Die Vox Pop

Peter Hüllen

1. Einführung

Radioprogramme sind kein Selbstzweck, die in erster Linie zur Selbstverwirklichung von Journalisten gemacht werden. Zielpersonen sind natürlich die Hörer. Um ihrem Informationsbedürfnis nachzukommen gibt es jede Menge Nachrichten und Berichte. Zur Unterhaltung gibt es Musiksendungen, Hörspiele und vieles mehr. Immer geschrieben und präsentiert von Profis. Der Hörer selbst kommt so gut wie nie zu Wort. Es sei denn, man bedient sich im Programm der Vox Pop. Dieser Ausdruck ist die Kurzform des lateinischen Begriffs „Vox Populi“ und bedeutet „Stimme des Volkes“. Wenn diese „Stimme des Volkes“ zu hören ist, weiß der Hörer, dass auch die „normalen Leute“, wie beispielsweise er selbst, einen Platz im Radio haben. Das wiederum stärkt die Bindung des Hörers an den Sender.

2. Definition

Grundlage von “Vox Pop“ ist eine Passantenbefragung, die mit zufällig ausgewählten Personen geführt und bei der in der Regel nur eine Frage gestellt wird. Das Endprodukt ist eine Aneinanderreihung von anonymen Meinungsäußerungen im O-Ton zu einem bestimmten Thema. Diese Aussagen sogenannter „normaler Leute“ bekommt der Journalist durch Umfragen an willkürlich ausgesuchten Orten, meist auf der Straße. Das in „Vox Pop“ zusammengefasste Ergebnis ist nicht repräsentativ, sondern lediglich eine Auswahl der erhaltenen Antworten. Vox Pop macht eine Radiosendung lebendig, abwechslungsreich und glaubwürdig.
Länge 1 Minute bis 1 Minute 30 Sekunden

3. Wann und warum setzt man diese Stilform ein? Stärken und Schwächen des Formats

“Vox Pop“ steht niemals allein, sondern innerhalb eines Radioprogramms immer in Verbindung mit einem anderen Teil der Sendung, z.B. vor einem Interview, einer Studiodiskussion oder einem Bericht. Aber auch innerhalb eines Mini-Features oder als Teil eines Berichts kann Vox Pop eingesetzt werden.
Wenn Sie etwa ein Interview mit einem Politiker führen wollen, können Sie diesem Gespräch eine Vox Pop voranstellen und sich bei Ihren Fragen darauf beziehen.
Beispiel 1:
Sie haben im Stadtteil ABC eine Umfrage zum Bau der neuen Pharmafabrik gemacht und die Antworten zu einer Vox Pop verarbeitet. In Ihrer ersten Frage an den Politiker beziehen Sie sich darauf: „Herr Bürgermeister, Sie haben die Meinungen einiger Bewohner von ABC gehört. Was sagen Sie dazu?“

© DW-AKADEMIE, Fortbildungszentrum Hörfunk, 53110 Bonn, Deutschland, rtc@dw-world.de

oder
Beispiel 2:
Sie haben in Ihrer Sendung einen Bericht über die Pressekonferenz, auf der der Pharmakonzern XYZ und der Bürgermeister den Bau der neuen Fabrik bekannt geben. Damit weiß der Hörer, was die offiziellen Stellen zu diesem Projekt gesagt haben. Aber er weiß nicht, was die Bewohner des Betroffenen Stadtteils ABC darüber denken. Sind alle mit dem Bau und den Auswirkungen einverstanden? Gibt es auch ablehnende Stimmen? Oder ist es den Bewohnern egal, was geschieht? Natürlich könnten Sie mit Ihren eigenen Worten sagen, dass die Meinungen über das neue Projekt geteilt sind, dass es sowohl positive als auch negative Meinungen dazu gibt. Diese Art der Information wäre jedoch recht langweilig und ganz und gar nicht „radiophon“. Die bessere Variante: Lassen Sie die Betroffenen selbst zu Wort kommen. Und zwar in einer Vox Pop, die Sie mit einer kurzen Anmoderation an den Bericht anhängen. Nun ist der Hörer umfassend über die Ansichten aller Parteien informiert – und zwar auf sehr authentische und lebendige Weise.

Mit Vox Pop verfügen Sie über ein Instrument, die öffentliche Meinung im Radio darzustellen und Ihr Programm dynamisch zu gestalten. Da die Meinungen spontan geäußert werden, sind sie häufig emotional gefärbt – zum Beispiel durch Humor, Wut und/oder unerwartete Einsichten. Die Stimmen der „Leute von der Straße“ verleihen dem Ganzen Authenzität und Glaubwürdigkeit. Der Hörer identifiziert sich mit den Personen, die er hört. Schließlich handelt es sich bei ihnen nicht um Politiker oder Experten, die von „oben herab“ sprechen, sondern um seinesgleichen.

