

Hörfunk

„Sehen ist die Hölle, Hören das Paradies“,

sagt ein japanisches Sprichwort und die Wirkungsforschung ergänzt die himmlische Dimension des Hörfunks, indem sie den Weg des Tons durch die Großhirnrinde in das Innere des Menschen nachzuzeichnen versucht. Was auf´s Ohr geht, kommt jedenfalls an, und weghören ist weit schwerer als wegschauen, zumal der Mensch die Augen schließen kann, für das Verschließen der Ohren aber schon handgreiflich werden muss.

Das Radio ist und bleibt ein effizientes und leicht nutzbares Medium, um Informationen, Aktionen und Botschaften zu platzieren. Professioneller Umgang mit dem Hörfunk setzt aber gute Kenntnis dieses Mediums voraus.

Radiosprache

„Für das Hören zu schreiben, bedeutet, zu schreiben wie man´s spricht“.

Dieser Satz hat 11, bzw. 12 Wörter und das ist eine gute Länge für einen Radiosatz. Nun sprechen verschiedene Menschen in verschiedenen Situationen jeweils anders, und dementsprechend präsentieren auch Radiosprecher ihre für ein Massenprogramm geschriebenen Texte nicht nur mit anderen Wörtern, sondern diese Wörter auch anders, als Autoren von jenen Radiosendungen, die sich mit ihren Texten an ein kleines und

besonders interessiert, das heißt aufmerksam zuhörendes Publikum richten. Dieser Satz hatte nicht 11, sondern 52 Wörter. Haben Sie ihn von vorn bis hinten durchgelesen und ganz verstanden, oder haben Sie beim Lesen eine kleine Pause eingelegt? Sind Sie vielleicht mit den Augen zurückgegangen? Beim Lesen ist all dies ja möglich, beim Hören nicht und beim Radiohören kann man noch nicht einmal nachfragen, denn das Programm läuft weiter. Der Satz mit den 52 Wörtern war für das Radio ungeeignet. Radiosprache muss deshalb besonders verständlich sein. Nur verständliche Radiotexte vermeiden die leidige Alternative von Nichtverstehen aber Dranbleiben oder Verstehen aber Abschalten.

Wiederholungen sind im radiophonen Text erlaubt und erwünscht. Wiederholungen sind auch besser, als zahlreiche Variationen für ein und dieselbe Sache.

Das bekannteste „Falschbeispiel“ ist der Satz: „365 Parlamentarier stimmten mit Ja, 117 Abgeordnete mit Nein, vier Volksvertreter enthielten sich der Stimme“. Da drängt sich die Frage auf, wer noch alles bei der Wahl anwesend war. Die Hauptinformation über die Stimmanteile geht durch die Variationen verloren.

Verständlich wird die Radiosprache, wenn Sie beim Schreiben für den Hörfunk folgende Tendenzregeln beherzigen: Radiosprache ist

eher kurz, als weitschweifig

eher aktiv, als passiv

eher verbal, als substantivisch

eher konkret, als abstrakt

eher bejahend, als verneinend

eher Perfekt, als Imperfekt

eher umgangssprachlich, als fachsprachlich

eher erzählend, als erklärend

eher wiederholend, als variierend

Tipp:

Schreiben Sie doch mal zum Spaß einen 15zeiligen Korrespondentenbericht über ihre derzeitige Beschäftigung mit diesem Text. Überprüfen Sie Ihren Bericht anschließend auf die obigen Regeln.

Zusammenfassend:

Radiosprache folgt im Aufbau und Ausdruck eher der Spontansprache. Das gleiche gilt nicht nur für die Sprache, sondern ebenso für die Sprechweise, d.h. für die Stimme. Radio ist halt „wie man's spricht“.

