



Bild: Rainer Fromm

**Magerkost?** Viele Radiomoderatoren sind auf gute Laune getrimmt, dafür sprachlich enttäuschend. Aber es gibt auch Ausnahmen.



Bild: WDR/Herby Sachs



# „'ne Bombe auf Rädern“

**Das Niveau vieler Hörfunkmoderationen ist erschreckend niedrig. Oft mangelt es an korrekter Aussprache, intelligentem Wortwitz und fachlicher Vorbereitung. Stattdessen langweilen unentwegt gut gelaunte Moderatoren mit Konfektionsware.**

von Wolfgang Scheidt

**D**er Song „Radio nowhere“ von Bruce Springsteen ist derzeit ganz oben auf der Playlist vieler Radiosender. Nomen est omen: Wer bei den 341 privaten und öffentlich-rechtlichen Programmen in Deutschland mal genauer hinhört, wähnt sich nicht selten im sprachlichen Niemandsland. „Der hat doch 'nen Schuss!“, „Hallo, wach!“, „Das Ding war 'ne Bombe auf Rädern“, „Hammer-Nummer“ und imitierte

Affengeräusche beim „Bananenschalenwetter“ oder beim „besten Wetter Bayerns“ sind typische Hörproben aus dem deutschen Radioalltag.

**Trend- und Wetter-Update.** Bei Radio Energy München bestehen die Hauptnachrichten aus drei Meldungen; mitten im Nachrichtenblock gibt es Sponsorenhinweise und ein „Trend-Update“ mit einem Bewerbungsauftrag für die RTL-Castingshow „Das Superta-

lent“, bei dem sich die Hörer „von Dieter Bohlen mal so richtig zur Sau machen lassen“ dürfen. Beim „Wetter-Update“ auf derselben Welle heißt es: „Das Wetter war frisurenmäßig nicht so der Knaller.“ Hinzu kommen Schnitzer wie „der Einzige“, „da, wo“ oder „Gentlemänner“.

Ina Tenz, Programmdirektorin beim niedersächsischen Radio ffn, nimmt solche Verfehlungen nicht auf die leichte Schulter. Vor allem bei der Verwendung von Fremd-

wörtern und Redewendungen sieht sie Defizite. Wenn Moderatoren von „Authentität“, „Latte Matschiato“ und „aufs Trapez bringen“ sprechen, so Tenz, entstehe der Eindruck einer Bildungslücke. „Und der ist nur schwer zu reparieren.“ Die Ursachen für so manchen Fauxpas sieht die Programmdirektorin in mangelnder Konzentration, schlechter Vorbereitung, Überforderung und einer mangelhaften radiojournalistischen Grundausbildung.

**Hauptsache, es stört nicht.** Auch ihr eigener Sender steht dabei in der Kritik. „Ich habe überhaupt nichts gegen unterhaltsames Inforadio, so wie es Radio ffn Anfang der 90er Jahre gemacht hat“, sagt der freie Hörfunkjournalist Thomas Christes. Doch heute habe man bei ffn eher den Eindruck, dass Journalismus und Individualität den Moderatoren abhanden gekommen seien, lautet sein harsches Urteil. „Also immer schön nach der Maßgabe, dass es nichts zusätzlich kosten soll und auch nicht den Programmfluss stört.“

Etwas sportlicher sieht das Arno Müller, Programmdirektor und selbst Moderator beim Berliner Privatradio 104.6 RTL. „Wer jeden Tag vier bis fünf Stunden sendet, dem rutscht auch mal etwas durch“, erklärt er. Neue Talente zu finden und guten Nachwuchs auszubilden, das ist auch für Müller das wirkliche Problem. „Ohne bessere Nachwuchsförderung wird es schwer bis unmöglich, die Qualität zu verbessern.“

**Das ganze Elend.** Das sprachliche Niveau der Moderationen wirkt sich auch auf das Image der Sender aus. „Floskeln und Standard-Redewendungen lassen Moderationen als Billigware und Moderatoren als beliebig austauschbar erscheinen“, glaubt Axel Buchholz, Honorarprofessor am Journalistischen Seminar der Universität Mainz. „Außerdem langweilt Moderations-Konfektionsware dieser Art.“

