

Christian Bleher
Peter Linden

Reportage und Feature

HERBERT VON HALEM VERLAG

Praktischer Journalismus Band 99

Digitales Zusatzmaterial zum Buch finden Sie auf
<https://www.halem-verlag.de/reportage-und-feature/>

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Christian Bleher / Peter Linden
Reportage und Feature
Köln: Halem, 2021

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2021 Herbert von Halem Verlag, Köln

Unveränderter Nachdruck der 1. Auflage, erschienen im uvk Verlag,
Konstanz, 2015 (978-3-86764-476-1)

Print 978-3-7445-0713-4
E-Book (PDF) 978-3-7445-0715-8

EINBANDGESTALTUNG: Susanne Fuellhaas, Konstanz
EINBANDFOTO: Istockphoto Inc.
KORREKTORAT: Monika Paff, Langenfeld
SATZ: Klose Textmanagement, Berlin

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22, 51063 Köln
Tel.: +49(0)221-92 58 29 0
E-Mail: info@halem-verlag.de
URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

1	Filmen mit Wörtern	9
---	--------------------------	---

Peter Linden

TEIL 1: DIE REPORTAGE

2	Themen	17
2.1	Königdisziplin als Königsweg?	17
2.2	Kreative Themensuche	21
2.3	Das Porträt als Reportage	23
3	Planung und Recherche	27
3.1	Der Cast	27
	3.1.1 Sonderfall Ich-Autor	31
	3.1.2 Sonderfall nicht menschlicher Cast	38
3.2	Szene und Story	39
	3.2.1 Sonderfall Ortsbegehung	43
	3.2.2 Sonderfall Homestory	46
	3.2.3 Sonderfall Protokoll	48
	3.2.4 Sonderfall Inszenierung	49
	3.2.5 Sonderfall Zufall	53
3.3	Fakten, Hintergründe, Details	54
4	Schreiben	61
4.1	Sichtung des Materials	61
4.2	Dramaturgie	63
	4.2.1 Plot	71
	4.2.2 Sonderfall Kaleidoskop	80
	4.2.3 Sonderfall Mischformen	85
4.3	Sprache und Stil	87

5	Dichtung und Wahrheit	95
6	Textanalysen	105
6.1	»Der Überfall« (Zeit-Magazin)	105
6.2	»Assads blutendes Antlitz« (FAZ)	109
6.3	»Im Namen des Volkes, auf Kosten des Kindes« (Hamburger Abendblatt)	114
7	Die Zukunft der Reportage	117
7.1	Interview mit Daniel Puntas Bernet	117
7.2	Interview mit Stefan Plöching	120

Christian Bleher

TEIL 2: DAS FEATURE

8	Themen	125
8.1	Über die Nachricht hinaus	126
8.2	Definitionen	128
8.3	Drei Erzählweisen im Vergleich: Bericht, Reportage, Feature	129
8.4	Der Themendreh	133
8.5	Richtige Themen, falsche Themen	138
8.6	Themenlieferanten	139
9	Planung und Recherche	141
9.1	Die These	142
9.2	Das Casting	145
9.3	Sonderfälle	158
10	Schreiben	165
10.1	Struktur	166
	10.1.1 Einstieg	166
	10.1.2 Das Portal	177
	10.1.3 Der Hauptteil	180
	10.1.4 Der Schluss	184

10.2	Die Dramaturgie	185
10.3	Sprache und Stil	189
10.4	Sonderformen	199
11	Textanalysen	205
11.1	»Sie ahnten nichts Böses« (TAZ)	205
11.2	»Spielend heilen« (P.M. Magazin)	208
11.3	»Die neue Offenheit der Top-Manager« (Wirtschaftswoche)	211
12	Das Feature im Gespräch – Interview mit Joachim Lachmuth, Redakteur der »Sendung mit der Maus«	215
	Literatur	219
	Index	222

