Der Bericht mit O-Tönen

Thorsten Karg

1. Einführung

Um die Hörer zu informieren, stehen dem Journalisten verschiedene Stilformen zur Verfügung. Hierzu gehören zum Beispiel die Nachricht, das Interview oder der Bericht.

Im Bericht darf der Journalist seine eigene Meinung oder seine Interpretation nicht durchscheinen lassen – hier gilt also das gleiche wie bei der Nachricht: der Journalist muss objektiv bleiben. Seine Sprache muss präzise und leicht verständlich sein und er darf auch in der Wortwahl nicht wertend sein. Mit dem Bericht soll der Journalist sachlich informieren, damit sich der Hörer anhand der vorgetragenen Argumente und Sichtweisen selbst eine Meinung bilden kann.

Es gibt – grob gesagt – zwei Arten von journalistischen Berichten: ohne O-Töne und mit O-Tönen. Im ersten Fall erläutert der Journalist dem Hörer ein Ereignis oder einen Sachverhalt und die verschiedenen Positionen dazu. Er zitiert und referiert die Argumente der relevanten Parteien in indirekter Rede.

Im Gegensatz dazu kommen im Bericht mit O-Tönen die Betroffenen selbst zur Sprache. In kurzen Einblendungen erläutern sie ihre Argumente oder ihre Meinung: unverfälscht, authentisch und in ihren eigenen Worten. Und da diese journalistische Stilform für den Hörer so attraktiv ist, soll sie im Folgenden näher betrachtet werden.

2. Definition

Der Bericht mit O-Tönen ist ein objektiv informierender journalistischer Bericht, in dem die unterschiedlichen Argumente zum Thema bzw. die Äußerungen der relevanten Beteiligten als O-Töne eingespielt werden. Gesamtlänge des Berichts mit O-Tönen: zwischen zwei und fünf Minuten.

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

Wir setzen Berichte und Berichte mit O-Tönen dann ein, wenn wir ein Thema etwas ausführlicher behandeln wollen, als uns dies z.B. in einer Nachricht möglich ist. Mit einem Bericht mit O-Tönen können wir zum Beispiel dem Hörer einen Sachverhalt verständlich machen, der komplex ist und zu dem es verschiedene Meinungen gibt. Diese verschiedenen Parteien und Positionen könnten dann in den O-Tönen zu Wort kommen.

Ein Bericht mit O-Tönen ist für die Hörer abwechslungsreicher und authentischer als ein einfacher Bericht, in dem nur die Stimme des Journalisten zu hören ist.

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

Jedes mal, wenn im Bericht mit O-Tönen eine neue Stimme auftaucht, horchen die Hörer auf und sind wieder aufmerksam bei der Sache. Im Gegensatz dazu kann ein längerer Bericht, der nur vom Journalisten gesprochen wird, leicht monoton und langweilig wirken. Wenn sie über längere Zeit immer die selbe Stimme hören, verlieren die Hörer bald das Interesse am Thema.

Außerdem verleihen O-Töne dem, was der Journalist berichtet, Glaubwürdigkeit. Die Hauptbeteiligten selbst liefern dem Hörer die wichtigsten Argumente oder Meinungen. Damit weiß der Hörer, dass nichts falsch zitiert oder fehlinterpretiert wurde.

Häufig sind zudem die Stimmen der Beteiligten bekannt (z.B. Politiker oder Prominente). Durch charakteristische Stimmen, aber auch durch Dialekte oder bestimmte sprachliche Eigenheiten der Gesprächspartner wird ein solcher Bericht für den Hörer authentischer. Auch Emotionen der Interviewpartner (z.B. von Augenzeugen oder Zeitzeugen) können Sie dem Hörer am besten durch einen O-Ton vermitteln.

Schließlich können noch leise Nebengeräusche, die während der Aufnahme des O-Tons mit aufs Band gekommen sind, einen Beitrag mit O-Ton authentischer machen, als einen einfachen Bericht. Solche Nebengeräusche gibt es zum Beispiel, wenn O-Töne während einer Demonstration aufgenommen werden, im Parlament, an einem rauschenden Wasser oder in einem Raum mit einer besonderen Akustik. Immer wird dem Hörer vermittelt, dass der Journalist am Ort des Geschehens war. Und das macht den gesamten journalistischen Bericht reizvoller und glaubwürdiger als einen „trockenen“ Bericht.

