
Nachrichten

Josef Ohler

► Nachrichten sind knapp gefasste, komprimierte Informationen – sie enthalten also nichts Überflüssiges.

Nachrichten sind um Wertneutralität bemüht und deshalb besonders glaubwürdig. Sie unterscheiden sich dadurch grundsätzlich von Kommentaren und anderen meinungsbetonten journalistischen Beiträgen.

Und Nachrichten sind relativ leicht verständlich. Sie sind deshalb nach strengen formalen Regeln verfasst.

Das gilt nicht nur für Radio-Nachrichten in klassischer Form, also für reine Textmeldungen, sondern auch für Meldungen mit O-Ton, d. h. Meldungen, in die Statements und Kurzberichte eingebaut sind (mehr dazu im Beitrag »Nachrichten-Präsentation«). Die oberste formale Regel für die Nachricht lautet:

Das Wichtigste steht am Anfang. Das Wichtigste – die Kernaussage – herauszuarbeiten und so knapp und genau wie möglich in Worte zu fassen, das ist die erste und größte Aufgabe des Nachrichtenredakteurs: nicht spektakulär, aber journalistisch anspruchsvoll. Ein einfaches Beispiel aus dem Alltag einer regionalen Nachrichtenredaktion soll das klar machen. Eine Pressemeldung der Kaiserslauterer Polizei hat folgenden Wortlaut:

Am Ostersonntag, gegen 16:40 Uhr, befuhr ein 23jähriger Mann aus Kallstadt mit seinem Krad die B 48 von Hochspeyer kommend in Richtung Johanniskreuz. In einer Rechtskurve kam er vermutlich infolge unangepasster Geschwindigkeit auf die Gegenfahrbahn und kollidierte mit einem entgegenkommenden Pkw. Der Kradfahrer wurde mit schweren

J. Ohler (✉)
Mandelbachtal, Deutschland
email: info@radio-journalismus.de

(nicht lebensgefährlichen) Verletzungen ins Westpfalz-klinikum eingeliefert. Die 17-jährige SoziusfahrerIn aus Freinsheim erlag noch am Unfallort ihren schweren Verletzungen. Es entstand Sachschaden in Höhe von knapp 13.000 Euro. Die B 48 war für ca. zwei Stunden voll gesperrt.

Keinem Nachrichtenredakteur wird es einfallen, diese Mitteilung wörtlich zu übernehmen.

Für das Radio wird der Redakteur vielleicht so formulieren:

Bei einem Motorradunfall auf der Bundesstraße 48 ist eine 17-Jährige ums Leben gekommen. Sie starb noch am Unfallort. Die Frau hatte als SoziusfahrerIn auf dem Motorrad gesessen. Der Fahrer wurde bei dem Unfall schwer verletzt. Nach Angaben der Polizei war er vermutlich zu schnell gefahren und mit dem Motorrad auf einen Personenwagen geprallt, der entgegenkam.

Diese Meldung ist einfacher, kürzer und klarer als die Polizeimitteilung. Was ist aber der größte Unterschied zwischen beiden Fassungen? Die Polizei hat *chronologisch* berichtet, der Nachrichtenredakteur bringt das Geschehen auf den Punkt und teilt *zuerst das Wichtigste* mit: . . . ist eine 17-Jährige ums Leben gekommen.

Dieses Leadsatz-Prinzip ist im Hörfunk besonders ausgeprägt: Im ersten Satz nur das Wesentliche, nur das, was der Hörer behalten und – möglichst wörtlich – wiederholen kann. *Wer hat was getan? Wem ist was geschehen?* Das sind klassische Leadsätze:

- Bei einem Motorradunfall ist eine 17-Jährige ums Leben gekommen.
- In Frankreich streiken die Lokomotivführer.
- Der Bundestag hat die Steuerreform verabschiedet.

Je knapper, desto besser. Oft ist es zweckmäßig, die Aussage darüber, *wer was* getan hat, zurückzustellen und plakativ zuerst das *Ergebnis* des Geschehens zu nennen:

Das Surfen im Internet wird für viele Kunden billiger. T-Online, Arcor, 1&1 und andere Anbieter haben angekündigt, dass sie ab März die Tarife senken.

Klare Leadsätze sollte der Nachrichtenredakteur auch dann schreiben, wenn der Inhalt so komplex ist, dass er sich beim besten Willen nicht in einem einzigen pointierten Satz ausdrücken lässt. In solchen Fällen bietet sich ein *Einleitungssatz* an, der zur Hauptsache hinführt:

Das Bundesverfassungsgericht hat die Rechte von Körperbehinderten gestärkt. Nach einem Urteil des Gerichts darf ein Mieter auf eigene Kosten einen Treppenlift in das Mietshaus einbauen, wenn er auf den Rollstuhl angewiesen ist. Der Hausbesitzer muss das dulden.

Die eigentliche Neuigkeit (Mieter darf Treppenlift einbauen) steht hier erst im zweiten Satz. Ohne Orientierungshilfe könnte diese Mitteilung die Aufnahmefähigkeit des Hörers überfordern.

Der einleitende, moderative Leadsatz ist vielfach auch bei *Meldungen mit O-Ton* möglich. Die Neuigkeit selbst kommt dann erst zu Beginn des O-Tons:

Die Geiselnahme auf den Philippinen hat sich dramatisch zugespitzt. Vor einer halben Stunde fielen die ersten Schüsse. Aus Manila Armin Wertz: »Philippinische Soldaten haben das Lager der Entführer unter Feuer genommen...«

Allerdings darf man mit dem einleitenden Leadsatz nicht gegen ein anderes wichtiges Nachrichtenprinzip verstoßen: die Trennung von Nachricht und Kommentar.

