



Yvonne Malak

Das Moderationshandbuch

Alles, was Radio-Profis wissen müssen



Nomos

Edition Reinhard Fischer

Now Media

herausgegeben von

Prof. Harald Eichsteller

Dr. Marie Elisabeth Mueller

Prof. Devadas Rajaram

Band 6

Yvonne Malak

Das Moderationshandbuch

Alles, was Radio-Profis wissen müssen



Nomos

Edition Reinhard Fischer

© Titelbild: fotolia.com

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-8272-7 (Print)

ISBN 978-3-7489-2072-4 (ePDF)



Onlineversion
Nomos eLibrary

1. Auflage 2022

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2022. Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung bei der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	9
2	Die Moderation (macht den Unterschied)	11
2.1	Warum hören Menschen Radio?	11
2.2	Gute Moderator:innen – eine Definition	13
2.3	Moderator:in vs. Persönlichkeit	17
2.4	Die 4 Phasen des Kennenlernens	25
2.5	Haltungen in Solo-Moderationen	29
3	Showprep	32
3.1.	Vorbereitung fürs Showprep	32
3.2	Das Prep-Sheet	38
3.3	Showprep-Basics: 15 Fragen in 30 Minuten	40
3.4	Strategische Vorbereitung	45
3.5	Arbeiten mit dem Claim	49
3.6	Musikfarben beschreiben	50
3.7	Das Moodboard	51
3.8	Voicetracking und near-to-live	53
4	Content	57
4.1	Guter Content, schlechter Content	57
4.2	Gute Inhalte zahlen auf die Marke ein	60
4.3	Kino, Sport und Runterzieher	63
4.4	Das 1:30 Gerücht (und andere Märchen)	65
4.5	Service im digitalen Zeitalter	67
5	Das Skript	70
5.1	Skripten oder frei sprechen?	70

Inhaltsverzeichnis

5.2	Ansprechhaltung	71
5.3	Schreiben fürs Sprechen	74
5.4	Denke nicht an einen rosa Elefanten – Verneinungen verwirren unser Gehirn	77
5.5	Fragen und Floskeln, Füllworte und Unworte	78
5.6	Die häufigsten Fehler in der deutschen Sprache	79
6	Der Break	83
6.1	Einstieg, Info-Overkill und das Ende	83
6.2	Die EKDER Regel	88
6.3	Die Rosa Schleife	90
6.4	Gewinnspiel-Moderationen	92
6.5	Der Spannungsbogen	96
6.6	Das Geheimnis der Pause	97
7	Teasing	99
7.1	Teasing wirkt	101
7.2	Ziele des Teasings	102
7.3	Formen des Teasings	104
7.4	Die Verabredung	109
7.5	Aufbau eines Teasers	112
8	(Mehr als) zehn Tipps für kreative Musiccells	115
9	Moderation im Team	122
9.1	Grundregeln	122
9.2	Die Charaktere	122
10	Storytelling	127
10.1	Storytelling – eine Anleitung	127
10.2	Emotion, Empathie und der Subtext	130

11 Hörer:innen am Telefon	133
11.1 Mehr Hörer:innen on Air	133
11.2 Das Hörer Gespräch	136
12 Mit Moderationen die MA beeinflussen	138
13 Ramps und Musikbetten	140
13.1 Der Ramptalk	140
13.2 Musikbetten – Nutzen und Schaden.	141
14 Social Media und Podcasts	143
15 Tipps von Star-Moderatoren	146
15.1 Mein Hörer ist mein Mittelpunkt	146
15.2 Die Sache mit dem Feuer	149
15.3 Der gute Gastgeber	154
15.4 Von Ehrlichkeit, Seitenwechsel und Klugscheißerei	157
16 Die häufigsten Moderationsfallen	159
17 Extratipps	170
18 Der Aircheck	175
18.1 Zehn Tipps für gelungene Aircheck-Sessions	175
18.2 Die Aircheckliste	180
19 Top-Tipps einer Sprecherzieherin	184
19.1 Die Basis: Strukturiert sein von Anfang an	184
19.2 Daniela Langers zehn Tipps für eine persönliche Moderation	185
20. Wie wird man Moderator:in?	188
20.1 Tipps für deine Bewerbung	190
20.2 Danksagung	191