1 Filmen mit Wörtern

Wer kennt die besten Nachrichtenschreiber im Lande? Niemand. Wer die besten Kommentatoren? Ein paar Experten unter den Journalisten. Sobald aber nach den besten Reportage-Autoren gefragt wird, fallen Dutzende von Namen, und nicht nur Medienschaffende können ihre Favoriten nennen. Der Grund ist ein einfacher: Während Nachrichtenschreiber und Kommentatoren allein unsere Ratio füttern, uns verstehen lassen, was geschehen ist und wie es einzuordnen sei, vermögen es Reporter, auch unsere Emotio zu erreichen. Wir fühlen mit jenen, über die wir lesen, und wir verstehen nicht nur, wir erleben auch, was ihnen widerfahren ist.

Bedeutung und Ausmaß des narrativen Schreibens wachsen und werden beschleunigt durch die visuellen Medien: Unsere Sehgewohnheiten bestimmen und verändern unsere Lesegewohnheiten. Eine der wichtigsten historischen Marken ist hierbei das Jahr 1895. Damals wurde in einem Pariser Café der womöglich erste Film der Geschichte gezeigt: ein 48 Sekunden langer Dokumentarfilm über die Ankunft eines Zuges im französischen Provinz-Bahnhof von La Ciotat. Die Lok dampft klarer begleitet durchs Bild, der Zug hält an, ein paar Menschen steigen aus, ein paar Menschen steigen ein, dann ist der Film vorbei. Das war sehr aufregend, damals. Gedreht hatten den Film die Brüder Louis und Auguste Lumière.

Die Anfänge der Reportage

Im Sog dieser medialen Revolution entsteht im Print-Journalismus eine neue Darstellungsform. Bis 1895 ist der Journalist nahezu immer Chronist, einer, der aus der Distanz Fakten aufzeichnet und diese in den Zeitungen niederlegt. Zwar gab es auch in der Zeit vor 1895 Texte, die formal die Bedingungen an eine Reportage erfüllen. Stets aber beschrieben diese Texte Vorgänge, die sich anders nicht hätten beschreiben lassen; wenn etwa Entdecker auf ihren Reisen Tagebuch führten oder Journalisten in kindlicher Faszination über das Gelände einer Weltausstellung spazierten. Viele dieser Texte stammten von Schriftstellern wie Emile Zola, die als Grenzgänger und Vorboten der neuen Ära in den Journalismus hineinwirkten.

Mit jenem magischen Moment im Jahr 1895 entsteht jedoch auch bei Chronisten und Berufsjournalisten das Bedürfnis, selbst trockene Fakten und Zahlen in bewegte Bilder zu übertragen und diese Bilder mittels einer kraftvollen und bildreichen

Sprache zu transportieren. Deshalb ist dieser erste Film die *wahre* Geburtsstunde der Reportage. Fortan versuchen Reporter in aller Welt, in bewegenden Texten darzustellen, was der Film in bewegten Bildern zeigt. Sie besuchen Fabriken, um die Folgen der industriellen Revolution zu illustrieren. Sie gehen auf Ozeandampfer, um die menschlichen Hintergründe der gigantischen Auswanderungswelle aus Europa zu beleuchten. Und natürlich steigen sie später im Ersten Weltkrieg auch in die Schützengräben und schildern so den Krieg erstmals in seiner wahren Grausamkeit: aus der Innenperspektive Betroffener, nicht aus der Außenperspektive vermeintlich objektiver Journalisten.

