



Wie kommt man denn ins Radio ...?

Beispielhafte Hörfunkkarrieren

Wie kommt man denn ins Radio ...?

Beispielhafte Hörfunkkarrieren

Wie kommt man denn ins Radio ...?

Beispielhafte Hörfunkkarrieren



Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Postfach 10 34 43
40025 Düsseldorf
<http://www.lfm-nrw.de>

Impressum

Herausgeber:

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

Zollhof 2, 40221 Düsseldorf

www.lfm-nrw.de

ISBN 978-3-940929-17-4

Bereich Kommunikation

Verantwortlich: Dr. Peter Widlok

Redaktion: Christopher Hohage

Bereich Medienkompetenz und Bürgermedien

Verantwortlich: Mechthild Appelhoff

Redaktion: Peter Schwarz

Fotonachweise:

© On-Air, Aintschie, Tsian/Fotolia.com, LfM, private Quellen

Gestaltung: disegno visuelle kommunikation, Wuppertal

Druck: Börje Halm, Wuppertal

November 2011

Auflage: 1000 Exemplare

Inhaltsverzeichnis

Statt eines Vorwortes: Der LfM-Direktor über seine Erfahrungen mit dem Radio	9
<i>Dr. Jürgen Brautmeier</i>	
Begleitwort	11
Wie kommt man denn ins Radio ...?	13
<i>Hans Paukens/Ursula Wienken</i>	
Faszination Radio – Autobiografisches und ein Medium ohne Zukunft	17
<i>Klaus Klenke</i>	
„Vielleicht lerne ich es ja noch ...“	27
<i>Gerald Baars</i>	
Immer gerne nah dran	35
<i>Matthias Wegener</i>	
Radiozeit	43
<i>Ina Tenz</i>	
Radio ist unschlagbar modern	53
<i>Martin Kunze</i>	
„Du musst es selbst spannend finden ...“	59
<i>Andreas Heine</i>	
Das Radio war da – wie ein Möbelstück	65
<i>Birand Bingül</i>	
Die Stimme hinterm Kopfkissen	71
<i>Sabine Heinrich</i>	
Radio braucht Persönlichkeiten	75
<i>Thomas Bug</i>	
Wie geht Radio? Hören, schauen, üben.	79
<i>Andreas Bursche</i>	
Radio kann man lernen	83
<i>Stephan Niemand</i>	

Leben auf Band	91
<i>Matthias Felling</i>	
Das Radio – Geschichtenerzähler für kleine und große Leute	95
<i>Peter Schwarz</i>	
Autorinnen und Autoren	99
Erläuterungen	105



Statt eines Vorwortes: Der LfM-Direktor über seine Erfahrungen mit dem Radio

Dr. Jürgen Brautmeier ist seit Herbst 2010 Direktor der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). In dem bevölkerungsreichsten Bundesland Deutschlands senden 44 Lokalradios, die die LfM zugelassen hat. Flächendeckend Lokalradio hören zu können, und nicht nur in den Großstädten, ist bundesweit einmalig. Darüber hinaus gibt es mit radio NRW einen landesweiten Anbieter für das Rahmenprogramm des Lokalfunks. Fester Bestandteil des Lokalradios ist der Bürgerfunk. Täglich steht in den Abendstunden eine Stunde Sendezeit für medienkompetente Bürgergruppen zur Verfügung. Es ist eine spannende Mischung, die sich aus werbefinanziertem Radio, den Lokalredaktionen, dem Rahmenprogramm und dem Bürgerfunk ergibt. Das System hat sich in den vergangenen 20 Jahren immer weiterentwickelt, nicht nur qualitativ-journalistisch, sondern auch technisch. In Kooperation mit den nordrhein-westfälischen Hörfunkveranstaltern hat die LfM neue, digitale Verbreitungswege erprobt. Als Direktor einer Medienanstalt hört er Radio nicht nur mit dem Ohr der Aufsicht.

Seine persönliche Sicht auf das Radio und seine Radiogeschichte hat er Peter Schwarz ins Mikrofon erzählt:

„Die Erinnerungen an meine Radiogeschichte reichen bis in meine Schulzeit zurück. Ich hatte ein eigenes Radio in meinem Zimmer, das Fernsehen kam erst sehr spät in die Familie. Radio war das erste Medium, mit dem ich vertraut war, und sehr schnell kam ein Tonbandgerät hinzu, mit dem ich Musik mitschnitt. Da ich traditionellen Jazz schon immer gerne gehört habe, favorisierte ich jahrelang eine Sendung, in der sog. ‚Schellack-Schätzchen‘ gespielt wurden. An inhaltliche herausragende Radioereignisse oder Übertragungen kann ich mich nicht wirklich erinnern. Das Radio wurde für mich als Informationsmedium interessant, als im Jugendalter das politische Bewusstsein wuchs, ich regelmäßig die Zeitung las und wir in der Schule politisch diskutiert haben. Trotzdem ist das Radio für mich als jemand, der viel liest, Unterhaltungsmedium geblieben. Es läuft in der Regel im Hintergrund.“

Seine Erwartungen an den Tagesbegleiter „Radio“:

Die Zeitung ist für mich immer noch die erste Informationsquelle, dann folgt das Radio, da ich viel im Auto unterwegs bin. Im Gegensatz zu vielen anderen Leuten hole ich gar nicht so viel Information aus dem Fernsehen. Ich höre gerne Sendungen, die Informationen vertiefen. Morgens und spätnachmittags höre ich gerne politische Magazine und zum Ausklang des Tages am Spätabend das Nachrichtenmagazin des Deutschlandfunks, obwohl ich, zugegeben, manchmal darüber einschlafe. Im Büro komme ich nicht dazu, hier läuft das Radio nicht. An den Wochenenden verfolge ich natürlich die Fußballbundesligaübertragung.

Die Nachrichten und die Magazine müssen Qualität haben. Es ist für mich ein ‚armes Radio‘, wenn sich die Nachrichten / Informationen auf Kriminalitäts- oder Unfallstatistiken und Buntes reduzieren. Ich erwarte Inhalte, die für mich relevant sind und nicht nur für mich, sondern für unser gesellschaftliches, wirtschaftliches, politisches, kulturelles Umfeld.“

Sortieren und Aufbereiten, sein Blick auf die Stärken des Radios:

„Die Informationsaufnahme hat sich durch das Internet radikal geändert. Ich selber bin auf der traditionellen Seite oder auf der Seite der Bequemlichkeit geblieben. Es ist meines Erachtens eine Fiktion zu glauben, durch eigene Suche im Internet sei man gut informiert. Ich brauche in meinem Beruf, der mich mit vielfältigsten Themen konfrontiert und in dem ich viele Termine habe, eine Instanz, die die Fülle der Informationen filtert. Das finde ich im Internet nicht, wenn ich alles abrufe. Die Orientierung, die ich brauche, bekomme ich über die Zeitung und das Radio. Da ist niemand alleine unterwegs, sondern eine ganze Schar von Journalisten. Es wird für mich aufbereitet, analysiert, und ich bekomme Hintergründe.

Und aus diesem Grund finde ich das Radio auch in der heutigen Zeit, trotz Internet und Fernsehen, auch für Kinder und Jugendliche wichtig. Die Angebote für Kinder sind vereinzelt und schwer auffindbar. Aber es gibt sie noch, die Sendungen, die den Kindern Hintergründe vermitteln, die Themen für sie aufbereiten und ihnen helfen, sie in ihre Lebenswelt einzuordnen. Und hier gilt für Kinder das, was auch für mich gilt: Das schaffen sie nicht alleine über das Internet, auch wenn sie es technisch beherrschen.“

Seine Erwartungen an den Radiohandwerker:

„Die Information muss gut ‚verpackt‘ werden, d. h. Radio muss sich gut anhören. Die Musik und der Klang müssen stimmen. Es muss professionell gemacht sein. Dazu gehören ein guter Schnitt und gutes Vortragen. Wenn schlecht betont wird, stimmt etwas nicht. Da scheint dann jemand die Nachricht abzulesen, der dort hingesetzt wurde, sie aber nicht verstanden hat.

Als Radiomacher benötige ich technisch-handwerkliche Kompetenz, damit ich es schaffe, dass sich mein Beitrag oder meine Sendung professionell anhört. Der Zuhörer sollte nicht darüber nachdenken, was falsch gemacht worden ist. Ich muss lernen mit Inhalten umzugehen, sie aufzubereiten, nicht zu kurz oder zu lang. Ich muss die Relevanz für die Zielgruppe erkennen können. Und ich brauche sprachliche Kompetenz, um richtig und zielgruppenspezifisch formulieren zu können.“

Begleitwort

Dieses Buch erzählt die Radiogeschichte einiger Radiomacherinnen und Radiomacher. Es zeigt auf, auf welcher unterschiedlichen Art und Weise bei ihnen die Begeisterung für dieses Medium geweckt wurde und wie dann aus Hörern die „Macher“ wurden. So ist ein Buch entstanden, das sehr Persönliches und gleichwohl Hinweise enthält, die hilfreich für Einsteiger sind. Es werden von den Autorinnen und Autoren sehr unterschiedliche Biografien und Wege dargestellt, wie ihr ganz persönlicher Weg ins Radio verlaufen ist, wie sie für sich die Faszination des Mediums Hörfunk entdeckt haben.

Es sind aber auch Geschichten über das Radio, wie es einmal war, welche Qualitäten seine Protagonisten hatten und haben sollten.

Die Mehrzahl der Beiträge haben die Autoren selbst geschrieben, mit einigen wurden Interviews geführt, die dann von den Autoren autorisiert wurden. Allen wurden Leitfragen an die Hand gegeben, durch die sie ihre erzählenden Texte strukturieren sollten.

An dieser Stelle sei allen Autoren für ihre Beteiligung und ihre Beiträge herzlich gedankt; für den Einblick, den sie damit in ihre professionelle Biografie geben, für die expliziten und impliziten Hinweise, Ratschläge und Tipps, die sie mit ihren Texten vermitteln.

Die Idee zu diesem Buch ist im Kontext des Bürgerfunks entstanden. Die Landesanstalt für Medien NRW (LfM) hat sich gemeinsam mit Hans Paukens und Ursula Wienken im Rahmen der Einführung eines Qualitätsmanagementverfahrens intensiv mit der Frage beschäftigt, wie Radio in Schul- und Jugendprojekten vermittelt werden sollte, wie Radiolernen stattfindet. Die beiden haben in unterschiedlichen Funktionen den nichtkommerziellen Bürgerfunk wie auch den Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen gemeinsam mit der LfM begleitet und sind ausgewiesene Experten in der Hörfunkqualifizierung. Deshalb gilt ihnen unser besonderer Dank, da sie die Konzeption entwickelt, die Autoren verpflichtet und die Interviews geführt haben.

Das Radio in Nordrhein-Westfalen braucht (weiterhin) Nachwuchs. Dieses Buch soll dabei helfen, bei jungen Menschen die Begeisterung für dieses alte und doch noch immer junge Medium zu wecken. Es ist von Praktikern für angehende Praktiker geschrieben worden. Dadurch wird eben auch deutlich: Einen Königsweg gibt es nicht, um im Hörfunk Karriere zu machen.



Wie kommt man denn ins Radio ...?

Hans Paukens/Ursula Wienken

Diese Frage stellen sich viele, die – nach ihrem Berufswunsch gefragt – sagen „Was mit Medien!“, und für die das Radio ein spannendes Tätigkeitsfeld ist.

Das Radio begleitet viele Menschen durch den Tag, es unterhält beim Aufstehen und bei der

morgendlichen Dusche, es informiert beim Frühstück und sagt, „Die Welt ist noch in Ordnung“. Auf dem Weg zur Arbeit oder zur Schule bietet es Service über Verkehr und Wetter. Radio wird nebenbei rezipiert, es ist eher unauffällig, zugleich aber Gewohnheit. Das Radio ist einfach da und hat so einen hohen Stellenwert im Leben der Menschen.

Für die einen ist Radio Begleiter, der unterhält und informiert. Für die anderen ist Radio gar ein Partner, ein Freund, der in einsamen Stunden für einen da ist und für gute Stimmung sorgt. Für wieder andere ist es ein Musikautomat, der Lieblingslieder spielt, und ein Informant, der über neue Musikrends berichtet, Interpreten bekannt macht und über die Musikszene erzählt.

Die Motive, Radio zu hören, sind sehr vielfältig. So ist es auch nicht verwunderlich, dass das Radio auch heute – 2011 – immer noch ein Medium ist, das Spitzenwerte in der täglichen Nutzung aufweist. Rund 80 Prozent der deutschen Bevölkerung über zehn Jahre schalten täglich das Radio ein und nutzen es 243 Minuten lang. Die Media Analyse Radio 2011/II zeigt auch, dass gerade im jüngeren Alterssegment der 14- bis 49-Jährigen sowohl die Nutzungsdauer als auch die Tagesreichweite im Vergleich zu den Jahren zuvor wieder leicht ansteigt. (Pressemitteilung der ag.ma v. 05. Juli 2011) Die vielfach diagnostizierte Abwendung der Jugendlichen vom Radio lässt sich aktuell also nicht bestätigen. Für Jugendliche hat das Radio als Musikmedium immer noch erhebliche Bedeutung.

Das Radio ist keinesfalls ein Medium ohne Zukunft. Zwar hat sich das alte Dampfradio oder das Gerät in der Schrankwand überlebt; das Radio aber, das mobil ist, ob im Handy, im MP3-Player, im Internet, als iPhone-App, dieses Radio lebt und erfreut sich bester Zukunftsaussichten.

Das Radio ist ein faszinierendes Medium, dies meint nicht nur das Publikum, sondern auch diejenigen, die es machen. Aus diesem Grund stellt sich für viele die Frage: Wie kommt man denn ins Radio? Oder anders formuliert, „Lässt sich Radio machen lernen?“

Als Vertreter einer Akademie für Hörfunk und Medien beantworten wir die Frage mit einem eindeutigen Ja. Seit mehr als zehn Jahren arbeiten wir in der Aus- und Fortbildung von Journalisten mit dem Schwerpunkt Hörfunk. Um aber nicht nur prodomo zu sprechen, haben wir Journalistinnen und Journalisten, Programmacher und Programmverantwortliche gebeten, uns Geschichten aufzuschreiben und zu erzählen, wie sie zum Radio gekommen sind, was für sie das

Faszinierende am Radio ist und was junge, angehende Radiomacher wissen sollten, die sich für das Radio interessieren. Es finden sich zudem Texte in diesem Band, die sehr spezifisch beschreiben, wie Campusradios – als Orte des Kompetenzerwerbs – entstanden sind und wie dort Qualifikationen vermittelt werden. Nicht zuletzt wird auch die Frage erörtert, wie Kindern und Jugendlichen der Spaß am Radio vermittelt wurde.

Gerade in Zeiten, in denen sich die Mediennutzungsgewohnheiten gravierend verändern, sich die Ansprüche und Anforderungen an die Medien im allgemeinen und an das Radio im besonderen verändern, in Zeiten in denen durch technische Entwicklungen jedermann Radio machen und seine Ideen, seine Vorlieben im Netz veröffentlichen kann, wird die Frage aufgeworfen, welche Qualifikationen und Kompetenzen werden benötigt, um faszinierendes Radio zu machen. Und bedarf es dazu Talent, oder kann das journalistische Handwerkszeug erworben werden, oder gar beides?

Liest man die hier versammelten Texte, werden sehr unterschiedliche Kompetenzen herausgestellt, die man haben sollte, will man Radio machen. Bei den fachlichen Kompetenzen herrscht weitgehende Einigkeit bei den Autor/-innen. Die personalen und sozialen Kompetenzen werden von fast allen herausgestellt und betont, fokussiert in dem Satz von Hanns Joachim Friedrichs: „Einen guten Journalisten erkennt man daran, dass er sich nicht gemein macht mit einer Sache, auch nicht mit einer guten Sache; dass er überall dabei ist, aber nirgendwo dazugehört.“

Ausgedrückt wird damit eine Haltung, eine Haltung gegenüber dem Gegenstand, der Sache, über die berichtet wird, auch gegenüber den Menschen, mit denen gesprochen wird und deren Meinungen, Stimmungen, Emotionen genutzt werden, eine spannende, aufschlussreiche Reportage oder einen Beitrag zu dramatisieren oder zu gestalten. Ausgedrückt wird aber auch eine Haltung zum eigenen Tun und Handeln, eine Haltung zum Beruf des Journalisten, eine Haltung, die jeder haben sollte, der öffentlich kommunizieren will. Neugierde, Mut, Hartnäckigkeit, Selbstbewusstsein und Kritikfähigkeit sind nur einige Tugenden, die benötigt werden, wenn man Radio machen will – ob professionell oder semi-professionell.

Es gibt keinen Königsweg, Radio in seinen Stärken und Möglichkeiten zu gestalten. Es gibt aber eine Reihe von Essentials, die dazugehören. Auch wenn das Radio heute ein Begleitmedium ist, wenn es nur nebenbei wahrgenommen wird, gelingt es guten Sendungen und Beiträgen, die ungeteilte Aufmerksamkeit zu erzielen. Haben Sie nicht auch schon die Erfahrung gemacht, dass ein Beitrag Sie so gepackt hat, dass Sie im Auto sitzen geblieben sind, um eine fesselnde Reportage, ein informatives Interview oder einen packenden Bericht zu Ende zu hören; dass Sie die Aufmerksamkeit von der primären Tätigkeit auf die sekundäre Tätigkeit des Radiohörens verlegt haben? Für Radiomacher muss der Ehrgeiz darin bestehen, das Ohr des Hörers in einer vielstimmigen Welt zu gewinnen. Dies kann gelingen mit Sprache, durch Klänge, mit Tönen und Geräuschen, letztlich mit interessanten und bewegenden Geschichten, die verständlich sind und Interesse und Neugierde beim Publikum wecken. Dies tut eine Geschichte dann, wenn sie ungewöhnlich und erzählenswert ist. Ein Ereignis für sich allein ist allerdings nicht per se ungewöhnlich, erzählwürdig, dramatisch,

signifikant oder interessant. Seine Ungewöhnlichkeit erhält ein Ereignis ausschließlich aus dem Verhältnis, in dem es zu anderen Ereignissen steht und aus dem Wissen darüber, was normalerweise erwartet wird.

Um eine Orientierung zu bekommen, wie sich gute, spannende und interessante „Radiogeschichten“ anhören, braucht es die eigene Erfahrung mit der Wahrnehmung von Radiosendungen.

Wenn das Prinzip des Radiolernens „lautet – hören, schauen, üben“ – bedeutet das, dass Radio lernen ohne Belehrung auskommen kann. Übertragen auf organisierte und strukturierte Vermittlungs- bzw. Lernprozesse in Kursen und Workshops definiert sich die Aufgabe der Lehrenden über eine Begleitung von Rezeptionsprozessen und daraus resultierende Hörerfahrungen. Aus dem alltäglichen Radiohören wird ein reflektiertes Zu-Hören. Durch das Hören von Beiträgen, Interviews, Reportagen können Genre- und Formen und deren Gestaltungsprinzipien angeeignet werden. In dieser Phase des Lernens wird die Fähigkeit des Zuhörens entwickelt und die Leistungsfähigkeit des Radios vermittelt. Durch das Zuhören, das Anschauen und das Gespräch mit Kollegen, mit Profis und mit Medientrainern können insbesondere Fachkompetenzen erworben werden. Durch konsequentes Üben können diese Kompetenzen und Fähigkeiten erprobt und vertieft werden. Beim Üben erfolgt zugleich der Transfer in die Praxis. Zu diesen drei Tätigkeiten des Aneignens von Kompetenzen und Fähigkeiten muss jedoch eine vierte Tätigkeit hinzukommen, nämlich die der Reflektion. Ohne die Reflektion des Gehörten lassen sich keine Kriterien und Maßstäbe entwickeln; Kriterien und Maßstäbe, die notwendig sind, darüber zu entscheiden, was berichtenswert und erzählenswert ist. Ohne Reflektion lassen sich Relevanz eines Themas, Angemessenheit der Form und der Darstellung oder der Nutzwert für den Hörer nicht ausmachen. Der Erfahrungsaustausch untereinander und miteinander kann Wissen und Kenntnisse überprüfen. Auch in dieser Phase bedarf es der Reflektion.



Faszination Radio – Autobiografisches und ein Medium ohne Zukunft

Klaus Klenke

Die Aufgabe

Ein langjähriger beruflicher Wegbegleiter setzt mir in netter Form die Pistole auf die Brust: Schreib uns was – was ganz Persönliches! Wie war das bei Dir mit Radio? Die erste Sendung? Professionalität oder Handwerk? Und was würdest Du den jungen Menschen in 40 Stunden beibringen? Ich erbitte Bedenkzeit.

Wen interessiert das? Wer will denn im Zeitalter reizvoller Hospitationen, attraktiver Volontariate ohne jene, die freie Entfaltung massiv einschränkende, lebenslängliche Beschäftigungsgarantie meiner Generation, oder angesichts spannender Praktika mit der grenzenlosen Freiheit einer faszinierenden, unüberschaubaren Kette an immer neuen Möglichkeiten, so etwas Langweiliges lesen?

Wen sollen denn heute, angesichts computergesteuerter Einsatzleitung, im Interesse einer unbegrenzt variablen Entfaltungsmöglichkeit die bis ans Berufsende auf tägliche Knechtung ausgelegten Zustände der Nachkriegs- und Wohlstandszeit interessieren? Wie kann ich verhindern, als nöliger, abgelebter Greis dazustehen, als reaktionäre Dampfbacke, die früher eh alles besser fand und das Radio in seiner heutigen Ausprägung und Entwicklung für eine schon bald aussterbende Gattung hält!? Gar nicht.

Also: Ich meine das Radio, dieses eigenständige Medium mit Beiträgen von Journalisten: Features, Reportagen, O-Ton-Nachrichten, Korrespondentenberichten, Konzerten, Hörspielen. Wohl auch die neuen Herausforderungen: Facebook, Twitter. Ich meine nicht Streams, Musikepiche oder Tresorknacker.¹

Ja, soll ich trotzdem schreiben, so „ganz persönlich“?

Vielleicht ist es Altersstarrsinn und ich werde es bereuen – aber weiß der Henker: Ich sage zu.

Die Einordnung

Linden 1951. Linden ist ein eher ärmlicher Vorort der Industriestadt Bochum, die wegen der deutschen Kriegsproduktion von den Alliierten zusammengebombt wurde. Linden ist überschaubar. Es gibt kleine Geschäfte, aber auch einen Bauernhof mit Scheunen, Schweine- und Kuhstall, Geräteschuppen, Heuschuber und einer offenen Strohmiete. Das alles gehört Bauer Nehring.

Wir Jungs leben in einer Welt voller Abenteuer, Cowboyromantik, Straßenfußball und Blutsbrüderschaft. Mädchen gibt es zwar, aber die dürfen nicht mitspielen und helfen zu Hause der Mutti. Schulaufgaben werden sofort erledigt. Dann dürfen wir raus, „spielen“; die Glücklichen, bis es interpretationsfähig dunkel wird, die anderen, bis – mit wenig Spielraum – die Lampen angehen.

¹ Name eines Gewinnspiels

Vermutlich machen unsere Eltern sich Sorgen²; aber weil wir ohne Handy herumlaufen, müssen sie mit diesem Problem allein fertig werden.³

In dieser Tristesse mit vergammelten Fußbällen, zu großen Fahrrädern ohne Gangschaltung, Wohnungen ohne Zentralheizung, aufgeschlagenen Knien und einer Zinkwanne, in der alle baden, gibt es allerdings einen Lichtblick, einen einzigen. Das Radio!

Der Fortschritt

Selbst bei den Ärmsten steht der von Hitlers Propagandaminister in Auftrag gegebene Bakelitkasten, der Volksempfänger VE301W. Über einem kleinen, romanischen Kirchenportal im unteren Drittel seiner Frontseite ruht satt und rund eine braune Stoffbespannung, die Ähnlichkeit mit dem Überzug der verschlissenen Vorkriegscouch meiner Oma hat und in Aktion rhythmisch vibriert.

Der Volksempfänger versetzt mir den ersten Stromschlag, weil ich heimlich die Rückwand öffne, um zu verstehen, woher die Töne kommen. Ich verstehe es nicht, nehme den Schmerz aber als ernste Warnung, mich nie mehr in meinem Leben mit technischen Einzelheiten zu belasten und halte mich dran. Warum auch? Da kommt Musik raus, bunte Nachmittage und die Nachrichten, denen sich mein Großvater mit heiligem Ernst verschreibt – und gut ist.

Neben dem Volksempfänger steht ein Löwe Opta Rheingold 4054 W. Das ist zwar nicht schlecht, aber nichts gegen das Radio vom Nachbarn – es trägt den Namen der orientalischen Tempeltänzerin „Saba“ und hat ein magisches Auge: grün, nervös, fächerartig-geheimnisvoll; ihm bei der Abstimmungsarbeit zuzusehen ist fast so spannend, wie der Höhepunkt meines jungen Radiolebens, das 1951 beginnt: „Paul Temple und der Fall Curzon“.

Die Sucht

Um abends im Nachthemd und im Kreis sämtlicher Familienangehörigen alle acht Folgen hören zu dürfen, dafür tue ich alles.

Spätestens wenn das NWDR-Pausenzeichen⁴ zu hören ist – Tada dieediee ta dahh! (Ist der Rundfunk bezaaaaaht?“) dauert es nur noch wenige Sekunden, bis die Sprecherin die bereits gesendeten Folgen zusammenfasst, um spätestens mit Einsetzen des reißerischen Openers die Gänsehaut zu spüren.

Eingebrannt in das Hörgedächtnis die Stimme von René Deltgen, unvergessen das Timbre von Peter René Körner. Und dass die dahinplätschernde Elsie Scherer nur als freundlich-turtelndes Weibchen ihren tollen Paul bewundert, seine Hemden bügelt und ihn für seine tollkühn-mannhafte Fahrweise anschwärmt, seine Klugheit rühmt, seine Kombinationsgabe lobt und ihn überhaupt von Anfang bis Ende anhimmelt, finden wir nicht komisch, sondern völlig normal.⁵

2 Um in „richtigen“ Trümmern spielen zu können, was unser aller sehnlicher Wunsch ist, stehlen wir uns über Schleichwege in die Nähe der Zeche „Friedlicher Nachbar“. Wer beim Nachhauseweg entdeckt wird oder sich verplappert, fängt sich einen Satz heiße Ohren. Lehrer und Polizisten muss man ernst nehmen, weil die Eltern gemeinsame Sache mit ihnen machen und uns eine scheuern, statt Anzeige gegen sie zu erstatten.

3 Überhaupt müssen wir auf viele schöne Sachen verzichten, die 60 Jahre später üblich sein werden: Allergien, 200 Fernsehsender mit demselben Programm, McDonald's, PlayStation, Legasthenie, Computerspiele, Zahnsparangen und iPhones.

4 <http://www.youtube.com/watch?v=0xAWEL6mnZI>

5 Endlich hat die Frau nach der knüppelartigen Arbeit als Trümmerfrau, Witwe und Alleinerziehende wieder das Recht, eine „richtige“ Frau zu sein: Sie darf ihren Mann oder – als Kriegswitwe viel häufiger – ihren zweiten Mann versorgen und bewundern, den Haushalt klinisch sauber halten und sich zu Weihnachten eine Handtasche aus Krokro wünschen. Den Intellektuellen unter ihnen erlaubt man auch, zu arbeiten, wenn es denn unbedingt sein muss. Sie darf von jetzt an bis weit in die siebziger Jahre hinein als Sekretärin Steno und Maschine lernen, um ihren Chefs mit reichlich Kaffee und einem guten Gedächtnis die Karriere zu sichern.

Gelegentlich ist es verwirrend bei „Paul Temple“, die vielen Namen auseinander zu halten und Sir Graham Forbes von Inspektor Morgan, Lord Westerby von Philip und Michael Baxter oder John Draper von Tom Doyle zu unterscheiden. Die Ansagen vor den einzelnen Folgen wurden immer komplexer; einige endeten erst vor wenigen Jahren in dem Sketch von Lorient mit der unvergleichlichen Evelyn Hamann.⁶

Bei uns ist entscheidend, wer die vertrackten Zusammenhänge erfassen und logisch erläutern kann. Der ist ein ganz Großer. Am Montag gibt es deshalb nur zwei Themen: Wer hat Paul Temple gehört? Und wer hat das neue Akim-Heft? Wer beides verneinen muss, sitzt am Rand und lernt, mit seinen Enttäuschungen – ganz ohne Schulpsychologen – umzugehen.

Kurz bevor ich den Führerschein mache, habe ich gemeinsam mit Paul Temple die Fälle Curzon, Vandyke, Jonathan, Gilbert, Lawrence, Spencer, Conrad und Margo gelöst. „Kult“.

Der Anfang

Inzwischen sind aus dem NWDR zwei Sender geworden, die Musik kratzt weniger mit UKW und Stereo ist eine interessante Dreingabe. Mein Radio löst sich von Paul Temple, von den Samstag-nachmittags-Sendungen meiner Großeltern, von der einzigen Fußballreportage meines Lebens 1954 und wird zu Journalismus.

Es wird mein täglicher Begleiter, Beruhiger, Alleswisser, Aufreger, Entspanner – vor allem aber wird „Journalist“ nach Lokomotivführer und Förster das Ziel meiner beruflichen Träume.

Die Obertertia bleibe ich meiner Pubertät schuldig, weshalb ich ihr ein zweites Mal begegne. Das Abitur im südöstlichen Ruhrgebiet geht knapp mit irgendwas zwischen „befriedigend“ und „ausreichend“ über die Bühne. Keiner aus meiner Klasse, noch nicht einmal der Streber Roland, schafft den heute üblichen Notenschnitt zwischen 1 Komma sag mal was und 1 Komma schau mal da. Dafür bin ich, ist meine Generation damals einfach zu doof und zu faul.⁷

Ich darf trotzdem studieren. Im 4. Semester lerne ich in Münster einen interessanten Dozenten kennen. Er ist Hörfunkdirektor des WDR, ein gebildeter, liberaler und wortmächtiger Mann, Mitglied der Goethe-Gesellschaft und überhaupt beherrscht er den Konjunktiv und ist eine angenehme Erscheinung: Fritz Brühl.

Ich bitte ihn um ein Volontariat beim WDR. Er schaut mich an und sagt: „Gut.“

Weil es beim WDR noch keinen hauptamtlichen Formularbeauftragten gibt, kümmert er sich selbst um seine sechs bis sieben Nachwuchs-Schäfchen, fördert und fordert. Spätestens nach sechs Wochen weißt Du: Es reicht oder es reicht nicht. Er sagt es Dir – offen, freundlich, ohne zu verletzen, ohne sich aufzublasen wie ein Frosch, der das Radio erfunden hat. Als ich ihn später

⁶ „Auf dem Landsitz North Cothelstone Hall von Lord und Lady Hesketh-Fortescue befinden sich außer dem jüngsten Sohn Meredith auch die Cousinen Priscilla und Gwyneth Molesworth aus den benachbarten Ortschaften Middle Fritham und Nether Addlethorpe, ferner ein Onkel von Lady Hesketh-Fortescue, der 79-jährige Jasper Fetherstone, dessen Besitz Thrumpton Castle zur Zeit an Lord Molesworth-Houghton, einem Vetter von Priscilla und Gwyneth Molesworth, vermietet ist.“

⁷ Während der letzten beiden Schuljahre komme ich durch Reportagen und systematisches Schwänzen und Rumlungern bei Gericht zu einiger Bekanntheit in meiner Heimatstadt im Kranze der Hügel und Wälder. Verkehrsunfälle mit Leichtverletzten bringen kaum was; aber Familienstreitereien oder Schwerverletzte – die kommen an. Also beschließe ich, Zeitungsreporter zu werden, eines Tages mindestens so berühmt wie Gerhard Mauz. Da können Psychologie, Soziologie und ein bisschen Publizistik nur nützlich sein.

als sein Assistent beim WDR frage, nach welchen Kriterien er eigentlich die Chancen verteilt hat, sagte er: „Ich schaue die Menschen an, ich höre ihnen zu und dann verlasse ich mich auf meine Lebenserfahrung; das geht meist gut.“ Großartig.

Weil ich bald feststelle, dass ein Volontär irgendwie 300,-- oder 400,-- Deutsche Mark im Monat bekommt, ein freier Mitarbeiter aber ein Vielfaches davon, lasse ich das Volontariat und werde Freier. Der Vorteil: Das geht auch während der Semester und nicht nur in den Ferien.

Ich verdiene ziemlich viel Geld. Das Naheliegende, also weiter so, scheint das Vernünftige, wenn da nicht ein leiser, aber bohrender Zweifel wäre, ob das Naheliegende immer auch das Richtige ist.

Die Irritation

Genährt werden meine (minimalen) Zweifel von drei Erfahrungen.

Nach meinem Münsteraner Gespräch mit Fritz Brühl beordert mich seine Sekretärin zwecks Vorstellung zu einem gewissen Paul Botta. Paul wer?

Ich betrete den Paternoster am Wallrafplatz zur dritten Etage und stehe ehrfürchtig vor dem wunderbaren Meistermann-Fenster.

Als ich Botta endlich⁸ gegenüber sitze, einem kleinen Mann mit dicker Hornbrille hinter einem wuchtigen Schreibtisch, die gespitzten Bleistifte wie geordnete Dolche in Reihen vor sich, ein Mann, der offenkundig mit allem möglichen beschäftigt ist, nur nicht mit mir, geschieht etwas für mich Ungeheuerliches: Er drückt auf einen Knopf am Telefon, nölt irgendetwas von „soll kommen, sofort“ und eine knappe Minute später steht Klaus-Martin Meyer in der Tür. Selbst. Also: leibhaftig.

Ich sehe dämlich aus, aber ich lerne schon vor meinem ersten Tag als Volontär blitzschnell etwas fürs ganze Leben: Es gibt offenbar kleine Männer mit Hornbrillen, die auf Knöpfe drücken und die Großen herbeizitiern können. Das ist in hohem Maße irritierend; umgekehrt hätte es für mich Sinn gemacht. Aber bitte!

Das ist eine Erfahrung mit Nachhall, die erste.

Als ich sein Büro verlasse, schaue ich noch einmal aufs Schild: Paul Botta, Chefredakteur. Aha. Als der Hörfunkboss uns Anlernlinge wenige Monate später nach unserem Berufswunsch fragt und die meisten, wie ich, sofort „Reporter“ rufen, überreicht er uns ein Organigramm des Senders. Da geht es von oben nach unten nur so ab mit Herrn Dr. Soundso, Herrn Dr. Diesunddas, usw. usw.

Die zweite, einschneidende Erfahrung: Ich erwäge deshalb zunächst – und beschließe dann, mein Studium vielleicht doch zu beenden. Auch wenn mir die Versuchung erspart bleibt, für meine Dissertation aufs Internet zurückgreifen zu können, wie das Jahre später den wirklich Schönen, Begabten und Erfolgreichen vorbehalten ist, lerne ich in diesem Zusammenhang aber, dass die individuelle Freiheit von Journalisten in hohem Maße von Persönlichkeit und Können des Einzelnen abhängt – aber weit davor und tatsächlich von der Höhe des Etats, der ihm zur Verfügung gestellt wird.

8 Die Radiostars der 60er heißen Dieter Thoma, Klaus-Martin Meyer, Hasso Wolf, Sascha Keith, Renata Calani – um nur einige zu nennen. Diese Namen sagen jedem was, sie wohnen ganz oben im Radio-Olymp. Ich bin ziemlich nervös, zum ersten Mal in diesem unglaublichen Funkhaus am Wallrafplatz und bereit, den eleganten Pförtner, Herrn Sandmann, für so eine Art Intendant zu halten. Vor Aufregung vergesse ich die Zimmernummer. Ein strohblonder, schlaksiger junger Mann zeigt auf meine Frage nach Paul Botta nach links und sagt: „Zum Chefredakteur zweite Tür.“ Als ich seine Stimme höre, weiß ich: das ist Reinhard Münchenhagen. Der läuft hier einfach über den Flur. Du lieber Himmel!

Und zwar von kleinen oder großen Männern, egal ob mit und ohne Hornbrillen: Jedenfalls solchen, die Knöpfe haben zum drauf drücken. Das ist Drittens und nicht wenig eindrucksvoll.

Die Entscheidung

In den nächsten Jahren lerne ich den WDR gründlich kennen, arbeite in der aktuellen Abteilung beim Morgenmagazin und schreibe eine Dissertation über das „journalistische Selbstverständnis“ im Sender.

Als ich 1970 mit dem Studium fertig bin, muss ich mich endlich entscheiden. Ich bin ein 26 Jahre alter Kerl. Ich habe Familie. Ich bin (noch) Freier beim WDR.

Vor dem Hintergrund meiner bisherigen Erfahrungen nehme ich das Angebot des Hörfunkdirektors an, als sein Referent zu arbeiten, und die damit verbundene Reduzierung meines Einkommens auf ein Viertel des bisherigen Volumens nehme ich (klagend) hin. Welch ein Privileg – Mitarbeiter des WDR! Es werden 20 Jahre vergehen, bevor ich ihn wieder verlasse.

Als Direktionsassistent kann ich auch ganz praktisch im Programm arbeiten. Weil sich Anfang der siebziger Jahre vieles um die direkte Beteiligung von Hörern am Programm dreht, sammle ich erste Erfahrungen mit einer Musiksendung: „Schüler machen Programm“. Ich funktioniere sie um. Die Musik ist mir wurscht: Ich nutze die Sendung, um mit Schülern über alles zu reden, was sie interessiert. Tanzen, elektrische Eisenbahnen, chinesische Sprachübungen, politisches Engagement, Flirts und Liebe. Der Reiz für die Schüler besteht darin, die Musik für die Sendung zusammenzustellen. Aber Feuer und Flamme werden sie erst, wenn wir gemeinsam aus der zweistündigen Aufnahme die entscheidenden vier Blöcke machen, die dann ausgestrahlt werden. Das dauert Stunden um Stunden, begleitet von heftigen Diskussionen untereinander. Heute heißt das: Erwerb von Medienkompetenz.