Nachrichten müssen kommentarfrei sein. Negativbeispiel:

Die Bundeswehr übernimmt in Afghanistan eine hoch gefährliche Aufgabe. Von heute an sollen 205 deutsche Soldaten als »Schnelle Eingreiftruppe« fungieren. Damit steigt für sie das Risiko, in Kämpfe mit den Taliban verwickelt zu werden . . .

Der hier verwendete Leadsatz ist nach den klassischen Nachrichtengrundsätzen fragwürdig. Die Schlussfolgerung »hoch gefährlich« sollte der Nachrichtenredakteur den Hörern überlassen. Vielleicht beurteilen einzelne Hörer den Einsatz ja

ganz anders und sagen: »Alles Routine« oder »Auch die anderen Aufgaben der Bundeswehr sind hoch gefährlich«. Das größte Kapital der Nachrichten im Radio ist ihre *Glaubwürdigkeit*, die auf einer *sachlichen, fairen* und *unparteiischen* Darstellung beruht. An dieser Sachlichkeit darf auch und gerade im Leadsatz kein Zweifel aufkommen. »Faktendimensionierung« ja, Parteinahme nein!

Warum Leadsatz-Prinzip? Traditionsgemäß heißt die Begründung: Weil man nur so die Nachricht bequem von unten her kürzen kann – notfalls so weit, bis nur noch ein einziger Satz, der Leadsatz, übrig bleibt. Wichtiger erscheint im Hörfunk ein anderer Grund, der mit der selektiven Wahrnehmung zusammenhängt. Der Hörer kann seine Aufmerksamkeit auf *die* Meldungen konzentrieren, die ihn wirklich interessieren. Das Wichtigste kommt ja immer am Anfang. Wenn ihn das nicht fesselt, darf er eine geistige Pause einlegen bis zum nächsten Thema.

Die Meldung hat eine feste Form. Das gilt nicht nur für den Anfangssatz, den »Lead«, sondern auch für die Folgesätze, den »Body«, also den »Körper«. In vielen Fällen sieht der Aufbau der Meldung so aus:

- im ersten Satz der *Kern*,
- im zweiten die *Quelle* (sofern es sich nicht um ein öffentliches, jedermann zugängliches Ereignis handelt, Näheres s. u.),
- dann *Einzelheiten*,
- schließlich der *Hintergrund*, d. h. *Vorgeschichte*, *Zusammenhang*, und nahe liegende *Zusatzinformationen*.

In Vietnam ist vermutlich eine Vogelgrippe-Epidemie ausgebrochen (*Kern*).

Das hat die Weltgesundheitsorganisation WHO in Hanoi bekannt gegeben (*Quelle*).

Nach ihren Angaben sind zehn Kinder und ein Erwachsener an der Vogelgrippe gestorben. Bei drei Opfern wurde dasselbe Virus nachgewiesen, an dem in den letzten Wochen in Vietnam 1,2 Millionen Hühner verendet sind (*Einzelheiten*). Eine Vogelgrippe grassiert zurzeit auch in Südkorea (*Zusammenhang*).

Bereits vor sechs Jahren hatte eine ähnliche Epidemie in Hongkong gewütet. Damals waren sechs Menschen gestorben. Der gesamte Hühnerbestand Hongkongs wurde notgeschlachtet (*Vorgeschichte*).

Eine verwandte Virusinfektion ist die Lungenkrankheit SARS, die angeblich von Schleichkatzen übertragen wird (Zusatzinformation).

Nur durch eine Wiederholung des Kerns kann sich die Information vielfach erst richtig einprägen. Deshalb ist darauf zu achten, dass bei längeren Meldungen im zweiten oder dritten Satz der Kern noch einmal aufgegriffen und weitergeführt wird: Vogelgrippe . . . gestorben . . . Vietnam. Dass bei diesem standardisierten Aufbau des *Nachrichten»körpers«* die klassischen *W-Fragen* (Wer?, Was?, Wann?, Wo?, Wie?) beantwortet werden, ergibt sich von selbst. Auch über das »Warum?« können viele Meldungen Auskunft geben. Sachliche Erläuterungen haben hier ebenfalls ihren Platz – nach dem Motto: zuerst die *Fakten*, dann die *Faktendimensionierung*. Solche Zusatzinformationen oder die Vorgeschichte ergeben vielfach einen idealen Abschluss der Nachricht.

Kern, Quelle, Einzelheiten, Hintergrund – das sind also die Bausteine der Nachricht. Dabei steht der Kern, das Wichtigste, in jedem Fall an der Spitze. Mit den übrigen Bausteinen ist es anders. Sie ordnet man nach dem Prinzip: Was stützt den Kern am besten? Es ist also gut möglich, dass der Redakteur – um die Kerninformation hervorzuheben – zuerst den Hintergrund erklärt. Einzelheiten und Quelle folgen dann weiter hinten.

Der Schluss der Meldung kann klar hervorgehoben werden, etwa:

- als Ausblick in die Zukunft:
In der nächsten Woche wird sich der Bundestag mit dem Gesetzentwurf befassen.
- als Schlenker weg vom Hauptthema:
Darüber hinaus forderte der Redner . . .
- oder mit Worten, die ausdrücklich das Ende der Meldung kennzeichnen:
Abschließend heißt es in dem Kommuniqué, . . .

