

( ( ( ( ( UNIKOM ) ) ) ) ) )

UNION NICHT-KOMMERZORIENTIERTER LOKALRADIOS

# RAWIK

## Radio Aus- und Weiterbildung im Interkulturellen Kontext

Erarbeitet von Fachpersonen von Radio LoRa, Radio RaBe,  
Radio X und der Radioschule klipp+klang

### Schreiben fürs Radio

Technik



Schreiben fürs Radio

Mehrsprachige Sendungsgestaltung

Recherche

Interview

Feedback

Free Download: [www.klippklang.ch/lehrmittel](http://www.klippklang.ch/lehrmittel)



Nutzungsbedingungen siehe Impressum

**lorar**  
97,5 MHz

**RaBe**  
RADIO 95.6 MHz

Radio **X**

**klipp+klang**  
radioschule

## Impressum

### Herausgeberin:

Union nicht-kommerzorientierter Lokalradios UNIKOM  
[www.unikomradios.ch](http://www.unikomradios.ch)

### Vertrieb (im Auftrag der UNIKOM):

Radioschule klipp+klang  
Schöneeggstrasse 5  
8004 Zürich  
Tel. +41 44 242 00 31  
[info@klippklang.ch](mailto:info@klippklang.ch)  
[www.klippklang.ch](http://www.klippklang.ch)

Im Projekt **RAWIK** wurden 2010 bis 2011 Kurskonzepte und begleitende Lehrmittel für die Radio Aus- und Weiterbildung erarbeitet. Die Lehrmittel stehen allen AusbilderInnen und SendungsmacherInnen der nicht kommerziell arbeitenden Radios zur Nutzung zur Verfügung.

RAWIK gewann 2011 den Anerkennungspreis der 6. Medien-Awards des Vereins Qualität im Journalismus.

**Projektleiter:** Juan Widmer

**Textbearbeitung:** Adriane Borger (mehrsprachige Sendungsgestaltung, Schreiben fürs Radio, Feedback), Nicole Niedermüller (Interview, Recherche), Lucia Vasella (Technik)

**Redaktionelle Mitarbeit:** Simon Grab, Bianca Miglioretto, Linda Muscheidt, Liselotte Tännler

**Übersetzung:** Nicole Weiss / Übersetzungsbüro weiss-traductions.ch

**Korrektorat:** Claudia Bislin

klipp+klang   
radioschule

© unikom 2012



Dieses Werk ist unter einer Creative Commons Lizenz vom Typ Namensnennung-NichtKommerziell-KeineBearbeitung 3.0 Schweiz zugänglich. Um eine Kopie dieser Lizenz einzusehen, konsultieren Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/ch/>.



### Finanzielle Unterstützung:



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Office fédéral de la communication OFCOM  
Ufficio federale delle comunicazioni UFCOM  
Uffizi federal da comunicaziun UFCOM



Schweizer Syndikat Medienschaffender Syndicat suisse des massmedia Sindacato svizzero dei mass media Sindacat svizzer dils mediums da massa

(((((UNIKOM))))))  
UNION NICHT-KOMMERZORIENTierter LOKALRADIOS

### Mit Genehmigung von:

kopaed verlagsgmbh, D-81539 München

Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen), D-34131 Kassel

Bildungszentrum BürgerMedien e.V. (BZBM), D-67072 Ludwigshafen

Radioschule klipp+klang, CH-8004 Zürich



kopaed

Bildungszentrum  
BürgerMedien

||||| LPR  
h e s s e n

klipp+klang  
radioschule

# Radiosprache: Schreiben für's Hören <sup>1</sup>

## Keine Angst vor dem Sprechen!

Viele Menschen trauen sich nicht, im Radio zu sprechen, weil sie denken, sie sprechen nicht „gut“ genug. Das denken sie vielleicht, weil sie einen Akzent haben, Dialekt sprechen, oder "keine Radiostimme haben". Aber wer bestimmt eigentlich, wer „gut“ spricht und wer nicht, was richtig ist und was falsch? Gerade die gesprochene Sprache ist etwas sehr Individuelles. Trotzdem gibt es bestimmte Tipps und Regeln, die helfen, sich im Radio verständlich auszudrücken.

