: Der Hintergrund-Teil. Wenn wir bei unserem Beispiel mit der Stempelsteuer bleiben:

Die Stempelsteuer soll nicht ohne Kompensierung abgeschafft werden.

Der Leadsatz. Wir hier wissen selbstverständlich, was die Stempelsteuer ist. Was passiert aber in den Köpfen all jener, die das nicht wissen? Zwei Möglichkeiten: die einen sagen sich schlicht: das ist

nichts für mich, da bin ich zu dumm, und hören weg. Die andern verstehen nicht, legen die Stempelsteuer aber in ihren Zwischenspeicher im Kopf – vielleicht wird das ja noch erklärt.

Zuerst kommt aber mal die Quelle:

Der Ständerat hat sich klar gegen einen Vorstoss von FDP-Vertreter Rolf Schweiger ausgesprochen, der eine schrittweise Abschaffung der Steuer forderte.

ok, ich weiss zwar noch nicht mehr, bleibe aber weiter dran. Dann kommen die Einzelheiten:

Der Bundesrat befürwortet zwar die mittelfristige Abschaffung der meisten Stempelabgaben.

Und nochmals Einzelheiten:

Diese sollten aber koordiniert abgeschafft werden, sagte Finanzminister Hans-Rudolf Merz im Rat.

Und ich weiss immer noch nicht, was die Stempelsteuer ist, weiss also immer noch nicht, worum es im Kern dieser Meldung geht. Und dann kommt...

Die Stempelsteuer wird bei der Ausgabe von Aktien und von anderen Wertpapieren erhoben.

der Hintergrundteil, der letzte Teil der Pyramide. Die Erklärung: was ist die Stempelsteuer. Grosses Aufatmen. Aktivieren des Zwischenspeichers und Aufrollen der ganzen Geschichte rückwärts in meinem Kopf, weil ja erst jetzt die Informationen ihren Sinn bekommen.

Sie ahnen: das könnte bei heutigen schnellen Prozessoren funktionieren, mit unserem Kopf in aller Regel aber wohl nicht. Da baut sich also ein regelrechter Verstehensstau auf, und in diesem Verstehensstau dürften die allermeisten steckenbleiben.

Kurz: wer nicht weiss, was die Stempelsteuer ist, wird nicht warten, bis es erklärt wird, sondern aussteigen. Und wer es weiss, der braucht die Erklärung am Schluss nicht. Der Hintergrundteil bringt also niemandem etwas: nicht den Eingeweihten, nicht den Uneingeweihten; niemandem.

Die Nachrichten-Pyramide, das sieht man hier schön, *zwingt* den Nachrichtenleuten eine Struktur auf; eine Struktur, die immer wieder unverständliche Nachrichten hervorbringt. Zwangsläufig, wenn man sich daran hält. Das geht gar nicht anders.

Nun müsste man ja fragen: Weshalb halten denn so viele Nachrichtenredaktionen an diesem Pyramidenmodell fest? Dass man Nachrichten anders schreiben könnte, steht ja ausser Zweifel. Es gibt alternative Modelle. Vielleicht ist es die Routine. Vielleicht ist es die Überzeugung: es ist richtig so. Vielleicht ist es die Annahme: das Publikum will es so. Schwierige Frage. Sicher ist aber: die Treue zur Pyramide ist gross in den Nachrichtenredaktionen.

Nur ein Beispiel, um das zu illustrieren. Ich war vor einiger Zeit einen Tag lang auf der Nachrichtenredaktion eines Info-Radios. Informationen rund um die Uhr also, mit Nachrichten zur vollen Stunde. Die Nachrichten: dem Pyramiden-Modell verpflichtet. Und weil sie mit den eigenen Nachrichten nicht so ganz zufrieden waren, haben wir an jenem Tag versucht, anders zu schreiben: einfacher, verständlicher. Das ging auch, die konnten das, und sie waren auch ganz zufrieden mit ihren neuen Nachrichten. Nur: oft waren diese Nachrichten nicht mehr nach dem Pyramiden-Modell geschrieben. Am Abend fragte sich die Redaktion dann: Ja und jetzt, was machen wir nun? Und sie entschied: Wir än-