Die Quelle nennen, immer wenn es nötig ist – das gehört zum handwerklichen Standard. Im Allgemeinen kann der Nachrichtenredakteur die Dinge, über die er in den Nachrichten berichtet, nicht beobachten, auf andere Weise selbst recherchieren oder vollständig überprüfen. Also muss er sagen, woher die Informationen stammen:

Der Preisanstieg in der Euro-Zone hat sich beschleunigt. Nach einer Schätzung des Statistikamtes der EU war die Lebenshaltung im Juni um vier Prozent teurer als vor einem Jahr.

Erst recht muss die Quelle genannt werden, wenn irgendwelche *Zweifel* am Wahrheitsgehalt einer Meldung bestehen:

Ähnlich wie die Siemens AG soll auch der französische Energiekonzern Alstom hohe Schmiergelder gezahlt haben, um Aufträge zu bekommen. Das berichtet der »Spiegel«. Er beruft sich dabei auf die Schweizer Justizbehörden.

Die exakte Quellenangabe trägt dazu bei, die Nachrichten transparent und damit glaubwürdig zu machen. Andererseits müssen Radionachrichten möglichst knapp gefasst sein. Der Redakteur kann deshalb die Quelle weglassen, wenn das Ereignis zwar nicht von ihm selbst, aber von anderen Journalisten beobachtet werden konnte, etwa wenn es sich um einen Sportwettkampf handelt.

Der Nachrichtenredakteur ist kein Briefträger. In vielen Fällen müssen die Meldungen der Agenturen schon aus rechtlichen Gründen (vgl. Beitrag »Medienrecht für Radio-Journalisten«) *überprüft* und *ergänzt* werden.

Der Oberbürgermeister von A. (Stadt im eigenen Sendebiet), XY, soll beim Bau seines Privathauses unbezahltes Baumaterial erhalten haben. Das meldet der »Spiegel«. In dem Bericht heißt es, das Baumaterial stamme von einer Firma, die gleichzeitig für ein kommunales Projekt tätig gewesen sei. Die Staatsanwaltschaft wolle ein Ermittlungsverfahren einleiten.

Im »Spiegel« ist diese Meldung vielleicht nur für wenige Leser ein richtiger Aufreger. Zu einem großen Thema wird sie erst, wenn der regionale oder lokale Sender sie ins Programm nimmt. Bevor der Dienst habende Nachrichtenredakteur das tut, muss er sich also gegen eine mögliche Klage wegen übler Nachrede oder Verleumdung absichern. Er sollte sich bei der Staatsanwaltschaft erkundigen, ob sie tatsächlich ein Ermittlungsverfahren plant, und eine Stellungnahme des Oberbürgermeisters einholen. Erst dann kann er die Meldung senden – einschließlich seiner Rechercheergebnisse, auch wenn diese nur lauten:

Die Staatsanwaltschaft hat es auf Anfrage abgelehnt, den Fall zu bestätigen. Oberbürgermeister XY war bisher nicht zu erreichen.

Eigene Recherchen sind auch dann nötig, wenn in den vorhandenen Meldungen der *regionale Aspekt* nicht beachtet wird.

Im Öffentlichen Dienst ist es zu ersten Warnstreiks gekommen. In Baden-Württemberg haben vorübergehend die Beschäftigten von Straßenmeistereien und Bauhöfen gestreikt. In Mecklenburg-Vorpommern gaben 60 Lehrer zwei Stunden lang keinen Unterricht. Morgen will die Gewerkschaft ver.di die Warnstreiks ausweiten.

Über andere Regionen berichten die Agenturen nichts. Dort muss sich die Redaktion also die ergänzenden Informationen selbst besorgen. Ein Telefonat dürfte genügen, um beim zuständigen ver.di-Bezirk zu erfahren, ob morgen vielleicht auch im eigenen Sendegebiet gestreikt wird. Im regionalen Bereich besteht ohnehin ein Großteil der Arbeit des Nachrichtenredakteurs in der Eigenrecherche. Jede Redaktion wird dafür ein eigenes System entwickeln, wie z. B. Routine-Rundrufe zu festgelegten Zeiten bei Polizei und Feuerwehr.

Recherchieren heißt nicht nur Googeln, aber vielfach können Suchmaschinen und selbst die alten Lexika schnell weiterhelfen.

Der Gewaltverbrecher XY ist wegen vierfachen Mordes zu lebenslanger Haft verurteilt worden. Außerdem ordnete das Landgericht Koblenz Sicherungsverwahrung an. XY hatte in Remagen zwei Ehepaare ermordet.

Lebenslange Haft *und* Sicherungsverwahrung. Was heißt das? Wikipedia oder ein gedrucktes Lexikon geben Auskunft, noch bevor auch die Agenturen die notwendige Ergänzung liefern:

Sicherungsverwahrung bedeutet im Wesentlichen, dass der Verurteilte wegen Gemeingefährlichkeit selbst in hohem Alter nicht aus dem Gefängnis entlassen wird.

Die Nachrichtensprache richtet sich nach dem Grundsatz: Verständlichkeit ist wichtiger als stilistische Schönheit. Alles, was im Beitrag »Fürs Hören schreiben«

über das Radiodeutsch steht, gilt auch und ganz besonders für die Nachrichten. Im Radio braucht man verständliche Texte. Sie sollten so sein:

- *ordentlich aufgebaut* – d. h. nicht chaotisch,
- *einfach* – d. h. nicht kompliziert,
- *knapp* – d. h. nicht weitschweifig,
- *lebendig und ein wenig gewürzt* – d. h. nicht langweilig.

