



# Handbuch

## Stilsicher schreiben

Wie Sie wirkungsvolle Texte formulieren



## **Handbuch** Stilsicher schreiben



Duden

# Handbuch Stilsicher schreiben

Wie Sie wirkungsvolle Texte formulieren

Von Peter Linden

**Dudenverlag**  
Berlin

## Impressum

**Redaktion** Dr. Kathrin Kunkel-Razum

**Autor** Peter Linden

**Umschlaggestaltung** Zissue, München

**Umschlagabbildungen** Noun Project (CC BY 3.0): IconMark (Teilen-Icon), Trident (Teilen-Icon mit Pfeil), Royyan Razka (Füllerspitze), iconesia (aufgeschlagenes Buch), rivercon (Brief), Angel Yuta (Kugelschreiber); Buchstabe T: Zissue, München

**Layout** Veronika Neubauer, Berlin

**Satz** Veronika Neubauer, Berlin

[www.duden.de](http://www.duden.de)

[www.cornelsen.de](http://www.cornelsen.de)

1. Auflage, 1. Druck 2023

© 2023 Cornelsen Verlag GmbH, Berlin

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Das Wort Duden ist für die Cornelsen Verlag GmbH als Marke geschützt

**Druck und Bindung** AZ Druck und Datentechnik GmbH, Kempten

Printed in Germany

ISBN 978 3 411 74079 6

Auch als E-Book erhältlich unter: ISBN 978 3 411 91430 2



PEFC-zertifiziert  
Dieses Produkt  
stammt aus  
nachhaltig  
bewirtschafteten  
Wäldern und  
kontrollierten Quellen  
[www.pefc.de](http://www.pefc.de)

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort _____	8
eins	
<b>Einführung</b> _____	<b>10</b>
Interview: <b>Günter Netzer</b> (Fußball)	
Stil braucht seinen Raum _____	18
zwei	
<b>Jargon und Stil</b> _____	<b>22</b>
Interview: <b>Peter Zumthor</b> (Architektur)	
Der Stil bin ich _____	26
drei	
<b>Stilformen</b> _____	<b>31</b>
Nachricht _____	31
Reportage _____	34
Feature _____	36
Interview _____	40
Kommentar _____	44
Kolumne und Blog _____	46
Glosse _____	47
Essay _____	49
Rezension _____	52
Porträt _____	55
Mischformen _____	59

Interview: **Thomas Schütte** (Bildhauerei)  
Fehler, Zufälle, Fantasie ..... 62

vier

**Textaufbau und Storyboard** ..... **66**  
Bild und Überschrift ..... 67  
Vorspann, Lead und Teaser ..... 69  
Der erste Satz ..... 71  
Der Einstieg ..... 75  
Die Story ..... 77  
Zwischentitel, Absatz, Punkt ..... 88  
O-Töne ..... 91  
Dialoge ..... 96  
Das Storyboard ..... 98  
Pointe und Schluss ..... 100

Interview: **Margarethe von Trotta** (Film)  
Stil braucht einen Fokus ..... 102

fünf

**Sätze und ihre Wirkung** ..... **106**  
Satzlänge ..... 107  
Satzbau ..... 111  
Die Perspektive im Satz ..... 113  
Satzzeichen ..... 118  
Redundanz ..... 122

Interview: **Eckart Witzigmann** (Haute Cuisine)  
 Stil ist Weglassen des Unwesentlichen \_\_\_\_\_ 126

sechs

**Wörter und ihre Wirkung** \_\_\_\_\_ **130**  
     Nomina \_\_\_\_\_ 131  
     Verben \_\_\_\_\_ 149  
     Adjektive und Adverbien \_\_\_\_\_ 168  
     Wortschöpfungen \_\_\_\_\_ 177

Interview: **Anne-Sophie Mutter** (Musik)  
 Perfektion ist eine Illusion \_\_\_\_\_ 178

sieben

**Klänge und Rhythmus** \_\_\_\_\_ **182**  
 Literaturtipps \_\_\_\_\_ 189

# Vorwort

Anfang der 2020er-Jahre waren *Neuroflash*, *Jasper* und *frase* in Mode, seit dessen Launch am 30. November 2022 ist vor allem *ChatGPT* in aller Munde: Unter schreibgeplagten oder gar vom Schreiben überforderten Marketingleuten, Abgeordneten und Medienschaffenden gelten Chatbots, die mittels künstlicher Intelligenz (KI) Texte generieren, als Wundermittel im Kampf um bessere Texte.

Die »Netzcommunity« feiert deren »nachvollziehbare und sinnvolle« Ergebnisse mit hohem »Detailgrad«, verfasst in einer »lesbaren, verständlichen, logischen« Sprache. *ChatGPT* und Konsorten seien »Gamechanger« im Kampf um mehr Kundschaft, Wählerinnen und Leser, zumal sie Texte inzwischen wahlweise auch in einem Dialekt oder in der Sprache eines Thomas Mann erstellen können.

Eine Plattform für potenzielle Nutzer von KI warnt zwar davor, die zum Teil kostspieligen Tools zur Erstellung KI-basierter Texte zu überschätzen. Man solle bedenken, »dass auch die beste *KI-Text-Generator-Software* nicht funktioniert, wenn kein Mensch diese benutzt«. Doch dann folgt eine Einschränkung wie ein Donnerschlag: Menschliche Autorinnen und Autoren können noch nicht zu 100 Prozent ersetzt werden.

Noch nicht! Zu 100 Prozent! Wer möchte, kann den Satz auch so verstehen: Aber bereits zu 99 Prozent. Als Drohung auch an alle Romanautoren, Poetinnen, Drehbuchautoren, Deutschlehrerinnen, ja an die Verfasser origineller Liebesbriefe. Wo immer sie hinhören in diesen Zeiten, souffliert ihnen die Künstliche Intelligenz: Ich bin dir auf der Spur. Ich sitze dir im Nacken. Es ist nur noch eine Frage der Zeit, bis ich dich einhole, überhole, überflüssig mache.

Also doch lieber kein »Handbuch Stilsicher schreiben« verfassen und stattdessen Programmieren lernen und die KI mit Daten füttern? Dieser

Schluss wäre so nahe liegend wie falsch. Denn gerade der individuelle Stil, so wird dieses Buch zeigen, lässt sich niemals vollständig in Algorithmen fassen. Stil ist nicht die wahrscheinlichste unter Tausenden möglichen, korrekten Formulierungen. Stil kennt die Standards, aber unterwirft sich ihnen nicht. Manchmal bricht Stil sogar mit all den Konventionen, die andere mühsam in ihre Programme einspeisen.

Und doch: Um Konventionen zu brechen, muss man diese erst einmal kennen. Um gegen Standards aufzubegehren, muss man mit ihnen vertraut sein. Um die überraschend andere Formulierung zu finden, müssen die tausend möglichen korrekten Optionen zumindest zur Hand sein. Deshalb wird dieses Buch unweigerlich auch jenen in die Karten spielen, die an immer besserer Software für ihre Künstliche Intelligenz basteln.

Um sich ihnen dann frontal entgegenzustellen. Denn Stil ist eine Waffe gegen die Entmachtung durch KI. Und wie es aussieht, die einzige.

eins  
**Einführung**

Am Anfang war *stilus*, der Griffel. Das Wort kommt aus dem Lateinischen und bedeutet so viel wie »Stängel« oder »Schreibgerät«. Im 15. Jahrhundert konnten Experten erkennen, mit welcher Art Griffel, mit welchem *Stil* also, ein Text geschrieben war.

Bald verlagerte sich die Bedeutung des Worts auf die Kunstepochen: In Musik, Architektur, Malerei oder Bildender Kunst ist von verschiedenen Stilarten die Rede; etwa, wenn es heißt, eine Kathedrale sei im gotischen Stil erbaut. Die deutsche Literatur unterscheidet zahlreiche Epochen zwischen Mittelalter und Neuer Subjektivität.

In der Gegenwart scheint der Stilbegriff mehr und mehr auf das Individuum abzielen. »Stil ist die [durch Besonderheiten geprägte] Art und Weise, etwas mündlich oder schriftlich auszudrücken, zu formulieren« – so definiert der Duden Stil. Ähnlich sehen es in ihren Metiers zeitgenössische Musikerinnen, Architekten, Malerinnen oder bildende Künstler.

Wenn heute von Stil die Rede ist, geht also weniger darum, ob jemand den Regelkodex einer Epoche, einer Stilrichtung oder Stilform fehlerfrei befolgt, als vielmehr darum, ob er dies in einer »durch Besonderheiten geprägten Art und Weise« tut. »Gibt es zur jeweiligen Art und Weise keine relevante Alternative, wird sie auch nicht als Stil empfunden«, heißt es bei Wikipedia.

## Stil und Publikum

Reichte dies aus, wäre jede Abweichung von der Norm bereits: Stil. Und ebenso jede Besonderheit, jede Marotte, die sich eine Autorin oder ein Autor angeeignet hat. Um dieser Schwäche der Definition zu begegnen, denken wir beim Begriff »Stil« beinahe automatisch ein Adjektiv mit: *guter* Stil. Diesen gilt es anzustreben, nicht allein durch Besonderheiten und Alternativen, sondern durch *überzeugende* Besonderheiten und *überzeugende* Alternativen.

Denn wann immer von Stil die Rede ist, ist unausgesprochen auch von einem Publikum die Rede, das diesen Stil anerkennen und wertschätzen muss. Stil braucht beides, Anerkennung und Wertschätzung, um zu *gutem* Stil zu werden. Und guter Stil braucht sehr viel Zeit, um womöglich ohne das Adjektiv *gut* als Stilform in die Geschichte einzugehen. Erst mit dem Abstand einiger Generationen erweist sich also, ob der Jubel des Publikums nur einer modischen Marotte oder einer stilistischen Meisterleistung galt.

Stil ist ein Paradoxon: Er erwächst aus dem Hier und Jetzt, ohne sich an den Zeitgeist anzubiedern. Er ist spontan und einzigartig im Moment des Entstehens, aber nachhaltig und vorbildlich in den Jahrzehnten danach. Stil ist hochaktuell und zeitlos zugleich.

## Stil und Stilformen

Die in diesem Buch vorrangig beschriebene Ära der Ausdifferenzierung *journalistischer* Stilformen ist ein gutes Beispiel für dieses doppelte Spiel. Ausgehend vom Zeitalter der Chronisten und ihren immer gleichen Nachrichten entwickelten sich nach 1895 mit dem Film, der Fotografie, dem Fernsehen, dem Internet und künstlicher Intelligenz die Stilformen Reportage, Feature, Wortlautinterview sowie Storytelling für crossmediale und soziale Kanäle und Netzwerke. Auch die Literatur stand Modell; den Essay gestalteten Pressemenschen zu einer eigenen, journalistischen Stilform um.

Jedes Mal waren avantgardistische Stilisten am Werk, wenn neue Formen entstanden. Sobald das Publikum diese goutierte, folgte die kollektive Autorenschaft und ahmte sie nach. Aus dem stilistischen Wagnis Einzelner waren *Stilformen* geworden.

Dies gilt auch für den individuellen Schreibstil. Immer sind es zunächst einzelne Kreative, die sprachlich Neues wagen angesichts neuer Aufgabenstellungen. Einzelne, die feststellen, dass die bekannten Erzähl-

kanäle, Erzählstrategien, Satzstrukturen, Ausdrucksformen, ja Wörter oder Zeichen nicht mehr kompatibel scheinen mit den Rezeptionsgewohnheiten eines zunehmend multimedial aktiven Publikums und der zu beschreibenden Wirklichkeit.