Als, unter Leitung von Dieter Thoma, Ende der sechziger Jahre aus den eher betulichen politischen Angeboten der moderne WDR 2 mit seinen neuen Magazinprogrammen wird, soll eine weitere Programmreform Anfang der siebziger Jahre diesen erfolgreichen Ansatz beschleunigen. Jugendliche werden entdeckt, nicht nur, wenn sie protestieren, weil sie Studenten sind.

1973 gibt es die „Radiothek“. Wir haben die Schüler im Blick, die Lehrlinge, die Studenten. Ich moderiere jeden Dienstag gemeinsam mit Dave Colman, das ist der Tag für die Lehrlinge. Die Sendung hat zwei Moderatoren – einen für die Musik und einen für das Wort, wie wir das nennen. Und wenn ich neben Dave im Studio sitze, begreife ich zum ersten Mal hautnah, was Musikmoderation bedeutet. Links und rechts zwei Plattenspieler, ein unendlich laut gestellter Kopfhörer, das Stampfen des Fußes im Rhythmus der Musik, wenn es ihm darum geht, nach der Einleitung an der richtigen Stelle anzukommen und nicht in den beginnenden Gesang zu quatschen. Heute: Ramp-Talk.

Und weil die Sendung fünf Jahre nach 1968 in die Zeit passt, weil sie Emanzipation anstrebt, Eigenverantwortung stärken, aber auch unterhalten will, weil sie neu und frisch und aufmüpfig ist,

eckt sie auch an. Man ahnt schon, bei wem. So werde ich ein Moderator mit der Erfahrung, dass, auch mit sehr liberalem Intendanten und klugem Direktor, politische Überdehnungen im Öffentlich-Rechtlichen Grenzen haben, sonst wird die „Radiothek“ – schnick-schnack! – abgeschafft.⁹ Mehr und mehr ziehe ich mich aus dem Programm zurück und konzentriere mich auf meine administrativ-organisatorischen Aufträge. Ich bereite mich auf Führungsaufgaben vor und sage dem aktiven Journalismus, bis auf wenige lustvolle Ausflüge auch als TV-Moderator, adieu.¹⁰ Das Radio aber ist und bleibt meine große Liebe.

Ich lerne politische Zusammenhänge in einem neuen Licht kennen und merke, wo im Sender die Mächtigen sitzen, jedenfalls nicht im Programm. Ich gewinne die Erkenntnis, dass theoretische Überlegungen noch so schlauer Schreibtischjuristen und smarterer Controller in der Wirklichkeit bis auf den heutigen Tag keinen Bestand haben, was sie nicht daran hindert, sich überall einzunisten und durchzusetzen. Frauen arbeiten zuverlässiger und sorgfältiger als Männer.¹¹ Dann ist 1989.

Der Wechsel

Als Leiter der WDR-Unternehmensplanung bekomme ich vom Intendanten den Auftrag, gemeinsam mit Manfred Jenke ein privates Radio für NRW unter Beteiligung des WDR vorzubereiten und auch in die Verhandlungen mit den NRW-Verlegern einzusteigen. Eine interessante neue Welt: Vorgespräche in kleinen, aber hinteren Zimmerchen von Hotels, in denen die Vorspeise teurer ist als meine Monatsmiete. Komplizierte Verhandlungen über ablauftechnische Verfahrensfragen für das nächste Treffen, die aber eher der Beruhigung persönlicher Befindlichkeiten unserer zukünftigen Geschäftspartner aus der Privatindustrie dienen.¹²

Ich bin 45. In vielerlei Hinsicht ist das Leben meinen privaten Plänen nicht gefolgt. Gegen Ende der Verhandlungen und zum für mich richtigen Zeitpunkt nimmt der Jüngste unserer Gesprächspartner Kontakt mit mir auf. „Werden Sie Programmdirektor von radio NRW.“ Ich denke kurz nach und sage zu. Jetzt bin ich also beim größten deutschen Privatsender Programmdirektor.

Meine Vorstellung von dem, was Journalismus und Radio ausmacht, ist von Brühl, Jenke, Thoma, Nowotny und Casdorff geprägt. Mit dieser Vorstellung trete ich in Oberhausen an: Da wird das

9 Kuhlmann, Michael: „Fünf nach sieben – Radiothek“ Der Streit um eine Jugendsendung des Westdeutschen Rundfunks Köln 1974 bis 1980, 2011, Paperback (Köln Wissenschaftsverlag), ISBN: 978-3-937404-94-3

10 Unter dem weiten, wärmenden Dach des größten deutschen öffentlich-rechtlichen Senders übe ich im Laufe der Jahre unterschiedliche Berufe aus. Chef vom Dienst Politik, stv. Chefredakteur regionales Fernsehen, Leiter Aktuelles Fernsehen NRW, Regionalisierungsbeauftragter, Leiter der WDR-Unternehmensplanung bei Friedrich Nowotny, mit einer Bewertung seines Amtes, die Müntefering so zusammengefasst hätte: „Intendant ist Mist.“

11 Ich gebe zu bedenken, dass die Männer meiner Generation zur Karriere verdammt waren, wenn sie sich nicht richtig dämlich anstellten. Unsere jungen Väter waren dank Führer, Volk und Vaterland weitgehend tot. Frauen spielten im Beruf bis in die 70er und 80er Jahre kaum eine Rolle und fielen als Konkurrentinnen aus. Nach dem Zusammenbruch Deutschlands explodierte dank amerikanischer Hilfe die Volkswirtschaft – und dank ihrer die Führungspositionen. Aber da war niemand - außer uns. Nicht, dass irgendwo eine männliche Lusche aufgestiegen wäre; das gibt es erst, seit Frauen in Führungspositionen kommen. Sagen richtige Männer.

12 Apropos Privatindustrie. Wir vom „Beamtsender WDR“ saßen der geballten Kompetenz einer Auswahl ausnahmslos erfolgreicher und erfolgsverwöhnter Repräsentanten des Verlagswesens gegenüber. Wir ahnen: Diesen Füchsen der Geldvermehrung, diesen Koryphäen des freien Marktes würden wir nichts entgegen zu setzen haben. Und obwohl jede dieser Einschätzungen stimmt, kommt es doch einen Hauch anders: Wohl wegen ihrer außergewöhnlichen Fähigkeiten werden wir schweigende und staunende Zuschauer eindrucksvoller Kompetenzbeweise, die sie untereinander anhand ihrer jeweiligen Positionen austauschen knallhart, frei von Eitelkeiten und fern von Eigennutz.

neue „radio NRW“ in einem wunderbaren Gebäude der niedergegangenen Kohle- und Stahlbarone angesiedelt – nach einem Standortstreit als Kompromiss zwischen Köln oder Essen. Oberhausen. Nach Köln irgendwie noch nicht als ein kosmopolitisches Zentrum erkennbar.

Helmut G Punkt Bauer, der Mann mit der Fliege, der mir das Angebot der Verlage überbracht hat, ist Geschäftsführer. Mit ihm beginnt für mich eine in jeder Hinsicht erfolgreiche Zeit. Als ich im Dezember 1989 nach Oberhausen komme, befinden sich neben mir vier oder fünf weitere Menschen im Haus. In vier Monaten, am 1. April 1990, werden wir 90 sein und mit Radio Duisburg als erstem Lokalsender starten.

Meine engste WDR-Mitarbeiterin, Barbara Hardenbicker, ein Organisationstalent¹³ ohnegleichen, begleitet mich in diese neue, unheimliche Welt und steht mir mit Kreativität, Fleiß und Zuverlässigkeit loyal zur Seite.

Privatfunk lebt von Musik. Der neue Musikchef aus Bayern will mit mir schon nach wenigen Tagen nicht mehr zusammenarbeiten und flüchtet entsetzt, weil ich nicht seine Meinung teile, dass wir in NRW beim Start pro Viertelstunde mindestens sieben Jingles¹⁴ benötigen, die wegen des reibungslosen Musikanschlusses im Quint-Sept-Akkord enden müssen und so wichtige Botschaften transportieren wie die, dass unsere Musik eigentlich die beste ist oder die schönste oder die im richtigen Mix.

Mithilfe des unaufgeregten Chefredakteurs Martin Busch gelingt es, unter massivem Zeitdruck Jeff van Gelder für „radio NRW“ zu gewinnen.¹⁵

Der Erfolg

Jetzt machen wir also Radio, ein No-Name-Radio. Es soll das Rahmenprogramm für die über 40 Lokalstationen in NRW werden. Ein Radio, das rund um die Uhr Programm ausstrahlt, auf das sich dann Lokalstationen mit drei oder fünf oder acht Stunden eigenem Programm aufschalten.

Helmut G Punkt und ich verfolgen zwei ehrgeizige Ziele: Wir werben bei 40 Veranstaltergemeinschaften, also bei etwa 800 in ihrer Wahrnehmung bedeutenden, auf jeden Fall selbstbewussten Repräsentanten des öffentlich-lokalen Lebens in Nordrhein-Westfalen um die Bereitschaft, un-

¹³ Während ich als Direktor mit den großen, bedeutenden, strategischen Plänen beschäftigt bin, kümmert sie sich um die banalen, die einfachen Dinge: Innerhalb von zwei oder drei Monaten brauchen wir gute freie Mitarbeiter; sie besorgt sie. Wir brauchen einen Honorarrahmen; sie formuliert ihn. Sie sichtet hunderte von Bewerbungen (die sie mir ohne wenn und aber ohne Fotos vorlegt, weil ich gelegentlich vergesse, dass wir keine Fernsehstars suchen, obwohl doch jeder weiß, dass ich mich von Fotos nicht beeinflussen lasse). Sie kümmert sich um Raumbelagung, Computer, Ausstattung und all die anderen unwichtigen Dinge, die ein Sender, wie ich einräumen will, sicher auch irgendwann mal braucht.

¹⁴ Über Weihnachten höre ich zur Freude meiner nächsten Angehörigen einen Koffer voller amerikanischer CDs ab, stundenlang, mit aberhunderten solcher Jingles. Eine der wenigen auditiven Strafen meines Lebens! Unvergessen! Unvergesslich! Grauvoll!!

¹⁵ Weil es in NRW keinen privaten Rundfunk gibt, kommen die meisten Bewerber aus Süddeutschland. Viele von ihnen, meist Radiobesessene, sind erst vor wenigen Jahren wegen mangelnder Arbeitsmöglichkeiten in NRW zu den Privatstationen des Südens gegangen. Jetzt profitieren wir davon.

ser Produkt „radio NRW“ als Rahmenprogramm für ihren Lokalsender zu akzeptieren. Ein nicht immer einfaches Geschäft, weil jeder, der Radio hört, sich automatisch für einen Medienexperten hält; wie beim Fußball halt jeder auch Bundestrainer sein kann. Das gelingt bis auf einen Ausreißer im äußersten Westen¹⁶ des Landes relativ schnell.

Wir haben gemeinsam den Ehrgeiz, ein vollwertiges Radio zu machen: Mit eigenen Nachrichten, eigenen Korrespondentenberichten, mit Reportagen und Berichten aus Politik, Wirtschaft und Kultur. Und unser Radio soll nicht klingen wie Antenne irgendwer oder Radio irgendwo. Unser Radio soll radio NRW sein – der größte private Sender in Deutschland. Wir eröffnen ein Korrespondentenbüro in Düsseldorf und wollen mit Journalismus erfolgreich sein. Während die gutmeinenden Forscher des WDR uns zwischen neun und elf Prozent Marktanteil prognostizieren, zeigen uns die ersten Marktberichte, dass wir erfolgreicher sein werden. Allerdings: Unser Publikum ist zu jung für die Wünsche der Werbeindustrie. Panik. Vier Wochen lang arbeitet die vierköpfige Musikredaktion Tag und Nacht, um das Musikformat umzustellen. Von jung auf mittelalt. Am Ende des ersten Sendejahres liegt unser Marktanteil bei knapp 30 Prozent. Wir sind stolz. Sehr. Alle.

Die Kehrseite

Während wir im ersten Jahr mit ein paar Investitionsmillionen im einstelligen Bereich nach zwölf Monaten ein paar Millionen im kleinen dreistelligen Bereich erwirtschaftet haben, beginnt nun der Kampf ums kleine Karo: Bei den verarmten Verlagen die Fragen, warum der Journalismus eigentlich so aufwändig und teuer sein muss, beim inzwischen in die Defensive geratenen WDR die peinliche Häme über „Zwei 30“, die maximale Länge unserer Beiträge, und über O-Töne in den Nachrichten (mal wieder WDR 2 gehört?).

In etwa 40 Lokalstationen beginnt die Auseinandersetzung mit ebenso vielen Musikexperten über die Frage, warum wir in Oberhausen eigentlich zu blöd sind, die „richtige Musik“ zu spielen. Die Frage, ob die Oberhausener Zentrale in Wirklichkeit die Lokalstationen nicht „platt“ machen will, gehört zu unseren täglichen Selbstverständlichkeiten.

Besonders eindrucksvoll sind meine ersten Begegnungen mit so genannten Beratern. Sie werden mir dringend von Betriebsgesellschaften empfohlen.¹⁷ Von diesen Alleskönnern soll ich lernen, wie modernes, privates, gewinnorientiertes und zielgruppenspezifisches Radio geht. Ich entgehe diesen Geschäftsführern ohne Verantwortung, mit einer einzigen positiven Ausnahme,¹⁸ durch westfälischen Starrsinn bis hin zur Dumpfheit. Das kann ich gut. Diese Eigenschaften helfen allerdings nicht gegen die neue, niemals und von niemandem ernsthaft infrage gestellte, allumfassende und allgegenwärtige Ökonomisierung jedes einzelnen Lebensbereichs unserer Gesellschaft. Die Zauberworte der neuen (auch medialen) Führungselite heißen: Gewinn, Einsparungen, Umsatzsteigerung, Erfolg, Kostensenkung, Rendite.

16 Dort setzt man auf RTL als Rahmenprogramm. Böse Geister flüstern uns zu, das habe man gemacht, damit „die beiden aus Oberhausen“ nicht übermütig werden. Hoffentlich kostet diese Taktik die Betreiber schön viel Geld. Aber weil RTL schon immer RTL ist und nicht, was man unter einem vollwertigen Radio versteht, bleibt dieser Ausflug von überschaubarer Dauer.

17 Es ist eine Freude, junge, stets fröhliche, immer gut aufgelegte und weit von amerikanischen Selbstwert-Sektierern entfernte Menschen kennen zu lernen, die eine eigene Sprache für das Radio entwickelt haben: da stingt es bei den Donuts, die Show-Opener werden mit SFX getrailert und das Intro erhält als drop in ein kill-date – oder so ähnlich. Hauptsache, die Unternehmensberater buchen die Freiflüge für ihre Auftrags-Klientel und alle schmücken sich mit des Kaisers neuen Wort-Kleidern.

18 Bei Ad Roland, dem Radio-Verrückten und Superstar des Piratensenders Radio Caroline, schwitzen die Moderatorinnen und Moderatoren von radio NRW in kleinen, stickigen Boxen bis tief in die Nacht. Ich habe keinen von ihnen je unglücklich gesehen.

Geil.

Und sie haben Recht: Man kann Radio ohne eigene Nachrichten machen, ohne Live-Moderation, mit geschenkten PR-Beiträgen, die sich fast anhören wie Reportagen, mit Rätsel- und Mehrwertgewinnspielen, mit Fakes, mit kostenlosen Werbeaktionen, gesponserten Einmaligkeiten, sensationellen Promiberichten, mit „Kommedi“ und überhaupt ohne jeden Journalismus, der das schöne, viele Geld kostet.

Die Kehrtwende

Die Lust an der Gewinnoptimierung ist groß und es ist schwer, ihr nicht zu erliegen. Das langsame, fast unmerkliche Abschaffen von Radio bleibt schließlich (noch, aber nicht mehr lange) ohne Folgen, weil die Lokalstationen unter schwerer werdenden Bedingungen versuchen, ihrer Berichterstattungspflicht und -chance nachzukommen, obwohl die Versuche nicht nachlassen, die Etats zu kürzen, die Tarife sowieso und überhaupt der ganze, teure Journalismus – muss das wirklich sein?

Diese Frage kommt aus Verlagshäusern. Verleger sind besondere Unternehmer, weil sie mit „publizierten Werken Einfluss nehmen auf Kultur, Medien und Leben in einer Gesellschaft“ – sagt Wikipedia.

Inzwischen, scheint es, kann man als Verleger auch ganz einfach nur Unternehmer sein. Jedenfalls beim Radio. Ohne diesen teuren Appendix. Wie Siemens oder so. Längst muss kein erfahrener Radiojournalist sein, wer den Inhalt eines großen Senders verantwortet. Ich prophezeie: Das wird Quote kosten! Schon bald und deutlich. Schade um das viele verlorene Werbegeld – viel mehr, als ein paar gut bezahlte Journalisten kosten. Gier frisst Hirn!

Und auch die Aufsichtsbehörde konzentriert sich auf neue Felder, die außerordentlich wichtig sind, auch wenn sie bislang noch ohne Folgen bleiben: Qualifizierung, Medienkompetenz, journalistische Professionalisierung und was sonst so ansteht – und hoffentlich eines Tages auch nachgefragt wird. Aber wohl eher nicht.

Noch stellen jene, die es ernst mit dem Lokalradio meinen, klammheimlich Kerzen in ihren Kirchen auf, weil auch der WDR zunehmend von Globalisierungswahn, Controllern und Politökonomien heimgesucht wird.

Auch ihm geht das Geld „gezielt“ aus, weil die Politiker mit festem, populistischem Blick auf ihre Wiederwahl auch hier die Überhand bekommen und den im System Verantwortlichen schon recht ist, beim Radio zu kürzen, wenn nur der ESC die europäischen Nachbarn vor Neid erblassen lässt oder die siebte Kamera bei einem Bundesligaspiel durch eine achte ergänzt werden kann, die in der Lage ist, eine Zeitlupe rückwärts aufzunehmen. Die Buchhalter und ihr Mittelmaß. Dafür lässt man gern mal hier ein Radiofeature, dort ein Konzert und gelegentlich ein Hörspiel oder einen Korrespondenten springen. Über die Klinge, versteht sich.

Der Ratschlag

Nichts wird besser oder schlechter, nur anders.

Technische Fertigkeiten, PR-Instinkt, ökonomisches Gespür und Sensibilität für die Belange des Unternehmens, aber auch persönliche Flexibilität in materieller und lebensplanerischer Hinsicht – das sind, wie man hört, jene Fähigkeiten, die zukünftigen Journalisten abverlangt werden. Na denn.

Und wenn ich 40 Stunden hätte, was würde ich den „jungen Journalistinnen und Journalisten“ beibringen? Nach langem Nachdenken passe ich.

Allerdings: Ein Zitat und einen Namen hätte ich anzubieten. Aber das dauert nicht 40 Stunden – nur 40 Sekunden: *„Einen guten Journalisten erkennt man daran, dass er sich nicht gemein macht mit einer Sache, auch nicht mit einer guten Sache; dass er überall dabei ist, aber nirgendwo dazugehört.“ Hanns Joachim Friedrichs.*



„Vielleicht lerne ich es ja noch ...“

Gerald Baars

*Das Radio gibt es schon lange nicht mehr: Das Radio, das die gesamte Familie vor einem UKW-Empfänger vereint, das im Laufe eines Tages für alle etwas bietet, vormittags Kochrezepte für die Hausfrau, nachmittags die Kinderstunde, umrahmt mit Sendungen für das „Familienoberhaupt“ mit prickelnden Titeln wie *Politik am Morgen*, *Politik am Mittag* und *Politik am Abend*. Genau zu der Zeit aber fing ich beim Radio an. Zum Entsetzen meiner Großmutter: „Du hast doch was Vernünftiges studiert als*

Ingenieur!“ Für sie war ich ein Journalist – insbesondere bei Radio oder Fernsehen – nichts anderes als ein Schauspieler, Künstler oder Gaukler, eine unsichere Profession, sehr fragwürdig. Doch ich wollte die Welt verändern: Erst in meiner Dritte-Welt-Gruppe, später bei der Anti-Apartheid-Bewegung, und so fing ich an zu schreiben gegen den portugiesischen Kolonialismus, über Sklavenarbeit auf Kakao- oder Bananenplantagen. Mit 18 fuhr ich das erste Mal, mit einem alten VW-Bus, drei Monate quer durch Afrika. Meine Diplomarbeit schrieb ich in Tansania, dem damals hoch gepriesenen Entwicklungsmodell für dezentrale Planung. Und da authentische Berichte vom „schwarzen Kontinent“ in den 70er Jahren noch etwas Exotisches hatten, freute sich zunächst der Evangelische Pressedienst (epd) über meine Artikel, die erstaunlich gut abgedruckt wurden mit der Folge, dass Zeitungen, wie die Frankfurter Rundschau, mich direkt beauftragten und sich irgendwann auch Hörfunkredaktionen meldeten, wie die Deutsche Welle oder der Kirchenfunk des WDR.

An meinen ersten Beitrag im Radio kann ich mich nicht mehr erinnern, aber es war mit Sicherheit ein „missionarisches“ Werk über die Ausbeutung der Dritten Welt. Dass ich nicht politischer Aktivist blieb, sondern professioneller Journalist wurde, ist dem Zufall zu verdanken. 1976 fand die Welthandels- und Entwicklungskonferenz der Vereinten Nationen (UNCTAD) in Nairobi statt. Da ich für meine Diplomarbeit in der Nähe, in Tansania, war, bat mich der epd, meine Feldstudien zu unterbrechen und als „free-lancer“ vier Wochen lang von der Konferenz zu berichten. Angereichert mit sehr konkreten Eindrücken aus afrikanischen Dörfern gelang es mir offensichtlich, die drögen Konferenzthemen zu veranschaulichen: die Folgen von Handelsbarrieren, Rohstoffmonopolen oder auch die wirtschaftlichen Interessen staatlicher Entwicklungshilfe. Für alles hatte ich ein Beispiel: den Kaffeebauern in den Usambara-Bergen, die Papierfabrik bei Iringa oder die von Chinesen erbaute Eisenbahnlinie in dem sambischen Kupfergürtel. Der Politikredakteur des WDR, Ansgar Skriver, wurde in Nairobi auf mich aufmerksam. So begann ich, auch für ihn zu arbeiten. Er machte mich darauf aufmerksam, dass der WDR, nach längerer Abstinenz, wieder Volontäre ausbilde, und ermunterte mich, mich zu bewerben. Hundert andere taten das auch, aber als Diplom-Ingenieur mit altsprachlicher Schulbildung, entwicklungspolitischer Expertise und schon einiger Erfahrung als freier Journalist muss ich wohl ein interessanter Paradiesvogel im Bewerberfeld gewesen sein. Doch das wurde mir erst später bewusst, als ich selbst in Auswahlkommissionen saß, und wir Bewerbungsgespräche führten. Neugierig waren wir dann stets auf die, die von der üblichen Vita abwichen durch besonderes Engagement, Kreativität, Auslandserfahrung oder ungewöhnliche Sprachkenntnisse.

Nach Volontariat und einer ersten Reporterstation im Regionalprogramm, die wichtig war, um handwerkliche Sicherheit zu erlangen, erhielt ich überraschend 1981 einen Anruf von Carola Stern, der Leiterin der höchst angesehenen Kommentarmedaktion des WDR, die erste Frau, die im deutschen Fernsehen einen Kommentar sprechen durfte und mit Leidenschaft verkrustete Strukturen aufbrechen wollte. „Ich muss die Kommentarmedaktion verjüngen“, sagte sie. „Der WDR kann doch nicht nur das Weltbild älterer Herren über 60 verbreiten.“ Es stellte sich heraus: Ansgar Skriver, der mich in Nairobi zur Bewerbung ermuntert hatte, ging als Korrespondent zur UNO nach New York und ich durfte für ihn nachrücken. Noch keine 30 Jahre alt, saß ich plötzlich inmitten einer Schar illustrierter Kollegen wie Dieter Gütt, Paul Botta, Peter Laudan, Eberhard Kuhrau, Peter Coulmas ... Die ersten Tage traute ich mich gar nicht, in der Redaktionskonferenz den Mund aufzumachen. Beeindruckt folgte ich den oft leidenschaftlichen Diskussionen über die Ostpolitik, den NATO-Doppelbeschluss, den Seitenwechsel der FDP und Sturz Helmut Schmidts, das Entstehen der Grünen. Die da miteinander argumentativ fochten, waren unglaublich gebildet, belesen, erfahren und rhetorisch versiert. Von ihnen, insbesondere von Carola Stern selbst, lernte ich, einen guten Kommentar zu schreiben. Erste Grundvoraussetzung: Du weißt, wovon Du sprichst, kennst die Argumente „pro und contra“ und hast eine klare Meinung dazu. Dann musst Du nicht mehr alles „einerseits und andererseits“ aufführen, sondern widerlegst einfach die Gegenposition. Carola Stern hat damals Maßstäbe gesetzt, in dem sie sehr persönlich kommentiert hat: „Vor einem Jahr habe ich noch geglaubt ... doch dann haben mich folgende Erkenntnisse zum Umdenken bewegt ... und deswegen sage ich jetzt ...“

Kein Lavieren, keine Konjunktive, keine Unentschlossenheit. Klare Kante, gut begründet. Wer anderer Meinung ist, kann morgen kommentieren und versuchen, mich zu widerlegen.

Über diese Erfahrung bin ich froh. Denn heute wird viel über radiophone Formen diskutiert, über Musikfarben und Stundenuhren, Voice-Modulation, Optimod, Cliff-Hanger, Teaser und Ramp-Talks ... Wer das beherrscht, ist erfolgreich, und sei es leider noch so inhaltsleer. Früher haben wir in der Tat die Form sträflich vernachlässigt und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk die entsprechende Quittung dafür bekommen, als plötzlich die Privatsender in Konkurrenz traten. Plötzlich zählten nur noch Playlist, wenig Wort, möglichst auf Musikbett, „Durchhörbarkeit“. Heute ist die Verpackung perfekt, aber eine inhaltliche Substanz mancher Radioprogramme kaum zu erkennen. Vor mittlerweile einem guten Vierteljahrhundert änderte sich die Medienlandschaft und damit auch das Radio.

Die Kabelpilotprojekte in den 80er-Jahren waren der Start für das duale Rundfunksystem: In Ludwigshafen rein kommerziell betrieben, in Dortmund öffentlich-rechtlich vom WDR, in Berlin und München gab es Mischformen. Auf einmal gab es eine Vielfalt von Fernsehprogrammen und in Dortmund auch das erste Lokalradio in Nordrhein-Westfalen. Die ersten drei Jahre war ich Fernsehleiter im Pilotprojekt, dann übernahm ich WDR Radio Dortmund, das Modell und Messlatte für den geplanten privaten Lokalfunk in NRW sein sollte. Zunächst war WDR Radio Dortmund noch konzipiert als ein typisch öffentlich-rechtlich geprägter Kästchensender mit Jugendprogramm am Nachmittag, Kinderfunk als Betthupferl, Kultur- und „Gastarbeiter“-Sendungen. Mit den plötzlich auch tagsüber laufenden 20 Fernsehkanälen war mir klar, dass sich das Radio neu auf-

stellen musste – gegen viele Zweifel und Widerstände, auch im eigenen Team, begann ich aus einer Aneinanderreihung von Sendungen eine Welle zu formen: ein gemeinsames Team-Verständnis zu stimulieren und das lokale Profil als Alleinstellungsmerkmal zu schärfen. Der Gesetzgeber wollte, dass der WDR dem privaten Lokalfunk der Verleger Starthilfe leistet, und so kamen die Chefredakteure der ersten Lokalstationen nach Dortmund, kopierten Vieles, machten Manches noch schlanker und hatten damit großen Erfolg. Heute haben sie durchweg den Marktanteil, den wir bereits in unserem Pilotprojekt erzielt hatten, rund 30 Prozent. WDR Radio Dortmund aber hatte sich dadurch selbst zum Fremdkörper im dualen System entwickelt und überflüssig gemacht. 1994 wurde es eingestellt.

Danach wäre ich am liebsten ins Ausland gegangen. Der Korrespondentenplatz Nairobi wurde mir naheliegenderweise angeboten, doch eine dreimonatige Vertretung zur Jahreswende 1992/93 ließen mich abwinken. Ich hatte sie überwiegend in Mogadischu verbracht, mit Leibwächtern zwischen verfeindeten Clans und Schutzgeldzahlungen an die Aided-Milizen. Ein Afrikakorrespondent berichtet leider überwiegend über Bürgerkriege und Katastrophen. Nimmt er seinen Job ernst, ist er mittendrin, zwischen den Fronten, um sich ein eigenes Bild zu machen und nicht nur Klischees zu verbreiten. Als junger Journalist ließ ich mich noch im Kofferraum eines Missionars, an südafrikanischen Militärkontrollen vorbei, ins Ovamboland schmuggeln, um das brutale Vorgehen des Apartheidregimes dokumentieren zu können. Im gerade unabhängig gewordenen Zimbabwe beobachtete ich die ersten freien Wahlen in abgelegenen Dörfern des Matabelelands, wo Mugabes fünfte Brigade die Dorfbewohner aufforderte, ihre Stimmen für den Präsidenten in die rechte Wahlurne zu werfen. Anhänger seines Gegenspielers Nkomo sollten die linke Urne benutzen, damit jeder sehen könne, wer ein unpatriotischer Verräter sei. Im kenianischen Rift Valley war ich Zeuge, wie die Anhänger von Präsident Arap Moi Dörfer niederbrannten und Land konfiszierten, wie die Kalenjin vom Stamm Arap Moïs sich den Besitz der Luos unter den Nagel rissen. In Somalia aber verlor ich den Durchblick: Wer kämpfte warum gegen wen? Seit dem Sturz des Diktators Barre war Somalia ein Land ohne jegliche Ordnung, ohne Strom, Trinkwasser, Telefon ... Macht- und geldgierige Clanführer, Drogenschmuggler und Piratenbanden sind die einzigen Arbeitgeber in einem Land ohne Regierung, Struktur, Perspektive. Mogadischu hat aus mir, einem bis dahin afrophilen Streiter für Menschenrechte und Entwicklung, einen zutiefst deprimierten Pessimisten gemacht. Danach wollte ich nicht wieder nach Afrika zurück. Ich lernte lieber polnisch, um nach Warschau zu gehen: Wie ich fand, ein spannendes, noch viel zu unbekanntes Nachbarland, damals im Aufbruch unter Lech Walesa.

Doch dann erhielt ich wieder einen Anruf, diesmal von Fritz Pleitgen. Der WDR habe keine jungen Hörer mehr. Eine Reform von WDR 1 sei nötig. Pleitgen – damals Hörfunkdirektor – wollte neben den bisherigen Hauptabteilungen Politik, Kultur und Musik einen Wellenchef installieren, um das Programm nicht nur in Kästchen, sondern als Ganzes zu gestalten. Meine Erfahrungen aus Dortmund sollten mir helfen. Im kleinen Vorbereitungsteam hatten wir wenig Zeit: mein designierter Stellvertreter und späterer Nachfolger Jochen Rausch und der seinerzeit jüngste im WDR verfügbare Redakteur Thomas Reinke, heute selbst Wellenchef von „Funkhaus Europa“. Wir begannen mit einem Gesprächsmarathon. Alle damaligen WDR 1 Mitarbeiter/-innen erklärten uns, es müsse

sich bald was ändern – „nur nicht bei mir“. Wir erkannten schnell, kleine Korrekturen würden nichts bringen. Umfragen der Medienforschung waren ernüchternd: WDR 1 hatte kein nennenswertes Publikum, schon gar nicht ein junges. Schlimmer noch: Bei jungen Menschen hatte der Name WDR grundsätzlich ein verstaubtes und langweiliges Image. Der Sender hatte für sie denselben Charme wie Kölnisch Wasser als Parfüm.

In dieser Situation gab mir Fritz Pleitgen die notwendige Rückendeckung und eine keineswegs selbstverständliche Unterstützung, um Widerstände von innen und Kritik von außen ertragen und abwehren zu können. In einer Mitarbeiterversammlung erklärte ich kurzerhand WDR 1 als beendet, entzog allen Redakteuren/-innen zum Stichtag die Programmverantwortung und kündigte allen freien Mitarbeitern/-innen die Verträge. Und dann nahm ich ein weißes Blatt Papier in die Hand: „Dies ist unser neues Projekt: ein junges Radio in Nordrhein-Westfalen. Wer daran kreativ mitarbeiten will und dieses unbeschriebene Blatt mit Inhalt füllen will, ist herzlich eingeladen. Allen anderen helfe ich gern, eine neue Aufgabe im WDR an anderer Stelle zu finden.“ Die meisten blieben und arbeiteten befreit und engagiert am jungen Radio mit.

Die kleine junge Redaktion entwickelte zunächst und erstmals ein gemeinsames Selbstverständnis der Musikfarbe, der Titelfolgen und der Auswahlkriterien. Gespielt werden durfte alles, worauf sich die Redaktion in ihren wöchentlichen Abhörsitzungen gemeinsam einigen konnte. Ein selbst entwickeltes Computerprogramm half, die richtige Dosis, Folge und Zeit festzulegen, damit nicht jeden Morgen die gleiche „Mucke“ läuft. Die Titel wurden nach Kategorien gespeichert: Nach einem populären hochaktuellen Titel schlug der Computer einen Newcomer vor, nach einem ruhigen weiblichen Vokaltitel eine rockige Männerband. Eine gute Auswahl und eine durchdachte Programmierung der Titelfolge trugen erheblich zum Erfolg der Welle bei. Bis dato stellte jeder Musikredakteur seine Sendung nach eigenem Gusto zusammen. Jetzt wurde es Teamarbeit.

Den Begriff „junges Radio“ hatte ich damals bewusst gewählt, nicht „Jugendradio“. Nach meiner festen Überzeugung haben junge Menschen Anspruch auf ein Vollprogramm und nicht nur auf vermeintliche Jugendthemen. So entstand „Eins Live Prompt“, das erste stündliche Nachrichtenmagazin im WDR mit O-Tönen und Kurzberichten, die „Eins Live Stauschau“ mit Verkehrsmeldungen und der Slogan „Wer Eins Live hört, verpasst nichts.“ Denn das ist die Faszination des Radios: die Unmittelbarkeit, das Neue und Überraschende. Nur um die eigene Lieblingsmusik zu hören, schaltet niemand mehr ein. Die kann er sich besser kompromisslos zusammenstellen und runterladen. Das Radio muss mehr liefern. „Nur was?“, wollten wir wissen. Die Medienforschung hatte für uns repräsentativ 3.000 Menschen zwischen 14 und 29 Jahren befragt. Unter anderem wollten wir erfahren, was für sie das wichtigste Ereignis im vergangenen Jahr war, damals also 1994. Das Ergebnis war überraschend: die Bundestagswahl, bei der Helmut Kohl knapp seine Regierung noch einmal behaupten konnte. Gleichauf aber war der Selbstmord von Kurt Cobain, dem Leadsänger von „Nirwana“, den der WDR in seinen Programmen nur beiläufig wahrgenommen hatte. Uns wurde klar: Ein junges Radio muss diesen Spagat schaffen, zwischen Pop-News und Politik, aber immer aus junger Perspektive. Unsere Definition hieß: „schräg, schrill, frech und unverwechselbar“. Am ersten Holocaust-Gedenktag sendeten wir live aus Auschwitz mit stündlichen Reportagen, eine Jugendgruppe begleitend. Wir schlugen eine Radiobrücke zu WDR 4. Gretel Rieber

(„WDR 4, In unserem Alter“) und Stephan Karkowsky („Eins Live Frühreif“) hauten sich die Vorurteile über die jeweils andere Generation um die Ohren. Höchst vergnüglich für die Eins Live-Hörer. Im Nachhinein zugegeben: Schwer verdaulich für einen Teil des WDR 4-Publikums, aber Ausdruck unseres ständigen Bemühens, überraschend und anregend zu sein. Das völlig Unerwartete macht das Radio zum Gesprächsthema: Wenn es völlig unverhofft am Ende der „Stauschau“ heißt: „A 42 drei km Stau, und die Wartezeit in der Kassenschlange beim Aldi in Castrop-Rauxel beträgt zur Zeit zwanzig Minuten.“ Und das war korrekt, denn ich stand selbst in der Schlange. Schon unser Programmstart hat diesen Erlebnis-Anspruch deutlich gemacht. Wir wollten neue junge Hörer locken und haben dafür außerhalb des WDR geworben – ohne den Namen WDR. Im Kino, auf Plakaten, in Szene- und Musikblättern. „Eins Live macht hörig“, so der Slogan. Erst da realisierte unser Intendant Friedrich Nowotny, dass der neue Sender nicht „WDR 1 Live“ hieß, sondern schlicht „Eins Live“. Er war nicht gerade begeistert. Als wir dann am ersten Sendetag das gesamte junge Programm von den ältesten, längst pensionierten Moderatoren/-innen präsentieren ließen, hielten uns viele für total bekloppt. Gerade am ersten Sendetag müsse das neue Profil doch überzeugen. Das aber lautete: Eins Live ist immer für eine Überraschung gut. Es war zudem ein erster April und für die neuen Hörer/-innen eine bleibende Erinnerung. Sie juchzten vor Vergnügen, wenn Kultsprecher Egon Hoegen („Der 7. Sinn“) englische Bands und Musiktitel eigenwillig aussprach.

Nach den Erfahrungen der Vergangenheit und dem großen Kraftakt eines völligen Neubeginns vereinbarten wir, dass niemand länger als fünf Jahre bei einem jungen Radio arbeiten sollte, damit nicht das Publikum wieder mit der Redaktion immer älter wird. Konsequenterweise habe ich als erster Wellenchef meinen Vertrag nach fünf Jahren nicht mehr verlängert. Mit meiner Verweildauer-Vorgabe wäre ich sonst im Team nicht glaubwürdig gewesen. Seitdem gab es im Rahmen einer kontinuierlichen Verjüngung zwei „Relaunches“. Der erste hat der Musik einen deutlich höheren Stellenwert zugewiesen. Beim zweiten Mal haben Informations- und Wortbeiträge wieder mehr Bedeutung erhalten, wie im ursprünglichen Konzept. Das Moderationsteam der ersten Jahre hat längst neue attraktive Aufgaben gefunden. Wer bei Eins Live war, wurde regelrecht abgeworben. Denn wir hatten intensive Auswahlkriterien, eine gute Ausbildung, ein ständiges konstruktives Feedback – unbedingte Voraussetzungen für ein erfolgreiches Radio. Gerade sehr junge Nachwuchsjournalisten, wie wir sie bei Eins Live suchten, können vieles lernen, abgucken und ausprobieren. Allerdings sind zwingende Voraussetzung: die Fähigkeit zur Selbstkritik und die Bereitschaft zur Teamarbeit. Ohne Neugier, Kommunikationsfreudigkeit und Ausdrucksstärke wird aber niemand ein guter Journalist. Und als Radio-Präsentator gehört auch eine gute Stimme dazu. Auch die kann geschult werden, aber dabei gibt es Grenzen.

