

Andreas Klug

# Schreiben fürs Sprechen

Materialien für  
Aus- und Fortbildung in Bürgermedien

# 1. Sprache im Radio

Von diversen Schwierigkeiten

Freie Rede im Radio ist das Schwierigste!

Alles läuft über Sprache

RadiohörerIn: nur eingeschränkte Aufmerksamkeit

Sprechen können wir irgendwie alle. Wichtiges. Skurriles. Gefühlvolles. Amtliches. Alles funktioniert in der gleichen Sprache. Mit dem gleichen Wortschatz. Und unterliegt den gleichen Regeln.

Einige von denen über den Haufen zu werfen ist Ziel der folgenden Seiten.

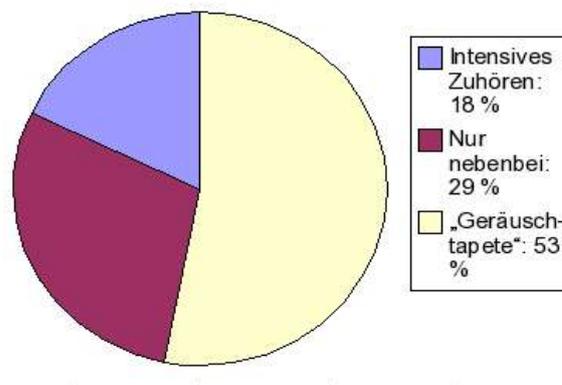
Im Radio wird viel gelesen. Auch was bei anderen Sendern wie freie Rede klingt ist häufig hervorragend geschriebener Manuskript-Text, zumindest jedoch liegt ein dichter Stichwort-Katalog zugrunde. Damits nicht so dröge daherkommt wie schlechte Referate in der Schule sind eine Reihe von Grundregeln beachtet worden. Schreiben fürs Sprechen ist eben was anderes als Schreiben fürs Lesen.

Oder, mit anderen Worten: Radio-Sprache insbesondere von "Zuhörprogrammen" sollte geeignet sein, diejenigen zufrieden zu stellen, die konzentriert zuhören; andererseits aber auch für die verständlich sein, die nebenbei Geschirr spülen oder ihr Fahrrad reparieren.

Im Radio zu sprechen ist schwierig! Denn ihr sitzt hinter einem Mikro und niemand sieht euch. Das heißt, all eure Gestik, Mimik, Körpersprache fällt als Kanal weg. Sicher, ihr könnt den Klang eurer Stimme variieren, aber schon die Lautstärke muss konstant gehalten werden. Auch auf die Gestaltungsmittel der ZeitungskollegInnen muss verzichtet werden. Mit anderen Worten: Die gesamten Inhalte müssen über eure Worte transportiert werden.

Nur ein kleiner Teil des Radiopublikums hört wirklich konzentriert zu. Viele verrichten nebenbei zumindest einfache Tätigkeiten.

Hörverhalten





Je nach Uhrzeit variiert das Hörverhalten: Morgens vor 9 Uhr lauschen 90 % der HörerInnen dem Radio nur nebenbei, im Laufe des Tages steigt der Anteil der ganz oder überwiegend Zuhörenden bis auf 50 % um 21 Uhr. Wobei parallel die "Einschaltquote Hörfunk" der BRD-Bevölkerung über 14 Jahre von 27 % (morgens um 7) auf 5 % (um 21 Uhr) zurückgeht (Quelle: Langzeitstudie von Berg/Kiefer: "Massenmedien-nutzung" III). Je nach Programm ist das Hörverhalten unterschiedlich, doch die Tendenz ist eindeutig: Die wenigsten hören so konzentriert zu, als würde von Angesicht zu Angesicht mit ihnen gesprochen.

## 2. Das Formulieren von Hörtext

Ungeübt:  
schreiben fürs Ohr

Klare Struktur,  
einfache Sprache

Eins nach dem  
anderen

Fürs Lesen zu schreiben üben und lernen wir von der ersten Schulstunde an. Unser ganzes Leben lang verfestigt sich diese Art des Schreibens. Jetzt fürs Ohr statt fürs Auge, zum Hören statt zum Lesen zu schreiben - da sollten wir erst mal stutzen. Fürs Hören schreiben ist etwas Ungewöhnliches. Grammatik und Stil, Form aber auch Inhalt müssen auf die ganz andere "EmpfängerInnen-Situation" angepasst sein. Eine Regel, die nur allzu oft missachtet wird. Achtet mal auf Nachrichtensendungen: Wie viel bleibt wirklich hängen?

