

Wie schreibt man eine Audioführung? Ein kleiner Leitfaden.

EINIGE GEDANKEN VORAB:

Zielgruppe

Als erstes sollten Sie überlegen, an wen sich die Audioführung richten soll. Schließlich ist es ein großer Unterschied, ob man für Kinder, Erwachsene oder ausländische Touristen eine Audioführung erstellen möchte. Vielleicht möchten Sie auch eine barrierefreie Führung für Sehbehinderte oder Hörgeschädigte anbieten.

Bei fremdsprachigen Touren stellt sich die Frage, ob die deutsche Führung als Grundlage für eine Übersetzung dienen kann, oder ob Anpassungen an den kulturellen Hintergrund vorgenommen werden sollten.

Stil

Nun besteht die Möglichkeit, eine bestimmte Erzählweise für die Audioführung festzulegen. Unterhaltung und Information können in einer Audioführung unterschiedlich gewichtet werden. Soll der Besucher sachlich oder spielerisch, erlebnisreich oder dokumentarisch geführt werden? Wie viel Subjektivität darf einfließen, wie viel Persönlichkeit soll dem Text eingehaucht werden? Fragen, die auch von der Art Ihrer Ausstellung abhängen. Zielgruppe und Erzählweise werden Ihren Schreibstil maßgeblich beeinflussen.

Eine Audioführung kann mehr bieten als monologisch gesprochene Texte. Je nach Stil werden Hintergrundmusik, 0-Töne, Geräusche oder die Verteilung von Sprechrollen bis hin zum Hörspielartigen Feature zu nützlichen Gestaltungsmitteln. Manchmal sagt ein originales Tondokument mehr als jede wissenschaftliche Ausführung. Doch kommt es darauf an, die richtige Dosis und die passenden Mittel zu finden. Manchmal ist weniger mehr!

Struktur

Linear oder frei? Führungen können linear angelegt werden, d.h. ein zusammenhängender Text führt den Besucher durch die Ausstellung. Alternativ dazu ermöglicht eine freie Führung dem Besucher, die Reihenfolge, in welcher er sich den Objekten widmet, selbst zu wählen. Die einzelnen Hörsegmente müssen dementsprechend auch unabhängig voneinander verständlich sein. Gegebenenfalls müssen wichtige Informationen in verschiedenen Texten wiederholt werden.

Wandtext und Audioguide: Es lohnt sich, die Erstellung des Audioguides in der Frühphase der Ausstellungsplanung mit zu bedenken. Wichtig ist, das Verhältnis von Wand- und Hörtext festzulegen. Ist der Wandtext Grundlage zum Verständnis des Hörtexts? Werden die Informationen in den Wandtexten auch im Audioguide aufgegriffen?

Die Anbringung der Nummern sollte Ihnen ebenfalls einen Gedanken wert sein. Können sie nah am Exponat positioniert werden? Kann der Zuhörer die Nummern den Exponaten gut zuordnen? Oder muss sein Blick geführt werden? Falls Sie Texte zu ganzen Räumen, beispielsweise als Einführung schreiben möchten, ist es wichtig, einen passenden Ort für die entsprechende Nummer zu finden.

Vertiefungsebene: „Wenn Sie mehr über den politischen Hintergrund erfahren möchten, drücken Sie nun die i-Taste.“ Mit einer Vertiefungsebene können Informationen gegliedert werden. Sie kann genutzt werden, wenn ein Objekt/Sachverhalt eine umfangreiche Erklärung verlangt oder wenn ein Aspekt für besonders interessierte Zuhörer vertieft werden soll. Der Besucher entscheidet dann nach dem Einführungstext, ob er noch mehr zum Objekt wissen will. Die Entscheidungsmöglichkeit schafft Übersichtlichkeit und verhindert, dass die – angenommenen – Besucher sich von Informationen überfrachtet fühlen.

Alternativ kann eine Vertiefungsebene natürlich auch Raum für kleine Hörspiele, O-Töne usw. bieten. Oder für persönliche Stellungnahmen zu einem Thema. Auch hier gilt: Es geht nicht darum, alle Möglichkeiten auszureizen, sondern eine Ihrer Ausstellung angemessene Form zu finden.

Verständlichkeit und Vermittlung

Audiotexte sind keine wissenschaftlichen Texte. Sie richten sich an den interessierten Laien, d.h. wissenschaftliche bzw. (ver-)wissenschaftliche Texte müssen allgemeinverständlich aufbereitet werden. Trotzdem müssen Audiotexte auch wissenschaftlichen Ansprüchen genügen.

Zusammenhänge zwischen den Exponaten herzustellen, grundlegende Fragen nicht aus den Augen zu verlieren, ist wichtig. Denn beim Schreiben der Einzeltexte zu den Exponaten kann es schnell passieren, dass man sich in den Details verliert.