Die kurze Pause, den Knacklaut oder Glottisschlag, den *Rundfunksprecher\*innen* zwischen Personenbezeichnungen und Endung setzen, um Genderzeichen auszusprechen, gab es im Deutschen beispielsweise nicht in dieser Funktion, ehe ihn kreative *Feminist\*innen* aus dem Dänischen borgten, wo er in zahlreichen Wörtern regelmäßig vorkommt. Jemand fing damit an, viele folgten: Aus individuellem Stil erwuchs eine Sprechweise, die womöglich bald zur Norm wird.

## Die Reise zum eigenen Stil

Wo also ansetzen auf der Suche nach dem persönlichen Stil? Für die noch Suchenden gibt es Tausende Aphorismen, sie gäben wunderbare Abreißkalender her:

*Fremden Stil nachzuahmen, heißt eine Maske tragen*, schrieb Schopenhauer.

*Das richtige Wort am richtigen Ort, das ist die wahre Definition von Stil*, behauptete Swift.

*Nur in der Wegwerfung des Zufälligen und in dem reinen Ausdruck des Notwendigen liegt der große Styl*, dozierte Schiller.

Andächtig nickend und doch kaum schlauer, machen sich die dergestalt Belehrtens ans Tagwerk.

Dieses Buch belässt es bei den drei zitierten Weisheiten. Es versucht sich auch nicht an einer Geschichte des Stilbegriffs. Es ist keine wissenschaftliche Abhandlung von Stil in der Literatur. Es kann (und will) kein Compendium rhetorischer Figuren sein. Und schon gar keine Sammlung von 25, 50 oder 101 goldenen Regeln für den stilsicheren Text. All dies

haben andere kompetent und umfangreich erledigt (siehe Literaturtipps); es gäbe keinen Grund, sie zu wiederholen, und nur wenige, ihnen zu widersprechen.

Dieses Buch zielt vielmehr darauf ab, all jene, die selbst schreiben, auf eine Reise einzuladen. Eine Reise, an deren Ende im besten Fall eine Entdeckung steht: die des eigenen Stils. In erster Linie gilt die Einladung jenen, die Gebrauchstexte verfassen, Texte für Presse und soziale Medien, Reden, Texte für Pressestellen oder Kunden, Briefe. Doch auch Schriftsteller und Dichterinnen sind herzlich willkommen.

Die Reise führt durch die Welt der Textformen hin zu modernem Storytelling und Konzepten der Textdramaturgie. Sie führt hinein in die flexible Struktur deutscher Sätze. Sie führt tiefer zu einzelnen Wortarten und zur Bedeutung und Wirkung einzelner Wörter. Sie endet schließlich beim reinen Klang, dem Klang der vorgetragenen Rede oder des still gelesenen Texts.

Immer wieder werden Ihnen Beispiele begegnen – so viele wie nötig, so wenige wie möglich. Denn Beispiele drohen stets, als Schablonen für den perfekten Text missverstanden zu werden. Copy und paste – so funktioniert Stil nicht. Auf dieser Reise sollen die Beispiele lediglich helfen, genauer hinzusehen und hinzuhören. Manchmal beleuchten sie allzu Vertrautes aus der Sicht einer anderen Sprache, manchmal im Vergleich mit Film oder Fotografie. Manchmal zeigen sie ungewöhnliche Alternativen. Und zuweilen das Grauen der aller Besonderheiten beraubten Banalität.

## **Vom Fußballspielen, Bauen, Bildhauen, Filmen, Kochen und Musizieren**

Unterwegs werden Sie auf ein halbes Dutzend Persönlichkeiten treffen, die in anderen Metiers ihren eigenen Stil gefunden und so den Stil vieler beeinflusst haben.

**Fußballweltmeister Günter Netzer** erzählt, weshalb sein unverwechselbarer Stil nur im geschützten Raum einer Mannschaft gedeihen konnte. Der große Schweizer **Architekt Peter Zumthor** berichtet von der Bedeutung immerwährenden Suchens. Deutschlands größter zeitgenössischer **Bildhauer Thomas Schütte** spricht über den Wert von Fehlern und Zufällen; **Kultregisseurin Margarethe von Trotta** vom exakt richtigen Abstand zu Thema, Protagonistinnen und Protagonisten. **Starkoch Eckart Witzigmann** schildert, wie er lernte, Wesentliches von Unwesentlichem zu trennen, und **Starviolinistin Anne-Sophie Mutter** erklärt, weshalb der richtige Ton nicht immer der beste ist.

Bei allen sechs ist es wie stets bei großen Stilisten: Sobald Expertinnen und Experten ihr Wirken beschreiben, fallen Adjektive wie *unverwechselbar* oder *einzigartig* und Nomen wie *Handschrift* oder *Persönlichkeit*. Sie sind weit über das Stadium hinausgelangt, in dem ihre Arbeit lediglich als makellos oder perfekt eingestuft wurde. Sie haben einen Stil kreiert, der bloße Perfektion hinter sich gelassen hat.

All das bedingte jedoch die jahrzehntelange, mühsame Erlangung ebendieser Perfektion. Etwas *durch Besonderheiten prägen*, das kann überzeugend erst gelingen, wenn man dieses Etwas ohne Besonderheiten beherrscht – die wenigen Genies vielleicht ausgenommen. Wie Netzer, Zumthor, Schütte, von Trotta, Witzigmann und Mutter haben beinahe alle großen Stilistinnen und Stilisten als fleißige, ehrgeizige und neugierige Schüler begonnen und es bis zur Meisterschaft getrieben. Und sich erst dann die Freiheit genommen, sich selbst zu verwirklichen.

Dennoch ist ihnen Selbstverwirklichung niemals Selbstzweck. Sie erscheint nie grob und allzu offensichtlich. Sie erschließt sich den Sinnen besser als dem Denken, den Gefühlen rascher als der Analyse. Sie besteht aus gut gewählten Momenten des gezielten, womöglich kaum spürbaren Tabubruchs, des gut dosierten Regelverstoßes. Egal, ob dieser beim Thema, in der Struktur, der Wahl der Zutaten oder auf der Ebene der klanglichen Harmonie stattfindet.

All dies bedeutet übrigens, dass sich Stil am besten in einem Ambiente der Freiheit entwickeln kann. In einer Umgebung, die Kreativität höher schätzt als Gehorsam, in einer Gesellschaft, die es möglich macht, Entscheidungen zu treffen, anstatt immer nur Erwartungen zu erfüllen. In einer solchen Gesellschaft gedeihen nicht nur bessere Künstlerinnen und Künstler, sondern auch ein besseres Publikum. Eines, das Ungewöhnliches zu schätzen weiß und gelegentliches Scheitern als Ausdruck von Mut wertet – nicht von Schwäche.

## **Wie man dieses Buch lesen sollte**

Gehen Sie auf diese Reise nicht, ohne sich zuvor einen oder zwei selbst verfasste Texte bereitzulegen. Denn es wird Momente geben, in denen Sie stutzen, vergleichen wollen, überprüfen, ändern, verwerfen oder doch beharren. Sobald solche Momente eintreten, hat dieses Buch sein wichtigstes Ziel erreicht: Zweifel und Unbehagen auszulösen.

Das »Unbehagen«, so erklärte einst der Stilkritiker Ernst-Alexander Rauter seinen Schülerinnen und Schülern, sei sein Kompass, sein Ratgeber, ja sein Freund. Sobald der Leseprozess stockte, er eine Passage plötzlich für banal hielt, er ein Wort beim lauten Lesen nicht Silbe für Silbe aussprechen mochte, sobald er eine Alternative nicht fand, aber doch insgeheim suchte, hat dieses Unbehagen eingesetzt. Und dann ließ ihm ein Text keine Ruhe mehr.

In der Eile des Tagesgeschäfts wird das Unbehagen häufig ignoriert. Eine innere Stimme souffliert dann: Nicht so wichtig, die Lesenden werden es schon verstehen. Der Redaktionsschluss mag so eingehalten werden. Guter, geschweige denn unverwechselbarer, eigener Stil entsteht so nicht.



# Günter Netzer (Fußball)

## Stil braucht seinen Raum

*Herr Netzer, als Sie Anfang der 70er-Jahre zuerst Europa- und dann Weltmeister wurden, fiel vielen Menschen im In- und Ausland erstmals auf, wie sehr sich der Spielstil der deutschen Nationalmannschaft verändert hatte. Was war da passiert?*

— Das war einfach plötzlich da. Es war eine günstige Fügung, dass sich da die richtigen Menschen trafen, um etwas Großes zu leisten.

*Da war also niemand, der sagte, kommt, lasst uns aufhören, den Rasen umzupflügen, versuchen wir es stattdessen mal mit Eleganz?*

— Die Ursache lag eher in der Auswahl der dazu geeigneten Spieler durch den Bundestrainer.

*Viele erklären sich den Wandel dennoch mit der Rolle Franz Beckenbauers und mehr noch mit Ihrer Spielweise. In der Hall of Fame im Deutschen Fußballmuseum ist die Rede von Ihrem »eigenen, unverwechselbaren Spielstil«.*

— Beckenbauer hat durch seine Spielweise den Fußball tatsächlich maßgeblich verändert. Bei mir selbst wäre ich da vorsichtiger. Erst als wir im Verein damals die Abwehr gestärkt hatten, konnte ich wirklich so etwas wie einen eigenen, offensiven Spielstil entwickeln. Diese langen, weiten Pässe, die ich gespielt habe, waren damals unüblich. Doch mein Vereinstrainer Hennes Weisweiler erkannte das Potenzial und sagte: »Selbst wenn du 30 Fehlpässe gespielt hast, spiele den 31. Pass. Du hast meine volle Unterstützung.«

*Sie waren nicht nur wegen kreativer Pässe berühmt, sondern auch wegen ihres dynamischen und doch eleganten Laufstils. Haben Sie diesen bewusst kreiert oder ist das auch einfach passiert?*

— Das hat sich langsam entwickelt über die Jahre. Vor allem die Dynamik habe ich mir beinahe autodidaktisch zugelegt. Meine langen Haare haben den Eindruck, den die Zuschauer dabei gewannen, natürlich verstärkt. Aber es war wiederum vor allem der Trainer, der mir den Raum gegeben hat, diese Fähigkeiten einzubringen, indem er mich zum Beispiel weitestgehend von Defensivaufgaben befreite.

*Sie haben einmal gesagt, dass Sie Vergleiche verschiedener Fußballgenerationen ablehnen. Hat jede Generation ihren eigenen Stil und ihre eigenen Günter Netzers?*

— So ist es. Die Qualität der Vorbereitung, die Spezialisierung im Trainerteam, die Intensität der Betreuung durch Sportärzte – all das entwickelt sich rasend schnell weiter. Deshalb sind Vergleiche meiner Zeit mit der Gegenwart unsinnig und unfair. Jede Generation hat ihren Stil und ihre Figuren, die es in der nächsten Generation schon nicht mehr geben wird.

*Also wird es nie wieder einen Pelé geben?*

— Eine Lichtgestalt wie Pelé ist schon deshalb nicht mehr möglich, weil sich heutzutage jeder Spieler noch viel mehr als früher einem größeren Plan unterordnen muss. Was nichts daran ändert, dass er für uns Alte immer der Beste aller Zeiten bleiben wird.

*Es fällt auf, dass Ihre besondere Art, Fußball zu spielen, einherging mit einem besonderen Lebensstil. Sie trugen (und tragen) lange Haare, sie fuhren (und fahren) einen Ferrari, Sie galten (und gelten) als extravagant. Diente all dies der Schaffung der Marke Günter Netzer oder liegt in diesen Dingen das Wesen Ihrer Persönlichkeit?*

— Aus heutiger Sicht wäre der Begriff »Marke« berechtigt, das wird ja sogar gesucht und eingefordert. Aber damals? Da gab es so etwas doch gar nicht. Ich hatte ein paar avantgardistische Freunde und verkehrte in solchen Kreisen. In London wäre ich damit vielleicht gar nicht aufgefallen, aber in Mönchengladbach? Die Leute sagten: »Der sieht ja fürchterlich aus, aber immerhin spielt er vernünftig Fußball.« Wenn ich den Ball nicht getroffen hätte, hätten die mich zum Teufel gejagt.