Was immer wieder im Alltag vernachlässigt wird, merke ich heute im regionalen Hörfunk, sowohl bei jungen Nachwuchsjournalisten wie bei „alten Hasen“. Sprache im Radio muss anders sein als geschriebene Texte. Vieles ist leider nicht nur abgelesen, sondern klingt auch so. Ob Agenturen, Pressemitteilungen, Polizeiberichte, erst müssen sie gelesen und verstanden werden und dann neu erzählt. Zahlreichen Praktikanten und Volontären habe ich schon den Tipp gegeben, sich konkret einen Gesprächspartner vorzustellen, je nach Zielgruppe Tochter, Freundin oder Oma,

und jede Moderation dann im Geiste anfangen mit den Worten: „Oma, ich muss Dir was erzählen ...“ Dann gelingt automatisch eine Schilderung mit kurzen klaren Sätzen, ohne Verschachtelungen, Parenthesen, eine bildhafte, anschauliche Beschreibung mit persönlicher Ansprache. Radio muss Bilder im Kopf erzeugen, Stimmungen vermitteln. Dazu reicht es nicht, O-Töne mit Zwischentexten zu verbinden, wie ich es oft genug höre. Dazu gehören Atmosphären, Emotionen, ergänzende Beschreibungen, die ein Bild entstehen lassen, also nicht die übliche Überleitung: „Zu den Vorwürfen der Bürgerinitiative erklärt der Bürgermeister ...“, sondern: „Der Bürgermeister schüttelt den Kopf, als er das hört ...“ Das setzt allerdings voraus, dass er wirklich den Kopf geschüttelt hat. Denn eine krampfhaft Emotionalisierung, wie sie gelegentlich auch versucht wird, ist natürlich sachlich falsch, journalistisch verwerflich und schlicht albern: „Die Fabrikhalle steht seit Stunden in Flammen. Bochum ist in Panik.“ Um die Situation anschaulich zu schildern, reicht es völlig zu sagen: „Die Nachbarn sind beunruhigt.“ Und das wäre dann auch zutreffend.

Angehende Journalisten sollten sich zunächst mit der Formenvielfalt vertraut machen. Und dabei gilt: Je kürzer die Form, desto schwieriger ist es, knapp und präzise in kurzen verständlichen Sätzen ein Ereignis als Meldung zusammenzufassen. Am Anfang steht die Frage: Was ist die eigentliche Nachricht, die in den ersten Satz gehört? Während ich das schreibe, höre ich im eigenen Programm: „Zwei Jahre nach einem Neonazi-Überfall auf die Mai-Kundgebung in Dortmund ist noch kein Prozess gegen die mutmaßlichen Rädelsführer in Sicht. Rund 400 Rechtsextreme hatten am 1. Mai 2009 die Demonstration der Gewerkschaften angegriffen. Die Staatsanwaltschaft hatte bereits vor mehr als einem Jahr Anklage wegen Landfriedensbruchs gegen die mutmaßlichen Anführer erhoben. Das Dortmunder Amtsgericht hat aber noch keinen Termin für die Verhandlung festgelegt.“

Es ist eben ein tägliches Ringen um eine gute Nachrichtensprache. Viel besser ist immer ein Satzbau Subjekt-Prädikat-Objekt:

„Die Rädelsführer eines Neonazi-Überfalls vor zwei Jahren stehen immer noch nicht vor Gericht. Rund 400 Rechtsextremisten hatten die Teilnehmer der Dortmunder Maikundgebung mit Latten und Wurfgeschossen angegriffen. Die Staatsanwaltschaft hatte schon vor über einem Jahr Anklage erhoben. Das Dortmunder Amtsgericht hat bis heute keinen Verhandlungstermin festgesetzt.“

Die Meldung ist nicht nur zwei Zeilen kürzer, es fehlt auch nichts. Alles, was zweimal erwähnt wurde oder für den Kern der Nachricht ohne Belang ist, wurde gestrichen. Dafür wurde der Angriff mit Latten und Steinen noch einmal in Erinnerung gerufen. Denn der Anklagevorwurf „Landfriedensbruch“ ist zwar für Juristen interessant, die Hörer aber wollen wissen, was damals geschah. Auch muss ich nicht zweimal „mutmaßliche“ Täter erwähnen, wenn ich überhaupt keine Namen nenne und klar formuliert habe, dass es sich hier um eine Anklage handelt, über die noch verhandelt werden muss. Da ist ein anderer Lehrsatz zu sehr verinnerlicht worden, nämlich dass ich vor einer Verurteilung nur von vermeintlichen oder mutmaßlichen Tätern reden darf, was aber dann oft absurde Züge annimmt, wenn über ein Verbrechen wie folgt berichtet wird: „Die mutmaßlichen Täter lauerten ihrem Opfer hinter dem Haus auf.“ Nein! Es lauerten schon die Täter ihrem Opfer auf. Mutmaßlich sollen es Radio-Macher gewesen sein.

Im Übrigen besteht die Kunst – nicht nur in der klassischen Nachricht, sondern auch in einer pointierten Moderation – darin, allen unnötigen Ballast abzuwerfen und die Botschaft auf den Punkt zu bringen, die Pointe zu setzen. Alles, was nicht unmittelbar zum Kern und Verständnis gehört, lenkt nur ab und verwirrt. Das muss immer wieder geübt werden, bis es verinnerlicht ist. Und dann passiert es doch immer wieder, dass umgangssprachlich einfach formuliert werden soll, und der Schuss danebengeht. Denn nicht Menschen werden evakuiert, sondern Gebäude, es sei denn der Betroffene befindet sich gerade zur Obduktion in der Pathologie. Oder wenn die Polizei ein Gelände hermetisch abriegelt, also luftdicht, möchte ich nicht am Ort sein und einen qualvollen Erstickungstod erleiden. Scheinbar, nein: anscheinend kennen die Reporter nicht die Bedeutung eines Wortes. Bei ihnen wird eine Leiche aufgefunden, nicht gefunden, ist eine Katastrophe vorprogrammiert, statt programmiert. Die „einzigste“ Erklärung dafür sind mangelnde Vokabel- und Grammatikkenntnisse. Die sollte ein Journalist als Voraussetzung schon haben. Denn auch noch die Anwendung der richtigen Tempora und Konjunktive zu vermitteln, sprengt diesen Rahmen. Nur noch ein Hinweis zur Sensibilität bei der richtigen Wortwahl: Ein Vulkan bricht aus, aber ein Krieg wird begonnen. Der ist nämlich kein schicksalhaftes Naturereignis. Last but not least, sich immer klar machen, dass wir für die Hörer und aus ihrer Perspektive berichten. Insider-Sicht ist, wenn der Moderator sagt: „Ich begrüße am Telefon meinen Kollegen.“ Aus Sicht der Hörer ist er unser Reporter. Und der möge bitte keinen O-Ton einspielen, sondern sich mit uns gemeinsam anhören, was die Kanzlerin gesagt hat.

Nun will ich aber Wolf Schneider, der gerade für sein Lebenswerk geehrt wurde, nicht weiter Konkurrenz machen. Seine Handbücher des Journalismus sind schließlich Pflichtlektüre und unser aller „Schwarzbrot“. Eine genaue Beobachtung und lebendige Beschreibung dessen, was zu sehen und zu hören ist, ist dann die Kunst der Reportage im Radio, das Sahnestück. Und das erfordert immer wieder Selbstbesinnung auf klassische Grundprinzipien bei aller notwendiger Neuerung und Modernisierung. Allerdings muss ich einräumen: Auch nach 40 Jahren in diesem Metier erwische ich mich leider immer wieder selbst dabei, dass ich nur Texte geschrieben habe und nicht Ereignisse geschildert, Geschichten erzählt habe. Aber vielleicht lerne ich das ja noch in den letzten Jahren bis zur Rente ... und dann schreibe ich einen Roman.



Immer gerne nah dran

Matthias Wegener

Ich kannte die meisten Herren aus dem Fernsehen und von den Schwärzereien älterer Freunde: Wolfgang Overath, Uwe Seeler, Hans Tilkowski und Fritz Walter, um nur einige prominente Fußballer an der langen Tafel im Garten des Geburtstagskindes zu nennen. Helmut Rahn wurde 50 und feierte zu Hause in seiner Heimatstadt Essen. Das Essener WDR-Studio hatte mich zum Geburtstagskaffee abkommandiert und ich sollte ein paar O-Töne der illustren Gäste einfangen. Da stolperte ich also im August 1979 als junger Radioreporter zwischen den gealterten Stars der fünfziger und sechziger Jahre herum und versuchte, ihnen zwischen Kaffee, Kuchen, Würstchen und Pils etwas halbwegs Interessantes über Helmut Rahn zu entlocken.

Der Mann war damals nicht nur in Essen eine lebende Fußball-Legende. Er war der umjubelte Torschütze zum 3:2-Sieg der deutschen Nationalmannschaft im Finale der Weltmeisterschaft 1954. Der Radioreporter Herbert Zimmermann hat diese mitreißenden Augenblicke im Berner Wankdorfstadion unvergesslich gemacht: „Aus dem Hintergrund müsste Rahn schießen, Rahn schießt ... TOOOR!“ Fast 50 Jahre nach diesem Triumph, 24 Jahre nach meinem Besuch in seinem Garten, hat Sönke Wortmann Helmut Rahn mit „Das Wunder von Bern“ ein filmisches Denkmal gesetzt, das leider gleichzeitig dessen Nachruf wurde. Den Kinostart hat der „Boss“, wie seine Fußballfreunde und Bewunderer den starken Rechtsaußen nannten, nicht mehr erlebt. Wenige Wochen vor der Filmpremiere war er gestorben, kurz vor seinem 74. Geburtstag.

Ich habe inzwischen vergessen, was ich damals für das WDR-Regionalprogramm von Helmut Rahns Gartenfeier zusammentragen konnte. Vermutlich habe ich irgendwo im Keller oder auf dem Dachboden noch eine Kiste mit alten Kassetten, auf denen meine Beiträge der ersten Zeit gespeichert sind. Erstlingswerke haben ja durchaus einen erheblichen Erinnerungswert, auch wenn sie irgendwann im Archiv verschwinden und zwischen altem Hausrat verstauben. Einige Stücke habe ich mir Jahre nach der Sendung, mit mehr Abstand zum eigenen Schaffen, noch einmal angehört und mich gewundert, was früher so alles gesendet wurde. Es bleibt eine gewisse Befangenheit, aber auch so etwas wie nostalgisch eingefärbter Stolz und die Einsicht, es heute ganz anders machen zu wollen – und vermutlich auch zu können.

Ich erinnere mich aber noch daran, dass ich damals Uwe Seeler ans Mikrofon bekam, den früheren Mittelstürmer der Nationalmannschaft und des Hamburger SV. Den hatte ich als jugendlicher Fan noch aktiv spielen sehen, im Stadion und am Fernseher, hatte von ihm in jungen Jahren einen Starschnitt zusammengeklebt und eine Autogrammkarte eingesammelt. Ich bin sicher, dass ich weiche Knie bekam, als ich vor diesem Idol meiner Kindheit stand. Eine wichtige Reportererfahrung! Du kommst nahe an Menschen heran, die du privat nicht kennenlernen würdest, darfst dich als Vertreter eines bedeutenden Mediums weit vorwagen und Schauplätze betreten, die anderen verwehrt werden.

Es war einer meiner ersten ernsthaften Einsätze im Radio überhaupt. Davor lagen nur ein paar Übungen während des Studiums in Dortmund. Im Praktikum im Studio Essen wurde die Sache nun handfest. Das, was ich da produzierte – vier-, fünfminütige O-Ton-Berichte – wurden dem Kölner Funkhaus angeboten und liefen, wenn es gut ging, in Sendungen wie „Echo West“ auf WDR 1 und „Zwischen Rhein und Weser“ auf WDR 2. Es waren meine ersten kleinen Versuche, Geschichten in diesem faszinierenden Medium zu erzählen, mit der Stimme Stimmungen zu erzeugen, Geräusche einzufangen, Klänge zu generieren. Etwas zu gestalten, was sich Leute am Radio gerne anhören würden, so dachte ich mir das und hoffte, es einigermaßen gut zu machen. Aber, das lernte ich schnell, so einfach, wie ich mir das ausgemalt hatte, war die Sache natürlich nicht. Das merkte ich sehr schnell bei einem anderen Einsatz in diesem überaus lehrreichen Praktikum. Ich sollte den letzten Hufschmied von Bottrop-Kirchhellen vorstellen. Es wurde ein Fiasko.

Drei Mal war ich da, habe mich näher an ein Pferd herangewagt als je zuvor in meinem Leben, während der Gaul die Hufe schwang und der erfahrene Meister ihm neue Schuhe anpasste. Zwischen Schmied und Eisen passte so gerade noch ein Mikrofon, und eigentlich war ich ganz zufrieden mit meinem Material – feine O-Töne: Schnauben und Trappeln, Wiehern und Hämmern, alles drauf auf dem Band. Mit der Nagra, einem mehrere Kilogramm schweren Präzisionsgerät der Aufnahmekunst, so groß wie ein fluggepäcktauglicher Handkoffer, ging es zurück ins Studio. Gefordert war vom Chef der „klassische“ O-Ton-Beitrag: Text, Geräusche, Originalität, schön im Wechsel, vier Minuten lang, vielleicht auch fünf. Der Autor – also ich – sprach selbst. Und das war der Knackpunkt: Neben dieser Dienstleistung am Hörer stand die Kasse für das Lehrgeld.

Ich fühlte mich durchaus gut vorbereitet auf mein Praktikum im Radio, hatte vier Semester Journalistik an der Uni hinter mir und fast ein Jahr Volontär-Praktikum in Zeitungsredaktionen. An der Hochschule hatten wir allerhand geübt, ein moderner Reformstudiengang ließ sich da nicht lumpen, mit moderner Technik versehen und gestandenen Praktikern gesegnet, boten die Professoren Sprechen und Schneiden an, Grundlagen des praktischen Journalismus, mit vielen hintergründigen Einblicken in die Theorie der Massenkommunikation, auch einfache Zugänge zu all dem Wie und Wo des Berufes. Wissen über alle möglichen W- und Existenzfragen, und so gestärkt war ich zwar nach wie vor unerfahren, aber zuversichtlich. Die Rechnung hatte ich nur ohne den knorrigen Hufschmied gemacht und ohne meinen unerbittlichen Studioleiter, den ich vor meinem Praktikum schon als genau urteilenden Lehrbeauftragten im Seminar kennengelernt hatte. Der kritische Einwand bezog sich weniger auf allgemeine handwerkliche Mängel wie veräuschte Aufnahmen, weil der Wind sich unnötig ins Gespräch eingemischt hätte, oder Knacken und Knistern durch launiges Herumschwenken des Mikrokabels bei der Arbeit. Alles war so weit regelgerecht, wenn ich mich richtig erinnere, denn gemerkt habe ich mir etwas Anderes. Und das war mir neu! Überraschenderweise, denke ich heute, denn ich hätte selber darauf kommen müssen. Aber ich war damals wohl so beschäftigt damit, alles „richtig“ zu machen, schulmäßig, dass ich in diese Falle tappte, die ich nicht sah.

Zur Erinnerung: Ich, der angehende Akademiker, Diplomjournalist in spe, bürgerlicher Mittelstandsprösslings, traf nicht auf einen feinsinnigen Pferdeorthopäden, sondern auf einen grob-

schlächtigen, kraftstrotzenden Schmied, einen Baum von Mann mit Armen, dicker als meine Oberschenkel. Er war ein Fachmann in seinem Beruf, rau aber herzlich – sonst hätte ich auch nicht zwei Mal wiederkommen dürfen. Vermutlich hat er sich später über mich amüsiert, aber großartig gemeckert hat er über die Prozedur nicht. Es war mir unendlich peinlich, dieses zögerliche „... darf ich vielleicht noch mal“ am Telefon. Ich hörte ein dröhnendes Lachen, das ich mir nur einbildete, und es kann gut sein, dass dem Mann die Erfahrung, die ich da einsammelte, gar nicht so fremd war. Schließlich müssen auch Hufeisen sehr genau passen. Und genau das war das Problem mit uns: Meine Geschichte vom Hufschmied passte nicht. Es war eine fein ziselierte Sprache, der ich mich als gebildeter Erzähler bediente. Und die setzte ich unbewusst gegen die klaren, kernigen Beschreibungen des Handwerkers. „Du redest zu viel über ihn. Lass ihn doch selbst reden!“, sagte der Chef, „trau deinen Geräuschen, lass die Stimmung wirken!“ Der Schmied und ich waren uns nicht wirklich begegnet, wir waren im gleichen Haus auf unterschiedlichen Etagen unterwegs. Das habe ich mir bis heute gemerkt und versuche, es bei meiner Arbeit nicht aus den Augen zu verlieren.

Es genügt nicht, alles nach geltenden Standards „richtig“ zu machen, wenn es nur Anwendung und Routine ist, das Abhaken einer Checkliste, das automatische Betätigen der markierten Knöpfe. Ohne Sicherheiten geht es zwar auch nicht gut, denn man muss schon wissen, wohin und wie ein Mikro auszurichten ist, damit der Hörer seinem Namen Ehre machen kann und wirklich was hört. Aber es muss anderes dazu kommen: Einfühlungsvermögen, Leidenschaft und Kreativität. Ein Einfühlungsvermögen, das den Ton trifft, eine Leidenschaft, die ihn klingen lässt und eine Kreativität, die ihn gestaltet wie Musik – laut, leise, schnell, verzögert. Meine Erfahrung lehrt, dass es dieses Eigene am Radiomachen ist, das die Geschichte spannend macht: der Mut, sich Radio zuzutrauen. Nun lassen sich Erfahrungen, Einsichten und Lehren immer gut ins Feld führen, doch sind sie sehr unterschiedlich und von vielem anderen abhängig. Wo man herkommt, welche Menschen einen beeinflussen konnten. Studien und Grenzgänge gehören auch dazu.

Als Kind hatte ich wenig Umgang mit Radio. Zwar stand im Zimmer meiner Großmutter eine Fünfzigerjahre-Kiste mit grünem Leuchtauge und eine Reihe interessanter Städtenamen auf einer Skala, unter der sich ein Markierungsstab herschieben ließ. Von Lang- und Kurzwellen wusste ich nichts, und Radiohören spielte in unserer Familie keine Rolle. Wenn wir was hören wollten, legte meine Mutter Schallplatten auf, von Firmen, die Polydor hießen oder Electrola. Auf manchen war ein Grammophon abgebildet – kein Mensch wusste was von Bits und Bytes, bei Digital hätte man auf der Landkarte einen Ort gesucht. MP war die Abkürzung für eine Maschinenpistole. Plattenspieler im Koffer und ein kleiner Schwarz-Weiß-Fernseher, immerhin, war unsere Hightech-Geräteausstattung. Später kam beim Fernseher noch Farbe ins Spiel und meine Tante kaufte ein Tonbandgerät. Das war nun der Knaller für uns Halbwüchsige. Keine Ahnung, was sie selbst mit dem Teil anstellen wollte. Sie hat es meines Wissens nie benutzt, auch die Schmalfilmkamera nicht, die sie etwas später anschaffte. Aber so war nun mal alles da und für uns sah die Medienwelt plötzlich anders aus – so, wie sie heute für viele eben auch aussieht: Bild und Ton stets griffbereit, nur unendlich komplizierter und unpraktischer und ohne die jederzeit verfügbare Gelegen-

heit, Selbsterstelltes einer größeren Öffentlichkeit vorzuspielen, wie das derzeit auf den Internetplattformen möglich ist. Aber wir konnten für uns selbst was machen. Wir führten Gespräche mit Mamas und Papas, Opas und Omas, dachten uns Reportagen über Wettermurmeln aus und machten Hörspiele über Waldgeister. Es gab im Keller einen verschwiegenen Winkel, in dem wir herumexperimentierten. Wir nahmen auch Musik auf, denn einige aus der Clique spielten Klavier, Geige und Gitarre und trommelten, quietschten und machten jede Menge Livespektakel, just for fun. Schneiden konnten wir nicht – wir haben das mal versucht, mit Schere und Klebefilm, aber danach konnten wir das Tonband wegschmeißen, und wir wussten auch nichts von Mischen und Blenden. Es war für uns kein Radio, sondern ein faszinierendes Spiel mit Klängen und Stimmen, ein akustisches Nachhafftheater, eine Spaßmaschine.

Dann ließ die Faszination dieser Do-it-yourself-Praxis nach und andere Hobbies zogen uns in den Bann, der Tonbandkoffer meiner Tante geriet aufs Altenteil, aus dem Blick und auch aus der Mode gefallen. Aber irgendein Keim wird damals gesät worden sein, eine Begeisterung wurde geweckt für die Zauberwelt des Unsichtbaren. Viel später habe ich dann lernen dürfen, wie Stimmen Stimmungen erzeugen, welche dramaturgische Macht die Pause hat, die gewollte Stille zwischen dem Gesprochenen und Gesungenen. Ich erfuhr etwas über die Magie der Kompositionen, über Soundeffekte, Verzerrungen, Höhen und Tiefen in der Produktion. Das dauerte seine Zeit. Nach dem Praktikum im WDR-Studio Essen war ich an das Radio verloren. Bis dahin sah ich mich eher als Schreiber, als Journalist in Zeitungen, aber mir gefiel die Leichtfüßigkeit des Mediums, das Sinnliche und Intime – kaum Aufwand, verglichen mit dem Fernsehen, mehr Authentizität als beim geschriebenen Wort, geheimnisvoller, ein emotionaler Springbrunnen, eine sehr unmittelbare Kommunikation.

Inzwischen hat der technische Fortschritt die Reporterlast verringert und alle geordneten Strukturen durcheinander gerüttelt. Keine schwere Nagra mehr auf der Schulter, sondern nur noch ein leichtes Flash-Mikro in der Tasche. Als ich zum ersten Mal mit diesem hochwertigen Mikrofon unterwegs war, in dem ein Chip steckt, der Aufnahmen speichert und allerlei Kunststücke ermöglicht, staunten mich Interviewpartner mit großen Augen an und dachten an einen Scherz mit versteckter Kamera. „Wo ist denn das Aufnahmegerät?“ – per du, unterwegs verloren gegangen – zum Schnitt muss man nicht mehr ins Studio, in dem ein gut ausgebildeter Techniker behilflich wäre, sondern geschnitten wird am eigenen PC. Kinderleicht – das hätten wir uns, als ich kleiner war, sicherlich gerne gefallen lassen. Aber all diese technischen Revolutionen lösen nicht die inhaltlichen Fragen auf, die ein Radiojournalist hat. Meine Dreifach-Kombination beim Bottroper Hufschmied wäre auch mit modernstem Aufnahme-Equipment nicht anders verlaufen. Außer, dass es vielleicht nicht mehr so viele Chefs gibt, die derart korrigierend eingreifen, wie meiner das damals getan hat.

Nach dem Studium arbeitete ich zunächst frei mit anderen in einer Agentur und machte vor allem – Radio! Reportagen für die Sendung „Bürger und Bürokraten“ in WDR 2 und „Thema heute“, für die regionalen Sendungen „Echo West“, „Forum West“ und „Zwischen Rhein und Weser“. Ich

wurde fest angestellt im Studio Dortmund des WDR, ging später nach Wuppertal und seit 1990 bin ich im Kinderradio des WDR unterwegs, inzwischen selten am Mikrofon, fast nur noch auf der anderen Seite des Schreibtisches, von wo aus ich jungen Kolleginnen und Kollegen Hinweise geben darf, wie ich sie von meinen Lehrern gehört und übernommen habe. Meine Chefs waren mutige und eigensinnige Radiomacher, die gerne live arbeiteten und vieles zuließen. Einer sagte: „Ich bin anderer Meinung als du, aber mach mal!“. Ein Zweiter: „Anders ist noch nicht besser!“ Ich bin vor dem Gebrauch komplizierter Begriffe gewarnt worden, man riet mir, Distanz zu halten zum Gegenstand der Neugier, was auf den ersten Blick natürlich ein Widerspruch ist. Aber gemeint war ein Doppeltes: Nah ran mit dem Mikro – und weit genug weg mit den eigenen Seelenschwingungen, um nicht vereinnahmt zu werden und frei genug zu bleiben, sich zu drehen, wie man es selbst für richtig hielt.

Ich kann nicht sagen, welche Beiträge und Sendungen mich selbst am meisten berührt und womöglich auch weitergebracht haben. Ich kann nur ein paar kleine Erinnerungsfetzen aus dem eigenen Speicher herunterladen: Ich sitze oben auf einem Panzer und schildere ein Manöver der Bundeswehr; ich fahre ins Bergwerk ein, zur letzten Schicht auf Minister Stein in Dortmund und nehme ein Stück Kohle mit nach Hause; ich bin mit dem Motorrad unterwegs im Hunsrück und erkunde die Standorte der Nachrüstungs-Raketen, von Polizeistreifen argwöhnisch beobachtet und befragt; ich treffe in einem abgedunkelten Café im Bergischen Land zwei alte Damen über achtzig, deren Geschäft am nächsten Tag zwangsversteigert wird und die mir den letzten Kaffee aufbrühen; ich reise für das Kinderprogramm kreuz und quer durch die Schweiz und hangle mich über einen Klettersteig nahe am Aletschgletscher. Ich besuche den Sänger Herman van Veen in Konzerten und zu Hause in seinem prächtigen Garten, um mit zwei Kindern, die mich begleiten, ein Feature über ihn zu machen. Ich bin als Redakteur beim Weltjugendtag der Katholischen Kirche in Köln dabei, ich interviewe den ehemaligen Regierenden Bürgermeister von Berlin, Walter Momper, und rede mit ihm über den Fall der Mauer 1989, den ich selbst in der Stadt miterlebt habe. Mit einem Kollegen verfolge ich die Spuren eines zwangsweise „freigesetzten“ Arbeiters der Stahlindustrie, dem die Ämter mit einem Kurs im Mobile-Basteln Lebenssinn stiften wollen.

Als Moderator, Reporter und Redakteur bin ich an öffentlichen Sendungen beteiligt, turne vor Publikum über Bühnen. Für unser Kinderprogramm gewinne ich den Autor Georg Wieghaus, der mehrere Hörspiele über die Kindheit im Nationalsozialismus erstellt. Diese Reihe „Nie wieder!“ bekommt unter anderem den angesehenen Civic-Preis. Und für das aufrüttelnde Drama „Feldpost für Pauline“, eine Liebesgeschichte aus dem Ersten Weltkrieg, das die Autorin Maja Nielsen für Lilipuz schreibt, wird sie mit dem Deutschen Kinderhörspielpreis ausgezeichnet. Nach langem Anlauf schaffen wir es, die „Brüder Löwenherz“ von Astrid Lindgren neu heraus zu bringen. Und einen Dreiteiler über das Leben des Jesus von Nazareth haben wir soeben mit der Geschichte „Auferstanden von den Toten“ abgeschlossen, ein ambitioniertes Projekt der Berliner Autorin Stephanie Menge.

Das alles ist jetzt weit weg von der Gartenparty eines Helmut Rahn und einem kernigen Hufschmied bei der Arbeit. Es ist aber nach wie vor das gleiche Medium in seiner beeindruckenden

Bandbreite zwischen hin geschmetterten Zweiminuten-Aufsagern und kunstvoll zusammengesetzten Hörereignissen. Es ist das Medium, dem Kritiker kein langes Leben mehr vorhersagen und sein Verschwinden auf den blitzenden und flackernden Multimediaplattformen prognostizieren. Radio scheint vom Zeitgeist weggepusht zu werden. Handwerklich gut gebaute Autorenstücke brauchen manche Sender und ihre flotten Wellen nicht mehr. Sie talken live, kurz und knackig, das ist modern, zielgruppenadäquat, im Takt der Stundenuhren und unter dem Druck der Profilstempel. Mir ist diese Art des Radiomachens fremd – um jemandem eine Membran entgegenzuhalten, die seine Sprechleistung auffängt und umwandelt, brauche ich kein mehrjähriges Studium, nicht mal Talent. Es werden die Türen für darstellungsfreudige Typen geöffnet, die Spontaneität versprechen, originellen Witz, Eigensinn und Tempo. Kurz, schnell, im Internet reich bebildert, selbstgemacht, ohne großen Aufwand – das ist eine Version gegenwärtigen Radioschaffens, und leider auch eine Vision. Man schickt keinen jungen Reporter wie mich damals in Essen mehr zur Gartenparty eines Fußballpromis, sagen wir Oliver Kahn, sondern man ruft den Star am Handy an und greift ein paar Statements ab. Der Hufschmied geht ins Studio, ohne Pferd, weil Tiere nicht am Pförtner vorbei kommen. Male ich zu schwarz? Sehe ich nur die gekräuselte Oberfläche eines Sees, der eigentlich noch immer still und tief ist? Oder binden mich eigene Erinnerungen und persönliche Erfahrungen wehmütig stimmend an eine untaugliche Intensität, an einen üppigen Zeit- und Ressourcenverbrauch?

Lassen sich unter diesen Vorzeichen überhaupt noch Erfahrungen als Lernangebote für Einsteiger markieren? Oder hat sich die zeitnahe audiovisuelle Welt von den Agenden der Vorgeneration entkoppelt, weil es nicht um solides Hand-, sondern nur noch um das flotte Mundwerk geht, oder mehr noch, um die Auflösung des professionellen Milieus, so dass jeder ein Künstler ist, ein Star, ein Performer, oder es doch wenigstens sein könnte, für kurze Zeit und ohne Garantie auf irgendeine Nachhaltigkeit. Ich weiß es nicht und sehe neben den Auflösungstendenzen meines gelernten Radios eine Vielfalt anspruchsvoller Hörfunkproduktionen. Ich höre fesselnde Hörspiele in brillanter Qualität, packende Reportagen, bewegende Interviews, schillernde Features, einladende Gespräche und kundige Moderationen – von und mit Könnern, die lange gelernt haben und damit auch nicht aufhören. Ich sehe überall Lücken für Qualitätsradio und erlebe, wie hier die Standards gesetzt werden für aufmerksame Hörer, für anspruchsvolle Ohren, für geschulte Nutzer. Solche Standards lassen sich ohne Ausbildung und vernünftiges Qualitätsmanagement nicht halten.

Natürlich können lebenslustige junge Leute, die selbstbewusst sind und eine gute Stimme mitbringen, in Castingshows entdeckt werden. Spricht das gegen Grundausbildung, wenn ich vom Singen leben will? Gegen Improvisationstraining, Tanz und die Förderung der eigenen schöpferischen Potenziale? Ich bin deswegen für eine professionelle Basis, wenn es um die Profession, den Beruf gehen soll, beim Singen nicht anders als beim Ackerbau, beim Fußball, Eisenschmieden und im Journalismus. Mir hat die eigene Ausbildung viel ermöglicht, hat Furchen gezogen, in die Samenkörner fallen konnten, hat mich die Kunst gelehrt, auch in der Not noch Plätzchen zu backen. Talent gehört dazu, aber vor allem Disziplin und Lerneifer, zwei schön altmodische Anforderungen.

An meinem ersten Tag in der Uni Dortmund sprach zur Einführung der Studenten der damalige Herausgeber einer großen Tageszeitung im Rheinland: „Sie brauchen vor allem das Fünkchen Begabung!“, rief er in den Saal hoch motivierter Journalistenanwärter, die überzeugt davon waren, diesen Beruf von Grund auf lernen zu können. Und das ist ja auch so – Begabung, Motivation, Vorkenntnisse, Vorbilder, alles wichtig. Aber eben auch üben, lernen, Erfahrungen sammeln. Feedback-Kultur, kritische Wegbegleiter, Erfolgserlebnisse, Kollegialität und, wie immer im Leben, gute Lehrer, die an ihren Schülern und deren Fortkommen interessiert sind und an Aufbrüchen, die Neues ausprobieren wollen, gegen den Stillstand der Didaktiken etwas zu wagen.

Wenn ich gefragt werde, was ich in 40 Stunden Schnupperkurs jungen Leuten vermitteln würde – warum eigentlich nur jungen? – dann denke ich an Schulradioprojekte, Bürgerradiowerkstätten, Volkshochschulangebote und Feriencamps, wie Ferienfahrschulen oder Kompaktkurse für fleischloses Kochen. Das Wichtigste wäre mir, den Entdeckermut der Novizen zu stärken, sie zu fragen, was sie interessant finden, wichtig, berichtenswert. Wohin wollen sie ihre Expedition in das Wunderland der Klänge, Stimmen und Geräusche aufbrechen lassen? Wollen sie Inseln der Stille finden? Nehmen sie einen alten wackeligen Kahn, mit der einkalkulierten Misslichkeit, unter vollen Segeln unterzugehen? Ich wünsche mir diesen Spirit der Pioniere, jenen Geist mutigen Entdeckens mit einem Ziel vor Augen, das zu beschreiben wäre. Brauchen wir noch die fusselige Unterscheidung, die unsere Lehrbücher wichtig finden und den Erfahrungsschatz zahlloser Journalistengenerationen ausmacht – meinen auch –, diese kunstvolle Trennung von Bericht und Reportage, Nachricht und Kommentar, Analyse, Feature und Essay? Brauchen wir diese Checklisten formaler Medienerkenntnis, diese liebgewordenen Kategoriengebäude? Oder lassen wir Menschen auf uns zukommen und tote Orte lebendig werden?

Ich nehme die 40 Stunden, um mit Kindern, Jugendlichen, aber auch allen anderen Neugierigen, vor die Tür zu treten, Augen und Ohren aufzusperrn, die umherschwirrenden Stimmen einzufangen, die überhörten Töne aufzunehmen, sich spielerisch und aufsässig dem Naheliegenden zuzuwenden. Ich habe ein Bild vor Augen – einen grün gesprenkelten Friedhof mit vielen Steinen. Vielleicht ist hier auch der Hund begraben, und viel lebloser als hier, im Ruheraum der Verstorbene, geht es kaum zu auf der Welt. Und dann sprechen sie zu uns, die Begrabene und vertrauen uns ihre Geschichten an, wir hören Musik, wir erfahren Wundersames und merken, dass Radio auch dann funktioniert, wenn man nicht nur mal eben auf die Schnelle einem ein Mikro unter die Nase hält. „Macht was draus!“, denke ich dann, „nehmt euch Zeit!“ – und die Stunden, die noch übrig bleiben von den 40, brauchen wir für unsere solidarische Qualitätsdebatte. Denn alles lässt sich besser machen, klarer, spannender, berührender, echter. Zur Not drei Mal, wie ich damals vor über dreißig Jahren beim letzten Hufschmied in Bottrop-Kirchhellen. Und das Motto für einen solchen Kurs hätte ich auch: „Rahn könnte schießen ...“.



Radiozeit

Ina Tenz

rias 2

„Das schaffst Du nicht, Du bist doch noch jung, Du musst ja nicht Radio machen, geh doch zur Zeitung!“ – die Worte der beliebten Moderatorin von rias 2 waren wie eine Guillotine, die auf mich hinab stürzte. Vielleicht hatte sie Recht, es gelang mir einfach nicht, meine Texte flüssig und für den Hörer erträglich einzusprechen. Nächtelang hatte ich in dem kleinen Produktionsstudio verbracht, eingesprochen, korrigiert,

geschnitten und gelöscht. Es war zum Verzweifeln. Durch Zufall hatte ich ein Praktikum beim damals noch öffentlich-rechtlichen Berliner Stadtsender rias 2 bekommen, nachdem ich ein paar Monate beim englischen Programm von Deutsche Welle-TV hinein schnuppern konnte. Das fiel mir leicht, ich hatte gerade einen zweijährigen Australien-Aufenthalt hinter mir. Das Übersetzen von deutschen Nachrichtentexten ins Englische war zwar etwas eintönig, aber ich hatte das Gefühl, zumindest nicht komplett talentfrei zu sein.

Der Wellenchef von Deutsche Welle-TV sprach mich an, ob ich nicht Interesse hätte, mal beim Radio zu arbeiten. rias 2 stand kurz vor dem bisher einmaligen Übergang in Deutschland, von einem öffentlich-rechtlichen Sender in einen Privatsender umgewandelt zu werden. Warum nicht, ich musste noch Zeit bis zum Studienbeginn überbrücken und Radio konnte ja nicht so schwierig sein.

Meine ersten Tage in dem eindrucksvollen Gebäude in der Kufsteiner Straße waren ein Wechselbad. Die Premiere: eine Umfrage über Romy Schneider. Der zehnte Todestag stand an und die Unterhaltungsredakteurin plante eine Sondersendung. Nach einem Triathlon durch das historische Funkhaus (Anträge für Kabel, Mikrofon und Rekorder ausfüllen, die Aufnahmekassetten gab es gegen Antrag an einer separaten Ausgabestelle) marschierte ich in den Schöneberger Stadtpark und holte die 0-Töne. Zurück im Sender stellte ich einen Antrag für Produktionszeit und lieferte meine Kassette in einem der zahlreichen Studios ab, in dem zwei Tontechniker darauf warteten, die Töne von meiner Aufnahmekassette auf ein Tonband zu überspielen, zu schneiden und hinten rotes, vorne gelbes Band in genormter Länge aufzukleben. Die fertige Umfrage mit dem „Bobby“ in der Mitte (ein Metallkern, den man auch wahlweise als Flaschenöffner oder Aschenbecher nutzen konnte) wurde dann in eine Pappschachtel gelegt und mit einem beschrifteten Aufkleber versehen – Länge, Inhalt und der Name des Tontechnikers waren Pflichtfelder.

Stolz ging ich mit meinem ersten Werk zur Unterhaltungsredakteurin, die ungerührt nach kurzem Reinhören das Band vom Bobby drückte und sagte: „Das war großer Mist, Du stellst nur offene Fragen“ – alles noch mal von vorn.