## Radiosprache ist Sprechsprache

Wenn wir Radio hören, fühlen wir uns im besten Fall direkt angesprochen. Das umso mehr, je näher die Sprecherin oder der Sprecher an „unsere“ Sprache herankommt. Also an die Sprache, in der wir im Alltag kommunizieren.

Auch wenn es sich im Radio oft so anhört, als würde „spontan“ gesprochen – der Eindruck täuscht: Radiotexte sind gut vorbereitet und oft komplett vorgeschrieben. Denn im Unterschied zur Alltagssprache müssen im Radio die Aussagen klar, direkt und ohne überflüssige Füllwörter zu den Hörern und Hörerinnen gelangen. Die Informationen sind klar herausgearbeitet, Pointen vorher überlegt, die sprachlichen Bilder, Beispiele und Vergleiche passend ausgewählt. Dennoch sollen diese vorgeschriebenen Texte klingen, als seien sie ganz natürlich „dahergesprochen“.

Solche Texte haben nicht viel mit der in der Schule erlernten Schriftsprache zu tun. So zu schreiben, wie gesprochen wird, erfordert viel Übung.

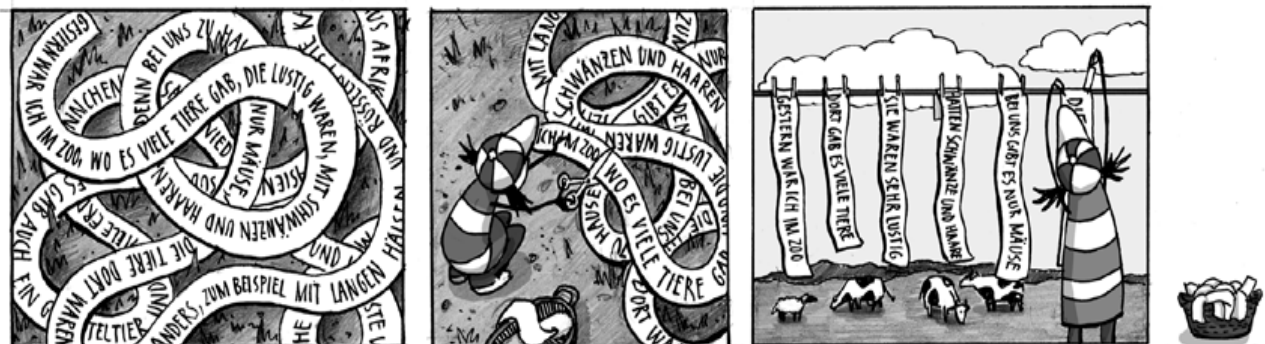
## Aufbau und Struktur von Radiotexten

### Radiotexte sind linear

Radiotexte müssen im Augenblick des Hörens verständlich sein. Damit die Zuhörenden folgen können, muss ein Radiotext einfach und logisch aufgebaut und durch sprachliche Elemente strukturiert sein.

### Schlichte Satzkonstruktion: Eine Information pro Satz

Die wichtigen Gedanken müssen logisch sortiert und in aufeinander folgenden Sätzen gesagt werden. Verschachtelter Satzbau gehört nicht ins Radio, Nebensätze werden nur sehr sparsam eingesetzt.



<sup>1</sup> Nach Interaudio (2007: Sprechen und Moderieren im Radio)

### Auswählen und Reduzieren

Einen Radiotext klar und einfach aufzubauen, bedeutet, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Wer einen solchen Text schreiben will, muss also aus den zur Verfügung stehenden Informationen die wichtigsten oder interessantesten auswählen. Diese Auswahl ist subjektiv und das darf sie auch sein.

### Die W-Fragen

Beim Strukturieren und Auswählen helfen die W-Fragen:

**Wer** spricht/handelt etc? **Was** passiert? **Wo**? **Warum**? **Wann** war das? **Wie viele**? usw.

### Aufbau eines Radiotextes

Ein Radiotext sollte klar und einfach aufgebaut sein. Seine Gliederung sollte vermittelt werden, damit die Hörerin sie nachvollziehen kann. Dabei übernimmt die Einleitung meist die Funktion einer Überschrift und teilt mit, worum es geht. Im weiteren Verlauf sollten die Gedankengänge logisch aufeinander folgen und miteinander verbunden werden.