Natürlich hat ein Bericht mit O-Tönen auch **Nachteile** gegenüber einem einfachen Bericht, einem Interview oder einer Nachricht. Der wichtigste: ein Bericht mit O-Tönen ist zeitaufwändig. Der Journalist muss nicht nur das Thema recherchieren, er muss auch die wichtigsten handelnden Parteien identifizieren, kontaktieren und Interviews mit ihnen machen oder Statements von ihnen einholen.

Aus diesem Rohmaterial muss er dann die besten O-Töne auswählen und schneiden. Danach muss er seinen journalistischen Text um die ausgewählten O-Töne herumschreiben und schließlich seinen gesprochenen Text und die O-Töne im Studio zu einem harmonischen Ganzen zusammenfügen. Insgesamt ergibt sich erheblich mehr Zeit- und Produktionsaufwand – aber auch erhöhte technische Anforderungen. Ohne ein funktionierendes mobiles Aufnahmegerät (tragbares Tonbandgerät, Cassettenrecorder, Mini-Disc oder ähnliches) und ein Produktionsstudio oder einen Computer ist es nicht möglich, Berichte mit O-Tönen zu produzieren.

Außerdem sollten Sie nicht vergessen, dass nicht jeder O-Ton automatisch ein guter O-Ton ist (siehe hierzu auch das Kapitel: „Einsatz von O-Tönen“). Wenn ein Interviewpartner nicht in der Lage ist, seine Argumente flüssig und allgemeinverständlich vorzubringen, ist es besser, auf einen O-Ton zu verzichten

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

und stattdessen das Gesagte zusammenzufassen.

Auch wenn ein Interviewpartner aufgrund seiner Sprechweise schwer zu verstehen ist (z.B. Dialekt oder Sprachfehler), wenn die technische Qualität des O-Tons nicht gut ist, sollten Sie diese O-Töne nicht einsetzen (z.B. schlechtes Aufnahmegerät, rauschende Telefonleitung, oder laute Nebengeräusche).

Ein weiterer Nachteil von O-Tönen kann sein, dass sie vom Informationskern Ihres Beitrages ablenken: einen einfachen Bericht können Sie nach eigenen Vorstellungen logisch aufbauen. Sie bestimmen die Reihenfolge und die Formulierung der Argumente, die Sie dem Hörer präsentieren. In einem Bericht mit O-Tönen hingegen sind Sie abhängig vom vorliegenden O-Tonmaterial.

Vor- und Nachteile eines Berichts mit O-Tönen

Vorteile	**Nachteile**
• Lebhaft (Stimmenwechsel)	• Zeitintensiv und technisch aufwändig (Recherche, Kontaktieren von Gesprächspartnern, Interviews führen, Schnitt, Produktion)
• Glaubwürdig (die Beteiligten bringen selbst ihre Argumente vor)	• Nicht jeder Beteiligte ist ein guter O-Ton-Geber
• Authentisch (Emotionen, starke Meinungsäußerungen, Dialekte, Hintergrundgeräusche)	• O-Töne können vom Informationskern ablenken

4. Wie wird's gemacht?

Um einen Bericht mit O-Tönen zu erstellen, müssen Sie viele Arbeitsschritte machen.

1. **Themenrecherche**

Um was geht es? Wer ist von diesem Thema betroffen? Wie hat sich das Thema in der Vergangenheit entwickelt, was zeichnet sich für die Zukunft ab? Was sind die wichtigsten Streitpunkte?

2. **Relevante und geeignete Interviewpartner identifizieren**

Wer sind die relevanten Parteien bei diesem Thema? Welche Meinungen vertreten sie? Wer von ihnen ist zu einem Interview bereit und erreichbar? Wer kann das Thema gut auf den Punkt bringen? Wenn die Hauptakteure nicht für Interviews zu Verfügung stehen: wer kann stattdessen zu diesem Thema etwas sagen?

