

BLM
Bayerische
Landeszentrale für
neue Medien

**MACH
DEIN
RADIO**



**MACH
DEIN
RADIO!**

Redaktionstipps



Ein Projekt der
Bayerischen Landeszentrale
für neue Medien (BLM)

Inhalt

Vorbereitung: Der Start in die redaktionelle Arbeit	2
Themenfindung	2
Das Ziel vor Augen: Der Weg von der Idee zum Beitrag	2
Aller Anfang: Die Recherche.....	3
Ganz Ohr: Hören und Aufnehmen.....	4
Die ersten Worte: Schreiben fürs Hören.....	5
Jetzt wird's konkret: Beitragsformen im Radio.....	6
Erste Sendeformen.....	6
Töne fangen: Die Umfrage und die Collage.....	6
Kurz und prägnant: Der Aufsager und die Nachricht	8
Die Klassiker: Das Interview und der gebaute Beitrag	9
Sendeformen für Fortgeschrittene.....	14
Zum Erzähler werden: Die Reportage und das Feature	14
Stellung nehmen: Der Kommentar und die Glosse	16
Theater für die Ohren: Das Hörspiel.....	17
On Air: Die erste eigene Sendung	18
Im Rhythmus bleiben: Die Magazinsendung.....	18
Den Hörer "an der Hand nehmen": Die Moderation	19

Vorbereitung: Der Start in die redaktionelle Arbeit

Was ist ein gebauter Beitrag? Wie gehe ich mit dem Mikrofon um? Wann kann ich meine eigene Sendung machen? Antworten und Tipps haben wir hier bereitgestellt - mehr Informationen finden sich z.B. bei Walter von La Roche/Axel Buchholz: Radiojournalismus, ein Klassiker der auch auf crossmediales Arbeiten und Podcasten eingeht.

Themenfindung

Was könnte die Hörer eurer Schulradiosendung interessieren oder was müssen sie unbedingt erfahren? Themenfindung ist eine ‚Entmüllung‘ des Kopfes: Traut euch z.B. alles aufzuzählen was in letzter Zeit wichtiges oder unwichtiges an der Schule passiert ist: Die Brezeln am Pausenstand kosten plötzlich 10 Cent mehr, die Schülermitverwaltung steht vor Neuwahlen, es gibt durch G8 und G9 zwei Abi-Jahrgänge in einem Jahr etc. – die ersten Themen sind ausgewählt.

Überlegt euch auch, wer eure Hörer überhaupt sind. Macht ihr euer Radioprogramm nur für die Schule oder habt ihr ein anderes Zielpublikum? Junge Schüler interessieren sich wahrscheinlich für andere Themen als ältere Jugendliche oder Hörer einer speziellen Radiostation.



Tipp Umhören: Ohren auf in U-Bahn, S-Bahn oder auf dem Pausenhof: Gerade Leute, die schimpfen (über Bus/Bahn, die schrecklichen Hausaufgaben etc.) können einen schnell auf ein Thema bringen. Morgens regelmäßig einen Blick auf Newsseiten im Smartphone und die Themen purzeln nur so.

Das Ziel vor Augen: Der Weg von der Idee zum Beitrag

Ist die Entscheidung zu einem Thema gefallen, geht es um die Herangehensweise. Eignet es sich besonders gut für eine Umfrage ("Was haltet ihr von der Mittagsverpflegung?") oder für eine Reportage (eine Stunde bei den Sportfestspielen) oder als Interview (z.B. Vorstellung einer neuen Lehrerin)?

Bevor ihr aufnehmt, solltet ihr euch um die Hintergrundinformationen kümmern. Hier ist die Recherche über das Thema besonders wichtig. Bei einer Umfrage oder einem Interview solltet ihr euch zudem ein Konzept erarbeiten und überlegen, was ihr mit Euren Fragen erreichen wollt. Nach dieser Vorarbeit könnt ihr dann den Termin mit dem Wunsch-Gesprächspartner ausmachen.

Mit eurem Aufnahmegerät geht es los. Bei einem Interviewtermin erwartet euch der Gesprächspartner vielleicht schon, etwas komplizierter gestaltet sich die Straßenumfrage: Viele Menschen mögen es nicht, wenn man ihnen unaufgefordert ein Mikrofon unter die Nase hält. Also erst höflich nachfragen ("Hallo, ich komme vom Schulradio XY und sammle Meinungen zum Thema XY, hätten Sie eine halbe Minute?") und dann erst *record* drücken.

Zurück in der Redaktion heißt es, Audiomaterial durchhören, vielleicht sogar abtippen und erste Notizen machen. Hilfreich ist eine Anordnung zu überlegen und die eingesammelten Aussagen (im Fachjargon "Originaltöne" bzw. "O-Töne") grob vorzuschneiden.

Das Manuskript, also den Zwischentext, der die O-Töne verbindet, sollte immer jemand gegenlesen – also Mitschüler, Lehrer oder der Schulradiocoach. Oft fängt dann die Arbeit erst an: Sätze müssen umgeschrieben werden, der eine oder andere O-Ton noch ausführlicher sein. Nicht verzweifeln! Die Korrekturen helfen der Verständlichkeit.

Zu guter Letzt: Das Einsprechen der Texte. Hier macht Wiederholung den Meister. Nach der Aufnahme kann das Eingesprochene zusammen mit den O-Tönen und eventuell auch der Atmo und Musik fertigproduziert werden. Geschafft? Jetzt erst geht der Beitrag "auf Sendung".



Tipp Gruppenarbeit: Natürlich kann ein Thema zu mehreren bearbeitet werden und die Aufgaben untereinander aufgeteilt werden.