Am wichtigsten ist der logische Aufbau. Das gilt für den einzelnen Satz und für den Gesamttext der Nachricht. Im *einzelnen Satz* heißt das: Man beginnt jeweils mit dem Bekannten und teilt erst dann das Neue mit. Im *Gesamttext* geht es nach dem gleichen Prinzip weiter: Man knüpft jeweils am soeben Gesagten an oder erzählt das, was logisch am nächsten liegt.

Auf den Philippinen fordern die Entführer der 21 Touristen (Vorgang ist bekannt)

ein Lösegeld von umgerechnet fünf Millionen Euro (neue Aussage).

Die Übergabe des Lösegeldes (direkte Anknüpfung)

soll auf einer noch nicht genannten Insel stattfinden (neue Aussage).

Als Gegenleistung (logische Verknüpfung) wollen die Entführer zunächst zwei malaysische Moslems freilassen (neue Aussage).

Praktische Folge dieses Aufbaues ist, dass der Kern der Aussage jeweils im *hinteren* Teil des Satzes steht (. . . fünf Millionen Euro . . . Insel . . . Moslems freilassen). Das erleichtert bei der Präsentation die *richtige Betonung*, da der Sprechende (quasi in alter Gewohnheit) den Betonungsschwerpunkt ohnehin am Ende des Satzes sucht (vgl. Beitrag »Das Manuskript sprechen«). Sprachwissenschaftlich nennt man das Ganze »*Thema-Rhema*« oder »*Topic-Comment-Prinzip*«: Das Thema – das Bekannte – steht im »Vorfeld« des Satzes, das Rhema – das Neue – im »Nachfeld«.

Weitere positive Nebenwirkung: Die *Inversion*, also die Umkehr von Subjekt und Objekt, früher als Nachrichteneinstieg empfohlen, wird dadurch als unsinnig entlarvt. Sie ist nach diesem Schema nur noch im Ausnahmefall möglich, nämlich dann, wenn das Objekt und nicht das Subjekt an das bereits Gesagte andockt. Der nächste Satz könnte z. B. lauten:

Einen offiziellen Unterhändler (logische Anknüpfung, aber Objekt) hat die philippinische Regierung (Subjekt) noch nicht benannt.

Auch der sogenannte »Nachklapp« erledigt sich von selbst:

Wahrscheinlich befänden sich die Geiseln auf einer der Sulu-Inseln, sagte ein Sprecher des philippinischen Innenministeriums auf einer Pressekonferenz.

Einen solchen (schwer sprechbaren) Satz kann es nach dem Thema-Rhema-Muster gar nicht geben, denn hinten muss das Wichtige stehen und nicht so Unwesentliches wie Sprecher und Pressekonferenz.

Einer optimalen Verständlichkeit dienen auch folgende Sprachtipps:

Gelenkwörter benutzen, wo immer es logisch passt: aber, allerdings, dagegen, dennoch, trotzdem. Diese Wörter müssen freilich genau den Sachverhalt erfassen, denn auch hier ist die Grenze zum Kommentar leicht überschritten.

Keine großen Satzklammern, also nicht:

Der Bundesverkehrsminister hat den Beschluss der Deutschen Bahn, sich nicht an der Finanzierung des Transrapid zu beteiligen, kritisiert.

Zwischen Bundesverkehrsminister und kritisiert stehen viel zu viele Wörter. Hier hilft nur eines: *Ausklammern* und *nachstellen!* Also:

Der Bundesverkehrsminister hat den Beschluss der Deutschen Bahn kritisiert, sich nicht an der Finanzierung des Transrapid zu beteiligen.

Keine Partizipialkonstruktionen, also nicht:

Der vor 16 Monaten unter Doping-Verdacht zurückgetretene Radprofi Jan Ullrich hat den Verbandspräsidenten Rudolf Scharping angegriffen. Ullrich sagte: »Solche Menschen hasse ich . . . «

Sondern:

Der frühere Radprofi Jan Ullrich hat den Verbandspräsidenten Rudolf Scharping angegriffen. Er sagte: »Solche Menschen hasse ich«. Ullrich war vor 16 Monaten zurückgetreten, weil er im Verdacht steht, gedopt zu haben.

Keine Häufung von Substantiven, die mithilfe von Präpositionen und Genitiven miteinander verbunden sind, also nicht:

Trotz des Anstiegs der Steuereinnahmen aufgrund der Belebung der Konjunktur im vergangenen Jahr (fünf verkettete Substantive) bleiben Städte und Gemeinden hoch verschuldet.

Sondern:

Städte und Gemeinden in Deutschland bleiben hoch verschuldet, obwohl sie im vergangenen Jahr mehr Steuern eingenommen haben, weil sich die Konjunktur belebt hat.

Das Beispiel zeigt außerdem:

Verbalstil ist verständlicher als Substantivstil. Viele Ballungen von Substantiven lassen sich mithilfe von Verben auflösen:

Der Bundesaußenminister will in China Verbesserungen auf dem Gebiet der Menschenrechte erreichen.

Besser:

Der Bundesaußenminister will erreichen, dass sich die chinesische Regierung mehr als bisher an die Menschenrechte hält.