3. **Interviewpartner kontaktieren, Interviewtermine und –orte vereinbaren**

Oft gelingt es nicht auf Anhieb, Statements von allen relevanten Parteien zu

bekommen. Manche Interviewpartner haben keine Zeit oder keine Lust mit Journalisten zu sprechen. Zu anderen müssen Sie erst hinfahren. Das kostet Zeit und Geld – kalkulieren Sie das schon von Anfang an in Ihre Planung ein.

Informieren Sie Ihre Interviewpartner darüber, dass Sie nur einzelne Ausschnitte (Statements) des Interviews in Ihrem Bericht verwenden werden. Ihre Gesprächspartner müssen wissen, dass nicht das komplette Interview gesendet wird.

4. Interviews führen

Führen Sie nur kurze Interviews. Zwei bis drei gute Fragen sollten genügen um geeignete O-Töne zu bekommen. Je mehr Rohmaterial Sie zurück ins Studio bringen, desto mehr müssen Sie abhören und prüfen und desto mehr Zeit verlieren Sie.

Behalten Sie schon während des Interviews im Gedächtnis, dass Sie für den Bericht mit O-Tönen kurze, prägnante Statements brauchen. Wenn Ihr Interviewpartner seine Gedanken zu langatmig und kompliziert entwickelt, bitten Sie ihn, das Gesagte nochmals kürzer, knapper oder allgemeinverständlicher zu wiederholen.

Sie können auch O-Töne bei einer Pressekonferenz aufnehmen, bei einer Rede oder bei einem anderen öffentlichen Auftritt. Vorsicht bei O-Tönen, die Sie aus Sendungen anderer Radio- oder Fernsehsender mitschneiden! Hier können Sie in Konflikt mit dem Urheberrecht geraten!

5. Interviews abhören

Notieren Sie sich beim Abhören, an welchen Stellen die Interviewpartner etwas sagen, das als O-Ton verwendbar ist. Notieren Sie sich den Wortlaut – besonders die ersten und letzten Worte des Statements – damit Sie den O-Ton gut antexten können und damit sich ihr nachfolgender Text gut an den O-Ton anschließt (siehe hierzu auch das Kapitel „Einsatz von O-Tönen“).

6. O-Töne überspielen und schneiden

Wenn Sie analog produzieren, müssen Sie Ihre O-Töne auf Band überspielen, damit Sie sie sauber schneiden können. Wenn Sie digital produzieren, müssen Sie die O-Töne auf den Schnittcomputer übertragen, um sie digital bearbeiten zu können. Überspielen Sie nicht die kompletten Interviews, sondern nur die O-Töne, die Sie in Ihrem Beitrag auch verwenden wollen. Das spart Zeit.

Unter Umständen kann es sinnvoll sein, die O-Töne erst zu überspielen und zu schneiden, nachdem Sie Ihren eigenen Text geschrieben und aufgenommen haben. Dies hängt von Ihren individuellen Vorlieben ab und von der technischen Ausstattung Ihres Senders (Studiodisposition; selbständiger Schnitt am PC oder analoger Schnitt an der Bandmaschine mit oder ohne Tontechniker).

7. Text schreiben

Schreiben Sie Ihren journalistische Text um die O-Töne herum. Ihre Verbindungstexte sollen die notwendigen Fakten liefern und Brücken zwischen den O-Tönen bauen. Achten Sie darauf, alle Sprechenden mit ihrem Namen, ihrer Funktion und ggf. mit ihrem Titel zu identifizieren, damit der Hörer weiß, wer spricht.

8. Sprachaufnahme

Nehmen Sie im Studio Ihren journalistischen Text auf. Lassen Sie kurze Pausen an den Stellen, an denen die O-Töne eingefügt werden sollen.

9. Schnitt / Endproduktion

Fügen Sie in das Band oder den Soundfile mit Ihren journalistischen Texten die O-Töne ein. Der Bericht mit O-Tönen ist fertig. Hören Sie ihn zur Sicherheit noch einmal komplett ab, um sich zu vergewissern, dass alle Übergänge stimmen und dass der Beitrag in sich logisch und verständlich ist.