Der Autor und Radiosprecher Gert Heidenreich bringt das Dilemma in seinem Essay „Nu-

schelland. Über das Elend der Sprache im eigenen Land“ auf den Punkt: „Ein Tag am Radio, und man hat eine ganze Anthologie mit Stilblüten, grammatikalischen Missbildungen, falschen Konjunktionen, unsinnigen Superlativen und waghalsigen Ausspracheversuchen französischer, italienischer, gar lateinischer Namen und Zitate gefüllt.“ Heidenreichs Hauptkritik richtet sich an die Moderatoren: „Die Floskeln und die ständig vorgetragene angeblich gute Laune sind nichts weiter als lächerlich und peinlich.“

Dabei sind die Moderatoren meist so gut oder schlecht wie das Programm drum herum. Und da hat sich in den vergangenen Jahrzehnten einiges verändert. Dominierten bis in die 80er Jahre noch inhaltsbezogene Hörfunkmoderationen, entwickelte sich mit dem Aufkommen des Formatradios der sogenannte Crossover-Moderator, der für alle Themenbereiche zuständig ist.

**Gute-Laune-Lieferanten.** Die fortschreitende „Entwörung“ der Begleitprogramme in den 90er Jahren habe Moderatoren oft zu Gute-Laune-Lieferanten und bloßen Verkündern degradiert, sagt der Mainzer Radioexperte Buchholz. Auch Hörfunkjournalist Thomas Christes, der auf [www.radiopannen.de](http://www.radiopannen.de) ein Podcast betreibt, erinnert sich an diese Zeit. „Auf vielen privaten, landesweiten Sendern waren zunehmend nur noch DJs zu hören, die ihre Sprüche abspulen oder, noch schlimmer, streng nach Schema F abspulen mussten. Hauptsache, man konnte ein Pult bedienen und alle paar Minuten die korrekte Uhrzeit, den Wochentag und die vorgegebenen Claims von sich geben.“

Der Qualitätsverlust betrifft längst nicht nur den Privatfunk. „Das Dumme ist, dass die Öffentlich-Rechtlichen es den Privaten nachmachen“, kritisiert der Sprecherzieher Michael Rossié. „Bayern 3 hatte jüngst das Thema Wald im Programm, um ein Buch zu promoten. Die Hörer sollten

anrufen und sich dazu äußern, warum wir Deutschen ein so besonderes Verhältnis zum Wald haben. Das kostet keinerlei Recherche und ist sterbenslangweilig.“

**20 Sekunden Insolvenz.** Thomas Christes ärgert sich über einen anderen Fall: Mehr als eine halbe Stunde lang kündigte ein öffentlich-rechtlicher Sender einen redaktionellen Beitrag an. „Gleich, gleich nach der nächsten Musik erklärt unser Experte Ihnen mal, was es mit dem Thema Insolvenz so auf sich hat.“ Als es dann endlich so weit war, hörte Christes einen „lapidaren 20-Sekunden-O-Ton.“ Ein Unternehmensberater erklärte wörtlich, „dass eine Insolvenz meist daran zu erkennen ist, wenn eine Firma zahlungsunfähig ist“. Ein journalistisches Armutszeugnis.

## Wolken zieren sich



**Michael Rossié:**  
*Sprachliche Fehler vermeiden.*

Moderatoren sollen so sprechen wie ihre Hörer. Aber sie müssen spannend und unterhaltsam moderieren und sollten sprachliche Fehler vermeiden. „Bitte kommen Sie sicher nach Hause‘ ist völliger Unsinn“, erklärt Sprechtrainer Michael Rossié. „Und wenn Wolken sich zieren oder den Schalk im Nacken haben – da hört für mich der Spaß auf.“ Auch Verkehrsmeldungen wie „Hey ihr Lenkradfesthalter, es hat gekracht auf der A7 wegen dem Schnee“ haben laut Rossié nichts im Radioprogramm zu suchen.