Aller Anfang: Die Recherche



Eine saubere Recherche ist die Basis für einen guten Radiobeitrag. Das Wort Recherche kommt aus dem französischen und heißt "nachforschen, untersuchen". Ein Journalist muss verlässliche und überprüfbare Informationen verwerten. Das heißt nachlesen und nachfragen: Wie ist der Sachverhalt? Ist die Geschichte wirklich so passiert? Welche Informationen fehlen? Gibt es andere Meinungen?

Die Basis – Hintergrundrecherche: Zunächst solltet ihr die grundlegenden Informationen zu eurem Thema zusammentragen. Dabei hilft es die sogenannten W-Fragen zu beachten und diese erst einmal für sich zu beantworten: Wer / Was / Wann / Wo / Wozu?

Eine erste Anlaufstelle um Themen zu recherchieren kann das Internet sein (z.B. die erweiterte Suche von Google, aber auch andere Suchmaschinen, Blogs, Online-Zeitungen, Twitter) – Dies sollte aber nicht die einzige Basis für euren Beitrag sein.

Detailrecherche/Verifizierung: In der zweiten Phase geht es darum weitere Informationen zu sammeln, um das Thema zu ergänzen, interessant zu machen und zu verifizieren. Eine wichtige Quelle für Zahlen und Fakten ist z.B. das statistische Bundesamt, aber auch die Pressestelle der Polizei, das Kultusministerium, Museen, Universitäten, etc. können je nach Thema angefragt werden. Weitere Quellen sind z.B.: Bibliotheken, Archive (Zeitungs-, Foto-, TV-Archive), Lexika, etc. Dabei ist es – gerade bei einem Audiobeitrag – auch immer gut mit realen Personen/Experten zu sprechen und nicht nur schriftliche Informationen zusammenzutragen.

Gerade bei komplexen Sachverhalten empfiehlt es sich mehrere (Informations-) Quellen zu beschaffen, um eine "Gegenprüfung" machen zu können. Damit lässt sich der Wahrheitsgehalt einer Aussage überprüfen, wie z.B. "Die Klassen werden immer größer". Ansprechpartner könnten hier die Lehrer sein, Eltern oder das Kultusministerium ("Stimmt es, dass die Klassen immer größer werden? Wie war das zu den Zeiten unserer Eltern?"). Das Internet alleine reicht nicht aus.

Punkte, die ihr beachten solltet:

- Passende Quellen (Personen, Medien, Fachbücher, etc.) für das Thema suchen
- Dargestellte Fakten durch einen Experten bestätigen/erläutern lassen
- Nicht einseitig berichten und z.B. bei kritischen Themen auf die Aussagen einer Person vertrauen – Immer auch eine Gegenmeinung einholen
- Nachprüfen ob bestimmte Aussagen auch wirklich so stimmen z.B. Nachfragen bei Ämtern, Behörden, Ärzten, etc.
- Vorsicht bei Aussagen von Pressestellen: Vertreter von Pressestellen sind oft sehr auskunftsfreudig - aber auch sehr geübt, die Position ihres Auftragsgebers positiv darzustellen.



Buch-Tipp:

Michael Haller: Recherchieren. Ein Handbuch für Journalisten.

Ganz Ohr: Hören und Aufnehmen

Radio braucht gute Tonaufnahmen. Während unser Ohr störende Nebengeräusche ausblendet und man einer Aufführung im Theater auch in der letzten Reihe wunderbar folgen kann, ist das Mikrofon schnell am Ende seiner Möglichkeiten. Denn unser Ohr bzw. unser Gehirn setzt Prioritäten bei den Schallwellen. Das Hören setzt sich zusammen aus dem Grundgeräusch (etwa die Stimme), reflektierten Schallwellen und dem umgebenden Raum. Da die Luft auf Bewegung reagiert, könnt ihr euch das wie einen glatten See vorstellen, in den man einen Stein hineinwirft: Ähnlich funktionieren die (Schall) Wellen. An glatten oder harten Materialien (Scheiben, Wände, Zimmerdecken) werden die Schallwellen reflektiert, die das Grundgeräusch überlagern. Das Mikrofon zeichnet dann alle Töne auf, auch die die für Menschen unhörbar sind.

Achtet auch darauf ob euer Gegenüber laut oder leise spricht und pegelt den Ton immer gut aus. Dabei gilt die Regel – lieber zu leise aufnehmen als zu laut. Leise Aufnahmen kann man im Audioschnitt nachbearbeiten. Übersteuerte Aufnahmen hingegen sind kaputt – hier kann nichts mehr gerettet werden.



Tipp Raumcheck: Sind elektrische Störgeräusche oder Computer in der Nähe? Sind alle Handys aus? Fahren hier Autos vorbei? Soll der Raum als "Studio" dienen, können reflektierenden Flächen mit Decken oder Schallabsorbierenden Materialien abgedeckt werden. Bitte legt auch Schmuck ab,

der gegen das Mikro oder den Tisch schlagen könnte, auf dem das Aufnahmegerät liegt.

Die ersten Worte: Schreiben fürs Hören

Die Texte von Radiobeiträgen werden nicht für das Auge, sondern für das Ohr geschrieben. Der Grund ist die Verständlichkeit. Schon beim ersten Hören muss der Zuhörer verstehen, um was es geht, da er beim Radiohören nicht zurückblättern kann, wie beim Zeitunglesen. Deswegen sollte der Text knapp und verständlich sein, also möglichst kurze Hauptsätze formulieren und das Verb im Satz vorziehen. Die Informationen sollten in "kleinen Häppchen" angeboten werden – Am besten nur eine Information pro Satz.

Zentrale Begriffe können im Radiotext ruhig wiederholt werden – Vermeidet Synonyme! Aktive Formulierungen sind leichter verständlich und wirken lebendiger als passive, z.B. "Eine Million Zuschauer verfolgten die Live-Übertragung" anstatt "Die Live-Übertragung wurde von einer Million Zuschauern verfolgt." Vermieden werden sollten Fremdwörter oder abstrakte Größenangaben. Wenn sich das nicht geht (oder wenn z.B. der Gesprächspartner solche Angaben macht), dann solltet ihr kurz darauf eingehen. D.h. Fremdwörter in eigenen Worten kurz erläutern und bei Zahlen anschauliche Vergleichsangaben machen, z.B. "... Das ist so groß wie zwei Fußballfelder".