Im Gegensatz zu dieser aufwändigen Produktion ist das Erstellen eines Beitrags *ohne* O-Töne vergleichsweise schnell und einfach:

1. Themenrecherche
2. Text schreiben
3. Bericht aufnehmen oder live sprechen

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

- **O-Töne nur von einer Seite**

  Häufig gelingt es einem Journalisten nicht, von allen relevanten Beteiligten O-Töne zu bekommen.

  Beispiel: Bei dem Beitrag über die geplante neue Fabrik haben Sie einen O-Ton von einem Gegner des Projekts bekommen (z.B. von einem Anwohner, der jetzt sein Haus verlassen muss), aber keinen von einem Befürworter (z.B. von einem Vertreter des internationalen Konzerns, der die Fabrik bauen will).

  In solchen Fällen müssen Sie selbst in ihrem Text die Argumente der Seite zusammenfassen, die nicht im O-Ton auftritt. Denn selbst wenn Sie nicht von allen wichtigen Betroffenen O-Töne bekommen konnten, müssen Sie dem Hörer alle relevanten Sichtweisen zum Thema präsentieren. Ihre Berichterstattung muss neutral und objektiv bleiben.
  Falls sich eine Seite weigert, mit Ihnen zu sprechen, können Sie das in Ihrem Bericht auch erwähnen. Der Hörer kann sich dann „seinen Reim darauf machen".

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

- **O-Töne sind zu lang**

Ein weiteres Problem bei O-Tönen kann ihre Länge sein. Im Kapitel „Einsatz von O-Tönen“ haben wir festgestellt, dass ein **O-Ton nicht länger als 15 – 30 Sekunden** sein sollte. Oft sind die O-Töne die wir benutzen wollen aber länger. Wenn ein Gesprächspartner im Interview z.B. 60 Sekunden braucht, um seine Argumente vorzubringen, können Sie sich dadurch behelfen, dass Sie den ersten Teil des O-Tons benutzen (z.B. die ersten 20 Sekunden), dann einen oder zwei Sätze des Gesprächspartners in indirekter Rede wiedergeben, und dann den Schluss des O-Tons dranschneiden.

Beispiel:

Kontinuierlicher O-Ton (für den Hörer zu lang)	**Unterbrochener O-Ton (gleiche Aussage, aber für den Hörer abwechslungsreicher)**
Anwohner X: „Ich wohne schon mein ganzes Leben in diesem Viertel und bin hier zu Hause. Jeder Stein in diesen Straßen hält eine Erinnerung für mich. Ich gehöre hier hin. Hier weiß ich wo ich einkaufen kann, wo ich mich abends mit meinen Freunden treffen kann und wo der nächste Arzt ist. Auch meine Großeltern waren schon in diesem Viertel zu Hause. Meine Eltern wohnen im Nachbarhaus und alle meine Verwandten leben hier in der unmittelbaren Nähe. Wenn wir jetzt in Hochhäuser am Stadtrand umgesiedelt werden sollen, wird all das auseinandergerissen. Außerdem sind meine Eltern viel zu alt, um sich jetzt noch an eine neue Umgebung zu gewöhnen. Wenn man sie aus ihrem alten Häuschen rauswerfen würde, würden sie sicher aus Kummer sterben.“	**Anwohner X:** „Ich wohne schon mein ganzes Leben in diesem Viertel und bin hier zu Hause. Jeder Stein in diesen Straßen hält eine Erinnerung für mich. Ich gehöre hier hin. Hier weiß ich wo ich einkaufen kann, wo ich mich abends mit meinen Freunden treffen kann und wo der nächste Arzt ist.“ **Journalist:** „Herr X sagt, dass auch seine Großeltern schon in diesem Viertel zu Hause waren. Seine Eltern wohnen im Nachbarhaus und alle seine Verwandten leben in der unmittelbaren Nähe.“ **Anwohner X:** „Wenn wir jetzt in Hochhäuser am Stadtrand umgesiedelt werden sollen, wird all das auseinandergerissen. Außerdem sind meine Eltern viel zu alt, um sich jetzt noch an eine neue Umgebung zu gewöhnen. Wenn man sie aus ihrem alten Häuschen rauswerfen würde, würden sie sicher aus Kummer sterben.“

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