Christoph Seydel, Senior Coach bei Expert Executive, führt solche Fälle auf den immerwährenden Sparzwang in den Sendern zurück. Manchen Geschäftsführern von privaten Sendern seien Inhalt und Form weitgehend egal, solange das Geld stimme. Anderen sei es dagegen wichtig, die Qualität zu erhalten.

Verständnis für die Situation der Moderatoren bringt Markus Hen-

# Gute Moderationen

## Tipps für Radiojournalisten

**Glaubwürdigkeit:** Sich selbst nicht über- und die Hörer nicht unterschätzen. Wenn es eine technische Panne gibt, diese dem Hörer erklären, vorproduzierte Interviews nicht als live verkaufen. Moderatoren sollten keine Werbung sprechen, da ihre Glaubwürdigkeit durch die – stimmliche – Vermischung von Programm und Werbung leiden könnte.

**Kompetenz:** Keine falschen Kompetenzen vortäuschen und keine verbale Hochstapelei vor dem Mikrophon. Wer von der Verkehrsüber die Wettermeldung bis zum Experteninterview alles moderieren soll, muss über eine breite Allgemeinbildung verfügen.

**Sprache:** Je nach Format und Zielgruppe hochdeutsch sprechen, erlaubt sind auch Dialekt oder Jugendjargon. Aber: Die Moderationen sollten sprachlich und grammatikalisch korrekt, richtig betont und natürlich klingen. Keine fremden Texte wörtlich übernehmen, frei sprechen, Sprechrhythmus und -tempo variieren.

**Sympathie:** Sich eher zurücknehmen, als sich um jeden Preis profilieren wollen. Eine gewisse Popularität sollte nicht zur Selbstgefälligkeit verführen, kurz: den Kopf nicht zu weit „aus dem Radio strecken“.

**Hörernähe:** Nicht verkünden oder verkaufen, sondern den Hörer persönlich ansprechen. Ein Gefühl für die richtige Höreransprache entwickeln. Als Moderator sich immer in die Rolle des Hörers versetzen. Ausgetretene Pfade und Maschen vermeiden, sich aber andererseits nicht beim Hörer als „Ja-Sager“ anbieten.

**Reduktion:** Weniger ist meist mehr. Die Hörminute vor dem Radio ist etwa dreimal so lang wie die Sendeminute am Mikrophon. Also: Alles Überflüssige vermeiden! Sogenannte Zwischenmoderationen unterbrechen das laufende Musikprogramm. Zeitansagen, Verkehrsmeldungen und Service-Informationen müssen sein, aufgeblasene Moderationen sind dagegen tabu.

**Persönlichkeit:** Pflichtmoderationen und Verpackungselemente müssen sein. Doch nur wer seinen eigenen Stil entwickelt, trifft den Nerv der Hörer. Bei der richtigen Aussprache von Namen, zusätzlichen Informationen und Wortwitz beweist der Moderator Profil.

**Doppelmoderation:** Rollen der Moderatoren klar definieren, gespielte Fröhlichkeit und Selbstbeweihräucherung vermeiden. Moderatorenpärchen sollten harmonieren, stimmlich zueinander passen, sich nicht verquatschen und nicht zu laut über die eigenen Witze lachen.

(Quellen: Axel Buchholz, Walther von La Roche, Stefan Wachtel)

nig vom Autorenbüro Südwitz auf. „Grundsätzlich ist es für sie schwieriger geworden, sich im Hörfunk als Persönlichkeit zu präsentieren“, hat er beobachtet. „Formatvorgaben, Sprachregelungen, Gewinnspiele und dergleichen zwingen sie immer weiter in ein Korsett.“ Das gängige Moderatorenideal bei privaten wie auch bei öffentlich-rechtlichen Stationen beschreibt Hennig als „eierlegende Wollmilchsau“, die vom Manuskriptschreiben bis zum Selbstfahren der Sendung alles erledigt.

