

## Umfrage/Vox Pop

In einer Umfrage werden kurze Antworten mehrerer Befragter in schneller Folge präsentiert. Dabei kann der fragende Reporter auch zu sehen (und hören) sein, nötig ist dies aber nicht. Die Antworten sind unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten nicht repräsentativ. Unter journalistischen Aspekten sind sie dennoch sinnvoll. Sie können

- einen Überblick über das *Meinungsspektrum* zu einem Thema geben,
- einen Eindruck davon vermitteln, wie der *Wissensstand* zu einem Thema ist,
- lustig sein und einfach nur *unterhalten*.

Selten wird ein Thema nur mit der Darstellungsform Umfrage behandelt. Meist ist die Umfrage *Bestandteil eines Berichts* oder sie *ergänzt* andere Darstellungs- oder Sendungsformen wie z.B. Magazinstück, Reportage, Diskussion oder Talkshow.

**Wie eine Umfrage wirkt**, oder wirken kann, wenn sie gut ist:

- Sie ist *belebend* durch die schnelle Abfolge von Antworten.
- Sie ist durch die natürliche *Alltagssprache* der Befragten *zuschauernah* und
- verhindert so den Eindruck, dass »über die Köpfe hinweg« gesendet wird.
- Sie *regt zum Mitdenken an*, weil sich der Zuschauer direkter angesprochen fühlt, sich mit »seinesgleichen« leichter identifizieren kann.

**Der Aufnahmeort** hängt vom Inhalt der Frage ab. Will man herausfinden, was Frau und Herr Jedermann von einer Sache wissen, wird man dort fragen, wo man ein *allgemeines* Publikum antrifft, also z.B. in einer Fußgängerzone. Umfragen in einer *bestimmten Gruppe* der Bevölkerung gehen natürlich viel schneller, wenn der Umfrageort entsprechend ausgewählt wird: Studenten an der Universität, Reisende vor dem Bahnhof und Arbeiter vor den Werkstoren eines Industriebetriebs. Wer bei solchen Umfragen »draußen vor« bleibt, braucht keine Drehgenehmigung, die z.B. in einem Bahnhof oder in einem Kaufhaus wegen des Hausrechts erforderlich wäre (vgl. »Rechtstipps für Fernseh-journalisten«).

- \* Tipp: Drehen Sie in solchen Fällen vor den Türen/Toren. Das spart Zeit und hat zudem den Vorteil, dass die Befragten meist unbefangener reagieren.

**Bei der Ortswahl** muss auch an den *Ton* gedacht werden. Zu laute Hintergrundgeräusche sind ebenso schlecht wie sehr große Unterschiede in der Lautstärke, weil es dadurch beim Aneinanderfügen der einzelnen Antworten zu unangenehmen *Tonsprüngen* kommen kann.

**Der optische Hintergrund** wertet eine Umfrage auf. Die Frage nach der »Raucherecke« wirkt im Betrieb (Dreherlaubnis) authentischer als irgendwo auf der Straße. Meinungen zum Sommerschlussverkauf sind in Geschäften (Dreherlaubnis) und vor Schaufenstern (keine Dreherlaubnis) gut ins Bild gesetzt. Unter Passanten (vielleicht mit Einkaufstüten in der Hand) in einer Ladenpassage (Dreherlaubnis, wenn nicht einfach nur überdachte Straße) wirkt eine solche Umfrage glaubwürdig – ein ruhiger Park dagegen wäre der falsche optische Rahmen. Blickfang muss allerdings stets der *Befragte* sein. Der Hintergrund darf durch zu starke optische Reize *nicht ablenken*, er soll nur *einordnen*. Vorsicht ist auch geboten vor Werbung durch Firmennamen im Hintergrund.

**Die Auswahl der Befragten** geschieht überlegt. Da ein Überblick über die vertretenen Meinungen das Ergebnis einer Umfrage sein soll, muss auch ein *Querschnitt* der Passanten gefragt werden; bei allgemeinen Umfragen also Männer und Frauen, Jüngere und Ältere immer im Wechsel. Die unterschiedlichen Stimmen und das unterschiedliche Aussehen machen die Umfrage zudem abwechslungsreicher. Wird die Umfrage nur in einer bestimmten Zielgruppe durchgeführt, sollte man darin entsprechend variieren. Dabei daran denken: Die Aussage wird vom Zuschauer automatisch in Beziehung gesetzt zum Erscheinungsbild. Exotisch oder exzentrisch aussehende Befragte haben einen hohen Aufmerksamkeitswert, werden aber nicht bei jeder Fragestellung gleich ernst genommen.