dern nichts. Wir bleiben bei der Pyramide. Weil – und passen Sie jetzt auf: weil man sonst die Nachrichten textlich womöglich nicht mehr von den andern Informationen unterscheiden könnte, die *vor* und *nach* den Nachrichten kommen. Noch einmal: die Redaktion hatte klar erkannt: das Pyramiden-Modell führt oft zu schlechten Resultaten. Sie hatte ebenso klar erkannt: wenn man die Pyramide verlässt, führt das oft zu viel besseren Resultaten. Und trotzdem blieb sie bei der Pyramide, weil sie glaubte, nur dadurch könne sie sich vom restlichen Programm unterscheiden.

Das ist die Macht der Pyramide.

Die Pyramide ist Quasi das *Instrument*, mit dem Nachrichtenjournalisten den Nachrichten die Geschichten austreiben.

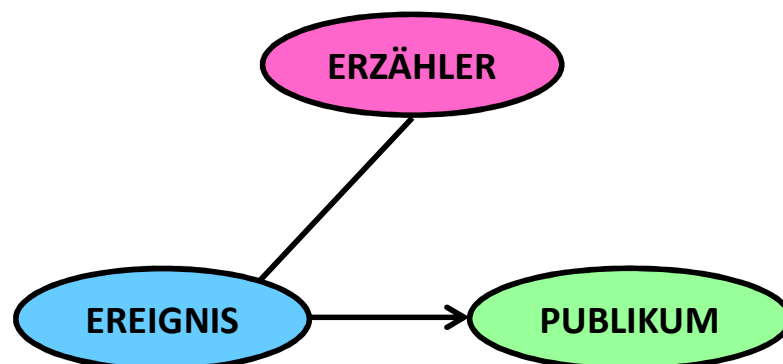
Was aber ist das *Denken* dahinter? Welche kommunikativen Annahmen ruhen hinter der Pyramide?

Geschichten, die wir hören, Geschichten, die wir lesen, zeichnen sich dadurch aus, dass sie alle – ganz banal – einen Erzähler haben: jemand erzählt die Geschichte. Jemand hat einen Plan dieser Geschichte ausgedacht und strukturiert jetzt deren Ablauf. Diese Erzähler treten in unterschiedlicher Form auf – die Erzähltheorie hat entsprechende Typologien zusammengestellt. Von diesen verschiedenen Erzähler-Typen sind bei den Nachrichten verschiedene natürlich nicht möglich; allein schon deshalb, weil wir uns nicht im Bereich der Fiktion bewegen. Den allwissenden Erzähler etwa, der auch in seine Personen hineinschauen kann, kann es nicht geben. Andere dagegen wären durchaus möglich. Und es wäre bereits ein Fortschritt, wenn man sich zum Eingeständnis durchringen könnte, dass es – auch bei den Nachrichten – einen Berichterstatte, oder eben einen Erzähler, überhaupt gibt.

Heute vermitteln die Nachrichtentexte in der Regel den Eindruck, dass da gar niemand vorhanden sei, der erzähle: die Schematik der Pyramidenstruktur, die oft zusammenhangslose Aneinanderreihung von Fakten, die Rücksichtslosigkeit gegenüber Vorwissen und Bedürfnissen des Publikums: all dies signalisiert: die Fakten kommen quasi von selbst zum Publikum.

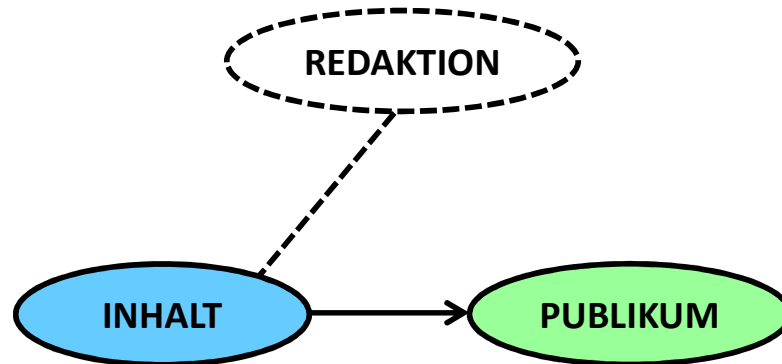
Das ist natürlich nicht zufällig so, sondern die Folge einer äusserst rigiden Auslegung der Forderung nach Objektivität.