Keine lexikalische Varianz, vor allem keine journalistischen Uralt-Klischees, also nicht Mainmetropole für Frankfurt (es stört niemanden, wenn es zweimal Frankfurt heißt), nicht Urnengang für Wahl und nicht Zähler für Punkt.

Keine doppelte Verneinung, also nicht:

Der Ministerpräsident versicherte, er werde nichts unversucht lassen, um neue Betriebe anzusiedeln . . .

sondern:

Der Ministerpräsident versicherte, er werde alles versuchen, um neue Betriebe anzusiedeln . . .

Nicht zu viele Zahlen auf einmal, also nicht:

Die Zahl der Arbeitslosen ist im Juni um 123.000 auf 3.160.000 gesunken. Gegenüber dem Juni des vergangenen Jahres verringerte sich die Zahl sogar um 528.000. Die Arbeitslosenquote sank um 0,3 Punkte auf 7,5 Prozent. Vor einem Jahr hatte sie noch bei 8,8 Prozent gelegen.

Selbst bei konzentriertem Zuhören kann das niemand behalten. Einziger Ausweg: Einige Zahlen weglassen und mehr in Worten ausdrücken:

Die Arbeitslosigkeit ist im Juni weiter zurückgegangen. Ohne festen Job sind aber immer noch über 3,1 Millionen Menschen. Die Arbeitslosenquote sank von 7,8 auf 7,5 Prozent. Im vergangenen Jahr war die Quote deutlich höher: Damals lag sie im Juni bei 8,8 Prozent.

Unwichtige Personen weglassen, also nicht:

Wie der Pressesprecher des Ordnungsamtes der Stadt Hannover, Klaus Meyer, mitteilte, . . .

sondern nur:

Wie das Ordnungsamt von Hannover mitteilte, . . .

Orientierung an der gesprochenen Sprache – das hilft in vielen Fällen, verständlich und hörernah zu formulieren. So steht der Leadsatz immer im *Präsens* oder im *Perfekt*, also:

Die Bundeskanzlerin ist in Peking eingetroffen

und nicht

Die Bundeskanzlerin traf in Peking ein.

Denn auch im Alltag würde niemand für diese Mitteilung die Zeitform des Präteritums (Imperfekts) benutzen. Vermeiden sollte man auch stilistische Eigenheiten, die es nur in der Schriftsprache gibt, z. B. den *vorangestellten Genitiv*. Also

nicht: Niedersachsens Ministerpräsident sondern Der niedersächsische Ministerpräsident.

Sachliche Wortwahl. Nachrichten sind sachliche, kommentarfreie Mitteilungen. Deshalb sollten die benutzten Wörter keinerlei Wertung enthalten. Wenn er seine Aufgabe richtig versteht, formuliert der Nachrichtenredakteur stets so, dass nicht der geringste Verdacht aufkommen kann, er ergreife in der einen oder anderen Richtung Partei:

Der Bundestag hat die Forschung mit embryonalen Stammzellen erleichtert. Danach dürfen deutsche Wissenschaftler künftig auch solche Stammzellen verwenden, die vor dem 1. Mai 2007 im Ausland erzeugt wurden. Die Forschung ist umstritten, weil dafür die Embryonen getötet werden.

Ist *getötet* hier das richtige, wertneutrale Wort? Ist es nicht ein Ausdruck, der nur die Sichtweise der Gegner der Embryonenforschung wiedergibt, die in der befruchteten Eizelle schon einen schützenswerten Menschen sehen. Etwas weniger parteiisch könnte man von *zerstören* oder *verbrauchen* sprechen, obwohl auch diese Ausdrücke nicht ganz neutral sind. Sie passen eher in die Gedankenwelt derer, die den Embryo nur als Zellmaterial, also nur ansatzweise als Menschen betrachten.

Das treffende Wort benutzen – das gilt für die Nachrichten noch mehr als für andere journalistische Texte. Bei Strafprozessen darf es nicht heißen:

Der Angeklagte behauptete, er habe mit der Tat nichts zu tun.

Wenn wir sagen »behauptete«, heißt das: Wir nehmen an, dass er lügt. Auch bei anderen Wörtern sollte man sich deren unterschiedliche Bedeutung vergegenwärtigen, ehe man sie verwendet. *festnehmen* und *verhaften* sind nicht das Gleiche, ebenso wenig *Grund* und *Ursache*, *Quote* und *Rate*, *Prozent* und *Prozentpunkt*. Und semantisch ist es ein feiner Unterschied, ob jemand *ums Leben kommt*, *getötet wird* oder (eines natürlichen Todes) *stirbt*.

Keine heimliche Propaganda. Regierungen, Parteien und Organisationen versuchen immer wieder, den allgemeinen Sprachgebrauch in ihrem Sinne zu prägen, möglichst ohne dass es die Öffentlichkeit überhaupt wahrnimmt. Ein Musterbeispiel war in den 1980er-Jahren das Wort *Nachrüstung*. Ein Begriff, der un-

ausgesprochen voraussetzte, dass die östliche Seite *vorgerüstet* habe. Trotzdem wurde das Wort unreflektiert benutzt – selbst von radikalen *Nachrüstungs*gegnern. Menschen, die für einen eigenen Staat eintreten, sind nur aus der Perspektive der Zentralregierung Separatisten, aus ihrer eigenen Sicht vermutlich Freiheitskämpfer, neutral gesehen am ehesten Unabhängigkeitskämpfer. Und nur die Arbeitgeber – kleiner, aber feiner Unterschied – sprechen von Lohnzusatzkosten statt – wie die übrige Öffentlichkeit – von Lohnnebenkosten.