Anhand eines Beispiels daher einige Grundregeln:

"In dem knapp tausend Einwohner zählenden Freiburger Quartier 'Im Grün' steht die stark bleiverseuchte, von der Industriellenfamilie Grether von 1889 bis 1891 nach einem Entwurf von Jakob Grether erbaute Gießereihalle."

Informationen müssen portioniert angeboten werden.

Selbst wenn das obige Beispiel ideal vorgetragen würde: Es wäre einfach zu lang! Informationen in solcher Dichte können nicht verdaut werden. Nur ein Bruchteil der Fakten bleibt hängen. Auch wenn es paradox scheint: Je komplexer der Inhalt, desto einfacher strukturiert und klarer muss dessen Vermittlung erfolgen. Einfache Sprache ist angesagt. Bei der ARD gilt deshalb die (durchaus sinnvolle) Regel, dass Sätze nicht länger als 18 Worte sein sollen. Recht krass (aber sicherlich im Sinne der Verständlichkeit) ist die Regelung einiger Kommerzsender, vollständig auf Nebensätze zu verzichten!

→ Also: Zerlegen der Bestandteile in logisch aufeinander folgende, kurze Sätze.

Beispiel: "In dem Freiburger Fabrikviertel 'Im Grün' steht die stark bleiverseuchte Gießereihalle."

Dies ist die Eingangsinformation, kurz, knapp und verständlich.

Müssen HörerInnen komplizierte Schachtelsätze entwirren, geht der Inhalt flöten. Informationen sollten also linear angeboten werden, das heißt ohne Vorwegnahmen, Rückbezüge oder Einschübsel. Wer einen Satz unverstanden ins Kurzzeitgedächtnis packen muss und erst im nächsten den für das Verständnis erforderlichen Fachbegriff erklärt bekommt, hat sein Hirn nicht mehr für die Inhalte frei. Insofern ist das

## Zentrales steht am Anfang oder Schluss

Beispiel oben eine Katastrophe, die HörerInnen müssen eine Ewigkeit warten (und sich den ganzen Satz merken), bis sie erfahren, worum es überhaupt geht: "... Gießereihalle." Während sie - am Ende des Satzes angelangt - den Inhalt verdauen, ist der nächste Satz bereits an ihnen vorbei gerauscht. Die Probe aufs Exempel lohnt sich: Wie viel bleibt von diesem Satz hängen? In vielleicht etwas weniger krasser Form ist dies Alltag in viel zu vielen (Wort-)Sendungen.

→ Also: logische Abfolge innerhalb eines Satzes beachten

"Sie wurde nach einem Entwurf von Jakob Grether erbaut." Dies als zweiter Satz wäre problemlos verständlich, aber noch immer keine "Sprechsprache": Hilfsverb ("wurde") und Verb ("erbaut") stehen getrennt. Nachteile:

- Mensch muss sich wieder was merken.
- Der zentrale Inhalt steht mittendrin, statt am Ende (was am besten ins Ohr geht).
- Es wird schwierig sein, die Betonung mit dem inhaltlichen Schwerpunkt zu koordinieren.

Deshalb besser so: "Erbaut wurde sie im Auftrag der Industriellenfamilie Grether nach einem Entwurf von Jakob Grether."

→ Also: Das (vollständige) Verb steuert den Satz und

→ Haupt- und Hilfsverb bleiben beinander.

## Zahlen, Einheiten, Eigennamen

Wohin mit den Jahreszahlen in unserem Beispiel? Einfach anhängen: "Bauzeit waren die Jahre 1889 bis 1891."

Womöglich sogar in einem unvollständigen Satz. Gerade dies ist typische Radio-Sprache, Motto "wenig Worte, die dafür langsam und deutlich!" Stilistisch ist das vielleicht nicht gerade schick, dagegen um so verständlicher: "Bauzeit: die Jahre 1889 bis '91."

Wobei ganz grundsätzlich sparsam mit Zahlen umzugehen ist. Egal ob Prozente oder absolute Werte: Übers Ohr sind Zahlen sehr schwer überschaubar zu vermitteln. Um Tendenzen, Grundlegendes, Verhältnisse zu erklären, sind deshalb unkonkretere Angaben hilfreicher als irgendwelche Stellen hinter dem Komma: Beispiel: "34,7 Prozent der Arbeiter leiden nach eigenen Angaben unter Lärm am Arbeitsplatz, 29 Prozent von ihnen werden später mit einer Gehörschädigung in Rente gehen."