Wenn wir einander etwas erzählen, oder auch, wenn wir eine Geschichte lesen, haben wir es immer mit folgendem kommunikativen Dreieck zu tun:



Wir haben ein Ereignis, und wir haben jemanden – den Erzähler –, der dem Publikum davon erzählt.

Bei den *Nachrichten* fehlt in der klassischen Vorstellung ein Teil in diesem Dreieck: die berichtende Instanz ist weg.



Was tun gute ErzählerInnen? Sie reden so, dass man sie gut versteht, und dass man ihnen gern zuhört. Sie überlegen sich, wie man das Interesse der Zuhörenden wecken kann; sie nehmen Rücksicht auf ihr Vorwissen; sie ordnen die Fakten so, dass die Geschichte möglichst sinnvoll daher kommt, und möglichst spannend; sie stellen Fragen – wenn auch nur rhetorische – und geben Antworten darauf. Sie hinterlassen sprachliche Spuren in ihren Texten: Personalpronomen etwa, die den Dialog mit dem Publikum markieren: Du und ich und wir und ihr. Oder kolloquiale Füllwörter. Man merkt: da gibt es eine Beziehung zwischen Erzähler und Publikum.

Sie erscheinen also *sprachlich* in ihren Texten. Sie erscheinen aber auch *sprecherisch* in ihren Texten: man merkt: da ist ein Mensch, der seinen Text gestaltet: an der Intonation, am Rhythmus, an der Lautstärke, an den Pausen.

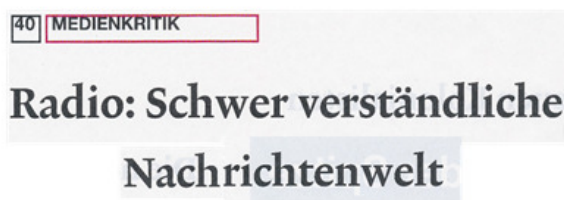
All das tun Leute, die gute Geschichten erzählen.

Wenn aber Nachrichtenleute so vorgehen, dann glauben sie oft, sie verraten ihr Fach. Nachrichtenleute arbeiten anders: Sie kümmern sich beim Schreiben nur um die Fakten; *nur* um die Fakten. Was das Publikum an Vorwissen zu diesen Fakten hat, kümmert sie meist wenig. Sie sagen auch nicht, was die Fakten bedeuten – Bedeutung herstellen, Sinn stiften: das soll die Hörschaft tun.

Sie unterlassen auf sprachlicher Ebene alles, was darauf hinweisen könnte, dass ein Mensch die Nachricht geschrieben haben könnte: keine Zusammenhänge zwischen den einzelnen Text-Teilen, keine Fragen, keine Personalpronomen, nichts Kolloquiales, nichts Persönliches. Die Anweisung an sich selbst lautet: Verschwinde aus deinem Text!

Und sie verschwinden nicht nur *sprachlich* aus ihrem Text, sie verschwinden auch *sprecherisch* aus ihrem Text. Das Ideal des Nachrichtensprechers: der Sprechroboter.

Das Resultat: Nachrichten wie jene von der Stempelsteuer. Und dann wundert man sich womöglich noch, dass andere kommen, wie die Leute von der Zeitschrift Saldo, und titeln:



Die Leute vom Saldo sind nicht die einzigen, die solche Kritik üben. Sie sind nur die bisher letzten. Wir haben ja auch noch Carlo Imboden unter uns heute, in einem Workshop. Er kommt, mit Blick auf die klassischen Agenturmeldungen in den Zeitungen, zu sehr ähnlichen Einschätzungen.

Zweierlei tun also Nachrichtenleute, um den Geschichten die Geschichten auszutreiben: Sie texten nach dem Pyramiden-Modell, das sie *zwingt*, oft schwer verständliche Texte zu schreiben; und sie verschwinden sowohl sprachlich wie auch sprecherisch vollkommen aus ihren Nachrichten – weil sie einer rigid verstandenen Objektivitätsnorm folgen. Wo aber kein Erzähler ist, da ist auch keine Geschichte.