Inhaltsverzeichnis

21 Anhänge	192
21.1 Glossar	192
21.2 Literatur, Links, Interviews	196
21.3 Abbildungen	198
Register	199

1 Vorwort

274 Private UKW-Sender, 74 öffentlich-rechtliche UKW-Programme, ca. 3000 deutsche Webradio Angebote und bis zu 27 nationale DAB+ Angebote – dazu unzählige regionale DAB+ Sender und Streams – insgesamt also ca. 3.500 Audio-Angebote, die zur Gattung Radio gehören, gibt es Anfang 2022 allein in Deutschland¹.

Radio ist überall, es ist kostenlos, steht 24/7 zur Verfügung und kann dank Smartphones in fast jeder Situation problemlos konsumiert werden.

Dabei entfallen ca. 80 Prozent der Radionutzung auf die großen Musik- bzw. Unterhaltungssender – von SWR 3 über NDR 2 bis 104.6 RTL, von Radio Hamburg über Radio PSR und Radio 7, SAW bis Antenne Bayern. Da jeder dieser Sender zu mehr als 50 Prozent ausschließlich Musik sendet – teilweise bis zu 80 Prozent – heißt das auch: Für den Großteil der Radiostationen bleibt die Musikfarbe der Einschaltgrund Nummer 1. Die einzelnen Songs und die Zusammensetzung der Kategorien und der gesamten Rotation lassen sich erforschen, evaluieren und mathematisch optimal gestalten.

Wenn das aber das ganze Geheimnis wäre, dann wäre Radio nichts weiter als ein Streaming-Angebot wie Spotify oder Amazon Music. Den Unterschied machen die Menschen, die Stimmen am Mikrofon, die Lieblings-Moderator:innen der Hörer:innen. Wer es schafft, Lieblings-Moderator:in zu werden, leistet „seinem“ oder „ihrem“ Sender einen unbezahlbaren Dienst: Er oder sie wird zum Einschaltfaktor.

In den letzten drei Jahrzehnten durfte ich hunderte Moderator:innen begleiten, coachen, mitentwickeln. Nicht alle hatten das Zeug zum Star, aber einige. Nicht alle waren Top-Moderator:innen, aber viele. Eines hatten sie aber alle gemeinsam: die Leidenschaft für das schönste Medium der Welt. Das Radio.

Ihnen und euch allen ist dieses Buch gewidmet – mit praktischen Tipps, Anleitungen für die tägliche Arbeit an der Show, Airchecklisten und allen handwerklichen Grundlagen, die es braucht, um jedes Mal die bestmög-

1 Quelle: <https://de.statista.com/themen/591/radio/>.

1 Vorwort

liche Show abzuliefern. In diesem Sinne: Viel Spaß mit den folgenden Seiten, mögen diese dich maximal inspirieren.

Deine
Yvonne Malak

P. S.: Da das Gendern von einer Mehrheit der Hörer abgelehnt wird (zumindest in all den Studien, die ich in Radiosendern zu diesem Thema sehen durfte), verzichte ich in den Beispiel-Moderationen darauf – zumal Gender-Sprache die Moderation im deutschen (Unterhaltungs-)Radio auch nicht abbilden würde!

2 Die Moderation (macht den Unterschied)

2.1 Warum hören Menschen Radio?

Kein anderes Medium wird so stark genutzt wie Radio, wenn es darum geht, Entspannung zu finden, schlechte Stimmung in gute zu verwandeln oder eine gute Stimmung aufrechtzuerhalten.

Radio steht für emotionale Entlastung, Entspannung und gute Laune.

Die Mehrheit der Hörer:innen nutzt das Radio, um

- schlechte Stimmung zu vertreiben oder
- gute Stimmung zu verlängern²

Wir Radiomacher:innen sind also die „Good-Mood-Manager:innen“ unserer Hörer:innen. Die Erwartung an das Unterhaltungsmedium Radio ist also kurz gesagt: gute Laune (das gilt natürlich nicht für Nachrichtensender – die zähle ich aber auch nicht zu den „Unterhaltungsmedien“...).