*Das klingt, als hätten Sie sich das Recht, Ihren eigenen Stil zu entwickeln, erst verdienen müssen.*

— Zumindest in den Augen bestimmter Teile der Gesellschaft. Meinen Freunden aus Kunst oder Medien fiel das weniger schwer. Von denen habe ich sehr viel gelernt, auch dass das Leben eines Showmans nicht unbedingt kompatibel ist mit dem eines Hochleistungssportlers. Aber manches habe ich eben doch mitgenommen in meinen Alltag als Fußballer.

*Künstler stehen auch häufig für eine Art Rebellion. 1973 haben Sie sich im Pokalfinale gegen den 1.FC Köln ohne das Votum Ihres Trainers selbst eingewechselt – und kurz darauf in der Verlängerung das entscheidende 2:1 für Borussia Mönchengladbach geschossen. Fällt das nur zufällig in die Zeit unmittelbar nach den Revolten der 1968er oder lag darin auch eine Art Auflehnung gegen die Autorität?*

— Die 68er hätten das tatsächlich gerne so gesehen. Die wollten mich damals in ihre Nähe bewegen, sie dachten: Der Netzer könnte ja einer von uns sein. Aber ehrlich gesagt, habe ich das nie so gesehen oder gewollt. Der Titel »Rebell« steht mir nicht zu. Im Innersten war und bin ich eher schüchtern.

*Das deckt sich mit einer weiteren Einschätzung aus der Hall of Fame: Ihr Stil habe sich nie gegen etwas gerichtet, sondern stets allein positiv auf Sie selbst.*  
— Stimmt. Aber ohne Egoist zu sein. Ich habe nie für die Galerie gespielt, sondern für das große Ganze. Wenn wir verloren haben, habe ich gelitten, auch wenn ich gut gespielt hatte.

*Ihre Autobiografie trägt den Titel »Aus der Tiefe des Raumes« – ein Bonmot, das die meisten untrennbar mit Ihrem Namen verbinden. Generell fällt auf, dass Sie geschliffene Formulierungen ebenso schätzen wie den vollendeten Steilpass. Woher kommt diese Affinität zur Sprache?*

— Je älter ich wurde, umso wichtiger wurde es mir, kultivierter, feiner, sensibler zu formulieren. Es ist mir eine große Freude, dass ich mich auch sprachlich immer besser ausdrücken und bewegen konnte.

# Interview

Als 1956 das Zoomobjektiv auf den Markt kam, hatten gerade einmal vier Prozent der Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland Zugang zu einem Fernsehgerät. Es war zu früh, sich deshalb Sorgen zu machen aufseiten der Printmedien; die Filmtechnik hatte schon genug Aufregung erzeugt. Und doch ließen Highlights (sorry, Anglizismen-Index: Glanzlichter) wie die Krönung von Elizabeth II im Jahr 1953 oder die Fußballweltmeisterschaft im Jahr darauf eine Ahnung zu, was da auf die Zeitungen zukommen würde. Als die junge ARD (das ZDF folgte erst 1963) dann auch noch damit begann, in einer Reihe namens »Wie ich angefangen habe« Prominente zu interviewen, schrillten endgültig die Alarmglocken. 1960 sah bereits ein Viertel der Bevölkerung regelmäßig auf dem eigenen Bildschirm fern, binnen der nächsten fünf Jahre stieg der Anteil auf mehr als 60 Prozent.

Unnötig zu erwähnen, dass wieder einmal Nachrufe auf den Printjournalismus verfasst wurden. Ebenso unnötig zu erwähnen, dass es wieder die Kreativen waren, die mit einer Stilform gegensteuerten, einer Stilform, die in den Vereinigten Staaten aufgrund der weitaus liberaleren Pressegesetze schon deutlich früher entstanden war. Dass ein Journalist mehr tut, als mitzuschreiben, was die Obrigkeit von sich aus verlautbart, das war im deutschsprachigen Raum lange unerhört. Und wo es nicht freiwillig unterblieb, half die Zensur nach.

Das ändert sich nach dem Krieg und speziell unter dem Druck des aufkommenden Fernsehens. Plötzlich flimmern »talking heads« über die Mattscheiben. Und sie erzählen nicht nur, was sie ohnehin erzählen wollen, sondern sie beantworten auch Fragen. Journalisten und Journalistinnen begannen, sich mit Menschen und deren Ansichten zu befassen. Und Nachricht, Reportage und Feature bekamen Unterstützung bei der Aufgabe, die Welt zu beschreiben und zu erklären: durch das Wortlautinterview.

*Würden Sie uns, Herr Minister, zuerst einmal in großen Zügen die allgemeinen Grundsätze Ihrer Arbeit im Verteidigungsministerium umreißen?*

Mit dieser Frage beginnt im Januar 1957 die Ära des SPIEGEL-Gesprächs. Über fünf sehr lange Seiten hinweg umreißt Bundesminister Franz-Josef Strauß darin seine Arbeit, immer wieder fällt er den Journalisten ins Wort, wenn er nicht antworten mag, sagt er einfach: *No comment*. Der SPIEGEL hakt selbstverständlich nicht nach, die Zeit des kritischen Journalismus ist noch nicht gekommen. Strauß dagegen unterbricht die Fragesteller, wann immer er möchte, einmal versichert er sich gar, ob sie ihm intellektuell überhaupt folgen können:

*STRAUSS: (...) Ich weiß nicht, ob Sie mich verstehen ...*

*SPIEGEL: So weit ja.*

So unterwürfig und holprig sich dieser Text heute liest, so bahnbrechend ist er im Deutschland seiner Zeit. Eine Stilform ist entstanden, die lange ausschließlich mit dem SPIEGEL assoziiert wird. Die Neugierde auf die Meinung Prominenter wird so groß, dass sie zeitgleich auch in den anderen Textformen ihren Niederschlag findet; Zitate werden zum festen Bestandteil von Nachrichtentexten, Reportagen und Features, nachdem man sehr lange beinahe komplett ohne sie auskam.

Etwas einen Trainer nach einem Fußballspiel um dessen Einschätzung zu bitten, war bis Ende der 50er-Jahre unüblich. Und wenn es doch jemand versuchte, so erzählt ein damals noch sehr junger, ehemaliger Sportredakteur der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG, dann erntete er lediglich Kopfschütteln: 1957 habe er erstmals gewagt, einen Coach des FC Bayern München zu einem Spiel zu befragen. Dessen Antwort sei gewesen: »Das Spiel war gut und jetzt gehe ich einen Kaffee trinken.«

Diese Haltung ändert sich nun rasch. An Journalistenschulen und in Redaktionen machte gar ein Lehrsatz die Runde, der den verstärkten Ein-

satz kurzer Interviews verlangt: »Zitate lockern Texte auf.« So stark wirkte die Konkurrenz des Fernsehens, dass der diesem Satz innewohnende Unsinn lange niemandem auffiel. Keine Leserin und kein Leser wünscht sich »aufgelockerte« Texte, das Ziel ist im Gegenteil: Spannung. Aber die Leichtigkeit, mit der das Fernsehen den bleischwarzen Zeitungsseiten entgegentritt, verführt eben dazu, zwanghaft nach mehr »Lockerheit« zu suchen.

Die Kreativität der Interviewmacherinnen und -macher ist bis heute ungebrochen. Schon bald, mit den Revolten der 1968er, gibt nicht nur der SPIEGEL die schülerhafte Unterwürfigkeit auf. Interviews werden von nun an grundsätzlich kontrovers geführt, nicht, um etwas zu lernen, sondern, um der Gegenseite etwas abzurufen, ein Geständnis, ein Eingeständnis. Hatte Franz Josef Strauß wirklich vor, Ministerpräsident Bayerns zu werden? Das wollte der SPIEGEL in einem Gespräch im Januar 1978 erfahren und fragte ihn gleich zum Auftakt:

*Herr Strauß, wenn die Zeitungen nicht allesamt lügen, werden wir Sie 1978 als Ministerpräsident des Freistaats Bayern erleben dürfen.*

Der Rückblick auf 1957 lohnt sich, gerade einmal 21 Jahre sind vergangen: kein Minister mehr, nur der Name; keine allgemeine Frage, sondern eine ganz konkrete; keine brave Zurückhaltung, sondern freche Ironie.

Manche Journalistinnen und Journalisten kreieren ihre ganz eigenen Interviewtechniken in dieser Zeit, das Publikum erkennt sie an ihrem Fragestil. Die Vorbilder kommen weiterhin aus dem Fernsehen. Friedrich Küppersbusch (»ZAK«) oder Ulrich Mayer (»Der heiße Stuhl«) standen jeweils für eine ganze spezielle Art der »peinlichen Befragung«, einer Art Folter auf dem Interviewessel.

Nach 1990, mit dem Ende des Kalten Kriegs, bekommen die Interviewstrategien noch einmal Zuwachs. Inzwischen sitzen überall Talkmaster vom Schlage Alfred Bioleks oder Roger Willemsens auf ihren TV-Podesten und blicken, mehr oder weniger einfühlsam, hinunter auf die

Seelen ihrer Studiogäste. Das Konfrontative, es scheint passé, die (damals fast ausschließlich männlichen) Talkmaster schlüpfen in die Rollen von Beichtvätern, Psychologen oder besten Freunden. Unmittelbar nach dessen Verurteilung als Steuerbetrüger interviewt Die ZEIT Uli Hoeneß vom FC Bayern München und beginnt mit der Frage:

*Herr Hoeneß, bereuen Sie, was Sie getan haben?*

Später will der Journalist noch wissen: »*Was machen Sie in diesen schlaflosen Nächten*«, und man kann sie förmlich sehen, die Couch, auf der der Münchner Patient Platz genommen hat.

Unter jenen, die sich einen Namen gemacht haben mit ihrem Interviewstil, ist auch der 2011 gestorbene Österreicher André Müller. Einmal hatte er »Literaturpapst« Marcel Reich-Ranicki auf seiner Couch und kam auch gleich zum Thema:

*Sie geben dieses Interview mit gemischten Gefühlen.*

Der Gast gesteht, das Schlimmste zu befürchten, Müller habe *den Ruf, der gefährlichste Interviewer Mitteleuropas* zu sein. Ein Ruf, dem er im TAGESSPIEGEL des 14. Oktober 2000 durchaus gerecht wird. Das Interview endet so:

*TAGESSPIEGEL: Was machen Sie heute noch?*

*REICH-RANICKI: Nichts! Sie haben mich dermaßen angestrengt. Sie sind ein schrecklicher Mensch, ein abscheulicher Mensch, ein furchtbarer Mensch.*

Therapiestunden beim Journalisten. Nicht immer verlaufen sie angenehm.

# Kommentar

Die Suche nach neuen Stilformen, vorangetrieben durch Film, Fotografie und Fernsehen, führt nicht nur zur Entwicklung von Reportage, Feature und Wortlautinterview. Auch innerhalb bereits etablierter Stilformen wie dem Kommentar treiben Printjournalistinnen und -journalisten die Ausdifferenzierung voran.

Längst hat sich der Kommentar als eigenständige Form vom bloß mit pathetischen Adjektiven unterlegten Bericht emanzipiert. Adjektive genügen nicht mehr, um die Haltung oder Meinung einer Publikation abzubilden. Immer häufiger werden den Nachrichten eigene Texte hinzugefügt, deren Aufbau stark an jenen von Ciceros vollkommenen Reden erinnert: Hinführung, These, Argumentation, notfalls Widerlegung der Gegenposition und Conclusio.