Stärken und Schwächen der Vox Pop:

Stärken	**Schwächen**
• Macht das Programm lebendig	• Die zu befragenden Personen sind scheu, trauen sich nicht, ins Mikrophon zu sprechen
• Spontane Äußerungen, authentisch und glaubwürdig	• Die zu befragenden Personen können sich nicht ausdrücken
• schafft enge Verbindung zum Hörer	• zeitaufwendige Produktion
• spiegelt öffentliche Meinung wider	• kann nicht allein stehen – muss immer mit einem anderen Programmteil verbunden sein
	• ist **nicht** repräsentativ

4. Wie wird’s gemacht?

4.1. Themenauswahl

Bevor Sie sich entschließen, eine Vox Pop zu machen, sollten Sie prüfen, ob sich das vorgesehene Thema dafür eignet. Das Spektrum reicht von Politik und Wirtschaft

© DW-AKADEMIE, Fortbildungszentrum Hörfunk, 53110 Bonn, Deutschland, rtc@dw-world.de

über Sport, und Religion bis zu sozialen Fragen und Alltagsproblemen. Am besten eignen sich kontroverse Themen, die die Menschen bewegen. Hier ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass Sie interessante und brauchbare Antworten bekommen. Aber auch andere Themen (z.B. Konsumverhalten, Freizeitgestaltung usw.) sind möglich. Wichtig ist: Sie müssen aktuell und von allgemeinem Interesse sein. Wenn sich nur eine Minderheit der Hörer für das Thema der Vox Pop interessiert, laufen Sie Gefahr, dass die Mehrheit abschaltet. Und Hörer, die Sie einmal verloren haben sind nur sehr schwer wieder zurückzugewinnen.

Bei unserer Vox Pop wollen wir von folgendem Beispiel ausgehen: Sie haben Ihr Thema ausgewählt: Es ist aktuell, von allgemeinem Interesse und – in diesem Fall – auch kontrovers. Es geht um den Bau der neuen Pharmafabrik im Stadtteil ABC. Bei einer Straßenumfrage wollen Sie herausfinden, was die Menschen in ABC davon halten, dass sie wegen des Baus dieser neuen Fabrik umgesiedelt werden sollen.

4.2. Formulieren der Frage

Ob Ihre Vox Pop gelingt hängt zum großen Teil davon ab, wie Sie Ihre Frage formulieren. Es ist wichtig, dass Sie **stets dieselbe,** möglichst **kurze und klare Frage** stellen und von dem einmal formulierten Wortlaut nicht abweichen. Schließlich wollen Sie bei dem Endprodukt nur Aussagen haben, die zueinander passen. Das ist aber nicht der Fall, wenn Sie die Frage immer wieder verändern.
Stellen Sie keine „geschlossene“ Frage – also keine Frage, auf die Ihr Gesprächspartner nur mit „ja“ oder „nein“ antworten kann. Das würde unweigerlich weitere Fragen notwendig machen. Spielen Sie Frage und Antwort für sich selbst oder mit Kollegen durch, bevor Sie auf die Straße gehen. Dabei werden Sie merken, ob die Frage gut formuliert ist und Sie treffende Antworten erwarten können.

Beispiel:
nicht gut:
Geschlossene Frage:
“Sind Sie damit einverstanden, dass Sie wegen des Baus der neuen Pharmafabrik den Stadtteil ABC verlassen müssen?“
Es kann sein, dass Sie zur Antwort bekommen: „Nein, natürlich bin ich damit nicht einverstanden.“ Oder: „Ja, damit habe ich keine Probleme.“ Wenn Sie Glück haben folgt dann noch eine Begründung. Aber es kann auch sein, dass sich der Angesprochene nach dem „ja“ oder „nein“ umdreht und geht. Dann haben Sie zwar auf Ihre Frage eine Antwort bekommen – aber anfangen können Sie damit nichts.

besser:
Offene Frage:
“Was sagen Sie dazu, dass Sie wegen des Baus der neuen Pharmafabrik den Stadtteil ABC verlassen müssen?“
Hier ist eine Antwort, die nur aus ja oder nein besteht nicht möglich. Vielmehr werden Sie sofort die geballte Ablehnung oder freudige Zustimmung zu hören bekommen: “Das ist ja wohl eine Unverschämtheit, was man uns da antut. Aber mit uns können sie es ja machen....“

© DW-AKADEMIE, Fortbildungszentrum Hörfunk, 53110 Bonn, Deutschland, rtc@dw-world.de

oder
“Ich kann es gar nicht abwarten. So kriege ich endlich eine neue Wohnung. Und vielleicht haben die in der neuen Fabrik ja auch Arbeit für mich!“

Achten Sie darauf, dass Sie bei der Formulierung Ihrer Frage neutral bleiben, damit Sie die Antworten nicht beeinflussen.

