

Feature / Hörspiel / Hintergrund Kultur

Dossier

**Kölner Kongress 2017 - Erzählen in den Medien
Das Geheimnis ihres Erfolgs: Storytelling
Wie sich das dokumentarische Radio in Amerika neu erfunden hat**

Von Wolfgang Schiller

Redaktion: Barbara Schäfer

Produktion: DLF 2017

Erstsendung: Freitag, 17.03.2017, 19.15 Uhr

Sprecher: Susanne Flury, Kerstin Fischer, Bettina Scholmann, Wolfgang Schiller, Axel Gottschick und Thomas Krause
Übersetzung: Rebekka Endler
Technik: Christoph Rieseberg und Jens Müller
Regie: Wolfgang Schiller

Urheberrechtlicher Hinweis

Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt und darf vom Empfänger ausschließlich zu rein privaten Zwecken genutzt werden.
Die Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Nutzung, die über den in §§ 44a bis 63a Urheberrechtsgesetz geregelten Umfang hinausgeht, ist unzulässig.

© **Deutschlandradio**

- unkorrigiertes Exemplar -

Moderation:

Erzählen in den Medien - das war das Thema des ersten Kölner Kongresses hier im Deutschlandfunk vergangenes Wochenende. Vor allem in Amerika hat das Erzählen im Radio in den vergangenen 20 Jahren einen ungeahnten Boom erlebt. Shows wie *This American Life*, *Radiolab* oder *Serial* haben auch hier in Europa längst großen Erfolg. Podcasting ist ein Geschäftsmodell geworden. Hohe Hörerzahlen und die damit verbundenen Einnahmen vor allem aus Werbung erlauben es den Audioproduzenten mit einem Budget und Aufwand Geschichten zu erzählen, wie das bisher vergleichsweise nur im Film und Fernsehen möglich war.

Wie sich das dokumentarische Erzählen vor allem aus dem Public Radio heraus zu dieser Podcast-Blüte entwickeln konnte, wie das Business funktioniert, welchen Einfluss diese Art zu erzählen - das Storytelling - hier in Europa hat - dazu gab es beim Kölner Kongress vier englischsprachige Vorträge, aus denen wir in den folgenden 40 Minuten Ausschnitte mit deutscher Übersetzung senden.

Ansage:

Das Geheimnis ihres Erfolgs: Storytelling

Wie sich das dokumentarische Radio in Amerika neu erfunden hat

Von und mit Wolfgang Schiller

Moderation:

Beginnen wir mit Luisa Beck und Avery Trufelman. Luisa Beck ist Freelancerin. Sie hat für viele Podcast-Anbieter gearbeitet: für *Reveal*, für *Coda Story* oder auch für den Architektur- und Design-Podcast *99 Percent Invisible*, der im kalifornischen Oakland produziert wird. Avery Trufelman gehört zum festen Team von *99 Percent Invisible*. Ihr Boss, der Gründer und Host der Show ist Roman Mars. Avery erzählt, wie sich das Projekt von Anfang an entwickelt hat.

O-Ton Avery Trufelman**Sprecherin 4:**

„Als er mit *99 Percent Invisible* anfang, war er in der Situation vieler Freelancer:

Wenig Geld, jede Menge Gelegenheitsjobs... Er arbeitete beim Lokalradio KLW. Und er startete diese kleine Sendung in seinem Schlafzimmer. Über Design und

Architektur, sehr kurz, nur etwa vier Minuten. Es war ein kleines Nebenprojekt. Das ist die erste Folge:

Ausschnitt erste Folge

Moderation:

Es geht um den Akustik-Designer Denis Pioletti. Er verbessert die Akustik von Gebäuden, wie der Bibliothek von San Francisco

O-Ton Avery Trufelman

Sprecherin 4:

„Es war sehr charmant. Die Menschen mochten es. Also ging er damit zu dieser Website - Kickstarter, wo Fans direkt Geld spenden können. Er hat super viel Geld auf Kickstarter gesammelt. Soviel wie niemand vor ihm für ein journalistisches Projekt.

Und dann hat er seinen ersten Mitarbeiter eingestellt. Er ist von seinem Schlafzimmer in seine Garage umgezogen und dann in ein *Shared-space*-Büro. Dann hat er mich als Praktikantin eingestellt. Und dann noch einen Mitarbeiter. Dann hat er mich Vollzeit eingestellt und dann noch mehr Leute und jetzt haben wir ein Büro in *downtown* Oakland. Die Zuhörer wurden mehr, vor allem nach *Serial*. Wir wurden auf *Radiolab* gefeatured, das hat uns noch bekannter gemacht. Und je mehr Menschen wir erreicht haben, je mehr Geld wir damit verdient haben, desto mehr Freiheiten hatten wir - auch wenn es darum ging, zu bestimmen, was Design eigentlich ist. Wir erzählen von Feuerleitern und, ja auch kleine Teile von Frank Lloyd Wright, aber das hier zum Beispiel ist eine Geschichte, die ich über Glückskekse gemacht:

Ausschnitt Sendung Glückskekse

Roman Mars:

„*This is 99% Invisible, I am Roman Mars....*“

Sprecher 2:

„Es war die Nacht zum 30. März 2005 und im PowerBall-Jackpot waren 25 Millionen Dollar. Im Fernsehen rollten die weißen Pingpong-Kugeln und der Moderator verkündete die Gewinnzahlen...“

Avery Trufelman:

„22, 28, 30, 32. 33, 39 and your Powerball is 42.“

Roman Mars:

„That's producer Avery Trufelman.“

Sprecherin 4:

„Es gab einen Gewinner in Tennessee. Aber so wie diese Ziehungen funktionieren, gibt es auch zweite Plätze, für Spieler, die alle Nummern bis auf eine richtig haben. Normalerweise sind das drei oder vier.“

Sprecher 2:

Aber an diesem 30. März 2015 gab es 110.