An Beispielen für die Aktualität dieser antiken Stilform mangelt es nicht, eine Stichprobe auf der Seite »Meinung« der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG vom 11. Januar 2023:

*Etwa elf Millionen Tonnen Nahrungsmittel landen in Deutschland jedes Jahr auf dem Müll, haufenweise Butter, Brot, Gemüse mit kleinen Schönheitsfehlern. Ein Drittel aller produzierten Lebensmittel kommt sowieso nie auf den Teller. Wer Weggeworfenes aber heimlich aus der Tonne eines Supermarktes fischt und verteilt, damit es nicht im nächsten Heizkraftwerk landet, macht sich strafbar. Die Erklärung dafür fällt auch der Bundesregierung schwer, weshalb sogenanntes Containern künftig weitgehend straflos bleiben soll. Das weist in die richtige Richtung.*

Ein Drittel des 50 Zeilen langen Texts waren nötig, das zugrunde liegende Problem zu schildern, ehe der letzte Satz des ersten Absatzes die These liefert und zugleich die Argumentation einleitet. Wie die Formulierung *in die richtige Richtung* nahelegt, fordert die Autorin darin deutlich mehr als

bloß Strafbefreiung, nämlich *verbindliche Vorgaben für Handel und Landwirtschaft*. Nach drei Vierteln des Texts leitet sie schließlich die Schlussfolgerung ein, jenen abschließenden Gedanken, der einen Kommentar noch einmal auf eine andere, oft höhere Ebene führen soll:

*Doch auch die Konsumenten stehen in der Pflicht. Jahr um Jahr beklagen sie die Verschwendung kostbarer Ressourcen, machen es sich selbst allerdings zu leicht. Nach einer Studie für das Landwirtschaftsministerium von 2018 sind es gerade Jüngere, die unbekümmert Lebensmittel wegwerfen. Wer den Kühlschrank aber dauernd überfüllt, braucht über Klimawandel nicht zu klagen. Diszipliniertes einkaufen, es geht.*

Das ist die ganz große Keule, die da geschwungen wird, der vorletzte Satz gerät zu einem ziemlich herablassenden Beispiel für Whataboutism: Ein voller Kühlschrank disqualifiziert demnach von der Teilnahme an der Klimadebatte. Und doch wird klar, worauf die Schlussfolgerung abzielt. Das umstrittene *Containern* – es könnte zuweilen zu Hause beginnen.

Der Erfolg derartig strukturierter Texte in den Medien, aber auch vor Gerichten in Form von Plädoyers, spiegelt sich übrigens auch in ihrer Popularität in Werbespots: Die Nachricht ist ein vermeintliches Verbraucherproblem, die These erscheint prompt in Form eines Produkts. Die Argumentation, häufig erzählerisch präsentiert mittels kleiner Stories, soll beweisen, wie gut dieses Produkt sich im Alltag bewährt. Und die Schlussfolgerung verspricht, dass darüber hinaus sogar der soziale Status von Käufer oder Käuferin steigt.

Bacardi. Alpecin. Mercedes: alles nur Cicero. Erst die Werbung machte ihn wohl wirklich unsterblich.

vier

# Textaufbau und Storyboard

Sobald die Stilform feststeht, folgt eine zweite, ebenso wichtige Frage: die nach der Montage des zu verfassenden Beitrags. Schon im Deutscherunterricht wird Kindern vermittelt, dass ein *und dann, und dann, und dann* langweilig wirkt, es sei denn, das Erzählte selbst ist über die Maßen spannend. Dennoch dominieren zwei Arten der Chronologie in beinahe allen Gebrauchstexten: jene der Recherche und jene eines Handlungsablaufs.

Die Filmindustrie ist da viel weiter. Sie unterscheidet zwischen Drehmaterial und fertigem Film. Niemals würde das gedrehte Material unbearbeitet auf die Leinwand oder ins Fernsehen gebracht – aus gutem Grund. Sogar die Regisseurinnen selbst staunen zuweilen, was intelligente Cutterinnen und Cutter mit ein paar gestrichenen, gekürzten oder verschobenen Szenen aus ihren Werken machen können. Ganz zu schweigen von der Wirkung guter Titel und Trailer.

## Bild und Überschrift

Als Mitte der 90er-Jahre das Leseverhalten erstmals objektiv untersucht wurde, indem man Eye-Tracking-Laser an die Stelle von Befragungen setzte, stellte sich rasch heraus, wie fragil der Dreiklang aus Foto, Titel und Teaser zu Beginn eines jeden Texts ist: Die Hälfte der kurz neugierig Gewordenen stellt die Lektüre binnen drei Sekunden wieder ein. Es ist, als würden sich die Menschen mit einer unsichtbaren Fernbedienung durch das gedruckte oder online gestellte Angebot zappen. Und dabei führt jeder Anflug von Langeweile oder Desinteresse nahezu zwangsläufig zum Umschalten – nächster Text, nächste Seite, anderes Medium.

Zwei Faktoren haben sich in Bild und Wort als besonders effizient erwiesen, wenn es darum geht, Aufmerksamkeit nicht nur zu erobern, sondern zu konsolidieren: ein möglichst starker visueller oder inhaltli-

cher Wiedererkennungseffekt sowie Bewegung. Der eine überzeugt das Gehirn von der Relevanz des angebotenen Inhalts, die andere verdeutlicht dessen Dringlichkeit.

Verantwortlich für diese Präferenz ist das Ultrakurzzeitgedächtnis. Es filtert, für uns unbewusst, aus den vielen Informationen, die zu jedem Zeitpunkt sinnlich erfasst werden, nur die allerwenigsten heraus und leitet diese weiter ins Kurzzeitgedächtnis, also in unser Bewusstsein. Man kann sich das wie die Algorithmen eines Computerprogramms vorstellen. Lebewesen und Dinge, die uns häufig oder vor Kurzem erst begegnet sind, haben eine höhere Chance, bewusst wahrgenommen zu werden, als solche, die uns fremd sind. Wenn sie sich nun auch noch (möglichst schnell) bewegen, ist ihnen die Aufmerksamkeit gewiss.

Speziell Aufmacherfotos haben eine ähnliche Aufgabe wie Filmplakate, Überschriften ähneln den Aufdrucken auf Verpackungen im Supermarkt. Der Kauf eines Kinotickets oder die Wahl eines Produkts gleichen jenem Moment, in dem sich zappende, klickende, scrollende und blätternde Menschen in Lesende verwandeln. Das Bild hat sie erreicht, meist in Form einer starken konkreten oder subtil emotionalen Erinnerung. Und der Titel hat klar vermittelt, worum es im Folgenden geht.

In den seltenen Fällen, in denen ein Aufmacherfoto beides vermag, darf der Titel sogar schon weitergehen. Dann schlägt die Stunde der Kreativen. Als Joseph Ratzinger zum Papst gewählt worden war, titelte die TAZ lediglich: »Oh, mein Gott!« Eine Überschrift, die beinahe schon ein starker, erster Satz sein könnte. Eine Überschrift wie eine Schwelle: Die Leserinnen und Leser haben verstanden, worum es geht. Nun wollen sie wissen, wie es sich genau zugetragen hat. Und freuen sich im besten Fall sogar auf die Art und Weise, wie ihnen das gleich erzählt wird.

## Vorspann, Lead und Teaser

Zwischen Titel und Text hat sich in der Geschichte der Printmedien ein Element geschoben, das der Literatur nahezu fremd ist: der Vorspann. Angeblich wurde dieser zunächst als Zusammenfassung gedachte Kurztex t im amerikanischen Bürgerkrieg geboren. Aus Sorge, die Telegrafeneleitungen könnten gekappt werden, seien wichtige Nachrichten zunächst komprimiert übermittelt worden, ehe man sie, sofern noch möglich, in einer zweiten Fassung mit den weniger wichtigen Details anreicherte. Der alte Vorspann oder Leadsatz erinnert an die Zusammenfassungen von Semesterarbeiten, die vielen Dozentinnen und Dozenten die Lektüre ganzer Texte ersparen.

Aus dem Vorspann wurde in jüngerer Zeit und vor allem in Online-medien der Teaser, der gänzlich neue Aufgaben hat. Es geht keineswegs mehr darum, jemandem gegebenenfalls die Lektüre zu ersparen. Im Gegenteil. Zwar besteht die Angst vor gekappten Leitungen weiterhin – doch ist es mittlerweile die Angst, die Leser und Leserinnen selbst könnten dies tun, indem sie aus dem Text aussteigen.

Darum erinnern Teaser heute eher an Kinotrailer oder Werbespots denn an Exposés. Die folgenden Beispiele vom 25. Januar 2023 stammen von einem großen, deutschen Onlineportal, dessen Redaktion sich ununterbrochen um die Quoten sorgt.

Manchmal werben sie mit der Vorgeschichte plus aktuellem Update:  
*Im letzten Jahr wurde bei Oliver und Amira Pocher eingebrochen. Nun startet vor dem Kölner Amtsgericht der Prozess gegen den mutmaßlichen Täter.*

Manchmal mit der Nachricht plus Cliffhänger:  
*An Deutschlands Schulen fehlen Tausende Lehrkräfte. Wie viele genau, unterscheidet sich von Bundesland zu Bundesland, eines sticht dabei besonders heraus.*

oder:

*Das Zögern hat ein Ende. Olaf Scholz gibt grünes Licht und Deutschland wird Leopard-2-Panzer an die Ukraine liefern. Dem Kanzler gelingt ein diplomatisches Husarenstück.*

Manchmal reihen Teaser einfach nur Stichworte aus dem folgenden Text aneinander – die sinnhafte Verknüpfung, so die Hoffnung, erzwingt dessen Lektüre. Andere schließen mit rhetorischen Fragen: *Aber stimmt das auch?* Und die Lesenden ahnen: Nein, das stimmt nicht. Das mag funktionieren, zuweilen entlarvt sich die Methode jedoch als »Click-Baiting«, als billiger Köder, nach dem man lieber nicht schnappt. Es gibt Online-medien, die sich grundsätzlich diskreditiert haben, weil sie selbst banale Texte wie Krimis ankündigten. Darüber haben sie an Lesenden eingebüßt.

Bei all den Möglichkeiten, Texte in einem Teaser zu bewerben, ist jedoch nur eine grundsätzlich falsch: die Überschrift zu wiederholen. Dasselbe Onlineportal beschäftigte sich am selben Tag mit beschädigten elektronischen Geräten. Im Titel stand:

*Dienst-Laptop beschädigt: Wer haftet jetzt?*

Und im Teaser:

*Man hat den Laptop fallen lassen oder das Handy verloren – das ist immer ärgerlich. Doch wer haftet, wenn es um Technik vom Arbeitgeber geht?*

Viele sind zu diesem Zeitpunkt schon beim ersten Satz angelangt. Durchschnittlich 40 Prozent überspringen die Teaser, weil sie durch Bild und Titel bereits von der Relevanz des Beitrags überzeugt sind. Die übrigen aber hätten eine zweite Einladung gebraucht, nicht eine Wiederholung der ersten. Sie wollten mehr Input, einen stärkeren Impuls, bessere Ar-

gumente, ihre Zeit in diesen Text zu investieren. Die Mitteilung, dass es ärgerlich sei, wenn ein elektronisches Gerät zu Bruch geht, hilft da auch nicht weiter.

## Der erste Satz

Wie anfangen? Das ist eine Frage, die sich Nachrichtenautorinnen und -autoren so gut wie nie stellt.