Erste Lektion gelernt, mein Respekt vor Journalismus im Radio stieg und im Laufe der Monate erhielt ich eine gründliche journalistische Ausbildung im Schreiben und Recherchieren von Beiträgen, Reportagen und Ausflusstipps – selbstverständlich alles noch auf einer Schreibmaschine. Noch heute zucke ich zusammen beim falschen Gebrauch des Worts „Olympiade“ (Zeitraum zwischen zwei olympischen Spielen), bei einem „grausigen“ Mord in Nachrichtentexten (Welcher Mord ist

nicht grausig?) oder passiver Ausdrucksweise in Texten. Ich lernte Berlin kennen – geografisch, politisch, kulturell und gesellschaftlich, reiste nach Straßburg für einen Beitrag über das EU-Parlament und mutierte zur Ausflugsexpertin im Umkreis von 100 Kilometern rund um Berlin für eine wöchentliche Serie. Aber: Selbst sprechen durfte ich meine eigenen Beiträge nicht. Immer klang es zu abgelesen, die Satzmelodie stimmte nicht und die Betonungen waren zu unnatürlich. Es war ein Teufelskreis. Ich hatte mir vorher nie Gedanken gemacht über meine Sprache. In dem Moment aber, wo es zur „bewussten Handlung“ wurde, klang es einfach nur krampfhaft.

Mit Hilfe eines Sprecherziehers und nächtelangem Üben wurde es zwar besser, aber der Knoten wollte einfach nicht platzen. Nach der niederschmetternden Diagnose der rias 2-Moderatorin kam ich ernsthaft ins Grübeln, ob Tierärztin nicht doch der bessere Beruf für mich sei. Wenn eine bekannte, erfahrene Moderatorin mich zum hoffnungslosen Fall erklärt, gab es wohl wenig Aussicht auf Besserung. Nach einer unruhigen Nacht hatte ich am nächsten Morgen allerdings einen anderen Entschluss gefasst: „Warte, Dir zeige ich es ...!“.

An meinen ersten kompletten Beitrag erinnere ich mich genau, es war ein Stück über die Vorbereitung zur ersten deutschen Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“. Diesen Beitrag hatte ich sogar selbst eingesprochen und die zuständige Redakteurin drückte alle Augen zu, vor allem aus Zeitgründen und wegen der drängenden Nachfrage vieler ARD-Radiostationen bundesweit. Rückblickend nicht gerade ein Meisterstück, aber ich war beeindruckt von den vielen Honoraren sämtlicher ARD-Sender, die den Beitrag eingekauft hatten und dadurch das Aufbringen meiner Monatsmiete unmittelbar sicherten.

Noch heute kann ich es sehr gut nachempfinden, wenn es jungen Kollegen oder Volontären schwer fällt, authentisch im Radio zu sprechen. Es gibt Naturtalente, bei denen es auf Anhieb klappt und bereits das erste Demo so klingt, als hätten sie ihre Kindheit on air verbracht. Dann gibt es welche, die sich das Sprechen hart erarbeiten – und es gibt leider tatsächlich einige wenige, bei denen der Knoten einfach nicht platzen will. Niemals würde ich diesen Kollegen einen Jobwechsel nahelegen, aber das Sprechen ist nun mal wesentlicher Bestandteil und ist in den meisten Tätigkeiten im Programmbereich beim Radio erforderlich.

Energy 103,4

„Hier ist Energy 103,4. Wir haben deine Bewerbung bekommen und wollen Dich mal treffen, komm ´ einfach morgen gegen Mittag mal vorbei.“ – Mut machende Worte nur drei Tage nach dem Abschicken einer klassischen, etwas mageren Berufseinsteiger-Bewerbung auf meinem Anrufbeantworter.

rias 2 hatte mittlerweile den Übergang in die Privatisierung hinter sich und bereits nach einem Vierteljahr zeichnete sich ab: Ein Sender, der ausschließlich von Werbung finanziert wird, kann nicht den Standard des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Anfang der 90er-Jahre aufrechterhalten. Zuerst wurde bei den Honoraren der freien Mitarbeiter gekürzt und uns wurde geraten, sich auf dem Markt umzusehen.

Energy 103,4 an der Potsdamer Straße lag gegenüber einem Dönerladen und direkt neben „Sexyland – Europas größte Peepshow“. Die Räumlichkeiten streckten sich über zwei Etagen in einem Wohnhaus mit Stuckdecke – oben der Verkauf, unten das Programm. Beim Vorstellungsgespräch mit dem Wortchef wunderte ich mich zwar ein wenig über seine Füße auf dem Müll-eimer, aber immerhin lagen sie nicht auf dem Tisch. Nach ein paar Minuten waren wir uns einig – ich durfte anfangen. Meine größte Sorge aus rias 2-Zeiten: die Sprechfreigabe. Auf Nachfrage, ab wann ich denn meine Beiträge selber sprechen dürfte, die Antwort: „Wieso, bist Du heiser?“

Verständnislose Blicke auch auf meine Frage nach dem Schall- und Zeitungsarchiv. Eine Aufnahme-geräte-Ausgabestelle gab es auch nicht, geschweige denn, Anträge dafür. Alles, was ich brauchte, fand ich – mal mehr, mal weniger – in der Schublade des Nachrichtenredakteurs zwischen Tabak-beuteln, Filtern und Blättchen.

Bei Energy war der Name Programm: Es ging um Tempo. Eine Handvoll Redakteure balgten sich in der Frühkonferenz um Themen und Termine. Begehrt waren Pressekonferenzen um zehn Uhr, perfekte Zeit, um in der U-Bahn auf dem Rückweg die O-Töne zu markieren und den Text zu schreiben. Im Sender wurde der Beitrag schnell produziert, danach ging es los zum nächsten Termin. Mein Rekord waren sechs Beiträge am Tag. So manches Mal begegnete ich noch den Moderatoren der Morningshow bei deren Dienstbeginn um vier Uhr.

Nach kurzer Zeit bot man mir ein Volontariat an und ich wurde gefragt, ob ich mir vorstellen könnte, morgens während der Morningshow das Wetter zu moderieren. „Learning by doing“ war das Motto bei Energy. Ohne eine Ahnung von dem, was ich tat, aber mit riesigem Lampenfieber stand ich morgens um fünf Uhr im Studio und war Teil einer Morgensendung in Deutschlands neuer Hauptstadt – von da an für drei Jahre.

In diesen drei Jahren habe ich fünf Co-Moderatoren kommen und gehen sehen, wir haben gestritten, gelacht, hart gearbeitet und vor allem wenig geschlafen. Morgenmoderationen erfordern harte Disziplin, rechtzeitiges Schlafengehen ist jedoch eine Herausforderung, wenn man Mitte 20 ist und in Berlin lebt. Aber der Wecker klingelte jeden Morgen erbarmungslos um drei Uhr auf meinem Balkon, so war ich gezwungen, auf jeden Fall aufzustehen. Nur ein einziges Mal habe ich verschlafen und konnte mir auf dem Weg in den Sender das Lästern der Kollegen live im Radio mit anhören. Sie rätzelten, ob ich es noch geschafft habe, zu duschen und wie viele rote Ampeln ich auf dem Weg in den Sender überfahren würde.

Generell war diese Radiozeit bestimmt von einer nicht vorhandenen Strategie. Im Wesentlichen haben wir das gesendet, von dem wir dachten, dass es die Hörer interessiert. Aus dem Bauchgefühl heraus haben wir unsere Themen geplant und Aktionen umgesetzt. So hatten wir zum Beispiel den Anspruch, mindestens einmal die Woche einen Talkgast im Studio zu haben, der etwas aus unserer Sicht Interessantes macht oder zu erzählen hat. Kammerjäger und Tierpräparatoren sprachen zur Frühstückszeit ausführlich über die Untiefen ihrer Jobs; Konzertveranstalter, Poli-

tiker und Kabarettisten waren formatübergreifend willkommen. Die Musik war auch nicht gerade das, was man heute unter einem EHR-Format versteht. Der Sender hieß zwar „Energy“, dennoch spielten wir gelegentlich die Bee Gees und Styx mit „Boat On The River“, weil auch die älteren Wechselhörer sich wohlfühlen sollten.

Wenn der Programmchef auf die Idee kam, ein paar Reisen zu verlosen, weil alle anderen Sender auch Gewinnspiele im Programm hatten, haben wir uns persönlich ans Telefon gesetzt und Reisen organisiert, Preis gegen Nennung.

Radio war Mitte der 90er-Jahre im Umbruch. Privatrado gab es nun schon seit einigen Jahren und außerhalb von Berlin waren die Sender aus heutiger Sicht eine Kopie der öffentlich-rechtlichen Konzepte. Selbst radio ffn, der Sender meiner Schulzeit in Norddeutschland, war im Grunde eine revolutionäre Blaupause des NDR. Es gab zwar radikale Comedy mit dem „Frühstyxradio“ und alternative Musiksendungen wie „Grenzwellen“, dennoch war auch dieser Sender aus dem Bauchgefühl und dem erhabenen Wissen „Ich sage meinen Hörern, was sie mögen sollen“ der Redaktionsmannschaft geplant.

In Berlin war zu der Zeit ein Sender anders als alle anderen: 104.6 RTL. Innerhalb kürzester Zeit haben die Verantwortlichen es geschafft, hinter dem Platzhirschen 100,6 die unangefochtene Nummer Zwei im Berliner Markt zu sein. Und dabei hatten sie doch zu Beginn nur den Slogan „Berlins Musiksender“. Für uns Mitbewerber war klar: Der Feind im Markt heißt 104.6 RTL und für uns war es eine Frage der Ehre, möglichst ähnlich zu klingen, in Doppelmoderation am Morgen zu moderieren, viel on air zu lachen und grundsätzlich auf das zu reagieren, was in den Studios am Kudamm-Caréé passierte. Aus Moderatorensicht haben wir nicht gefragt, was das Konzept hinter RTL war und warum einmal pro Jahr bei der „MA“ der Sender stetig mehr Hörer bekam.

Die Zeit bei Energy 103,4 war geprägt davon, Herausforderungen zu meistern durch Improvisieren. Ein schmales Budget konnte ausgeglichen werden mit Überzeugungskraft, Einsatz und Kreativität. Wir schauten nicht auf die Uhr, wenn die Sendung für den nächsten Tag noch nicht stand oder ein Gewinn noch nicht organisiert war. Oft blieben pro Nacht nur drei Stunden Schlaf und wir gingen auch körperlich an unsere Grenzen.

Der Berliner Markt veränderte sich durch einen wachsenden Wettbewerb. Moderatoren wechselten die Sender und tauchten plötzlich beim Erzfeind auf. Auch ich erhielt zweimal ein Angebot von 104.6 RTL, aber ich kam mir vor wie ein Verräter und sagte ab.

RTL Radio-Luxemburg

Was soll ich denn in Luxemburg? Nach dem Anruf des Programmdirektors von RTL Radio „Die größten Oldies“ kam ich nicht ernsthaft ins Grübeln. Luxemburg kannte ich von der Landkarte und wusste, es ist über 3000-mal kleiner als Australien. Und Oldies konnte ich noch nie ausstehen. Aber warum nicht mal einen Tagesausflug in das betuliche Nachbarland unternehmen, ich hatte ja nichts zu verlieren.

Vor Ort war ich beeindruckt vom gläsernen Gebäude der CLT, auf dessen Parkplatz gerade die Bühne für ein Rolling Stones-Konzert aufgebaut wurde. Im Sender dudelte tatsächlich konsequent die für mich persönliche musikalische Folter „Rama lama ding dong“ und „Love Me Tender“, aber das Team war teils jünger als ich dachte. Schnell war klar: Es ging nicht um Moderation, sondern ich sollte eine Abteilung leiten, die sich mit Linercards, Benchmarks, Trailern und Strategie befasst, die „On Air-Promotion“.

Auf dem Rückflug verfasste ich eine Pro-Kontra-Liste im Kopf. Wollte ich nicht mal wieder zu normalen Tageszeiten arbeiten und musste ich nicht häufig gähnen, bevor ich das Mikro anmachte, wegen der ständig wiederkehrenden Floskeln und Musikmoderationen? Wenn ich ganz ehrlich war zu mir selbst, hatte ich mich hinter dem Mikro nie hundertprozentig wohl gefühlt, es war eher so, als würde ich täglich „Ich bin Moderatorin“ spielen. Hatte ich nicht das Gefühl, es muss jetzt irgendwie weitergehen? Wollte ich den nächsten Schritt in meiner Radiokarriere machen, musste ich mehr in die gestalterische, strategische Ebene wechseln. Fernsehen kam für mich nicht in Betracht. Ich hatte zwischendurch für eine Produktionsfirma Fernsehbeiträge produziert. Die Unflexibilität im Vergleich zu Radio war gewöhnungsbedürftig. Bevor der Kameramann seine Akkus gefunden und verpackt hatte, der Toningenieur seine Mikrofone parat hatte und wir uns geeinigt hatten, wer im Auto auf dem Weg zum Drehtermin vorne sitzen darf, war meine Geduld an der Grenze. Zurück im Schnitt fingerten dann wieder zahlreiche Menschen an dem Beitrag bis zur Unkenntlichkeit herum – kurzum: „TV sucks“. Und dann noch die Hassliebe zu Berlin. Die Stadt war in einer spannenden Phase und nervte mich doch unendlich zugleich. Es gab wundervolle Kontraste und man konnte den Aufbruch gelegentlich spüren, auf der anderen Seite überragte Mittelmäßigkeit und Berlin war teilweise provinzieller als die Provinz, aus der ich kam – und in die ich eventuell wieder gehen sollte. Und dann noch der spannende Reiz des Neuen ... der Sender gehörte zur RTL-Gruppe, arbeitete mit professioneller Marktforschung und ich hatte die Chance, unendlich viel zu lernen.

Auf der Kontra-Liste stand zuerst die menschliche Sorge vor Ungewissheit und Veränderung. Sollte ich das Berlin verlassen mit den Seiten, die ich liebte? Wie lange kann ein Mensch „Rama lama ding dong“ rund um die Uhr ertragen und sich auch noch professionell mit dem Sender identifizieren? Bei der Landung war klar: Die Kontra-Liste war eindeutig zu kurz und meine Entscheidung stand fest. Die folgenden zwei Jahre in Luxemburg waren wie Urlaub im Märchenland. Weinberge, die Mosel, kleine Schlösser, eine andere Währung, mein Auto mit gelbem Kennzeichen und großem L-Aufkleber und Ausschlafen bis acht Uhr.

Der Job allerdings war ein Bootcamp für die Radiozukunft. Nichts ist zufällig, alles unterliegt Strategien und Taktiken und „Radio ist Krieg“. So selbstverständlich, wie es aus heutiger Sicht klingt, begann man Mitte der 90er-Jahre den Hörer zu erforschen. Für wen mache ich eigentlich Programm, wann und warum schaltet ein Hörer ab und wie halte ich ihn länger am Radio? Die Moderatoren bekamen vorgeschrieben, was sie sagen durften. Die Sprache war plakativ, Sender-slogans und deren korrekte Anwendung galten als Krieg entscheidend und der Sender wurde eher als Produkt, weniger als Medium gesehen.

Radio in den USA galt als Vorbild. Arno Müller von 104.6 RTL ist es sogar gelungen, ein komplettes Sendungskonzept von 102.7 KIIS FM erfolgreich für den Berliner Markt zu adaptieren – und mit dem Erfolg kam die Marktforschung inklusive überwiegend amerikanischer Berater. Die Sender, die in ihren jeweiligen Märkten zuerst über ein Beratungsteam und Marktforschung verfügten, hatten klare Vorteile: Der Sender klang fokussiert, die Macher hatten ein Konzept und als Resultat stieg die Reichweite.

Bei „RTL Radio – Die größten Oldies“ bekam ich Zugang zu diesem neuen, spannenden Bereich. Der Umfang der Marktforschung entsprach zwar in keiner Weise dem des Berliner Flaggschiffs, dennoch waren die Ergebnisse von Musiktests und Imagestudien eine Offenbarung. Die Erkenntnisse aus der Marktforschung öffneten mir die Augen über ein neutrales Hörerbild, das bis heute in Ansätzen Grundlage ist für eine erfolgreiche Arbeit beim Radio. Ich verschlang die Marketing-Bestseller „Positioning“ und „Marketing Warfare“ von Trout & Riess. Einfache Botschaften, immer wiederholt, waren das Mittel zum Zweck, in das Hörerbewusstsein zu gelangen. Radio, die Programmierung und der sich einstellende Erfolg waren plötzlich nicht mehr dem Zufall überlassen, sondern ermöglichten durch einen objektiven Blick auf das eigene Produkt zielgerichtete Arbeitsweisen.

Zugegeben, der Wettbewerb, dem RTL Radio ausgesetzt war, war eher homöopathisch und durch eine nationale MA-Ausweisung der Quotendruck nicht vergleichbar mit regionalen Märkten. Dennoch war die Zeit in Luxemburg ein perfektes Übungsfeld für künftige Herausforderungen.

Mittlerweile hatte auch das Internet die elektronischen Medien erreicht und ich setzte mich für einen eigenen Webauftritt unseres Oldiesenders ein. Aus heutiger Sicht entsprach der Webauftritt einer reinen Markenverlängerung ohne erkennbaren Nutzen oder Interaktion, dennoch war ein Grundstein gelegt für den Schritt in Richtung „neue Medien“. Über zwei Jahre sammelte ich so wertvolle Erfahrungen im Bereich „On Air-Promotion“, der im restlichen Radiodeutschland noch weitestgehend unbekannt war, oder gerade erst mit aufkeimendem Interesse wahrgenommen wurde.

Alles, was Spaß macht, fängt mit “f” an, wie zum Beispiel “ffn”.

Der Sender war mir seit meiner Kindheit sehr vertraut, und als der Anruf kam zu einem Kennenlerngespräch, zögerte ich nicht eine Sekunde. Mein erster Arbeitstag bei radio ffn in Hannover war der Tag, nachdem Lady Di starb. Die Frühkonferenz wurde im Stehen abgehalten, und es waren knapp 20 Mitarbeiter anwesend. Ich hatte ein bisschen das Gefühl einer Zeitreise sechs Jahre zurück zum rias. ffn war nur ländlicher, mit einer unglaublich großen Abdeckung von gesamt Norddeutschland und den anliegenden Bundesländern, und er war untergebracht in einem modernen Funkhaus, einem ehemaligen Schwimmbad direkt in der Stadtmitte von Hannover. Beim Sendestart von radio ffn 1987 ging ich noch zur Schule im Südoldenburger Cloppenburg, und wir waren seit Generationen dem NDR ausgeliefert. Endlich gab es eine Alternative, Privatradio mit beißender Comedy, cooler Musik und witzigen Moderatoren. Die Lehrer in meinem

katholisch geprägten CDU-Umfeld warnten uns vor diesem neuen Privatsender, es sei reiner RAF-Funk – mit dem Ergebnis, dass wir radio ffn nahezu verfielen. Jeden Sonntagmorgen klingelte um neun Uhr der Wecker, um keine Sekunde des „Frühstyxradios“ zu verpassen. Selbst während meiner zwei Jahre in Australien mussten mich Eltern regelmäßig mit Kassetten der aktuellen „Frühstyxradio“-Sendungen versorgen, die ich dann über meinen Walkman hören konnte.

Nun war ich also angekommen in der Kultstation meiner Jugendzeit und lernte die Menschen hinter den mir vom Radio vertrauten Namen kennen. Und stellte fest: radio ffn hat ein Problem. Mittlerweile gab es weitere private Anbieter in Niedersachsen: Hitradio Antenne machte ffn heftig Konkurrenz und hatte den Sender bereits in der MA überholt. Das Konzept: klare Durchformatierung, AC-orientierte Musik, konsequente, strategische Gewinnspiele und eine erfolgreiche Morningshow nach dem 104.6 RTL-Vorbild. radio ffn hingegen war überladen mit den Images aus den Gründerjahren. Dem coolen, investigativ-eckigen, frech-unverschämten, rockig-krawalligen Sender, den ich in meiner Schulzeit so geliebt hatte, liefen die Hörer in Scharen davon.

Bei radio ffn erkannte man 1997 nach deutlichen Einbrüchen der Hörerzahlen vor allem am Morgen, dass die alte Form des Radiomachens aus dem Bauch heraus nicht wettbewerbsfähig war. Zwischen fünf und neun Uhr hörten 1997 nur noch durchschnittlich 288.000 Hörer den Sender. Das neue Morningshow-Konzept startete mit „ffn Morgenmännchen Stephan Heller“, unter heftigen Reaktionen der Hörer und erst recht der eigenen Kollegen. Trotz einer anfänglichen Flut an Beschwerdebriefen hielten wir an dem Konzept fest, gepaart mit einer konsequenten Umformatierung der Musik und einer klaren On Air-Promotion-Strategie zur gezielten Unterstützung und Bewerbung des Senderimages.

Die Morningshow wurde aufgebaut und begleitet wie ein Markenprodukt: Mit dem Claim „Das Aufstehen macht Spaß“ flog Morgenmoderator Stephan Heller zu Off Air-Aktionen mit dem „Hellerkopter“, im Merchandising-Shop gab es „Moin-Moin- Morgenmännchen-Mützen“. Der MA-Erfolg belohnte das Durchhalten, im Jahr 2000 schalteten bereits 325.000 Hörer mehr im Durchschnitt ffn zwischen fünf und neun Uhr ein – heute knapp eine Dreiviertelmillion Menschen. 1999 wurde Stephan Heller abgelöst durch „ffn Morgenmännchen Franky“, der bis heute den Morgen bei radio ffn erfolgreich moderiert. Rückblickend würde ich diese Zeit bei ffn als „Krieg der Generationen“ bezeichnen. Radio hatte sich verändert, es bildeten sich zwei Lager: „Information & Anspruch“ gegen „Format & Strategie“. Letzteres setzte sich durch, weil sich das Medium Radio durch Wettbewerb, Erfolgsdruck und Marktforschung verändert hatte.

Energy 93,3 München

radio ffn war Ende der 90er gut versorgt mit Programmdirektoren und als Leiterin der On Air-Promotion fühlte ich mich zwar wohl, aber Aufstiegschancen schienen ausgeschlossen. Wir hatten nach zwei Jahren harter Arbeit den Sender wieder erfolgreich im Markt stabilisiert und ich wollte mehr Verantwortung übernehmen. Da kam das Angebot der Energy Deutschland-Gruppe sehr gelegen. Sie suchten eine Programmdirektorin für Energy 93,3 in München und vielleicht hätte

ich vor der Aufgabe gezögert, aber die Energy-Strukturen waren mir noch vertraut. Nach Gesprächen in Berlin, München und Paris war klar: Jetzt gibt's Semmeln anstatt Brötchen.

Bei ffn stieß meine Entscheidung auf wenig Begeisterung und Verständnis, dennoch bekam ich einen wertvollen Rat eines erfahrenden Radiogeschäftsführers: „Bleiben Sie in kleinen Unternehmen nie länger als zwei Jahre und lernen Sie in der Zeit alles, was Sie dort lernen müssen.“

Bei Energy 93.3 lernte ich zwei Dinge – das eine war Personalführung. Das Zusammenstellen und Führen eines Teams mit teilweise Berufseinsteigern, On Air-Persönlichkeiten, „Das haben wir schon immer so gemacht“-Redakteuren und Kreativen kann man wohl in keinem Lehrbuch nachlesen, man muss es leben.

In meiner Zeit bei ffn hatte ich einen hervorragenden Geschäftsführer als Vorbild und mir war nicht bewusst, wie viel ich von seiner Personalführung übernehmen konnte und gelernt hatte. Sein Vorbild von Fairness und Verlässlichkeit war sehr hilfreich. Bei meinen Gehaltsverhandlungen habe ich die relativ mageren Rahmenbedingungen akzeptiert, konnte jedoch Seminare und Radioworkshops heraushandeln, bei denen mich vor allem Motivations- und Führungsthemen interessierten. Die wichtigste Erkenntnis war für mich, dass es keine „Mitarbeiterschablonen“ gibt. Jeder geht anders um mit Stress, Druck, Erfolg und Disziplin, jeder einzelne lässt sich auf eigene Art motivieren.

Personalführung ist zeitintensiv und so war ich dankbar, meine Erfahrung bei einem relativ kleinen Team sammeln zu dürfen. Der Radiokrieg hatte München bisher nur gestreift. Der Markt und die Konkurrenzsender waren Anfang 2000 zwar hochprofessionell, aber nicht sehr wettbewerbsorientiert. Daher konnten wir mit unserem kleinen, jungen Team durch Schnelligkeit, Improvisation und Kreativität einiges ausrichten und uns erfolgreich gegen den Platzhirsch Gong 96,3 behaupten.

Die zweite wichtige Erfahrung in München war die Bedeutung lokaler Identität. Für mich als Norddeutsche war München schon eine andere Welt. „Kulturschock“ wäre übertrieben, aber nach meinem Empfinden unterscheiden sich Sprache und Mentalität wesentlich. Und dann gibt es noch das Oktoberfest. Ich hatte das Oktoberfest bislang immer für eine Mischung aus Kölner Karneval und norddeutschem Zeltfest gehalten – man verkleidet sich und versucht, schnell betrunken zu werden. Uncool, für eine ältere Zielgruppe und für mich grundsätzlich fraglich, ob es überhaupt ein Schwerpunktthema bei einem Jugendsender sein kann. Aber als das gesamte Team von Energy am Eröffnungsabend in Tracht erschien und auch das Oktoberfest selbst einen ganz eigenen Charme offenbarte – eine Mischung aus Tradition, Ritualen und Spaß – begriff ich die Bedeutung von Regionalität und die Chance für Radiosender in deren Umsetzung.

Na denn, ffn.

Nach zwei Jahren in München bekam ich wieder einen Anruf aus Hannover und schnell stand der Entschluss fest, zu radio ffn zurückzukehren, diesmal als stellvertretende Programmdirektorin. Es war aus meiner Sicht ein logischer Aufstieg von einem winzigen Stadtsender mit Jugendfor-

mat zurück zum landesweiten Flaggschiff mit sechs Regionalstudios und neun angrenzenden Bundesländern, die alle professionelle, private und öffentlich-rechtliche Angebote hatten. Auch Hitradio Antenne war in Niedersachsen wieder einmal an ffn vorbeigezogen. Die Herausforderung war nun eine andere: Alle Sender im Markt hatten mittlerweile Marktforschung, erfolgreiche Morningshows und endlose Studien über Musikpositionierungen, Slogans und Images. Der Markt war aufgeteilt und alle hatten das gleiche Know-how – und es war auch kein Wunder, dass die drei Mainstream-Sender im Markt alle zum Verwechseln ähnlich klangen. Trotz professioneller Aufstellung entstand das Gefühl, der Sender steckt in einer Sackgasse. Die Beraterempfehlung: Genau so weitermachen wie bisher, nur besser. Bessere Hookpromos, die Slogans müssen besser verkauft werden und die Gewinnspiele mit noch mehr „pride & passion“ vermittelt werden.

Aber lag nicht genau darin das Problem? Vor lauter Radiostrategie klangen die Sender zwar schnell und professionell, es fehlte aber Seele und Relevanz. Das war der Zeitpunkt, als wir uns bei ffn auf unseren Markenkern besannen. Das, was ffn in der Vergangenheit unverwechselbar und glaubwürdig machte, haben wir wieder ausgegraben und mit den modernen Erkenntnissen der Radioprogrammierung in Teilen on air wiederbelebt. Intensiv wurden diese Schritte mit Marktforschung vorbereitet und begleitet. Die beiden wichtigsten Erkenntnisse für den nord-deutschen Markt:

Jede Senderpositionierung, die wir gewählt hätten, hätte uns eher am Wachstum gehindert und eingegrenzt. Fazit: Seit 2004 hat radio ffn keinen einzelnen Slogan, der zwölf Mal die Stunde herunterbetet wird. Stattdessen positionieren wir die uns wichtigen Elemente mit Einzelslogans. Circa elf Prozent Marktanteil kann man über Musik gewinnen oder verlieren – über den Rest entscheidet das Programmprofil und die Unverwechselbarkeit. radio ffn hat seitdem eine klar erkennbare Handschrift, die täglich gepflegt werden muss durch Ideen und Inhalte. Wir haben das „Frühstyxradio“ zurückgeholt, das „Siezen“ aus dem Programm entfernt und als erster der großen landesweiten Sender in Niedersachsen uns auf unsere regionalen Stärken konzentriert.

Regionalbezug und Unverwechselbarkeit bei Inhalten stehen ganz oben auf der Liste, wie auch die Qualität der Moderatoren und deren Authentizität, ein mit Know-how zusammengestelltes Musikprogramm von Musikredakteuren und natürlich eine starke Online-Affinität. Zusammengefasst: Je stärker ein Sender sein Markenbild verlässlich prägt, desto besser.

Das Internet ist für uns Radiomacher eine große Chance. Fans und Follower machen ein Radioprogramm schneller, direkter und authentischer. Über Facebook-Einträge bekommt ein Moderator sofort ein facettenreiches Meinungsbild zu Themen und Aktionen. Sie ermöglichen uns, Grenzen weiter zu stecken, also Meinungen und Ansichten ins Programm zu bringen, die über die notwendige journalistische Neutralität hinausgehen können.

Wenn ich 40 Stunden hätte, um jungen Leuten das Radiomachen zu vermitteln, dann würde ich 30 Stunden dafür verwenden, Praxiserfahrung in allen Bereichen eines professionellen Senders zu bekommen. Die ersten zehn Stunden würde ich folgendem „Grundlagen-10-Punkte-Plan“ widmen:

„Wähle einen Beruf, den Du liebst, und Du wirst nie mehr einen Tag in Deinem Leben arbeiten müssen“ – Dieser Satz von Konfuzius sollte Grundlage sein für die Jobauswahl. Mache ich das, wovon ich tief überzeugt bin und meinem Empfinden entspricht – oder wähle ich den Beruf aus anderen Gründen (Geld, Status)? Nur dann ist man auch bereit, sich einzulassen, Opfer zu bringen und besser zu sein als der Rest. „Es ist immer leichter, um Verzeihung zu bitten, als um Erlaubnis zu fragen“ – Mut und Individualismus sind wichtige Faktoren im Beruf, vor allem in kreativen Bereichen.

Opfer bringen. Wer als Berufseinsteiger nicht bereit ist, sich über alle Maßen einzusetzen, Projekte zu verfolgen oder „Herzblut“ mitzubringen, wird den internen Konkurrenzkampf verlieren. Dabei geht es nicht um „Ausbeutung“ seitens der Unternehmen, sondern um Willen und Einsatzbereitschaft, den ein Mitarbeiter signalisiert.

Der häufig zitierte Satz von Helmut Thoma „Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler“ ist Grundvoraussetzung für professionelles Arbeiten beim Radio. Es bedeutet im Umkehrschluss allerdings, Kreativität, eigene Überzeugungen und persönlichen Einsatz nicht außen vor zu lassen, ganz im Gegenteil. Gemeint ist ein produktorientiertes Denken, bei dem Hörerinteressen im Mittelpunkt stehen, und nicht der persönliche Geschmack. Die falsche Definition von „Formatradio“ bekämpfen. Vor allem in den Printmedien wird der Begriff „Formatradio“ oberflächlich dem Dudelfunk gleichgesetzt. „Formatradio“ bedeutet genau genommen, dass sich ein Programm an eine gewisse Zielgruppe richtet, die Inhalte sind der Zielgruppe angepasst und werden mit Marktforschung hoch professionell begleitet. Welcher Sender in Deutschland ist heute kein Formatradio? Die große Chance eines Formatradios besteht also darin, den genauen Geschmack und die Bedürfnisse seiner Zielgruppe zu erkennen und zu erfüllen.

Das Vorurteil „Früher war alles besser“ abschaffen. Wenn man in alte Radiosendungen hinein hört, stellt man schnell fest: Radio ist insgesamt professioneller geworden. Kontinuität - Radio ist nicht nur ein Begleitmedium, sondern auch ein Gewohnheitsmedium. Hörer lieben vertraute Stimmen, Aktionen und Sendungen – auch dann, wenn sie für die Macher selbst vielleicht langweilig geworden sind. Marktforschung ersetzt kein Programmverständnis! Es kommt immer darauf an, was man aus vorliegenden Ergebnissen macht und welche Ideen daraus abgeleitet werden. Authentizität – unverzichtbar sowohl on air als auch im täglichen Miteinander innerhalb eines Teams.

„Radio killed the Videostar“ ist ein weiterer Beweis dafür, dass kein neues Medium ein bestehendes ersetzt hat – eher im Gegenteil, wie die Quoten und Programminhalte von MTV und VIVA zeigen.



Radio ist unschlagbar modern

Martin Kunze

„Sie sollten ihn mal sehen. Mit geradezu poppigem T-Shirt – der Kragen passt zur Hose – das gab’s in den letzten fünf Jahren nicht.“ „Der Kragen war schon dran genäht, dagegen konnte ich mich nicht wehren.“ „Und dann noch mit englischer Aufschrift – wie ein Rugby-Spieler sieht er aus. Was ist los? Hast du Geburtstag? Oder war sonst etwas?“ „Ich bin auch beim Friseur gewesen.“ „Ach, das hätte ich jetzt nicht gemerkt.“ „Ich habe gedacht, dass ich nach dieser schweren Krankheit ein neues

Leben beginne.“ „Jetzt sieht man erst mal, wie du aussehen könntest.“ „Ich tue das ja auch ein bisschen für dich.“

Was heute ein bisschen bieder und angestaubt klingt, war Mitte der 80er-Jahre das Nonplusultra der deutschen Radiounterhaltung. Die legendären Übergaben zwischen Thomas Gottschalk und Günther Jauch bei Bayern 3 erreichten Kultstatus und sorgten für traumhafte Einschaltquoten. Wenn Gottschalk nachmittags die „B3-Radioshow“ mit viel Klatsch und Tratsch moderierte und danach Jauch über die seriösen Themen des Tages informierte, saß ich – als gebürtiger Regensburger – sehr oft fasziniert vor dem Radio. Es machte einfach ungeheuren Spaß, den zwei Profis zuzuhören, wie sie allein mit ihrer dynamischen Stimme, der ausdrucksvollen Sprache und ihrer bestechenden Persönlichkeit zahlreiche Fans Tag für Tag begeisterten – und das Ganze damals noch ohne begleitende Bilder. Einfach nur zuhören und seiner eigenen Fantasie freien Lauf zu lassen, das fand ich unwahrscheinlich spannend und beeindruckend.

Genau in dieser Zeit merkte ich, wie der Hörfunk mehr und mehr eine große Faszination auf mich ausübte. Der Wunsch, selbst einmal hinter dem Mikro zu stehen und eine Sendung für mehrere tausend Zuhörer zu moderieren, wurde von Tag zu Tag größer. Nach dem Abitur stand ich dann – wie wahrscheinlich viele in diesem Alter – vor der großen, wichtigen Frage: Wohin soll die berufliche Reise gehen? Die Antwort war relativ schnell gefunden: Radio musste es sein. Dass diese Antwort so klar auf der Hand lag, war eigentlich die Schuld von Thomas Gottschalk und Günther Jauch, die mich zu einem echten Radio-Fan haben werden lassen. Mein Glück zu dieser Zeit war, dass der private Hörfunk noch in den Kinderschuhen steckte. So war der Bedarf nach jungen, frischen Radiotalenten groß und das Jobangebot auf dem Markt entsprechend umfangreich. Auch die GONG-Gruppe in Regensburg suchte für ihren Sender „Radio Donauspitz“ verstärkt Personal. Da ich noch keine Erfahrung im Hörfunk vorzuweisen hatte, bewarb ich mich erst einmal um ein Praktikum, das ich dann auch bekam. Dieses erste Reinschnuppern war eine super Gelegenheit, um auszutesten, ob mir der Job als Hörfunkjournalist überhaupt Spaß macht und ich mit meinen Fähigkeiten in diesem Berufsfeld überhaupt richtig aufgehoben war. Das Ergebnis dieser Testphase war so positiv, dass auf das Praktikum eine Hospitanz und ein Hörfunk-Volontariat folgten.

Mein erster Beitrag, den ich für Radio Donauspitz machen durfte, war eine Umfrage zum Thema Frühling. Hört sich zunächst etwas banal an, aber genau darin lag die große Schwierigkeit. Bewaffnet mit einem Aufnahmegerät stand ich nun also in einer überfüllten Fußgängerzone und musste Passanten ansprechen. Ich hatte auf Deutsch gesagt „einfach die Hosen voll“. Die Überwindung, mit wildfremden Menschen auf der Straße ins Gespräch zu kommen, war enorm groß. Als wäre das noch nicht genug, muss man als Interviewer auch noch immer daran denken, möglichst offene Fragen zu stellen, auf die man nicht nur mit „Ja“ oder „Nein“ antworten kann – sonst ist das Interview-Ergebnis schnell monoton und langweilig. Und den Hörer und seine Interessen sollte man natürlich auch bei jeder Fragestellung im Blick behalten. Trotz aller Aufregung und einiger Anlaufschwierigkeiten habe ich meinen ersten Radiojob aber ganz gut über die Bühne gebracht und war unendlich stolz, als der fertige Beitrag gesendet wurde.

In punkto Nervosität wurde diese erste praktische Arbeit beim Radio dann eine Weile später durch meine erste eigene Sendungsmoderation getoppt. Während sich meine Kumpels nochmal gemütlich umdrehen konnten, klingelte bei mir sonntags um vier Uhr früh der Wecker und dann ging es ab in den Sender. Die Sonntag-Frühsendung von sechs bis neun Uhr gehörte bei den Kollegen natürlich nicht zur beliebtesten Schicht. Aber als Radio-Anfänger ist man so stolz, dass man eine Drei-Stunden-Sendung allein moderieren darf – da fragt man nicht nach der Uhrzeit und denkt auch nicht mehr ans lange Ausschlafen.

Angekommen im Studio überfiel mich wieder diese starke Nervosität, die ich schon vor meiner ersten Umfrage verspürt hatte. Nur die Situation war eine komplett andere: Ich stand dieses Mal nicht fremden Menschen gegenüber, denen ich möglichst intelligente Fragen stellen musste, sondern war ganz auf mich allein gestellt. Die mehreren tausend Hörer, die meine Sendung an ihren Radios verfolgten, waren ja nur virtuell – ich konnte sie nicht persönlich sehen, aber ich wusste, sie sind da und hören jedes Wort, das ich sage.