Beschönigungen sind ein Urphänomen der Sprache. Vorsicht ist geboten, wenn solche Euphemismen in der öffentlichen Sprache dazu dienen, die wirklichen Vorgänge zu verbrämen, und das teilweise auch noch in zynischer Weise.

Beispiele:

Ethnische Säuberung für Völkermord/Vertreibung
 Thermische Verwertung für Müllverbrennung
 Friedensschaffende Maßnahmen für Kampfeinsätze
 Bewegliche Ziele für Soldaten und ihre Fahrzeuge
 Kollateralschäden für Opfer unter der Zivilbevölkerung
 Flexibilisierung für den Abbau sozialer Schutzbestimmungen
 Finaler Rettungsschuss für gezielte Tötung
 Sonderbehandlung für die Ermordung eines KZ-Häftlings

In indirekter Rede werden viele fremde Äußerungen wiedergegeben – also im Konjunktiv I, im Konjunktiv des Präsens. Deshalb muss der Nachrichtenredakteur *die Regeln des Konjunktivs* beherrschen.

Der Oberbürgermeister sagte, er halte nichts von dem Vorschlag . . . und nicht etwa: er hielte nichts von dem Vorschlag . . . Nur in Ausnahmefällen wird in der indirekten Rede der Konjunktiv II, der Konjunktiv des Imperfekts benutzt – nämlich dann, wenn im Präsens der Unterschied nicht deutlich wird, weil Indikativ und Konjunktiv gleich klingen:

Die Tarifparteien haben versichert, sie kämen noch heute zum Abschluss. Die Präsensform . . . sie kommen . . . ist da unbrauchbar.

Die direkte Rede ist natürlich genauso legitim wie die *indirekte*; sie bringt manchmal sogar die erwünschte Würze. Allerdings unter zwei Voraussetzungen. Es muss absolut klar sein, *wer* spricht. Und es sollte sich um eine besonders markante Äußerung handeln. In unserem Beispiel könnte es also auch heißen: Wörtlich sagte der Oberbürgermeister: Ich halte den Vorschlag für Schwachsinn.

Bei der Tatsachenaussage mit Quellenangabe ist es anders als bei der indirekten Rede. In diesem Fall steht das Prädikat im Indikativ und *nicht* im Konjunktiv, auch wenn es sich um eine unbewiesene Aussage handelt:

Nach den Angaben des Wetterdienstes ist zu erwarten, dass der Dauerregen morgen aufhört.

Und keinesfalls:

Nach den Angaben des Wetterdienstes *sei* zu erwarten . . .

Immer auf Distanz bleiben. Besonders im Leadsatz lauert die Gefahr, dass man Äußerungen anderer in die eigene Diktion übernimmt:

Der Ministerpräsident *ist* davon überzeugt, bei den Wahlen am Sonntag wieder die absolute Mehrheit zu erringen.

Eine naive Formulierung! Woher weiß der Redakteur, was der Ministerpräsident glaubt, denkt, hofft oder wovon er überzeugt ist? Wenn er's genau nimmt, kann er nur formulieren:

Der Ministerpräsident hat die Überzeugung geäußert, er werde bei den Wahlen wieder die absolute Mehrheit erringen.

Eine Möglichkeit der Distanzierung besteht manchmal darin, den unbestimmten Artikel statt des bestimmten Artikels zu benutzen:

Die FDP hat *eine* Überversorgung im öffentlichen Dienst kritisiert.

Das heißt etwas anderes als:

Die FDP hat *die* Überversorgung im öffentlichen Dienst kritisiert.

Auf den typischen Medienjargon sollte der Nachrichtenredakteur verzichten, weil im Alltag niemand so redet. Wer sagt im normalen Leben *Ausstand*, wenn er *Streik* meint? Wer spricht vom *Streifen*, wenn es um einen Film geht? Auch uralte Phrasen lassen sich vermeiden. Oder ist es originell, wenn die Leute fast täglich tiefer in die Tasche greifen müssen? Zurückhaltung ist auch bei Standardverbindungen angebracht: Ein Gebäude wird vielleicht abgeriegelt, aber muss das immer hermetisch sein, die Fahndung der Polizei immer fieberhaft, das Suchen nach Arbeitskräften immer händeringend? Und schließlich sollte man die unterschiedlichen Stilebenen beachten: Geschnappt wird der Verbrecher in der Umgangssprache. In den Nachrichten wird er festgenommen.

Nachrichten müssen sprechbar sein. Man sollte die Texte so abfassen, dass sie keine unnötigen atemtechnischen und artikulatorischen Schwierigkeiten machen – egal, ob man sie selber liest oder ob ein Kollege oder ein Profisprecher am Mikrophon sitzt. Zungenbrecher lassen sich vermeiden. Auch für Schnellsprechwettbewerbe sind Nachrichten nicht geeignet.

- ▶ Für eine Minute Sendezeit *nicht mehr als 13 Zeilen Text mit jeweils 60 Zeichen*. Das ist eine Faustregel: Weil die Meldungen rasch ihr Thema wechseln, dafür Pausen erfordern und überhaupt dem Hörer größere Konzentration abverlangen, bringt man in einer Minute Nachrichten weniger Text unter als bei anderen Sendungen, für die man 14 oder sogar 15 Zeilen pro Minute rechnet (vgl. Beiträge »Das Manuskript« und »Das Manuskript sprechen«).