*Bei voller Fahrt ist am Montagmorgen eine 54-jährige Frau am Steuer ihres Autos kollabiert.* So lautete am 11. Januar 2023 der erste Satz eines Unfallberichts in einer deutschen Tageszeitung und so hätte der Satz vermutlich auch am 11. Januar 1973 oder am 11. Januar 1923 gelautes. Nun gut, man hätte auch mit *eine 54-jährige Frau* beginnen können oder mit *am Montagmorgen*. Überlegungen, die im Kapitel zum Satzbau eine Rolle spielen werden.

Bei Nachrichten gilt: Hauptsache, der Satz beinhaltet Subjekt, Prädikat, Temporaladverb, Lokaladverb und Modaladverb. Anders ausgedrückt, Hauptsache, er beantwortet das *Wer, Was, Wann, Wo und Wie?* – die berühmten W-Fragen. Das *Wann* und das *Wo* erfahren im zweiten Satz eine Präzisierung: *Laut Berufsfeuerwehr ereignete sich der Vorfall gegen 8.40 Uhr in der Trogerstraße.* Womit die Bringschuld eines Berichts beinahe erfüllt ist, allein die Schwere der Verletzungen und der Sachschaden wären nun noch zu klären.

Auch Schriftstellerinnen und Schriftsteller greifen zuweilen zum nachrichtlichen Einstieg. Franz Kafkas »Verwandlung« beginnt so: *Als Gregor Samsa eines Morgens aus unruhigen Träumen erwachte, fand er sich in seinem Bett zu einem ungeheuren Ungeziefer verwandelt.* *Wer, was, wann* und *wo* wären schon einmal geklärt, nur das *Wie* fehlt noch. Klingt

unspektakulär, und doch hatte Kafka damit nicht nur einen sehr spannenden, sondern einen der heute berühmtesten ersten Sätze der Weltliteratur verfasst.

### Entschuldigung beim Publikum

Jenseits von Verkehrsunfällen und nächtlichen Mutationen in Käfer bedeutet die Suche nach dem ersten Satz jedoch vor allem eines: Quälerei. So groß erscheint diese, dass Autoren und Autorinnen zuweilen die Quälerei selbst thematisieren: *Wieder so eine Geschichte?*, begann einmal eine für den »Egon-Erwin-Kisch-Preis« nominierte Reportage. Auch in Editorials dürfen die Lesenden häufig explizit teilhaben an der mühsamen Suche nach einem Einstieg.

Eine Autorin von ZEIT ONLINE trieb dieses Spiel im Mai 2021 ins Extrem, als sie sich für ihre wahnwitzige Idee, einen längeren Text über Agrarsubventionen zu schreiben, in einem 57 Wörter langen Einstieg entschuldigte: *Oh, Sie wollen wirklich diesen Text lesen? Das ist schon mal erfreulich. Was hat Ihr Interesse geweckt? Die Überschrift, die Unterzeile? Oder die kreative Illustration der Seite? Ein Dank an unsere Layouter für diese Gestaltung. Hat die Sie »reingezogen« in diesen Artikel? Oder was war es sonst? Das Thema selbst kann es ja eigentlich nicht gewesen sein.*

Was Franz Kafka so scheinbar mühelos gelingt, teilen übrigens seine Schriftsteller-Kollegen keineswegs: *Nie habe ich einen Roman mit größeren Hemmungen begonnen*, schreibt Somerset Maugham am Anfang seines Romans »Auf Messers Schneide.« Ein Satz, der sehr gut die Gemütslage vieler Menschen zu Beginn eines Schreibprozesses benennt: Wie die *Hemmungen* ablegen, wie beginnen, wenn die W-Fragen einmal nicht infrage kommen?

# Das Storyboard

1966 schrieb der amerikanische Journalist und Schriftsteller Gay Talese sein legendäres Porträt »Frank Sinatra ist erkältet«. Der Text, millionenfach gedruckt, geteilt und tausendfach rezensiert, ist noch immer die Lektüre wert. Allein die Art und Weise, wie Talese im Einstieg eine banale Erkältung zu einem hochdramatischen Ereignis werden lässt, zeugt von hoher Erzählkunst.

An dieser Stelle soll es aber um das Storyboard gehen, das sich im Falle von Gay Talese zu einem Storybook mausert. Viele sehr bunte Seiten mit sehr eng geschriebenen Textpassagen, grünen Pfeilen, gelben Schlangenlinien und immer wieder dem Wort *SCENE*, in Versalien und hingemalt mit dicken, grünen und roten Filzstiften. Von Weitem sieht das Ganze aus, als hätte ein Kind alle verfügbaren Farben eingesetzt, um Dutzende kleiner Geschichten aneinanderzureihen.

Die Farben sind Codes, die sich nur dem Autor erschließen, ebenso die Schrifttypen und die Zeichen und Symbole. Die Fassung, die am Ende im Magazin *ESQUIRE* erschien, sieht dennoch exakt so ordentlich layoutet aus wie jeder andere Beitrag in dieser Zeitschrift.

Gay Talese hat etwas getan, wofür sich die wenigsten Autoren Zeit nehmen. Manchen mag es albern erschienen, mit Buntstiften ein Konzept zu kritzeln, andere halten es für Zeitverschwendung, den Ablauf eines Texts zu visualisieren, ehe sie ihn niederschreiben. Die daraus resultierenden Probleme werden selten auf diesen Mangel zurückgeführt: Wer eine bestimmte Textlänge vorgegeben hat, kennt das Problem, plötzlich kaum noch Platz zu haben für vieles, was noch zu sagen wäre. Oder umgekehrt, eigentlich schon fertig zu sein bei noch vielen offenen Zeilen. Was fehlte, war ein Storyboard.

## Karteikarten und Post-its

Niemand muss es so bunt treiben wie Gay Talese. Und doch gilt: Je ungewöhnlicher das Thema, je länger der Text, je komplizierter die Materie – umso nützlicher erweisen sich farbige Karteikarten, Post-its, große, weiße Bögen und Buntstifte. Manche Autorinnen und Autoren reihen die Karten wie die Waggons einer Eisenbahn aneinander. Andere malen Kreativbäume mit all ihren Ästen und Verästelungen. Es gibt Filmschaffende, die ihre Drehbücher mit Legomännchen oder Plüschtieren durchspielen, gewissermaßen als Storyboards in 3-D.

Wichtig ist es, von Anfang an flexibel zu bleiben. Karteikarten lassen sich auf dem Schreibtisch verschieben und neu ordnen; ein Kreativbaum kann jederzeit einen weiteren Ast bekommen, wenn dies notwendig erscheint. Auch ausgedruckte Fotos können helfen, der Story eine (womöglich überraschende) Richtung zu geben, ebenso Post-its mit fett geschriebenen Stichworten, die für jeweils einen Aspekt oder ein Kapitel stehen.

Es dauert ein wenig, bis man seine Vorlieben kennt, bis man erkannt hat, welche Art von Chaos auf dem Schreibtisch Ordnung in den eigenen Text bringt. Doch ohne dieses kreative Chaos droht ein chronologischer, oft langweiliger Text. Wer bloß entlang seiner Notizen schreibt, hat die Dramaturgie unfreiwillig schon festgelegt. Der Ablauf der Recherche ergibt dann den Aufbau des Texts. Nur selten ist das tatsächlich der beste Weg, das Herausgefundene zu berichten und das Beobachtete zu erzählen.

# Pointe und Schluss

Im Jahr 1989, als MERIAN noch eine Zeitschrift für Kulturreisende war und kein Lifestylemagazin, versuchte ein Autor, aus der Mentalität der Menschen in Island schlau zu werden. Er tat dies in einer Art kaleidoskopischem Essay, er fuhr herum, wunderte sich, grübelte. Über die Isländerinnen und Isländer und über sich selbst. Der Text endet so: *Ich frage mich manchmal, warum die Isländer auf Island leben. Aus gar keinem Grund. Sie tun das einfach.*

Schwer zu sagen, ob den Autor nach vielen Stunden an der Tastatur der Blitz traf und ihm plötzlich klar wurde, wie müßig sein Anliegen war. Oder ob er diesen Schluss schon im Sinn hatte, als er vor dem Schreiben Ordnung in seine Gedanken brachte und seine Notizen in ein Storyboard verwandelte. So oder so erhielt sein Essay eine grandios lapidare Pointe. Der Witz, so seine Botschaft, war die Witzlosigkeit, sich über Isländer und Isländerinnen als solche überhaupt Gedanken zu machen.

In einer Reportage der ZEIT ging es einmal um die legendären Ski- und Bergführerinnen und -führer in Südtirol: Heldinnen und Helden des Alpinismus, Nachfahren Luis Trenkers, Zeitgenossen Reinhold Messners. Noch auf der Anreise zum Ortlermassiv traf der Autor in Bozen den Chefausbilder dieser Männer und Frauen und fragte ihn, was eine gute Bergführerin oder einen guten Bergführer eigentlich ausmache. Dessen Antwort lieferte die Pointe, noch ehe die Geschichte überhaupt recherchiert war: *»Ein guter Führer«, sagt Erich Gutsell, Präsident der Landesberufskammer der Südtiroler Berg- und Skiführer, »ist der, der alt wird.«* So ein Satz muss in einer Reportage vorkommen. Und es gibt nur eine Stelle, an der er seine volle Wirkung entfaltet. Die Stelle, an der ein Text nachzuwirken beginnt, eine Art Echo entfaltet, ein Nachdenken auslöst oder gar Entscheidungen beeinflusst: das Ende.

## Ohne Pointe kein Witz

Wer Witze erzählt, weiß, welche entscheidende Rolle der Pointe zukommt: Ohne Pointe kein Witz – so einfach ist das. Leider hat sich nicht herumgesprochen, dass dies auch für so gut wie alle anderen Textformen gilt. Mit der Ausnahme von Gebrauchstexten aller Art lohnt es sich, vor dem Schreiben darüber nachzudenken, was am Ende stehen wird. Ein Aphorismus, die Moral von der Geschichte? Eine nachdenkliche, offene Frage? Ein kluges Zitat aus dem Kreis der Protagonisten? Ein Ausblick auf Komisches? Ein Schwenk auf die Metaebene? Ein Appell an die Lesenden? Oder doch einfach nur das Ende des Plots, der Abschied, ein abfahrender Zug, eine sich schließende Tür, ein Sonnenuntergang?

Einmal gefunden, hilft die Pointe bei der Konstruktion des gesamten Texts. Es heißt, dass Krimiautorinnen und -autoren ihre Plots rückwärts entwickeln, von der (überraschenden) Lösung bis hin zur Tat und zur Darstellung der zugrunde liegenden Konflikte. Auch wer keine Krimis schreibt, sollte sich an dieser Methode orientieren. Zu wissen, wohin die Reise geht, erhöht die Lust am Erzählen. Und hilft dabei, Wesentliches von Unwesentlichem zu trennen. All die Nebenschauplätze ohne Bedeutung, sie verschwinden zwangsläufig, sobald man seine Pointe kennt.

# Margarethe von Trotta (Film)

## Stil braucht einen Fokus

*Frau von Trotta, Sie haben 2022 Ihren 80. Geburtstag gefeiert und schon in den 70er-Jahren Filme gedreht. In einer Dokumentation über Ihr künstlerisches Leben fällt ein Satz, der deshalb umso bemerkenswerter klingt: Vor allem junge Menschen seien begeistert und berührt von Ihren Filmen. Woher rührt diese Zeitlosigkeit?*

— Da müsste man diese Menschen fragen. Vielleicht liegt es daran, dass ich nie gesagt habe, ich will jetzt einen Film übers Mittelalter oder über den Kommunismus oder über die Mafia machen, sondern gefragt habe: Wie haben die Menschen in ihrer Zeit gelebt, gedacht? Was hat sie geformt? Historiker haben diesen Zugang ja oft kritisiert.