Radiojournalistische Formen

Radiojournalistische Formen entsprechen zunächst natürlich den allgemeinen Definitionen für die journalistischen Formen. Darüber hinaus sind aber von der Durchführung des Interviews bis zur Präsentation „on air“ für die radiojournalistischen Formen einige Besonderheiten zu bedenken:

Nachricht:

In den klassischen Nachrichtenredaktionen werden die verschiedenen Nachrichten in inhaltliche Blöcke gesetzt und vom Nachrichtensprecher verlesen. Die Länge der einzelnen Nachricht variiert nach der Wichtigkeit. Durchschnittlich wird der gelesenen Nachricht innerhalb einer dreiminütigen Nachrichteneinheit eine Länge von ca. 20 Sekunden eingeräumt. In manchen Sendeanstalten werden die Nachrichten der unterschiedlichen Wellen (wie HR 1 und HR 3) zusammengeschaltet, teilweise hat jede Einzelwelle eine eigene Nachrichtenredaktion und/oder -Präsentation.

O-Ton-Nachricht:

Fast alle Privatsender, aber auch zahlreiche ARD-Service-Wellen senden innerhalb ihrer Nachrichtensendung zu einem oder zwei Top-Themen kurze O-Ton-Nachrichten von bis zu 30 Sekunden. Es kann sich dabei um einen Original-Ton handeln, also um die Aufzeichnung wichtiger Worte oder Statements z.B. von Politikern. Die O-Ton-Nachricht kann aber auch eine kurze, nachrichtliche Zusammenfassung eines Ereignisses durch einen Journalisten sein. Er kann diese Nachricht vom Ort des Geschehens per Telefon im Sender absetzen. Nicht selten verwenden Sender diese Art O-Ton-Nachrichten, obwohl der scheinbar vor Ort befindliche Kollege im Sendestudio nebenan sitzt und die Nachricht aus Agenturmeldungen abgeschrieben hat. Der out-cew, also die Abmoderation mit Sendername, Autorennamen und Ort ist insofern oft mit Vorsicht zu genießen.

Korrespondentenbericht:

Zum Korrespondentenbericht wird die O-Ton-Nachricht durch größere Ausführlichkeit, durch die Erwähnung von Hintergründen und das Abwägen von Argumenten und Gegenargumenten. Das braucht Zeit und insofern scheint es mir nicht sinnvoll, unter einer Minute Länge noch von einem Bericht zu sprechen. Als reine Sprechstücke einer außer Haus tätigen Mitarbeiterin haben die Korrespondentenberichte meist einen aktuellen Anlass und sind im strengen Sinn Augenzeugenberichte. Sie können sowohl live wie auch aufgezeichnet und zeitversetzt ausgestrahlt werden. Teilweise spielen die Korrespondenten in ihre Berichte O-Töne und Zitate von Dritten ein. Technisch ist dies auch ohne Sendestudio über die Telfonleitung in hervorragender Qualität möglich.

Bericht mit Einblendung:

Es gibt für diese grundlegende Form des meist vorproduzierten Radioberichtes viele Namen und ebenso viele Abkürzungen: gebauter Beitrag (gB), Bericht mit Einblendung (BmE), O-Ton-Bericht (OTB) und andere mehr. Die Namen meinen alle das Gleiche: Der Berichtersteller baut in seinen gesprochenen Text verschiedene OTöne quasi wie Zitate ein.

Die gleiche Form, nämlich der Wechsel von O-Ton-Passagen und Texten ergibt sich, wenn man andersherum formuliert:

Der Berichtersteller hat O-Töne ausgewählt und verbindet diese mit eigenen Informationen zu dem informativen Ganzen eines gebauten Beitrags.

Oft fließen in die gebauten Beiträge mehrere vorher geführte Interviews oder Interviewauszüge ein. Geräusche, Atmosphären und jede Art von eingebauten Tönen sind in dieser Beitragsform denkbar. Die Länge bewegt sich zwischen einer Minute und einer Stunde.

