

„**In Dir muss brennen, was Du erzählen willst**“ dann klingt es gut und überzeugend.

Lange, verschachtelte Sätze, unverständliche Texte, erzählen, was man sowieso sieht, Bild- und Textaussagen, die nicht übereinstimmen, ständige Wortwiederholungen, unnatürliche Sprechweise.

Papierkorbsätze wie z. B. Hier sehen Sie > Wir machen jetzt > Ich würde sagen > Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit > Das war's > Darf ich mir erlauben > Wenn Sie gestatten > Darf ich dazu bemerken > Wenn Sie wollen > Wenn Sie mich fragen > Hm > Äh > Also > Sozusagen > An und für sich > Im nächsten Bild sehen Sie >.

Das sind nur wenige Beispiele für mangelnde Textgestaltung, die uns in Tonbildschauen immer wieder begeben.

Einführung in die Textgestaltung

Viele Gestalter von Schauen sind in der Regel engagierte Fotografen – aber selten auch gute Texter. So ist es nur verständlich, dass dem Bild oberste Priorität gegeben wird. Der Text hat es nicht immer leicht sich dagegen zu behaupten. Ganz besonders in Zeiten von rasanten Bildwechseln und dynamischen Bildeffekten mit eingefügten Videos.

Darum ist es eine besondere Herausforderung, sich mit der kreativen Textgestaltung zu befassen. Die Verständlichkeit des Textes muss dabei vorrangiges Ziel sein. Produzenten von Tonbildschauen müssen deshalb folgende Punkte beachten, um Texte fürs Hören zu formulieren:

Verständlichkeit

Eine Schau kann über ein exotisches Land berichten, bildlich perfekt umgesetzt und hervorragend recherchiert sein. Wird der Inhalt nicht verständlich dargestellt, nutzt alles nichts. Die Reportage wird die Zuschauer nicht hinreichend erreichen.

Bilder und Text müssen einander gut ergänzen

Der Text sollte das Verstehen der Bilder lenken. Dafür müssen sich Bild und Text möglichst gut ergänzen. Die Bilder „zeigen“, der Text „sagt“, und beide sollen Hand in Hand gehen. Leider ist in der Praxis häufig festzustellen, dass Bilder oftmals einfach nicht zum Text passen. Die Gründe liegen sicher nicht darin, dass die Textgestaltung bewusst oberflächlich gestaltet wird. Mangelnde Zeit ist oftmals auch ein Grund. Auch kommen fehlendes Wissen über die Textgestaltung, unzureichende Sorgfalt und manchmal handwerkliche Unzulänglichkeiten hinzu.

Um das Letztere zu umgehen, versuchen sich viele sogar darin, ganz auf den Text zu verzichten, mit dem Hinweis: „**Meine Bilder sprechen für sich**“. Oder sie setzen Texte in die Bilder.

Dabei gibt es einige erfolgreiche Regeln für die Textgestaltung, mit denen wir uns etwas näher befassen sollten. Manche dieser Regeln sind längst bekannt, andere vielleicht weniger oder werden unbewusst vernachlässigt. Fakt ist, der Text muss mit den Bildern mitschwingen, in einen Dialog mit ihnen treten und darf sich nicht als Fremdkörper über die Bilder legen.

Bilder verstehen

Bilder sprechen die emotionalen Bedürfnisse des Zuschauers stärker an als der reine Text. Um dieses emotionale Bedürfnis zu befriedigen, bauen erfolgreiche Referenten immer wieder beschaulich-emotionale Passagen ein, die ausschließlich aus Bild und Musik bestehen.