Sprecherin 3:

War es ein Computerfehler, hat jemand das System gehackt?

Avery Trufelman:

„This is journalist Jennifer Edgley.“

Sprecherin 3:

„Lotterie-Beamte in Panik - da war was faul.“

Sprecher 2:

„Als die Gewinner ihren Gewinn abholten, wurden sie gefragt:“

Sprecherin 3

„Woher haben Sie Ihre Zahlen?“

Sprecherin 4:

„Alle hatten die Zahlen aus einem Glückskeks.“

O-Ton Avery Trufelman**Sprecherin 4:**

„Für diese Geschichte habe ich einige Fabriken besucht, die die Glückskekse herstellen. ...Es war wirklich cool und ja, wieso kann ich das einfach machen? Woher kommt unser Geld? Gute Frage.“

Moderation:

Das Geld für Podcasts kommt, wie Avery und Luisa dann erklären, aus vielen Quellen: Crowdfunding, Stiftungsgelder. Manche versuchen es mit *pay walls*, oder machen PR-Produktionen für Firmen. Das meiste Geld aber kommt durch Werbung, die der Host, also der Moderator, selbst vorträgt.

Eigentlich ist die Produktion eines Podcasts nicht teuer. Die notwendige Technik steckt heute in jedem Smartphone. Aber:

O-Ton Avery Trufelman**Sprecherin 4:**

„24% der Amerikaner hören Podcasts. 10 Millionen mehr als noch vor einem Jahr. Und obwohl jeder einen Podcast machen kann, ist es ziemlich schwer, Hörer zu bekommen. Die Zahl an Podcasts, die ein Amerikaner im Durchschnitt abonniert, ist sechs.“

Moderation:

Wer erfolgreich sein will, braucht vor allem: Zeit. Zeit und Manpower. Im Team von *99 Percent Invisible* sind inzwischen acht feste Mitarbeiter. Dazu kommen eine Reihe freier Autoren. Die Produktion einer Episode von etwa 20 Minuten dauert mindestens einen, meistens zwei Monate. Damit erreicht der Podcast, der jeden Dienstag erscheint, regelmäßig eine Million Hörer.

Gimlet, ein viel größerer Player, der viele verschiedene Podcasts anbietet, hat 60 Mitarbeiter und betreibt noch einen viel größeren Aufwand. Luisa Beck:

O-Ton Luisa Beck**Sprecherin 3:**

„Sie schließen Verträge mit Freelancern und wir haben Audrey, unsere Freundin dort, gefragt, wie lange es dauert eine Idee für einen Podcast zu entwickeln.“

O-Ton Audrey**Sprecherin 4:**

„Wir sind hier in der glücklichen Lage, dass wir wirklich lange auf etwas herumbrüten können. Der letzte Podcast, an dem ich mitarbeiten durfte, wurde am Ende eine Serie mit fünf Folgen, jede etwas über eine Stunde. Also richtig viel in einer Episode. Aber die Entwicklung dauerte auch über ein Jahr - mit fünf Leuten im Team für etwa sechs Monate.“

O-Ton Luisa Beck**Sprecherin 3:**

„Gimlet ist also ein Startup. Sie haben Investorengelder und können sich solche Produktionszeiträume leisten.“

Moderation:

Auch viele Medien- und Newshäuser wie die New York Times oder Washington Post investieren in Podcasts Die spannende Frage für Luisa und Avery: Wird Podcast, wenn das so weitergeht, irgendwann Mainstream?

O-Ton Avery Trufelman**Sprecherin 4:**

„Ich habe mit meinem Freund Nick Quah gesprochen, der den Newsletter *Hotpod* schreibt - ein Newsletter rund um Podcasts und das Geschäft damit. Ich habe ihn nach der Zukunft von Podcasts gefragt. Und er meinte: ‚Alle wollen, dass es wie Hollywood aussieht. Alle wollen, dass Podcasts Mainstream werden, so dass man Werbung dafür auf Bussen sieht, und alle sich darüber unterhalten, was für einen Podcast sie am Wochenende hören. Dass es Mainstream wird, wie Hollywood.‘

Aber es ist auch eine Zukunft denkbar, die eher funktioniert wie die Welt von Comics. Da gibt es wenige, sehr engagierte Menschen, die Comicbücher verschlingen und zu

Comictreffen gehen. Und die Massenkultur bedient sich da und macht aus Comics Filme oder andere Produkte. Comics inspirieren also die Massenkultur, ohne notwendigerweise Teil davon zu sein. Also: Wird Podcast Mainstream-Kultur werden, oder Mainstream-Kultur beeinflussen?“

Moderation:

Ob Podcasts nun schon hollywoodreif sind oder nicht. Der Weg dahin war lang. John Biewen war eingeladen, einen Überblick zu geben, wie sich das dokumentarische Erzählen im Radio der USA entwickelt hat. Biewen war lange Jahre Reporter für das National Public Radio und für die BBC. Inzwischen lehrt er an der Duke University in North Carolina am Center for Documentary Studies und ist Herausgeber von *Reality Radio*, einem Sammelband von Essays der aktuell wichtigsten englischsprachigen Radio-Erzähler. Außerdem produziert er einen wöchentlichen Podcast *Scene on Radio*.