Privatsender halten eine Länge von maximal 1´30´´ für erfolgreich, ARD-Servicewellen bewegen sich zur Zeit zwischen 2´00 und 3´30.

Informationswellen liegen bei bis zu 5´00. Was darüber hinausgeht, gehört zwar formal noch zu der Kategorie gebauter Beiträge, gerade im Bereich unterhaltender Beiträge und atmosphärenreicher Beiträge ist der Übergang zur nächsten und meist längeren Stilform aber fließend.

Die Reportage

ist ein informatives Feuerwerk der Sinne. Sie arbeitet notwendig mit vielen verschiedenen Atmosphären und Klängen, die der Reporter bei seiner Arbeit einfängt. In der Darstellung gibt die Radio-Reportage (ob live oder vorproduziert) die mit allen Sinnen gewonnenen Eindrücke des Reporters möglichst vollständig, zeitgleich oder zeitversetzt wieder. Die Atmosphären, Klänge, O-Töne und die gesprochenen Texte der Reportage fügen sich zu einer vielschichtigen Information zusammen. All diese akustischen Elemente sollen die Hörerinnen in die Lage versetzen, an der Sinneswahrnehmung des Reporters teilzuhaben. Und - wenn ein schwärmerischer Satz über das Kommunikationsmedium Radio erlaubt ist - vielleicht können die Hörer beim Hören einer guten Reportage sogar noch mehr als nur die Wahrnehmung des Reporters wiederholen.

Vielleicht können sie sie durch ihre eigene akustisch angeregte Phantasie verfeinern, akzentuieren, korrigieren und erweitern. Es gibt Reportagen, die man hören kann. Es gibt aber auch solche, die man am Radio mithören kann, die man mitriechen, mitsehen und mitschmecken, die man mitfühlen und erleben kann.

Die Reportage gehört auch in dieser Vielfalt unbedingt zu den informativen Stilformen: sie informiert wie die Nachricht, enthält die news, sie berichtet, bringt gut recherchierte Fakten und Hintergründe, nur tut sie es auf eine subjektive, besonders einfühlsame und mitteiltsame Weise.

Gebrauchsanweisung für Radio-Interviews

Hörfunk ist das schwierigste Medium der Informations-Vermittlung

Nicht jeder "Schreib"-Journalist ist auch automatisch gut vor der Kamera oder dem Mikrofon. Jedes Medium hat seine eigenen Gesetze.

Beispiel: Interviews im Hörfunk.

Fernsehen, Print- und Online-Medien haben die Möglichkeit der Visualisierung. Der Mensch rezipiert in erster Linie über das Bild. Diese Möglichkeit hat der Hörfunk nicht. Deshalb ist es besonders in unserer Zeit der Bild-Überflutung schwierig für die Hörer, sich zu konzentrieren. Es ist kein Wunder, dass die Erfinder des Eine-Minute-Dreißig-Beitrages aus dem Privat-Funk kommen. Es ist das flüchtigste Medium, was das Erinnern von Informationen anbelangt.

Doch sind gerade vor dem Radio-Mikrofon wichtige Regeln zu beachten:

Wenn irgend möglich, Interview-Partner aus technischen Gründen ins Studio einladen:

Telefon-Interviews, vielleicht auch noch aus dem Auto im Tunnel, mögen zwar bequem sein, sind aber eine Unsitte und Missachtung der Hörer, weil die Übertragungs-Qualität immer noch sehr leidet. Man bedenke auch, dass man mit einer Einladung ins Studio den Interviewpartner meist mit der Technik, der Atmosphäre beeindrucken kann und damit etwas für Radio-Image tut.

Gerade bei Privat- und Regional-Radios ist es heute nicht mehr üblich, in eine Sprech-Ausbildung zu investieren. Deshalb hier die wichtigsten Tipps:

Übungen mit einem Korken im Mund sind nicht das Schlechteste und zwingen zum Deutlich-Reden, auch Rhetorik-Kurse empfehlen diese Jahrtausende alte Methode immer noch mit Recht.