Stellt euch die Hörer als gute Freunde vor, denen ihr ein Erlebnis Schritt für Schritt erzählt. Je natürlicher ihr sprecht und formuliert, desto besser. Einen guten Einstieg in den Radiobeitrag erreicht man oft mit einem O-Ton aus dem Audiomaterial oder durch einen packenden ersten Satz. Auch ein interessantes Geräusch ("Earcatcher") kann ein guter Einstieg sein.



Tipp eigener Stil: Plattitüden oder allgemeine Weisheiten schleichen sich schnell ins Ohr und schon stehen sie auf dem Blatt, doch Neues sagen sie nicht. Vermeidet deshalb Sätze wie "Es ist allgemein bekannt", "Mit Rat und Tat zur Seite stehen", "Ende gut, alles gut", "Schon vor Urzeiten...", "eine Leistung der ganz besonderen Art". Versucht den Text klar zu formulieren (Was will ich eigentlich wirklich sagen?) und von Floskeln zu befreien. Schreibt den Text so, wie ihr sprecht.

Und noch ein Tipp den Lehrkräfte wahrscheinlich nicht so gerne hören. Die richtige Interpunktion ist bei Radiotexten nicht wichtig. Achtet vielmehr darauf, dass ihr die Zeichen so setzt, dass Sie euch bei der richtigen Betonung helfen. Es dürfen auch Wörter fett gedruckt und unterstrichen werden – Es kann ins Skript auch hineingekritzelt werden. Und alles so groß ausdrucken, dass ihr den Text auch wirklich gut lesen könnt. In Radiobeiträgen müssen Stimme, Betonung und Satzbau die Struktur liefern, daher: nicht zu schnell sprechen, deutlich sprechen, an den richtigen/wichtigen Stellen betonen und ausreichend lange Pausen zwischen Sätzen und Gedankengängen lassen.

Jetzt wird's konkret: Beitragsformen im Radio

So wie es in der Literatur verschiedene Textformen gibt (z.B. Sachtext, Kurzgeschichte, Kommentar, Roman, etc.) werden auch im Radio Inhalte in verschiedenen Beitragsformen präsentiert. Je nach Aussagekraft, Gehalt und Zielrichtung des Inhalts eignen sich unterschiedliche Beitragsformen. Soll der Beitrag unterhalten, soll eine spannende Geschichte erzählt werden oder soll nüchtern informiert werden? Sollen wichtige Informationen überblickshaft präsentiert werden oder soll ausführlich in die Tiefe gegangen werden? Nicht jede Beitragsform eignet sich für jeden Inhalt. Nachrichten werden z.B. in knappen, klar formulierten Meldungen präsentiert. Für fiktive Geschichten eignen sich spielerische Formen wie z.B. das Hörspiel und die eigene Meinung kann man in Form eines Kommentars äußern.

Auch der Produktionsaufwand für die Beiträge spielt eine Rolle. Anfänger sollten eher mit einfachen Beitragsformen beginnen, wie z.B. Umfragen oder Collagen. Hörspiele, gebaute Beiträge und Features sind aufwendig in der Gestaltung und sollten erst angegangen werden, wenn die Gruppe einigermaßen geübt im Schnitt ist. So kann Frust bei der Fertigstellung der Beiträge vermieden werden. Relevant ist auch wo eure Audioprodukte präsentiert werden sollen. Erstellt ihr einen Podcast der lange nachhörbar sein soll? Plant ihr einen Audioguide für Sehenswürdigkeiten in eurem Ort? Oder erstellt ihr viele, kurzweilige Beiträge für eine Magazinsendung?



TIPPS & TRICKS

Tipp: Überlegt euch bevor ihr loslegt, was ihr vermitteln wollt und welche Beitragsform sich dafür eignet. Je nachdem könnt ihr schon bei den Aufnahmen/Interviews darauf achten ob ihr z.B. zusätzliches akustisches Material (z.B. Geräusche vor Ort) sammeln müsst, oder ob ihr z.B. darauf achten müsst dass auch Eure Fragen in guter Qualität mit aufgenommen werden bzw. ob ihr nur die Antworten eures Gegenübers verwenden wollt.

Erste Sendeformen

Töne fangen: Die Umfrage und die Collage

Die Umfrage

In einer Umfrage äußern sich verschiedene Leute zu einem Thema. Alle bekommen dabei die gleiche Frage gestellt, z.B. "Was halten Sie vom neuen Lehrplan?", "Was wünscht Ihr euch von einer guten Kantine?" etc. Radio-Umfragen transportieren ein Meinungsbild von der "Straße". Damit sind sie weder repräsentativ noch objektiv.

Fakts:

- Die "Stimme des Volkes" = Vox Populi → TV: VoxPop
- nicht repräsentativ, sondern gibt ein Stimmungs-/Meinungsbild wieder
- soll eher unterhalten/auflockern und weniger informieren

Eine gute Frage: Was ist eine gute Frage für eine Umfrage?

- **Offene Frage:** "Was halten Sie vom Veggi-Day?" oder "Was denken Sie über...?" oder Frage nach Erlebnissen: "Was war ihr peinlichstes Erlebnis? ! keine geschlossenen Fragen/Ja-Nein-Fragen z.B. "Finden Sie, dass Deutschland weniger Schulden machen sollte?"
- Nur eine Frage stellen

Ein guter Ort: Was ist ein guter Ort?