### Der Einstieg

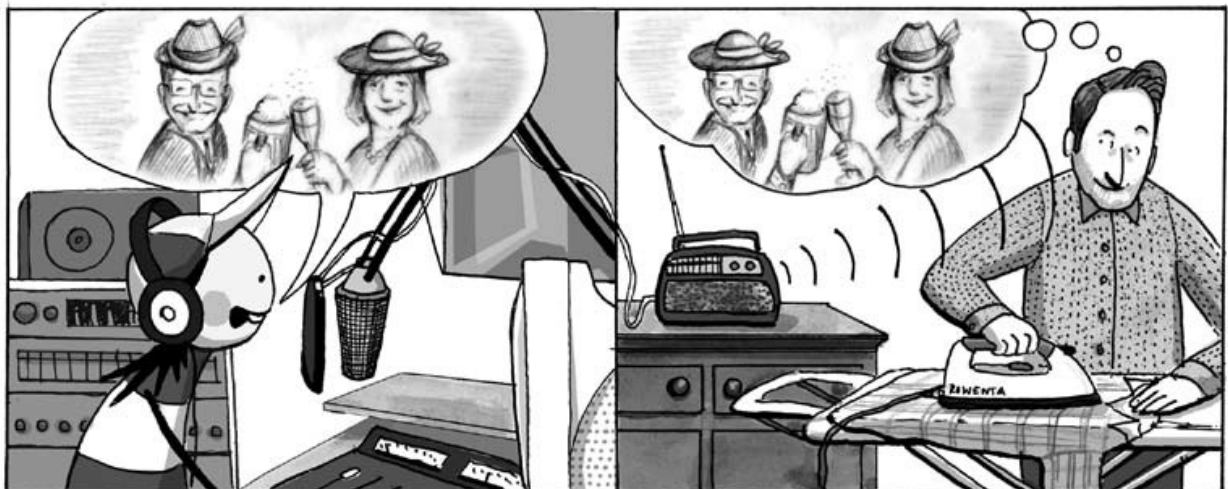
Die ersten Sätze sollen neugierig machen, denn sie entscheiden darüber, ob der Hörer „dranbleibt“ oder nicht. Es lohnt sich also, sich den Einstieg gut zu überlegen.

### Wiederholungen sind im Radio hilfreich und erlaubt (Redundanz)

Es hilft den Zuhörenden, wenn zentrale Gedanken oder auch wichtige Begriffe im Text wiederholt werden. Auch kleine Zusammenfassungen des bisher Gesagten, vor allem bevor ein neuer Aspekt behandelt wird, machen es leichter, einem Text inhaltlich zu folgen. Diese erwünschte Wiederholung im Radiotext heisst in der Fachsprache *Redundanz*.

### Tipps für die klare und lebendige Sprache in Radiotexten

Damit die Hörerin das Gesagte gut aufnehmen kann, muss Radiosprache sehr konkret sein. Beschreibungen und plastische Vergleiche sorgen dafür, dass die Hörerin sich "ein Bild machen" kann.



### Konkret statt abstrakt

Grundlage für eindeutige sprachliche Beschreibung ist die genaue Beobachtung und Wahrnehmung bei der Recherche. Nur wer etwas wirklich „begriffen“ hat, kann es auch genau ausdrücken.

**Abstrakte Sprache:** *typische Frühlingsflora*

**Konkrete Sprache:** Schneeglöckchen, Krokusse und Osterglocken

### Verben bewegen

Texte wirken vor allem durch die Verben, die so genannten „Tun-Wörter“ lebendig und dynamisch. Dabei ist es wichtig, starke, bildhafte Verben zu benutzen. So gibt es alleine für das Phänomen „Fortbewegen auf zwei Füßen“ unzählige Ausdrücke: gehen, rennen, hopsen, laufen, schlendern, bummeln, hetzen, traben usw.