Natürlich hat das Leben auch viele negative Aspekte, die wir auch in Unterhaltungsmedien nicht vernachlässigen können – eine Menge der Themen rund um die Corona-Krise in den Jahren 2020 bis 2022 waren nicht gerade positive Stimmungskanonen – solche Themen gehören auch zum Leben und müssen natürlich auch Raum bekommen, wann immer sie eine hohe Relevanz für das Leben unserer Hörer:innen bzw. direkte Auswirkungen auf deren Leben haben.

Gleichzeitig sagt die Erwartung der Hörer:innen an das Medium Radio und die Stimmung, die es ausstrahlen soll, eine Menge über die optimale Grundhaltung der Moderation, die Auswahl der anzusprechenden Themen und die Ansprechhaltung aus – alles Grundlagen, um ein beliebter Moderator bzw. eine beliebte Moderatorin zu werden.

Aus dem ZDF Convergence Monitor kannst du ersehen, dass Radiohören eher mit „sicherer Freude“ und „Ruhe“ als mit „Erregung“ und „emotionalem Risiko“ assoziiert wird.³

Die Basis für Moderator:innen in Unterhaltungsmedien ist also eine positive Ansprechhaltung.

2 http://www.uni-kassel.de/fb4/psychologie/personal/lange_SAV/material/Unterhaltung.pdf.

3 Sonderauswertung „Moodmanagement“ für das ZDF im Rahmen der Gemeinschaftsstudie Convergence Monitor, durchgeführt von Kantar (2018).

2 Die Moderation (macht den Unterschied)

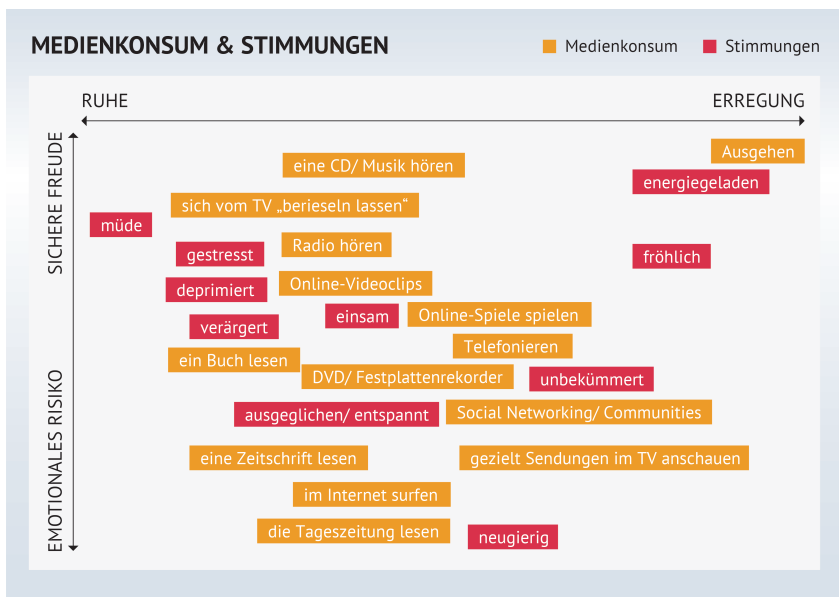


Abb. 1 Medienkonsum und Stimmungen⁴

Die 1-zu-1-Kommunikation

Die „perfekte Einsamkeitsbetreuung“ könnte eines der Erfolgsgeheimnisse des Radios sein, mutmaßte der WELT-Autor Ulrich Clauß in einem Artikel zum 90. Geburtstag des Radios.⁵

Ich finde das eine sehr gelungene Beschreibung. Denn sie trifft genau das Geheimnis erfolgreicher Moderation: die 1-zu-1-Kommunikation. Gute Moderator:innen geben diesem einen Hörer, dieser einen Hörerin das Gefühl nur mit ihm bzw. ihr zu sprechen.