Was uns die Kollegen von damals voraushaben, sind die Umstände ihrer Zeit: Der Film steckt in seinen Anfängen, seit wenigen Jahren erst sind Fotografien reproduzierbar und druckbar. Es gibt kein Fernsehen und nichts, was dem heutigen Massentourismus ähneln würde. Mit der Folge, dass für fast jeden Menschen auf dieser Welt fast jeder Ort auf dieser Welt Terra incognita ist. Also jeder Ort, den ein Egon Erwin Kisch oder ein Emile Zola besuchen und in den Zeitungen beschreiben. Die Menschen dürsten nach Bildern, nach bewegten Bildern, nach realen wie nach sprachlichen. Genau deshalb feiern die Reportage und die Reporter damals ihre frühen und vielleicht ihre größten Erfolge. Wo auch immer die Reporter sich hinwenden, sie kehren zurück mit sensationellen Eindrücken. Im Wortsinne: sensationell, zu Gefühlen hinreißend.

Es dauert nicht wirklich lange, dann sind die meisten Städte, Länder, Fabriken, Bergwerke, Gefängnisse, Krankenhäuser, Ozeandampfer, Kriegsschauplätze und Naturlandschaften dieser Welt beschrieben, und die Reportage verliert wieder etwas an Bedeutung. Was jedoch bleibt, ist die Erkenntnis: Die Reportage ist die kraftvolle Antwort des Printjournalismus auf den Film. Sie war und ist eine Art Filmen mit Wörtern.

Die Anfänge des Features

Auch das Feature, die zweite journalistische Darstellungsform, die sich erzählerischer Mittel bedient, stellt in gewisser Weise eine Antwort auf den Film (und die inzwischen weit verbreitete Fotografie) dar. In der Regel beginnt ein journalistisches Feature mit der szenischen Schilderung eines Einzelfalls, um, sobald dieser beschrieben ist, zu sagen: So wie dieser Mensch handeln, arbeiten, fühlen, leiden viele. Oder, um mit dem Klassiker aller Feature-Sätze fortzufahren: »Dieser Mensch ist kein Einzelfall.« Erst dann, am Anfang des zweiten, dritten oder gar vierten Absatzes seines Texts, beginnt der Autor, sich der Nachrichtenlage, den Fakten und den Zitaten von Experten zuzuwenden.

Ziel	BERICHT Informieren	FEATURE Verallgemeinern	REPORTAGE Miterleben lassen
Mittel	sachliche Distanz herstellen	Veranschaulichen durch personalisierte Erzählweise	handlungsbetont szenisch erzählen
Fakten	werden erstmals präsentiert	werden argumentativ verknüpft und ergeben eine höhere Gesamtaussage	dienen dazu, einen oder mehrere Akteure in ihrer Rolle zu verstehen
Aktualität	»hart« (Bedeutung eines Geschehnisses) oder »weich« (Human Interest)	knüpft an einen allgemeinen Diskurs an, bezieht sich meist direkt auf eine weiche Nachricht	knüpft an einen allgemeinen Diskurs an, bezieht sich meist indirekt auf eine Nachricht
Personen	– werden im Zusammenhang mit den Fakten genannt – werden als Informanten zitiert	– typische Figuren, die das Wesentliche veranschaulichen – Experten, die die Facetten der Anschauungsebene bewerten	– einzigartige Protagonisten wie im Spielfilm – ihr Handeln und ihre Motive stehen im Mittelpunkt
Aufbau	hierarchisch, nach dem Prinzip der abnehmenden Wichtigkeit	Einstieg szenisch, anekdotisch etc., auf alle Fälle unterhaltsam; Übergang zur Legitimation, dann – berichtsmäßig (angefeurter Bericht), – abgerundet oder – durchgestaltet (s. Aufbau)	freie Dramaturgie, zumeist nicht chronologisch. szenischer roter Faden
Zitate	– Schlüsselzitate in direkter Rede, sonst vorwiegend indirekte Rede – Aussagen über den faktischen Inhalt – sagen etwas über die Sache	– Wechsel von direkter und indirekter Rede – Aussagen von Experten, aber auch Stimmen von Betroffenen – argumentativ einbettende Moderation – stützen Behauptungen, erzeugen Betroffenheit	– möglichst direkte Rede – möglichst szenische Zitate (Dialoge) der Protagonisten untereinander – Sprechakt als Selbstkundgabe › sagt mehr über den Sprecher als über den Inhalt der Aussage
Sprache	– sachlich – leicht verständlich	– unterhaltsam – anschaulich	– sinnlich – einführend