- Atmo vs. Lärm: Atmo (Hintergrund Geräusche) sind gut, aber störender Lärm sollte vermieden werden (z.B. neben Baustelle oder Kirchturm.
- Es sollte ein Ort sein an dem viele Personen vorbeikommen – Diese sollten aber nicht in Eile sein
- Hausrecht beachten! (Der Bahnhof ist z.B. in der Regel tabu)

Viele gute Gesprächspartner: Was ist ein guter Gesprächspartner?

- i.d.R. spricht er deutsch (außer Spezialthema)
- verständlich: kein nuscheln, nicht zu leise, nicht zu laut
- authentisch: von vor Ort!

Gute Montage: Wie baut man eine Umfrage auf?

- O-Töne anhören und Töne mit schlechter Qualität aussortieren
- Die Mischung macht's: Mann/Frau – Meinungen gut mischen
- guter Einstieg/guter Ausstieg
Regel: Die **zweitbeste Antwort** kommt an den **Anfang**, die **beste** an den **Schluss**.

Länge: 20 Sekunden – 1 Minute

Platzierung: Wo kann man Umfragen einbauen?

- z.B. am Anfang einer Sendung oder einem gebautem Beitrag
- In moderierten Meldungen, Nachrichtmeldungen
- In der Anmoderation kurz darauf eingehen wo, bzw. in welchem Rahmen die Umfrage entstanden ist



Tipp: Attraktiv wird eine Umfrage vor allem durch den Schnitt, entscheidend sind dabei Kontraste bei den Stimmen (weiblich vs. männlich, alt vs. jung) und gute Verständlichkeit. Meist ist eine Umfrage nicht viel länger als eine halbe Minute.

Die Collage



Die Collage ist eine der leichtesten Beitragsformen. Hier geht es darum ein Klangbild zu erschaffen, z.B. eine Collage über ein gut besuchtes Schwimmbad mit verschiedenen Geräuschen wie Wasserplatschen, Kinderkreischen, bis hin zu Wortfetzen vom Eisverkäufer oder der Bademeisterin. Manchmal ist eine O-Ton Collage eine Vorarbeit für einen längeren Beitrag, etwa eine Reportage oder ein Feature. Sie kann aber auch alleine stehen, wenn sie gut produziert ist.

Facts:

- Die Collage ist eine Art "Hörbild"
- (Künstlerische) Montage von verschiedenen Geräuschen/Elementen zu einem Thema; z.B. Geschichte/Tagesablauf wird nur mit Geräuschen erzählt
- Auch O-Töne können zu einer Collage montiert werden (z.B. verschiedene Kinder erzählen die Weihnachtsgeschichte nach – Die passenden Aussagen werden aneinandergeschnitten // oder z.B. "Dingsda")
- Die Collage ist weniger zielgerichtet als die Umfrage. Es gehen nicht darum Stellungnahmen zu einem Thema einzufangen – Vielmehr soll Atmosphäre geschaffen werden oder ein Thema umschrieben werden ("Fleckerlteppich")
- Im Unterschied zum gebauten Beitrag gibt es keine erläuternden Zwischentexte

Länge: 20 Sekunden – 1 Minute

Kurz und prägnant: Der Aufsager und die Nachricht

Der Aufsager

Der Aufsager ist die einfachste Beitragsform im Radio – und die schnellste. Er dient dazu in knapper Form die wichtigsten Fakten zu einem Ereignis/Sachverhalt zu vermitteln.

Facts:

- Kurze Meldung, die von einem Sprecher vorgetragen wird
- Entweder im Studio oder live vor Ort
- Meist 20-30 Sekunden (in der Regel nicht länger als 1 Minute)

Spezialform: Die Nachricht

Die Nachricht gibt ein aktuelles Ereignis sachlich wieder und wird in Form eines Aufsagers präsentiert. Eine Radio-Nachricht ist also kurz, prägnant und enthält nur die wichtigsten Informationen. Sie gibt Antwort auf die klassischen W-Fragen: Wer, Was, Wann, Wo, Wie und Warum?

Das Wichtigste steht immer am Anfang der Nachricht, dann wird die Quelle genannt. Die Quellenangabe (Wer hat die Nachricht verbreitet?) ist zwingend, um nachprüfbar zu bleiben. Darauf folgen die Einzelheiten und am Schluss optional Hintergrund und Zusammenhänge.



Tipp: Wenn man eine Nachricht von hinten her gut kürzen kann, ohne den Sinn und die wichtigsten Informationen zu verlieren, hat man sie richtig aufgebaut.

Die Klassiker: Das Interview und der gebaute Beitrag

Das Interview

Das Interview ist eine Basisform der Radioarbeit. Im Hörfunk unterscheidet man zwischen zwei Formen des Interviews: das Recherche-Interview (hier werden Informationen vom Experten bzw. Gesprächspartner abgefragt) und das Interview als eigenständige Sendeform. In der Regel geht jedem gebauten Beitrag ein Interview voraus. Es ist also oftmals die Vorarbeit für eine andere journalistische Form.

Schwieriger ist ein Interview als eigenständige Sendeform. Hier werden die Fragen des Interviewers und die Antworten des Gesprächspartners aufgenommen. Ein Kunststück ist es, das komplette Gespräch später ohne Schnitt zu senden.



Tipp: Ein gutes Interview erreicht man vor allem durch "**Zuhören**". Wer konzentriert zuhört, kann auf seinen Gesprächspartner besser eingehen, aktiv nachfragen und das Gespräch im Interesse des Themas steuern.