Die Qual der Wahl. Jede Redaktion verfügt über mehr Informationen, als sie an ihre Hörer weitergeben kann. Agenturen, Korrespondenten, Pressestellen, Reporter und soziale Netzwerke liefern viel Stoff. Hinzu kommt die eigene Recherche. Die Redaktion muss also eine Auswahl treffen. Sie tut das vor allem nach dem Raster, das von der Programmphilosophie des Senders (vgl. Beiträge »Formate für Begleitprogramme« und »Formate für Einschaltprogramme«) vorgegeben ist.

- Hat die große Politik den absoluten Vorrang?
- Wie sind Hardnews und Softnews gewichtet?
- Welchen Anteil sollen die regionalen Themen haben?
- Welche Rolle spielen Sport, Kultur und Sonstiges?

Solche Fragen müssen die Programmverantwortlichen vorher klären. Infolge dieser Festlegungen sehen die Nachrichten des Deutschlandfunks dann anders aus als die von MDR 1 Sachsen-Anhalt und die von Eins Live anders als die von Radio Regenbogen.

Unterschiedliche Klassen von Meldungen. Wenn ein vollbesetzter ICE entgleist oder wenn der Bundesfinanzminister zurücktritt, wird keine Nachrichtenredaktion diese Ereignisse übergehen. Wenn der Finanzminister aber empfiehlt, unerwartete Mehreinnahmen zur Tilgung der Staatsschulden zu verwenden, wird der eine Sender das für wichtig und interessant genug halten, während der andere lieber meldet, dass in Italien die Tankwarte streiken oder dass eine populäre Fernsehmoderatorin drei Monate Babypause macht. Es gibt also unterschiedliche Klassen von Nachrichten:

- Meldungen vom *Typ A*, die so neu und bedeutend sind, dass niemand daran vorbeikommt: Sie bleiben meistens über mehrere Stunden hinweg im Programm,
- Meldungen vom *Typ B*, die trotz hoher Qualität meistens nur einmal laufen, und
- Meldungen vom *Typ C*, bei denen sich der Redakteur so oder so entscheiden kann.

Im Bereich B und C wird der redaktionelle Ermessensspielraum nur vom jeweiligen Programmkonzept eingegrenzt.

Ob der Redakteur im Rahmen dieses Konzepts das Richtige auswählt – das ist mitentscheidend dafür, wie die Hörer die Nachrichten ihres Programms beurteilen.

Ein paar einfache Fragen können dem Redakteur bei der Auswahl weiterhelfen:

- Ist die Sache wirklich *wichtig* und *interessant*? So wichtig und interessant, dass die Menschen den Vorgang vielleicht sogar auf Dauer im Gedächtnis behalten werden?
- Ist es eine Nachricht, die dem Hörer einen Vorteil bringen oder ihn vor einem Nachteil schützen kann?
- Ist das eine Information, die man auch persönlich weitererzählen würde? Über die man Bescheid wissen muss, um mitreden zu können.
- Wird die Meldung eine *öffentliche Diskussion* anstoßen, wird sie Reaktionen auslösen?

- Wird irgendjemand diese Meldung in unseren Nachrichten *vermissen*, wenn sie in anderen Medien vorkommt, nicht aber bei uns?
- Passt die Meldung in unser Nachrichtenformat?

Bei kritischer Beurteilung des Nachrichtenangebotes kann vieles in den (virtuellen) Papierkorb:

- Meldungen, die nur ein Ritual zum Inhalt haben, z. B. das routinemäßige Zusammentreten eines Gremiums,
- Terminankündigungen (Der Bundesaußenminister reist Ende März nach Afrika),
- Protokollarische Vorgänge, z. B. Glückwünsche und Kondolenzen,
- Pseudo-Ereignisse, die nur für die Medien inszeniert werden, z. B. manche Greenpeace-Aktionen,
- banale Umfrageergebnisse (Männer lieben erotisches Knistern am Arbeitsplatz),
- Selbstverständlichkeiten (Beim Sonnenbaden vor allem die Mittagshitze meiden) und
- Kalender-Nonsens (Internationaler Tag der Linkshänder).

Ob Meldungen über das Privatleben von Prominenten (Paris Hilton im Gefängnis) gesendet werden, ist eine Frage des Geschmacks und des Programmformats.

Der Redakteur muss schnell entscheiden. Nach der Sendung ist er meistens klüger. Medienwissenschaftler haben zahllose Nachrichtensendungen und Zeitungsseiten durchgecheckt und sozusagen hinterher herausgearbeitet, welche Kriterien offensichtlich den *Nachrichtenwert* ausmachen:

- *inhaltliche* Kriterien wie Betroffenheit vieler Menschen, Folgeschwere, direkter oder indirekter Nutzen, geographische oder emotionale Nähe, Überraschung, Konfliktträchtigkeit, Dramatik, Kuriosität und Personalisierung und
- *formale* Kriterien wie Kurzfristigkeit des Ereignisses, Eindeutigkeit des Ereignisses, Dauerbrenner-Charakter des Themas oder auch das genaue Gegenteil davon: thematische Abwechslung.