Wichtiges  
wiederholen:  
die "Redundanz"

Radio-Sprache dagegen ist: "Jeder dritte Arbeiter beklagt sich über Lärm am Arbeitsplatz - und hat damit gute Chancen, später ein Hörgerät zu tragen! Bei jedem zehnten wird dies - rein statistisch - der Fall sein."

→ Also: Zahlen, wenns geht, vermeiden. Wenn nötig: Klar und deutlich strukturieren.

Wiederholungen sind im Schulaufsatz kritikwürdig, in der Radiosprache sind sie in Ordnung. Etwa, weil die HörerInnen mal kurz vom Lautsprecher weg waren, sie erst im Laufe eines Textes hellhörig wurden oder sie mit den Gedanken ganz woanders waren. So kann die Eingangsinformation ("Für die Nutzung der Gießereihalle als Kulturzentrum hat der Freiburger Gemeinderat heute grünes Licht gegeben") weiter unten im Text durchaus noch mal aufgegriffen werden:

Beispiel: "Diese Gemeinderatsentscheidung, die Gießereihalle nun doch als Kulturzentrum zur Verfügung zu stellen, hat weit reichende Konsequenzen für die zukünftige Arbeit des Arbeitskreises Alternative Kultur."

Solche Redundanzen (= "Überreichlichkeiten") helfen dabei, in einen Beitrag auch später noch einzusteigen, im Gegensatz zur Zeitung kann im Radio schließlich nicht kurz nach oben gesprungen und noch mal nachgelesen werden. Wer den Anfang verpasst hat, erfährt hier noch mal, wie der Gemeinderat entschieden hat.

Und: keine Eitelkeiten! Wer mit Fachbegriffen oder Eigennamen "cool" um sich wirft beweist damit nicht seine/ihre Kompetenz (höchstens - wenn schon - Arroganz ...). Wenn schon, dann herleiten und erklären.

Und: Nicht wegen vermeintlich guten Stils Begriffe für ein und dieselbe Sache variieren! Etwa "die Länderkammer" für "der Bundesrat" oder "die Züricher Radioleute" statt "Radio LoRa". Mit anderen Worten:

→ Texte so redundant verfassen, dass auch nachträgliches "einschalten" - so oder so - möglich ist.

Wer mit dem richtigen "feeling" vorgeht, wird auch die nicht vergraulen, die tatsächlich konzentriert zuhören. Wobei insbesondere schwierige Aussagen gut dosiert werden müssen. Das heißt beim Schreiben mitdenken, die Inhalte so gleichmäßig verteilen, dass auch die HörerInnen gleichmäßig mitdenken können.

## Zusammenfassen und resümieren

Insbesondere bei längeren Beiträgen ist es unumgänglich zu resümieren: Wer im Laufe einer längeren Sendung oder eines einzelnen Beitrags einschaltet, sollte in die Lage versetzt werden, den Einstieg zu schaffen. Gewiss, dem Selbstbewusstsein von RedakteurInnen sind nur selten Grenzen gesetzt nach dem Motto "wer nicht rechtzeitig meine Sendung einschaltet ist selbst schuld". Nur: Beobachtet selbst, wie häufig ihr pünktlich dabei seid. Und dann ist schade wenn die Mächte irgendeines Militärs in Mittelamerika haarklein dargelegt werden, ohne dass erklärt wird, ob nun um Costa Rica oder Cuba geht. Deshalb bei länger Hergelitetem oder komplexen Argumentationsketten:

→ Immer wieder orientieren und resümieren!

## Machtverhältnisse sprachlich in Frage stellen

Auch in der Sprache spiegeln sich Machtverhältnisse wider. Wer daran gehen will, die in Frage zu stellen, sollte bei der Sprache anfangen: An den Radiogeräten sitzen nicht nur Männer, also: "Hörer und Hörerinnen", oder auch: "Besucherinnen und Besucher" (etwa eines Konzertes). "BesucherInnen" schreibt sich gut, kann im Radio aber zu Missverständnissen führen: Schließlich gibt es Veranstaltungen nur für Frauen.