Umgekehrt setzt die Radiosprache keine Substantive ein, um Handlungen auszudrücken. Das tun nur Bürokraten.

**also nicht:** *einen Einwurf machen*

**sondern:** einwerfen

### Vorsicht bei Adjektiven

Es gibt beschreibende Adjektive, wie rot, weich, klar etc., welche die Bilder im Kopf der Zuhörenden ausmalen. Werden allerdings zu viele Adjektive aneinandergereiht und zu wenig Verben eingesetzt, wirkt ein Text starr.

Oft steckt im Adjektiv neben der Beschreibung auch eine Wertung. Als Radiohörerin möchte ich mir aber gerne selbst eine Meinung bilden. Wertende Adjektive wirken leicht bevormundend.

**also nicht:** *Im Studio begrüße ich jetzt einen sehr interessanten Gesprächspartner*

**sondern:** Ich begrüße jetzt Hans Meier. Er hat das Stück komponiert

### Aktiv statt Passiv

Sätze, die im Aktiv formuliert sind, wirken lebendig und sprechen den Hörer direkt an. Ausserdem sind sie gut verständlich, weil das Verb weit vorne im Satz steht und der oder die Handelnde benannt wird.

**Passiv:** *„Die Musik wurde auf 2.500 Meter Höhe komponiert“*

**Aktiv:** *„Hans Meier komponierte diese Musik auf 2.500 Meter Höhe“*

### DON'Ts: Füllwörter, Floskeln, Fremdwörter und Fachsprache

Radiotexte sollten möglichst schnörkellos sein. Ein wichtiger Unterschied zwischen Alltagssprache und Radiosprache ist, dass im Radio alles Überflüssige weggelassen wird. Was gesagt wird, soll klar gesagt werden. Sprachbilder werden häufig falsch eingesetzt, Vergleiche können hinken. Also immer wieder genau hingucken und überlegen, ob ich mit meinem Text wirklich das sage, was ich meine.

Fremdwörter, wenig bekannte Fachbegriffe und Abkürzungen sollten möglichst vermieden oder erklärt werden.

### Vorsicht vor Zahlen!

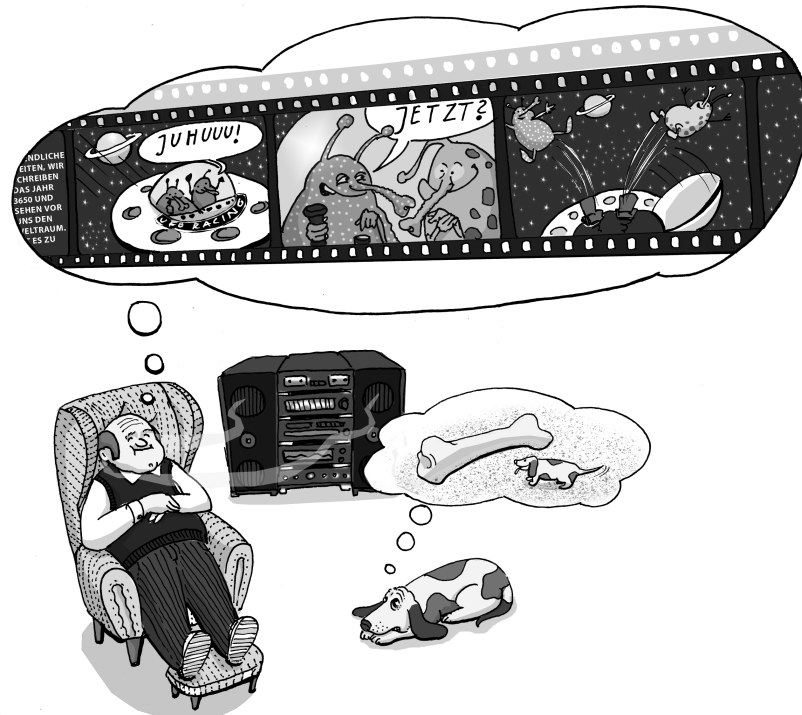
Zahlen werden im Radio sehr schwer verstanden, deshalb gilt es, sie zu vermeiden oder zu vereinfachen. Ist eine komplexere Zahl als Information unerlässlich, sollte sie mindestens einmal im Text wiederholt werden.

