



# Alternativen: Thriller für die Fakten

„Es muss im Leben mehr als alles geben“, findet das Hündchen im Kinderbuch „Higgelti Piggelti Pop!“ und verlässt das Gewohnte. Ähnlich wechseln manche Wissenschaftsjournalisten ihre Perspektive und schlüpfen in andere Rollen, zum Beispiel als Krimiautor. Die Erfahrungen sind anregend, spannend und wertvoll für den Blick auf die Wissenschaft.

Der Schweizer Wissenschaftsjournalist Beat Glogger studierte Mikrobiologie, moderierte und leitete ein Wissenschaftsmagazin im Schweizer Fernsehen. Er balanciert heute als freier Journalist, Ausbilder, Betreiber einer Agentur für Wissenschaftskommunikation ([www.scitec-media.ch](http://www.scitec-media.ch)) und Krimiautor zwischen den Welten. Dieses Frühjahr erhielt er für seine Verdienste um die Kommunikation wissenschaftlicher In-

halte ein Ehrendoktorat der Universität Zürich.

**Sie arbeiten gerade an Ihrem dritten Wissenschaftskrimi. Im Journalismus zählen die Fakten, im Roman kommt es auf die Fiktion an. Was treibt Sie, zeitweise ins Land der Fiktion zu reisen?**

BEAT GLOGGER: So weit auseinander liegen die beiden gar nicht. Ich lege in meinen journalistischen Texten ebenfalls großen Wert darauf, eine Geschichte zu erzählen, ganz im Sinne des angelsächsischen Konzepts des „narrative journalism“. Belehrungen haben wenig Zukunft. Wissenschaftsjournalisten müssen Geschichten erzählen und darin die Fakten verpacken. Fakten, nichts Erfundenes. Auch für meine Romane recherchiere ich, besuche Labore. Die Fakten stimmen zu 100 Prozent. Erfunden sind nur die Personen und die Story. Der Schritt vom Journalismus zum Roman ist so gesehen kein sehr großer. Aber für mich ein sehr lustvoller.

**Ihren ersten Roman „Xenesis“ zeichnete die Schweizer Akademie der Wissenschaften mit dem Prix Media aus. Verrohen die guten Sitten in der Wissenschaft, wenn ausgerechnet Fiktion als Exzellenz prämiert wird?**

Im Gegenteil. Den Preis, vor allem aber die Ehrendoktorwürde, die mir die Uni Zürich verlieh, werte ich als Zeichen für ein Umdenken letztlich auch der Alma Mater. Die ehrwür-

digen Gremien haben eingesehen, wie wichtig Storytelling ist, um akademische Inhalte packend rüberzubringen.

**Profitiert die Welt der Fiktion, speziell die des Thrillers, von der Welt der Fakten?**

Ein Thriller wird glaubwürdiger, auch für gebildete Leute, wenn er stimmt. In einem Thriller des extrem erfolgreichen amerikanischen Autorenpaars Douglas Preston und Lincoln Child las ich über ein Virus, das Menschen und Pflanzen befällt und Schleim absondert. Na ja. Kein Virus produziert Schleim. Da hört es auf, da wird für mich als Biologen ein Thriller ungenießbar. Ich lasse meine Romane von Experten geglesen. Findet einer, das könnte so nie passieren, das geht nicht auf, muss er mir sagen, wie es plausibel wäre. Faszinierend: Das macht die Geschichten eher noch raffinierter.

**Soll man Romane als relevante Vermittlungsplattformen für Wissenschaft sehen?**

Warum nicht? Ein glaubwürdiger Roman ist eine von mehreren Möglichkeiten, Wissenschaft zu vermitteln. Hätte ich ein Sachbuch über Xenotransplantation geschrieben, hätte das Thema vielleicht 400 Leute interessiert, weil es in „Xenesis“ als Roman behandelt wurde, waren es 25.000.

**Müssten Journalisten künftig die Technik des Romanschreibens beherrschen?**

**BEAT GLOGGER,**  
Journalist, Mikrobiologe, Filmemacher, Ausbilder, Agentur-Besitzer – und Krimiautor.



Ja. Ich bringe meinen Journalistenschülern gleich am zweiten Tag bei: Infotainment ist ein uraltes Konzept. Märchen, auch die Bibel, vermitteln so Grundlagen der Philosophie und der Psychologie ...

### **Manche setzen Infotainment mit „banal“ gleich.**

Das ist Infotainment falsch verstanden. Das „tainment“ bedeutet nicht „lustig“. Es geht um Rezeptionsqualität. Die entsteht, wenn die „Message“ des Senders im Empfänger eine Emotion auslöst: Das kann Staunen sein, Ehrfurcht, aber auch Ekel oder Zwiespalt. Eine Faktenanhäufung bewirkt das nicht. Sie langweilt nur.