Der Autor muss sich dieser Wirkung bewusst sein, denn häufig widersprechen sich „reizvolle“ Bilder und die Erläuterung von Informationen. Ein Übergewicht des Bildes ist daher über weite Strecken nur dann sinnvoll, wenn die Gefühle des Zuschauers angesprochen werden sollen. Jedes attraktive Bild entzieht letztendlich dem Text die Aufmerksamkeit, so dass das Verstehen erschwert wird. Die Folge kann eine Überforderung der Aufmerksamkeit sein. Je stärker die Bildreize sind, desto stärker wird die Aufnahmefähigkeit des Zuschauers gefordert. Bewegungsanreize können vermeintlich die Bildaussage attraktiver machen, inhaltlich können sie aber durchaus stören. Der

Zuschauer kann den Einordnungen oder Hintergründen dann nur noch unsicher folgen – das ist bei falschem oder übertriebenem Einsatz von digitalen Effekten oft der Fall. Das soll nicht heißen, dass wir auf dynamische Bildeffekte (wie z. B. Videos) verzichten sollten, ganz im Gegenteil. Bildeffekte sind dann angebracht, wenn sie dem Verständnis eines Reiseberichtes dienen, also die Aussage unterstützen. Aber Effekte um des Effektes willen haben in einer guten Schau nichts verloren. Im Extremfall folgt der Zuschauer dann nur noch den Reizen – mehr oder weniger unterbewusst.

Dagegen hat der Zuschauer bei langen Kameraeinstellungen und ruhigen Bildern die Möglichkeit, sich besser auf den Text zu konzentrieren. Untersuchungen haben belegt, dass sich Zuschauer bei langen Einstellungen besser an Inhalte erinnern als bei kurzen. Allerdings wäre auch hier der Umkehrschluss – künftig nur noch lange Einstellungen (Standzeiten) zu verwenden – falsch. Ein Reisebericht ohne Berücksichtigung des Augenreizes ist nicht tauglich und wenig attraktiv – Langeweile wird vom Publikum nicht verziehen. Und wie so oft liegt die Wahrheit wieder einmal in der Mitte! Deshalb sollten statische Bilder nicht zu lange stehen. Steht ein Bild länger als 10 Sekunden, wird die Aufmerksamkeit stark nachlassen.

Gesprochenen Text verstehen

Texte für das Hören leiden vor allem an zu hoher Informationsdichte. Häufig sind Textpassagen zu komprimiert. Man will in relativ kurzer Zeit zu viel Text rüberbringen. Dabei ist die Menge verstehbarer Information durch das Hören begrenzt.

Der Text sollte bildhaft sein, denn auch das Ohr kommt nur schwer ohne Anschaulichkeit aus. Zahlen oder Jahreszahlen oder abstrakte Begriffe werden nur schwer verstanden. Was keine Bilder im Kopf erzeugt, wird häufig überhört.

Einfache und kurze Sätze bilden

Komplexe Inhalte sind immer problematisch für das Verstehen. Machen Sie es daher Ihrem Publikum einfach und bilden Sie möglichst einfache Sätze.

Lange, verschachtelte Sätze erschweren die Verständlichkeit. Darum sollten die Sätze entsprechend kurz sein, damit sie gut verstanden werden. Lange Sätze erhöhen zudem das Sprechtempo. Im Journalismus gibt es Richtlinien, aus wie vielen Wörtern ein Satz bestehen sollte. Statt eines langen Satzes sind zwei kurze besser zu verstehen. Aber vermeiden Sie auch zu kurze, abgehackte Sätze. Der Text sollte immer fließen.

In einem Beitrag des AV Dialog wurde die Anzahl der Worte wie folgt ermittelt:

Anzahl der Worte in einem Satz		
4	Worte	in der Bildzeitung haben 7 Prozent der Sätze nur 4 Wörter oder weniger
9	Worte	Obergrenze der optimalen Verständlichkeit lt. Deutsche Presse-Agentur
7-14	Worte	Obergrenze für gesprochene Texte
10-15	Worte	Empfohlene durchschnittliche Länge nach der Duden-Stilfibel
17	Worte	Durchschnitt in den Buddenbrooks (Thomas Mann)
20	Worte	Obergrenze des Erwünschten bei der Deutschen Presse-Agentur
31	Worte	Durchschnitt bei Dr. Faustus (Thomas Mann)

„Sie- Form“ statt „Ich –Form“ verwenden

Ich bin der Meinung > *Sind Sie nicht auch der Meinung*

Ich habe die Erfahrung gemacht > *Sie haben sicher auch schon die Erfahrung gemacht*

Ich hatte Ihnen im ersten Teil gezeigt > *Sie erinnern sich sicher an.....*

Ich behaupte, dass dieser Ausblick nicht auch viel... > *Finden Sie diesen Ausblick nicht auch viel...*


Ich stelle immer wieder fest....> *Haben Sie nicht auch schon festgestellt, dass....*

Persönlicher und in der Gegenwart schreiben - als wenn es gerade geschieht

Und in Dir muss brennen was Du schreiben willst.