O-Ton John Biewen

Sprecher 1:

„Am Anfang, also während des ersten goldenen Radiozeitalters, hörte sich die amerikanische Radio-Dokumentation etwa so an:“

Ausschnitt aus *We Hold These Truths*

Sprecher 2:

„Dies ist ein Programm, über das Versprechen, das gemacht wurde und das Halten dieses Versprechens. Dies ist ein Programm über die Rechte der Menschen. Dies ist ein Programm, welches den Weg zu Ihnen nach Hause findet über die Rundfunkanstalten der Vereinigten Staaten. Die Stimmen Amerikas...“

O-Ton John Biewen

Sprecher 1:

„Das ist also der Anfang von *We Hold These Truths* von 1941, geschrieben vom legendären Norman Corwin. Das Programm war von der US-Regierung in Auftrag gegeben worden, zum 150. Jahrestag der Erklärung der Grundrechte, der zufällig mit dem Zweiten Weltkrieg zusammenfiel, in dem die Demokratie auf dem Spiel stand.

Nebenbei bemerkt ist es ziemlich seltsam und auch sehr verstörend, hier eine 75 Jahre alte Hommage an die Amerikanische Demokratie zu spielen in einer Zeit, in der die Demokratie von ihrer eigenen Führung bedroht wird, wie nie zuvor.

Man betrachte in "We Hold These Truths" diese hochpolierte, „Lass uns ne Show abliefern“-Präsentation des Ganzen, diese geschwollene Sprache, diese Gott-Vater-Stimme, die Orchestermusik. Das ist Radio als Showbusiness. Es wurde komplett im Studio produziert und von dem Schauspieler Jimmy Stewart vorgetragen.

Ausschnitt aus *We Hold These Truths*, Jimmy Stewart

Sprecher 2:

„Sie setzten sich in einen zugigen Saal in New York City. Erst sind sie noch mit allem möglichen beschäftigt. Aber Madison, er steht auf für die Bill of Rights. Zur gleichen Zeit bauen Zimmermänner die Federal Hall um, erweitern sie, die Regierung braucht mehr Platz, die Delegierten, alle 55, arbeiten trotz des Baulärms an ihrem eigenen Anbau der Verfassung. Sie arbeiten an der Bill of Rights.“

O-Ton John Biewen

Sprecher 1

„Es ist also so eine Art Radiodrama und es basiert zum Teil auf wahren Begebenheiten. Erzählt wird hier die Geschichte der Entstehung der Bill of Rights um 1780. Es gibt also Elemente einer historischen Dokumentation und es spannt einen Bogen zur Stimmung der Amerikaner 1941. So ist der Höhepunkt der Sendung eine Reihe von Zitaten von Bürgern: Ein Verkäufer, ein Fabrikarbeiter, eine Mutter, ein Kirchgänger, ein ‚Okie‘, also ein armer Mann aus Oklahoma. Aber ihre Worte waren offenkundig von Corwin selbst geschrieben und von Hollywood-Schauspielern gelesen.“

We Hold These Truths war brillantes Radio, Norman Corwin war ein Genie, aber sein Ansatz und sein Ton hat nichts mehr mit dem zu tun, was wir heute als nicht-fiktives, öffentliches Radio und Podcast in den USA machen. Welche amerikanische Realität vor Ort die Show wie auch immer vermitteln wollte - sie war verpackt in Schichten von Künstlichkeit und Performance.

Wir sind weit gekommen seit 1941. Vor allem in den letzten 20, 30 Jahren ist das nicht-fiktionale Radio in den USA immer informeller und transparenter geworden. Und das zusammen mit der Wiederentdeckung von Storytelling, als Gegensatz oder als Ergänzung zu an Themen orientiertem Journalismus, hat dazu geführt, dass wir uns nun im zweiten goldenen Zeitalter des Radios befinden. Und damit meine ich auch Podcasts

Ich will heute an ein paar Beispielen zeigen, wie Radiomacher in den letzten Jahren den Vorhang immer weiter beiseite gezogen haben oder - mit einer anderen Theatermetapher gesprochen - Löcher in die ‚vierte Wand‘ geschlagen haben. Wie Sie sehen können, bin ich alt genug, um mehrere Jahrzehnte Radiogeschichte erlebt zu haben. Ich nehme mich also jetzt mal selbst als Beispiel. Das bin ich vor 20 Jahren 1997 als Rocky Mountain Reporter für National Public Radio News. Es ist der Anfang eines siebenminütigen Stücks für NPRs *Morning Edition*. Es geht um eine Kontroverse, wie amerikanische Geschichte in einer Highschool in New Mexico unterrichtet werden soll.“

Ausschnitt aus der Sendung, Biewen und Patsy

Sprecher 1:

„Die Autos vom Highway 60 bremsen kaum ab, wenn sie Vaughn, New Mexico erreichen. Eine schrumpfende Ortschaft, 700 Einwohner, 100 Meilen östlich von Albuquerque hat mehr verrammelte Häuser und Ladenlokale als üblich. Nadine und Patsy Kordowa haben mehr als 10 Jahre an der kleinen Junior- und Senior Highschool unterrichtet. Beide unbestritten gute Lehrerinnen. Aber Patsy Kordowa sagte, sie müsse etwas anderes probieren als den traditionellen Lehrplan. Die meisten ihrer Schüler seien arm und schnitten schlecht bei standardisierten Tests ab.“

Sprecherin 3:

„Fast alle unsere Schüler erreichen weniger als die 30, 40 Prozent-Marke der ITBS Tests. Etwas läuft da falsch. In der ganzen Schule.“