Langsamer reden als normal.

Endsilben akzentuiert aussprechen und nicht verschlucken. Das mag Ihnen übertrieben und albern vorkommen, ist es aber nicht bei der Sendung. Das Publikum dankt es Ihnen.

Runter mit der Stimme! Das gilt vor allem für weibliche Stimmen, die gegenüber den dunkleren männlichen einen Nachteil haben, weil sie schnell unangenehm hoch und schrill wirken, besonders bei Aufregung und Lampenfieber. Sie haben nur die Stimme und die muss sympathisch über den Äther kommen.

Keine langen Sätze oder gar Schachtelsätze bilden. Dies beachten auch die Printmedien, und das gilt um vieles mehr für den Hörfunk:

Bei einem Satz von mehr als 17 Wörtern Länge kriegt der Hörer gar nicht mehr den Zusammenhang mit.

Keine langen Monologe halten, sondern einen lebhaften Schlagabtausch erzeugen, schneller hin und her wechseln zwischen den Gesprächspartnern, das ermüdet die Hörer nicht so schnell.

Konkrete Beispiele sagen mehr als tausend Theorien: Den Mut zu subjektiven Beispielen und Bildern haben, da Sie sonst ja nicht visualisierend unterstützen können. Es ist der Effekt der Eselsbrücke, an die man sich besser erinnert als an Merksätze.

Nicht sich selbst interviewen und alles in die Frage legen – das gilt für jede Form des Interviews, leider wird das in der journalistischen Praxis zu wenig beachtet.

Keine geschlossenen Fragen, also solche, die das Gegenüber mit ja oder nein beantworten könnte.

Das Wichtigste: So normal wie immer sein, nicht versuchen "druckreif" zu reden. Und deshalb auch nicht vom Blatt ablesen, man merkt das der Stimme an. Ruhig Stichworte notieren, aber nicht vorlesen.

Keine Angst vor Versprechern! Sie machen den Live-Effekt aus, aber nicht den ganzen Satz wiederholen und von vorne anfangen (das nur bei Aufzeichnungen, die man schneiden kann), sondern nur das Wort neu sprechen und locker weiter fahren.

Sie haben im Radio nur Ihre Stimme als Ausdrucksmittel, keine Gesten, keine Körpersprache, kein gutes Aussehen, keine unterlegten Bilder. Deshalb legen Sie Wert auf gute, exakte Aussprache und lebendigen Schlagabtausch.

Das Feature

kennzeichnet der Duden als

„Sendung in Form eines aus Reportagen, Kommentaren und Dialogen zusammengesetzten (Dokumentar)berichtes“.

Die Abgrenzung zur Reportage liegt in dem eher essayistischen, diskutierenden, denn darstellend beschreibenden Stil des Features. Gegenüber dem Bericht grenzt sich das Feature wiederum durch seinen atmosphärisch beschreibenden Charakter ab. Das Feature ähnelt der Reportage, indem es Bilder erzeugt und dazu ebenso den O-Ton, den Text wie Geräusche und Atmosphären benutzt. Das Feature ähnelt dem Bericht, indem es Argumente und Hintergründe reflektiert. Es ist ein Hörbild und es geht auf einen aktuellen, allgemein interessierenden Anlass zurück. Ob es nun ein langes Feature für die eigens geschaffenen Featureredaktionen des öffentlich rechtlichen Rundfunks ist, oder um einen „angefeurten“, also mit feature-Elementen versehenen Kurzbeitrag für die Magazinredaktion im Bereich Unterhaltung. Features erlauben hinsichtlich der journalistischen Formenvielfalt (fast) alles. Genau das macht ihre Definition aber zum

Beispiel bei Verkaufsgesprächen zwischen freien Journalisten und Redakteuren in den Sendeanstalten schwammig.