Nicht, dass wir einander missverstehen: ich möchte nicht, dass in den Nachrichten Märchen erzählt werden. Ich möchte auch nicht, dass die Nachrichtenleute beginnen, die Welt zu kommentieren. Aber ich möchte, wenn ich zuhöre, zweierlei: ich möchte *verstehen*, was man mir da sagt. Und ich möchte, idealerweise, auch noch *gern zuhören*. Das ist nicht wenig. Aber ich halte es für die Aufgabe der Nachrichtenleute, genau dies – zumindest – zu versuchen.

Und ich weiss auch: es geht. Wenn man die Pyramide einmal auf die Seite schiebt, und sich bemüht, attraktiv zu texten, kommen manchmal erstaunliche Dinge zustande. Man *kann* Nachrichten unterschiedlich texten.

Hören Sie sich einmal diese klassische Pyramidennachricht an (Audio-Beispiel):

Bei der Verlagerung des Güterverkehrs auf die Schiene sei der unbegleitete kombinierte Verkehr die zukunftsweisende Lösung. Die rollende Landstrasse, bei der ein ganzer Lastwagen samt Zugfahrzeug und Chauffeur auf die Bahn verladen werde, sei nicht das richtige Konzept. Zu diesem Schluss kommt eine Studie, die heute in Bern den Medien vorgestellt wurde.

Die rollende Landstrasse könne höchstens eine flankierende Zusatzmassnahme sein. Als Strategie führe die rollende Landstrasse wirtschaftlich, volkswirtschaftlich und ökologisch aufs Abstellgeleise.

Das gleiche kann man auch so sagen (Audio-Beispiel):

Wie bringt man die Güter am besten von der Strasse auf die Schiene? Mit der 'rollenden Landstrasse', meinen die einen: da wird der Lastwagen samt Chauffeur auf die Bahn verladen. Mit dem 'unbegleiteten kombinierten Verkehr', meinen die andern: da geht nur die Packung des Wagens mit, ohne Fahrzeug, ohne Chauffeur.

Eine Studie kommt nun zum Schluss, dass die zweite Variante, also der unbegleitete kombinierte Verkehr, die richtige Lösung sei - und zwar wirtschaftlich wie vom Umwelt-Gedanken her.

Diese zweite Nachricht ist in den Augen mancher Nachrichtenleute ein Sakrileg – weil sie gegen eiserne Regeln des Nachrichtenjournalismus verstösst. Aber: sie hat sich in einer wissenschaftlichen Untersuchung als weitaus verständlicher erwiesen und als weitaus attraktiver als die erste.

Man *kann* Nachrichten erzählen. Und man kann sie sogar so erzählen, wie wenn sie richtig gute Geschichten wären. Wie diese hier (Audio-Beispiel):

Ihre Geschichte liest sich wie ein Abenteuerroman. Zu dritt machen sich drei erfahrene Alpinisten aus dem Südtirol vor Tagen auf den Weg, den über 8000 Meter hohen Nanga Parbat im Himalaya-Gebiet zu erklimmen. Doch sie werden von schlechtem Wetter überrascht. Neun Tage sitzen die drei Alpinisten wegen Nebels auf dem Berg fest.

Heute nun hat sich das Wetter endlich gebessert. Ein Helikopter der pakistanischen Rettungsdienste konnte aufsteigen und die Männer bergen.

Wenn heute beim Stichwort 'Storytelling' niemand an Nachrichten denkt, so hat das in erster Linie mit einer journalistischen Tradition zu tun: mit einer Tradition, die den Nachrichten Regeln vorschreibt, die die Nachrichtenleute oftmals zwingt, unverständliche und unattraktive Texte zu schreiben; Regeln, die alle ändern, die in den Medien Inhalte vermitteln, weit von sich weisen würden – weil sie genau wissen: diese Regeln verhindern, was sie fördern sollten: sie verhindern Texte, die man versteht, und denen man gern zuhört.