## Keine platten Verallgemeinerungen

"Am gestrigen Montag sind die Amerikaner in xy einmarschiert." Unsinn! Wer sind schon "die Amerikaner", "die Kurden", "die Fundamentalisten". Derartige Verallgemeinerungen sind meist falsch, oft von kritikwürdigen Interessen geleitet. Also genauer: Vermutlich gemeint ist ohnehin nur ein vergleichsweise kleiner, wenn auch lautstarker Teil Amerikas, die USA. Darüber hinaus waren es vermutlich die Militärs, die losgeschickt wurden. Und auch über deren Entsendung herrschte kein völliger Konsens innerhalb der US-amerikanischen Gesellschaft.

## Kommentare: untermauern und analysieren

"Diese sicherlich richtige Entscheidung des Freiburger Gemeinderates ..." Wertungen/Kommentierungen innerhalb von Meldungen/Beiträgen sind nach gängigen journalistischen Auffassungen ohnehin zu unterlassen, weil sie das formale Bild von der "objektiven Berichterstattung" ins Wanken bringen. Aber auch bei einem "parteiischen Medium" ist eine solche Formulierung schwierig, weil autoritär/totalitär: Wer entscheidet denn, was falsch oder richtig ist, was sind die Kriterien? Wenn bewerten, dann analysierend und mittels Argumenten.

Veranstaltungen:  
zuerst der Inhalt,  
dann erst Ort/Zeit

Bei Veranstaltungs- und Sendungsankündigungen unbedingt erst Inhalte und Details, dann erst Ort/Zeit/Wegbeschreibung nennen. Wer umgekehrt vorgeht (einer der häufigsten Fehler quer entlang der Radioskala), erweckt vielleicht Interesse für bestimmte "Reizworte" oder eben das, was er/sie ankündigt. Wo und wann das Ganze läuft ist dann aber schon vorbei - und womöglich vergessen! (Ausnahmen machen vielleicht Veranstaltungen in ganz speziellen Örtlichkeiten, die selbst einen Teil des Reizes ausmachen ...)

Vorher laut lesen

Schulungen in Freien Radios sind rar gesät. So was hat Vorteile - die Sprache ist noch nicht ganz so aalglatz wie bei Profis -, aber auch Grenzen. Dann nämlich, wenn HörerInnen genervt sind und sogar abschalten: Wegen allzu vieler Versprecher, weil sie das "Geleiere nicht mehr ertragen". Deshalb ist es sinnvoll, vor dem Schritt ans Mikro auf jeden Fall den Text schon mal laut gelesen zu haben. Prima-Vista-Lesen ist eine Kunst und meint mehr als nur irgendwie vom ersten bis zum letzten Buchstaben durchgekommen zu sein. Also: Laut lesen und im Text Betonungsstellen unterstreichen, Pausenzeichen reinmalen.

Layout des  
Manuskripts

Grundsätzlich: Radio-Texte sollten getippt sein. Auch wenn gerade ihr meint, eure eigene Schrift entziffern zu können: Nachweislich verliert mensch sich bei getippten Texten seltener als bei handschriftlichen. "Ich kann meine Schrift lesen ...", das sagen alle.

Ausdruck in zweizeiligem Abstand. Ideal: Schriftgröße 14 pt. Versprecher entstehen häufig dadurch, dass das Auge versehentlich Buchstabenfolgen der darüber liegenden Zeile aufschnappt. Bei größerem Abstand verringert sich außerdem das Risiko, nach vorn in die falsche Zeile zu springen.

Dadurch entsteht Platz für Betonungszeichen: Gemäß dem Inhalt - nicht der Zeichensetzung oder Grammatik - können zentrale Begriffe unterstrichen werden. Enden eines Sinnschrittes (und damit Pausen) können durch einen senkrechten Strich gekennzeichnet, kurze Stau-Pausen (zur Untergliederung) beispielsweise durch ein Kreuz gekennzeichnet werden.

- Häufige Absätze erleichtern die Übersicht und machen auf den ersten Blick deutlich, wo Pausen hingehören.
- Blattwechsel nicht mitten im Satz, sondern ideal nach einem Absatz.
- Wie lang ist mein Text? Faustregel: 15 Zeilen a 60 Zeichen ergeben eine Minute.

## 3. Konkrete Arbeitsfelder mit Sprechtexten

### 1. Die Begrifflichkeiten

Sendung, Beitrag

Sendung: eine längere Einheit (z. B. 60 min), die aus einzelnen Beiträgen besteht. Die wiederum stellen in sich abgeschlossene Einheiten unterschiedlichsten Stils dar und widmen sich einer Thematik bzw. einem speziellen Aspekt einer Thematik. Die häufigsten Beitragsformen:

Nachricht

Nachricht: in der klassischen Form gelesener Manuskript-Text, der in kurzer und prägnanter Form überwiegend aktuelle Entwicklungen zusammenfasst. Im (ersten) "Leadsatz" wird bereits orientiert, es folgen Quellenangaben und Hintergrundinformationen.