Das Porträt:

wird im Radio lebendig, wenn es das Leben und die Person des Porträtierten hörbar macht. Das Mikrophon muss die Aktivitäten (Torschüsse) oder das Umfeld (Uhrenticken) oder die Beziehungen (Tschühüß), kurz: das besonders Charakteristische einfangen. Der Aufbau des Porträts ähnelt in der Regel einem Beitrag mit Einblendungen: O-Töne und Textteile stehen in ausgewogenem Wechselverhältnis.

Nur wenige Sendestrecken erlauben Formen wie das reine O-Ton-Porträt, das auf jeden Kommentar verzichtet.

Der Kommentar

unterscheidet sich als zusammenhängender gesprochener Text nicht wesentlich vom Zeitungskommentar. Allerdings gelten hier wie auch in den anderen journalistischen Hörfunkformen einige allgemeine Regeln zur Radiosprache.

Was ist ein Bericht mit O-Ton?

Der O-Ton heißt "Original-Ton" und ist die Bezeichnung für Wortaufnahmen. Das können O-Töne von Pressekonferenzen sein, von persönlichen Gesprächen oder von Straßenumfragen. Ein Radiobericht

folgt ansonsten denselben Regeln, wie der Zeitungsbericht: "Sachliche Information über Tatsachen und Meinungen ohne wertende Zusätze des Berichterstatters." Unter Magazinbeitrag ist ein Bericht zu verstehen, der innerhalb eines rubrizierten Radiomagazins läuft. Das können beispielsweise politische Berichte sein, Kulturbeiträge oder Stücke mit Servicecharakter. Der Hintergrundbericht kann weitere Analysen, Interpretationen und Sichtweisen zu einem bestimmten Thema liefern. Soweit die Theorie. Aber was zeigt die Praxis? Nicht selten verlangt der Redakteur noch ein paar Hintergrundinformationen, ein bisschen Meinung, ein bisschen Wertung... Da ist es jedem Journalisten selbst überlassen, wie weit er von der Ur-Form des Berichtes weggeht und die eigene Meinung einfließen lässt. Abgesehen davon sind natürlich die Auswahl der O-Töne und die Entscheidung über die Chronologie der Information schon eine wertende Aktivität.

Was ist eine Radio-Reportage?

Die Radioreportage berichtet über eine Situation oder ein Ereignis. Wichtig dabei ist, dass der Reporter am Ort ist, also im Stadion, in der Großmarkthalle oder bei der Demonstration. Das heißt also: Der Zuhörer soll das Gefühl haben, direkt neben dem Reporter zu stehen. Er muß das Gesehene in plastische Worte umsetzen und die Menschen und Geräusche authentisch dokumentieren: "Der Reporter ist der 'Kameramann' des Hörfunks. Er vermittelt seinen Zuhörern 'Kino im Kopf'. Als Instrument, mit dem er die Szene in Bilder umsetzt, dient ihm die Sprache. Sein Wortschatz und die notwendige Sprachgewandtheit erhalten Anregungen von allen Sinnesorganen: den Augen, den Ohren, der Nase und dem Tastsinn."

Unsere Radioreportagen sind vorproduziert. Damit am Ende trotzdem alles schön lebendig klingt, sammeln wir alle möglichen Hintergrundgeräusche ("Atmos", von Atmosphäre) ein, die bei den reportierenden Ereignissen zu hören sind. Mindestens in Stereo-Qualität, sonst wird eine Reportage nicht zum Hörerlebnis.

Was ist ein Radio-Feature?

Was ist das bloß? Fragt man in den großen Featureredaktionen nach, bekommt man verschiedene Antworten. Eine ist immer richtig: "Es gibt verschiedene Arten von Features". Vielleicht ist es leichter andersherum anzufangen: Was ist ein Feature auf keinen Fall? Es ist kein authentisches Abbild, also keine Dokumentation. Es ist nicht fiktiv, also kein Hörspiel. Es liegt dazwischen. Im Radiofeature wird aus O-Tönen, Atmosphären, Musik, literarischen Zitate, historischen Aufnahmen und gesprochenem Text ein ästhetisches Hörbild komponiert.