Wir sprechen zwar mit einer Vielzahl von Hörer:innen – aber mit einer Vielzahl individueller Hörer:innen, also mit jedem und jeder einzeln. Auch wenn mehrere Menschen parallel in einem Raum (z. B. einem Großraumbüro oder PWK) gemeinsam einen Sender nutzen, hört jeder für sich allein.

4 Sonderauswertung „Moodmanagement“ für das ZDF im Rahmen der Gemeinschaftsstudie Convergence Monitor, durchgeführt von Kantar (2018)

5 <https://www.welt.de/politik/deutschland/article121299368/Das-Dampfradio-ueberlebt-sie-noch-alle.html>.

2.2 Gute Moderator:innen – eine Definition

In der Schlussfolgerung bedeutet dies für die Moderation einige No-Gos. Z. B. Tagesbefindlichkeiten mit der Gießkanne auszukippen („egal ob Sie im Büro, auf der Baustelle oder schon längst im Feierabend sind“) – eine solche Moderation widerspricht der Idee der 1-zu-1-Kommunikation. „Ja, aber so erwische ich doch viel mehr Hörer“, erwidern Moderator:innen in Coachings daraufhin fast immer. Das Gegenteil ist der Fall. Du erwähnst so mehrere Gruppen von Hörer:innen, aber „direkt erwischen“ wirst du so keinen einzigen, weil eine solche Moderation genauso beliebig ist, wie sie klingt. Die Kunst besteht darin, immer wieder andere Hörer:innen direkt anzusprechen und so in vielen Sendestunden tatsächlich alle Hörer:innen einmal direkt zu erreichen.

Ich verspreche dir: Ein Hörer, eine Hörerin, der oder die einmal das Gefühl hatte, direkt von dir, seinem bzw. ihrem Lieblings-Moderator, seiner bzw. ihrer Lieblings-Moderatorin adressiert worden zu sein, wird dich nie wieder vergessen. Und ganz bestimmt wird er oder sie sich in einer MA-Abfrage an den Sender erinnern, dessen Moderation ihn oder sie so „direkt erwischt“ hat.

Vielleicht kennst du selbst die Situation: du hörst Radio – sagen wir beim Schminken im Bad – der Moderator oder die Moderatorin sagt etwas wie „wenn ihr gerade vor dem Spiegel steht“ und du fühlst dich direkt angesprochen – das ist 1-zu-1-Kommunikation! Ein Kollege nannte das kürzlich „diesen magischen Moment“.

2.2 Gute Moderator:innen – eine Definition

Sehr gute Moderator:innen haben dieses gewisse Etwas – diese Art von Präsenz am Mikrofon, eine Stimme, die den Raum ausfüllt.

Das kann man sich nicht antrainieren. Leider. Aber Präsenz allein reicht natürlich nicht aus. Einen „guten Moderator“, eine „gute Moderatorin“ zu definieren ist gar nicht so einfach und deshalb habe ich die Frage „Was macht gute Moderator:innen aus?“ an einen anderen Experten weitergegeben, an Marc Haberland⁶ Geschäftsführer des RTL AudioCenters mit Marken wie 104.6 RTL, 105.5 Spreeradio oder JAM FM. Aus diesem Haus kommen im wahrsten Sinne des Wortes *ausgezeichnete* Moderator:innen wie Hans Blomberg, 2016 als „Bester Moderator“ mit dem Deutschen Radiopreis ausgezeichnet⁷, und die meistkopierte Morgenshow Deutschlands

6 Interview per E-Mail im März 2021

7 Vgl. Abschnitt 15.3.

„Arno und die Morgencrew“, die bereits mehrfach mit dem Deutschen Radiopreis als beste Morgensendung ausgezeichnet wurde. Marc Haberland antwortete mir auf diese Frage wie folgt:

„Die Frage kommt so harmlos daher, an ihrer Beantwortung habe ich mir allerdings fast die Zähne ausgebissen. Zusammengefasst würde ich die Frage etwas unorthodox beantworten mit:

„Talent verpflichtet“.