Für Anfänger ist das eine Situation, an die man sich erst langsam gewöhnen muss. Je länger die Sendung allerdings dauerte, desto lockerer und sicherer wurde ich in meiner Moderation. Mir gelang es sogar, zwischendurch auszublenden, dass mir so viele Menschen zuhörten und dann lief es richtig gut. Nachdem ich im Laufe der Zeit einige Radiosendungen moderiert hatte, wich die starke Nervosität einer sich gut anfühlenden Anspannung vor jeder neuen Show. Und mit jeder weiteren Sendung merkte ich ganz deutlich, dass es mir immer mehr Spaß machte, als Radiojournalist und Moderator zu arbeiten und dass das, was ich zu sagen hatte, von zahlreichen Menschen wahrgenommen wurde. Dieses Gefühl war so gut, dass ich beschloss, meinen weiteren beruflichen Weg in dieser Branche weiterzugehen.

Nach meinen Lehrjahren wechselte ich 1988 zum landesweiten Privatsender Antenne Bayern nach Unterföhring, wo ich insgesamt acht Jahre tätig war, bevor ich 1997 zu radio NRW nach Oberhausen ging. Angefangen habe ich bei Antenne Bayern als Jungredakteur. Später wurde ich Traffic & Continuity-Planer, dann Bayernchef und zum Schluss hatte ich die Position des stellv. Chefredakteurs inne. Antenne Bayern legte immer sehr viel Wert auf Fortbildungen. In zahlreichen

Inhouseschulungen wurden die Redakteure und Moderatoren regelmäßig auf den neuesten Wissensstand gebracht. Legendär war dabei der Sprechunterricht mit Manfred Schmidt, der in zahlreichen James Bond-Filmen die deutsche Synchronstimme von Q war. Einen besseren Sprachtrainer konnte man sich kaum vorstellen. Er trainierte mit zum Teil etwas seltsam anmutenden Übungen unsere präzise Aussprache und verbesserte unsere Stimmmelodie.

Beruflich weitergebracht haben mich in dieser Zeit auch die Reisen in die USA, die von Antenne Bayern organisiert wurden. Zu sehen, wie Radiostationen in Amerika funktionieren und wie dort Radio gemacht wird, war sehr spannend und hat mich sehr inspiriert. In Gesprächen mit den US-Kollegen konnte man schnell feststellen, wo die Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Verständnis von Radiomachen im Vergleich zu Deutschland liegen. Der Blick über den Tellerrand ist für einen Journalisten enorm wichtig. Auch wenn sich das Radiosystem der USA nicht eins zu eins auf den heimischen Markt transferieren lässt, bereichert eine andere Sichtweise ungeheuer die eigene journalistische Hörfunkarbeit und ist für jede Radiokarriere empfehlenswert.

Nach mittlerweile über 20 Jahren im Radio-Business – davon über zehn Jahre als Programmverantwortlicher – kann ich natürlich auf zahlreiche Ereignisse blicken, die redaktionell meinen beruflichen Weg geprägt haben. Eine Geschichte, an die ich mich heute noch mit mulmigem Gefühl erinnere, war ein Reporter-Einsatz im bayerischen Wackersdorf. Dort formierte sich in den 1980er-Jahren massiv der Widerstand der Atomkraftgegner gegen eine dort geplante atomare Wiederaufbereitungsanlage. Über Jahre gab es dort immer wieder heftige Demonstrationen, die mit einem großen Polizeiaufgebot kontrolliert werden mussten.

Im Oktober 1987 sollte ich als Reporter für Radio Donauspitz von einer dieser Demos live berichten. Mit meinem Journalistenausweis gehörte ich zu den Wenigen, die mit dem Auto auf den Platz des Geschehens vorfahren durften. Die Stimmung zwischen den Atomkraftgegnern und der Polizei war schon wieder sehr angespannt. Plötzlich fing ein Demonstrant an, mein Auto durchzurütteln und mich wild zu beschimpfen, weil sie dachten, ich wäre ein Polizei-Spitzel in Zivil. Mit viel gutem Zureden gelang es mir nach einiger Zeit, die wütende Horde davon zu überzeugen, dass ich kein Staatsangestellter, sondern ein harmloser Journalist war, der eine Reportage über die Vorgänge in Wackersdorf erstellen wollte. In diesem Moment habe ich gemerkt, wie schnell man als Journalist in brenzlige Situationen kommen kann, die ein gewisses Deeskalationsgeschick voraussetzen. Letztendlich ist zwar alles glimpflich ausgegangen, aber diesen Tag habe ich bis heute nicht vergessen.

Grundsätzlich sind es meistens die großen Nachrichtenlagen, die einen Journalisten fordern und an die man sich sein ganzes Berufsleben erinnern wird. Davon habe ich während meiner Hörfunklaufbahn natürlich einige erlebt. Im Gedächtnis hängen geblieben sind dabei z. B. die Barschel-Affäre 1987, der zweite Golf-Krieg Anfang der 1990er-Jahre oder der Untergang der Estonia im Jahr 1994.

Eines der prägendsten Ereignisse des neuen Jahrtausends waren mit Sicherheit die Anschläge vom 11. September 2001. Ein Terroranschlag dieses Ausmaßes ist eine Herausforderung für jeden Journalisten, da der Redaktionsalltag von einer auf die andere Sekunde komplett auf den Kopf gestellt wird. In einem solchen Katastrophenfall ist das ganze Team rund um die Uhr im Einsatz. Professionalität, Seriosität, Spontanität und ein ausgeprägter Teamgedanke werden dann von jedem Einzelnen in besonders hohem Maß abverlangt. Die Redakteure und Moderatoren müssen die neuesten Entwicklungen im Minutentakt im Blick behalten und Neuigkeiten für sich selbst und den Hörer schnell und sicher einordnen können. Der Bedarf an Experten und Gesprächspartnern, die von den Redakteuren recherchiert werden müssen, ist in solchen Fällen natürlich besonders hoch. Hier zahlt es sich aus, wenn man ein eingespieltes und erfahrenes Team hat, das dem Druck, der in Ausnahmesituationen wie diesen verstärkt ist, gewachsen ist.

Auch wenn der Alltag eines Radiojournalisten natürlich nicht ständig von großen Nachrichtenlagen oder weltweiten Katastrophen geprägt ist, gehören Belastbarkeit und mentale Flexibilität zu den Grundvoraussetzungen, um diesen Job erfolgreich ausüben zu können. Wer sich bei der Berufswahl für eine Ausbildung zum Hörfunkredakteur entscheidet, sollte natürlich auch eine gute Vorbildung mitbringen. Abitur oder einen vergleichbaren Abschluss und im Idealfall ein Fachstudium sollten Interessierte vorweisen können. Zwingend vorhanden sein müssen eine solide Allgemeinbildung, eine Affinität zu Politik und gesellschaftlich relevanten Themen sowie ein ausgeprägtes Maß an Neugierde, Themen auf den Grund gehen zu wollen.

Radiojournalismus ist zu 50 Prozent ein „Handwerk“, das man erlernen kann, die anderen 50 Prozent sind Talent. Wer diesen Job ausüben möchte, sollte ein ausgeprägtes Selbstbewusstsein besitzen und Spaß daran haben, mit Menschen umzugehen, ihnen Fragen zu stellen und Antworten zu entlocken. Als Radiojournalist reicht es nicht aus, Themen ausschließlich über die Nachrichtenagenturen oder das Internet zu recherchieren. Man muss mit den Leuten sprechen und auch das persönlich Erlebte in die Berichterstattung einfließen lassen. Authentizität und das Wissen um die Bedürfnisse der Hörer prägen diesen Berufszweig zunehmend.

In Zeiten, in denen eine Flut an Information immer und für jeden überall verfügbar ist, wird die Einordnung von Themen und Fakten durch den Redakteur immer wichtiger. Eine Info heute zu bekommen, ist dank des Internets keine Kunst mehr. Sie aber richtig einzuschätzen, sie zu interpretieren und dem Hörer die Auswirkungen für sein tägliches Leben darzulegen – das ist im Zeitalter des Web 2.0 entscheidend. Mit diesem Service kann Radio enorm punkten. Wenn man nicht nur als Redakteur, sondern auch als Moderator arbeiten möchte, sollten eine gute stimmliche Qualität, eine einwandfreie Aussprache sowie eine Persönlichkeitspräsenz hinter dem Mikrofon dazukommen.

In den letzten Jahren hat sich das Berufsbild des Radiojournalisten enorm gewandelt. Durch die rasante Entwicklung der Medien und die immer weiter fortschreitende Digitalisierung werden heute von Hörfunkern viel mehr Fähigkeiten gefordert, als das noch vor zehn Jahren der Fall war.

Zum modernen Berufsbild des Radiojournalisten gehört es mittlerweile auch, das Internet mit all seinen Facetten zu bestücken. Eine multimediale Ausbildung, die neben dem Basis-Medium Radio auch die Erstellung von Audio- und Bildmaterial sowie Videoclips fürs Netz und die ständig wachsenden Communities im Social Web im Blick hat, wird künftig mehr und mehr zum Standard gehören.

Die jahrelang audio-geprägte Hörfunkwelt hat sich in den letzten Jahren mehr und mehr zu einer audio-visuellen entwickelt. Dies hat u. a. zur Folge, dass sich der Radiojournalist auch in juristische Themen wie z. B. Presse-, Urheber, Bild-, und Internetrecht einarbeiten muss. Grundsätzlich kann man festhalten, dass sich ein Hörfunk-Journalist in der heutigen Zeit thematisch und fachlich wesentlich breiter aufstellen muss und Spaß am crossmedialen Arbeiten haben sollte.

Wenn ich als Programmdirektor von radio NRW den Auftrag hätte, in 40 Stunden jungen Radiomachern in einem Workshop die Arbeit im Hörfunk näher zu bringen, würde ich die praktische journalistische Arbeit immer vor das theoretische Wissen stellen. Als etwas außergewöhnliche Workshop-Location würde ich mir den Nürburgring aussuchen. Damit die Teilnehmer etwas Spannendes erleben können, böte sich eine Fahrt auf der Nordschleife an. Alle müssen natürlich selber ein Auto steuern, um aus erster Hand beschreiben und reportieren zu können, was sie erlebt und wie sie sich dabei gefühlt haben. Jeder Teilnehmer müsste eine Art Erlebnisbericht vertonen und diesen mit entsprechendem Fotomaterial und Handy-Videos begleiten. Die Rechte für die Bild- und Videoverwertung für die Einbindung in die Homepage oder in Social Media sollten die Teilnehmer auf diesem Weg ebenfalls zu klären lernen. Das Schneiden der Audiotakes zu einem in sich stimmigen und spannenden Beitrag sowie das Verfassen eines Textes für die Interneteinbindung gehört heute selbstverständlich ebenfalls zur Aufgabe eines angehenden Radiojournalisten.

Beim Produzieren eines Beitrags muss ein guter Radiomacher auch immer schon den nächsten Schritt im Kopf haben. Ergeben sich evtl. Folgethemen? Findet man einen Weiterdreh, so dass vielleicht aus einem Beitrag eine Serie entstehen könnte? Gibt es einzelne Aspekte, die so interessant sind, dass man ihnen weitere Beiträge widmen könnte? Diese Fragen muss sich ein guter Radiojournalist immer stellen. Die Neugierde auf das, was sich hinter den Themen verbirgt und die Fähigkeit, das Gefundene interessant für den Hörer aufzubereiten, macht letztendlich einen guten Radiomacher aus.

Auch nach fast 25 Jahren Arbeit beim Radio hat mich diese Neugierde noch nie verlassen. Radio ist für mich jeden Tag aufs Neue ein spannendes, sich immer wieder neu erfindendes Medium. Kein Tag ist wie der andere – täglich wechselt die Nachrichtenlage und man muss sich auf neue Themen einstellen. Der Gewöhnungsfaktor stellt sich daher mit Sicherheit nicht so schnell ein wie bei vielen anderen Jobs. Darüber hinaus gehört Radio neben dem Internet zu den schnellsten Medien überhaupt. Mit all seinen Facetten ist Hörfunk für mich unschlagbar modern. Die Verbindung von traditionellem Radio und den Möglichkeiten, die beispielsweise das Web 2.0 eröffnet,

bietet dem Medium Hörfunk eine attraktive Weiterentwicklungsmöglichkeit. Die Ausbildung zum Radiojournalisten ist heute so vielfältig und umfassend, dass man letztendlich für den Umgang mit allen Medienarten bestens gerüstet ist.

Als Programmdirektor von radio NRW habe ich natürlich auch immer einen Blick auf den Radionachwuchs in Deutschland. Jeden, der eine Affinität zu diesem Beruf besitzt und das nötige Talent hat, kann ich nur ermuntern, sich zu trauen, diesen Weg einzuschlagen. Es erwartet einen ein moderner, vielseitiger Job mit Zukunft, der jeden Tag aufs Neue wieder seine Faszination ausstrahlen wird.



„Du musst es selbst spannend finden ...“

Andreas Heine

Ich gehöre zu der Generation von Radiohörern in NRW, die sich immer über Mal Sondock geärgert haben. Mal Sondock moderierte eine Chart-Sendung beim WDR immer so selbstverliebt, dass er in jede Ramp quatschte und mir meine Aufnahmen mit dem Kassettenrekorder ruinierte.

Für mich war Radio in erster Linie Zugang zur Musik. Musik war mir immer sehr wichtig und hat bis heute einen sehr großen Einfluss auf mein Gefühlsleben. Musik bringt mich in unterschiedliche Stimmungen, Musik begleitet mich durch den Tag. Da ich mir damals aber kaum Schallplatten leisten konnte, lief das Radio. Das ist mein ganzes Leben so geblieben. Später kam dann das Streben dazu, ständig informiert sein zu wollen, immer wissen zu wollen, was passiert jetzt gerade auf der Welt. Und das einzige Medium, das dies sogar mobil liefern kann, Musik und live die aktuellste Information, ist bis heute das Radio. Ich hatte in jedem Raum eins und hinterließ sozusagen eine Spur von eingeschalteten Radios, wenn ich mich durch das Haus bewegte. Ausgeschaltet habe ich meistens nicht, hätte ja sein können, dass ich wieder zurückkomme. Nervig ist das dann schon mit dem Delay. Heute habe ich in den meisten Zimmern Funklautsprecher, die das Signal von einem W-LAN Radio im Wohnzimmer bekommen – bis heute ist also überall Musik und Radio zu hören.

Moderatoren wie Mal Sondock waren am Anfang meiner Radiozeit für mich nicht so wichtig. Wenn sie gut waren, waren sie ein Teil der Musik und trafen mit Ihrem Auftreten die Gesamtanmutung des Senders. Sie unterhielten mich, brachten mich zum Lachen. Ich war nie Fan von einzelnen Moderatoren oder Moderatorinnen, eher von einer bestimmten Art von Moderation. Als ich nach dem Studium die Chance hatte, den Lokalfunk in NRW mit aufzubauen, wollte ich beispielsweise anfangs als Moderator so sein wie die Moderatoren von BFBS. Niemand konnte so unaufgeregt und scheinbar ohne Hast, geschweige denn Planung, mit einer Hausfrau aus Rheindahlen auf eine Ramp quatschen und dabei absolut präzise in den Titel überleiten. Das begeisterte mich. So wollte ich auch sein. Dass ich so nicht sein konnte, weil ich eben anders war als der britische Kollege, eine andere Biografie hatte, anders aufgewachsen war, kurz: Eben nicht authentisch wie ein Moderator von BFBS klingen konnte, das habe ich damals noch nicht verstanden. Diese Erkenntnis kam später, als ich anfang, aktiv mit Moderatoren und Moderatorinnen zu arbeiten. Als ich das tägliche Moderieren ganz aufgab, war ich, zumindest zeitweise, wirklich ein guter Moderator: Immer wenn ich als Chefredakteur Sondersendungen, wie zu den Wahlen moderierte, dann als CvD im Studio alle reinkommenden Reportertakes und Interviews zusammenführte und gleichzeitig die Hörer auf dem Laufenden hielt. Denn dann war ich nur auf den Inhalt konzentriert, fand es spannend, was ich berichten konnte und wollte es jetzt direkt den Menschen sagen. Auch eine wichtige Erkenntnis, die mir später geholfen hat.

Was Radio wirklich ausmacht, habe ich letztlich erst begriffen und gefühlt, als ich als Chefredakteur andere talentierte junge Menschen begleiten und fördern durfte. Und aus dieser Erfahrung wurde eine meiner wichtigsten Grundregeln für eine gute Moderation, die ich allen weitergeben würde, die lernen wollen, wie das geht: Du musst es schon selbst spannend finden, was Du den Menschen erzählt! Wenn es Dir nicht gelingt, zu einem Thema einen Zugang zu finden, der erst einmal Dich interessiert, dann kannst Du auch keine gute Moderation zu dem Thema machen. Wer mit Freunden abends beim Bier sitzt, erzählt auch keine Anekdote, die er selbst langweilig findet. Er erzählt immer etwas, das ihn selber begeistert und von dem er glaubt, dass es seinen Freunden genauso geht. Eine der wichtigsten Aufgaben für einen Moderator ist es aus meiner Sicht, die Zuhörer in irgendeiner Form emotional zu berühren: Ich erzähle das Neueste, hast Du schon gehört? Mit den Freunden scheint das ganz einfach – ich kann sie mit meiner Geschichte nachdenklich oder betroffen machen. Oder ich bringe sie zum Lachen. Der Klassiker in jeder Kneipe. Funktioniert fast immer. Fast jeder kann das. Die Fähigkeit scheint aber abhanden zu kommen, wenn der gleiche Mensch in seine Moderatorenrolle schlüpft. Aus meiner Sicht hat das bei vielen einen einfachen Grund: Viele Moderatoren wollen moderieren, sie wollen wichtig sein, cool sein, witzig sein. Aber sie wollen keine Geschichte erzählen, die sie selbst toll finden. Sie denken zu viel an ihre Wirkung als Moderator und zu wenig an ihre Geschichte. Und dann passiert das Gegenteil. Sie klingen unecht und erreichen die Hörer nicht wirklich. Meine häufigste Redaktion ist dann Fremdschämen und weghören und ich glaube, es geht vielen anderen auch so.

In meinen ersten Jahren als Chefredakteur habe ich anfangs viel Zeit in Mediananalysen und Programmplanung investiert. Es schien mir nachvollziehbar, dass gutes Radio in erster Linie von Formattreue, gutem On Air-Design, der richtigen Playlist und perfekten durchgestylten Moderationen abhängt. Heute denke ich anders. Natürlich braucht es all das, aber mindestens genauso wichtig ist es, Zeit und Engagement für die Menschen aufzubringen, die das Radio machen. So wie ein Moderator keine Geschichte überbringen kann, die er selbst nicht gut findet, so kann auch kein Chefredakteur ein Team führen und motivieren, wenn er seine Mitarbeiter nicht wirklich toll findet und Spaß daran hat, sie zu motivieren und in ihrer Entwicklung zu fördern. Es geht eben nicht darum, tausend Airchecks zu hören und jedes kleinste Detail einer Moderation zu kritisieren, ohne zu hören und zu fühlen, wie es dem Mitarbeiter dabei eigentlich geht. Der Mitarbeiter, der durch so eine Schule geht, wird später vielleicht eine perfekte, durchformatierte und durchgestylte Sendung abliefern, die aber die Hörer nicht berühren wird, weil er sich selbst, seine Persönlichkeit in der Sendung ausgeblendet hat. Das ist so wie in der Musik. Es gibt Musiker, die sind handwerklich perfekt, super schnell und super präzise. Aber ihre Musik erreicht einen nicht persönlich. Andere haben dieses gewisse Etwas, das dazu führt, dass man in jedem Ton alle Verzweiflung dieser Welt, jeden Schmerz, jede Enttäuschung und auch eine unbändige Lust am Leben hört. Wem Musik etwas bedeutet, kennt solche Beispiele. Ich bin davon überzeugt, dass dies genauso für die Wahrnehmung von Moderatoren gilt.

Hans Paukens und Ursula Wienken wollten, dass ich mich an meine erste Sendung erinnere oder meinen ersten Beitrag. Radio, my first love. Wie die Leidenschaft in mir für das Radio aufkam. Ich schäme mich ein wenig, aber ich kann mich wirklich nicht erinnern. Ich weiß, dass ich immer begeistert war, dass mir meine Arbeit beim Radio immer sehr viel Spaß gemacht hat, aber es gibt nicht diesen einen alles erklärenden Anfang. Ich kann auch nicht sagen, wann ich als Chefredakteur angefangen habe, die Analyse der Sendungen hinten an zustellen und mich mehr für die Menschen zu interessieren, die das Radio täglich machen. Auch dafür gab es kein einschneidendes Erlebnis. Vielmehr war alles ein Prozess, bei dem ich erst im Nachhinein sagen konnte, was passiert ist und was mich und das Team weitergebracht hat. Entscheidend ist aber sicherlich, dass ich immer fest davon überzeugt war, dass auch ich als Chefredakteur mich immer weiterbilden muss und nie fertig sein werde in meiner eigenen Entwicklung. Ich habe das Glück gehabt, die richtigen Leute kennen zu lernen, die richtigen Seminare zu besuchen und mich von den richtigen Leuten coachen zu lassen. Ich bin fest davon überzeugt, dass jede Führungskraft ständig Weiterbildung braucht, mehr als jeder andere Mitarbeiter einer Redaktion!

Ich erinnere mich aber an schöne Radioerlebnisse in meiner Zeit als Chefredakteur bei Radio MK. An einem Morgen habe ich im Auto gesessen und Tränen in den Augen gehabt, weil die Viertelstunde, die ich unser eigenes Programm gehört hatte, genauso war, wie Radio nach meinem Empfinden sein sollte. Ich weiß nicht mehr, was die Moderatorin Nicole gesagt hatte, worum es in der Sendung ging. Ich weiß nur noch, ich war wirklich berührt, Radio „at its best“. Was haben wir dann nach solch einer Sendung gemacht? Eben nicht den üblichen Aircheck sofort nach neun Uhr, bei dem dann alles genau durchgegangen und jeder doch noch gefundene Fehler noch mal thematisiert und Formattreue eingefordert wird. Eben nicht das noch zu Verbessern in den Focus gestellt, sondern das Gelungene! „Tolle Geschichte, Du hast mich damit erreicht, ich mag Dich in der Moderation!“ Das kleinteilige Zerpfücken der Sendung kann auch kommen, später, zu gegebener Zeit. Jetzt war aber Zeit, sich über das Gelungene zu freuen und den Menschen zu bestätigen, der dies geleistet hatte.

Die zweite Geschichte ist konkreter, sie handelt von dem Radio, das mich informiert, das mein Freund und Helfer ist und vor allem live. Sie handelt von dem Tag nach dem Unwetter Kyrill. Um halb sechs Uhr morgens rief mich die Moderatorin an und fragte, ob ich mich ans Hörertelefon setzen könnte. Die Hälfte des Teams war nicht zur Morgensendung gekommen. Die Straßen waren mit umgestürzten Bäumen blockiert. Ich ging also zu Fuß zur Redaktion und setzte mich ans Telefon. In den drei Stunden der Morgensendung nahm ich unzählige Telefongespräche an. Dabei waren es zwei Dinge, die mich am meisten begeisterten. Wir konnten Menschen an dem Morgen wirkliche Lebenshilfe leisten wie kein anderes Medium. Die Hörer riefen nicht nur an und erkundigten sich, welche Straße sie zur Arbeit nehmen konnten, die nicht durch umgestürzte Bäume versperrt war. Viele riefen an, um uns zu helfen, allen zu helfen. Das ging dann so: „Hi, hier ist Michael, ich habe gerade versucht über die Straße XY nach Altena zu kommen, da kommt man aber nicht durch, ich versuche es jetzt über die Umgehung und rufe euch gleich wieder an und sage, wie dort die Situation ist.“ Das war wirklich tolles Radio.

Das Highlight in meinem Radioleben war aber sicherlich yourzz.fm (ein internetbasiertes Jugendformat), welches ich nicht nur erfinden, sondern auch realisieren durfte. Das war sozusagen mein Radiotraum. Yourzz.fm ist trimedial. Yourzz.fm ist ein Internetauftritt für Jugendliche einer bestimmten Region. yourzz.fm ist aber auch eine Jugendseite in verschiedenen Lokalzeitungen der Region. Und yourzz.fm ist ein richtiger Radiosender, der sein Programm im Internet überträgt. Zu bestimmten Sendezeiten sogar auch analog über die Frequenzen einiger Lokalradios. Der Ansatz ist, Jugendliche über verschiedene Medien gleichzeitig zu erreichen und über lokale Dinge zu berichten, die für sie relevant sind, weil sie aus ihrem Lebensumfeld kommen. Denn Jugendliche nutzen das Internet und Social Media, nicht weil es zu Hause langweilig ist und sie sich deshalb international vernetzen. 10- bis 18-Jährige sind im Netz, um letztendlich mit den gleichen Menschen zu kommunizieren, neben denen sie in der Schule sitzen. Daher macht es Sinn, auch im World Wide Web Lokalradio auf Augenhöhe für Jugendliche zu machen. Auf Augenhöhe heißt, das yourzz.fm auch über einen besonderen Tag auf dem Schützenfest berichtet, weil seine jugendlichen User noch nicht in die coolen Clubs der weitentfernten Großstädte fahren können. Ihr Lebensmittelpunkt liegt in dem kleinen Ort um die Ecke. Soweit in Kürze das Konzept.

Ein Traum war es für mich, diesen Ansatz in die Realität umsetzen zu können. Highlights waren, als der von mir erdachte Name für das Baby von der Grafikerin des Verlages zu einem Logo wurde. Wunderschön. Nicht vergessen werde ich auch, als wir zusammen im Studio standen und uns das On Air-Design das erste Mal anhörten. Der Producer, Christopher Finke, war aus Berlin telefonisch zugeschaltet. Er wollte unbedingt dabei sein, wenn wir die von ihm geschaffenen Opener das erste Mal abfahren. Auch er hatte Riesenspaß an dem Projekt. Wir im Studio waren gerührt und begeistert gleichzeitig (siehe oben). Aus der Idee war ein Sound geworden. Es hörte sich wirklich wie richtiges Radio an. Unglaublich.

Und dann kam die erste Sendung. Julian (einer unserer Moderatoren) startete beherzt; aber mit einem kleinen Fehler. Dass niemand das schlimm fand, vor allem nicht ich als Programmchef, drückt aus, wie anders wir yourzz.fm aufgebaut hatten. Es sollten am besten nur junge Menschen on air gehen, die noch nicht im Lokalradio oder woanders moderiert hatten! Sie sollten noch nicht gelernt haben, eine geschriebene Meldung so vorzulesen, dass es nicht wie vorgelesen klingt. Sie sollten keine perfekten Radiomoderatoren sein, sondern einfach junge Menschen, die anderen jungen Menschen eine Geschichte erzählen, die sie selbst interessant finden. Sie sollten authentisches Radio machen, das auch von ihrer eigenen Begeisterung lebt. Ohne ein Mindestmaß an Handwerk – das war uns klar, würde es aber nicht gehen. Also war der Ansatz, immer in Doppelmoderation zu arbeiten (mit jemandem reden zu können), wenn möglich wenig ausformulieren und besser mit Stichwörtern zu arbeiten. Die jungen Moderatoren sollten sich nicht darauf konzentrieren, wie sie klingen, sondern nur auf die Geschichte, die sie erzählen wollten. Damit die Geschichte rüberkommt, sollten sie ihrem Gegenüber in die Augen schauen. Der Versuch, eine richtige Kommunikationssituation aufzubauen, in der wir alle intuitiv die richtigen Dinge tun und sagen. Und so war auch das Studio bewusst aufgebaut. Die beiden Moderatoren schauen sich in die Augen, das ganze Studio ist offen, keine Scheibe zur Redaktion, alle in einem Raum. Der Freundeskreis arbeitet und lacht zusammen und die Hörer sind Teil des Ganzen.

Es hat funktioniert: Innerhalb kürzester Zeit war aus der unerfahrenen Truppe ein wirklich gutes Moderatorenteam geworden, das kreativ, hörernah und vor allem authentisch moderierte. Entscheidend war dabei aber nicht nur der andere Ansatz, sondern die vielleicht bei dem Ansatz unerwartete professionelle Herangehensweise im Training und in der Vorbereitung. Denn Kathrin, Julian und Dennis wurden nicht sich selbst überlassen, nach dem Motto, schaut Euch in die Augen und schon klappt das mit dem Moderieren. Auch hier war die Aus- und Weiterbildung entscheidend. Ursula Wienken von der Medienqualifizierung leistete hervorragende Arbeit. Mit viel Einfühlungsvermögen und vor allem viel Spaß ließ sie sich auf das ungewohnte Radioprojekt ein. Sie brachte dem yourzz.fm-Team bei, sich Zugang zu einem Thema zu verschaffen. Sie zeigte Ihnen, wie sie auch in kürzesten Meldungen sich selbst einbringen konnten. Aber auch der professionelle Umgang mit dem Studio und mit der Musik gehörte dazu. Erstaunlicherweise können auch in perfekt durchgestylten Radioprogrammen großer Sender zu wenige Moderatoren eine Sendung wirklich gefühlvoll fahren. Vielleicht haben viele eine gewisse Demut vor der Musik verloren, die sie eigentlich haben sollten. Nachvollziehbar, die Moderatoren hören die Musiktitel jeden Tag mehrmals und spielen sie einfach ab. Gern wird dabei vergessen, dass sie immer für irgendeinen Hörer gerade den Lieblingstitel spielen. Und der reagiert dann, wie ich damals bei Mal Sondock. Aber die Geschichte habe ich ja schon erzählt.



Das Radio war da – wie ein Möbelstück

Birand Bingül

Bei uns zu Hause wurde natürlich „Köln Radyosu“, die türkische Sendung des WDR, gehört. Meine Eltern haben zu Hause davor gesessen und Radio gehört. Aber auch die Schlager, die auf WDR 4 gespielt wurden, hörte meine Mutter sehr gerne. Und mein Bruder hat, wie viele andere Jugendliche auch, die Hitparade mit dem Radiorekorder aufgenommen, um die Hits dann immer wieder zu hören. Ich als der kleine Bruder war natürlich immer dabei.

Später in der Pubertät spielte bei mir WDR 1 eine große Rolle, also bevor es Eins Live gab. Aber als dann 1995 Eins Live startete, wurde ich sehr schnell zum Stammhörer. Auf WDR 2 war für mich die samstägliche Bundesligakonferenz ein Muss – die Reportagen, die Schalten und die vielen Stimmen. Das Radio war für mich ein ständiger Begleiter im Alltag, der keinen besonderen Stellenwert hatte und der mich auch nicht übermäßig faszinierte, so dass ich den Wunsch hatte, unbedingt zum Radio zu wollen. Radio war da und es gehörte wie ein Möbelstück einfach dazu.

Mit dem Studium des Journalismus in Dortmund war für mich völlig offen, für welches Medium ich arbeiten wollte. Für mich waren Zeitungen und das Fernsehen viel eher mögliche Beschäftigungsorte als das Radio. Ich habe beim WDR 1995/1996 volontiert. Damals war die Ausbildung bimedial und wir lernten sowohl Radio- als auch Fernsehjournalismus. Die Bedingungen waren ganz anders als heute, ich erinnere mich noch an die Bandmaschinen, an denen wir noch Beiträge geschnitten haben. Es waren Tonbänder, die noch real geschnitten und geklebt wurden. Auch die Aufnahmegeräte waren deutlich größer als die, mit denen heute gearbeitet wird.

Es war die Zeit, als beim WDR „Funkhaus Europa“ geplant wurde. Es wurden Mitarbeiter gesucht, die das deutschsprachige Programm aufbauen sollten. Ich habe mich auf ein Casting beworben und wurde – für mich überraschend – ausgewählt. Obwohl ich der jüngste und vermutlich auch der unerfahrenste war – ich hatte noch nie zuvor im Radio moderiert –, wurde ich genommen. Das war im Mai 1999 – und das war dann mein Einstieg.

Parallel zu meiner Diplomarbeit habe ich dann angefangen, die Sendung „Cosmo“ zu moderieren. Nach der Diplomarbeit arbeitete ich auch als Autor, Reporter, machte Live-Reportagen, meist für „Funkhaus Europa“. Meine erste berufliche Position – als freier Mitarbeiter –, mit der ich Geld verdient habe, war das Radio und das war eine sehr schöne Zeit, auch weil der Sender neu war. Es hat sich damals sehr viel getan, ich konnte – auch als freier Mitarbeiter – Ideen einbringen. Es war und ist ein ganz tolles Team. Fünf Jahre habe ich dort gearbeitet.

Wenn ich mich an meine erste Moderation erinnere, möchte ich sie nie in meinem Leben hören. Ich glaube, dass es ganz ganz schrecklich war. Es war wie Üben auf dem Sender. Ich erinnere mich

auch an die Zeit kurz vor Sendestart, vor der ersten Sendung. Wir haben ein „scharfes“ Training gemacht, unter echten Bedingungen und ich erinnere mich, wie der Redakteur mit noch einer Meldung reinkam und sagte: „Die Musik läuft noch zwei Minuten und dann machst du hierzu eine Meldung oder eine ‚bunte Meldung‘“. Ich war schweißgebadet und das Rotlicht war in diesem Moment gar nicht schön und gar nicht mein Freund. Ich war immer froh, wenn ich noch eine Minute mehr Zeit hatte und ich in den Meldungen rumkritzeln konnte. Das war die harte, aber erfolgreiche Schule.

In den ersten Sendungen war ich bei Interviews so aufgeregt, dass es mir kaum gelang, dem Gegenüber so zuzuhören, dass ich mit der nächsten Frage auch auf die Antworten eingehen konnte. Die Kunst, so gelassen zu sein und nicht aufgeregt mit Zetteln rumzumachen – mehr darüber nachzudenken, was war meine nächste Frage, was hat er gesagt – als zuzuhören, dafür habe ich Monate, wenn nicht ein Jahr gebraucht. Die innere Aufregung in den Griff zu bekommen war nicht so einfach zu Beginn. Aber ganz schnell kam auch der Spaß. Das Radio ist schnell, es ist direkt, es kommt was rein und man kann direkt etwas draus machen.

Als Moderator ist es auch kreativ, sich anhand einer Meldung in wenigen Minuten etwas ausdenken, das unterhaltsam, informativ und passend zum Programm ist. All das kann Radio bis jetzt nach wie vor wie kein anderes Medium.

Meine journalistische Orientierung war zu Beginn nicht festgelegt – gefühlt war es eher Print oder Fernsehen. Aber wie es im Leben spielt, poppte das Radio auf. Beim Casting für „Funkhaus Europa“ hab ich gedacht: „Ich bin hier nicht verkehrt“. Ich hatte das Gefühl, es ist zwar Arbeit, aber es macht auch riesigen Spaß. Bei der Zeitung mache ich mir bei einem Interview ein paar Notizen und dann gehe ich wieder. Mit dem Mikro gelingt mir eine bessere Annäherung an die Leute auf der anderen Seite, an ihre Persönlichkeit. So kann ich sie dann auch besser wiedergeben, weil ich eben nicht nur meine Notizen verarbeite, sondern ich nehme etwas mit nach Hause, ich habe die Stimme, in der viel Persönliches, Persönlichkeit, Stimmung, Charakter liegt. Ich habe diesen Schatz und kann all das verarbeiten. Und das ist der große Vorteil gegenüber Print – wo es im besten Fall gelingt, diese Aspekte textlich zu umschreiben.

Und beim Fernsehen – als Redakteur bei „Cosmo TV“ – habe ich die Erfahrung gemacht, dass wir viele Themen nicht machen konnten, weil die Leute nicht vor die Kamera gehen wollten, weil es zu intim, zu sensibel war. Da habe ich oft gedacht: „Mensch, beim Radio hätten wir die Geschichte längst und müssten nicht so viel über Ängste sprechen.“ Da ist das Radio für viele Leute sehr viel angenehmer.

Auf der anderen Seite können wir als professionelle Journalisten nicht ausschließlich von der anderen Seite, aus der Perspektive der Interviewten denken. Aber ich finde, dass es uns gut zu Gesicht stünde, die andere Seite mitzudenken, diejenigen, die interviewt werden. Das ist gerade bei den Menschen wichtig, die keine Profis sind. Wir als Journalisten müssen uns da auch unserer

Verantwortung für die Leute bewusst sein. In solchen Gesprächssituationen ist es mir viel lieber, dass die Gesprächspartner sich wohlfühlen. Denn wenn sie sich unwohl fühlen, verkrampfen sie und die Aussagen sind nicht so lebendig, so persönlich.

Eins meiner bedeutendsten Ereignisse als Moderator war der Sturz von Slobodan Milošević. Ich hatte am nächsten Morgen die Sendung „Cosmo“ zu moderieren. Die Ereignisse in Serbien führten dazu, dass „Funkhaus Europa“ den Charakter von „Zeitfunk“, so wie bei WDR 2, hatte. Wir haben unglaublich viele Interviews gemacht, wir haben nach Belgrad geschaltet, mit den Korrespondenten gesprochen. Das war so ein bisschen ein CNN-Feeling.

Die Kunst war für mich als Moderator, im Laufe der Sendung den Kollegen, mit denen ich sprach, nicht immer dieselben Fragen zu stellen, sondern zu überlegen, welchen Aspekt kann ich im Gespräch mit dem Kollegen herausarbeiten, und welchen Aspekt kann der nächste Korrespondent beleuchten. Das alles unter dem aktuellen Zeitdruck und in dem Team, das war toll.

Fernsehen nähert sich zwar meiner Meinung mit den neuen, den technischen Möglichkeiten dem Radio an, aber in der Menge, in der Geschwindigkeit und mit den Facetten, die wir in der Sendung hatten, würde ich im Nachhinein sagen, das war etwas Besonderes und da bin ich auch heute noch stolz, dabei gewesen zu sein.