Im Gegensatz zu einer persönlichen Führung haben die Besucher nicht die Möglichkeit, einen Einwand vorzubringen. Besucher reagieren zum Teil empfindlich auf Erklärungen, die Ihnen völlig spekulativ erscheinen und fühlen sich bevormundet. Deshalb ist es ratsam, Interpretationen und Vermutungen als solche zu benennen.

Länge Audiotexte, die sich auf einzelne Objekte beziehen, sollten nach Möglichkeit den Umfang von je 1 min 30 sec nicht übersteigen. Einführungstexte, Überblickstexte oder Texte zu Objektgruppen sollten den Umfang von je 2 min 30 sec nicht übersteigen. Bei längeren Texten ist zu empfehlen, diese in mehrere Segmente zu unterteilen und eine Vertiefungstaste anzubieten. Die Länge der Audiotexte kann nach folgender Formel gemessen werden: 120 Wörter entsprechen etwa 1 min.

DAS SCHREIBEN DER FÜHRUNG:

Denken Sie beim Schreiben daran, dass Ihre Sätze gesprochen und gehört, aber niemals gelesen werden. Versuchen Sie den Text deshalb in sprechbaren Gedankenschritten zu formulieren. Das fördert die Hörverständlichkeit. Sich knapp und klar auszudrücken, sollte die Maxime sein.

Sie können die Qualität Ihres Audioführungstextes ganz einfach überprüfen: Lesen Sie ihn sich selbst oder einem Publikum laut vor, oder zeichnen Sie ihn akustisch auf. Das erleichtert das Schreiben.

Die optimale Audioführung, die jeden Besucher begeistert, gibt es sicherlich nicht. Wer es sich nicht leisten kann, Führungen für unterschiedliche Zielgruppen anzubieten, was sicherlich zu einer großen Besucherzufriedenheit führen würde, sollte dennoch versuchen, einen Text zu schreiben, der möglichst viele Hörer anspricht. Nachfolgend einige Tipps:

Aufbau eines Hörsegments

Als Einstieg kann eine kurze Beschreibung des Exponats dienen. In jedem Fall sollten Sie einen Bezug zum Ausstellungsstück herstellen, um Irritationen („*Hab´ ich nun wirklich die richtige Nummern gewählt?*“) zu vermeiden. Wenn der Text anschließend in eine andere Richtung geht, als das Exponat auf den ersten Blick vermuten lässt, kann der Besucher gut folgen.

Für die Hörverständlichkeit ist es wichtiger als bei Schrifttexten, keine Gedankensprünge zu machen. Hörtexte sollten linear angelegt sein – wie auch unsere mündliche Rede. Logische Verknüpfungen von Sätzen sind für den Besucher leichter verständlich. Anders als bei einem schriftlichen Text kann der Zuhörer nicht vor- oder zurückblättern, sondern ist auf den Textfluss angewiesen. Tipp: „Deshalb“ Wörter wie „also“, „trotzdem“, „weil“ an den Satzanfang setzen.

Satzbau

Halten Sie Ihre Sätze so kurz wie möglich (ideal: nicht mehr als 13 Wörter).

Um das Hörverstehen zu erleichtern, sollten Sie Relativsätze nicht ineinander verschachteln. Satzbauvariationen beleben den Text, v.a. Wechsel zwischen längeren und kürzeren Sätzen. Häufen Sie keine Informationen in einem Satz! Besser ist eine Kerninformation im letzten Satzteil, die beim Vorlesen des Sprechers ganz automatisch betont wird. Auch von Besuchern wird das zuletzt Genannte am sichersten hörverstanden.

„Beinahe vier Millionen Quadratkilometer begruben diese schnell fließenden Flutbasalte unter sich.“

versus

„Die schnell fließenden Flutbasalte begruben beinahe vier Millionen Quadratkilometer unter sich.“

Es ist sinnvoll, Verben im Satzanfang zu verwenden, da sie das Verständnis eines Satzes leiten.

Wortwahl

Vermeiden Sie Fremdwörter! Wenn Sie nicht darauf verzichten wollen, ist zumindest eine Erläuterung erforderlich.

(„ein eschatologisches Signal, das auf das Weltende hindeutet.“)

Mit vielsilbigen Wörtern sollten Sie sparsam umgehen. Wortschlangen wie „nichtsdestotrotz“ mögen beeindrucken, erschweren aber das Hörverständnis. Durch kurze, einsilbige Wörter erreichen Sie mehr Klarheit.

Reihungen von Adjektiven klingen im Sprachrhythmus unnatürlich.

Verwenden Sie mehr Verben als Substantive! Das kommt einer natürlichen Sprache am nächsten (*„Er erzielte diese Reduzierung und Verknappung durch die Komprimierung der Formen in einer zusammenhängenden Flächigkeit.“* versus: *„Indem er die Formen dicht aneinander setzte, entstand eine zusammenhängende Flächigkeit. So erzielte er eine reduzierte Bildsprache.“*).