Interview

Interview: findet um der Antwort willen statt. Die InterviewpartnerIn wird zur Sache, nach ihrer Meinung oder Person befragt. Die InterviewerIn handelt stellvertretend für die HörerIn, nicht um die eigene Position in den Mittelpunkt zu stellen. Recht authentische Sendeform in freier Rede.

Gebauter Beitrag

Gebauter Beitrag: sehr geläufige, stark komprimierende (und implizit autoritäre) Beitragsform, bei der (vorgelesene) Manuskriptteile und O-Töne (Ausschnitte aus zuvor aufgezeichneten Gesprächen) im Wechsel montiert werden. Stimmungen oder das Wechselspiel wie beim Interview kommen kaum vor.

Collage

Collage: künstlerische Montage aus Text, Geräusch und Musik.

Kommentar

Kommentar: persönliche Bewertung eines Themas, durchweg in Gestalt eines vorgetragenen Manuskripttextes. Im konventionellen Rundfunk häufig in Abgrenzung zum sonstigen Programm, um dessen "Objektivität" zu unterstreichen.

Reportage

Reportage: Bericht vom "Ort des Geschehens". Hörbare Hintergrundgeräusche sowie möglichst bildhafte Schilderungen des aktuellen Geschehens sollen die HörerIn möglichst "nah" ans Geschehen ranbringen. Häufig live, klassisch Sportreportage.

## Diskussion

Diskussion: Im Gegensatz zum eher moderaten Umgang beim Gespräch steht bei der Diskussion die Kontroverse im Mittelpunkt, unterschiedliche Meinungen sollen herausgearbeitet und dem/der HörerIn zur eigenen Meinungsbildung präsentiert werden. Die Diskussionsleitung reguliert den Verlauf, greift nicht mit eigenen inhaltlichen Beiträgen ein.

## Anmoderation

Die Einleitung der Beiträge ist die Anmoderation. Sie holt die ZuhörerInnen in ihrer jeweiligen Situation ab und führt sie zum Thema hin. Ihr kommt insofern - gerade bei Magazinsendungen - zentrale Bedeutung zu. Eine schlechte Anmoderation wird kaum Aufmerksamkeit herstellen können - weshalb sie sehr konzentriert erstellt und als Kurzmanuskript schriftlich fixiert sein sollte. Näheres dazu findet ihr in den Materialien "Der gebaute Beitrag".

## 2. Nachrichten – Kurzmeldungen

### Nutzung von Nachrichten

Trotz der riesigen Medienvielfalt ist die Bedeutung von Radionachrichten unverändert: Sie sind überwiegende Informationsquelle bei vielfältigsten Themen. Bei vergleichenden Untersuchungen zur Mediennutzung stellt sich immer wieder heraus, dass (auch Kurz-) Nachrichten die Wirkung haben, auf Themen aufmerksam zu machen, Interesse zu wecken und Anstöße zu geben. Typisch ist die Parallelnutzung mit Printerzeugnissen, wo vom Radio gewecktes Interesse häufig über die Zeitungslektüre vertieft wird. Der dritte Schritt wäre idealtypisch die Rezeption von Broschüren oder Büchern. Vor diesem Hintergrund eine grobe Skizzierung des Strickmusters, nach dem etwa im Öffentlich-Rechtlichen Rundfunk (Kurz-)Nachrichten erstellt werden.

### Wichtiges am Anfang

Das Wichtigste steht am Anfang ("Leadsatz-Prinzip"). Ziel ist es, schon während der ersten Worte zu orientieren, vergleichbar mit der Schlagzeile einer Zeitungsmeldung. Natürlich darf es Ausnahmen geben, nur: Die Hoffnung, dass HörerInnen 3 Sätze lang seelenruhig zuhören und warten, um dann erst zu erfahren, worum es geht, ist illusorisch! Die hierfür erforderliche Geduld bringen (fast) nur Radio-Insider mit. Typischerweise kommt danach die Quellenangabe bzw. die Nennung eines Informanten. Hierauf folgen Einzelheiten, schließlich Hintergründe und Zusammenhänge.