Radio ist einfach faszinierend, auch oder gerade weil Radio ein Nebenbei-Medium ist. Auch wenn die Musik bei vielen Sendern – nicht bei allen – natürlich im Vordergrund steht, ist eins auch klar: Radio wird sehr viel gehört, Radio ist ein absoluter Alltagsbestandteil von fast jedem Menschen und aus dem Leben nicht wegzudenken. Ich glaube, dass diese Beiläufigkeit manchmal dazu verführt, das Radio in seinen Qualitäten zu unterschätzen. Viele Freunde und Kollegen sprechen mich an auf Dinge, die sie im Radio gehört haben, oder sie haben aktuelle Information aus dem Radio, weil sie als Berufstätige am Arbeitsplatz Radio hören können oder weil sie viel mit dem Auto unterwegs sind und da natürlich Radio hören. Insofern glaube ich, dass das Radio, zumindest ein öffentlich-rechtliches, das inhaltsorientiert ist, unterschätzt wird. Auf der anderen Seite ist Fernsehen das Leitmedium, auch wenn es etwas platt klingt. Aber abends sinkt die Radionutzung und die Fernsehnutzung steigt. Wer sich die Mühe macht, das Fernsehprogramm zu sondieren, wird ganz ganz tolle Angebote finden, die anspruchsvoll sind, auch wenn die Unterhaltung, das Entertainment dominanter geworden ist.

Das Fernsehen mit seinen Produktionsbedingungen – im Studio unzählige Lampen, Kameras, Maske, die Regie und all die Menschen, die für die Produktion erforderlich sind – behindert die Authentizität gerade bei Menschen, die keine Medienprofis sind. Das alles ist beim Radio anders, da kann ich gerade die Menschen, die es nicht gewohnt sind, authentischer erleben und das ist ein ungemeiner Wert. Insofern hat Radio gar keine schlechte Rolle, es ist halt so selbstverständlich, dass es manchmal unterschätzt wird.

Wenn ich in Deutschland unterwegs bin, höre ich natürlich auch, was die anderen Sender machen. Dabei stelle ich fest, dass die Konvergenz zwischen Radio und Internet weit fortgeschritten ist. Die Radiokollegen und Moderatoren nehmen massiv Bezug auf die Dinge, die gerade auf der Facebook-Seite von den Hörerinnen und Hörern gepostet werden. Umgekehrt werden Radioaktionen über das Internet gesteuert und begleitet. Und in diesem Zusammenspiel von Radio und Internet hat das Radio es leichter als das Fernsehen. Radio ist einfach im Vergleich zum Fernsehen, das weniger aufwändig zu produzierende, das direktere Medium. Daher fällt es offensichtlich leichter, die sozialen Netzwerke und das Internet selbstverständlicher in das Programm einzubeziehen und die Konvergenz zu leben. Im Fernsehen wirkt das ja noch sehr steif, wenn es heißt: „Jetzt gucken wir mal, was in unserer Facebook-Community gerade passiert.“ Ich finde es wahn-sinnig spannend, solche Radiosender zu hören, die versuchen, Radio und Social Media miteinander zu verknüpfen. Gerade die jüngeren Sender haben ein Publikum, das sich in den sozialen Netzwerken aufhält und sich dort bewegt. Da sagt Radio: „Ich komm zu dir, ich bin da, wo du auch bist.“ Und das ist der richtige Weg. Ich sehe nicht, dass der Hype um Social Media endet. Die Nutzerzahlen der Plattformen gehen hoch, es ändert sich mal die Plattform, die an Platz eins steht, aber insgesamt gehören die sozialen Netzwerke heutzutage zur Medienwelt, daran kann ich als Journalist nicht mehr vorbeigehen.

Der Habitus, den Medien lange haben konnten – wir haben die Information, wir haben die Nachrichtenagenturen, wir haben das Wissen, wir bereiten das auf, wir suchen die Musik aus, die auf dem Sender läuft – dieser Habitus bröckelt, verändert sich. Es scheint das Bedürfnis vieler Menschen zu sein, in einer Beziehung – auch zu einem Medium wie dem Radio – zu stehen. Die Kommunikation mit dem Publikum wird durch die Online-Welt ermöglicht und erleichtert. Bei der klassischen Telefonhotline war das Hierarchieverhältnis zwischen Medienmachern und Hörerinnen und Hörern klar: Der Hörer will was gewinnen, hat eine Frage, will eine Information oder einen Service, die ihm dann vom Radio gewährt werden. Dieses Verhältnis ändert sich total, so dass Sender und Hörer mehr und mehr auf Augenhöhe miteinander umgehen.

Diese gravierenden Veränderungen der Medien und deren Nutzung haben für die journalistische Ausbildung und die Qualifikation erhebliche Auswirkungen. Meine Ausbildung war noch bimедial, in der Zwischenzeit bildet der WDR trimедial aus. Alle, die sich derzeit über das Thema Ausbildung Gedanken machen, ob Springer, die ARD, das ZDF, wissen, dass Journalisten in allen drei Bereichen Kompetenzen mitbringen müssen. Es ist nicht mehr vorstellbar, dass ein Journalist eine reine Fernsehkarriere oder eine reine Radiokarriere vor sich hat. Ich glaube, es werden nur die erfolgreich sein, die in der Lage sind, die unterschiedlichen Medien zusammen zu denken. Die Jüngeren, die sich für diesen Beruf interessieren, haben heute eine andere (Medien-)Sozialisation, als ich sie hatte. Heute sind die angehenden Journalisten mit dem Internet und Social Media groß geworden, sie besitzen Kompetenzen, die nicht noch vermittelt werden müssen.

Die Fähigkeit, vernetzt zu denken, wird absolut an Bedeutung gewinnen und zwar sowohl aus medientechnischen als auch aus ökonomischen Gründen. Es wird darum gehen, Synergien zu

schaffen und darüber nachzudenken, welche Inhalte werden zu welchem Zeitpunkt auf welchen Kanal verbreitet. Vernetztes Denken bedeutet, dass ich nicht nur an meinen Beitrag, an meine Sendung denke, sondern es bedeutet, auch darüber hinaus zu denken. Bei „Cosmo TV“ haben wir immer so gearbeitet, dass unsere Beiträge auch für andere Sendeplätze relevant sein könnten, für die Region, so dass das Know-how auch anderen Redaktionen zur Verfügung gestellt wurde. Es war für uns wichtig, bei jedem Thema gleich mitzudenken, für wen das noch interessant sein kann. Und das sind noch erste Schritte.

Die Grundfertigkeiten, wie etwa zu wissen, wie eine gründliche und systematische Recherche angelegt sein muss, Interviews fundiert vorzubereiten und durchzuführen sind usw., sind aus meiner Sicht allerdings weiterhin unabdingbar. Diese Fertigkeiten sind das Fundament für jeden, der Journalist werden will. Neben den Grundfertigkeiten journalistischen Arbeitens und der genannten Fähigkeit, vernetzt zu denken und zu handeln, brauchen junge Menschen, die im Radio arbeiten wollen, eine Orientierung. Sie müssen wissen, was sie in dem Medium wollen, sie müssen aber auch wissen, dass Journalismus kein Beruf ist, der „nine to five“ zu machen ist.

Der Text basiert auf einem Gespräch, das Birand Bingül mit Hans Paukens geführt hat. Der Text ist von Birand Bingül abschließend autorisiert worden.



Die Stimme hinterm Kopfkissen

Sabine Heinrich

Ich schlafe beim Radiohören ein. Schöner kann es nicht sein. Ich habe als Fünfjährige damit angefangen und mache es noch heute so.

Mein erstes Radio stand in meinem Bett hinter meinem Kopfkissen. Schön laut eingestellt, damit der Ton durchs Kopfkissen direkt in mein Ohr konnte. Am liebsten WDR 4. Eine Snooze-Taste gab es 1981 noch nicht – zumindest nicht an meinem Radio. Deswegen machten meine Eltern das Radio nachts entweder aus oder es lief die ganze Nacht durch

und in dünnen Schlafphasen war die Musik der Soundtrack in meinem Traum.

Ich ließ die Radioteleute in mein Bett und in mein Leben. Ich habe alle Moderatoren an der Stimme erkannt und wusste ihre Namen. Wenn ich samstags die Hitparade auf überklebten Märchenkassetten aufnahm, dann habe ich mich über einen Reiseruf im Song gefreut.

Meine Mama hat mir auf solchen Kassetten auch „Hallo Ü-Wagen“ aufgenommen. Die Sendung lief donnerstags, wenn ich in der Schule war. Manchmal hat was beim Aufnehmen nicht geklappt. Erst später erfuhr ich, dass das immer der Fall war, wenn es um Sex ging. Dummer Zufall. Gruß an Carmen Thomas. Gruß an Violetta. Gott-hab-sie-selig.

Mittags lief irgendwann bei uns zu Hause Radio Luxemburg. Aber nur auf dem alten Radio vom Trödel. Da haben die Moderatoren ganz schön viel Quatsch erzählt und gelacht: Das fand ich toll. Das waren meine Freunde und wenn ein Song lief (bei WDR 4 liefen nur Lieder), dann habe ich in der Küche mitgesungen. Oder so getan.

Dann hat meine Mama einen neuen Sender gefunden und da wurden Orte genannt wie „Hamm“ – das kannte ich. Das ist doch ganz bei uns in der Nähe. 1991 fanden wir einen Sender im Radio, der wohl aus Dortmund sendet und die erzählten auch mal was über Unna. Huch. Das Radio war in der Stadt, in der ich zur Schule ging und als ich das erste Mal „Kamen-Heeren“, mein Dorf also, im Radio hörte, da waren die Moderatoren mir noch näher als hinter meinem Kopfkissen im Bett.

Radio hören ist mein Leben. Radio machen wurde mein Leben. Das konnte nur zu dieser Zeit niemand ahnen, und es war nie mein Lebensplan, Radiomoderatorin zu werden. Hebamme wollte ich werden. Auch mal Elektrikerin.

Jetzt arbeite ich seit 2001 bei Eins Live. Und wenn ich mal mit achtzig eine Biografie über mein Arbeitsleben schreibe, dann trägt sie den Titel: „Arne/Trotz/Glück“.

In Arne war ich verliebt. Der arbeitete beim Ahlener Tageblatt und konnte manchmal nicht mit dem Roller kommen, weil er über den Kinoabend im Hallenbad schreiben musste. Was Arne kann, kann ich auch. Ging zur Zeitung. „Kannst Du Artikel schreiben und Fotos machen?“ „Nein. Habe ich noch nie gemacht. Kann ich aber versuchen.“ (Den gleichen Satz sagte ich übrigens, als ich 2010 gefragt wurde, den Echo zu moderieren.)

Es kamen viele Zeitungsartikel und ein Praktikum bei Radio Lippe Welle Hamm hinzu. Das Praktikum fand ich doof. Der Typ, der mittags bei uns zu Hause im Radio spricht, sah in Wirklichkeit hässlich aus und der Typ, der sonntags in diesem Sender sehr witzig Trödel verscherbelte, war in Wirklichkeit gar nicht so lustig. Nein. Ich gehe wieder zur Zeitung.

Hat nicht sollen sein? Doch! Bei Antenne Unna machte es Spaß. Reporterin. Sommerfest auf dem Segelflugplatz/Bürgerinitiative gegen das Waldsterben/immer wieder „Grüne Tonne/graue Tonne im Umweltausschuss Fröndenberg“. Jeder Beitrag wurde von meiner Mama aufgenommen. Nicht auf einer überklebten Märchenkassette. Dafür wurde eine Neue angeschafft.

Am 31. Januar 1997 war meine erste Sendung im Radio. „Szene UN“. Zu Gast: der Dieter-Thomas-Kuhn-Fanclub aus Holzwickede. Fünf aufgezeichnete Interviewblöcke, die ich dann live fahren musste. Aber ich musste ja auch live meinen Namen sagen. Im Radio. Den hat nur niemand verstehen können, denn die Nerven haben einfach die Stimme gekillt. Ganz klein und dünn: Mitsabine-heinrichhaallo.

Diese eine Stunde war gefühlt nur fünf Minuten lang. Mir taten die Schultern weh, denn die klebten die ganze Zeit am Ohrläppchen. NEIN! Das ist nicht geil. Das wollte ich nicht wieder haben. Es kam wieder. Immer wieder. Eine Sendung folgte auf die nächste Sendung. Von zehn Sendungen waren zehn scheiße. Ja. Richtig schlecht. Egal. Weiter. Volontariat. Sendung am Sonntag, Sendung in der Woche. Sendung am frühen Morgen. Und sie alle waren schlecht!

Irgendwann. Vielleicht zwei oder sogar drei Jahre nach meiner ersten Sendung, war es zum ersten Mal da: das gute Sendegefühl. Es war plötzlich da. Hat sich nicht angekündigt. „Das war geil.“ Spaß. Die Schultern taten nicht mehr weh und ein einzelner Versprecher hat mich nicht mehr aus der Bahn geworfen. Fantastisch.

Und das ist der Trick! Moderieren ist wie Fahrradfahren. Am Anfang braucht man vielleicht Stützräder. Dann fällt man hin. Hilft nix: aufstehen, weiter üben. Und irgendwann kann man sogar freihändig fahren. Hübsches Bild. Vielleicht sollte ich erwähnen, dass ich mich noch heute regelmäßig aufs Maul lege. Bevor es zu romantisch wird.

2001 dann das Casting bei Eins Live. An Weiberfastnacht. Meine Freundin Ingrid hat mir coole Klamotten geliehen. Ich war viel zu früh. Natürlich nehmen die mich nicht. Warum auch? Haha. Kleine Lokalmaus bei Eins Live. Für mich war die Reise zu Eins Live das Highlight. Mehr wollte ich nicht. Ich wollte sehen, wie es da aussieht. Gecastet wurde meine Moderation, und es gab einen Fragebogen. Pop/Politik/Wirtschaft. „Was ist 2step?“ – keine Ahnung. „Schreibe alle NRW Minister auf, die Du kennst?“ – da sind nur zwei Reihen, dann schreibe ich auch nur zwei Minister auf. „Wie viele junge Männer haben 2000 den Wehrdienst verweigert?“ – keine Idee, ruft halt beim Landesamt für Statistik an. Der Brief kam zwei Monate später: Du bist dabei. Diesen Moment werde ich nie vergessen.

So wie die schönen Momente in den Sendungen und auch die traurigen Momente. Wie sage ich den Hörern, dass der Krieg angefangen hat? Wie vermittele ich, dass bei dem Amoklauf 18 Schüler und Lehrer erschossen wurden? Der Reporter, mit dem ich gerade in Ägypten spreche, muss in Deckung gehen, denn es wird geschossen! Mist, Gegentor, Deutschland verliert im Fußball-WM-Finale! Deutschland gewinnt das Handball-Finale! In Chile werden gerade Bergleute befreit! Heute 33 Grad und Sonnenschein. Setzt die Sonnenbrille auf und feiert den Sommer!

Mir ist klar, dass ich allein durch Stimme, Stimmung und Haltung eine Situation sowohl ver- als auch entschärfen kann. Ich kann meine Hörer beruhigen, ich kann sie warnen, und ich kann sie mitreißen. Ich kann sie trösten und mit ihnen lachen. Denn das tun sie ja auch mit mir. Ich bin ja Teil ihres Lebens. Bin im Badezimmer dabei, im Auto dabei, beim Essen. Vielleicht auch beim Sex. Danke für das Vertrauen – aber ich bin auch nicht beleidigt, wenn ihr das Radio hin und wieder ausmacht. Ich dränge mich nicht auf.

Bei Katastrophen und traurigen Situationen habe ich mal von der Tagesschau-Frau Dagmar Berghoff gehört, dass sie sich immer gesagt hat: Du bist der Fels in der Brandung. Ruhe reinbringen. Ich setze auf drei Säulen.

Meine Ausbildung.

Ich kann mein Handwerk. Meine Hände wissen, was zu tun ist, und ich kenne den Aufbau einer Nachricht. Eine Agenturmeldung kann ich blitzschnell lesen, und meistens fallen mir die richtigen Fragen ein.

Ich bin nicht allein.

Um mich herum ist ein Team, das das gleiche Ziel verfolgt wie ich: Informationen weitergeben. Ich kann um Hilfe bitten und mich blind auf die Kollegen verlassen und tue das auch.

Mein Menschenverstand.

Alles was mir komisch vorkommt, mich stutzig macht und Sorge bereitet, das kommt auch meinen Hörern merkwürdig vor. Ich bin der Durchschnitt meiner Hörer. Ich habe aber den Vorteil, am Mikro zu sitzen und Emotionen zu äußern und entsprechende Fragen zu stellen.

Abrunden will ich das mit einem verdammten platten Satz: Wir operieren nicht am offenen Herzen, und am Ende der Sendung muss kein Jumbojet fertig sein. Ich darf Fehler machen. Trau Dich.

Das alles lässt sich nicht nach einer Formel lernen – jeder Radiomacher würde es anders formulieren. Es gibt nicht DEN Weg. Es gibt sicherlich Basics, die jeder Radiowillige auf dem Kasten haben sollte und die gute Radiomoderatoren von Dudelfunkern unterscheiden. Ich hasse Computerspiele und ich hasse es, darüber zu reden. Trotzdem muss ich mich damit befassen. Zu sagen: „Politik finde ich langweilig, kann ich nicht, interessiert eh ´keinen“ geht nicht. Job verfehlt.

Wir müssen keine promovierten Strömungsphysiker sein, aber wir müssen uns damit beschäftigen WOLLEN.

Radiomoderatoren sind keine Ansager. Radiomoderatoren machen Ansagen. Und wenn wir mal nichts zu sagen haben, dann sagen wir das.

Das lässt sich nicht von heute auf morgen so umsetzen. Das braucht Mut. Das braucht Zeit. Das braucht auch Verantwortliche, die Radiowilligen diese Zeit geben. Ich bin sehr dankbar, dass ich diese Zeit bekommen habe und heute vielleicht die Stimme hinterm Kopfkissen einer Fünfjährigen bin.



Radio braucht Persönlichkeiten

Thomas Bug

Das Radio war für meine Lebensgeschichte, für mein ganzes Leben, sehr wichtig. Es war für mich prägend, weil ich mit Radiohören groß geworden bin. Ich hörte immer SWF 3, die Mutter aller Radiosender. Elmar Hörig, Frank Laufenberg und die anderen ganz Großen, haben mich begeistert. Ich war von ihnen fasziniert, was sie mit Sprache zum Ausdruck bringen konnten und was sie mit den Bildern, die sie mit ihrer Sprache erzeugt haben, in der Lage waren auszulösen. Radio hatte damals noch eine ganz andere Wirkung, als das heute der Fall ist. Ich fand das immer toll, wie sie gesprochen haben, wie sie ihre Persönlichkeit transportiert und entwickelt haben. Ich fand das sehr schön, weil das Wort so viel Gewicht bekommt, dass es Menschen bewegen kann – und das war es, was mich immer fasziniert hat.

Ich selbst habe mit 15 Jahren schon angefangen, Radio zu machen. Ich durfte mich in dem Kabelpilotprojekt in Rheinland-Pfalz ausprobieren. Daraus ist später RPR entstanden. Als Jugendlicher habe ich damals für Jugendliche Radio gemacht – und das war für meine persönliche Entwicklung schon prägend. Während sich meine Schulfreunde auf dem Fußballplatz ausgetobt haben, durfte ich da schon mit Sprache „rumballern“. Und das hat mir den Weg geebnet zu meiner jetzigen Arbeit.

Radio war einfach da, es gehörte zu meinem Alltag – ich wurde morgens geweckt von Evi Seibert, von Frank Plasberg und Thomas Heyer, die jetzt, nach so langer Zeit, lustigerweise beim WDR Kollegen von mir sind.

Während meiner Ausbildung als Fotograf habe ich weiter beim Radio gearbeitet – ich kümmerte mich einmal in der Woche um meine Radiosendung, so dass ich den Anschluss nicht verloren habe. Irgendwann musste ich mich dann entscheiden – Fotograf oder Moderator. Beides zusammen – meine Ausbildung zum Fotografen, das Bildermachen und meine Tätigkeit beim Radio, der Umgang mit Ton und Sprache – verbindet sich gut zu meiner heutigen Tätigkeit beim Fernsehen.

Der nächste Schritt war dann zum NDR. Auf einer Pressekonferenz des NDR, die ich als Reporter von RSH besuchte, sprach mich der damalige Hörfunkdirektor des NDR an und sagte, wenn ich mal eine neue Herausforderung suche, solle ich mich bei ihm melden. Zu dieser Zeit hatte der NDR die Idee eines Jugendradios und keiner wusste so genau, wie es gehen sollte. Als dann im April 1994 N-Joy startete, war ich von Anfang an dabei und konnte von Anfang an das Programm mit entwickeln. Von N-Joy ging es dann zum WDR und zu Eins Live. Das war dann meine Basis – daneben habe ich für HR 3 gearbeitet und für Radio Eins habe ich die Morgensendung in der Doppelmoderation mit Jörg Thadeusz moderiert.

Ich fand immer die Frechheit und den Mut einiger Moderatorenpersönlichkeiten gut, aber als einer, der einen ausgeprägten Charakter mitbringt, gab es keine Vorbilder, an denen ich mich orientierte. Und ich stellte fest, wenn ich meine Frechheit und meinen Mut zusammenpackte, lief das schon ganz gut. So sein wie ... wollte ich nie.

Rückblickend kann ich sagen, dass es im Radio eine Reihe von Begegnungen mit Musikern und mit Menschen, die man als Prominente bezeichnen kann, gab, die beeindruckend waren. Als ich beispielweise mit Lenny Kravitz über Spargelesen sprach, bekam das Gespräch etwas ganz Einfaches, es war der Mensch und das Gespräch, das mich dann beeindruckte, weil es dann auch interessant war. Für mich war es immer wichtig und eine Herausforderung zugleich, Gespräche mit einer Haltung zu führen, besonders bei den großen Kalibern, um von denen etwas zu erfahren, was man bisher noch nicht über sie wusste. Im Nachhinein kann ich sagen, es war verblüffend einfach. Durch das Interesse an der Person ist es mir gelungen, interessante Gespräche zu führen. Zugang fand ich über diesen persönlichen Zugang und gar nicht mal so sehr über das Beeindruckende, das sie bisher schon geleistet hatten. Die Gespräche, die Persönliches, Charakteristisches hervorbringen, machen Radio für mich zu einem besonderen Medium.

Das Unschlagbare am Radio ist aber nach wie vor seine Empfangbarkeit, sein Verbreitungsweg. Es ist unterwegs im Auto, in der Küche, im Schlafzimmer oder auch beim Duschen immer zu hören. Ich glaube, dass das Spontane, dieses Schnelle, die unglaubliche Wendigkeit, die Direktheit dieses Mediums und auch die Nähe, die es erzeugen kann, immer noch ein Pfund bleibt, mit dem das Radio wuchern kann. Und wenn es richtig gemacht wird, wird es weiterhin Nummer eins bleiben.

Dazu muss man das Gespür, das Gefühl haben, die Menschen richtig anzusprechen und die Entwicklungen aufnehmen. Es muss gelingen, mit dem Radio ein Gefühl zu produzieren, das die Menschen anspricht. Dazu gehören die Musik, die Beiträge und die Menschen, die mir das vermitteln, die Moderatoren.

Die Themen selbst sind gar nicht mal so sehr entscheidend, denn sie werden mehr oder weniger von allen gemacht, in Nachrichten und in Beiträgen. Es ist vielmehr unglaublich wichtig, wie die Themen vermittelt werden. Wir leben, glaube ich, in einer emotionalen Zeit und das Programm, das das Gefühl trifft, kann erfolgreicher sein als ein systematisch – nach den Maßgaben der Medienforschung – geplantes Programm.

Wenn man ein besonderes Programm machen will, braucht man auch Talent und Gespür – und das kann nicht jeder leisten und jederzeit abrufen. Radiomachen kann man zwar lernen, genauso wie ich, mit zwei linken Händen, hätte Schreiner werden können. Nur meine Möbel wären nicht wirklich toll.

Wenn jemand Talent und Gespür mitbringt, wird er erfolgreicher sein als andere. Das gilt sowohl auf der Macherseite, also bei den Verantwortlichen, die das Programm ausrichten, als auch im Detail beim Musikchef, der die Musikfarbe bestimmt und vor allen Dingen bei den Moderatoren. Es gibt gute Moderatorinnen und Moderatoren und da gibt es die Moderatorinnen und Modera-

toren, die sich durch Talent und Gespür von den anderen unterscheiden. Solche Persönlichkeiten entscheiden über den Erfolg eines Programms.

Den Stellenwert von sozialen Netzwerken, die heute zu jeder Sendung, zu jedem Programm gehören, kenne ich wohl, aber ich erkenne ihn nicht an. Privat nutze ich weder Facebook noch Twitter. Ich finde es aber vollkommen in Ordnung, dass man sie nutzt und in die Kommunikation einbezieht und sich damit breiter aufstellt und damit auch viel mehr Menschen erreicht. Für mich als Radiomacher an der Basis, als Moderator, kommt es mir vielmehr darauf an, dass ich die Grundlage gut mache, dass ich dem Programm das Unverkennbare gebe. Um die Verbreitungswege müssen sich dann andere kümmern. Diese Plattformen taugen dazu, zu sagen, was der Sender macht, wofür er steht und was er kann. Sie taugen aber nicht dazu, dem Programm ein Profil zu geben.

Radio braucht Persönlichkeiten und wenn es darum geht, Menschen das Radiomachen nahezubringen, würde ich ihnen den Raum geben, sich auszuprobieren. Es braucht zudem verständnisvolle Menschen, die sich damit beschäftigen und sagen, ja so kann man es machen, aber man kann es auch so machen, und damit Orientierung geben. Jemand, der sich für das Medium interessiert, hat es verdient, dass man ihm die Grundlagen von Sprache, von Journalismus, sozusagen das Handwerkszeug, an die Hand gibt. Wichtig ist, dass man sich in allen Bereichen – Moderation, Reportage, Kultur, Wirtschaft – ausprobieren kann, um dann festzustellen, in welchem Feld bin ich besonders talentiert und besonders gut.

Ganz wichtig ist auch das Radiohören, weil ich dadurch Orientierung bekomme, Vergleiche anstellen kann und zwischen gut gemacht und gut gemeint unterscheiden kann.

Der Text basiert auf einem Gespräch, das Thomas Bug mit Hans Paukens geführt hat. Der Text ist von Thomas Bug abschließend autorisiert worden.



Wie geht Radio? Hören, schauen, üben.

Andreas Bursche

Die Radioinfektion kam früh, bei mir zu Hause, im Elternhaus. Da lief meistens NDR 2, und während das Radio so lief, saß Andreas davor und wartete geduldig auf sein damaliges Lieblingslied: „Alles hat ein Ende, nur die Wurst hat zwei“. Und das Tolle war: Ich brauchte kaum Geduld – die „Wurst“ lief mehrmals am Tag. Schon allein aus diesem Grund war das Radio natürlich mein Freund, aber es war auch sonst stets für mich da und zwar immer wenn es der Unterhaltung bedurfte: bei den Hausaufgaben, beim Langweilen oder beim Essen. Das war gut, denn ich hatte und habe grundsätzlich gerne nette Leute um mich herum, die mich unterhalten. Das taten die im Radio auch.

Mit ungefähr zehn Jahren – Ende der 80er – habe ich dann zu Radio Hamburg umgeschaltet. Da habe ich dann auch angefangen, bewusst auf die Inhalte zu achten. Meine späteren Ziehväter – Stephan Heller und Marzel Becker – haben damals bei Radio Hamburg tolle Sendungen gemacht, die für mich bis heute inspirierend und richtungsweisend sind. Die beiden waren nicht nur saugut, sondern hatten Spaß – ein nicht zu unterschätzender Punkt.

Damals haben die privat-kommerziellen Sender – denen ich heute ja teilweise eine flächendeckende und arge Verflachung vorwerfen möchte – wirklich einen fantastischen Job gemacht, haben den Öffentlich-Rechtlichen mit einem verständlichen, hörernahen und inhaltlich interessanten Programm Dampf gemacht. Ich habe den Moderatoren nicht nur zugehört, ich habe ihre Ausführungen förmlich aufgesaugt. Auch das Thema Bildung – oder besser Weltverstehen – war ein wichtiges Thema. Der heute ausgeprägte journalistische Drang fing so schon damals an, seine Blüten zu treiben. Ich wollte alles wissen und verstehen, und die Moderatoren von Radio Hamburg haben mich an die Hand genommen und mit einer einfachen Sprache und verständlichen Inhalten genau dabei geholfen. Sie haben versucht, den Hörer zu packen, gut zu informieren und zu unterhalten. Und mich haben sie gepackt, und genau das war der Punkt, an dem ich mich ins Radio verliebt habe.

Mein Weg selber ins Radio war aber dann trotz der Schmetterlinge im Bauch alles andere als geradlinig. Erst über ein Schulprojekt im Offenen Kanal Hamburg bin ich dann an das Medienmachen herangeführt worden. Ich habe mich zunächst eigentlich nur an dem Projekt beteiligt, weil ich den Gruppenleiter toll fand. Heute finden ihn fast alle toll – es war Christian Ulmen, der auch auf meiner Schule war und das Projekt leitete. Da war ich zwölf, und eigentlich wollte ich Pilot werden. Als ich dann ins Studio kam und die Technik sah, fand ich, dass das aussieht wie im Cockpit, also hat mich erst einmal die Technik fasziniert.

Nachdem das Projekt beendet war, habe ich mich selbst im Offenen Kanal angemeldet, um endlich den langersehnten „Flugschein“ zu machen. Mein ganzes Bestreben bestand darin, Regler am Mischpult zu schieben. Erst einige Zeit später und auf Anraten meiner Mutter – die die Sendungen

etwas fad fand mit den ganzen Musikblenden – entdeckte ich auch das Mikrofon. Es war ein Prozess, das Interesse und die Faszination am Radio kamen nicht von heute auf morgen. Erst im Laufe der Zeit habe ich immer mehr Spaß daran bekommen, mich mit meiner Stimme auszuprobieren, zu gucken, was könnte denn inhaltlich relevant sein und wie setze ich das um und wie reagieren denn meine Hörer auf dies und jenes und überhaupt. Je mehr ich also im Studio bastelte und sendete, desto mehr Spaß entwickelte ich am Radiomachen, Spaß zu informieren, Spaß zu unterhalten.

Ich habe viele Eindrücke von damals als Radiohörer mitgenommen und dann als Macher ausprobiert. Fan bin ich aber nebenher immer noch geblieben – da stand ich doch glatt ganze Nachmittage vor dem gläsernen Radio Hamburg-Studio in der Einkaufspassage und habe den Moderatoren beim professionellen Radiomachen zugesehen. Ich habe sie einerseits als Hörer toll gefunden und konnte mir zugleich aber auch viel für mein eigenes Werkeln abgucken.

Als es mich dann so richtig gepackt hatte, habe ich mich permanent bei Radio Hamburg beworben. Ich war 13, 14 Jahren alt und schon damals musste ich bei dem Haufen an Absagen einen harten Kern entwickeln, durfte mich nicht entmutigen lassen. Ich wollte unbedingt zum großen Radio, irgendwann musste es doch – bitteschön – klappen. Eines Tages dann, ich war gerade 14 geworden, haben sie endlich eingesehen, was ich doch für ein pffiffiges Kerlchen bin, haben Potenzial entdeckt und mich gefördert. Wow, ich bei Radio Hamburg! Ich durfte also im zweiten Studio üben. Der Tag der Zusage war für mich einer der schönsten Tage in meinem Leben. Ich bekam einen Arbeitsausweis von Radio Hamburg und durfte offiziell bei den Profis mit trainieren. Und das Lustige war, dass ich denen so oft im Studio beim Live-Radiomachen zugeschaut hatte, dass ich die Technik nahezu perfekt bedienen konnte. Das war dann auch der Punkt, an dem ich hundertprozentig auf die Seite der Macher gewechselt bin und auch wusste: Da bleibe ich jetzt, da ist es schön.

Zu dem Zeitpunkt habe ich jede freie Minute und Möglichkeit genutzt, mich in die Studioliste einzutragen und zu üben. Die Redakteure und Moderatoren hatten natürlich nicht die Zeit, sich permanent um mich zu kümmern, also habe ich dann unter Ausschluss der Welt anderthalb Jahre im Studio B geübt – nur für mich. Sendungen fahren, Moderieren, Beiträge bauen und schneiden. Teilweise ganz grausame Sachen, wenn ich das heute höre. Trotzdem – das Ausprobieren war eminent wichtig, bis heute. Zu dem Zeitpunkt wuchsen viele Sachen zusammen, die Eindrücke von Profis beobachten und die neuen Erkenntnisse vom Üben. Die Eindrücke verfestigten sich. Ich war 15 und bereit den nächsten Schritt zu tun, und genau da bot mir der Programmleiter an, am sogenannten Azubitag die Nachtsendung zu moderieren. Wow!

Mit einem halben Jahr Vorlauf war genug Zeit, noch ernsthafter zu üben. Permanent legte ich Programmleiter Dr. Walde Kassettentapes ins Fach und irgendwann habe ich dann von heute auf morgen vom Dienstplan erfahren: Andreas Bursche macht die Nachtsendung von 01.00 – 06.00 Uhr. Es sollte der 11. August 1996 sein. Den werde ich nie vergessen. Am Tag, als der Dienstplan ausgehängt wurde, habe ich mindestens eine Viertelstunde davor gestanden und ge-

staunt. Habe von allen Seiten meinen Namen angeschaut. Hätte ich damals schon ein Fotohandy gehabt, hätte ich bestimmt aus allen Blickwinkeln meinen Namen im Dienstplan fotografiert.

Ich habe dann weiter geübt, probiert, gefragt. Mehr war nicht drin – Feedback mit Aircheck, wie wir das heute kennen, gab es nicht oder nur wenig. Ich habe lediglich dadurch, dass mein Name im Dienstplan stand, gesehen, dass das offenbar der richtige Weg war, den ich da beschritt und bin ihn einfach mal weitergegangen.

Und dann war er da – der Abend des 10. August, wenige Stunden vor dem ersten Auftritt im professionellen Radio. Gott, mir war speiübel, aber Punkt ein Uhr, als die Nachrichten starteten, war die Übelkeit weg, und ich wusste: Die lassen keinen Amateur auf die Antenne ... , „ja Andreas, du bist jetzt Profi, ein kleiner zwar, aber ein Profi.“

Da war ich sechzehn und befand, dass das aber alles ein bisschen schneller geht als ich dachte. Vor vier Jahren noch habe ich das Studio als Cockpit angesehen und die Regler als Schubumkehr benutzt. Bis heute kriege ich Gänsehaut, wenn ich darüber nachdenke, wie das alles bei mir ineinander gepasst hat, und wie man etwas, wenn man es wirklich will, auch erreichen kann. Ich freue mich bis heute immer wieder, wenn ich darüber nachdenke.

Aufgrund meiner ganz persönlichen Radiobiographie kann mein Ratschlag an junge Radiomacher also nur sein: Macht! Bildet euch selbst fort – wo und wie immer es geht. Übt, verzweifelt, reift. Ich glaube auch, wenn man das Radio heute über weite Strecken als flach, totformatiert und wenig inhaltsorientiert kritisieren mag, dass wir doch an einem Punkt sind, an dem wieder authentische Charaktere, gute Journalisten und im positiven Sinne eigensinnige Radiomacher gefragt sind. Die Zeit, in der wir uns wie dümmliche Marktschreier aufführen mussten, ist langsam vorbei.

Eine gute Spielwiese war für mich der Offene Kanal – der Bürgerfunk. Heute gibt es obendrauf noch das Internetradio, aber auch immer noch das Wohnzimmerstudio mit zwei CD-Playern, Mischpult und Mikro. Reicht erst mal zum Rumprobieren. Ich hab gemacht, gehört, gemacht, bin auf dem Bauch gelandet, habe weiter gehört und weitergemacht. Wenn es einfach wäre, könnte es jeder – das Medienbusiness und die Fritzen da drin sind nicht einfach zu nehmen – alle wollen „Was-mit-Medien machen“, da setzen sich letztendlich nur die Besten durch, und das sind die Verliebten mit Lust, Fleiß, Spaß am Job und Haltung. Das seid ihr!

Aber Vorsicht: Durch meine Erfahrung als Berater und Coach sehe ich auch, wie viele Sender ihre Leute ausnehmen und ihnen damit die Freude rauben. Man muss viel arbeiten für wenig Lob und wenig Lohn. Bei den Privaten kann man schnell reinkommen, aber auch genauso schnell wieder draußen sein. Bei den Öffentlich-Rechtlichen dagegen habe ich den Eindruck, dass sie häufig nur gestandene, nur fertige Leute wollen. Viel Zeit zum solide Ausbilden und Wachsen lassen bleibt nicht.

Versucht jemanden zu finden, der sich ernsthaft mit euch auseinandersetzt, um euch eine Orientierung zu geben. Das kann ein Kollege, ein Seminarleiter eine Akademie oder ein Coach sein. Das wird nicht leicht, aber einen Versuch ist es wert – und wir Profis sollten in diesem Zusammenhang mehr Offenheit zeigen und Verantwortung für die Ausbildung des Nachwuchses übernehmen, denn gut ausgebildeter Nachwuchs ist notwendig, da Medien ja nun mal auch gesellschaftlich eine bedeutsame Funktion haben. Außerdem können wir ruhig ein wenig zurückgeben.

Der Text basiert auf einem Gespräch, das Andreas Bursche mit Hans Paukens geführt hat. Der Text ist von Andreas Bursche abschließend autorisiert worden.



Radio kann man lernen

Stephan Niemand

Wie kann man junge Leute für das Radio begeistern? Der Blick auf ein Campusradio ist besonders lohnenswert. Hier lernen junge Menschen mit einem extrem hohen Praxisanteil die Grundlagen der Radioproduktion und viel wichtiger: Hier springt der Funke über, und hier erwischt sie das „Radiofieber“,

wie mir eine Studentin nach der Kompaktausbildung schrieb. Trotz erster Radioerfahrungen bereits im Alter von 15 Jahren erwischte mich das Radiofieber erst acht Jahre später bei Radio Q, dem Campusradio für Münster und Steinfurt.