Der Zuschauer erlebt es gerade jetzt – ganz aktuell – er ist direkt dabei

Das Reden

Möglichst früh morgens den Text aufsprechen, da die Stimme dann tiefer ist und besser klingt.
Deutlich und klar sprechen (Resonanzboden durch Summen verstärken – üben)
Bewusste kurze Pausen einlegen – und damit Spannung erzeugen
Nicht monoton od. pathetisch sondern dynamisch sprechen (in Dir muss brennen was Du sprichst)
Persönliche Erlebnisse einfügen – sorgt für Abwechslung
Keine Schilder oder Schriften vom Bild ablesen (der Zuschauer kann auch lesen)
Knistern von Papier vermeiden
Fenster schließen
Seitlich auf das Mikrofon aufsprechen
PlopfILTER am Mikrofon befestigen (PlopfILTER siehe Tipp 287) 
Betonung von Silben durch Unterstreichen im Text
Wechselgespräch farblich kennzeichnen
Hinweis auf das Ende entweder im Text erwähnen oder mit Anhebung einer entsprechenden Musik.
Den Text vorher mehrfach durchlesen.
Dabei kann man Füllwörter eines Satzes schneller sprechen, bei wichtigen Satzteilen aber langsamer und betonter sprechen.
Achten Sie einmal auf einen Rundfunksprecher, wie schnell er spricht und wichtige Teile aber besonders hervorhebt.
Wer dies nicht kann, sollte einen Profisprecher mit dem Text beauftragen. Z. B. Rainer Böhm
Nähere Informationen siehe: <http://www.rainer-boehm.com>

Beispiele für gute Formulierungen

- **Kaum zu glauben, aber** es gibt sie immer noch: die Bagninos, die italienischen Bademeister der Adria.
- **Es lohnt sich**, die Badehose auch mal stecken zu lassen und auf Entdeckungstour zu gehen. Etwa Richtung Norden, zur Blauen Lagune
- **Wer Glück hat**, entdeckt
- **Dort, wo das Leben tobt**, am Strand, in den Restaurants, den Wasserparks und Discos.
- **Romantiker zieht's** in den Hafen des ehemaligen Fischerdorfes.
- **Uns ist klar**, wir kommen wieder!
- **Sehr lange mussten wir nicht suchen**, ...
- **In diesem Paradies bauten die Mayas 2000 vor Christus ihr Reich.**
- **Spüren wir den Charme** nach
- **Entdecken wir Rügen mit dem rasenden Roland.**
- **Ausgangspunkt für unsere Entdeckungen ist...**
- **Zuerst geht es nach...**
- **Meine** improvisierte Fotosession ist eine willkommene Abwechslung
- **Was für eine** Farbenpracht und Fülle.
- Auf dampfenden Straßen **fahren wir** nach dem Regen zum Surya Samudra, einem der schönsten und luxuriösesten Resorts in Südindien.
-**wähnt man sich** in einer Art Paradies
- Es beginnt zu nieseln, **spontan beschließen wir**....
- **Eines der schönsten Beispiele** für die keralische Architektur.
- Die Backwaters **verlassen wir nur ungern**, aber wenn
- **Eröffnet sich uns** eine Welt aus, Mythen und Legenden.

Quellenverzeichnis

Die Diaschau von Gertrud Frohnweiler, 1998 bei fotoforum-Verlag Martin Breutmann
Eine Diaschau entsteht von Karsten Mosebach, Naturfoto 8/2000
Texten für TV von Martin Ordloff und Stefan Wachtel, TR-Verlagsunion, 1997
Die Technik des Drehbuchschriftens für Film und Fernsehen von Eugen Vale, TR-Verlagsunion 1987