Zum Mediensonntag am 24. Mai 2020

**Warum Geschichten im Journalismus wichtig sind**

Ueli Abt

**Das katholische Medienzentrum betreibt die News-Plattform kath.ch. Übers Geschichtenerzählen als journalistische Form.**

Januar 2020. Rund 15 Jugendliche der Jubla Aarau wollen in der Pfarrei mit Ausschuss-Gemüse vom Supermarkt Suppe kochen und den Erlös einem guten Zweck spenden. Gegen Food Waste und für die Allgemeinheit – so die Idee des Projekts, im Rahmen einer landesweiten Aktion.

Doch in der Praxis hat die Jubla Aarau ein Problem. Anwohner und Grossverteiler sind als Lebensmittel-Spender für die Aktion gewonnen. Doch wie kommen die Leiterinnen und Leiter nun genau an jene Zutaten heran, die es für eine Suppe braucht?

Auch am eisig kalten Verkaufsort im Aarauer Zentrum läuft es zunächst nicht rund. Die Zeltstangen des Partyzelts sind wie ein unlösbares Puzzle, klemmen oder rutschen aus den Halterungen. Der Aufbau des Stands verzögert sich.

Keine Sorge. Mittags dampft die Suppe beim Ausschöpfen am Jubla-Stand aus dem Kessel. Wie das Team mit Improvisationsgeschick, Teamwork, Flexibilität und Kommunikation zum Ziel kommt, zeigt eine Reportage mit Fotos und Textblöcken auf kath.ch.

Eine Medienmitteilung brachte den Input. Inhalt: Im Rahmen einer schweizweiten 72-Stunden-Aktion engagieren sich Jugendorganisationen für die Allgemeinheit. Rasch wird klar, dass es lohnenswert sein könnte, schlicht ein einzelnes Projekt auszuwählen, statt sich in einer blossen Aufzählung zu verlieren. Weniger ist mehr, nah herangehen, konkret und anschaulich werden.

Menschen interessieren sich für Menschen. So funktioniert auch eine Serie über das Personal einer Pfarrei und ihr Verständnis von Nächstenliebe. Oder ein Text, in dem eine Seelsorgerin im Bundesasylzentrum von ihren Erfahrungen berichtet. Personalisierung kann auch heissen, dass eine Autorin in "Ich"-Form von ihren Eindrücken in Livestream-Gottesdiensten berichtet.

Manchmal kommen die Geschichten auf dem Silbertablett: Etwa, wenn es kracht im Bistum und der beliebte Generalvikar drei Monate vor seinem angekündigten Rückzug geschasst wird.

Entscheidend ist beim journalistischen Storytelling das Vorfinden oder Aufspüren von Geschichten oder nur schon von erzählerischen Elementen. Fakten bleiben Fakten. Wenn Journalisten Unwichtiges weglassen und damit die dargestellte Situation dramatischer machen, geschieht es mit dem Ziel, Wesentliches sichtbar zu machen.

Und auch das genaue Beobachten und Beschreiben bietet immer dann einen Mehrwert, wenn sich im Kleinen etwas Grösseres zeigt. Dass eine Reportage, ein Portrait oder ein Interview exemplarisch Gültiges behandelt, ist einmal offensichtlich und manchmal subtil. Im Fall des Berichts über die Aarauer Suppenaktion scheint vielleicht zwischen den Zeilen noch mehr auf: dass die Jugend Solidarität lebt – und dabei eine gute Zeit hat. Ein solcher Text folgt der Devise: Sage nicht, was du zu sagen hast. Sondern erzähle es.

Hintergrund:

Der Mediensonntag ist am 24. Mai 2020. Er unterstützt die katholischen Medienzentren in Zürich, Lausanne und Lugano. Spenden an: Raiffeisenbank, 1735 Giffers, IBAN CH34 8080 8002 9922 2163 9, Vermerk: «Mediensonntag 2020».