O-Ton Biewen

Sprecher 1:

„Ich beginne mit dem oberflächlichsten Einsatz von Geräusch, den man sich nur vorstellen kann: Mit einem vorbeifahrenden Auto. - Nicht auf irgendeinem Highway, glauben Sie mir, es ist genau dieser Highway in New Mexico. So wie ich das an vielen Highways und Mainstreets gemacht habe für den Anfang eines Beitrags. Dann nehme ich den Zuhörer an die Hand und berichte die Eckdaten der Geschichte in konventioneller Nachrichtensprache. Mit einer sehr autoritären, gefühllosen Reporterstimme. Ich stehe außerhalb der Geschichte und zeige auf sie. Kurze O-Töne der Leute, die ich aufgenommen habe, in den Kontext gesetzt. Sie kennen das: sehr NPR, sehr BBC News, sehr Deutschlandfunk?

Daran ist nichts verkehrt - für das, was diese Programme leisten: schnell und direkt informieren. Es ist sehr effizient. Ich verstehe, warum wir es seit Jahrzehnten so machen, und warum NPR-Shows sich bis heute so anhören.

Es ist völlig anders als das Programm von Norman Corwin, 1941. Kein Orchester mehr, keine Schauspieler. Es ist weniger formal, und es gibt einen direkteren Bezug zwischen dem Ereignis, das in der Welt passiert ist - in diesem Fall ein Rechtsstreit in einer kleinen Stadt - und dem Radiostück darüber. Aber die Regeln für seinen Aufbau und seinen Ton sind immer noch sehr streng.

Tatsächlich habe ich mich in diesem Stück über diese Regeln hinweggesetzt. Ich habe es geschrieben und produziert im Westen in den Rocky Mountains, und meine Redakteurin in Washington hat es abgenommen. Um vier Uhr morgens an dem Tag an dem es ausgestrahlt werden sollte, ruft die leitende Redakteurin der Frühsendung meine Redakteurin zu Hause an... weckt sie... und sagt, dass es ein Problem mit dem Biewen-Stück gibt.

Was war das Problem? Ich hatte den gleichen O-Ton zweimal benutzt. Natürlich war das keine Überraschung, sondern Absicht. Meine Redakteurin wusste Bescheid. Es war so:

Die Lehrerin in diesem Stück, die von der Schule gefeuert worden war, weil sie mexikanisch-amerikanische Geschichte auf ihre Weise unterrichten wollte, hatte mir etwas darüber erzählt, warum sie es wichtig fand, dass ihre Latino-Schüler etwas von den Kämpfen der mexikanisch-stämmigen Amerikaner erfahren sollten.

Ich habe den 25-Sekunden-O-Ton am Anfang gebracht und dann ein paar Minuten später nochmal einen Teil davon.“

O-Ton Patsy: aus der Sendung

O-Ton Biewen

Sprecher 1:

„Ich hielt das nicht für einen wahnsinnig innovativen Einfall. Die verantwortliche Redakteurin des Programms aber überlegte ernsthaft, das Stück deswegen nicht zu bringen. Sie sagte zu meiner Redakteurin, der zentralen Inlandsredakteurin, ‚So etwas machen wir nicht.‘ Das Stück wurde trotzdem gesendet. Sie dachten, dass sie mich nicht mitten in der Nacht wecken könnten, damit ich es ändere. Aber die Programm-Redakteurin war genervt, und für sie war ‚So etwas machen wir nicht‘ Erklärung genug.

Moderation:

John Biewen beim Kölner Kongress über die Anfänge des Dokumentarischen Radios in Amerika. Außerhalb des NPR-Newsrooms gab es schon in den späten ‘70er-Jahren Ansätze für freieres Erzählen. Biewen nennt die O-Ton-Collagen der Kitchen Sisters oder Storyteller wie Jay Alison und Scott Carrier. Aber alle deren Stücke mussten sich irgendwie in den Ablauf von Newsshows einfügen. Das änderte sich erst 1995, als Ira Glass mit *This American Life* auf Sendung ging:

O-Ton Biewen

Sprecher 1:

„Das ist der Anfang der allerersten Show. Erinnern Sie sich, wo wir herkommen ...“

Opening This American Life 1995

O-Ton Ira Glass 1995

Sprecher 2:

„Das Schöne an einer ganz neuen Sendung ist diese gegenseitig Anonymität. Niemand weiß, was er von dir zu erwarten hat. Dieser Mann wusste nichts von uns. Ok, wir sind jetzt etwas über eine Minute...eine Minute und fünf auf Sendung. Und jetzt erstreckt sie sich vor uns... eine perfekte Zukunft, die nur noch eintreten muss. Eine unberührte kleine Welt, ein kleines Baby, das das Licht der Welt erblickt, keine Narben, nichts. Und niemand, der mich gerade hört und denkt ‚Ach ja, weißt du noch, früher, als diese Sendung noch gut war...‘ ich habe diese Show nie verpasst, ... damals als sie noch gut war, bevor, sie ‚populär‘ wurde, ‚als sie noch gut war‘ ...“

O-Ton Biewen

Sprecher 1:

„Es ist nicht nur dieses Informelle, womit sich *This American Life* abgehoben hat, sondern auch dieses nie dagewesene selbst-referentielle Element. Ira macht nicht nur eine Show, er lässt dich auch noch wissen, dass er weiß, dass du weißt, dass er eine Show macht.