Werten und  
kommentieren?

Strittig ist die offene Wertung innerhalb einer Nachricht: Der bürgerliche Journalismus duldet Subjektivität nur im Rahmen der Auswahl bzw. Auslassung von Themen. Kommentierungen sind nur versteckt zulässig (etwa durch den Einsatz von Kampfbegriffen wie "Chaoten", den Einsatz von Attributen wie "SED-Nachfolgepartei" nur im Zusammenhang mit der PDS, durch Verharmlosungen wie z. B. "Nuklear-Park"). Im Bereich Freier Radios wird dagegen verschiedentlich innerhalb der Meldung offen kommentiert: Dies erscheint dann zulässig (und gegebenenfalls sogar ehrlicher), wenn deutlich wird, wann die Kommentierung beginnt und welche Argumente für die Stellungnahme herangezogen werden.

Wer spricht  
wie lang?

Während eine einzelne Kurzmeldung vielleicht noch ganz gut hörbar sein kann, wirds bei einer Abfolge mehrerer Meldungen schon schwieriger - selbst, wenn die einzelne Nachricht ideal verfasst sein mag. Abhilfe schafft hier neben möglichst guter Sprechtechnik nur die stimmliche Abwechslung. Mit anderen Worten: Texte, die länger sind als eine Seite, sollten besser nicht komplett von einer Person gelesen werden. Wer mühevoll recherchiert, Konzepte erstellt und formuliert, sollte - zum Schluss - nicht den Aufwand guter Vermittlung scheuen. Also: Zwei Leute wechseln sich mit den Meldungen ab oder eineR liest die "Header" (Schlagzeilen), der/die andere die Texte, jemand drittes die Zitate oder oder oder ... Hier ist Fantasie angesagt.

### 3. Erstellen von Beiträgen

Beitragslängen

"Wie lang darf mein Beitrag sein?" Die Frage definiert den Stil fast aller Sender, bei Freien Radios sollte die Grenze nicht formal festgelegt sein. "Sie dürfen über alles reden, nur nicht über eins-dreißig" - die Regel gilt hier nicht statisch, sondern in Abhängigkeit von dem jeweiligen Stil des Beitrags: 1:30 Manuskript am Stück (= eine Schreibmaschinenseite mit doppeltem Zeilenabstand) kann schon die Obergrenze sein, wenn nur "abgelesen" wird. Dem gegenüber können Beiträge (im entsprechenden Sendungskontext) auch mal eine viertel Stunde dauern, allerdings muss dann eine entsprechende Form gewählt werden.

Abwechslung bringt

Ideal ist der Einsatz ganz unterschiedlicher Beitrags-Gattungen, wie sie oben im Abschnitt 1 dargestellt wurden.

Noch ein paar Tipps:

- Stimmen abwechseln.
- Zäsuren einbauen. Etwa in Gestalt kurzer (Geräusch-)Einspielungen, wenn Aufzählungen oder Reihungen einen Text endlos werden ließen.
- Ebenen abwechseln. Ein Manuskript-Text wechselt mit Ausschnitten aus einem quasi zitierten Gespräch ab.

Der Fantasie sind hier kaum Grenzen gesetzt - nur, Achtung: Der Spaß beim Machen ist nicht unbedingt auch der Spaß beim Hören! Insbesondere Geräuscheinpielungen sind ein tolles Mittel zum Auflockern von Beiträgen - und fürchterlich ätzend, wenn sie zu lang laufen ...

## 4. Moderation: Dreh und Angelpunkt des Magazins

ModeratorIn:  
Bindeglied im  
Magazin

Bislang ging's hauptsächlich um Fragen innerhalb einzelner Beiträge. Nun soll sich um die gesamte Sendung drehen. Dafür wird oft das "Magazin" gewählt. Das typische hierbei ist die Mischung verschiedenster Einzelbeiträge innerhalb einer Sendung, geschaffen jeweils an den Tischen der jeweiligen Redaktionen und Ressorts. Entworfen wurde das Magazin in den USA: Ziel war Information und Unterhaltung, kurze Beiträge und Musik in einem Sendegefäß anzubieten gemäß den Wünschen der werbetreibenden Industrie. Seine Geburtsstunde in der BRD schlug Anfang der 60er Jahre beim WDR.