**Zulauf für das Wortradio.** Moderatoren mit toller Stimme, Charisma und Unterhaltungswert, die nicht nur Kärtchen ablesen, sind Mangelware. „Das geht nur mit jahrelangem Training. Und das ist auch eine Frage des Budgets“, sagt Hans-Dieter Hillmoth, Vorsitzender des Fachbereichs Hörfunk beim Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation. Die Zeit der „Phraseologie-DJs“, die außer ihrem Namen nur noch die Sendeslogans auf-sagen können, ist für Hillmoth jedoch vorbei. „Moderatoren, die etwas zu sagen haben, sind wieder gefragt“, ist er überzeugt.

Dafür sprechen auch Tendenzen, nach denen das Wortradio wieder mehr Zulauf hat. So ergab kürzlich eine Programmanalyse der Medienanstalt Berlin-Brandenburg, dass der Wort- und Nachrichtenanteil im Programm der Berliner und Brandenburger Radios zugenommen hat.

Auch aus anderen Regionen ist zu hören, dass der Dudelfunk nicht mehr überall als die allein selig machende Radioform gilt. Eine Rückbesinnung auf fachliche und sprachliche Kompetenzen ist nicht nur beim Deutschlandfunk oder Deutschlandradio Kultur gefragt; die „Kichererbse von nebenan“ oder den „Dampfplauderer vom Dienst“ kann sich kein Sender mehr leisten.

Auch WDR 2 setzt auf mehr Wortbeiträge und Persönlichkeiten: Mit Thomas Bug und Matthias Matuschik lancierte der



Bild: FFH

**Bedeutung des Wortes:** Hans-Dieter Hillmoth (VPRT, l.) und Ina Tenz (ffn) fordern Moderatoren, die etwas zu sagen haben. Hörfunkjournalist Thomas Christes befürchtet dagegen noch mehr „Schema F“.

### Literaturtipps:

Walther von La Roche/Axel Buchholz (Hg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. Berlin: Econ/Paul List Verlag, 8. Auflage, 2004

Michael Rossié: Sprechtraining. Berlin: Econ/Paul List Verlag, 4. Auflage, 2007

Stefan Wachtel: Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen. Konstanz: UVK, 5. Auflage, 2003

öffentlich-rechtliche Sender am Wochenende zwei fünfstündige Personality-Shows als Kontrast zum Magazincharakter unter der Woche. Für „Matuschik am Sonntag“ war Ende 2007 nach nur neun Monaten schon wieder Schluss: Persönliche Gründe des von Bayern nach Köln pendelnden Moderators waren laut Programmchefin Angelica Netz ausschlaggebend dafür, nicht die eine oder andere kritische Hörerstimme. Matuschiks Entscheidung bedauert Netz, da er „in nur wenigen Monaten gerade junge Hörer“ angesprochen habe.

Der Moderator wird nun ab Januar 2008 eine der werk-



Bild: ffn



Bild: privat

täglichen musikjournalistischen Strecken von 21 Uhr bis 23.30 Uhr übernehmen. Für das kommende Jahr steht laut Netz für WDR 2, das trotz Verlusten in der jüngsten Media-Analyse werktäglich von 2,4 Millionen Menschen ab 14 Jahren gehört werde, keine große Programmreform an: Das journalistische Profil soll weiter geschärft werden, das Konzept der Personalisierung werde sogar noch forciert.

**Hey, Du Hase.** Auch eine Überforderung der Hörer durch zu hohe Informationsfülle ist nicht unbedingt erstrebenswert. „Fakt bleibt, dass die Aufmerksamkeit der Hörer ab eineinhalb Minuten nachlässt“, sagt ffn-Frau Ina Tenz. „Das Wissen, dass beim Begleitmedium Radio eine Überfrachtung an Informationen nur bewirkt, dass beim Hörer nichts hängen bleibt, hat nachvollziehbare Inhalte zur Folge.“ Hörernähe ist für Tenz ein absolutes Muss, aber in Maßen. „Einige Ju-

gendsender wählen das direkte Du als Ansprache. Das klingt dann so: „Hey Hase, du gewinnst jetzt bei mir dein Ticket für Pink, ruf mich jetzt an.“

Beim Berliner Sender Kiss FM werden die Hörer schon mal als „kleine Scheißerchen“ oder „Dickerchen“ titulierte. „Man muss eben immer die Zielgruppe im Auge haben und das Programm dementsprechend gestalten“, erklärt Hörfunkjournalist Christes die wenig schmeichelhafte Anrede, die bei jugendlichen Hörern aber durchaus auf Wohlwollen stoßen dürfte.