Er macht die Türen zum Studio auf und lädt uns alle ein. Das was man da als erstes hört, ist der Anfang seines Interviews mit Frank, das in jeder anderen Sendung auf dem Boden des Schnittraums gelandet wäre.

Dann hat die Sendung natürlich einfach Geschichten erzählt - einfach darüber, wie es ist, am Leben zu sein. Lustige Geschichten, traurige Geschichten, berührende Geschichten, die nichts mit aktuellen Nachrichten oder Politik zu tun hatten. Nicht nur als die gelegentliche Unterbrechung des Aktuellen, eingeklemmt in die NPR-Shows, sondern als das Wesentliche der Sendung.

Wir spulen etwa zehn Jahre vor, *Radiolab* besteht in seiner gegenwärtigen Form etwa seit 2004 und hat die Dinge noch weiter getrieben. Ira Glass hat ein Talent so zu klingen, als würde er frei sprechen, aber in Wahrheit liest er ein Skript.

Bei *Radiolab* skizzieren die Moderatoren, Jad Abumrad und Robert Krulwich, die wichtigsten Punkte, die sie in ihrem Gespräch ansprechen wollen. Dann gehen sie ins Studio und improvisieren den Rest. Sie performen die Erzählung als Gespräch,

zur Not auch mehrmals - so lange, bis sie mit dem Ergebnis zufrieden sind, und verbinden so Planung und Spontanität.

Interessanterweise bewegt sich Radiolab in zwei Richtungen gleichzeitig - einerseits noch weiter weg von Norman Corwin, aber auch irgendwie wieder hin zu dieser Ära. Die aufwendigen Vertonungen, der hohe Produktionsaufwand: Radiolab macht zweifellos eine Show. Es ist hoch konfektioniert. Gleichzeitig nimmt Jad einen mit hinter die Kulissen, falls nötig, und dann wieder mit ins Studio. Hören Sie, wie diese Interviewpartnerin vorgestellt wird...“

O-Ton Radiolab

O-Ton Biewen

Sprecher 1:

„*Radiolab* also bringt immer wieder Menschen auf die Bühne, indem sie die Aufnahme vom Soundcheck benutzen. Irgendeine Version von ‚Pum pum pum - geht das Mikro?‘ Es ist also eine hochaufwändige, polierte Radioproduktion, aber da hinein gemischt ist das Geräusch des Radiomachens selbst.“

Moderation:

John Biewen nennt weitere Meilensteine der Radio- und Podcastgeschichte. Der wichtigste in jüngster Zeit natürlich: *Serial* von Sara Koenig und July Snyder

O-Ton Biewen

Sprecher 1:

„Man hat viel darüber gesprochen über die Serialisierung und über die True-Crime-Wer war es?-Qualität der Serie. Aber ich weiß, dass Sara und die Produzentin der Show July Snyder, überzeugt davon sind, dass die Show vor allem deshalb ein solcher Erfolg wurde wegen Sara und der Art und Weise, wie sie sich selbst positioniert hat. Man kann darüber diskutieren, ob es nicht doch vor allem die Geschichte zwischen Adnan Syed und Hae Min Lee und dieser obskure 16 Jahre alte Mord waren, aber es war zumindest in Ergänzung dazu Saras besessene Suche nach einer Antwort darauf, was da passiert ist. Und das ist nur passiert, weil July Sara dazu gedrängt hat: ‚Deine Besessenheit, deine gemischten Gefühle, die sich

ständig ändern – mach‘ das zum Teil der Show, anstatt es wegzulassen.‘ Und Sara hat sich erst gesträubt, bevor sie gesehen hat, ok, so kann man das machen. Und das hat uns mehr als alles andere mitgerissen.“

Moderation:

Schon vor *Serial* sind die Hörerzahlen von Podcasts stetig gewachsen, aber mit *Serial* sind sie durch die Decke gegangen. John Biewen sieht keinen prinzipiellen Unterschied zwischen Podcasts und Radioshows.

O-Ton Biewen

Sprecher 1:

„Das ist es, was Podcasts verändert haben: Sie haben uns - die übrigen - befreit. Alle, die nicht Ira Glass, Jad Abumrad oder Glynn Washington sind und keine wöchentliche, nationale Stundensendung als ihre Spielwiese haben. Podcasts haben vielen Menschen eine Spielwiese gegeben. Die Möglichkeit, unsere eigenen Regeln aufzustellen und die zu brechen, mit denen wir früher konfrontiert waren, als wir unsere Sachen an eines der wenigen Radioprogramme verkaufen wollten.“

Moderation:

Soweit John Biewen über die Geschichte des amerikanischen *documentary radios* von den '40er-Jahren bis heute.

Innes Bowen arbeitet für die BBC. Lange Jahre war sie Redakteurin für investigative Radiosendungen auf Radio 5live oder für Radio 4. In ihrem Vortrag ging sie darauf ein, wie Storytelling und Investigativer Journalismus oft nicht so einfach zusammengehen, gerade unter den Bedingungen einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt wie der BBC.

O-Ton Innes Bowen

Sprecherin 4:

„Wir hier in der BBC und in meiner Abteilung Current Affairs im Radio sind sehr stark beeinflusst worden von *This American Life* und von *Serial*. Sehr direkt beeinflusst sogar, denn für einige Jahre hatten wir immer wieder Leute von *This American Life* hier bei uns, die Workshops mit uns gemacht haben und mit uns am Storytelling

gearbeitet haben. Und ich bin mir sicher, Sie alle hier kennen das spätestens am Ende dieses Tages. Sie fangen damit an: Was steht auf dem Spiel - Welche Geheimnisse gibt es drum herum - Welche Hürden gilt es zu überwinden - Wenn es keinen Spannungsbogen gibt, machen sie es nicht. Und sie suchen nach der Pointe für den Schluss. Ich kenne das alles. Aber ich glaube auch an den investigativen Journalismus, und dass man bestimmte Geschichten erzählen muss, weil das im öffentlichen Interesse ist.

