

**Zeitschrift:** Horizonte : Schweizer Forschungsmagazin  
**Herausgeber:** Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaftlichen  
Forschung  
**Band:** - (2001)  
**Heft:** 48

**Artikel:** Mehr Unterhaltung, bitte!  
**Autor:** Glogger, Beat  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-967528>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

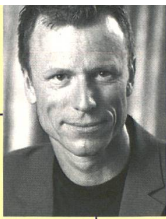
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 30.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



Beat Glogger leitete das Wissenschaftsmagazin MTW von SF DRS und lebt heute als freier Journalist in Costa Rica.

Er stellt in dieser Kolumne seine persönliche Sicht der Forschungswelt dar.

# Mehr Unterhaltung, bitte!

**U** Stephen Hawking, dem ich die letzte Kolumne gewidmet hatte, ist mir nicht aus dem Sinn gegangen. Der kauzig-geniale Professor hatte doch allen Ernstes vorgeschlagen, die Lösung in der aktuellen Klimaproblematik sei die Erschliessung fremder Planeten. Nicht, um hier den Treibhauseffekt zu stabilisieren, sondern damit dort die Menschheit fernab des eigenen, verschandelten Planeten überleben könne. Ich zweifelte sogar an der Zuverlässigkeit des Physikers. Unterdessen aber ist mir ein Licht aufgegangen. Bei Hawking sind nicht die Sicherungen durchgebrannt, sondern er hat eine alte Regel der Kommunikation konsequent angewendet, die lautet: Wenn du willst, dass man dir zuhört, dann unterhalte das Publikum. Information mit Entertainment – neudeutsch: Infotainment.

Infotainment ist selbst für die Vermittlung von wissenschaftlichen Inhalten kein Tabu, sondern die beste aller Formen. Allerdings ist dies noch immer vielen Wissenschaftlern ein Gräuel. Dabei wären sie mit der unterhaltenden Vermittlung von ernsthaften Inhalten in bester Gesellschaft: Homer, die Brüder Grimm, Richard Preston – all diese Autoren verpacken einen ernsten Stoff so, dass er das Publikum nicht langweilt, sondern unterhält.

Somit ist klar, dass ich unter Infotainment nicht billige Schubidu-Unterhaltung verstehe. Ausschlaggebend ist die Reaktion, die das Vermittelte beim Publikum auslöst; Medienwissenschaftler reden hier von «Rezeptionsqualität».

Wenn sich der Empfänger der Botschaft in einen angeregten (Information) und erregten (Unterhaltung) Zustand versetzt fühlt, dann hört, liest oder schaut er gerne. Deshalb ist der zähnefletschende Wolf im Märchen genauso wichtig wie die Moral von der Geschichte'. Es geht um das Wechselspiel von Kognition und Affekt, um das Spannungsfeld zwischen Nachrichtenwerten und Gefühlsfaktoren.

Parallel zur Informationsvermittlung sollen beim Publikum Gefühle aktiviert werden. Mitnichten jedoch sollen die hervorgerufenen Emotionen nur positiv sein, sondern Abwechslung ist gefragt. Das ganze Empfindungsspektrum muss angesprochen werden, von angenehmen (Freude, Verehrung, Rührung) über ambivalente (Verlegenheit, Unruhe) bis hin zu unangenehmen Gefühlen (Trauer, Angst, Abscheu). Erreichen lässt sich das mit Personalisierung, Emotionalisierung, Abwechslung

und einer ausgewogenen Mischung aus Spannung und Entspannung. Dazu bieten sich verschiedene Mittel des journalistischen Handwerks an, wie Blickwinkel, Dramaturgie, sprachliche und optische Umsetzung.

Zum Beispiel: Weil Menschen sich mehr für Menschen als für Zahlen interessieren, wird eine Reportage über eine interessante Forscherpersönlichkeit eher gelesen als eine über Zahlen – mögen diese noch so wichtig sein. Genauso ist es eingängiger, Ereignisse darzustellen als Prozesse. Das Entstehen des weltweite Hungers ist ein schwierig zu vermittelnder Prozess, der Einsatz bei einer lokalen Hungersnot hingegen ein emotional packendes Ereignis. Wissenschaftsjournalisten, die ihr Handwerk verstehen, gelingt es, im Ereignis immer die allgemeinen Probleme des Prozesses mit zu verpacken.

Keine Angst also vor populärwissenschaftlichem Entertainment. Es ist die Kombination aus wissenschaftlich seriös erarbeiteten Fakten der Forschenden und dem Know-how über Bildsprache, Filmdramaturgie und Wortwahl der Vermittelnden. Also, liebe Forschende! Wenn das nächste Mal ein Wissenschaftsjournalist lieber Sie anstatt Ihre Resultate in den Mittelpunkt einer Reportage stellen möchte, denken Sie an Homer, die Brüder Grimm oder Richard Preston.

Auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

B. GL.