**statt 23,7 Prozent besser** etwa ein Viertel  
**statt 2008 besser** vor zwei (fünf, zehn) Jahren

### In Situationen erzählen

Bei der Beschreibung einer Situation ist es hilfreich, eine bestimmte Perspektive zu wählen – räumlich, zeitlich oder von einer Person. Radio ist dann Kino im Kopf. Situationen sollten so beschrieben werden, dass alle Sinne der Zuhörenden angesprochen werden. Wie riecht es? Wie fühlt es sich an? etc., lauten die entsprechenden W-Fragen.

**Beispiel:** Mittwoch am frühen Abend auf dem Helvetiaplatz. Aus allen Richtungen strömen Leute in kleinen Gruppen auf den Platz. Jedes Grüppchen ist ausgerüstet mit Wein, Käse, Brot - und einem Fonduebesteck samt Rechaud und Caquelon.



### Sprechrhythmus

Ein Text, in dem alle Sätze nach dem gleichen Prinzip aufgebaut sind, wirkt langweilig. Vom Satzaufbau hängen Dynamik und Rhythmus eines Textes ab. Ab und zu mal ein Verb weglassen und direkt in eine Situation hineingehen, lockert auf und kommt der gesprochenen Sprache nahe.

**Beispiel:** Nachkriegszeit in Bagdad. Es fehlt an allem, aber die besetzte Stadt lebt. Kaum vorstellbar: Es gibt täglich Hunderte von kulturellen Veranstaltungen. Das Publikum kommt - trotz Unsicherheit, Strassensperren, Militärpatrouillen und Terrorwarnungen.

### **Auf gute Lesbarkeit achten**

Um einen Radiotext gut lesen und sprechen zu können, wird in der Regel im Manuskript eine Schriftgröße von 12–14 pt und ein Zeilenabstand von 1,5 Zeilen verwendet. Wenn der Text fertig geschrieben ist, liest die Moderatorin ihn laut, um zu überprüfen, ob sie das, was sie geschrieben hat, auch gut sprechen kann. Wenn die Zunge stolpert, sollte der Text an der betreffenden Stelle geändert werden.

### **Moderation<sup>2</sup>**

Die Moderatorin führt die Hörerinnen und Hörer durch die Radiosendung. Die Texte, die der Moderator am Mikrofon spricht, heißen „Moderationen“. Die Moderatorin

- gibt den Zuhörenden Orientierung und Überblick
- weckt durch ansprechende Moderationen das Interesse an den Beiträgen in der Sendung
- begleitet die Zuhörenden durch das Programm und markiert damit den „roten Faden“. Dazu gehört es, Übergänge zwischen verschiedenen Programmpunkten zu gestalten.
- prägt mit ihrer Persönlichkeit den Stil und die Atmosphäre einer Sendung.

### **Moderationstechnik Stichwortzettel**

Bei Moderationen ist es noch wichtiger als bei anderen Radiotexten, dass sie frei erzählt und nicht „abgelesen“ klingen. Allerdings täuscht der Schein: Gute Moderationen sind in den seltensten Fällen spontan improvisiert. Im Gegenteil: Moderationen müssen gut vorbereitet werden, damit sie genau da landen, wo sie es sollen, und um überflüssige Füllwörter und Floskeln zu vermeiden.

Der Moderator kann den gesamten Text vorschreiben und die wichtigsten Wörter mit einem Textmarker markieren. Er kann auch mit einem Stichwortzettel arbeiten. Als Stichworte eignen sich nebst Nomen (Substantiven) vor allem Verben und Adjektive. Die Moderatorin sollte keine Texte aus dem Internet oder aus Zeitungen verwenden, ohne sie auf ihren eigenen Mund umzuschreiben. Auch Wörter, die sie nicht kennt, sollte sie nicht in den Mund nehmen. Beides wirkt unnatürlich und oft auch unverständlich<sup>3</sup>.

Das Moderationsmanuskript sieht bei jedem Moderator etwas anders aus. Jede und jeder sollte verschiedene Formen ausprobieren und die herausfinden, die am besten zu einem passt.