Für den Aufbau der Nachrichtensendung gilt der gleiche Grundsatz wie für den Aufbau der Einzelmeldung. Auch hier weiß der Hörer: Das Wichtigste steht am Anfang der Sendung und ist nicht am Ende versteckt. Seine Aufmerksamkeit wird folgerichtig etwas nachlassen, wenn schon die ersten Meldungen ihn nicht fesseln können. Allerdings sollte *Zusammengehörendes* zusammenbleiben, auch wenn es unterschiedlich wichtig ist; denn gerade das Sprunghafte an den Nachrichten kann das Verstehen erschweren.

Eine Nachrichtensendung hat also ihre eigene Dramaturgie, und diese lebt von thematischer Abwechslung. Als Aufmacher erwartet der Hörer die Meldung, die in diesem Augenblick die wichtigste und interessanteste ist. Jede Abweichung von diesem Prinzip empfindet er als Manipulation. Längere Sendungen bestehen meistens aus mehreren Blöcken, etwa in der Reihenfolge: Inland – Ausland – Inland – Vermischtes. Mit entscheidend ist auch hier das Programmformat: Manche regional oder lokal orientierten Sender stellen die regionalen Ereignisse bewusst an die Spitze. Das Gleiche gilt für das »Vermischte« und den Sport. Sender im Boulevard-Format ziehen Meldungen aus diesen Bereichen gezielt nach vorn, andere bleiben bei der traditionellen Praxis.

Ins Netz damit: Wie im Beitrag »Radio und Internet« dargestellt, kann es sich für einen Radiosender durchaus lohnen, seine Nachrichten auch online anzubieten – wenn das Angebot konkurrenzfähig ist. Das bedeutet:

- **Regionalität.** Es hat keinen Sinn, Welt- oder Wirtschaftsnachrichten anzubieten. Die bekommen die Nutzer von spezialisierten Angeboten im Netz besser, schneller und tiefer als bei einem Radiosender. Regionale Nachrichten sind die Nische, in der sich eine Radioredaktion behaupten kann – wenn sie keine übermächtigen regionalen Online-Konkurrenten hat.
- **Verlässlichkeit.** Von einem Nachrichtenangebot erwarten die Nutzer, dass es aktuell ist. So weit, so trivial: Nachrichten also, die der Redakteur des Regionalfensters dreimal die Woche lustlos aus seinen Manuskripten zusammenschreibt, werden dieser Erwartung nicht gerecht. Wenn etwas Relevantes passiert, wollen es die Nutzer von einem Nachrichtenportal auch sofort erfahren.

- **Online-gerechte Aufarbeitung.** Es ist der Job der Online-Redakteure, die Nachrichten so zu aufzuarbeiten, dass sie die Erwartungen der Nutzer bedienen: Dass sie also
 - verständlich und fehlerfrei getextet sind,
 - Bilder bieten, möglicherweise auch Videomaterial,
 - regional sortiert sind,
 - gut auf dem Smartphone zu lesen sind,
 - zu vertiefenden Informationen verlinken – auch auf die Angebote regionaler Konkurrenten.

Wetter- und Verkehrsmeldungen kann man online viel regionaler oder lokaler zuschneiden, als das in den meisten Radio-Programmen möglich ist. Der Nutzer schätzt Wetterprognosen für seine Heimatregion und Verkehrsmeldungen für seine Strecke besonders. Webcam-Bilder von Verkehrskameras an Knotenpunkten illustrieren die Verkehrslage. Wetterdetails wie z. B. Temperaturen aus den Orten im Sendegebiet vermitteln Nähe – der Sender ist vor Ort. Unterstützen kann man das mit einem Hörerwetter: Gecastete Hörer (»Wettermelder«) können sich über eine spezielle Internet-Seite anmelden und dort ihre Beobachtungen und Messwerte eintragen.

Crossmediale Arbeitsweise. In vielen Sendern arbeiten Radio-, Online- und Social-Media-Redakteure gemeinsam in einem Newsroom – in Rufweite voneinander und miteinander. Das erleichtert es, einen gemeinsamen Wissensstand herzustellen und schnell von der Arbeit des anderen zu profitieren. Allerdings: Crossmediale Arbeit bedeutet immer einen Kompromiss zwischen möglichst effizienter Arbeit für das eigene Medium und den Bedürfnissen des anderen. Es profitieren auch nicht immer alle Redakteure davon, im Newsroom zu sitzen: Im trimedialen MDR-Landesfunkhaus Sachsen-Anhalt beispielsweise arbeiten zwar die Sendungs-Redakteure für Radio und TV mit Online- und Social-Media-Redaktion zusammen, die Sportredakteure sitzen aber in eigenen Büros.

Weiterführende Links

www.gelbe-reihe.de/radio-journalismus/online-plus/hoerbeispiele: Berufsalltag einer Nachrichtenredakteurin

Weiterführende Literatur

Dietz Schwiesau, Josef Ohler, *Nachrichten klassisch und multimedial* (Wiesbaden: Springer VS Journalistische Praxis, 2016)

Norbert Linke, *Moderne Radio-Nachrichten. Redaktion, Produktion, Präsentation* (München: Verlag Reinhard Fischer, 2007)

Klaus Schönbach/Lutz Goertz, *Radionachrichten: bunt und flüchtig* (Berlin: Vistas-Verlag, 1995)

Wolfgang Zehrt, *Hörfunk-Nachrichten* (Konstanz: UVK, 2. Auflage, 2005)

Peter Zschunke, *Agenturjournalismus, Nachrichtenschreiben im Sekundentakt* (Konstanz: UVK, 2. Auflage, 2000)