Aktive Verben eignen sich besser als passive. (*„Dieser Farbholzschnitt wurde in einer besonderen Technik angefertigt.“* versus *„Kandinsky fertigte den Farbholzschnitt in einer besonderen Technik an.“*)

Ziel ist, Informationen präzise und verständlich zu vermitteln. Auf Füllwörter (*sozusagen, eigentlich, nämlich, quasi*) und blumige Ausschmückungen können Sie getrost verzichten.

! **Sie Redundanzen** (*ein helles, ausgebleichtes Tuch*).

Jahreszahlen sollten Sie möglichst sparsam verwenden! Tipp: Veranschaulichen Sie ab und zu die Daten. „1792 erhielt Napoleon sein erstes militärisches Kommando. Nur elf Jahre später krönte er sich selbst zum Kaiser.“ Natürlich gilt auch für alle anderen Zahlenangaben, möglichst anschaulich zu schreiben, und lieber mal auf- oder abzurunden.

Vermeiden Sie Klangwiederholungen in aufeinanderfolgenden Wörtern:
„Er verbietet ihr, ihr Brot zu essen.“

EINIGE STILMITTEL

Zitate aus Schriften/Korrespondenzen von Künstlern/Forschern/Zeitgenossen beleben den Text und lassen sich durch Sprecherwechsel besonders gut zur Geltung bringen. Achten Sie darauf, das Zitat einzuleiten, denn Anführungsstriche sind nicht zu hören.

Wiederholungen werden anders als im Schriftlichen nicht als störend empfunden. Um Informationen zu verdeutlichen, können Sie sich deshalb auf Vorhergehendes beziehen. So können die zentralen Aussagen verfestigt werden – denn wer kann sich schon alles merken, was er in einem Audioguide an Information vermittelt bekommt? Achten Sie darauf, gleichbleibende Begriffe für Sachverhalte zu wählen (entweder Jugendstil oder Art Nouveau!)

Direkte Ansprache: Versuchen Sie, den Besucher direkt anzusprechen. Damit wird der Bezug zum Objekt verstärkt und der Erkenntnisprozess erleichtert. Ein Mittel ist z.B. der Fragesatz, der zum Mitdenken auffordert.

Geräusche und Musik schaffen Stimmung, unterstreichen eine Aussage oder werden selbst zum Informationsträger („Was Sie gerade gehört haben, ist die älteste Glocke Europas“).

Einbindung von Experten: Neben den Sprechern lohnt es sich, auch Menschen aus dem Umfeld des Museums zu Wort kommen zu lassen – den Restaurator, den Mäzen, den Direktor, den Fachwissenschaftler. Sie gewähren einen besonderen Zugang zum Thema, stellen einen persönlichen Bezug her.

Situieren von Informationen: Lohnenswert ist, mit den Ausführungen immer wieder an die Person der Besucher anzuknüpfen, lebensweltliche Bezüge zu schaffen, um Aufmerksamkeit zu erwecken. („Kaum eine andere archäologische Fundgruppe fasziniert uns mehr als Schatzfunde. Ob aus Gold oder Silber, nur wenige Münzen oder Berge von Edelmetall – man fragt sich doch stets, wer der Mensch war, der all sein Hab und Gut der Erde anvertraut hatte.“)

FORMALIA

Verwenden Sie keine runde Klammern, es sind typische Schriftzeichen, die sich in einem Hörtext schwer umsetzen lassen. Auch Anführungsstriche sind schwer zu hören.

Dagegen sind eckige Klammern für Regieanweisungen unverzichtbar. Sie werden in den Fließtext so eingefügt: „Der Rundgang durch die Ausstellung möchte Ihnen ein vielfältiges Bild der beinahe [Betonung] vierhundertjährigen römischen Herrschaft vermitteln.“ Die Sprecher lesen grundsätzlich alle Texte, die nicht in eckigen Klammern stehen; dies gilt auch für Überschriften und dergleichen.

Im Display des Audioguides kann der Titel des Segmentes erscheinen. Aber Achtung: Der Titel sollte nicht länger als 21 Zeichen sein!

Ordnen Sie den Audiotext nach aufsteigenden Segment-Nummern. Jeder Audiotext sollte eine bis zu fünfstellige Segmentnummer erhalten.

Tauschen Sie alle Texte am besten auf dem EDV-Weg mit uns aus. Sie sind am besten im doc (Word-Dokument)- oder rtf (RichText Format)-Format abzuspeichern. Schicken Sie uns alle Audiotexte als **einen** zusammenhängenden Text! Alle anderen Möglichkeiten schaffen – erfahrungsgemäß- nur Durcheinander.

Wir sind ja auch noch da! Wenn Sie nicht weiter wissen, beraten wir Sie natürlich gerne oder übernehmen das Verfassen der Audioführung vom ersten bis zum letzten Schritt für Sie.

Und nun viel Spaß beim Texten!

Ihr soundgarden-Team