Ich möchte es an alle Moderator:innen direkt formulieren. Ich bin der festen Überzeugung, dass du nur dann sehr gut wirst, wenn du es schaffst Talent, Handwerk und Arbeitseinstellung zu vereinen.

Talent ist der Teil, den du mitbringst, Handwerk der Teil, den du lernen musst. Und die Arbeitseinstellung meint ganz einfach Werte wie Fleiß und Disziplin.

Talent kann bei Moderator:innen vieles sein. Stimme, natürliche Präsenz, Scharfsinn, Schlagfertigkeit. Manche Moderator:innen sind sehr talentiert, haben aber leider kein besonderes Interesse für Handwerksregeln. Schreiben, Zugang zu Themen, Fragetechniken, strategisches Wissen, Format-Verständnis, oder etwas scheinbar banales wie die richtige Sprechtechnik. Schon mal bemerkt, wie wenige Moderator:innen es schaffen am Satzende einen klaren Punkt zu sprechen? Toll machen das u. a. Birgit Hahn von HH2 oder Thomas Koschwitz von hr1! Solltest du jetzt denken ‚naja, einen Punkt zu sprechen ist ja nun wirklich irrelevant‘, könnte das ein Indiz sein, dass du dir den kommenden Absatz umso genauer durchliest.

Wenn du ein talentierter Moderator oder Moderatorin bist, dann hast du wahrscheinlich die Erfahrung gemacht, dass du mit deinem Talent weit kommst. In der Schule, im Freundeskreis, im Volontariat. Die Menschen mögen dich und hören dir gerne zu. Du bist unterhaltsam und hast auch noch eine schöne Radiostimme. Es läuft! So wie der talentierte Fußballspieler, der – gottgegeben – alle stehen lässt. Auf dem Bolzplatz, in der Kreisliga und vielleicht auch noch in der Regionalliga...

Das kann lange gut gehen, bei den absoluten Top-Sendern aber warten andere Kaliber auf dich. Erfahrene und anspruchsvolle PDs, kluge CvDs, außergewöhnlich kreative Redakteur:innen die eine anspruchsvolle Erwartung an die Skills ihrer Moderator:innen haben. Hier wirst du ohne Handwerkszeug schnell ans Limit kommen. Nur Talent wird dann nicht mehr reichen. Du wirst in Themenlagen und Anforderungen geraten, denen du ohne Handwerkszeug nicht dauerhaft gewachsen bist. Du wirst entlarvt.

Aber zum Glück trifft das auf dich nicht zu! Du bist nicht nur ein talentierter Moderator oder Moderatorin, du hast auch das Handwerk gelernt.

Dann kommt noch das dritte Kriterium: die Arbeitseinstellung. Ich meine damit Fleiß, Disziplin, Ausdauer, Professionalität.

Meine Erfahrung ist, dass absolute Top-Moderator:innen, langjährige erfolgreiche Hosts, Local-Heros, Radiopreis-Gewinner:innen – sie alle haben Talent, sie alle beherrschen ihr Handwerk aus dem EffEff – immer wahnsinnig fleißig und diszipliniert sind. Sie liefern ab. Jeden Tag, über Wochen, Monate, Jahre. Bei Liebeskummer, bei schlechtem Wetter, bei Stress mit dem Chef, bei langweiligen Themen, bei Trouble mit der Redaktion. Egal was ist. Sie sind da, sie sind pünktlich, sie bleiben, bis das Thema rund ist und das Interview steht. Sie geben dem Team und dem Sender das Gefühl „auf mich könnt ihr bauen“.

Du hast Talent? Dann bist du verdammt noch mal verpflichtet, mit Handwerk und Arbeitseinstellung etwas daraus zu machen, um ein sehr guter Moderator oder eine sehr gute Moderatorin zu werden. Los geht's!

Ein sehr guter Moderator bzw. eine sehr gute Moderatorin kann sich übrigens auch mal kurz fassen...deshalb bin ich wahrscheinlich keiner geworden“.