Beispiel:
nicht gut:
“Es macht Sie doch bestimmt auch traurig, dass Sie wegen des Baus der neuen Pharmafabrik den Stadtteil ABC verlassen müssen?“
(Geschlossene Suggestivfrage, die bereits eine Richtung für die Antwort vorgibt.

besser:
“Welche Gefühle haben Sie bei dem Gedanken, wegen des Baus der neuen Pharmafabrik den Stadtteil ABC verlassen zu müssen?“

Sie haben nun Ihre „offene Frage“ formuliert und haben Ihr Aufnahmegerät auf seine Funktionstüchtigkeit überprüft. Jetzt können Sie sich auf den Weg machen zu dem Ort, an dem Sie die Umfrage durchführen möchten.

4.3. Auswahl des Standorts

Wählen Sie für Ihre Umfrage einen Standort aus, bei dem Sie sicher sind, die gewünschten Gesprächspartner zu finden und eine Vielfalt an Meinungen zu erhalten. Für das von Ihnen gewählte Thema wäre ein idealer Ort der Markt in ABC oder ein Supermarkt. Achten Sie jedoch darauf, dass es an dem gewählten Platz nicht zu viele und zu laute Hintergrundgeräusche gibt. Solche Geräusche tragen zwar dazu bei, dass sich das Ganze authentisch und lebendig anhört, sind sie jedoch zu laut oder übertönen sie sogar die Aussagen, dann werden Ihre O-Töne unbrauchbar.
Wenn es Hintergrundgeräusche gibt, sollten sie gleich bleibend sein, damit Sie später die einzelnen Aussagen gut schneiden und zusammenfügen können, ohne dass es Sprünge in der „Atmo“ gibt. Deshalb ist zum Beispiel ein Marktplatz mit seinem gleichförmigen Gemurmel ein guter Standort für eine Vox Pop, eine befahrene Straße aber nicht. Hier würde die „Atmo“ einzelner vorbeifahrender Autos abreißen oder plötzlich einsetzen, wenn Sie die Aussagen später im Studio zusammenschneiden.

4.4. Verhalten des Journalisten gegenüber dem Interviewpartner

Sie beziehen vor dem Supermarkt Position und warten auf die Kunden, die in den Laden hineingehen oder ihn verlassen. Zuvor haben Sie Ihr Mikrofon möglichst mit einem Windschutz versehen, der das Logo Ihres Senders trägt. Die Person, die Sie befragen, soll sofort sehen, dass sie es mit dem Journalisten eines bestimmten Radiosenders zu tun hat. Versuchen Sie nicht, Ihren Interviewpartner zu „überfallen“. Das führt in den seltensten Fällen zum Erfolg. Es besteht vielmehr die Gefahr, dass

© DW-AKADEMIE, Fortbildungszentrum Hörfunk, 53110 Bonn, Deutschland, rtc@dw-world.de

er sich überrumpelt fühlt, sich sofort abschottet und keine oder nur eine für Sie unbefriedigende Antwort gibt. Gehen Sie auf die zu interviewende Person zu, sprechen Sie sie freundlich und höflich an, stellen Sie sich kurz vor und erklären Sie, worum es sich handelt. Versichern Sie ihr, dass die Antwort anonym bleibt, der Name also nicht genannt wird. Akzeptieren Sie, wenn Leute nicht mit Ihnen reden wollen. Passanten haben manchmal keine Zeit, sind nicht interessiert oder zu nervös und möchten deshalb keine Fragen beantworten.

4.5. Praktische Tipps

Sammeln Sie 2-3 mal so viele O-Töne, wie Sie für Ihre Vox Pop brauchen. Beim Abhören werden Sie feststellen, dass manche Antworten sich wiederholen, undeutlich oder langweilige sind, oder aber die technische Qualität mangelhaft ist.

Notieren Sie sich bereits vor Ort, welche Antworten für die Vox Pop infrage kommen könnten. Sie erleichtern sich damit die spätere Schneidearbeit und sparen Zeit.