Der Freiheit eines Autors sind da wenige Grenzen gesetzt. Auch wir produzieren Features: Manchmal sind es Reportagen, die durch Dramaturgie, durch Auswahl verschiedener Elemente zu Features werden.

Aber vor allem schreiben und produzieren wir Reiseberichte, die in dieses Format passen. Ungefähr jedenfalls...

Wichtige Regeln zum Schreiben fürs Hören

Regeln für eine klare Bauform

- Jedes Häufen von Informationen (Verdichten) vermeiden! Nicht durch Partizipien komprimieren!

- Feste Verbindungen auflösen!

- Das Gesprochene an den Hörer binden: Die gemeinsame Situation benennen!

Keine Angst vor Gemeinplätzen!

- Im Text auf schon Genanntes verweisen!

- Nicht zwischen mehreren Aspekten springen!

Regeln fürs Sprechen

- Schon bei der Zeichensetzung an die Sprechpausen denken!

- Sätze als sprechbare Gedankenschritte schreiben! Sätze zum Vorlesen erst sprechen!

- Keine Klangwiederholungen in aufeinander folgenden Wörtern!

- Sparsam mit vielsilbigen Wörtern!

- Sätze mit nur einem Kern!

- Den Kern im Satz im zweiten Teil!

- Nur bei Gefühlsäußerungen sollte das Wichtigste im Satz nach vorn!

- Nicht weniger wichtiges an das Satzende anhängen (z.B. Quelle), weil dort die Hauptbetonung ist!

Regeln fürs Hören

- Wichtige Begriffe wiederholen!
- Eher keine sprachlichen Varianten und Synonyme!
- Verbal Schreiben! Das Verb nach vorn!
- Für jeden Gedanken einen eigenen Schritt!

- Keine Schlagzeilen häufen!
- Gelenkwörter („also“, „darum“, „infolgedessen“ etc.) an den Satzanfang!
- Keine einander kreuzenden Gegensatzpaare in einen Satz!
- Kurz eingeschobene Gedanken selten verwenden!

- Keinesfalls nur Hauptsätze, aber Nebensätze immer kurz und logisch aufeinander folgend!

- Keine doppelten Verneinungen!
- Nur geläufige Fremdwörter verwenden!
- Abkürzungen mindestens einmal vollständig aussprechen, in Zweifelsfällen erklären!

- Keine Metaphern häufen!
- Eher Aktiv als Passiv verwenden! Passiv verbirgt, wer handelt!
- Zahlen aufrunden oder anschaulich machen!

Tipps zum Vorlesen von Texten

- zu Beginn Normaltonlage suchen
- Pausen und „Abspannen“ zwischen den Sätzen
- Mindestens eine Hand frei
- Sich Menschen vorstellen, zu denen man spricht
- Ausatmen nach jedem Schritt
- Nicht lauter als im Gespräch
- Aufrecht sitzen oder stehen
- Pausen und Betonungen markieren

Tipps zum Sprechen von Texten

- Die Sinnschritte sollten hörverständlich getrennt werden. Möglichst nur zwischen diesen Sätzen oder Halbsätzen atmen!
- Allerdings muss man nicht unbedingt für jeden Sinnschritt neu atmen.
- Man kann jedoch mehrere Sinnschritte durch eine weiterweisende Melodie verknüpfen.

- Relativsätze werden meist angebunden. Gedankliche Einschübe sollte man dem vorhergehenden Sinnschritt zuordnen.

- Während des Lesens sollte man auf die Betonung hin denken.

- Nicht innerhalb von Sinnschritten atmen! Vorsicht ist bei Staupausen geboten.