Zum Stichwort „Arbeitseinstellung“ passt auch der Satz, den mein früherer Chef Arno Müller (Programmdirektor und Morgenshow-Host von 104.6 RTL) während meiner Zeit als Moderatorin bei 104.6 RTL Ende der 90er mal zu mir gesagt hat:

„Ich bezahle dich nicht dafür, dass du eine gute Sendung machst, wenn draußen die Sonne scheint und alles gut läuft. Ich bezahle dich dafür, dass du immer eine gute Sendung machst – unter allen Umständen“.

Dieses Zitat ist jetzt fast als 25 Jahre alt, aber ich habe es immer noch im Kopf...

Was das von Marc Haberland angesprochene Handwerk betrifft, erfüllen gute Moderator:innen wann immer möglich die folgenden Anforderungen:

- Sie wissen um die „High Risk Zone“ zu Beginn eines Breaks und kommen sofort zum Punkt. Sie gehen wertschätzend mit der Zeit der Hörer:innen um und sagen diesen sofort, warum sie diesen Break hören sollen.

2 Die Moderation (*macht den Unterschied*)

- Sie interessieren sich für das Leben ihrer Hörer:innen und spiegeln dies in kurzen Befindlichkeitsmoderationen – und das jeden Tag anders, so dass innerhalb mehrerer Tage die gesamte Zielgruppe einmal angesprochen wird. So setzen sie das Prinzip der 1-zu-1-Kommunikation in jedem Break um und schaffen es gleichzeitig, innerhalb mehrerer Sendungen eine ganze Bandbreite an Hörer:innen anzusprechen.
- Sie kennen ihr Sendegebiet und halten sich ständig auf dem Laufenden über wichtige Ereignisse, Veränderungen im Stadtbild, große Baustellen, alle relevanten Events und dropfen immer wieder Ortsmarken sowie Ereignisse aus dem Sendegebiet innerhalb kurzer Moderationen.
- Damit sorgen sie dafür, dass die Sendungen nie austauschbar sind, sondern immer zuordenbar – zu einem Tag, einem Tagesteil und einer Region.
- Sie haben die Strategie des Senders verstanden und wissen um die Wichtigkeit des Verkaufens derselben. Das heißt, wenn man diesen Moderator:innen zuhört, versteht man sehr genau, wofür der jeweilige Sender stehen will.
- Sie verfügen über eine gute Allgemeinbildung, verfolgen täglich die Nachrichten und verstehen die Haltungen der Hörer:innen zu den wichtigsten aktuellen Themen.
- Dabei stellen sie sich nie über die Hörer:innen und belehren nicht.
- Sie sind persönlich und teilen wichtige Aspekte ihres Lebens mit den Hörer:innen. Damit sorgen sie dafür, dass die Hörer:innen in jeder Sendung etwas über den jeweiligen Moderator oder die jeweilige Moderatorin erfahren.
- Sie schaffen es, Informationen auf das Wesentliche zu reduzieren und die Hörer:innen nicht mit überflüssigen Details zu überfordern bzw. zu langweilen.
- Sie erkennen genau, wann ein Break den Höhepunkt erreicht hat und beenden ihn dann.
- Die Lieblingshits machen mit diesem Moderator oder dieser Moderatorin mehr Spaß als ohne, denn er oder sie präsentiert sie mit Leidenschaft und Freude an der Musik.
- Sie machen sich die Musik zu eigen und erzeugen so den Eindruck einer von ihm oder ihr persönlich „kuratierten“, mit sorgfalt zusammengestellten Playlist
- Sie spiegeln mit der Stimme die Stimmung der Musik und schaffen so ein homogenes Produkt.

Und das wichtigste:

- Sie haben Spaß bei der Arbeit und schaffen es in jedem Break diesen rüberzubringen.