Meine ersten Einblicke hinter die Kulissen der Radioproduktion erhielt ich aber schon während eines Schulpraktikums beim Lokalradio Antenne Unna. Neben Botengängen, der CD-Dispo, Fotokopieren und Begleiten der Redakteure zu Interviewterminen habe ich nahezu jeden zweiten Tag eine Umfrage produziert. Ins kalte Wasser geschmissen und sich selbst ausprobieren, lautete die Devise. Top! Das Problem war, dass ich häufig hilflos und alleine darin schwimmen musste. Unterstützung und Motivation haben mir damals gefehlt. Um als junger Mensch Lust auf den Hörfunkjournalismus zu bekommen, ist ein Lokalradio, nach meiner Erfahrung, kein geeigneter Ort. Das liegt einfach daran, dass hier nicht die Ausbildung, sondern andere Interessen im Vordergrund stehen. Für mich schien die Arbeitsweise oft nach dem Prinzip zu laufen: Wenn jeder an sich denkt, ist an alle gedacht. Wohlgermerkt vor elf Jahren der Eindruck eines 15-Jährigen. Eine Person, die ich wirklich in sympathischer Erinnerung behalten habe, sah es damals ähnlich, die heute erfolgreiche Moderatorin Sabine Heinrich. Kurz darauf führte ihr Weg dann zu Eins Live. Auch wenn ich mich aufgrund mangelnder Betreuung und zu viel Eigenverantwortung überfordert fühlte, konnte ich erste interessante Eindrücke von der Radioproduktion gewinnen. Rückblickend war für mich die spannendste Erfahrung, dass ich noch den unglaublich aufwändigen linearen Schnitt mit der Magnetbandmaschine kennengelernt habe.

Acht Jahre später hatte ich wieder Interesse und Lust, den Hörfunk intensiver kennenzulernen. Zu diesem Zeitpunkt befand ich mich im 2. Fachsemester im Studiengang Pädagogik, hatte aber bereits den Entschluss gefasst, zum Wintersemester in den Studiengang Kommunikationswissenschaft zu wechseln. Daraus ergab sich die Herausforderung, während des Pädagogik-Studiums schon nach Möglichkeit studieninhaltsnahe Erfahrungen im Bereich Kommunikationswissenschaft zu machen. Die Kompaktausbildung bei Radio Q, die hier später noch genau beschrieben wird, war für mich deshalb ideal.

An meinen ersten Beitrag – es ging um psychische Probleme von Studenten – kann ich mich deshalb noch gut erinnern, weil ich dabei vor der Aufgabe stand, aus über 60 Minuten Interviewmaterial einen etwa dreiminütigen Beitrag zu bauen. Wie das wohl an der Magnetbandmaschine gelaufen wäre? Bei Radio Q habe ich dann einen relativ typischen Werdegang durchlaufen. Typisch deshalb, weil motivierte Mitglieder schnell und unkompliziert verantwortungsvolle Positionen übernehmen können. Anfang 2008 habe ich also die Kompaktausbildung absolviert und anschließend war

ich Tagesredakteur (CvD) im Morgenmagazin „Coffeeshop“. Als CvD plante ich die Inhalte der Morgensendung, kümmerte mich um Moderator, Nachrichtenredakteur und Reporter und betreute die Kompaktauszubildenden mit. Nach einem halben Jahr ließ ich mich zum Moderator ausbilden und entwickelte zeitgleich mit einem „Q-legen“ ein Konzept für eine Abendsendung mit der wir schon bald on air gingen. „Wegweiser – vom Studium in den Beruf“ hieß sie und wurde von uns beiden geplant und moderiert.

Bereits im März 2009 übernahm ich in einer Doppelspitze den Vorstand bei Radio Q. Später moderierte ich mein heutiges Lieblingsformat, die „Sprechstunde“. Eine Talksendung, in der interessante Persönlichkeiten aus Münster zu Gast sind. Der Hörer soll dabei weit mehr über den Gast erfahren, als er in dessen Wikipedia-Artikel nachlesen kann. Das spannende an dem Format ist, dass man im Talk nie genau weiß, was passieren wird. Hier sind also besonders Spontaneität und Schlagfertigkeit gefragt. In der „Sprechstunde“ fand auch mein bisheriger Höhepunkt meiner noch jungen Radiobiographie statt. Und zwar die Kombination aus der „Sprechstunde“ mit Titus Dittmann (erfolgreicher Skateboard-Unternehmer aus Münster) und dem anschließenden Feedback eines Hörers, der die Sendung als „sein persönliches Highlight der Woche“ bezeichnete.

Im Rahmen meiner Medientrainerausbildung konnte ich meine Kenntnisse dann weiter vertiefen und bereits einige Erfahrungen in der Radiovermittlung sammeln. Mich persönlich fasziniert am Radio besonders der Live-Charakter, die Vielfalt und die Abwechslung, sowie die Rolle, die es im Leben von vielen Menschen einnimmt. Es ist extrem spannend, von einem gewissen Menschenkreis gehört werden zu können. Denn über das Radio kann man zu einem kleinen Bestandteil von deren Alltag werden. Auch wenn es nur ein kleiner Kreis und ein geringer Bestandteil ist, und man dabei nicht glauben sollte, man selbst sei übermäßig wichtig für die Menschen. Aber zumindest kann man an deren Leben teilhaben. Ob man sie nun informiert, unterhält, überrascht oder ungewollt verärgert oder nervt. Das, was man produziert, hat zumindest das Potential, die Emotionen und das Verhalten der Menschen zu beeinflussen. Deshalb empfinde ich Hörer-Feedback in jeglicher Form als höchste Anerkennung.

Dabei muss man für das Erlernen des Radiohandwerks, meiner Einsicht nach, nicht über herausragende angeborene Talente verfügen. Natürlich wird es einem leichter fallen, wenn man eloquent und kommunikativ, kreativ und technisch affin sowie teamfähig ist. Dennoch impliziert das Wort „Radiohandwerk“ bereits, dass es möglich ist, unter Berücksichtigung bestimmter Richtlinien und Prozesse gutes Radio zu produzieren. Außerdem bietet das Radio aufgrund seiner Format-Vielfalt, beginnend bei seriösem Hörfunk über Comedy bis hin zur Satire für die verschiedensten Themen und Zielgruppen, Platz für die unterschiedlichsten Charaktere. Charaktere, die die unterschiedlichsten, aber in der Regel sich ergänzenden Motivationen haben, Radio zu lernen: Der Wunsch, Praxiserfahrung zu sammeln, die Lust, Radio zu machen, und das Ziel, mit den dadurch erworbenen Kenntnissen die eigenen Berufseinstiegschancen zu verbessern. Einige möchten sich auch gerne selbst im Radio hören oder eine Botschaft vermitteln. Der Kontakt zu Gleichgesinnten und die Möglichkeiten, neue Erfahrungen zu sammeln, sind zudem nicht zu unterschätzende Gründe.

Um diesen jungen Menschen die Radiobasics und die Faszination des Radios näher zu bringen, sollten idealerweise folgende Punkte vorhanden sein beziehungsweise Berücksichtigung finden:

- Transparenz
- angemessenes Anspruchsniveau
- intensive Betreuung und Orientierungshilfen
- Spaß und Gemeinschaftssinn
- flache Hierarchien und Aufstiegsaussichten
- Variation der Vermittlungsmethodik
- kreative Freiheit und Berücksichtigung der Interessen
- Reflexion und Feedback
- technische Ausstattung
- situative Authentizität

Andreas Schmidt, Referent in der Landesanstalt für Medien NRW und Ansprechpartner für Programmfragen im Campus-Radio, bezeichnet Radio Q als ein Medium, in dem Studenten Medienkompetenz erwerben und als Multiplikatoren für ihre Hochschule auch Medienkompetenz vermitteln.

Dieser Aufgabe kommt Radio Q seit bereits über zehn Jahren nach. Seit der Bachelor-Master-Einführung steht Radio Q – allerdings unter erschwerten Bedingungen – vor der Herausforderung, junge Menschen für die Radioproduktion zu begeistern. Als gemeinnütziger Verein gründet sich die Arbeit auf das ehrenamtliche Engagement der Mitglieder. Zeitintensive modularisierte Studiengänge mit hoher Prüfungsbelastung und häufig notwendige Nebenjobs erschweren eine ehrenamtliche Betätigung. Der Weg zum Bachelorabschluss ist deutlich kürzer im Vergleich zu traditionellen Studiengängen, in denen die Studierenden mehr Freiraum beispielsweise für eine ehrenamtliche Tätigkeit hatten. Zumal ein Mentalitätswechsel spürbar ist, möglichst schnell mit dem Studium fertig zu werden. Wie also können die Studierenden trotzdem während des Studiums für die Radioproduktion begeistert werden? Die Antwort von Radio Q lautet: Mit der Kompaktausbildung. Mit dieser geht Radio Q seit 2006 neue Wege der Medienkompetenzvermittlung durch Projektarbeit. Unter bestimmten Voraussetzungen können sich die Studierenden die Kompaktausbildung als studienrelevante Leistung anrechnen lassen. Die Berücksichtigung der oben genannten Punkte wirkt dabei motivierend auf die Teilnehmer und macht das Campusradio zu einem idealen Lernort und die Kompaktausbildung zu einem idealen Ablauf für die Radiovermittlung. Denn für die Teilnehmer der Kompaktausbildung ist bereits vor Beginn transparent, welche zeitlichen Ressourcen sie benötigen und welche Aufgabenstellungen sie bewältigen müssen. Zudem haben sie jederzeit die Option, sämtliche Nachfragen mit der Ausbildungsabteilung abzuklären. Die Aufgabenstellungen sind dabei so gewählt, dass sie die Teilnehmer durch ein angemessenes Anspruchsniveau herausfordern, aber nicht überfordern. Um zudem eine Überforderung zu verhindern, werden die Kompaktauszubildenden von zwei Tagesredakteuren intensiv betreut und bekommen innerhalb der Basisworkshops Orientierungshilfen in Form von Unterlagen ausgehändigt. Die Freude am Radiomachen selbst und der Kontakt mit den Kollegen spielen ebenso eine wichtige Rolle. Spaß und Gemeinschaftssinn sind Attribute, die sich nicht garantieren lassen.

Unter bestimmten Voraussetzungen erhöht sich aber die Wahrscheinlichkeit, dass die Teilnehmer sich wohl fühlen. Ein entscheidender Faktor sind dafür die flachen Hierarchien. Abteilungsleiter selbst haben im Normalfall mit der für alle Mitarbeiter gleichen Basisausbildung begonnen. Die Mitarbeiter begegnen sich auf Augenhöhe, denn den klassischen Lehrenden gibt es nicht. Erfahrene Mitarbeiter dienen den Neuankömmlingen als Mentoren und Betreuer, beide sind aber ebenso Kollegen und Partner. Die oberste Devise bei Radio Q lautet: Wenn du eine Frage hast, frag nach! In der Regel ist immer jemand im Raum, der weiterhelfen kann. Da jeder Mitarbeiter anfangs selbst einmal auf die Unterstützung von Kollegen angewiesen war, geben diese ihre Kenntnisse bereitwillig weiter. Außerdem wird durch freiwillige gemeinsame Veranstaltungen der Teamgeist gestärkt.

Plurale Lernformen wie Workshops, Learning by doing oder Feedback sorgen für Variation in der Vermittlungsmethodik. Abwechslung entsteht zudem durch die unterschiedlichsten Aufgaben, bei denen die Teilnehmer überwiegend frei in der Ausgestaltung sind. Sie bekommen also die Möglichkeit, ihre kreative Freiheit und Interessen auszuleben. Natürlich müssen die Themen der Berichterstattung mit den CvDs abgesprochen werden, es gibt aber keine generellen Themenvorgaben. Ganz im Gegenteil, eigene Ideen sind äußerst erwünscht. Die Reflexion durch konstruktives Feedback gehört zu einem festen Bestandteil der Kompaktausbildung. Zum einen prozessbegleitend während der Produktion und zum anderen im Anschluss an jede Sendung. Zusätzlich bieten sich für die Kompaktauszubildenden relativ kurzfristig interessante Aufstiegsaussichten.

Nach der Kompaktausbildung stehen den Teilnehmern bei Radio Q alle Türen offen. Sie haben die Aussicht, zum Beispiel in Special-Interest-Sendungen mitzuarbeiten, selbst Moderator zu werden, regelmäßig die Nachrichten zu präsentieren oder sogar ein Morgenmagazin zu übernehmen. Für sämtliche Aufgaben steht den Kompaktis eine moderne technische Ausstattung zur Verfügung. Einer der entscheidenden Vorteile der Radiovermittlung beim Campusradio ist allerdings die situative Authentizität. In dieser Lernumgebung wird die Radioproduktion nicht nur simuliert, sondern findet unter Real-Bedingungen statt. Der Anreiz, dass die Beiträge nicht nur in einer kleinen produzierenden Gruppe, sondern von „echten“ Hörern gehört werden, wirkt sich motivationsfördernd auf die Teilnehmer aus. Die Aufgaben und Probleme, an denen Mitarbeiter lernen und sich weiterentwickeln, passieren in einer konkreten, lebensweltlichen und damit authentischen Verwendungssituation. Und man kann stolz mit Freunden oder der Familie zusammensitzen und sagen: „Jetzt komm´ ich gleich im Radio.“ Auch wenn sich das Campusradio dabei als Ausbildungsradio versteht und Fehler verzeiht, so liegt es trotzdem im Bestreben der Mitarbeiter, qualitativ hochwertig und journalistischen Richtlinien entsprechend zu arbeiten. Von professionellen Radiounternehmen unterscheidet sich das Campusradio folglich insbesondere durch seine Ausbildungsfunktion für lernende Mitarbeiter, sowie das allen Tätigkeiten zugrunde liegende ehrenamtliche Engagement.

Aber was wird nun genau in der Kompaktausbildung vermittelt? Worauf konzentriert sie sich, um jungen Menschen die Radiobasics und die Faszination am Radio näher zu bringen? Im Vordergrund steht dabei das Lernen durch Handeln. Wenn ihnen nur erzählt wird, wie toll die Radioproduktion doch ist, welche außergewöhnlichen Möglichkeiten sie besitzt und wie viel Spaß sie macht, wird es sie wohl kaum mitreißen. Lust und Begeisterung kommen beim Machen. Ebenso können sie vermitteln, dass das Mikrofon niemals aus der Hand gegeben werden darf und man während der Antwort des Interviewpartners still sein muss. Der nachhaltige Lerneffekt entsteht aber erst dann, wenn die Teilnehmer mit unbrauchbaren O-Tönen vom Interviewtermin in die Redaktion zurückkommen und sich beim Material sichten schwarz ärgern. Die Kompaktauszubildenden unterstützen jeweils an einem Tag in der Woche die dreistündige Morgensendung bei Radio Q. Im Wesentlichen umfassen die Aufgaben das Texten und Präsentieren von Nachrichten, den Umgang mit dem Schnittsystem „Cutmaster“ und dem Redaktionssystem „DABIS“, sowie das Produzieren von Beiträgen mittels verschiedener journalistischer Darstellungsformen. Dabei bauen die Ausbildungsinhalte aufeinander auf. Pro Woche sind die Kompaktis etwa einen halben Tag im Sender. Innerhalb der insgesamt achtwöchigen Kompaktausbildung durchlaufen die Studierenden also verschiedene Lern- und Handlungsprozesse. Die dafür notwendigen Kenntnisse bekommen sie vorbereitend in zwei Basisworkshops vermittelt. An einem kompletten Workshoptag erlernen die Teilnehmer technische Grundlagen und Kenntnisse für die Beitragsproduktion. In einem weiteren etwa dreistündigen Workshop bekommen sie Wichtiges für die Nachrichtenerstellung vermittelt. Während die ersten vier Tage weitgehend vormittags erledigt werden, sind die Kompaktauszubildenden im weiteren Verlauf flexibler und können sich ihre Zeit frei einteilen, solange sie die zu erfüllenden Aufgaben rechtzeitig bewältigen. Betreut werden sie dabei von den jeweiligen Tagesredakteuren. Betreuer und Auszubildende erhalten ein Handbuch, welches die Arbeitsabläufe und Aufgaben detailliert beschreibt. Im Anschluss an jede Sendung findet eine Feedbackrunde statt, in der die Leistung der Mitarbeiter besprochen und reflektiert wird. Hier stehen vor allem die Qualitätssicherung, das Entwicklungspotenzial und die Wertschätzung der Beiträge im Vordergrund. Enorm wichtig für das Feedback ist die strikte Trennung zwischen Person und Produkt, sowie das richtige Maß zwischen Qualitätssicherung und Entwicklungspotenzial. Den Kompaktauszubildenden wird insgesamt also nicht nur das Gefühl gegeben, an etwas Wichtigem mitzuwirken, sondern sie sind tatsächlich ein wichtiger Bestandteil für das Gesamtprodukt „Morgensendung“.

Ablaufplan Kompaktausbildung

Arbeitsbeginn: voraussichtl. Ende:

Basisworkshop		
„Technik und Beitragsproduktion“	10.00 Uhr	18.00 Uhr
Basisworkshop „Nachrichten“	15.00 Uhr	18.00 Uhr
Tag 1 Der Hörer-Rookie	07.00 Uhr	13.00 Uhr
Tag 2 Der Nachrichten-Rookie	07.00 Uhr	13.00 Uhr
Tag 3 Ein Tag als Redakteur vom Dienst	14.00 Uhr	18:30 Uhr
Tag 4 Die Umfrage	08.00 Uhr	13.00 Uhr
Tag 5 Das Kollegengespräch		frei wählbar
Tag 6 Der gebaute Beitrag		frei wählbar
Tag 7 Beitrag für eine Abendsendung		frei wählbar
Tag 8 Der Wahlpflichttag		frei wählbar

(etwa dreistündiger Workshop im Bereich Musik, Online oder PR)

Im vorbereitenden Workshop „Technik und Beitragsproduktion“ geht es zunächst einmal darum, eine gewisse Haltung gegenüber der Radioproduktion zu vermitteln. Die Teilnehmer sollen sich der Verantwortung gegenüber dem Hörer und dem Interviewten, sowie der Unterschiede in der zeitlichen Wahrnehmung und dem Radio als Just-in-time-Medium bewusst werden. Darüber hinaus erhalten die Kompaktis einen Einblick in das Audioschnittprogramm „Cutmaster“. Die wichtigsten Schnittfunktionen für die Produktion werden hier erläutert. Zudem wird vermittelt, welche Bestandteile einer Aufnahmesequenz verändert werden dürfen, ohne dass dabei die journalistisch korrekte Darstellung beeinträchtigt wird. Dieser Workshop ist nur durch eine Veranschaulichung seiner Inhalte in der Praxis und damit im Aufnahmestudio selbst sinnvoll. Grundsätzlich gilt: Nach der Erläuterung der wichtigsten Funktionen in der Theorie sprechen die Teilnehmer selbst ein und schneiden die Sequenzen, um sich in der Schnitttechnik praktisch auszuprobieren. Zusätzlich erfolgt eine Einweisung für den Umgang mit den redaktionseigenen Aufnahmegeräten. Außerdem erhalten die Mitarbeiter einen Einblick, welche verschiedenen journalistischen Darstellungsformen existieren, wie sich diese unterscheiden und für welche Zwecke diese geeignet sind. Primär liegt das Augenmerk dabei auf gebauten Beiträgen, Kollegengesprächen, sowie Reportagen und Interviews, da diese Formen am häufigsten im Radio Q-Programm vorkommen.

Dabei sind verschiedene Aspekte zu beachten. So unterscheiden sich beispielsweise die Rollen und damit auch die Sprechweisen des Redakteurs je nach Inhalt und Darstellungsform. Welche Fragetypen sind der Interviewführung dienlich? Welche Sichtweisen und Ansprechpartner sind für die Bearbeitung eines Themas relevant? Wie werden Informationen recherchiert und abgesichert? Dies sind beispielhafte Fragen, die auch innerhalb des Workshops beantwortet werden. Dies erfolgt auch hier wieder durch eine Kombination aus Theorie und Praxis. So werden bereits erstellte Radiobeiträge vorgespielt, die anhand von vorab erklärten Qualitätskriterien beurteilt werden sollen. Ein weiterer Bestandteil ist die Vermittlung der wichtigsten Regeln beim Schreiben für den Hörfunk, die im Nachrichtenworkshop nochmals praktisch vertieft werden. Zur Vorbereitung auf

die Beitragserstellung wird großer Wert darauf gelegt, dass die Teilnehmer die Notwendigkeit und den Wert der Themenfokussierung begreifen. Zum Abschluss des Workshops sollen sich die Teilnehmer ein Konzept und die Vorgehensweise für einen möglichen Beitrag überlegen und anschließend im Plenum vorstellen. Dabei geht es zum Einen um den Themenfokus: Was soll der Hörer aus dem Beitrag mitnehmen? Zum Anderen darum, mögliche Interviewpartner ausfindig zu machen sowie die Struktur und den Aufbau zu planen.

Im Nachrichtenworkshop erlernen die Kompaktis die wichtigsten Grundlagen des Nachrichtenjournalismus und sollen sich der Rolle des Nachrichtenredakteurs bewusst werden. Ihnen wird vermittelt, welche inhaltlichen Aspekte beim Schreiben einer Nachricht berücksichtigt werden müssen. Darüber hinaus soll ein Bewusstsein über Nachrichtenfaktoren geweckt werden. Bei der Frage, wann Nachrichten berichtenswert sind, spielen Kriterien wie Aktualität, Relevanz, Öffentlichkeit, Kontinuität und Originalität eine wichtige Rolle. Weiterhin erhalten die Mitarbeiter Informationen über den richtigen Aufbau und Schreibstil einer Nachricht. Diese muss sowohl hörerfreundlich als auch im Sinne der journalistischen Objektivität neutral und glaubwürdig sein. Welche Quellen und Zitate verwendet werden dürfen und wie diese einzuarbeiten sind, ist ein weiterer Inhalt des Workshops. Zusätzlich erlernen die Mitarbeiter, wie Originaltöne oder ergänzende Hintergrundinformationen in eine Nachricht einzubauen sind. Der Nachrichtenworkshop enthält Theorie- und Praxisanteile. Die Teilnehmer bekommen mithilfe von Handouts und durch mündliche Präsentation Informationen vermittelt, werden aber ebenso mit einbezogen. So erhalten die Teilnehmer bereits geschriebene Nachrichten und sollen diese nach ihrer Qualität beurteilen. Zudem werden im zweiten Teil des Workshops selbst Nachrichten recherchiert, geschrieben und eingesprochen

Mittels dieser beiden Workshops sollten die Kompaktauszubildenden gut für die anstehenden Aufgaben gerüstet sein. Trotzdem befindet sich die Kompaktausbildung in einem ständigen Prozess der Weiterentwicklung. Um dies zu garantieren, findet beispielsweise im Anschluss an die Workshops und nach der Ausbildung eine anonyme Evaluation statt, in der unter anderem die Ausbildungsqualität und die Zufriedenheit abgefragt werden. Dies wird dann bei der Ausgestaltung des zukünftigen Lehrangebots berücksichtigt. Dass die Mitarbeit beim Campusradio nicht nur die Begeisterung für das Medium Radio wecken, sondern auch einen erfolgreichen Einstieg in die Medienlandschaft gewährleisten kann, zeigen zahlreiche positive Beispiele: Stefan Fries (Eins Live), Hendrik Buhrs (HR), Daniel Fiene (Antenne Düsseldorf), Patrick Raulf (Eins Live), Maria Zimmerer (BR-Klassik), Christoph Tiemann (WDR und NDR) oder die mittlerweile acht ausgebildeten Medientrainer.

Die kompakte Struktur der Ausbildung dient der umgehenden Anwendung des Wissens, so dass die Teilnehmer in kurzer Zeit fest in die Redaktion eingebunden werden können. Das hohe Potenzial der Kompaktausbildung liegt darin, dass gleichzeitig fachliche, soziale, methodische und persönliche Kompetenzen innerhalb der Radiovermittlung gefördert werden und den Lernenden dadurch die Möglichkeit gegeben wird, sich ganzheitlich zu entwickeln. Trotzdem gibt es weder

eine Garantie noch ist es gewollt, dass jeder Mensch Lust aufs Radio bekommt. Dafür hängt es von zu vielen Faktoren und persönlichen Interessen ab. Der Erfolg, den Spaß an der Radioproduktion zu entfachen, spiegelt sich allerdings darin wieder, dass bislang etwa die Hälfte der Kompaktauszubildenden auch nach dem eigentlichen Ausbildungsprogramm beim Sender mitarbeitet. Wohlgemerkt ehrenamtlich! Am Ende hat sie es dann nämlich meistens gepackt – das Radiofieber!



Leben auf Band

Matthias Felling

Ich kann sie einfach nicht wegwerfen – diese Schuhkartons mit den alten Kassetten. Viele Mixtapes von Freunden sind handgemachte Einzelstücke, säuberlich wurde Lied für Lied notiert, und gerne wurden thematisch passende Bilder aus Zeitschriften fürs Cover ausgeschnitten. Und dann gibt es noch diese unscheinbaren unbeschrifteten Kassetten, die mir besonders ans Herz gewachsen sind. Darauf zu hören bin ich.

Mein Leben auf Band gebannt. Es gibt Aufnahmen davon, wie meine Mutter mich zu Bett bringt oder wie mein Vater mit den Nachbarn spricht. Mein Bruder hatte damals einen großen Spaß daran gefunden, Alltagsszenen mit seinem neuen Kassettenrekorder aufzunehmen. Irgendwann durfte ich mitmachen. Wir singen Quatschlieder und vertonen Sketche aus dem Ottobuch. Ein alter Rekorder stand dann auch im Keller herum, der uns für unsere Punkbands zum Proberaum wurde. Wir schrieben Lieder über Faschos, über Alkohol und den Krieg in Afghanistan (auch in den 1980er Jahren wurde dort gekämpft) und grölten die Texte in das kleine eingebaute Mikrofon. Die Tapes wurden überspielt und vorgespielt. Wir hatten der Welt etwas zu sagen!

MeKoLA!

Mit den wichtigsten Tapes im Gepäck bin ich zum Studium nach Bielefeld gezogen. Im Nachhinein betrachtet ist mir dort schnell klar geworden, dass mich rein theoretische Diskurse nicht erfüllten, sondern handlungs- und teamorientierte Auseinandersetzungen mit Kommunikation. Damals fand ich es einfach spannend, dass ich als angehender Pädagoge Videos drehen durfte und Theater spielen konnte. Irgendwann kam auch das Radio in mein Leben. Damals gab es ein Angebot an der Uni, das heute aktueller denn je scheint: „MeKoLA“ stand für Medienkompetenz in der Lehrerbildung und bot praxisorientierte Seminare für Pädagogen an. Wir haben Radioprojekte an Grundschulen durchgeführt. Dafür mussten natürlich erst alle das Radiomachen lernen. In einigen Wochenendworkshops haben wir eine Bürgerfunk-Sendung in der Radiowerkstatt des Bielefelder Jugendrings produziert. Ich erinnere mich noch gut an Dirk Rehlmeier und Barbara Wild, die das Radio so gern hatten, dass sie unsere ersten Manuskripte wieder und wieder gegengelesen haben und uns immer noch einen Hinweis geben konnten. Das waren wir nicht gewohnt. Mein erster Beitrag sollte eigentlich ein gebauter Beitrag werden über das Klo unter dem Jahnplatz – die bedeutendste öffentliche Toilette Bielefelds. Aber niemand wollte mir etwas sagen, selbst den Klofrauen war es peinlich, über ihre Arbeit zu sprechen. So kam ich zurück mit einigen dürrtönenigen O-Tönen, die schließlich zur Dekoration einer kleinen Glosse über die besondere Beziehung des Menschen zu stillen Orten an öffentlichen Plätzen genutzt wurden.

Im MeKoLA-Seminar wurden dann Konzepte erarbeitet für ein Radioprojekt an einer Bielefelder Grundschule. Wir haben Radios aus Pappe gebastelt, Ablaufpläne geschrieben und uns dann im Team vor die Klasse gestellt. Es war ein Riesenspaß! Einigen Kindern hat es so gut gefallen, dass

sie weitermachen wollten. Und weil ich mich beim Radiomachen mit Kindern so wohl gefühlt habe, habe ich auch weiter gemacht. Es entstand eine feste Kinderradio Kurzwelle-Redaktion, die sich einmal in der Woche getroffen hat und mit der ich vier Jahre lang regelmäßig Bürgerfunk-Sendungen gemacht habe. Die Radiogruppe war ein gemütlicher und zugleich spannender Ort, voll mit bunten und ernsten Themen und immer neuen Herausforderungen. Ein Ort, an dem man wachsen konnte. Über die Jahre entwickelten die Kinder eigene Radiofiguren. Roman ging als Prof. Dr. Wurzelle auf Sendung und erklärte die Welt auf seine Weise, Deniz gab als Dr. Winter die wirklich wichtigen Tipps für Pubertierende. Lebenswelt ist Medienwelt ist Lebenswelt.

Hertz 87,9

Radiomachen ist großartig! Aber Radiomachen zu ermöglichen ist (für einen Pädagogen aus Überzeugung) noch großartiger! Deshalb habe ich mein eigentliches Studium für einige Jahre mehr oder weniger ruhen lassen, um beim Projekt Campusradio in Bielefeld mitzuwirken. In der Bürgerfunkgruppe Uni-Funk formierte sich eine Gruppe von Studenten, die gemerkt haben, dass die Zeit reif war, um etwas zu bewegen und aufzubauen. Das Landesmediengesetz NRW wurde verändert und sah für Hochschulen die Möglichkeit vor, einen eigenen Sender zu betreiben. In anderen Hochschulstädten gab es erste Sender und ähnliche Initiativen.

Hertz 87,9 brauchte eine Lizenz zum Senden, wir mussten eine Frequenz finden, Sendeablaufpläne erstellen, Schulungskonzepte umsetzen, Studios bauen und Räume schaffen, in denen sich Menschen wohlfühlen und entfalten können. Kommunikation zu ermöglichen ist eine wunderbare Aufgabe.

Dieter Baacke war (bis zu seinem Tod) erster Vorsitzender des Trägervereins vom Bielefelder Campusradio. Er hat uns an der Universität viele Türen geöffnet. Das war eine wichtige Erfahrung, dass ein gestandener Professor uns radioverrückten Studierenden auf Augenhöhe begegnet ist. Er hat uns ernst genommen mit unseren Ideen, uns zu sich nach Hause eingeladen und bei Wein und Kaffee mit uns gemeinsam überlegt, welche Ausrichtung der Sender bekommen soll und – ganz wichtig – wie er uns dabei helfen kann, wichtige Geldgeber für unser Projekt zu begeistern.

Schicken Sie mal ein Signal!

Nach zwei, drei Jahren Arbeit war alles vorbereitet für den Sendestart von Hertz 87,9. Wir waren gerade damit fertig, das neue Studio einzurichten, haben einen Tisch für das Mischpult gebaut, Rechner, Mikrofone und Telefoncodecs angeschlossen und auch einen Optimod (das ist so ein technisches Gerät, dass alles nochmal lauter und schöner macht). Es fehlte nur noch der Wecker, um das Studio mit Leben zu füllen, und der erreichte mich eines Morgens ganz unvermittelt. Ein Telefonanruf: „Ich steh´ grad auf dem Telekom-Hochhaus und bau ihren Sender auf“, sprach da ein Techniker ins Telefon, „schicken sie doch mal ein Signal!“. Na klar, ein Signal. Nichts leichter als das. Ab ins Studio, die erstbeste CD eingelegt, die Regler hochgezogen und raus damit! Zurück ans Telefon. „Kommt was an?“, fragte ich den Techniker. „Ja“, sagt er, „schalten sie mal das Radio an“. Mit nervösen Fingern schalte ich das Büroradio an und drehe auf die Frequenz 87,9. Unsere Frequenz, die nach langer Koordinierung und Abstimmung dem Campusradio zuge-

teilt wurde. Und tatsächlich: Ich höre den Song „New York City“ von Keith Caputo (die CD, die zufälligerweise oben auf lag). Zwei Räume weiter läuft dieses Lied im CD-Player, von dort geht das Signal durchs Mischpult über zwei Standleitungen zum Telekom-Hochhaus, zurück geht es durch die Luft und landet wieder in der Uni. Ich höre das Lied, und alles ist anders. Denn wir haben der Welt etwas zu sagen – und nun können wir es auch!

Raum für Gestaltung

Den Sender gibt es noch heute – aber andere radiobegeisterte Menschen gestalten diesen Raum nun. Sie überlegen sich Sendekonzepte, probieren neue Formate aus, bringen Themen aus der Hochschule in die Stadt und schaffen einen Lernraum für viele Studierende. Hier geht es um Medienkompetenz in all seinen Dimensionen. Die einzelnen Studierenden erlernen das Radiohandwerk – aber in der Gemeinschaft erfahren sie sich auch als Kommunikator. Als Sender! Fernab von Quotendruck mit der Erlaubnis zum Scheitern. Wo gibt es das heute noch?

Radio kinderleicht

Damals beim Campusradio haben wir auch ein Kinderformat entwickelt: Hertz Junior. Dort haben Siebtklässler regelmäßig eine einstündige Live-Sendung mit Themen aus der Wissenschaft gemacht. Die Schüler kamen aus der Laborschule, einer reformpädagogischen Schule, die direkt neben der Uni Bielefeld liegt. Damit 13-Jährige Liveradio machen können brauchen sie einen klaren Rahmen, an dem sie sich orientieren können. Höhepunkt jeder Sendung war der Besuch eines Wissenschaftlers im Studio, der live interviewt wurde. Aber wie kann das gehen, dass die Schüler ein Gespräch mit einem gestandenen Professor so meistern können, dass auch die Hörer etwas verstehen? Wir haben ein Gerät gebaut, das ihnen dabei geholfen hat. Eine kleine graue Kiste mit einem roten Knopf drauf, den Big Buzzer. Wird auf den Knopf gedrückt, ertönt ein lautes „Hä?“ über den eingebauten Lautsprecher. Und die Kinder drücken diesen Knopf im Interview immer dann, wenn sie eine Aussage des Wissenschaftlers nicht verstanden haben. Mit dieser kleinen Kiste wurden sie zu echten Interviewprofis. Natürlich mussten die Fragen vorher gut überlegt und aufgeschrieben werden. Aber die kleine Kiste hat das Zuhören zu einem Spiel gemacht und das Nachfragen zu einem Spielzeug. Und die Machtverhältnisse wurden zugunsten der Kinder verschoben. Denn nicht die Kinder haben etwas falsch gemacht, wenn sie ein Wort nicht verstehen, sondern der Experte, wenn er zu kompliziert erklärt. Die lauten „Hä?“ hatten übrigens sehr schnell eine erzieherische Wirkung bei den Professoren, die im Verlauf des Interviews dann zunehmend versuchten, verständlicher zu sprechen.

Radiomachen macht Spaß

Medienkompetenz meint grundlegend nichts anderes als die Fähigkeit, in die Welt aktiv aneignender Weise auch alle Arten von Medien für das Kommunikations- und Handlungsrepertoire von Menschen einzusetzen.

Professor Dr. Dieter Baacke (1934 - 1999)

Eigentlich steckt in diesem Satz von Baacke der Kern dessen drin, was beim Radiomachen zu vermitteln ist: Das Radio ist ein wunderbares Mittel, um sich selbst in Beziehung zur Welt zu setzen. Dazu gehört die Bearbeitung von Themen, zu denen ich einen Zugang habe, das Sammeln von Stimmen und Geräuschen aus meinem Umfeld oder auch aus ganz neuen Welten, die Verarbeitung und Ordnung der akustischen Eindrücke und vor allem auch die Erfahrung der Kommunikation.

Senden, Empfangen, Rückkoppeln. Dieses Prinzip ist uns Menschen zumindest unbewusst vertraut – wir haben eine kommunikative Kompetenz. Wenn es also darum geht, in einer Arbeitswoche das Radiomachen zu lernen, dann heißt es nicht nur, Neues hinein zu schaufeln, sondern vor allem, sich zu Erinnern und zu Besinnen. Es ist alles da!

Man nehme:

10 Stunden: Du bist der Sender (Gelungene Kommunikation macht Spaß!).

10 Stunden: Lebenswelt wird Medienwelt (Finde Dein Thema!).

10 Stunden: Knöpfchenkunde und Radioregeln (Als Mittel zum Zweck!).

10 Stunden: Radio machen (Beiträge brauchen irgendeine Form von Öffentlichkeit!).

Oder um es kurz zu sagen: Setzt euch in Beziehung zur Welt! Kommuniziert! Kommentiert! Der Rest kommt von allein!



Das Radio – Geschichtenerzähler für kleine und große Leute

Peter Schwarz

Meine Radiosozialisation begann mit Radio Luxemburg. Dieser Sender war auf dem Küchenradio und im signalfarbenen BMW meines Vaters eingestellt. Dylan und die Stones sind an mir in dieser Zeit vorbeigegangen, geblieben sind die Erinnerungen

an den deutschen Schlager. Es war uns Kindern nicht erlaubt, Tasten zu drücken oder an den Knöpfen zu drehen, es hätte ja etwas kaputt gehen können. Diese Prägung hat sich allerdings nicht gehalten, sondern ins Gegenteil umgekehrt. Dafür war mein Opa verantwortlich, der mir sein altes Radio mit dem „magischen Auge“ schenkte. Die Suche nach dem besten Sender unterlag zunächst rein optischen Kriterien: Es wurden die Sender gesucht, bei denen das grüne Auge am stärksten leuchtete. Mit einem Filzstift habe ich mir später auf der Senderskala die Stellen markiert, an denen meine Musik gespielt wurde. Und vor diesem Radio habe ich dann auch mit meinem ersten Kassettenrekorder gegessen und die Musik mit einem Mikrofon mitgeschnitten, da es kein Audioverbindungskabel gab.

Dieses Radio ist immer noch in meinem Besitz und ich stelle an meinen Enkeln fest, dass auch hier das „magische Auge“ noch immer in seinen Bann zieht.

Heute gehöre ich zu den – anscheinend wenigen – Menschen, die regelmäßig zwischen den vor-eingestellten Sendern zappen. Ein Hochgenuss zum, Leidwesen meiner Mitfahrer ist der Sendersuchlauf, wenn ich mich mit dem Auto in fremde Regionen begeben. Eine Minute reinhören und dann weiter.