Im Mittelpunkt des Magazins steht die/der ModeratorIn ("Vermittler"). Er ist das Bindeglied zwischen Studio und HörerIn, er stellt persönlichen Kontakt her, schafft einen persönlichen Bezug zu der jeweiligen Sendung. Dieser ästhetisch-kommunikative Auftrag zeigt allerdings schon die Schattenseite dieser Konzeption:

Der/die ModeratorIn steht außerhalb des Inhalts. Sein/ihr Auftrag ist lediglich der der Vermittlung, der Herstellung eines Wiedererkennungswertes, bisweilen auch der des unverbindlichen Plauderns. Ein Tausendsassa, der in der Lage sein muss, zu allem souverän zu quatschen, der allerdings nie wirklich in die Tiefe gehen wird.

Moderation  
abwechseln

Und dennoch: Immer wieder werden - auch in Freien Radios - Einzelne in die Rolle des/der ModeratorIn treten. Etwa, wenn mehrere Leute gemeinsam eine (Stunden-)Sendung produzieren, von mehreren Fachleuten verschiedener Ressorts produzierte Einzelbeiträge zum Magazin

## Im Mittelpunkt: die/der HörerIn

zusammengefügt werden. Allerdings: Der explizite Moderator als solcher findet sich in Freien Radios sehr selten. Gebräuchlich und sinnvoll dagegen sind folgende Rollenteilungen:

Ein Redaktionsmitglied zeichnet für die Musikzusammenstellung verantwortlich, sucht die CDs aus und moderiert sie an bzw. ab; es schafft dann auch den Übergang zu den einzelnen Beiträgen.

Ein Redaktionsmitglied schlüpft während einer Sendung in die Rolle des/der Moderators/-in, im Unterschied zu den klassischen ModeratorInnen wechselt jedoch die Rolle von Sendung zu Sendung. Allzu feste Rollenzuweisungen werden vermieden.

Egal wie ihr die Moderation nun gestaltet: Einige handwerkliche Regeln solltet ihr beachten:

- Moderieren heißt mit den HörerInnen reden. Nicht euer "Ich" steht im Mittelpunkt, auch nicht Schwierigkeiten und Stimmungen in der Redaktion. Das heißt nicht, dass Internes nicht offen gemacht werden soll, nur: Es steht eben höchstens ganz am Rande. Im Mittelpunkt steht der/die einzelne HörerIn!
- Inhaltlich: Was darf vorausgesetzt werden, welche Vorinformationen müssen noch geliefert werden, bevor ein Beitrag läuft? Müssen womöglich noch Begriffe (nebenbei) eingeführt werden?
- Bezüglich Stimmung: Wer morgens mit penetrant guter Laune ins Studio kommt, kann sehr schnell nerven. Wem selbst grad eine Laus über die Leber gelaufen ist, muss die nicht unbedingt in den Äther schicken!
- Formal: Wer ist die gedachte/gewünschte Zielgruppe? Stimmt die Wortwahl?

Die Liste ließe sich fortsetzen. Wer sich jedoch in Gedanken immer wieder an die HörerInnen erinnert, kann sich Einzelpunkte sparen!

Eher: Mal die eigene Sendung wirklich kritisch durchhören, vielleicht auch mit vollkommen außen stehenden Personen, "air-check" machen.

## An, Zwischen, Abmoderation

An-, Zwischen-, Abmoderation sind die häufigsten Bausteine: Sie führen Hörer und Hörerin zu einem bestimmten Thema hin, sie sind zentral um Aufmerksamkeit zu wecken (s. o.). Redaktionelle Schnittstelle zwischen ModeratorIn und RedakteurIn ist der Moderationsvorschlag: eine kurze Textpassage, die der/die RedakteurIn des Beitrags der sendefertigen Minidisk oder Datei beilegt. Wobei Moderation meist freie, immer jedoch individuelle, persönliche Rede ist. Das heißt: Mode

## Musik und Moderation

rationstexte werden immer von der/dem ModeratorIn auf die eigene Sprechweise hin angepasst oder eben selbst entworfen.

Moderation über Musik ist üblich, verleiht der Sendung etwas mehr Geschwindigkeit. Wer solche Kategorien in seine Sendungsgestaltung einbezieht, sollte zwei Arten kennen:

Moderation über die "Rampe" (ramp) kommerzieller Titel: Sie sind radiogeeignet produziert, indem die ersten ca. 20 Sekunden frei von Gesang und zum Übersprechen geeignet aufgenommen sind.