2.3 Moderator:in vs. Persönlichkeit

Das erste, was ein Moderator, eine Moderatorin braucht, um zur Persönlichkeit zu werden, ist Zeit! Niemand ist von Tag eins an eine On-Air-Persönlichkeit – diesen Status muss man sich erarbeiten. Denn die Hörer:innen entscheiden, ob jemand für sie eine Persönlichkeit ist, also eine persönliche Bindung herstellen kann. Und wann hat man es geschafft, eine On-Air-Personality zu sein? Ich denke, auf dem Weg zu einer Persönlichkeit ist man dann, wenn die Hörer:innen einen mit etwas verbinden („das ist doch die mit der Patchwork-Familie und den vier Kindern“/„ach, die mag ich, weil sie die gleichen Probleme mit dem Home-Schooling hatte wie ich“) und zur Persönlichkeit geworden ist man, wenn die Hörer:innen einen vermissen, wenn man nicht on Air ist.

Um eine Persönlichkeit werden zu können, braucht es einige Eigenschaften, die sich mit dem Kunstwort PEULE zusammenfassen lassen.

Persönlich

Emotional

Uneitel

Lebenserfahren

Empathisch

Im Detail:

P wie persönlich.

„Wenn du willst, dass deine Hörer deinem Sender gegenüber treu sind, musst du ihnen als Mensch etwas bedeuten“ (Tracy Johnson)⁸.

Die großen Moderator:innen von A wie Australien bis Z wie Z 100 in New York teilen fast alles mit ihren Hörern. Nehmen wir die Hauptmoderator:innen der Elvis Duran Show in New York. Obwohl ich dort nur gelegentlich Reinhöre, weiß ich, dass die Praktikantin auch im Lockdown Tinder-Dates hatte, dass der Anchor homosexuell ist und nach acht Jahren

8 Johnson: 2018 o.A.

Beziehung seine große Liebe Alex in Santa Fe geheiratet hat oder dass seine Co-Moderatorin Danielle (Danielle Monaro) eine Brustverkleinerung hinter sich hat und nun happy ist, endlich ihre Rückenschmerzen los zu sein. Ich weiß, dass Jackie O. (106.5 KIIS FM Sydney) wegen ihrer Kinder immer eine Art tragbare Toilette im Auto hat oder dass Tanya Reed (KIIS FM, Los Angeles) nach einer Trennung wieder mit ihrem Freund zusammen ist. Und sollten sich die beiden zwischenzeitlich wieder getrennt haben, werden wir Hörer:innen das auch erfahren.

Die beliebtesten Moderator:innen teilen (fast) alles mit ihren Hörer:innen. Und damit schaffen sie es, eine „unkaputtbare“ Hörerbindung herzustellen. Sie schaffen Identifikationspunkte und damit bedeuten sie ihren Hörer:innen etwas.

Diese persönlichen Details machen Moderator:innen zu Menschen zum Anfassen, denn sie erschaffen so transparente Persönlichkeiten. Zugegeben, die Beispiele stammen alle aus Morgenshows. Aber auch als Tagesmoderator:in kann man eine transparente Persönlichkeit werden, z. B. Anke bei Radio Hamburg (zweites Kind, klassischer Working-Mom-Stress in der Großstadt). Über sie wissen die Hörer:innen sehr vieles – vom Hang zu Junkfood (das sie liebt, aber niemals ihren Kindern zum Essen geben würde) über die Unart des Fluchens beim Autofahren bis hin zum häuslichen Süßigkeiten-Versteck. Alles Dinge, die viele ihrer Hörer:innen mit ihr teilen. Diese Transparenz, dieses Spiegeln des Lebens der Hörer:innen schafft Bindung.

Trau dich! Aber alles zu seiner Zeit! Bitte nicht mit der Tür ins Haus fallen.⁹ Das alles gilt auch für deine Social Media Postings.

Ich verspreche dir: wenn du die richtigen Dinge mit deinen Hörer:innen teilst, wenn du es schaffst, deren Lebenswelt zu spiegeln, bekommst du plötzlich viel mehr Feedback, Anrufe und Mails, aus denen sich wiederum neue Ideen und neues Material für weitere Breaks ergeben.

Alle, wirklich alle Moderator:innen, mit denen ich arbeiten durfte und darf, gaben und geben mir genau dieses Feedback: Reaktionen kommen vor allem zu persönlichen Geschichten. Je mehr Storys aus dem echten Leben, desto mehr Sprachnachrichten, E-Mails und Anrufe von Hörer:innen mit ähnlichen Geschichten oder Weiterdrehen zum eigentlichen Thema.