Sie wirken leicht albern und belehrend. Wortblöcke werden wie ein Wort gelesen.

- Staupausen sollte man vor und nach wörtlicher Rede setzen.

- Auch Zitate müssen sprecherisch kenntlich gemacht werden.

Dazu sollte man zum Beispiel das Sprechtempo verlangsamen und die Spannung senken.

Auch eine Staupause vor und nach einem Zitat kann das deutlich machen.

- Eingeschobene Zwischen-Sinnschritte bzw. Nebensätze sollten in geringerer Spannung und etwas schneller gelesen werden.

- Redeankündigungen sollten am Satzende die Stimme heben.

Allerdings darf die Stimme nicht zu hoch sein, das wirkt künstlich.

Die Ankündigung des O-Tones sollte ihn in den gesamten Text integrieren.

Stimmtraining (in aufrechter Körperhaltung)

- Training der Rachenweite durch gewusstes Gähnen (Weitung des Rachens) und Schlucken (Verengung des Rachens)
- Angenehme Schulterdehnung und Entspannung der Halsmuskulatur durch langsames Kreisen eines intensiv ausgestreckten Armes und anschließendes Lockerlassen
- Zur Dehnung der Halsmuskulatur den Kopf sacht nach vorn und zu den Seiten kippen und danach betont langsam wieder aufrichten
- Training der Atmung durch gedankliches Wegschieben eines sehr schweren Gegenstands mit nach vorn gerichteten Handflächen an locker herabhängenden Armen
- Training der Stimmfunktion durch genüssliches Kauen und gleichzeitiges Bilden der genießerischen Silben „mnjam“, „mnjom“, „mnjum“

Kannst Du mal einen Beitrag dazu machen...?"

Berufsbild des Radiojournalisten und Produktionsablauf

... Klar! Aber was für einen? Kurz und informativ? Lang und hintergründig? Mit oder ohne Reportageelemente? Unterhaltsam? Mit Musikeinblendungen? Gut. Einige dieser Fragen erübrigen sich, wenn

man weiß für welche Redaktion der betreffende Beitrag gedacht ist. Aber sie stehen am Anfang jeder Idee.

Zwischen der Formulierung der Idee und der Sendung passiert natürlich noch einiges - je nach Länge und Aktualität eines Beitrags: Wenn es schnell gehen muss, vergehen manchmal nicht mehr als ein bis zwei Stunden. Ein klassisches Beispiel dafür ist die Pressekonferenz: Schnell hin, O-Töne (Originaltöne) sammeln, ein paar gesprochene Sätze dazwischenklemmen und abgeht' s. Oder gleich "live", wenn es noch schneller gehen soll. Aber es kann auch mehrere Tage oder Wochen in Anspruch nehmen: Beispiele hierfür sind längere Hintergrundreportagen oder Reiseberichte. Wie so eine Produktion aussieht zeigen wir an einem unserer typischen Beiträge –

der Reportage.

Als Journalisten beobachten wir die Welt um uns herum, verfolgen aktuelle Themen und sammeln daraus die Ideen für unsere Radioproduktionen - das ist die Basis unserer täglichen Arbeit. Als Radiojournalisten denken wir schon mit der Idee die Art der Umsetzung mit. Denn die richtigen Gesprächspartner müssen aufgesucht werden, damit sie im Beitrag zu hören sind. Der Beitrag selbst, gerade wenn es um eine Reportage geht, muß bei der Idee schon in den Ohren klingen.

Zu Beginn jeder Woche

treffen wir uns zur Redaktionssitzung. Dort besprechen wir Beitragsangebote von freien Mitarbeitern an unsere Agentur. Dort präsentieren wir unsere eigenen Ideen, besprechen, bewerten, und setzen sie um - oder die Kollegen verwerfen sie wieder. Hier arbeiten wir als Redakteure. Zusätzlich zu den eigenen Beitragsangeboten, die wir an die ARD-Redaktionen machen, bekommen wir auch viele Aufträge von den Redaktionen selbst.