Weniger reißerisch ist die Verwendung von ruhigen Instrumentaltiteln, die längere Moderationen erleichtern. Diese Variante hat den Vorteil, dass zeitlicher Spielraum gegeben ist, zwischendrin kann wieder "hochgefahren" und Zeit zum Nachdenken geschaffen werden. Wichtig: Keine bekannten Titel verwenden. Das führt zu Verärgerungen bei den jeweiligen Fans. Und: Keine Moderation über Vokalmusik. Das würde irritieren, die beiden Stimmen würden konkurrieren.

## Kurz fassen, keine Füllsel

Gerade Radio-Neulinge neigen zu stereotypen Moderationsanfängen wie "Ja, also ...", "Wir kommen jetzt zu ..."

Quintessenz: Alles weglassen, was die HörerInnen eh mitkriegen, so viel streichen wie möglich, das betont das Wesentliche!

"Wir spielen jetzt noch etwas Musik." Das hören die HörerInnen selbst. Besser: einfach die Musik spielen, Abmoderation etwa im Stil wie: "Eric Clapton. Einer der größten Blues-Musiker, vielleicht der schwärzeste Musiker mit weißer Hautfarbe überhaupt. Gerade eben: Eric Clapton mit 'Just one night'."

"Wir kommen jetzt zum nächsten Beitrag." Das merken alle. Besser: einfach anfangen! "Streiks im öffentlichen Dienst - seit letztem Montag ..."

Nach der Begrüßung des Studiogastes: "Gleich zu unserer ersten Frage." Weglassen! Gleich die Frage stellen!

## Doppelmoderation

Dialoge sind eines der schönsten Mittel der Moderation: Sie kommen der üblichen freien Rede am nächsten. Wenn sie nicht zur selbstdarstellerischen Plauderei verkommen, sind sie ein geniales Mittel, um Sendungen interessant und kurzweilig zu gestalten - und sind damit hervorragend geeignet, um auch komplexe Inhalte an die Frau oder den Mann zu bringen.

## Literatur für Radioleute

La Roche, Walther von / Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München 1993, List Verlag.

Klassischer Journalismus-Begriff, erstklassige Vermittlung handwerklicher Grundkenntnisse nicht nur in Sachen "Sprache".

Häusermann, Jürg / Käppeli, Heiner: Rhetorik für Radio und Fernsehen: Regeln und Beispiele für mediengerechtes Schreiben, Sprechen, Informieren, Kommentieren, Interviewen, Moderieren. Aarau / Frankfurt a. M. 1986.

Kritischerer Ansatz, sehr fundiert in Sachen "Sprache". Im ersten Teil des Buches werden Regeln für verständliche und attraktive Sprache aufgestellt, der zweite Teil enthält Kapitel zu wichtigen (Text-) Formen in Radio und Fernsehen, wie z. B. Nachricht, Bericht, Kommentar, Interview und Moderation.

Wachtel, Stefan: Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen. Konstanz 2003, UVK Verlagsgesellschaft.

Schwerpunkt auf Präsentation von Texten, Aussprachelehre, Umgang mit Körper, Atem, Stimme. Mit CD mit Hörbeispielen.

Schneider, Wolf: Deutsch fürs Leben. Was die Schule zu lehren vergaß. Reinbek 1994, Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Vergnügliche Pflichtlektüre für AkademikerInnen die anfangen wollen, hörverständlich zu schreiben.

Arnold, Bernd-Peter: ABC des Hörfunks. Konstanz 1991, UVK Verlagsgesellschaft.

Als Alternative zu "La Roche, Radiojournalismus" denkbar.

# Inhalt

1. Sprache im Radio	2
2. Das Formulieren von Hörtext	4
3. Konkrete Arbeitsfelder mit Sprechtexten	9
1. Die Begrifflichkeiten	
2. Nachrichten – Kurzmeldungen	
3. Erstellen von Beiträgen	
4. Moderation: Dreh- und Angelpunkt des Magazins	
Literatur für Radioleute	15

Die Materialien dieser Reihe entstanden im Auftrag der AFF (Assoziation Freier Gesellschaftsfunk Baden Württemberg, <http://www.aff-bawue.org/>), wurden im Rahmen des Projektes 'Soundnezz' weiterentwickelt (<http://www.soundnezz.de>), und stehen als Teil des GNU-Projektes unter Copyleft (<http://www.gnu.org/copyleft/copyleft.de.html>)" Sie stehen in diversen Dateiformaten unter <http://www.mediensyndikat.de> zum Download bereit.