Interviewformen:

- Im **Recherche-Interview** geht es hauptsächlich darum, "zitierfähige" O-Töne zu bekommen, die man dann zum Beispiel in den gebauten Beitrag einbauen kann. Auch können hier Hintergrundinformationen für den Beitrag gesammelt werden.
- **Interview als eigenständige Beitragsform**, bei dem die sowohl Fragen und Antworten mitverfolgt werden können
- **Talk/Gespräch:** langes Interview. Von Bedeutung: Interessante Fragen und die Dramaturgie des Interviews z.B. Mensch Otto (BR)

Inhaltliche Ausrichtung von Interviews:

Die **Art von Interview** bestimmt die Fragen, z.B.:

- Interviews zu einem Sachthema → Fragen zur Sache (z.B. Wie ist die Feuerwehr ... für eventuelle Notfälle gerüstet?)
- Interview mit bzw. zu einer Person (Portraitinterview) → Persönlichere Fragen zur Person/Werdegang/Erlebnissen etc.
- Meinungstalk/-interview → Fragen zur Meinung/Einstellung zu einem Thema

Interview vorbereiten - Vorgehensweise:

1. Recherche/Thema eingrenzen:

- Recherche ist das A und O: Der Interviewer sollte sich im Thema gut auskennen. Nur so kann er gute und kompetente Fragen stellen oder auch zusätzliche Informationen in das Gespräch einbringen.

2. Interviewpartner finden:

- **Kompetenz:** Kann er zu dem Thema was sagen?
→ Es bringt nichts einen Fleischfresser zum Thema vegane Küche zu befragen
- **Wirkung:** Wie kommt der potenzielle Interviewpartner rüber? Stockend? Eloquent? Hat er einen starken Dialekt oder Sprachfehler?

3. Fragen planen

- Vorher überlegen „Was ist das Ziel meines Gesprächs“? „Worauf will ich hinaus?“
- Groben Ablaufplan für das Gespräch festlegen
- Anstatt ausformulierter Fragen **nur Stichpunkte** notieren. Die Fragen wirken so natürlicher, außerdem kann man die Struktur des Gesprächs bei Bedarf so schneller umstellen (z.B. wenn der Gesprächspartner bereits von sich aus über ein Thema gesprochen hat, auf das der Interviewer erst später eingehen wollte.)
- Klar bleiben bei der Fragestellung – z.B. keine Doppelfragen („Waren Sie in ihrer Jugend ein guter Sportler und sind sie gerne zur Schule gegangen, oder eher nicht?“)

Fragentypen:

Offene Frage:

- Frage, die keine "Ein-Wort-Antwort" zulässt
- z.B. "Was halten Sie vom G8?"
- Vorteil: man bekommt ausführliche Antworten - Nachteil: Interviewpartner kann ins Schwafeln kommen

Geschlossene Frage :

- Fragen, die auf eine „Ja-Nein-Antwort,“ hinauslaufen bzw. die eine "Ein-Wort-Antwort" provozieren Z.B. Soll das G8 wieder abgeschafft werden? // Wie viele Schüler haben an der Veranstaltung teilgenommen?
- lassen kaum Spielraum
- Vorteil: Ein Ausweichen ist nur schwer möglich // Bringt Fakten auf den Punkt
- Nachteil: man bekommt nur kurze Antworten.

Balkon-/ Plattformfrage (oder auch Zusammenfassungsverfrage):

- Der Frage geht eine Information/ kurze Erklärung voraus.
- z.B. "An der Schule gab es seit 4 Jahren keine Theatergruppe mehr. – Wie haben sie es geschafft die Schüler wieder zum Theater spielen zu motivieren?"
- Wird oft als Eröffnungsfrage genommen
- Vorteil: Spart Zeit und strafft das Interview

Szenische Frage

- werden z.B. häufig auch in Bewerbungsgesprächen genutzt. Es geht darum nach Situationen oder Szenen zu fragen und sich diese erzählen zulassen.
- z.B. "Was war für Sie in ihrer bisherigen Laufbahn das schwierigste Projekt?"

Suggestive Fragen:

- Unterstellung einer bestimmten Meinung
- Sie kann provozieren. Z.B. Sind Sie nicht eigentlich auch der Meinung, dass Vegetarier sich falsch ernähren?
- Sie kann aber auch manipulativ wirken und die Meinung des Interviewers widerspiegeln.
- Vorsicht – nur sehr gezielt/bewusst einsetzen

Stakkato-Frage:

- Kurze Zwischenfrage (keine richtige Frageform)
- Z.B. Wie viele genau?, Wann?, Von wem?, ...
- Sollte aus höchstens drei Worten bestehen
- Dient dazu Fakten/unvollständige Antworten etc. zu konkretisieren

Interviewsituation – Während des Gesprächs:

Vorgespräch:

- Sollte vor dem Interview unbedingt stattfinden, damit man dem Interviewpartner noch erläutern kann um was es geht.
- Das Vorgespräch dient vor allem dazu, **Vertrauen** zu wecken.
- Zeit zum Abklären von **Name, Funktion, Titel**.
- Keine Fragen vorwegnehmen, die später so auch im Interview gestellt werden.

Körpersprache:

- Im Radio-Interview sehr wichtig: Man muss dem Gesprächspartner durch Nicken, Lächeln oder Stirnrunzeln signalisieren, dass man ihm zuhört. □ Wenn man während des Interviews die ganze Zeit "ja" und "mhm,, sagt lassen sich einzelne Töne schlecht verwenden.

Aktiv Zuhören und reagieren:

Gleichzeitig zuhören und die nächste Frage formulieren – das ist die Schwierigste Übung im Interview. Ein vorbereiteter „Ablaufplan“ für das Gespräch ist wichtig. Man sollte aber möglichst nicht nur stur die vorbereiteten Fragen abarbeiten. Sehr wichtig ist auch, dass man dem Gegenüber während des Gesprächs gut zuhört. So kann man auf das Gegenüber reagieren, bei unvollständigen oder unverständlichen Antworten nachhaken (= nachfassen) oder interessante Stellen noch etwas vertiefen.