### **Ihr Rezept: Wie erreicht man, dass ein Wissenschaftsthema möglichst viele anspricht?**

Natürlich muss man zunächst die Hardscience, die dahintersteckt, verstehen. Danach muss man dem Drang widerstehen, den Leuten zeigen zu wollen, dass man selber es verstanden hat. Und man muss die Scheu davor ablegen, sich einfach auszudrücken, und eine Geschichte erzählen.

### **Inwiefern bietet Ihnen die Plattform des Thrillers einen Raum, in dem Sie der Aktualität besser entgegenkommen als im Wissenschaftsjournalismus?**

Das ist so, das trifft es auf den Kopf. Ich mag nicht mehr dieser besonders im Wissenschaftsjournalismus oft künstlich geschaffenen Aktualität hinterherhecheln. In der Wissenschaft erstreckt sich Aktualität über Jahre. Warum also schreiben alle Journalisten in derselben Woche, in der ein Paper in „Science“ oder in „Nature“ ist, über etwas, an dem der Wissenschaftler vielleicht zehn Jahre gearbeitet hat und schon vor anderthalb Jahren die Ergebnisse hätte präsentieren können. Das ist nichts als ein medial erzeugter Aktualitätshype. Ich bin es leid, jeden Donnerstag auf den Newsticker von „Nature“ und „Science“ zu gucken: Was kommt? Und: Ist ein Schweizer drunter? Das ist so absurd.

**Beispiel Gendoping. Sie haben darüber einen Roman geschrieben („Lauf um mein Leben“), einen preisgekrönten Artikel für „Das Magazin“, für Arte einen Dokumentarfilm gedreht, eine Aufklärungsbroschüre gemacht, halten Lesungen. Viele Wissenschaftsjournalisten haben vertiefte Kenntnisse zu bestimmten Themen, Sie jedoch bearbeiten sie zudem in vielen medialen Varianten ...**

Ich finde super und spannend, wenn keine Facette fehlt und ich ein Thema auf der ganzen Klaviatur spielen kann. Das ist „mega“. So ist es mir wohl.

### **Sie betreiben eine Agentur in Winterthur und übernehmen auch Aufträge von Hochschulen und Firmen. Das riecht nach PR. Wie grenzen Sie sich ab?**

Wer mich will, muss den journalistischen Zugang ertragen und sich den kritischen Fragen stellen, die ein intelligentes Publikum hat. Wir liefern keine geflunkerten Texte voller Floskeln und Styroporwörter. Wir machen keine PR, sondern sind eine Fachredaktion.

**... und diese betreut die Wissenschaftsseite der Schweizer Pendlerzeitung „20 Minuten“. Damit unterstützen Sie letztlich den Trend, redaktionelle Kompetenz aus finanziellen Gründen auszulagern, oft auf Kosten der Qualität.**

Bei uns bleibt die Qualität ganz sicher nicht auf der Strecke. Ich habe ein Abendessen ausgeschrieben für den Kollegen, der uns einen Fehler nachweist. Bis jetzt musste ich noch keinen einladen. Und damit es nie so weit kommt, üben wir intern sehr harte Kritik an uns selber. Das Outsourcing ist allerdings schon kritisch, auch dass unsere Seite von zwei Stiftungen finanziert ist, kann durchaus Fallstricke bergen. Da geben wir uns ganz klare Regeln, um sauber zu bleiben. Aber diese Trends

sind keine Probleme von „20 Minuten“, der Schweiz oder meiner Agentur, sondern weltweite.

### **Mit welchen Noten bewerten Sie Ausbildung, Kompetenz, Ressourcen und Forschungsstand zum Wissenschaftsjournalismus in der Schweiz?**

Die ersten beiden mit „sehr gut“. Die Ressourcen sind ein Problem. Und es gibt zu wenige Studien über Wissenschaftsjournalismus. Ich wäre froh, wenn ich mich auch hier auf Fakten stützen könnte. Wenn ich sage, die Leute wollen Geschichten, behaupte ich das einfach, weil ich denke, dass es so ist. Wissenschaftlich bewiesen hat es noch keiner ... M&WJ



**BESTSELLER MIT RICHTIGEN FAKTEN:** Die beiden Bücher von Beat Glogger sorgen für Stunden voller Spannung.



### **Publizistikpreis der GlaxoSmithKline Stiftung**

Die GlaxoSmithKline Stiftung schreibt für 2011 den mit insgesamt bis 15.000 EUR dotierten Publizistikpreis aus.

Er wird für hervorragende Arbeiten verliehen, die biomedizinische Themen oder auch ihren wissenschafts- bzw. strukturpolitischen Hintergrund einer breiten Öffentlichkeit in Print, Hörfunk, TV und/oder Internet allgemein verständlich darstellen.

Einsendeschluß ist der 15. November 2010.

Zuschriften bitte an:  
GlaxoSmithKline Stiftung,  
Frau Margot Merbt  
Theresienhöhe 11, 80339 München  
Tel. 089-36044-8690  
Fax: 089-36044-8691  
www.glaxosmithkline.de