Darstellungsformen im Vergleich

Diese Form, Berichte aufzuwerten, gewinnt in den Printmedien Ende der 1950er-Jahre an Bedeutung. Und zwar unmittelbar nach der Einführung der ersten Zoomobjektive auf dem Massenmarkt. Stellvertretend sei hier das Zoomar 2,8/36–82 von Voigtländer aus dem Jahr 1959 genannt. Das neue Objektiv erlaubt es einem Fotografen oder Kameramann, sich ohne Veränderung seiner Position einem Geschehen anzunähern oder einzelne Personen oder Aspekte zu fokussieren, ehe er sich in die gewöhnliche Halbtotalen oder Totale des Nachrichtenschreibers zurückbegibt.

Das Feature ist das printjournalistische Pendant zu diesem technischen Trick. Der schreibende Journalist bedient sich fortan auch dann erzählerischer Sprache, wenn er die Mühen eines Reporters scheut und womöglich keine Zeit hat, weite Strecken zurückzulegen. Vor allem aber, wenn er das Ziel verfolgt, komplexe Zusammenhänge zu erklären und zu veranschaulichen. Er muss dann jene symptomatischen Einzelfälle aufspüren, die für das Ganze stehen, muss also wissen, worauf es sich lohnt, sein virtuelles Zoomobjektiv zu richten. Und er muss in der Lage sein, die so entstandenen Bilder präzise und zielführend einzusetzen.

Der Wandel von Dramaturgie und Sprache

Es gibt, wenig verwunderlich, auch im Aufbau von Texten eine klare Korrelation zu den Entwicklungen im Film. Im erzählerischen Journalismus wird immer weniger versucht, Geschehnisse chronologisch niederzuschreiben. Stattdessen arbeiten Journalisten mehr und mehr mit dramaturgischen Mitteln. Sie beginnen mit dem Wendepunkt einer Geschichte. Sie beginnen mit dem Höhepunkt einer Geschichte. Sie beginnen mit dem Ende einer Geschichte. Selbst ein banaler »Spielbericht« aus der ersten oder zweiten Fußball-Liga beginnt selbstverständlich nicht mehr mit dem Anpfiff um 15.30 Uhr, sondern mit der Schlüsselszene eines Spieles: einem Foul, einem Platzverweis oder einer taktischen Umstellung. Wir erleben, dass die Art, wie Film und Fernsehen Stoffe aufbereiten, im Printjournalismus kopiert wird. Geschichten werden nach erzählerischen Kriterien gestaltet und nicht mehr einfach nacherzählt.

Hinzu kommt eine Veränderung der Sprache. Die Menschen erfahren heute fast alles zuerst über visuelle Kanäle. Dabei legen sie von klein auf einen enormen Bildervorrat zu praktisch jedem Thema an, der jederzeit im Gedächtnis abrufbar ist. Wenn ein Autor heute »Paris« oder »Eiffelturm« schreibt oder »Atomkraftwerk« oder »Kreuzfahrtschiff« oder »Mount Everest« oder was auch immer – beinahe jeder Begriff wird sofort Bilder und Assoziationen auslösen. Anders als 1895 haben die meisten Menschen praktisch jeden Ort dieser Welt schon einmal besucht.