Auf das sollte man achten:



- Hat der Interviewpartner die Frage tatsächlich beantwortet?
- Hat er sich womöglich selbst widersprochen?
- War die Antwort verständlich?
- Hat der Interviewpartner Fremdwörter verwendet?
- War die Antwort unvollständig? Fehlen noch wichtige Informationen?

→ Nachhaken

Länge: richtet sich nach Bedarf und Thema; Ein Interview kann auch in mehreren Teilen ausgestrahlt werden.

Sonderform: Studiogespräch/Talk

- Ist ein Interview, das im Studio geführt wird
- Kann auch mit mehreren Personen (Studiogästen) stattfinden (z.B. Bandgespräch)
- Das Interview kann dabei auch zur Diskussion übergehen

Der gebaute Beitrag:

Ein gebauter Beitrag besteht aus eingesprochenem Text und O-Tönen. Der Text fasst einen Sachverhalt zusammen, die O-Töne werden als dokumentarische Belege oder zur Steigerung der Authentizität des Beitrags eingebaut. Zum Beispiel die Antwort eines Interviewpartners, in der etwas besonders überzeugend, emotional oder wertend gesagt wird. Der Text zwischen den O-Tönen muss einen roten Faden haben und auf den Inhalt der O-Töne hinführen. Beim Aufbau ist eine gelungene Dramaturgie wichtig, also ein Spannungsbogen der O-Töne und Zwischentexte schlüssig verbindet und der die Hörer "dranbleiben" lässt.



Tip: Ereignisse mit einem Anfang und Ende (Bericht über das Theaterstück) oder Personen/Gegenspieler, die unterschiedliche Einstellungen zu einem Thema haben (Direktor, Schüler) sorgen automatisch für Spannung.

Bestandteile des gebauten Beitrags:

O-Töne:

- O-Töne sind Aussagen, die aus Interviews herausgeschnitten werden (Recherche Interview). Sie werden als dokumentarische Belege oder zur Steigerung der Authentizität des Beitrags eingebaut.
- Man kann anstatt der O-Töne auch andere Soundmitschnitte verwenden: Z.B. Ausschnitte aus Kinofilm (Filmbesprechung), aus einer Theateraufführung (Theaterbesprechung), Musikausschnitte (CD-, Bandvorstellung, etc.), ...
- Schön ist auch ein Mix aus O-Tönen und Soundmitschnitten

Zwischentexte:

- Werden im Studio gesprochen
- Geben dem Beitrag die Struktur, erzählen die "Geschichte"
- Vermitteln zusätzliche Infos u. Fakten bzw. fassen den Sachverhalt zusammen
- Verbinden die O-Töne, moderieren sie an

Atmosphäre (kurz: "Atmo") und **Musik** sind zusätzliche Gestaltungselemente im gebauten Beitrag:

- Unter **Atmo** versteht man vor Ort aufgenommene Geräusche (z.B. Vogelgezwitscher) die unter den Sprechertext gelegt werden und den Beitrag lebendiger machen.
- **Musik** kann man als kurzes Trennelement verwenden oder auch leise unter den Sprechertext legen (**=Musikbett**). Hierbei sollte möglichst Instrumentalmusik verwendet werden.

Vorteil – Gebauter Beitrag: Man kann ein Thema mit eigenen Worten erklären, Inhalte komprimiert zusammenfassen und mehrere Gesprächspartner zu Wort kommen lassen.

Länge richtet sich nach Gewichtung des Themas, Dauert im Formatradio nicht länger als 1:20 Minuten, kann in Wortprogrammen aber auch 3 – 5 Minuten dauern.

Sendeformen für Fortgeschrittene

Zum Erzähler werden: Die Reportage und das Feature

Die Reportage



Die Reportage ist eine auditive Erlebniszerzählung. Sie beschreibt ein spannendes Ereignis und hat dabei einen Anfang, einen oder mehrere Höhepunkte und einen eindeutigen Schluss. In einer Reportage wird ein Thema am Ort des Geschehens erzählt z.B. ein Fußballspiel im Stadium oder Veranstaltungen, Feste, Demonstrationen etc.

Der Reporter erzählt dabei meist aus der Ich-Perspektive. Er schildert was er sieht und malt sprachliche Bilder. Als sehr subjektive Darstellungsform zeichnet sich die Reportage speziell durch anschauliche Schilderungen, eine Vielzahl an O-Tönen und das Aufzeichnen der Atmosphäre aus, z.B. Interview mit dem Trainer und Fangesänge.

Tip: Die gelungene Reportage versteht sich als "Kino im Kopf". Der Reporter schildert dem Zuhörer auch die eigenen Sinneseindrücke, ob es nach frischen Brezen oder nach Dung riecht, ob es so kalt ist, wie im Eisschrank oder so warm, wie vorm Lagerfeuer.

Fakts:

- Die **Reportage = Erlebnisbericht** mit Tatsachen/Fakten und persönlichen Eindrücken → es muss also etwas passieren (Action!).
- Sie wird dann gut, wenn man das Erlebnis **sinnlich**, also mit allen Sinnen, beschreibt.
Reporter im Hörfunk müssen das fehlende Bild in möglichst plastischer/bildhafter Sprache erzählen: "**Kino im Kopf**"
- Z.B. Reportage vom Aufstellen eines Maibaums // Sportreportage

Stimme & Atmo:

- **Tonfall** und **Sprechtempo** des Reporters verraten, wie nah er wirklich dabei ist.
- Reportage lebt davon, dass Sie **vor Ort ins Mikro** gesprochen wird und, dass man den Ort auch hört.
Wenn man irgendwo in der Fußgängerzone steht, dann muss man Geräusche hören, Menschengemurmel, Schritte, evtl. ein weitentferntes Glockenläuten.
- **Reporter-Ich** ist üblich und meist auch ehrlicher, weil der Reporter seine eigenen Eindrücke schildert (z.B. "Ich stehe im Freibad, die Sonne scheint mir auf die Haut und eine Schweißperle rinnt mir gerade den Rücken hinunter ...")