*Liegt in diesem Zugang der unverwechselbare Stil Ihrer Werke?*

— Wenn Sie wollen, kann man diesen Fokus auf das Innenleben von Personen Stil nennen. Diese Bewegung vom Inneren einer Person nach außen und nicht umgekehrt.

*Sie haben einmal erzählt, wie sehr Sie der 1957 gedrehte Film Ingmar Bergmans »Das siebente Siegel« beeindruckt, ja beeinflusst hat. Inwiefern und weshalb gerade dieser Film?*

— Weil es der erste Film war. Ich habe den Film damals in Paris gesehen, in Deutschland gab es ja noch nichts. Ich glaube, es ist oft so, dass einen das, was man zuerst sieht oder erlebt, mehr prägt, als das, was man erst später kennenlernt. Es beeindruckt mich noch immer, dass man Bergman ansehen kann wie ein Fotoalbum. Dass man an seinen Filmen sieht, wo er gerade in seinem Leben stand, mit welchen Problemen er sich beschäftigte.

*Bald schon wandten auch Sie sich jenem Thema zu, das Sie umtrieb und seither nicht mehr losgelassen hat: Frauen, die versuchen, in die Geschichte einzugreifen. Woher kommt diese Festlegung?*

— Da ist es bei mir wohl wie bei Bergman. Es muss immer mit mir selbst und meinem Leben zu tun haben. Ich möchte mich nicht selbst bespiegeln, aber ich kann eben nur das. Ich habe gefühlt, dass ich über Frauen einfach besser Bescheid weiß. Später wurden diese Themen aber auch häufig an mich herangetragen.

*Barbara Sukowa, eine der Schauspielerinnen, mit denen Sie seit Jahrzehnten freundschaftlich zusammenarbeiten, sagte einmal: »Während männliche Regisseure alles über ihre Figuren wissen, versucht Margarethe von Trotta, sie zu verstehen.« Wie wirkt sich dieses Verstehenwollen auf ihre Arbeitsweise und auf die Resultate aus?*

— Natürlich bestimmt das die Art, wie ich das Leben beschreibe. Ich muss mich immer erst einer Person annähern. Ich muss in gewisser Weise in sie hineinkriechen, erst dann kann ich über sie berichten. Mehr noch, ich muss eine Person, die ich beschreibe, in gewisser Weise lieben lernen. Sonst kann ich keinen Film über sie machen.

*Während männliche Regisseure oftmals als autoritär, ja despotisch am Set beschrieben werden, fällt auf, dass Sie auch zu Ihren Darstellerinnen eine beinahe zärtliche Beziehung pflegen. Es gibt Szenen, da sieht man Sie während der Aufnahme vor Rührung weinen. Wie wirkt sich diese Arbeitsweise auf einen Film aus?*

— Ja, ja, das sind die Männer, die immer beweisen müssen, dass sie die Größten sind. Ich taste mich eher heran. Ich versuche zum Beispiel, zunächst mit Probeaufnahmen herauszufinden, in welchem Abstand ich am besten in die Gesichter der Schauspieler hineinsehen kann. Jedes Gesicht hat einen Abstand, in dem es am ausdrucksstärksten ist. Das ist manchmal weiter weg und manchmal ist es die extreme Nahaufnahme nur der

Augen. Es ist spannend, diesen exakt richtigen Abstand herauszufinden, was später auch das Kinopublikum bemerkt.

*Bei aller Durchlässigkeit am Set haben Sie nach außen viel Durchsetzungsvermögen gezeigt: Ihr konsequenter Weg in die Männerdomäne Regie; Ihr Mut, Ihren Anti-Mafia-Film »Zeit des Zorns« 1993 ausgerechnet in Palermo zu zeigen; der Tabubruch, eine Figur wie Gudrun Ensslin auch als Mensch und nicht nur als Terroristin darzustellen. Liegt Ihre spezielle Arbeitsweise auch darin, einen Teil der dramaturgischen Arbeit den gesellschaftlichen Widersprüchen zu überlassen?*

— Ich finde es schrecklich, dass Gudrun Ensslin immer nur als Verbrecherin dargestellt wurde und nicht zusammen mit ihrer Familiengeschichte, ihrer deutschen Familiengeschichte. Ich habe sie selbst nie als Terroristin bezeichnet, in jedem Fall aber wurde sie nicht als solche geboren. Es ist doch viel interessanter, wie ein solcher Mensch entsteht. Das will ich verstehen, nicht erklären.

*Weil die Erklärung ausbleibt, wirken die Filme lange nach.*

— Ich denke, ja. Meine Zuschauer gehen nicht mit dem Gefühl aus dem Film: Jetzt habe ich es aber begriffen. Es ist nur eine Annäherung an die Widersprüche, die dann weiter in den Menschen arbeiten.

*Apropos Widersprüche, einmal sagten Sie: »Ich würde am liebsten schweigen. Aber ich habe einen Beruf, in dem ich das nicht kann«. Andererseits begehren Sie zu Recht dagegen auf, dass, nicht nur im Film, ausschließlich Männer das Sagen hatten und oft noch haben. Können Sie diesen Knoten auflösen?*

— Das mit dem Schweigen bezieht sich darauf, dass ich es müde wurde und bin, immer wieder erklären zu müssen, weshalb ich als Frau tat, was ich tat. Inhaltlich gilt das natürlich keineswegs. Ich will mich als Frau, als denkender, fühlender Mensch mitteilen.

*Ein anderer Widerspruch liegt in Ihrer Affinität zu mystischen Themen und der gleichzeitigen Bewunderung für starke, marxistische Frauen. Was haben Hildegard von Bingen und Rosa Luxemburg gemeinsam?*

— Vieles. Ich glaube, dass Hildegard gar nicht bewusst war, wie sehr sie aus eigenem Antrieb handelte und nicht etwa, weil Gott ihr da irgendetwas aufgetragen hatte. Auf der anderen Seite hatte Rosa Luxemburg eine ganz große Kraft zum Mitleiden.

*Nach all den starken Frauen – zuletzt feierte auf der Berlinale 2023 Ihr Film »Ingeborg Bachmann« Premiere –, wenn Sie doch einmal einen Film über einen Mann drehen sollten, wer wäre das?*

— Hölderlin. Der Titel meines Films »Die bleierne Zeit« ist ein Zitat aus einem seiner Gedichte. Gedichte waren mir immer sehr wichtig, ich zitiere in fast allen meinen Filmen Gedichte. Ein Aspekt, der von den Kritikern leider nie bemerkt wurde. Ihnen ging es immer nur um Politik und Feminismus.

# Redundanz

Im Alltag erleben wir immer wieder Situationen, in denen wir uns wünschen, jemand möge doch endlich auf den Punkt kommen, das Wesentliche von Unwesentlichem trennen, kurzum: uns und unser Interesse nicht missbrauchen für einen Monolog. Oft verbietet es die Höflichkeit zu unterbrechen, geschweige denn, den Raum zu verlassen. Wir lassen es dann über uns ergehen mit der Folge, dass uns womöglich Wesentliches entgeht wegen nachlassender Aufmerksamkeit.

Mediennutzer und Leserinnen im Allgemeinen sind niemals höflich. Sobald ein Dialog asynchron stattfindet, also zu unterschiedlicher Zeit gesendet und empfangen wird, entfallen die Anstandsregeln. Entscheidend ist immer und nur: Wann wird es langweilig? Und sofort ticken die Sekunden herunter, bis wir zappen, klicken, scrollen oder umblättern.

Langeweile entsteht aus drei Gründen. Zum einen kann es sein, dass Thema und vortragende Person keinerlei Bezug zum eigenen Leben haben oder herstellen können. Dann wenden wir uns ab mangels Relevanz.

Gut möglich auch, dass Thema und vortragende Person durchaus relevant wären. Doch die Art des Vortrags erzeugt keinerlei Spannung. Die Langeweile resultiert nun aus einem strukturellen Mangel, es fehlt an erzählerischen Qualitäten.

Der dritte Grund hat mit Redundanz zu tun. Es zieht sich endlos dahin, obwohl die Spannung durchaus gegeben wäre. Wie oft überblättern Lesende in Büchern viele Seiten, weil sie mit all den Details nichts anfangen können, die der Entwicklung der Story förmlich im Wege stehen. Manchmal sind die Storys so dünn, dass sie ohne derlei Details nicht den gewünschten Umfang erreichen. Manchmal geht den Erzählerinnen und Erzählern der Gaul durch und sie verlieren sich in den Verästelungen ihrer Geschichte.

Streichen Sie bitte die Metapher mit dem Gaul.

Selbst in kurzen Nachrichten kann das passieren, so in der WELT:

*Warum er nun auf völlig Unbeteiligte geschossen hat, war zunächst völlig unklar.*

*Nun? Völlig? Und noch einmal völlig?* Drei redundante Wörter, an deren Stelle jene Instanz benannt werden könnte, der dies unklar war. Platzmangel ist häufig die Ausrede für fehlende Fakten. Und das Streichen von Redundanz die Antwort:

*Warum er auf Unbeteiligte geschossen hat, wissen die Ermittler (noch) nicht.*

Redundanz ist eine Begleiterin jedes Schreibprozesses. *Überflüssige* Wörter fließen ein, weil sie eben nicht *überflüssig* sind. Sie helfen den Schreibenden, sich klarzumachen, dass alles, was da steht, schlüssig und kongruent ist. Sie helfen beim Denken, sie sind wie Gerüste bei der Konstruktion eines Texts. *Hier* und *jetzt* etwa sind übliche Verdächtige, ebenso die Zusammensetzungen mit *hier-* und *da-*. Natürlich kann man schreiben: *Dabei entdeckten sie (...)*, meist ist jedoch der Kontext so eindeutig, dass es ausreicht zu schreiben: *Sie entdeckten...*

Redundanz entsteht auch, wenn Autoren etwas zu allgemein beschreiben, um es im Folgesatz zu präzisieren:

*In München gibt es riesige Konzertsäle. Wir haben hier Konzertsäle, so groß, dass man ganz oben, wo der Block Q sich im ewigen Eis verliert, so gut wie nichts mehr hört.*

Was für ein Glück, dass der Autor im Feuilleton der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG auf den ersten der beiden Sätze verzichtete. Dass er zu Ende dachte und die Leserschaft allein seiner sehr witzigen Metapher anvertraute, anstatt eine redundante Hinführung voranzustellen. Dies ist vermutlich das

häufigste Grund für Redundanz: Dass nicht ganz zu Ende Gedachtes im Schreibprozess präzisiert werden muss, mit Adjektiven, Adverbien oder kompletten Folgesätzen.

### Juristendeutsch

Im Geschäftsleben, im Sprachgebrauch von Beraterinnen und Juristen blähen sich viele Sätze zu Molochen auf, in denen vor lauter Redundanz kaum etwas vom eigentlichen Kern erkennbar bleibt. Der Hauptsatz

*Wir vertreten Herrn Schneider*

wuchs in einem Brief eines Rechtsanwaltsbüros auf beachtliche 22 Wörter an:

*In der vorbezeichneten Angelegenheit erlauben wir uns hiermit höflich anzuzeigen, dass wir mit sofortiger Wirkung die Vertretung von Herrn Schneider übernommen haben.*

Für Redakteurin oder Redakteur liegen zwischen dem zweiten und dem ersten Satz nicht nur 18 gestrichene Wörter, sondern oft langwierige Verhandlungen mit empörten Verfassern. Um jedes Wort werden sie feilschen, es sei juristisch relevant, es diene der Satzmelodie, es vertreibe den Verdacht der Banalität.