Die Recherche, über die ich heute sprechen möchte, war für eine Sendung mit dem Titel *Die Deobandis*. Sie haben wahrscheinlich noch nie von den Deobandis gehört, und so ging es den meisten Menschen in Großbritannien auch, bis letztes Jahr. Die Deobandis sind das größte islamische Netzwerk in Großbritannien, es gibt etwa 1.500 Moscheen im Land, und sie kontrollieren etwa 40 Prozent von ihnen. Ich bin auf sie gestoßen, weil ich ein Buch darüber geschrieben habe, wer die Moscheen in England leitet. Und während meiner Recherche hatte ich Gerüchte darüber gehört, dass führende Köpfe der Deobandi Gemeinschaft hier, direkte Verbindungen zu bewaffneten Gruppierungen in Pakistan haben. Das war ein richtiger Schock für mich. Ich hatte nicht vor, ein Buch über Terrorismus zu schreiben, ich wollte ein Buch über den Mainstream-Islam in Großbritannien schreiben. Es war also eine Sache mit der ich damals ganz alleine war.

Aber als das Buch erschien, nahm dieser Mann Kontakt zu mir auf: Sajid Iqbal. Er arbeitet auch für die BBC. Er ist eigentlich aus Pakistan, und zu der Zeit war er der Pakistan-Analyst der BBC. Auch er hatte diese Gerüchte gehört, aber er wollte ganz anders an Geschichte herangehen als ich. Er sagte also: ‚Kann ich nicht für vier Wochen in deine Abteilung kommen und schauen, ob wir mit der Geschichte weiter kommen.‘ Ich habe also meinen Chef überredet, Sajid für vier Wochen zu bezahlen. Und nach zwei Wochen hatte er einen wichtigen Durchbruch: Er entdeckte, dass jemand alle Magazine der bewaffneten Milizen in Pakistan über mehrere Jahrzehnte gesammelt und archiviert hatte. Sie sind alle auf Urdu, veröffentlicht in Pakistan. Und nach dem Inhalt zu urteilen, haben die nie damit gerechnet hat, dass das jemand von der BBC viele Jahre später mal lesen würde. Das war für uns der wirklich aufregende Moment, als er an diese Magazine kam.

Dieses Magazin hier wurde von einem Mann veröffentlicht, der immer noch einer der wichtigsten Terroristenführer Pakistans ist. Ein Typ namens Masood Azhar. Und in diesem Magazin erzählt er von seiner Reise durch Großbritannien im Jahr 1993. Es enthält sehr viele Details, die Namen der Menschen, die er getroffen hat, die Moscheen, in denen er gepredigt hat. Und was für uns wirklich erstaunlich war: Er hat sich mit Leuten der obersten Ebene der Deobandi-Bewegung getroffen. Er hat sogar im bedeutendsten Islamischen Seminar gepredigt.

Und Sajid hat auch noch Aufnahmen dieser Tour im Internet gefunden. Es ist schon unglaublich, dass diese Geschichte die ganze Zeit unentdeckt da lag. Die Texte waren in Urdu und auf einer versteckten Seite.

Es war ganz offensichtlich eine Tour, um Leute zu überzeugen, sich dem Dschihad anzuschließen, in dschihadistische Trainingslager zu gehen und Geld zu sammeln. Und der Grund, warum das für uns so bedeutsam war ist, dass etwa die Hälfte der Anschlagpläne in Großbritannien vor der Zeit des IS irgendeine Verwicklung mit diesem Typen und seiner Gruppierung hatten. Also zum Beispiel der ‚Airline Bomb Plot‘ - warum Sie heute im Flugzeug keine Flüssigkeit mehr mitnehmen können: Weil ein paar britische Typen vorhatten Flüssigkeiten zu vermischen und Sprengstoff herzustellen auf einem transatlantischen Flug - das war ein Plan dieser Gruppe.“

Moderation:

Eine spannende Geschichte, aber bis dahin hatten Innes und Sajid nur Dokumente. Sie suchten Beteiligte und Augenzeugen, aber niemand wollte ein Interview geben.

O-Ton Bowen

Sprecherin 4:

„Wir mussten einen Kompromiss finden. Wir konnten einen Moderator gewinnen, Owen Bennett Jones. Er ist der ehemalige Korrespondent für Pakistan. Und der Grund, warum weder Sajid, noch ich unsere Recherche selbst präsentiert haben, ist der, dass wir den besten Sendeplatz für unsere Geschichte bekommen haben und... Wir haben einfach nicht die richtigen Stimmen dafür ... Und das ist schon eine ziemlich unangenehme Sache.

Aber Owen Bennett Jones ist ein hervorragender Moderator, und so mussten wir das nun mal machen, um diesen Teil der Sendung zu erzählen: Owen interviewt Sajid.“

Ausschnitt aus der Sendung, Interview Bennett Jones/Iqbal

Moderation:

Innes Bowen und Sajid Iqbal finden zwei weitere brisante Geschichten: Ein Undercover-Agent des Geheimdienstes, der sich als Dschihadist ausgibt und als solcher in hochrangigen Deobandi-Kreisen weiterempfohlen wird. Und die Geschichte eines bekannten Geistlichen, der öffentlich als gemäßiger Muslim im interreligiösen Dialog aktiv ist und eine renommierte Wohltätigkeitsorganisation vertritt. In dessen Moschee allerdings auf Flugblättern dazu aufgerufen wird, Anhänger einer islamischen Sekte, der sogenannten Ahmadis, zu töten.