Recherche/Schauplatz:

- Hintergrundinfos, erzählenswerte Begebenheiten, etc. müssen recherchiert werden. Evtl. Interviewpartner müssen gesucht und gebrieft werden.
- Schauplatz-Besichtigung: Wo werden die Aufnahmen gemacht? Welche Geräuschquellen gibt es?

Storyboard/Ablaufplan:

- Welche Geschichte soll erzählt werden? Wer ist die Hauptperson?
- **roten Faden** dem die Zuhörer folgen können.
- Mix von Fakten und Eindrücken des Reporters
- **Dramaturgie:** Die Reportage geht mitten rein ins Geschehen. Also **furios anfangen:** z.B. ein seltsames Geräusch, ein O-Ton
 → möglichst streng an das Drehbuch halten, aber natürlich auch auf unmittelbare Vor-Ort-Situationen reagieren

Länge: 30 Sekunden – 4 Minuten

Das Feature



Das Feature ist eine Art Hörbild, das ein Thema sinnlich erfahrbar macht. Im Englischen steht "to feature" für "effektvolles, wirksames Aufmachen". Es ist der Reportage verwandt und wurde um 1930 beim britischen Sender BBC entwickelt.

Man kann sich das Feature als "akustischen Film" vorstellen. Wie bei der Reportage geht es darum mit den Ohren zu "sehen". Das Feature zeichnet sich durch lebhaften Einsatz von O-Tönen, Atmo, Geräuschen und Musik aus und unterscheidet sich von einer Reportage vor allem durch seine Länge. Ein Feature kann also auch 60 Minuten lang sein und behandelt ein Thema ausführlich. Zudem kann es in einem Feature auch Rückblicke und thematische "Seitensprünge" geben, während eine Reportage ein Ereignis 1:1 begleitet.

Fakts:

- Nicht fiktionaler Beitrag
- Aufwendig gestaltet
- Unter anderem können sich Elemente von gebautem Beitrag, Hörspiel, Dokumentation/Archivmaterial und Reportage im Feature verbinden
- keine strenge Definition

Langes Format: dauert meist zwischen 20 und 60 Minuten

Stellung nehmen: Der Kommentar und die Glosse

Der Kommentar

Der Kommentar ist eine persönliche Stellungnahme zu einem Thema. Man unterscheidet zwischen Meinungskommentar und analytischem Kommentar. Kommentare zur Innen- und Außenpolitik sind z.B. analytische Kommentare. Er wird in der Regel Form eines (nüchternen) Aufsagers (vorgetragener Manuskripttext) präsentiert.

Der Meinungskommentar gibt die Meinung des Autors zu einem Ereignis wieder. Ein analytischer Kommentar hingegen (obgleich auch persönliche Stellungnahme), dient jedoch dazu den Zuhörer mit mehr Informationen zu versorgen. Er zeichnet sich durch Urteils-kraft und Mut zur Entschiedenheit aus. Ein guter Kommentar überzeugt durch seine Logik und sein Temperament.



Wichtig: Der Kommentar ist (neben der Glosse) die einzige Beitragsform in der der Journalist seine persönliche Meinung äußern darf. Ein Kommentar muss daher immer als solcher gekennzeichnet werden (z.B. durch einen Jingle oder durch eine Anmoderation).

Die Glosse

Eine Glosse ist ebenfalls ein kurzer, pointierter Meinungsbeitrag und muss als solche gekennzeichnet werden. Im Gegensatz zum Kommentar setzt sich der Autor satirischer oder polemischer Weise mit einem aktuellen Thema auseinander.

Theater für die Ohren: Das Hörspiel

Das Hörspiel

Das Hörspiel zählt eher zu den Kunstformen des Hörfunks als zu den journalistischen Darstellungsformen. Hörspiele sind Vertonungen von Geschichten. Ein Originaltext wird meistens vor seiner Vertonung umgeschrieben, damit er lebendiger wird. Ein Hörspiel lebt von verschiedenen Sprechern, Geräuschen und Musikuntermalung. Es ist ein zeitintensives und aufwändiges Format.

Fakts:

- Vertonung von fiktiven Geschichten ("Theater für die Ohren")
- Ist eher eine Kunstform des Hörfunks als eine journalistische Darstellungsform
- Elemente sind: verschiedene Sprecher (Darsteller der Figuren u. eventuell auch ein Erzähler), Atmo/Geräusche, evtl. auch Musik.



Tipp: Am besten sollte die Gruppe ihr Hörspiel **selber schreiben**. Vorteil: Das Hörspiel kann dann gleich auf die Bedürfnisse der Gruppe angepasst werden (Gruppengröße/Anzahl der Sprecher, Alter der Sprecher, etc.). Auch das leidige Rechtethema lässt sich damit umgehen.

- Zuerst eine Grundidee/Thema für das Hörspiel finden. Wichtig dabei: es sollte einen Konflikt geben, der die Handlung auslöst und der sich am Ende klärt. → Dann den groben Plot festlegen → Danach erst die einzelnen Szenen ausarbeiten

Schreiben fürs Hören:

Im Hörspiel gilt (wie bei den meisten Beitragsformen) das Prinzip des „Schreiben fürs Hören“ (vgl. S. 4)

- Keine schriftsprachlichen Sätze/Formulierungen
- Kurze Sätze
- Einfache, natürliche Sprache - Keine Fremdwörter