4.6. Schneiden und Zusammenstellen der Vox Pop

Wenn Sie genügend Antworten gesammelt haben beginnt, die eigentliche, zeitintensive Arbeit. Hören Sie die O-Töne ab und wählen Sie diejenigen aus, die Sie für die Vox Pop benutzen möchten. Dann legen Sie die Reihenfolge fest. Damit sich das Endprodukt möglichst lebendig anhört sollten Sie auf eine gute Mischung der Stimmen achten: männlich, weiblich, jung, alt, positive Antworten, negative Antworten.

Schneiden Sie Ihre Frage heraus. Die Vox Pop wird stets vom Moderator der Sendung mit der entsprechenden Frage angesagt. Danach folgen nur die aneinandergereihten Antworten, ohne Zwischentext und ohne Musik.
Beispiel:
Moderator: „Unsere Reporterin D.E. war vor einem Supermarkt in ABC. Dort hat sie Kunden gefragt, welche Gefühle sie beim dem Gedanken haben, dass sie wegen des Baus der neuen Pharmafabrik den Stadtteil verlassen müssen?“
Es folgt:
Vox-Pop:
“Ich bin außer mir! Wirklich außer mir. Ich kann gar nicht sagen, wie zornig ich bin“ – „Ich bin froh, dass ich endlich aus diesem runtergekommenen Viertel herauskomme!“ – „Die das zu verantworten haben sind doch alles Verbrecher!“ – „Wenn das bedeutet, dass ich einen Arbeitsplatz bekommen ist mir das egal!“ usw.

Beginnen Sie die Vox Pop mit einem „starken O-Ton“. Eine markante und überzeugender erste Antwort lässt den Hörer aufhorchen und weckt sein Interesse. Er möchte mehr darüber erfahren, was die Menschen in ABC denken.

Variieren Sie die Länge der verschiedenen O-Töne. Eine Antwort sollte nicht länger als 20 Sekunden sein, auch wenn sie noch so interessant sein mag. Die Gesamtlänge der Vox Pop sollte 1 Minute 30 Sekunden nicht überschreiten. Ist Ihre

© DW-AKADEMIE, Fortbildungszentrum Hörfunk, 53110 Bonn, Deutschland, rtc@dw-world.de

Vox Pop zu umfangreich, kommt irgendwann Langeweile auf und der Hörer verliert das Interesse.

Zusammenstellung Vox Pop
Gesamtlänge: 1Minute 30 Sekunden

männlich jung	weiblich alt	männlich jung	weiblich jung	männlich dunkle Stimme	weiblich helle Stimme
negativ 20 Sek.	positiv 12 Sek.	negativ 8 Sek.	positiv 20 Sek.	positiv 12 Sek.	negativ 18 Sek.

Beenden Sie die Vox Pop ebenfalls mit einem „starken O-Ton“. Auf diese Weise ziehen Sie einen Spannungsbogen vom Anfang bis zum Ende und setzen einen markanten Schlusspunkt. Der Hörer hat dann das Gefühl, dass es sich gelohnt hat, zuzuhören. Lassen hingegen die Vox Pop seicht „austrudeln“ entsteht der Eindruck, dass eigentlich die Hälfte genug gewesen wäre.

5. Vorsicht – Stolperfallen – „Was tun wenn...“

Antwort zu kurz
Sie haben das Gefühl, Ihr Gegenüber hat etwas Wichtiges zu sagen, traut sich aber nicht so richtig. Versuchen Sie nachzuhaken, aber verändern Sie den Sinn Ihrer Eingangsfrage nicht.
Beispiel:
Frage:
“Welche Gefühle haben Sie bei dem Gedanken, wegen des Baus der neuen Pharmafabrik den Stadtteil ABC verlassen zu müssen?“
Antwort:
“Ich weiß es nicht.“
Zusatzfrage:
“Aber Sie haben doch bestimmt darüber nachgedacht?“
Antwort:
“Natürlich habe ich das, aber was soll ich sagen? **Das ganze macht mir natürlich Angst, weil ich nicht weiß, wie es weitergehen wird.**

Schneiden Sie den ersten Teil der Antwort ab und das Ziel ist erreicht: Trotz anfänglichem Zögern haben Sie einen aussagekräftigen O-Ton.