Die Argumentation muss dann die Satzglieder einzeln abarbeiten. Wieso *mit sofortiger Wirkung*, wenn da doch steht *übernommen haben*? Wieso *höflich*, wenn daneben steht *erlauben wir uns*? Wieso *in vorbezeichneter Angelegenheit*, wenn das Schreiben einen Betreff hat und keinerlei andere Angelegenheit infrage kommt? Und so weiter. Am Ende steht vermutlich nicht: *Wir vertreten Herrn Schneider*. Aber gewiss ein Satz, der diesem näherkommt als dem Original.

## Wörterstaubsauger

In der Leseforschung häufen sich die Belege dafür, dass Lesende auf Redundanz empfindlich reagieren. Sie beginnen zu überfliegen, dann steigen sie aus. Das Wort *Text* kommt von *textus*, Gewebe, Geflecht. Das Wort *Dichtung* kommt von *Dichte*. Es lohnt sich, diese Begriffe beim Wort zu nehmen und Redundanzen zu beseitigen mit dem »Wörterstaubsauger« (Metapher mit Copyright!).

Ist ein Text fertig, entfernt der »Wörterstaubsauger« zunächst jedes *einzelne* Wort, das entfernt werden kann, ohne den Inhalt einzuschränken oder die Struktur eines Satzes zu zerstören. Je nach Autor oder Autorin bedeutet dies einen Schwund zwischen zehn und 30 Prozent. Anschließend hilft lautes Lesen, jene Stellen aufzuspüren, an denen Ausnahmen gemacht werden müssen. Meist gibt es *dafür* rhetorische Gründe, zuweilen rhythmische. Selten liegen *die Gründe* im persönlichen Stil.

Im vorigen Absatz reagierte der Wörterstaubsauger beim letzten Durchlauf noch auf die Wörter *einzelne*, *dafür* und die Wiederholung von *die Gründe*. Nach zähen Verhandlungen mit sich selbst blieb der Autor bei dieser Version. *Einzelne* unterstreicht emphatisch die Gründlichkeit des Wörterstaubsaugers. *Dafür* stellt eine engere Verbindung zum Bezugswort *Ausnahmen* her. Und die Wiederholung von *die Gründe* erzeugt einen wirkungsstärkeren Schlusssatz als das schlichte Pronomen *sie*.

Wenn Sie diese Wörter dennoch streichen würden, macht Ihnen der neue Wörterstaubsauger offenbar schon Freude.

# Adjektive und Adverbien

## Umstrittene Wortart

Die FH Münster hat wie viele andere Filmforschende, Fachzeitschriften, Filmportale eine Liste der besten Filme der Geschichte publiziert. Derlei Listen sind unweigerlich ebenso subjektiv wie die Kriterien, anhand derer sie erstellt werden. Man kann darüber streiten, ob Orson Welles' *Citizen Kane* aus dem Jahr 1941 zu Recht auf dem ersten Platz rangiert und Michael Curtiz' *Casablanca* nicht besser klassiert sein müsste als auf Platz drei.

Doch an dieser Stelle soll es nicht um die Qualität der Filme gehen, sondern um die Qualität ihrer Titel: *Citizen Kane*. *Der Pate*. *Casablanca*. *Taxi Driver*. *Psycho*. Fünf der Top Ten kommen mit maximal zwei Wörtern aus. Und nur zwei benötigen ein Adjektiv: *Manche mögen's heiß* (7) und *Wie ein wilder Stier* (10).

## Deutschlehrkräfte und Puristen

Ein Schmökern in derlei Listen hilft dabei, einen von Sprachideologie unverbauten Blick auf die Adjektive zu werfen. Über kaum eine Wortart wird in Ratgebern und Stilfibeln so erbittert gestritten. Da sind zum einen die (alten) Deutschlehrer/-innen, die beinahe jeder Schülerin und jedem Schüler noch Jahre nach dem Abschluss im Ohr klingen: »Zu jedem Hauptwort gehört ein schmückendes Adjektiv!« Generationen haben nach dieser Regel zu schreiben gelernt. Ein Glück, dass die Filmindustrie auf der Suche nach plakativen Titeln davon Abstand nahm: Der *fiese* Pate oder Das *exotische* Casablanca? Derlei Titel würden die Spannung, den Zauber zerstören, ja die Lust, sich den Film überhaupt noch anzusehen.

Auf der anderen Seite stehen die Puristen, die den Adjektiven als Wort-art generell den Kampf angesagt haben, die sich an einsilbigen Wörtern und maximal fünf Wörter langen Sätzen berauschen. Zum Glück haben sich die Filmemacher auch dieser radikalen Forderung nicht unterworfen. *Wie ein Stier* ist eben etwas anderes als *Wie ein wilder Stier*. Und Filme mit dem Titel *Der Dritte* oder *Der Hai* würden weitaus weniger Aufsehen erregen als *Der unsichtbare Dritte* (Platz 27) und *Der weiße Hai* (Platz 32). In diesen Fällen entstehen Spannung und Zauber erst durch die Adjektive, die Stiere, Haie und Menschen zu etwas Besonderem machen.

Wer titelt, und insbesondere, wer für Werbe- oder Filmplakate titelt, bekommt ein Gefühl dafür, wann Platz für Adjektive geschaffen werden muss. Niemals dienen sie dann dem bloßen Schmücken eines Nomens. *Zwei glorreiche Halunken* (Platz 79) sind nicht einfach nur Halunken. Und der *Jäger des verlorenen Schatzes* jagt nicht irgendeinen, sondern einen ganz besonderen Schatz – übrigens auch im englischen Original: *Raiders of the Lost Ark*.

## Spezifizieren und qualifizieren

Sinnvoll eingesetzte Adjektive spezifizieren, qualifizieren. Sie modellieren in gewisser Weise das Nomen, auf das sie sich beziehen. Sie wegzulassen, würde dessen Bedeutung verändern, verwässern, banalisieren. Paradoxerweise erzeugen sinnlos schmückende Adjektive exakt denselben Effekt. Auch sie banalisieren, verwässern und verändern die Aussage. Man kann es jederzeit und an jeder Textstelle erproben: Adjektive hinzufügen, wo keines ist, und sie entfernen, sobald sie auftauchen. Und dann lauschen. Was passiert gerade mit diesem Satz?

Meist überstehen vor allem die Zahlwörter diesen Test: *Der dritte Mann* (14), *Die sieben Samurai* (19), *Das siebente Siegel* (45) und ebenso die Farben. Über *King Kong und die weiße Frau* (51) gäbe es aus heutiger Sicht

inhaltlich viel zu streiten, aber eines ist unstrittig: Gerade die *weiße* Frau macht für die Regisseure und das Kinopublikum des Jahres 1933 die Begegnung zwischen Bestie und Mensch zu einer besonderen.

### Adjektive als Kommentare

Zuweilen dienen Adjektive nicht einmal dazu, Nomen zu schmücken, sondern einen Mangel an Präzision zu kaschieren, die Unfähigkeit, genau hinzusehen oder die Unfähigkeit, genau zu beschreiben. Wie groß haben sich Lesende beispielsweise eine *riesige* Halle vorzustellen? Streng genommen informiert das Adjektiv *riesig* an dieser Stelle gar nicht über die Dimensionen der Halle, sondern über das Überwältigtsein einer Person, die sie zum ersten Mal betreten hat und nun beschreiben muss. Jemand war beeindruckt. Jemand fand die Halle *riesig*. Jemand hat mit einem Adjektiv ein Gefühl kommentiert.

Im Privatleben mag das sogar funktionieren, dass einem sogleich klar wird, wie groß die Halle wirklich war. Man kennt einander, man kennt die subjektiven Maßstäbe, die sich aus einem geteilten Lebensumfeld errechnen lassen. Wer bei Amazon arbeitet, wird das Wort *riesig* vermutlich nur für Flugzeughangars verwenden. Wer tagein, tagaus in einem acht Quadratmeter großen Büro sitzt, dem reicht in der Regel eine Einfachhalle für Volleyball. Für Lesende außerhalb privater Kommunikation bedeuten derlei Adjektive allerdings, auf den Zufall setzen zu müssen. Den Zufall, dass sich die eigenen Maßstäbe mit denen von Autor oder Autorin decken.

### Vergleiche und Episoden

Es gibt ein paar wohlfeile Vergleiche, die sich auf der immerwährenden Suche nach einer Währung für Riesigkeit eingebürgert haben: das Fuß-

ballfeld und das Saarland. Beim Fußballfeld mag das sogar funktionieren, auch wenn dessen durchschnittliche, genormte Dimension von 7140 Quadratmetern vielen unbekannt ist. *Eine Halle, groß wie ein Fußballfeld* erzeugt jedenfalls eine deutlich klarere Vorstellung, als das Adjektiv *riesig* es je vermag.

Mit dem Saarland verhält es sich allerdings anders. Selbst jene, die wissen, dass das kleinste Flächenbundesland 2570 Quadratkilometer groß ist, können doch kaum etwas mit der Feststellung anfangen, etwas sei dreimal so groß wie das Saarland. Und irgendwie fehlen da einige Größeneinheiten dazwischen. In das komplette Saarland passen, Funfact, 360.000 Fußballfelder. Schlauer macht uns das nicht.

Die Lösung besteht darin, genau hinzusehen, Schritte zu zählen, die Zeit zu stoppen, die ein Gabelstapler von der Einfahrt bis zur Ausfahrt am anderen Ende unterwegs ist, nachvollziehbare Vergleiche zu ziehen, die nicht immer aus dem Sport und schon gar nicht aus der Geografie kommen müssen. Und die unbedingt gezielt gewählt und originell sein müssen, um die gewünschte Wirkung zu erzielen. *Stark wie ein Bär* ist nicht viel mehr wert als *sehr stark*, weil einem die starken Bären an allen Ecken begegnen. Generell haben die Tiere ohnehin ausgedient als Stützen für ungenaue Adjektive. Wie *flink* ist eigentlich ein Wiesel? Noch ein Funfact: Es erreicht 80 Stundenkilometer. Hatten Sie das im Sinn, als Sie jemandem letztmals attestierten, er sei *flink wie ein Wiesel*?

## Vorbild Literatur

Herausragende Schriftsteller und Schriftstellerinnen hatten und haben ein natürliches Misstrauen gegenüber solchen Formulierungen. Wer sich Zeit nimmt beim Schreiben und die Regungen der Leserschaft nicht dem Zufall überlassen möchte, schreibt nicht einfach, dass eine Bergarbeiterfamilie in einer *engen, armseligen* Stube hausen muss. Und sie oder er

wird sich hüten, ein Adjektiv wie *arm* durch den Vergleich mit einer *Kirchenmaus* retten zu wollen. Emile Zola schreibt in seinem Roman »Germinal« stattdessen:

*Jetzt beleuchtete die Kerze die viereckige, mit zwei Fenstern versehene Stube, die von drei Betten fast ganz angefüllt war. Es gab da außerdem einen Spind, einen Tisch und zwei Stühle von altem Nussholz, deren dunkler angerauchter Ton sich scharf von den hellgelb getünchten Mauern abhob. Kein weiteres Einrichtungsstück; die Kleider hingen an Nägeln.*

Sieben Adjektive und Adverbien: *viereckig, angefüllt, alt, dunkel, angeraucht, scharf, hellgelb*. Formen, Farben, Materialbeschreibungen, allein das Adverb *scharf* müsste womöglich noch einmal auf den Prüfstand. Doch *eng* und *armselig*? Das zu interpretieren, überlässt Emile Zola seiner Leserschaft. Derlei Bewertung resultiert aus präziser Beschreibung, nicht aus kommentierenden Vorgaben. Die besten Adjektive entstehen im Lesen, nicht beim Schreiben.