Nicht unbedingt persönlich als Reisende, aber eben doch als Betrachter im Kino, im Fernsehen, im Internet, auf den Fotostrecken von Zeitschriften und Zeitungen. Die Folgen sind nicht nur für die deutsche Sprache sehr genau zu beschreiben: Die Sätze heute sind um fünf bis sechs Wörter kürzer als vor 100 Jahren. Ein Verlust, der eben nicht zurückzuführen ist auf die viel zitierte Verarmung der Sprache, welche Sprachpäpste jeden Alters nimmermüde geißeln. Nein, er hat vor allem zu tun mit einer Explosion der visuell-assoziativen Mitarbeit der Leser. Moderne Leser können auf jedes Stichwort hin so viel mehr abrufen als ihre Vorfahren, und sie brauchen entsprechend weniger explizite Ausarbeitung von visuellen und anderen sinnlichen Eindrücken. Wenn wir zu ausführlich formulieren, wenn wir Sätze schreiben, wie man sie vor 100 Jahren geschrieben hat, diese wunderschönen literarischen Sätze, dann wird sich der Leser relativ schnell langweilen, weil er sich unterfordert fühlt. Gehirn- und Leserforschung gewinnen derzeit immer mehr Klarheit darüber, wie sehr der Konsum visueller Medien beeinflusst, auf welche Weise Menschen Texte lesen. Und welche Art von Texten sie lesen wollen.

Die Zukunft liegt im erzählerischen Journalismus

Es ist deshalb kein Wunder, dass im Printjournalismus in Zeiten des Sparzwangs und der Krise dennoch über eine Stärkung der Reportage, über eine Stärkung des »narrativen Schreibens« nachgedacht wird. Viele Inhalte lassen sich nicht in 40, 50 oder 60 Zeilen darstellen. Und es reicht auch nicht, die assoziative Mitarbeit der Leser allein durch intelligente Grafiken oder über Fotografie zu stimulieren. Aus der Leserforschung geht deutlich hervor, dass Leser Texte, die das Kino im Kopf in Gang setzen, häufiger und ausführlicher lesen als andere Texte. Aus der Leserforschung geht hervor, dass Texte, die über längere Passagen hinweg statisch geschrieben sind, stark an Lesern verlieren. Statik bedeutet Nominalstil, aber vor allen Dingen eine Dominanz statischer Verben wie »sein«, »sich befinden«, »sorgen für«, »durchführen«. In anderen Worten: Je weniger erzählerische Qualität ein Text hat, umso mehr verliert er an Faszination.

Aus der Leserforschung geht zudem hervor, dass die Länge von Texten nicht grundsätzlich abschreckend wirkt. Die besten Lesequoten erzielten bei zahlreichen Untersuchungen ausgerechnet Reportagen. Die Leser verweigern sich nicht, weil etwas *lang* ist: Sie verweigern sich, wenn etwas *langweilig* ist. Langweilig sind Texte, wenn sie statisch sind. Langweilig sind lange Texte, wenn sie nicht narrativ sind. Langweilig sind Texte, wenn sie einfach nur wiederholen, was gestern schon in den Nachrichten im Fernsehen lief oder längst im Internet zu erfahren war.

Letzteres zu vermeiden, gelingt durch ungewöhnliche Perspektiven, die das scheinbar Vertraute in einer befremdend originellen Form neu zeigen. Die Reportage zeichnete sich immer dadurch aus, dass sie, was die Menschheit bewegte, sie veränderte, anhand einzelner Personen und Schicksale so kraftvoll und intensiv beschrieb, dass darüber das große Ganze verstehbar, begreifbar wurde. Und das Feature vermag es zuweilen, nur mit einem einzigen ersten Absatz und dem dort geschilderten Einzelfall zu veranschaulichen, was es mit einer komplexen Neuigkeit aus Politik oder Wissenschaft auf sich hat.

Um »Fakten, Fakten, Fakten« aneinanderzureihen, braucht ein Autor wenige Zeilen. Um eine Geschichte gut zu erzählen, braucht er Platz. Vor allem die Zeitungen stehen am Scheideweg: Fast alles mittelmäßig oder wenig gut machen? So viel wie möglich berichten oder das Wichtige erzählerisch vertiefen? Die Antwort müsste klar sein.