Antwort zu lang
Ihr Gegenüber ist sehr auskunftswillig und in seinem Redefluss nicht zu stoppen. Lassen Sie ihn eine Weile ausreden und brechen Sie erst ab, wenn Sie den Eindruck haben, aus der langen Antwort ein Teilstück verwenden zu können. Achten Sie beim Schneiden darauf, dass die Stimme am Ende des O-Tons nicht „oben“ ist, sondern wie ein Satzende klingt. Anderenfalls haben Sie einen Bruch, der den Fluss

© DW-AKADEMIE, Fortbildungszentrum Hörfunk, 53110 Bonn, Deutschland, rtc@dw-world.de

der Vox Pop empfindlich stört.
Frage:
“Welche Gefühle haben Sie bei dem Gedanken, wegen des Baus der neuen Pharmafabrik den Stadtteil ABC verlassen zu müssen?“
Antwort: „Also ich will Ihnen mal das eine sagen: So geht das einfach nicht. Das muss man sich mal vorstellen! Wo kommen wir denn da hin! **Ich bin empört und werde die Sache nicht auf sich beruhen lassen. Schließlich gibt es ja auch noch Gerichte und an die werde ich mich wenden.** Ich habe in der Zeitung gelesen, das da noch was zu machen ist. Da soll es eine Familie geben, der sollte es genauso gehen mir jetzt, und die haben vor Gericht .....“

Versuchen etwa an dieser Stelle, die Antwort behutsam abzubrechen. Später lassen Sie Anfang und Ende des O-Tons weg. Der Mittelteil stellt eine brauchbare Aussage dar und kann für die Vox-Pop verwendet werden.

Spontane Antworten

Vox Pop lebt davon, dass die Antworten lebendig und **spontan** sind. Sagen Sie Ihrem Gegenüber deshalb vor der Aufnahme nur kurz, um welches Thema es sich handelt und stellen Sie dann Ihre Frage. Diskutieren Sie nicht. Sonst könnte der zu Interviewende später, wenn das Mikrophon eingeschaltet ist, den Eindruck haben, schon einiges gesagt zu haben. Seine Antwort könnte dann unvollständig oder wenig spontan sein, vielleicht sogar gestelzt und langweilig klingen.

Mehrere Antworten gleichzeitig

Es kommt immer wieder vor, dass sich bei einer Straßenbefragung interessierte Passanten um Sie versammeln und plötzlich alle durcheinander reden. Wenn es Ihnen nicht geling, mit freundlichen Worten für Ruhe zu sorgen, brechen Sie die Befragung ab. Für die Vox Pop brauchen Sie deutliche Antworten und kein Stimmengewirr.

“Säubern“ der Antworten

Säubern Sie beim Schneiden die Antworten von zu langen Pausen, falls sie den Fluss des O-Tons behindern. Auch zu viele sogenannte „Verlegenheitslaute“ wie „äh“ oder „hm“ können manchmal störend sein. Ist das der Fall, sollten sie geschnitten werden. Achten Sie bei der Aufnahme der Antworten unbedingt auf den Lautstärkepegel an Ihrem Gerät. Zu große Unterschiede bei der Lautstärke wirken sich negativ auf das Gesamtprodukt aus. Notfalls müssen Sie nach der Endmontage die Vox Pop kopieren und neu aussteuern, damit sie einen gleichmäßigen Pegel erhalten.

Hintergrundgeräusche

Vox Pop sollte möglichst an einem einzigen Ort aufgenommen werden. Ist dennoch

© DW-AKADEMIE, Fortbildungszentrum Hörfunk, 53110 Bonn, Deutschland, rtc@dw-world.de

ein Ortswechsel notwendig, achten Sie darauf, dass sich eventuelle Hintergrundgeräusche nicht zu sehr unterscheiden. Die Vox Pop soll ein harmonisches Ganzes darstellen. Unterschiedliche oder zu laute Hintergrundgeräusche stören den Fluss des Beitrags.

Zeit- und Arbeitsaufwand

Vox Pop ist ein zeitintensives Format. Sie müssen zum Aufnahmeort kommen, eine größere Zahl Antworten auf Ihre Frage einholen, zurück ins Studio gelangen und dort dann die besten Antworten auswählen, sortieren und schneiden. Besonders wenn Sie analog aufnehmen und schneiden dauert die Nachbearbeitung im Studio lange. Das Schneiden mit digitaler Technik ist wesentlich schneller und einfacher.

Gefahr von Manipulation

Es ist leicht, eine Vox Pop zu manipulieren. Wenn Sie selbst eine feste Meinung zu einem Thema haben ist es möglich – bewusst oder unbewusst – durch eine entsprechende Fragestellung oder den späteren Schnitt der Antworten der Vox Pop eine bestimmte Richtung zu geben. Achten Sie also darauf, dass Sie Ihre Neutralität bewahren.

© DW-AKADEMIE, Fortbildungszentrum Hörfunk, 53110 Bonn, Deutschland, rtc@dw-world.de