Aus gutem Grund haben die Gebrüder Grimm davon abgesehen zu schreiben: *Dann verschlang der grausame Wolf die hilflose Großmutter auf grausame Art und Weise*. Wölfe sind in Märchen immer grausam, Großmütter meistens hilflos. Weil sie auch noch das richtige Verb wählten, heißt der Satz in »Rotkäppchen«:

*Der Wolf drückte auf die Klinke, die Tür sprang auf, und er ging, ohne ein Wort zu sprechen, zum Bett der Großmutter und verschluckte sie.*

Wie grausam das ist, das malen sich die Kinder selbst aus. Sie haben das über Generationen hinweg so gründlich getan, dass der Wolf beinahe ausgerottet worden wäre, wegen schlechter Lobby.

## Wörterehen

Es gibt Adjektive und Adverbien, die schreibt man nicht, die schreiben sich selbst, so als läge ein geheimnisvolles Programm unter der Tastatur, das sofort zuschlägt, wenn jemand wagt, sie wegzulassen. Da staunen Sie? Auf keinen Fall: Sie staunen *nicht schlecht*.

Kaum jemand staunt mehr, im Journalismus, in der Literatur. Wenn irgendwo gestaunt wird, dann *nicht schlecht*. Den Spaß, sich zu überlegen, wie eine Skala des Staunens von *großartig staunen* bis *miserabel staunen* aussieht, hat sich offenbar niemand gemacht, sonst flöge *nicht schlecht* regelmäßig aus den Texten. Stattdessen wird es einfach nachgeplappert.

Dabei ist *staunen* ein wunderbares Verb. Im Englischen muss das Staunen eine Verbindung mit einem Hilfsverb eingehen (*to be astonished*), ebenso im Französischen (*être étonné*). Wir Deutschen aber können so etwas: *staunen*. Und vor allem Kinder können es deutlich besser als nur: *nicht schlecht*.

## Scheitern

Dies gilt auch, wiewohl es auf den ersten Blick anders erscheinen mag, für die Wörterreihe *kläglich scheitern*. Es mag sein, dass es Zeiten gab, in denen die Schattierungen des Scheiterns präziser gezeichnet wurden als heute. In denen ein Scheitern nicht unbedingt *kläglich* war und in denen man folglich unterscheiden mochte zwischen ehrenvollem, normalem und eben *kläglichem* Scheitern. Das Problem ist nicht, dass dies nicht möglich wäre. Das Problem liegt darin, dass die Wörterreihe *kläglich scheitern* in kaum einem Text geschieden wird.

Die Unsitte, starke, wirksame Nomen oder Verben durch Adjektive oder adverbiale Ergänzungen steigern zu wollen, führt in der Regel zum

gegenteiligen Effekt. Wörter verlieren an Kraft, wenn sie immer und überall relativiert werden. Wenn jedes Scheitern *kläglich* ist, gibt es kein *klägliches Scheitern* mehr. Im Jahr 1850 begann Gustave Flaubert mit seiner Sammlung solcher Wörtereien, die erst posthum unter dem Titel »Dictionnaire des Idées Reçues« erschien. Der sechste Begriff, dem er sich widmete, war *accident*, der Unfall. Dieser sei immer und überall *bedauerlich* oder *schwer*, monierte der Schriftsteller. Seither ist es eher schlimmer geworden: Unter *tragisch* geht es in den meisten Nachrichtentexten der Gegenwart nicht.

### Betroffen sein

Vorwiegend in der Politik verbreitet ist eine weitere Wörtereihe, die zu scheiden dringend geboten wäre. Wo immer Machtmenschen am Schauplatz trauriger Ereignisse auftauchen, äußern sie sich nicht nur betroffen, sondern *zutiefst betroffen*. Als gäbe es tief in ihrem Herzen eine besonders tiefe Stelle, eine, die wir Durchschnittsmenschen nicht kennen.

Was wie eine Steigerung wirken soll, ist auch hier in Wirklichkeit eine Abschwächung. Sobald eine Skala der Betroffenheit von *oberflächlich* bis *zutiefst* eingerichtet wird, ist Betroffenheit kein absoluter, eindeutiger Zustand mehr. Sie wird variabel bis hin ins nicht mehr Messbare. Das Adverb stiehlt dem Verb die Kraft.

Manchmal bestehen berechtigte Zweifel daran, dass jene, die da behaupten, *zutiefst betroffen* zu sein, tatsächlich Mitgefühl empfinden. Doch selbst dann wagt kaum jemand, die Heuchelei beim Namen zu nennen. Stattdessen muss ein reflexives Verb herhalten, die Zweifel an der Betroffenheit zu kaschieren. Ein Machtmensch *zeigte sich* zutiefst betroffen, ist dann zu lesen – als ob es um Schauspielkunst ginge.

sieben  
**Klänge und  
Rhythmus**

Was bleibt, ist der pure Klang. Es ist keine Entdeckung der Rapper/-innen, dass jeder Text, rhythmisch und akzentuiert gesprochen, seine ganz eigene Melodie erzeugt. Die Melodie kann angenehm klingen, verstörend, bedrohlich. Lyriker oder Songwriter spüren häufig zunächst den gewünschten Klang auf, ehe sie sich auf die Suche nach dem geeigneten Wort machen – und dies keineswegs nur auf Reimsuche. Sie komponieren eher, als sie texten.

Aber auch herausragende Stilisten beherrschen dieses Spiel aus Dur und Moll, aus Staccato und Glissando, sie wissen, wann die Violine erklingen sollte und wann der Paukenschlag. Es ist keine Frage der Textform, wann man auf den guten Ton achten sollte. Es ist eine Frage der Einstellung, und, bis zu einem gewissen Grad: der Musikalität.

## Der Zipferlake

Im Jahr 1974 übersetzte Christian Enzensberger ein Gedicht aus Lewis Carrolls Buch »Alice hinter den Spiegeln« ins Deutsche. Die erste Strophe lautet:

*Verdaustig wars, und glasse Wieben  
Rotterten gorkicht im Gemank;  
Gar elump war der Pluckerwank,  
Und die gabben Schweisel frieben.*

Man könnte nun einfach sagen: Dieser Text unter dem Titel »Der Zipferlake« ergibt keinen Sinn. Und doch besteht kein Zweifel, dass er Wirkung erzielt. Erstens erkennt man ihn trotz semantischer Unzulänglichkeiten als »deutsch«. Zweitens vermittelt er eine Stimmung: *Pluckerwank* fühlt sich nicht wohl, kein Wunder, es ist unangenehm kühl, drinnen und draußen. Das menschliche Gehirn lehnt die sinnlosen Wörter also nicht

einfach ab, es verhält sich im Gegenteil überaus produktiv: Es *will* Sinn erzeugen. Wenn die Semantik versagt, helfen Klänge und Rhythmus, wie beim Versuch Erwachsener, Babys zu verstehen.

Am Anfang stehen Vokale. Wer etwas eklig findet, ruft unwillkürlich *Iiih!* Wer ein Gespenst mimt, wird ein dunkles *Uuh* aus den Tiefen des Rauchs holen, wer eine Erkenntnis gewinnt, ein helles *Aaah*. Wer Schmerz empfindet, benutzt einen Diphthong, einen Doppelvokal, und ruft *Au*, als wolle er den plötzlichen Übergang von einem positiven zu einem negativen Gefühl ausdrücken.

Doch auch Konsonanten lösen Reaktionen aus. Wenn es in dem Gedicht *gorkicht rottert*, ahnt man Ungemach, würde es an derselben Stelle *dermand saldern*, man fühlte sich wohler. Harte Konsonanten wie *k, t, p* oder Frikative wie *ch* können aufwühlen, weiche wie *g, d, b* oder *w* und *s* das Gegenteil bewirken.

## Text und Melodie

Noch während die Bedeutung einzelner Wörter und die Aussage ganzer Texte bewusst werden, haben Klänge und Rhythmen längst ihre Wirkung entfaltet. Dies lässt sich auch gut nachvollziehen, wenn man Menschen zuhört, die einem unbekannte, fremde Sprachen oder Dialekte sprechen. Manche dieser Sprachen und Dialekte klingen sympathisch, andere unangenehm. Bei manchen hört man gebannt zu, bei anderen wendet man sich höflich ab.

Die Merkmale, die zu diesen Reaktionen führen, haben nichts mit den objektiven Qualitäten dieser Sprachen zu tun, sondern mit dem klanglichen Umfeld, in dem man aufgewachsen ist. Wurde in der Familie laut (Griechisch) oder leise (Samisch) gesprochen? Schnell (Spanisch) oder eher langsam (Französisch)? Klingt die Muttersprache weich (Russisch) oder hart (Finnisch)? Ist sie reich an Vokalen (Italienisch) oder gibt

# Literaturtipps

- Aristoteles (2020): Rhetorik. Stuttgart: Reclam
- Harald Beck (1992): Romananfänge. Zürich: Haffmans Verlag
- Marie-Cécile Bertau (1996): Sprachspiel Metapher. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Michael Billig (2013): Learn to Write Badly. Cambridge: Cambridge University Press
- Roy Peter Clark (2006): Writing Tools. New York: Little, Brown & Company
- Gabriele Diewald und Anja Steinhauer (2022): Handbuch geschlechtergerechte Sprache. Berlin: Dudenverlag
- Achim Elfers (Hg.) (2020): Der Anglizismen-Index. Paderborn: IFB Verlag Deutsche Sprache
- Hans-Werner Eroms (2008): Stil und Stilistik. Berlin: Erich Schmidt Verlag
- Gustave Flaubert (2004): Dictionnaire des idées reçues. Paris: Hachette
- Rudolf Flesch & A. H. Lass (1996): The Classic Guide to Better Writing. New York: Harper Collins
- Hauke Goos (2021): Schöner Schreiben. München: Deutsche Verlags-Anstalt
- Karl-Heinz Göttert (2010): Deutsch. Berlin: Ullstein

Matthias Heine (2021): *Krass – 500 Jahre deutsche Jugendsprache*. Berlin: Dudenverlag

Victor Klemperer (1996): *LTI*. Leipzig: Reclam

Katrin Kohl (2007): *Metapher*. Stuttgart: Verlag J. B. Metzler

Jurij Lotman (1973): *Die Struktur literarischer Texte*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp

Michael Maar (2022): *Die Schlange im Wolfspelz*. Hamburg: Rowohlt

Rita Mielke (2020): *Atlas der verlorenen Sprachen*. Berlin: Dudenverlag

Quintilian (1974): *Institutio oratoria X*. Stuttgart: Reclam

Uwe Pörksen (1988): *Plastikwörter*. Stuttgart: Klett-Cotta

E. A. Rauter (1978): *Vom Umgang mit Wörtern*. München: Weismann Verlag

Wolf Schneider (1986): *Deutsch für Profis*. München: Goldmann

Wolf Schneider (2006): *Deutsch!* Hamburg: Rowohlt

Michel-Rolph Trouillot (1995): *Silencing the Past*. Boston: Beacon Press

True Story Foundation (Hg.) (2022): *True Stories. Die besten Reportagen der Welt*. Bern: Puntas Reportagen AG

Marc Twain (2010): *Ein Amerikaner in Heidelberg*. Werner Pieper: Löhrbach

Frank L. Visco (1986): How To Write Good. In: Writer's Digest, Juni 1986

Elisabeth Wehling (2016): Politisches Framing. Köln: Herbert von Halem Verlag

Die an einigen Stellen zitierten Satzbeispiele aus zum Egon-Erwin-Kisch-Preis oder zum Theodor-Wolff-Preis nominierten Texten waren oder sind im Internet abrufbar. Links:

<https://www.bdzv.de/awards/theodor-wolff-preis>

<https://sternpreis.stern.de>