Mit Skepsis betrachtet Axel Buchholz solche Entwicklungen im Radio. „Das Konzept dafür ist längst klar: Warum mehr investieren, wenn es auch mit weniger geht?“ Nach Ansicht von Buchholz wird sich das niedrige Niveau halten, „solange auf diese Weise

noch genügend Geld zu verdienen ist“.

Auch das Bundesverfassungsgericht konstatierte in seiner jüngsten Entscheidung zur Festsetzung der Rundfunkgebühr vom 11. September 2007 einen „Trend zur Massenattraktivität und zur Standardisierung des Angebots“ im dualen Rundfunksystem und kritisierte eine Bevorzugung des Sensationellen und Skandalösen in der Berichterstattung. „Auf Dauer wird sich aber Boulevardradio und Qualitätsradio noch deutlicher auseinanderentwickeln“, glaubt Buchholz, „wie das im Bereich der Presse ja schon geschehen ist.“ Wortsender wie Deutschlandradio Kultur und Deutschlandfunk, aber auch InfoWellen wie B5 Aktuell belegen die Tendenz schon jetzt.


Mit Erfolg, wie die aktuelle Media-Analyse zeigt: Deutschlandfunk erzielte im zweiten Halbjahr 2007 eine Reichweite von 1,1 Prozent, B5 Aktuell von 5,6 Prozent. Auch die Marktanteile und die

tägliche Verweildauer stiegen jeweils leicht an. Das dürfte für die Sender umso erfreulicher sein, da die Umstellung der amtlichen Statistik erstmals mehr junge Hörer unter 30 Jahren und weniger Personen über 60 Jahren berücksichtigt.

**Spiegelbild.** „In einem Informationsprogramm stehen auch in der Moderation die Inhalte im Vordergrund, nicht der Moderator“, sagt B5-Aktuell-Wellenchef Max Stocker über die Akzeptanz bei jüngeren Hörern. Die Fähigkeit, präzise, knapp und verständlich zu formulieren, sei genauso wichtig wie Artikulation und Stimmführung am Mikrofon.

„Der private Hörfunk sieht sich nicht als Bildungsbeauftragter, sondern funktioniert als Spiegel der Gesellschaft“, erläutert Christoph Seydel von Expert Executive den grundlegenden Unterschied der kommerziellen zu den öffentlich-rechtlichen Sendern. „Dass sich dabei altgediente Sprecherzieher und Sprecher die Haare raufen, ist nicht verwunderlich.“

Nicht immer führen extra lange Musikstrecken mit elektronischen Titelsagen und Moderationsmagerkost zu Rückgängen bei den Hörerreichtweiten. Das ärgert Thomas Christes. „Ich mag Moderationen, bei denen man spüren kann, dass sich der Autor wirklich Gedanken bei der Vorbereitung seiner Sendung gemacht hat.“

**Nicht zu geschliffen.** Eine gute Moderation muss denn auch nicht perfekt sein. Das kann sogar nachteilige Wirkungen haben, glaubt ffn-Programmdirektorin Ina Tenz. „Redet ein Moderator nur in geschliffenen Sätzen und in perfektem Hochdeutsch, wird er immer nur ein Sprecher bleiben“, so Tenz. Treffe er jedoch mit seiner Sprache und seiner eigenen Art, zu sprechen, das Lebensgefühl der Hörer, werde er menschlich, nahbar und zur Persönlichkeit. 

Wolfgang Scheidt arbeitet als Redakteur bei Neun Live Fernsehen in Unterföhring.