O-Ton Bowen

Sprecherin 4:

„Wir haben diese drei Geschichten in eine Sendung gequetscht. Das Stück wurde als großer Erfolg gefeiert. Journalistisch. Es war auf dem besten Sendeplatz des Senders. Die Hörer haben es sehr positiv bewertet. Aber - es passt nicht in das Schema der Regeln von *Serial*, *This American Life* oder dem nordischen Storytelling. Und das liegt vor allem daran, dass wir innerhalb vieler Zwänge gearbeitet haben. Ich meine, es war schon sehr gut gemacht. Aber wenn wir nicht für eine Rundfunkanstalt gearbeitet hätten und aus dieser Geschichte alles Mögliche hätten machen können, dann denke ich, hätten wir die Geschichte der Recherche erzählt. Irgendwie. Aber - Sie haben Sajids Akzent gehört, und verstehen Sie mich nicht falsch, aber er hat nicht den richtigen Akzent, um eine lange, mehrteilige Serie zu tragen.

Sie erinnern sich noch an diesen altmodischen, amerikanischen Ausschnitt, mit dem John seine Präsentation begonnen hat? Von einem Schauspieler vorgelesen. Ich weiß, dass Sie in Deutschland häufig Features haben, die von Schauspielern gelesen werden. Das wusste ich nicht, bevor ich beim Prix Europa war und ehrlich gesagt war ich schockiert. Um es mit den Worten von Johns früherem Redakteur zu sagen: ‚Wir machen sowas nicht.‘ Und ich habe gedacht. Wir legen so einen großen

Fokus auf den Journalisten, der durch die Recherche leitet. Wie kann man dann ein geskriptetes Stück einen Schauspieler machen lassen?

Und dann habe ich weiter darüber nachgedacht. Und ich dachte: Ein Weg, wie wir das mit den Deobandis erzählen könnten und gleichzeitig die Recherchegeschichte dahinter - denn für mich ist das die eigentliche Story - Sajids Abenteuer -, wäre vielleicht, einen Dramaturgen wie Peter Jukes mit an Bord zu holen, der eine Serie über die Ermittlungs- und Recherchearbeit schreibt und dann noch einen Schauspieler kommen zu lassen, um das zu lesen. Es ist also seltsamerweise so, dass mich diese Reise zurückgeführt hat, in das Amerika der 1950er-Jahre und gleichzeitig zu einem Cutting Edge Podcast. Und Ich bin überzeugt, ich werde keine Chance kriegen, das jemals so für die BBC zu machen.“

Moderation:

Aber Innes Bowen und Sajid Iqbal denken über eine Art Audiobook nach, das sich mit einem privaten Anbieter realisieren ließe.

O-Ton Bowen

Sprecherin 4:

„Und deshalb denke ich, dass es, außerhalb unserer konventionellen Sender und Zeitungen, eine große Zukunft für aufwendigen investigativen Journalismus in Text und Audio gibt. Das macht mir Hoffnung. Ich bräuchte nur mehr Zeit, um das zusätzlich zu meinem neuen Job hinzukriegen.“

Moderation:

Innes Bowen wird ab Mai vom Radio zum Fernsehen wechseln - als Redakteurin für investigative Recherchen der Sendung *Newsnight*.

Während sich Innes Bowen also die Frage stellt, ob sich nicht manche Geschichte jenseits der noch recht gut ausgestatteten öffentlich-rechtlichen Sender besser erzählen ließe, stellt sich die Frage für Tim Hinman nicht mehr. Der Engländer lebt seit 20 Jahren in Kopenhagen. Lange arbeitete er für den dänischen Rundfunk als Produzent und Redakteur für Features und Hörspiele. 2007 gab es einen großen Einschnitt:

O-Ton Tim Hinman**Sprecher 2:**

„Das Budget wurde neu verteilt und alle dokumentarischen Radioformate wurden eingestellt. Über Nacht, von einem Tag auf den anderen. 450 Menschen wurden entlassen. Features, Dokumentationen waren bis dahin sehr angesehen in Dänemark, es gab eine lange Tradition, eine Produktionstradition des skandinavischen Features. Und plötzlich standen wir da, ohne Arbeit. Und einige von uns, also die jüngeren von uns, haben angefangen, sich zu engagieren und an der öffentlichen Debatte teilzunehmen, und sie haben dieses Projekt *Third Ear* gestartet.

Das ist jetzt acht Jahre her und wir sind uns recht sicher, dass wir jeden einzelnen Hörer mit Vor- und Nachnamen kannten, der unsere erste Folge runtergeladen hat. Wenn wir einfach die Fenster des Studios aufgemacht hätten und unseren Podcast abgespielt, hätten wir bestimmt mehr Leute dafür begeistern können.

Es fing also als Podcast an. Und als wir versucht haben, an eine Finanzierung für unseren Podcast zu kommen - man erinnere sich, vor acht Jahren gab es kein iPhone, kein iPad, niemand kannte das. Ich wusste, was Podcasts sind, aber unseren Geldgebern mussten wir erklären: Es ist wie eine Radiosendung, aber es ist nicht im Radio. Immer wieder ...