25 Jahre war ich nur Hörer und habe nie darüber nachgedacht, selber Radio zu machen. Ich wollte eigentlich Sonderschullehrer werden. Dies könnte man auch als eine Form des Radiomachens betrachten. Fünf Stunden „substlokale“ Morning-Show, man versucht, gute Stimmung und Inhalte zu verbreiten, und die Schüler hören einem, wenn überhaupt, nur nebenbei zu.

1985 startete in Dortmund eines von insgesamt bundesweit vier durchgeführten Kabelpilotprojekten. Ich wurde als Kommunikationshelfer eingestellt, um den Dortmundern Bürgern unter die Arme zu greifen, wenn sie selber Programm für den Offenen Kanal produzieren wollten. Die goldene Regel lautete, selbst nicht in Wort und Bild medial zu erscheinen. Das Studium der Lernbehinderung und Verhaltensgestörtenpädagogik brachte das dafür notwendige Fachwissen und die erforderliche Empathie, Menschen zu helfen Hemmnisse vor Kamera und Mikrofon abzubauen. So habe ich u. a. Frauen des Hausfrauenbundes unter Verzicht auf deren Ehemännern, die sie eigentlich an die Technik setzen und stellen wollten, bei der Produktion von „Schnuddeln am Herd“, einem Prototyp der Kochtalksendung im deutschen Fernsehen, unterstützt.

Die Arbeit als Kommunikationshelfer brachte die Grundeinstellung, jeden Menschen mit seinem Thema ernst zu nehmen, professionelle Distanz zu wahren und mit ihm die Geschichte in und hinter sich zu suchen und zu finden.

Durch diverse private Umzüge hatte ich gelernt, wie Stereoanlagen zu verkabeln sind. Das hat mir dann bei der Planung von Sende- und Produktionstechnik für Bürgersender und bei meiner späteren journalistischen Arbeit geholfen. Das technische Grundverständnis und die Tatsache, einen Beitrag handwerklich selber gemacht zu haben, sind hilfreich, wenn man sich über die Gestaltung eines Beitrages Gedanken macht.

Als Kommunikationshelfer fand ich mich dann auf einmal in einem Radiostudio des Westdeutschen Rundfunks hinter den Schieberegeln wieder und habe Bürger bei ihren Radioproduktionen betreut. Das nannte sich Offener Kanal Hörfunk und wurde nur über Kabel verbreitet. Es gab unter uns Mitarbeitern niemanden, der den Hörfunk betreuen wollte.

Es liegt in der Natur der Offenen Kanäle, dass man nicht an allem Inhaltlichen Gefallen findet, was man dort zu hören bekommt. Ich habe mich auf das Abmischen und den Schnitt konzentriert. Ab und an gab es aber wirklich spannende Geschichten. Für mich war dies immer dann der Fall, wenn es um die Erlebnisse von Bergleuten und Stahlarbeitern ging. Sie haben mich mit in ihre Arbeitswelt entführt und ich konnte mir schon vor meiner ersten Grubenfahrt ein Bild über die Arbeit im Streb und die Temperaturen am Hochofen machen. Die besten Geschichtenerzähler hatten in der Regel leider einen aus meiner Sicht schlechten Musikgeschmack.

Berufsbedingt bin ich oft spätabends erst mit dem Auto nach Hause gefahren. Durch einen Zufall sind meine Ohren auf die ideale Kombination von Geschichtenerzählen und Musik gestoßen: Alan Bangs (übrigens wieder auf DRadio Wissen zu hören). Das war Radio mit Emotionen, wenn er die Verbindung zwischen Musik, den Informationen zu den Künstlern und seiner Gefühlswelt hergestellt hat. Ich bin oft im Auto sitzen geblieben und habe mir das Tagesabschlussbier mit Alan Bangs geteilt.

Mit 35 Jahren wurde ich vor das Radiomikrofon „getraut“. Im Rahmen meines Journalistikstudiums durfte ich beim Westdeutschen Rundfunk volontieren. In der zweiten Woche stand ein Reportagekurs auf dem Programm. Mir wurde die Aufgabe zugeteilt, über das Treiben am Kölner Busbahnhof Breslauer Platz zu berichten. Hier war allerdings „tote Hose“. Kein Bus, keine Menschen, keine Hektik, nahezu ruhig. Der krasse Gegensatz zum Kölner Hauptbahnhof, der sich in direkter Nachbarschaft befindet. Ich konnte das nicht in Worte fassen, und Sprachlosigkeit zeichnet einen angehenden Radioreporter nicht wirklich aus. Ohne O-Töne, ohne Atmo und ohne eine Geschichte kehrte ich ins Seminar zurück, und der Zeitpunkt rückte immer näher, an dem ich meine Reportage vorspielen sollte. Zweidreißig Atmo eines Ortes der erlebten Stille, ein Sendeloch. Ich sah nur noch die Alternativen: spontane Krankmeldung oder defektes Gerät. Zum Glück habe ich mich für Ehrlichkeit entschieden. Das wurde belohnt, es gab kein Gelächter. Der Teamer ließ es aber nicht auf sich beruhen. Er reihte Frage an Frage und ließ mir Raum für die Schilderung meiner Eindrücke und Erlebnisse. Am Ende bekam ich ein Lob für meine erste Reportage, die wir aber leider nicht mitgeschnitten haben.

Das war eines meiner Radioschlüsselerlebnisse. Die über die Jahre gesammelten Erfahrungen fließen in meine heutige Tätigkeit für den Bürgerfunk bei der Landesmedienanstalt in Nordrhein-Westfalen und bei der Betreuung von Schul- und Radioprojekten ein. Radiohandwerk lässt sich

lernen, es gehört nicht nur Talent dazu. Neugier, Zuhören und ein technisches Grundverständnis sind meines Erachtens wichtig und der Wunsch, Geschichten erzählen zu wollen. Das Schöne am Radio ist, dass man selbst die eigene Geschichte auch andere erzählen lassen kann, wenn die eigene Stimme nicht trägt.

Ob diese Fertigkeiten auch zukünftig für das Radiomachen erforderlich sind, wage ich manchmal zu bezweifeln. Ich würde es mir aber sehr wünschen. Ich habe immer nur für Einschaltprogramme und Nischen im Radio gearbeitet: Bürgerfunk, die Mitmachsendungen bei Carmen Thomas und den Kinderfunk. Hier gab es noch den Raum für unterschiedlichste Geschichten. Der Anteil des journalistisch geprägten Hörfunks geht immer weiter zurück, die von mir favorisierten Formen, wie die Reportagen und das Feature, sind selten im Programm zu hören. Die Sender leben von den Stimmen und Inhalte scheinen nicht immer wirklich von Bedeutung zu sein.

Das habe ich natürlich im Hinterkopf, wenn ich heute mit Kindern und Jugendlichen Radio mache oder Medientrainer und Medientrainerinnen für die Radioarbeit im Rahmen des nordrhein-westfälischen Bürgerfunks qualifiziere. Sie hören – wenn sie es denn überhaupt noch tun – ein anderes Radio, als das Radio, für das wir sie ausbilden. Umfragen und gebaute Beiträge sind die Ausnahmen beim Lokalfunk und den Jugendwellen. Ich versuche, für sie das Radio zu „entpocherisieren“. Reden nur um des Reden willens und flache, vermeintlich coole Sprüche, stehen nicht auf dem Lehrplan. Aber der Raum dafür ist in den Schulungen ausreichend gegeben. Jeder der will, darf sich ans Mikrofon setzen und sich ausprobieren. Der Reiz einfach nur drauf los zu quatschen, geht schnell verloren und die Grenze zwischen guter Comedy und einem schlechten Witz – es sei denn, er ist Methode – wird spätestens erkannt, wenn selbst die Freunde nicht mehr zuhören.

Ich habe das Radio lieben gelernt, ohne dass ich es lieben lernen wollte. Aus kleinen Versatzstücken hat sich mir über Jahre dieses Medium erschlossen. Und so versuche ich diesen vielfältigen Zugang zum Radio in meinen Kursen zu ermöglichen, sei es über die Technik, die Neugier, das Erzählen wollen oder die Geschichten.

Zum Schluss noch Werbung in eigener Sache: Die Hürden, um den Schritt vom Hören zum Machen zu machen, sind nicht mehr sehr hoch wie zu meiner Kindheit und Jugend. Es gibt heute viele Möglichkeiten, insbesondere über den Bürgerfunk und die Schul- und Jugendradioprojekte, selber Radio zu machen. Eröffnen sie Kindern und Jugendlichen die Chance, sich im Radio auszuprobieren. Denn auch das Radio der Zukunft braucht Macherinnen und Macher, die es mit Kopf, Bauch und Herz betreiben.

Autor/-innen:

Hans Paukens: studierte nach der Ausbildung zum Industriekaufmann Erziehungswissenschaften, Psychologie und Medienwissenschaft. Er arbeitete als Abteilungsleiter an einer Volkshochschule, bis er ins Grimme-Institut wechselte. Als Projektleiter von Forschungsprojekten beschäftigte er sich mit Medienrecht, Medienverbund, Bildungsfernsehen, Medienpädagogik, Fort- und Weiterbildung, Lokalfunk, Bürgermedien und Programmentwicklung. Freiberuflich arbeitete er für den WDR, den SWR und den Bayerischen Rundfunk sowie in der Journalistenaus- und -fortbildung. 1995 übernahm er die Leitung und die Geschäftsführung des Grimme-Instituts, bevor er als Direktor und Geschäftsführer zur Deutschen Hörfunkakademie wechselte. 2009 gründete er mit Ursula Wienken die MedienQualifizierung GmbH – Akademie für Hörfunk und Medien, deren geschäftsführender Gesellschafter er ist. Zudem ist er Lehrbeauftragter und Dozent an der Hamburg Media School. Publiziert hat er u. a. zu den Themen: Bildungsfernsehen und Medienverbund, Bürgerradio und Lokalfunk, Medien- und Programmentwicklung, Digitales Fernsehen und Pay-TV, Journalistenaus- und -fortbildung.

Ursula Wienken: ist seit 2009 geschäftsführende Gesellschafterin der MedienQualifizierung GmbH – Akademie für Hörfunk und Medien. Zuvor war sie stellvertretende Direktorin der Deutschen Hörfunkakademie. Sie ist nicht nur Fachfrau für Fragen der Aus- und Weiterbildung, sondern verfügt auch über ein profundes journalistisches Know-how. Ihr beruflicher Hintergrund verschaffte ihr einen umfassenden Einblick in Funktionsweisen und Praxis der Medien. Als Trainerin sind ihre Themen die Kompetenzentwicklung bei Mitarbeitern/-innen, Qualitätsmanagement Medien, Aircheck und Feedback sowie als Diplom-Germanistin die Themen Sprache und Kommunikation in den Medien. Sie ist auch für andere Weiterbildungseinrichtungen und an Hochschulen tätig (Universität Dortmund, Hamburg Media School).

Klaus Klenke: studierte Soziologie, Publizistik, Psychologie und Sozialpsychologie in Münster und Bochum. Er arbeitete zunächst als freier Zeitungs- und Radiojournalist (WAZ, WR, WDR), dann als Moderator von Hörfunk- und Fernsehsendungen („Hörer machen Programm“, „Radiothek“, „Aktuelle Stunde“, „Puzzle“ u. a.) Von seiner journalistischen Tätigkeit wechselte er ins Management: Chef vom Dienst Politik WDR, Regionalisierungsbeauftragter Hörfunk, Leiter Aktuelles Fernsehen Landesprogramme, stellv. Chefredakteur WDR, Leiter WDR-Unternehmensplanung, Programmdirektor und Geschäftsführer „radio NRW“, Programmdirektor VOX, Geschäftsführer des Europäischen Zentrums für Medienkompetenz, Staatssekretär Medien, Staatskanzlei Düsseldorf, Regierungssprecher der Landesregierung NRW, Medienberater, ProgisMedien Oberhausen, Vorsitzender des Medienrates NRW.

Als Geschäftsführer und Gesellschafter der carus media GmbH, Köln berät und coacht er Einzelpersonen aus Industrie, Medien und Medizin. U. a. ist er als Dozent an Hochschulen und Journalistenakademien tätig.

Gerald Baars: geboren in Wolfenbüttel, Studium der Raumplanung mit dem Abschluss Dipl. Ingenieur der Raumplanung.

1976 begann er ein Volontariat beim WDR und arbeitete dann als Reporter und Redakteur bei der Fernsehsendung „Hier und Heute“. Als Redakteur der Hörfunk-Programmgruppe Kommentare und Feature hatte er den Schwerpunkt Außen- und Entwicklungspolitik. 1984 wurde er Leiter des Lokalfernsehens im Kabelpilotprojekt Dortmund und anschließend Leiter von WDR Radio Dortmund. 1988 erhielt er den Adolf Grimme-Preis für die erste deutsch-sowjetische Fernsehbrücke „Jugend im Gespräch“ zwischen Dortmund und Rostow am Don.

Wiederholte Reisekorrespondententätigkeit in Namibia, Zimbabwe, Kenia, Somalia und Polen. Er erfand Eins Live und war ab Start der Wellenchef. 1998 wurde er stellvertretender Hörfunkdirektor des WDR und 2000 Studiuleiter des ARD-Studios New York. Ab dem 1.4.2006 „back home“ als Leiter des WDR-Studios Dortmund.

Matthias Wegener: geboren, kurz nach dem „Wunder von Bern“, am 21. August 1954 in Bochum. Aufgewachsen im walddreichen Iserlohn, zur Schule gegangen im benachbarten Hemer. 1973 gegen alle Wahrscheinlichkeit das Abitur bestanden. Zwei Jahre Bundeswehr als Sanitäter in Hamm, Osnabrück, München und Hannover. Bis 1976 Soziologie in Frankfurt/Main, dann Journalistik und Politik im neugegründeten Modellstudiengang an der Uni Dortmund. 1978/1979 Volontärpraktikum – ins Studium eingelagert – bei der NRZ in Duisburg und Essen (elf Monate) sowie beim WDR in Essen (drei Monate), 1982 Diplom, zwei Jahre freiberuflich in der von Absolventen des Studiengangs Journalistik gegründeten Ruhr Agentur Dortmund, von 1984 bis 1987 Redakteur bei Echo West im Landesstudio Dortmund, 1987 bis 1990 Redakteur im Studio Wuppertal bei Radio Bergisch Land und seit 1990 im Kinderradio des WDR Köln. Dort kümmert er sich inzwischen u. a. um das Projekt „Lilipuz macht Schule“, betreut gelegentlich Features und Hörspiele, ist zuständig für die Gedichte in der Bärenbude, kümmert sich um „Habakuk – Kirche für Kinder“, koordiniert für den WDR die ARD-Radionacht für Kinder und produziert hin und wieder eigene Stücke, wie zuletzt ein Feature über Herman van Veen. Beteiligt ist er im WDR auch an der Arbeitsgruppe Medienpädagogik und ab und zu beteiligt er sich an Radioworkshops für Kinder und Familien. Er ist verheiratet, Vater von zwei erwachsenen Kindern und zwei Hunden, die nie erwachsen werden, tanzt gerne, spielt Gitarre, besteigt Berge, kurvt mit dem Rennrad durchs Bergische Land und geht regelmäßig in die Evangelische Kirche.

Ina Tenz: wurde in Wildeshausen/Oldenburg geboren. Nach dem Abitur verbrachte sie eineinhalb Jahre in Australien, Neuseeland und den USA.

Ein Praktikum in der englischen Nachrichtenredaktion der Deutschen Welle TV in Berlin schloss sich an. Als freie Mitarbeiterin arbeitete sie für Rias 2 und 94.3 rs 2. Nach einem Studium der Anglistik, Journalistik und Psychologie an der FU in Berlin wechselte sie zu Energy 103,4 Berlin, wo sie auch volantierte. Es folgte die Redaktion und Moderation der Morningshow bei Energy. Nach einem kurzen Ausflug in die Fernsehproduktion übernahm sie 1995 die Leitung der On Air-Pro-

motion bei RTL-Radio in Luxemburg. Diese Funktion übernahm sie dann auch bei ffn, und bevor sie in die Programmdirektion des niedersächsischen Senders zurückkehrte, leitete sie zwei Jahre als Programmdirektorin Energy 93,3 in München. Seit 2004 ist sie Programmdirektorin bei radio ffn.

Martin Kunze: seine Radiokarriere begann er 1987 mit einem Volontariat bei Studio GONG in der Redaktion von Radio Donauspitz in Regensburg. Nach Beendigung seiner Hörfunkausbildung nahm er zunächst als Jungredakteur seine Tätigkeit bei ANTENNE Bayern auf. In seiner insgesamt achtjährigen Senderzugehörigkeit übernahm er dann die Planung von Traffic & Continuity, wurde Bayernchef und später stellv. Chefredakteur des Senders. 1997 wechselte er als Assistent der Programmdirektion nach Nordrhein-Westfalen zu radio NRW und übernahm Anfang 1998 die stellv. Programmdirektion. Im Sommer 2000 wurde er zudem Prokurist des Oberhausener Rahmenprogramm-anbieters. Anfang 2011 wurde der 44-Jährige zum Programmdirektor von radio NRW ernannt. Zu seinen Aufgaben gehören die Leitung der redaktionellen Abteilungen des Senders sowie die Programmplanung, Leitung von Redaktionskonferenzen und Airchecks sowie die Mitarbeit in verschiedenen Gremien des NRW-Lokalfunks. Darüber hinaus ist Martin Kunze Vorstandsmitglied der Aktion Lichtblicke e. V.

Andreas Heine: nach dem Studium der Geschichte und Politologie in Deutschland und Spanien gehörte er zu den ersten Volontären im lokalen Hörfunk in NRW. In den Radiosendern Radio Lippe, Radio Herford und Radio MK sammelte er Erfahrungen auf allen Hierarchieebenen eines Radiosenders. 15 Jahre lang leitete er als Chefredakteur Radio MK und führte den Sender 2010 zur Spitze der erfolgreichsten Lokalradios in NRW. Für den Westfälischen Anzeiger baute er die trimediale Jugendmarke YOURZZ.FM auf und leitete den Radiobereich als Programmchef. Gleichzeitig war er lange Jahre als Berater der Bundeszentrale für politische Bildung für den Hörfunk tätig und arbeitete als Dozent im Bereich Medienmanagement an der privaten Hochschule BiTS in Iserlohn. 2011 verließ er den Journalismus und wechselte zu KIRCHHOFF Automotive. Als Leiter Kommunikation und Marketing verantwortet er jetzt die weltweite Unternehmenskommunikation des Iserlohner Automobilzulieferers, der zur Zeit 28 Werke in zwölf Ländern betreibt.

Birand Bingül: ist seit dem 1. November 2010 stellvertretender Unternehmenssprecher des Westdeutschen Rundfunks (WDR) in Köln. Er ist mitverantwortlich für die Kommunikation mit Medien und Mitarbeitern. Er war zuvor als Redaktionsleiter des Integrationsmagazins „Cosmo TV“ im WDR-Fernsehen tätig und als Tagesthemen-Kommentator. Außerdem arbeitete er als Inlandskorrespondent für „Tagesschau“ und „Tagesthemen“ in der ARD.

Birand Bingül wurde 1974 in Wickede-Wimbern im Kreis Soest (NRW) geboren. Mit 17 begann er, für eine Lokalzeitung zu schreiben. Seitdem arbeitete er für verschiedene Print- und elektronische Medien. An der Universität Dortmund schloss er das Journalistik-Studium, Nebenfach Amerikanistik, ab. Er volontierte 1996/97 beim WDR. Von 1999 bis Ende 2004 moderierte er das Morgen-

magazin „Cosmo“ im WDR „Funkhaus Europa“. Er arbeitete auch als Autor und Reporter im WDR-Hörfunk, in 2003 auch als Autor für das ARD-Magazin „Monitor“. Bingül hat seit 2000 zahlreiche Veranstaltungen und Diskussionsrunden moderiert. Birand Bingül war u. a. Stipendiat der Studienstiftung des deutschen Volkes und der Bucerius Summer School.

Im Mai 2011 erschien Birand Bingüls zweiter Roman „Der Hodscha und die Piepenkötter“ im Rowohlt-Verlag. Neun Jahre zuvor war mit „Ping.Pong“ sein erster Roman erschienen. Es folgten 2005 als Co-Herausgeber (mit Aysegül Acevit) die Geschichtensammlung „Was lebst Du?“ Im Oktober 2008 erschien sein Sachbuch „Kein Vaterland, nirgends“.

Sabine Heinrich: ist Radiomoderatorin bei Eins Live, der jungen Welle vom WDR. Ihren ersten journalistischen Auftrag bekam sie mit 15 und hat über die Eröffnung eines Spielplatzes geschrieben. Nach freier Mitarbeit bei diversen Tageszeitungen und Radiostationen absolvierte sie Ende 2000 das Volontariat bei Antenne Unna und ging dann als Moderatorin zum WDR und zum HR. Beim WDR moderiert sie vormittags das Magazin „Eins Live mit Frau Heinrich“.

2006 sammelte sie im WDR erste Fernseherfahrungen mit der Sendung „Schorn und Heinrich“. 2010 moderierte sie im Ersten und bei Pro7 den Vorentscheid zum Eurovision Songcontest „Unser Star für Oslo“, sowie die Verleihung des Musikpreises „Echo 2010“ in der ARD. Gleichzeitig begann sie als Außenreporterin für die WDR-Sendung „Zimmer frei“ und für das ARD „Morgenmagazin“. Sabine Heinrich moderierte 2010 die Kultursendung „1weiter“ bei Einsfestival und 2011 erneut den ESC-Vorentscheid „Unser Song für Deutschland“.

Thomas Bug: moderiert seit März 2008 im WDR die „Aktuelle Stunde“ und hat mit „Die Besten im Westen“ seine eigene Ranking-Show. Er traf bis Sommer 2009 für die WDR-Sendung „West.Art“ und für EinsFestival viele Prominente zu Gesprächen auf seinen roten Klappstühlen. Thomas Bug war davor für das ARD-Morgenmagazin als Autor und Ü-Wagen-Reporter im Einsatz, kochte bei der Fußball-WM in Deutschland für die „Aktuelle Stunde“ seine Anarcho-Rezepte und arbeitet seit Jahren auch hinter den Kulissen für verschiedene Formate. Und Bug war Teil der erfolgreichsten Fernsehsendung der letzten Jahre. In Staffel eins und zwei der RTL-Castingshow „Deutschland sucht den Superstar“ entschied er über junge Gesangskarrieren.

Das erste Mal saß der Pfälzer als 15-Jähriger hinter einem Radiomikrofon. Seitdem ist Bug auf Sendung. Auch während seiner Ausbildung zum Fotografen. Nach einem Jahr in diesem Job hat er sich dann endgültig für das Radio entschieden. Er absolvierte ein Volontariat bei Radio Schleswig-Holstein in Kiel und Hamburg. Dann folgten die Stationen NDR, Radio EINS, HR3, FFH und WDR. Bug begleitete 1994 den Sendestart von N-JOY und war ein Jahr später von Beginn an bei Eins Live dabei. Das junge Radio des WDR zählt zu den erfolgreichsten Programmen Europas. In den elf Jahren als Moderator bei Eins Live wurde aus Thomas Bug bei den Hörern einfach nur „Der Bug“. 2007 zog er innerhalb des WDR weiter und moderierte bis März 2008 bei WDR 2 die Personality-Sendung „Bug am Samstag“. Seine 2001 gegründete derBUG* Medienagentur arbeitet bundesweit für alle Bereiche im Hörfunk.

Andreas Bursche: ist Moderator, Journalist und Moderatorentainer mit Wahlheimat Köln. 13 Jahre Berufserfahrung in den unterschiedlichsten Bereichen machten ihn zu einem Radiomacher, der zu viel gesehen und gehört hat, um es weiter so zu machen, wie alle es machen. Ob am Mikrofon oder beim Coaching.

Andreas Bursche hat seine Ausbildung zum Moderatorentainer an der Deutschen Hörfunkakademie in Oberhausen absolviert und deutschlandweit zahlreiche Seminare geleitet. Beim Hessischen Rundfunk (HR YOU FM) arbeitete er obendrauf für das Qualitätsmanagement. In seinen Seminaren und Coachings stehen Individualität und Praxis an erster Stelle. Seine eigene Begeisterung für das Radio ist Ansporn und Motivation für seine Teilnehmer/-innen. Und er setzt auf mehr Eigenverantwortung eines jeden Mitarbeiters. Aktuell moderiert er bei WDR Eins Live die Morgensendung und ist Inhaber des Kreativ- und Coaching Büros Medienfische.

Stephan Niemand: nach der Schulausbildung schloss sich eine kaufmännische Berufsausbildung zum Industriekaufmann an. Im Studium orientierte er sich zunächst in Richtung Pädagogik und wechselte dann zur Fachrichtung Kommunikationswissenschaft. Nach dem Bachelor of Arts sollte es mit dem Master weitergehen. Ein weiterer wichtiger Baustein seiner beruflichen Entwicklung war die Ausbildung zum NRW-Medientrainer im Bereich Hörfunk bei der Landesanstalt für Medien Nordrhein Westfalen (LfM).

Als Medientrainer gibt er Zertifikationskurse für Bürgerfunker. Weiterhin arbeitet er als Redaktionsleiter des Sportmagazins Top Sport bei open.web.tv.

Seinen Einstieg ins Mediengeschäft fand er über ein zweimonatiges Praktikum bei Antenne Unna sowie über die achtwöchige Kompaktausbildung beim Campusradio Radio Q. Von da an war er ehrenamtlich als Redakteur, Moderator und später 20 Monate als Vorstandsvorsitzender für Radio Q tätig. Zudem hat er bei open.web.tv eine einmonatige Fortbildung „Crossmedia-Journalismus“ und ein sechsmonatiges studienbegleitendes Praktikum absolviert.

Matthias Felling: arbeitet als freier Medienpädagoge, Autor und Journalist. Geboren wurde er in Beckum (Westfalen). Bevor er Medienpädagogik an der Universität Bielefeld studierte, absolvierte er seinen Zivildienst in der Altenpflege. Schon während seines Studiums arbeitete er als Honorarkraft beim Bielefelder Jugendring. Es folgte der Aufbau des Campusradio Hertz 87,9. Als Vorstandsmitglied und Ausbildungsleiter entwickelte er u. a. die Konzeption des Kinderradioformats „Hertz-Junior“. Ausgezeichnet wurde diese Sendung u. a. mit dem Dieter Baacke Preis 2000. Nach dem Studium arbeitete er als freier Hörfunkjournalist u. a. für WDR 5 und den Deutschlandfunk. Neben seiner journalistischen Tätigkeit verfolgte er konsequent seine Arbeit als Medienpädagoge. Er leitete bei der LAG Lokale Medienarbeit NRW e. V. von 2003 bis 2006 die Projekte „Jugend macht Radio-Wettbewerb NRW“, „Netzwerk Jugendradio NRW“, „GenMedia Ruhr – generationenübergreifende Medienarbeit“ und „Funkreif – NRW-Radiowettbewerb für die Generation 50plus“.

Aktuell arbeitet er als Trainer für Multiplikatorenschulungen an Schulen, Kindergärten, Einrichtungen der Jugendarbeit, Familienberatungsstellen, u. a. für die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), klicksafe, das Grimme-Institut, die Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz (AJS) Landesstelle NRW oder die Aktion Jugendschutz Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg.

Zudem ist er Medientrainer (Ausbilder) Hörfunk & TV, anerkannt von der LfM, arbeitet als Referent bei medienpädagogischen Elternabenden in Kindergärten, Grundschulen und weiterführenden Schulen, u. a. für die Initiative Eltern+Medien NRW sowie als Redakteur der Internetportale www.handysektor.de und www.medienkompetenzportal-nrw.de.

Für ihn spielt aber immer auch die Qualität und die Qualitätsentwicklung der Radioarbeit eine besondere Rolle und so ist er auch Gutachter beim Qualitätsmanagement Bürgermedien der MedienQualifizierung GmbH.

Peter Schwarz: Seine Medienkarriere begann er parallel zum Studium: Als Kameramann bei der Schwerpunktausbildung Skilaufen, da sich anderes niemand fand, der bei dem damaligen Stand und Gewicht der Standard1-Videotechnik mit einer Dieselausbatterie als Akku im Rucksack durchs Gelände fahren wollte. Sein Talent, mit modernster Medientechnik umzugehen, machte sich dann das Medienzentrum der Universität zu nutze, in dem es ihn zur Überbrückung der Wartezeit auf das Referendariat als Putzer für die in Hörsälen aufgehängten Monitore einstellte.

Ab 1983 betreute er eine bundesweit einzigartige Vätervideogruppe, die im Dortmunder Norden die erste Form interaktiver Videos entwickelte. 1985 startete in Dortmund das Kabelpilotprojekt und auf Grund seines spezifischen Zugangs zu Fernsehen und Fernsehern wurde er als Kommunikationsshelfer eingestellt. 1991 ging er als Aufbauhelfer für Bürgermedien nach Hessen. 1992 begann er parallel zum Studium der Journalistik und dem Besitz einer Dauerkarte für die Südtribüne eine zweijährige Karriere als Hausmann. Das Grundstudium wurde in Anlehnung an die typischen drei K's (Kinder, Küche, Kurzvormkollaps) erfolgreich abgeschlossen. 1994 durfte er dann beim Westdeutschen Rundfunk im Rahmen des Studiums volontieren.

Elf Jahre harte Reporterschule für „lilipuz“, dem Kinderrundfunk des WDR, brauchte es, bis er 2006 für seine Reportage über das Reitenlernen mit dem „Silbernen Pferd“ ausgezeichnet wurde.

Heute ist er Referent bei der LfM und Koordinator der LfM-Arbeitsgruppe „Aus- und Weiterbildung in Medienberufen“. Den in diesen Tagen von der LfM zugelassenen Lehr- und Lernsender hat der Diplom-Journalist 1996 gemeinsam mit Prof. Ulrich Pätzold in der Hinterhofgarage seines Büros als freier Journalist in der Dortmunder Nordstadt auf den Weg gebracht. Ein Erfolgsmodell, wirtschaftlich nicht mit dem von Bill Gates vergleichbar, obwohl es vielen Menschen das Tor zum Fernsehen ermöglicht.

Erläuterungen:

AC-orientierte Musik (S. 49)

AC = (engl.) Adult Contemporary, beschreibt eine der gängigen Musikfarben im Radio. Es handelt sich um melodische Pop- und Rockmusik der letzten Jahrzehnte bis heute und spricht die Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen an. Etwa 60 Prozent der deutschen Radiosender spielen diese Musikfarbe. AC-Formate reichen von Hot-AC über Oldie based AC, Current based AC bis hin zu soft AC.

Aircheck / Air-Check (S. 60)

Mitschnitt einer Radiosendung bzw. eines Teils einer Sendung, um diese nach der Ausstrahlung mit dem Moderator/der Moderatorin und/oder den Autoren zu besprechen. Airchecks dienen der kontinuierlichen Verbesserung des Programms und der Entwicklung der Potenziale der Moderator/-innen oder Autor/-innen.

Benchmark (S. 47)

Engl. Höhenmarkierung. Das Ziel von Benchmarking ist die Verbesserung der eigenen Marktstellung, in dem man sich am Besten in der Branche orientiert. Vergleichskriterien sind u. a. Umsatz, Kosten, Inhalte, Qualität, Reichweiten.

Im Radio wird dieser Begriff darüber hinaus im technischen als auch inhaltlichen Kontext verwendet, wenn Marken, bzw. Kennzeichen im Programm gesetzt werden sollen.

Cliff-Hanger (S. 28)

Spannungsaufbau am Ende eines Beitrags/Sendung, um den Hörer zu fesseln. Er soll das Gefühl/Verlangen bekommen, den Fortlauf der Geschichte bzw. die nächste Folge nicht verpassen zu dürfen.

Crossmedial (S. 57)

Der Begriff beschreibt, dass ein und derselbe Inhalt durch Text, Bild, Bewegtbild und Ton aufbereitet wird, um dann im Radio, Fernsehen und Internet verbreitet werden zu können. Dabei müssen die Anforderungen und Besonderheit des jeweiligen Mediums berücksichtigt werden.

CvD (S. 59)

Der Chef vom Dienst (CvD) ist in einer Redaktion für das aktuelle Programm verantwortlich; er koordiniert die Aufgabe und nimmt die Beiträge ab bevor sie auf Sendung gehen.

Donut (S. 24)

Bezeichnung nicht nur ein amerikanisches Gebäcks, sondern im Radio wird damit ein Verpackungselement bezeichnet. In der Regel ist der Anfang und das Ende mit einem Stück Gesang, z. B. der Name der Station. In der Mitte des donut läuft instrumentale Musik, über die gesprochen werden kann.

Drop in (S. 24)

Ist ein kurzes produziertes Wortelement. Es wird eingesetzt zur Identifikation bzw. zur Imagebildung eines Senders. Der drop in sollte immer in Verbindung mit einem anderen Soundelement stehen. Es gibt verschieden Arten von drop ins, von Prominenten gesprochen oder auch von den Hörern gesprochene, wie z. B. Grüße.

Durchformatierung (S. 49)

Das Format eines Radioprogramms wird durch eine Reihe von Programmelementen bestimmt: den Inhalt und die Art und Weise der Vermittlung, Anteil und Art der Moderation, die Musikfarbe (siehe AC und EHR) eines Programms und dessen Reihenfolge, Platzierung der Beiträge, der Nachrichten, des Wetters. Durch eine konsequente Formatierung in jeder Stunde und über den gesamten Sendetag soll der Hörer „sein“ Programm sofort erkennen können.

Durchhörbarkeit (S. 28)

☛ siehe Durchformatierung

EHR-Format (S. 46)

European Hit Radio(-Format) ist eine Subkategorie des CHR Formats (Contemporary Hit Radio) und bedeutet eine in der Regel auf europäische Tophits beschränkte Musikliste. Die Titel stammen aus den aktuellen Charts und beinhalten u. a. auch in Deutsch, Italienisch und Französisch gesungene Musikstücke.

Feature (S. 17)

Ein Feature für das Radio ist eine mit vielen Facetten erzählte Geschichte, in der möglichst viele unterschiedliche Darstellungsformen und Effekte verwendet werden. Es ist eine Kombination aus Stimmen, Worten, Geräuschen, Musik (und Stille). Es gilt als die hohe Kunst des Radiomachens.

Formatradio (S. 52)

☛ siehe Durchhörbarkeit

Hookpromo (S. 51)

Hook, engl. der Haken. Im Kontext Radio „Ohrwurm“. Ein oder mehrere Ausschnitte eines Titels zusammengeschnitten um beim Hörer die Vorfreude auf das folgende Musikprogramm zu wecken. Damit wird die Musikfarbe eines Radiosenders beworben.

Jingle (S. 23)

Engl. Klimpern, Bimmeln. Ein akustisches Sender-/Sendungslogo, das wie Werbung wirken soll. Besteht aus einer kurzen „knackigen“ Botschaft und steigert die Imagebildung des sowie die Identifikation mit dem Sender. Hat großen Wiedererkennungswert. Wird häufig zwischen zwei Musikstücken eingesetzt.

Kill-date (S. 24)

Zeitpunkt, ab dem ein Programmelement, z. B. eine Terminankündigung, nicht mehr gesendet werden soll und aus dem Programm genommen wird.

Linercard (S. 47)

Stichwortsammlung mit den wichtigsten Hinweisen zum Sender, die von den Moderatoren gelesen werden.

Media Analyse Radio (S. 13)

Zwei Mal im Jahr stattfindende große Radio-Marktforschungsstudie, die von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse durchgeführt wird. Mitglieder der ag.ma Hörfunk sind u. a. die Werbevermarkter im Hörfunk wie ARD-Werbung Sales & Services, RMS – Radio Marketing Service. Die M. A. Radio ist wichtigste Erhebung über die Senderreichweite. Die Ergebnisse sind Grundlage für die Berechnung des Tausenderkontaktpreises (TKP), der Werbepreise.

On Air-Design (S. 60)

Die grundlegenden Vorgaben für die Ausgestaltung des Radioprogramms. Ziel ist es ein eindeutiges Image und hoher Wiedererkennungswert.

On Air-Promotion (S. 47)

Sind alle Maßnahmen des Senders, die er zur Eigenwerbung in seinem Programm platziert. Klassisch werden diese Maßnahmen kurz vor den Media Analysen Radio I+II besonders intensiv durch Gewinnspiele umgesetzt.

Optimod (S. 28)

Soundbearbeitungssystem (generischer Markenname)

Rahmenprogramm (S. 9)

Auch Mantelprogramm. Es handelt sich um zugeliefertes Programm wie z. B. Musik, Servicemeldungen und Nachrichten an Sender, die nicht rund um die Uhr eigenproduziertes Programm ausstrahlen. In den 44 nordrhein-westfälischen Lokalfunksendern wird das Angebot von „radio NRW“ aufgeschaltet.

Ramp-Talk (S. 21)

Der Moderator nutzt den Anfang (Intro) bzw. das Ende (Outro) eines Musiktitels (ohne Gesang), um darüber zu sprechen.

SFX (S. 24)

Soundeffekte und Klangelemente, die man unterscheiden kann in SFX-Welt, SFX-Mensch, SFX-Atmo etc. Dabei handelt es sich um akustische Elemente der Umwelt, Geräusche, die Menschen machen etc.

Show-Opener (S. 24)

Soundelement, das eine Show eröffnet und zur Erkennung des Senders bzw. der Sendung eingesetzt wird.

☛ siehe Jingle

Teaser (S. 28)

Engl. reizen oder necken. Kündigen folgende Sendungen bzw. Programmabschnitte an. Hauptziel ist es, den Hörer möglichst lang „am Sender“ zu halten.

Telefoncodec (S. 92)

Gerät zur Wandlung und Übertragung von Audio- bzw. Tonsignalen, um sie über Telefonleitungen übertragen zu können.

Traffic & Continuity (S. 54)

Planung des Programmflusses. Redaktionelle Wortbeiträge, Promos etc. werden auf feste Plätze im Sendeplan gebucht.

Wortchef (S. 45)

Ist der/die für die Wortanteile im Programm verantwortliche Redakteur/in.



Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Postfach 10 34 43
40025 Düsseldorf

Telefon

➤ **0211/7 70 07-0**

Telefax

➤ **0211/72 71 70**

E-Mail

➤ **info@lfm-nrw.de**

Internet

➤ **http://www.lfm-nrw.de**

ISBN 978-3-940929-17-4