Vorteil Hörspiel: Teamarbeit ist gefordert und wird enorm gestärkt

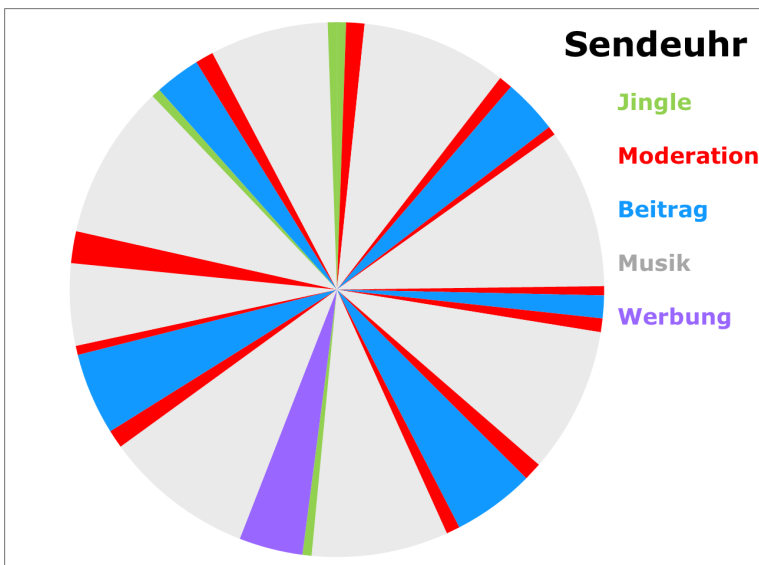
Nachteil: Sehr aufwendig in der Produktion

Länge: sehr unterschiedlich. Kann im Schulradio zwischen 3 Minuten und einer Stunde dauern. Professionelle Hörspielproduktionen können auch noch länger sein.

On Air: Die erste eigene Sendung

Im Rhythmus bleiben: Die Magazinsendung

Eine Magazinsendung (= Sendung mit Moderationen, Beiträgen und Musik) kann man zu einem einzigen Thema machen (z.B. Frühlingsgefühle) oder zu verschiedenen Themen. In der Sendung können alle journalistischen Darstellungsformen vorkommen, z.B. ein Interview mit einem Studiogast, ein gebauter Beitrag über die letzte Aufführung der Theater-AG, eine Reportage von einem Frühlingsfest oder ein Kommentar zur neuen Cafeteria. Für die Umsetzung, ist redaktionelle Vorarbeit wichtig:



Welche Themen will man behandeln? In welcher Reihenfolge? Welche Musik passt dazu? Wieviel Musik – wieviel Wort soll vorkommen? Sind Aktionen geplant, wie z.B. Kinogutscheine verlosen?



Orga-Tipp: Macht euch einen Sendeplan. Hier legt ihr fest nach welchen Liedern ein Wortbeitrag kommt, welche Themen wo gut hin passen und nach welcher Dramaturgie die Sendung spannend bleibt. Hier kann der Schulradio-Coach wertvolle Tipps aus seiner Radiopraxis geben. Für die grobe Planung der Sendung könnt ihr auch eine sog. Sendeuhr verwenden.



Eine Magazinsendung ist etwas für geübtere Schulradiomacher. Manche Schulradiogruppen arbeiten ein halbes oder sogar ein ganzes Schuljahr daran.

Beispiel Sendeplan für den Ablauf einer Magazinsendung:

Uhrzeit	Element	Thema	Länge in Min.
10:00 Uhr	Jingle	Opener	00:00:20
	Moderation	Begrüßung	00:00:40
	Musik	Titel XY	00:05:20
10:06 Uhr	Moderation	Anmod.	00:00:30
	Beitrag	News aus der Schule	00:02:00
	Moderation	Abmod. + Musikmod.	00:00:20
	Musik	Titel XY	00:05:50
10:15 Uhr	Moderation	Anmod.	00:00:20
	Beitrag	Umfrage; Thema "XY"	00:00:50
	Moderation	Amod. + Musikmod.	00:00:30
	Musik	Titel XY	00:05:20
10:22 Uhr	Moderation	Anmod.	00:00:40
	Beitrag	Interview mit "XY"	00:03:00
	Moderation	Musikabmod.	00:00:30
	Musik	Titel XY	00:05:00
10:31 Uhr	Jingle	Opener Werbung	00:00:10
	Werbung	Werbung	00:02:20
	Musik	Titel XY	00:05:30
10:39 Uhr	Moderation	Anmod.	00:00:40
	Beitrag	Gebauter Beitrag über "XY"	00:03:00
	Moderation	Abmod. + Musikmod.	00:00:20
	Musik	Titel XY	00:03:00
10:46 Uhr	Moderation	Musikan- u. -Abmod.	00:01:10
	Musik	Titel XY	00:05:40
10:53 Uhr	Jingle	Opener Veranstaltungstipps	00:00:10
	Beitrag	Veranstaltungstipps	00:01:40
10:55 Uhr	Moderation	Verabschiedung	00:00:40
	Musik	Titel XY	00:04:10
	Jingle	Closer	00:00:20
11:00 Uhr			

Den Hörer "an der Hand nehmen": Die Moderation

Der Moderator gibt dem Programm ein "Gesicht". Er/Sie ist die Bezugsperson der Hörer, nimmt sie an der Hand ("am Ohr") und baut Brücken zwischen Musik und Wortbeiträgen. Die Moderation stimmt auf den nächsten Wortbeitrag ein, ohne die Fakten vorwegzunehmen. Der Moderationsstil richtet sich nach dem Alter der Hörer und der Art der Sendung. Will die Sendung unterhalten oder informieren? Wer sind die Zuhörer? Ein guter Moderator klingt nie gekünstelt, sondern bleibt bei seinem normalen Sprachstil treu. Nach dem Motto: Sprich wie zu einem Freund!



Moderations-Tipp: Natürlich ist das freie Sprechen am Anfang schwer, deshalb kann man ein ausformuliertes Skript vor sich haben. Aber achtet darauf, keine Schriftsprache zu verwenden, sondern alles in Radiosprache (d.h. in natürlicher Sprechweise) zu formulieren.