Bei eigenen Ideen folgt zunächst die Vorrecherche und der Verkauf an die betreffende Redaktion: Für wen könnte das Thema interessant sein?

Wie lang kann mein Beitrag werden, sprich, trägt die Story nur 3 Minuten, können es 5 werden oder ist die Reportage mindestens 15 Minuten wert? Welche Redaktion rufe ich zu welchem Zeitpunkt am besten an? Im Morgenstress oder nach dem Mittagessen? Oder schicke ich lieber ein Fax? Gerade bei längeren Stücken ist die Gesprächsatmosphäre sehr wichtig. Erst wenn der Redakteur am anderen Ende der Leitung zugesagt hat, geht es richtig los.

In der Planung

muss ich wissen: Mit wem will ich worüber wann und vor allem wo reden? Denn die Atmosphäre, kurz Atmo (die Hintergrundgeräusche müssen stimmig sein: Zum Beispiel den Architekten auf der Baustelle, den Bahnmanager auf dem Bahnhof etc). Damit das alles funktioniert, muss in der Recherche die inhaltliche Vorbereitung stimmen: Was also will ich von der betreffenden Person wissen: Ist sie als Person wichtig

(für ein Porträt oder als Fallbeispiel) oder nur als Funktion (die Meinung eines Experten, eines Politikers)?

Als Reporter

reisen wir in Sachen Informationsbeschaffung. Das heißt natürlich in erster Linie Interviews machen, aber auch die richtigen Sounds und Atmos zu sammeln: Also einfach mal anhören, sprich, Mikro halten, wenn der Marktschreier seinen Fisch anpreist, wenn der Bankier seinen Tresor aufschließt oder der Hotelpage die schweren Koffer in den rappenden Pater Noster wuchtet.

Als Autoren

sichten wir die gesammelten Informationen, wählen kernige und aussagekräftige O-Töne der Gesprächspartner aus, und schreiben mit Hilfe unserer Beobachtung und mit Zusatzinformationen einen hörgerechten Text. Einer der Kollegen redigiert die Texte, denn eine unlogische oder unverständliche Stelle ist immer mal dabei. Denn man darf nie vergessen: Die Zeile in der Zeitung ist noch da, wenn man sie überlesen hat. Der Satz im Radio ist gesagt und damit Vergangenheit. War er kompliziert ausgedrückt oder gar unverständlich, kommt die Information nicht an.

Als Sprecher

lesen wir unseren Text dann im eigenen Studio ein. Alles wird direkt im Computer gespeichert. Auch die O-Töne, die wir auf Tonträgern wie

Audiokassette, Dat oder Minidisc aufgenommen haben, werden in den Computer eingespeist. Dann verwandeln wir uns zu Cuttern und Regisseuren: Denn erst jetzt wird der Beitrag mit einer speziellen Software sendefertig geschnitten: Dabei kann man mehrere Tonspuren untereinanderlegen, zum Beispiel eine Geräuschkulisse unter die Moderation legen, Musiken einblenden und schließlich aus den vielen kleinen Puzzleteilen einen Gesamtbeitrag herstellen. Fertig?

Noch nicht ganz: Jetzt wird der Beitrag noch an die Redaktion überspielt. Das machen wir über ISDN-Leitung mit Hilfe eines leistungsfähigen Gerätes:

Dem sogenannten Musiktaxi. Damit wird der Beitrag in nahezu eins zu eins Qualität übertragen. Die Redaktion hat dann den Beitrag für ihre Sendung zur Verfügung.

Ach ja, und dann kommt noch Buchhaltung, Rechnungen schreiben, Kaffefilter kaufen und die Kritik der Kollegen. Aber am wichtigsten ist deren Mithilfe beim Produzieren, Redigieren und beim "neue Ideen ausbrüten".