Unser Stil: das ist einfach. Lange und aufwendige Produktionen. Vor acht Jahren haben uns alle erzählt, dass insbesondere junge Menschen etwas brauchen, dass weniger als 30 Sekunden lang ist. Wir haben ihnen etwas gegeben, das mehr als 60 Minuten lang war.

Wir haben immer einen sehr hohen Standard und wir lassen uns nicht reinreden. Wir hätten beispielsweise mit all den Geldern, die wir im Laufe der Jahre erhalten haben, locker wöchentliche oder sogar tägliche Podcasts herausbringen können. Statt dessen haben wir wenige Produktionen herausgebracht, an denen wir sehr lange gearbeitet haben. Unsere Geschichten funktionieren. Wir haben Hörer. Und wir haben Finanzierungen, hin und wieder. Vor kurzem haben wir einen Vertrag mit

dieser Zeitung, *Politiken*, geschlossen, der auflagenstärksten Großformat-Zeitung in Dänemark.

Die Geschichten, die wir für die Zeitung erzählen, reichen von eher frivolen bis hin zu super ernstesten Geschichten. Dies hier ist eher so eine ernste Geschichte über einen jungen Dänen, der nach Syrien gegangen ist, um ein IS-Kämpfer zu werden. Er ist recht schnell in Syrien in die Luft gejagt worden.

Dies hier ist eine weitere Geschichte, die wir gemacht haben, eher leichtere Kost, könnte man sagen, über das Leben auf dem Mars. Mit aufwendigen Illustrationen, ein Vierteiler. Das war die Premiere von der *Mars-Show*, 1.001 Menschen, wir haben jeden einzelnen gezählt. Das war im größten Kino Kopenhagens, im Imperial. Wir haben also einen super krassen Surround Sound Mix von unserem Zweieinhalbstunden-Podcast gemacht und Menschen haben tatsächlich Geld bezahlt, um sich das anzuhören. Das war in 20 Stunden ausverkauft. Das war vor zwei Jahren, zu der Zeit, als Podcasting plötzlich super super hip wurde.“

Moderation:

Tim Hinman und Krister Moltzer kommen beide vom Spielfilm und die meisten Menschen mit denen sie zusammenarbeiten, haben eher einen Filmhintergrund. Das wichtigste für ihren Erfolg ist jedesmal eine gute Geschichte. Und die Geschichte gut zu erzählen. Sie erzählen prinzipiell nur wahre Geschichten aus erster Hand.

O-Ton Hinman

Sprecher 2:

„Wir sind uns total im klaren darüber, dass unsere Hörer Podcast-Hörer sind. Weil wir wissen, dass unsere Hörer von Anfang an hören, bauen wir unsere Geschichten dementsprechend auf. Wir bauen die Geschichten so auf, dass wir uns sicher sein können, dass sie auch bis zum Ende gehört werden. Die Erzählstruktur, die Tricks, wie man diese Elemente nennen könnte: Wir machen uns viele Gedanken darüber, wie wir eine Geschichte erzählen, und stellen sicher, dass am Anfang viele Hooks sind, damit du immer weiter hören willst. Und dann sind da wieder Hooks, die dich bei der Stange halten, und du willst unbedingt bis zum Ende hören. Wir schreiben

also die Geschichten eher so, wie man Filme schreibt, nicht wie Radiobeiträge. - Wobei, kommt natürlich darauf an, wer man ist. Aber wir schreiben in Szenen.“

Moderation:

Mit ihren letzten beiden Serien haben sie - im kleinen Dänemark - nicht nur Hörerzahlen im sechstelligen Bereich. Für *Ringbindsattentatet - Der Ringbuchmord* haben sie im vergangenen Jahr in Berlin auch den Prix Europa in der Kategorie Digital Audio gewonnen.

Schade, dass ihre Geschichten nur auf Dänisch erscheinen. Tim Hinman meint, die Sprache ihrer dänischen Charaktere lasse sich in andere Sprachen nicht übersetzen. Und mit Schauspielern arbeiten sie in der Regel nicht.

Trotz ihres Erfolgs, die Zukunft ist ungewiss, der Vertrag mit der Zeitung *Politiken* läuft im Sommer aus.

O-Ton Hinman

Sprecher 2:

„Wir müssen immer mit etwas Innovativem daherkommen, um die Mittel zu kriegen, um Audio-Geschichten erzählen zu können. Nicht wirklich viele wollen das einfach so finanzieren. Wir sind uns sehr darüber im Klaren, dass wir unseren Hörern gehören. Wir haben Hörer und nur deswegen gibt es uns. Und das ist im Grunde genommen das Gegenteil von den meisten Dingen, die man im Leben so macht.“

So, letztes Statement: Gute Geschichten werden nie aus der Mode kommen. Alles andere schon, früher oder später.“

Moderation:

Dem ist nicht viel hinzuzufügen.

Soweit die Ausschnitte der englischsprachigen Vorträge beim Kölner Kongress 2017 zum medialen Erzählen.

Übersetzung: Rebekka Endler.

Gesprochen haben: Kerstin Fischer, Susanne Flury, .. Schulmann, Axel Gottschick und Thomas Krause.

Ton und Technik: Christoph Rieseberg und Jens Müller.

Redaktion: Barbara Schäfer

Die Vorträge von Avery Trufelman und Luisa Beck, John Biewen, Innes Bowen und Tim Hinman finden Sie im Original und in voller Länge auf unserer Website koelner-kongress.de

Nach den Nachrichten hören Sie eine weitere Zusammenfassung vom Kölner Kongress mit Beiträgen der anderen Vortragenden. Mein Name ist Wolfgang Schiller, Danke für Ihr Interesse.