**Die Blickrichtung der Befragten:** Abwechselnd mal leicht von links und mal leicht von rechts sollten die Befragten ins Bild schauen.

Blicken sie aus derselben Richtung, gibt das einen schlechten Bildanschluss. Die Befragten richtig ins Bild zu setzen, ist Aufgabe von Kameramann bzw. Kamerafrau.

Der Reporter hilft dem Kameramann bei der Aufnahme. Er stellt sich abwechselnd mal links und mal rechts vor den Befragten. Dadurch ergibt sich ohne viele Erklärungen, die nur verunsichern würden, die richtige Blickrichtung.

**Auch die Einstellungsgrößen** sind wichtig für den Bildanschluss. *Unterschiedlich große* Einstellungen passen besser hintereinander. Sehr ähnliche Einstellungsgrößen hintereinander geschnitten wirken nämlich leicht wie ein Bildsprung, also störend. Deutlich unterschiedliche Einstellungsgrößen werden vom Zuschauer dagegen als absichtlicher Bildwechsel wahrgenommen. Also: Nicht Kopf groß auf Kopf groß, sondern besser an einen großen Kopf mit einem »Brustbild« anschließen.

**Die richtige Frage** ist mitentscheidend für den Erfolg einer Umfrage:

- Der unvorbereitete Passant auf der Straße muss sie ohne Mühe verstehen können. Sie darf also auch nicht zu lang sein.
- Die Antwort auf die Frage sollte einen vollständigen, aus sich heraus verständlichen Satz ergeben.

Bekommt der Reporter z.B. nur nichts sagende Ja/Nein-Antworten, muss er seine *Fragestellung überdenken*. Oft hilft es, wenn in die Frage die Bitte eingeschlossen wird, doch »mal seine Meinung zu begründen« oder »mal zu erzählen, was man sich unter einem bestimmten Begriff vorstellt«. Keinesfalls darf der Reporter eine Bestätigungs- oder Suggestivfrage stellen, die es dem Befragten leicht macht, sich mit einer kurzen Floskel aus der Affäre zu ziehen.

Suggestiv-Frage: Und Sie sind auch zufrieden, dass Sie mit dem Einkaufen bis zum Sommerschlussverkauf gewartet haben?

Antwort: Ja, natürlich.

**Verbale Zurückhaltung des Reporters** trägt zum Gelingen von Umfragen bei. Also:

- Nicht zu schnell nachfragen, oft brauchen die Befragten etwas Zeit.
- Nicht mit Nachfragen unterbrechen. Das gibt beim Schnitt Probleme.
- Keine Bestätigungslaute (»hm, hm«) und kein »ja, ja«. Es wirkt komisch, wenn der Zuschauer zusammen mit den Antworten ständig solche Töne von einem (unsichtbaren) Reporter hört.
- Nach Ende der Antwort mit dem »Dankeschön« etwas warten. Vielleicht braucht man beim Schnitt eine kleine Pause für eine kurze Tonblende.

**Die Passanten richtig ansprechen** – das erleichtert die Arbeit bei der Umfrage. Wer antwortet, tut nicht sich, sondern dem Reporter einen Gefallen. Dass der Journalist deshalb korrekt und höflich auftreten sollte, versteht sich von selbst. Entscheidend ist aber auch, dass er keine Formulierungen gebraucht, die es dem Befragten leicht machen, *eine Antwort abzulehnen*. Also nicht:

Darf ich Sie mal etwas fragen?

Noch schlechter:

Haben Sie Zeit für eine kleine Frage?

Mit dieser Formulierung wird nämlich die Begründung für die Ablehnung gleich mitgeliefert. Besser ist es, wenn man beim Ansprechen seine Bitte nicht in Frageform vorträgt, sondern so:

Ich möchte Sie gern für den Sender »XY« nach Ihrer Meinung zum Sommerschlussverkauf befragen. Sagen Sie doch bitte mal ...

**Das Recht am eigenen Bild und Wort** muss dabei strikt beachtet werden: Nur wer zugestimmt hat, darf aufgenommen werden. Die Zustimmung muss aber nicht ausdrücklich erklärt werden. Wer auf solch eine Frage antwortet und zudem Kamera und Mikrophon (mit Senderlogo) sieht, dessen Zustimmung darf vorausgesetzt werden (vgl. »Rechtstipps für Fernsehjournalisten«).

Quelle: Axel Buchholz: Umfrage / Vox Pop. In: Gerhard Schult/Axel Buchholz: Fernseh-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 8. Aufl. Berlin 2011