### **Sprechen ins Mikrofon<sup>4</sup>**

#### **Die Ansprechhaltung**

Ob sich die Zuhörenden angesprochen fühlen, hängt massgeblich von der so genannten „Ansprechhaltung“ ab. Die Hörerin spürt, ob die Moderatorin sich tatsächlich an ihr Publikum wendet oder einen Monolog hält. Die Schwierigkeit besteht darin, dass der Moderator meist alleine in einem Sendestudio sitzt – die vielen Hörerinnen und Hörer, die er ansprechen will, sind für ihn unsichtbar.

Eine einfache Regel ist deshalb, sich im Studio die Zuhörenden vorzustellen. Wenn die Moderatorin eine reale Person anspricht, verändert sich Ausdruck, der Farbklang ihrer Stimme. Ein kleiner Trick: Es hilft, sich ein Stofftier oder ein Foto auf das Mischpult zu stellen, um ein „ansprechbares“ Publikum vor sich zu haben.

---

<sup>2</sup> Nach Interaudio (2007: Sprechen und Moderieren im Radio)

<sup>3</sup> Programmkommission Radio RaBe (2008: 2)

<sup>4</sup> Nach Interaudio (2007: Sprechen und Moderieren im Radio)



Es gibt viele Arten, die Hörerin anzusprechen: vorlesen, verlesen, erzählen, kommentieren, vortragen, vorbringen, zitieren, beschreiben, schildern, weitergeben, berichten, mitteilen, informieren, aufklären, bekannt machen, verkünden usw. Der Moderator muss sich überlegen, welche Haltung er als Sprechender einnimmt.

### **Sprechen, Denken und Fühlen bilden eine Einheit**

Nur wer mitdenkt und versteht, was er /sie sagt, nur wer vor sich sieht, was er/sie erzählt, nur wer mit seinen Gedanken und Gefühlen im Text ist, kann den Text auch sprecherisch und stimmlich vermitteln. Anders gesagt: **Was die Sprecherin nicht im Kopf und Bauch hat, hat sie auch nicht in der Stimme.**

### **Technische Hinweise zum Sprechen ins Mikrofon<sup>5</sup>**

- Der Abstand vom Mikrofon zum Mund sollte etwa eine Handbreite betragen.
- Wenn möglich, sollte das Mikrofon über dem Mund sein, damit Popp- und Zischlaute unter dem Mikro durchgehen.
- Setz Dich am Mikrofon aufrecht hin, stelle beide Füße fest auf den Boden, atme ruhig und tief ein. Deine Stimme klingt dann voller und wärmer, und deine Stimmbänder werden nicht strapaziert.
- Trage immer einen Kopfhörer. Nur so hörst Du unerwünschte Nebengeräusche (Papierrascheln, das nervöse Klicken mit dem Kugelschreiber) und kannst Deine Stimme mit unterlegter Musik richtig abmischen.
- Konzentriere Dich auf das Manuskript.
- Wenn Du Dich versprichst, mach eine kleine Pause, atme noch einmal tief ein (aber nicht ins Mikrofon!), finde die Konzentration wieder und fange den letzten Satz noch mal von vorne an. Entschuldige Dich nicht. Die Zuhörenden haben den kleinen Fehler schnell vergessen.

<sup>5</sup> Nach Kursunterlagen für Grundkurse (2001) von Bianca Miglioretto (unveröffentlicht)



## **Quellen**

Interaudio (2007) Materialien für die interkulturelle Radioausbildung. Antje Schwarzmeier und Ulrike Werner. Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen)

klipp+klang radioschule (2008). Merkheft für die radiojournalistische Grundausbildung.

Radio RaBe Programmkommission (2008). Mehrsprachige Sendungsgestaltung. Empfehlungen der Programmkommission (PK).

Inter.Media, Intercultural Media Training in Europe. Handbuch für TrainerInnen, MitarbeiterInnen und RedakteurInnen. kopaed, München (2006).

Kursunterlagen für Grundkurse (2001) von Bianca Miglioretto (unveröffentlicht)