Wer nicht bereit ist, Dinge aus seinem Leben mit seinen Hörer:innen zu teilen, wird nie eine Persönlichkeit werden, sondern immer nur ein austauschbarer Moderator bzw. eine austauschbare Moderatorin bleiben.

9 Vgl. Abschnitt 2.4

E wie Emotion

Große Moderator:innen haben keine Angst vor großen Emotionen. Vermutlich hast du auch schon eine dieser Geschichten im Radio gehört, die man nie vergisst. Wie z. B. die eines Moderators in Berlin, der on Air erzählte, dass er nach der Geburt seines ersten Kindes einen Tag lang nur geweint hat. Als Ryan Seacrest in der KIIS FM Morningshow ein krebskrankes Mädchen mit dessen Mutter zu Gast im Studio hatte, war kurz nach dem Interview mit dem Mädchen seine Co-Moderatorin und Redakteurin Patty mit tränenerstickter Stimme on Air, weil sie sich hineingefühlt hat, wie schwer so eine Situation wohl für eine Mutter sein muss. Die andere Seite der Emotion sind z. B. Hörer:innen, die sich ehrlich über einen Preis freuen oder die erst verärgert und dann amüsiert sind, weil sie in einem „Versteckten Telefon“ reingelegt wurden. Wer Emotion zeigen oder sie aus Hörer:innen und Interview-Gästen herauskitzeln kann, hat einen der wichtigen Skills einer Radio-Personality.

U wie Uneitel

Du bist ein Mann, Radiomoderator und Sitzpinkler? Würdest du letzteres mit deinen Hörer:innen teilen? Nein? Määääpp, falsche Antwort.

Große Moderator:innen teilen ihre Macken oder Schwächen mit ihren Hörer:innen. Sie haben kein Problem über Niederlagen zu reden, können über sich selbst lachen, stellen sich nie über die Hörer:innen und zeigen uns immer, dass sie „ganz normale“ Menschen mit ganz normalen Macken und Schwächen sind.

Nicht perfekt zu sein ist sympathisch und auch dieses Unperfekte macht uns wieder ein Stück menschlicher, mehr zum Anfassen und Andocken und vor allem Identifizieren. Denn wer ist schon fehlerfrei? Und falls es den fehlerfreien Mitmenschen gäbe – wie sympathisch wäre der?

L wie Lebenserfahren

Große Moderator:innen haben immer auch eine umfassende Allgemeinbildung, sind belesen, können zu allem etwas sagen und haben diese gewisse Lebensweisheit. Dazu muss man nicht zwangsläufig deutlich Ü20 oder Ü30 sein. Lesen und Augen bzw. Ohren offenhalten hilft! Ein Tipp, den ich mir bereits als Teenager in den 1980ern von den großen amerikani-

schen Moderator:innen zu Herzen genommen habe, war: „Lies alles, sieh alles, hör alles“. Und damit ist – auf die 2020er Jahre übersetzt – nicht gemeint, Infos aus der eigenen Social-Media-Blase zu beziehen. Im Gegenteil: Ein junger Mann könnte mal im Brigitte-Forum stöbern, eine notorische Radfahrerin ein Auto-Magazin lesen. *Horizont erweitern* heißt die Devise.

Mein Gefühl, wenn ich die großen Engländer:innen, Amerikaner:innen oder Australier:innen höre: Diese Kolleg:innen sind top auf dem Laufenden über das aktuelle (politische) Geschehen, haben mehr als ein Buch gelesen und sich auch mal über den Tellerrand des Mediengeschehens hinaus mit Themen wie z. B. Philosophie beschäftigt. Durch diese breite Allgemeinbildung haben sie zu jeder Situation eine Art „Lebensweisheit“ parat, die Hörer:innen und auch Betroffene abholt, tröstet, nach vorne blicken lässt. Mit anderen Worten: Sie strahlen durch diese Weisheit, diese persönlichen Erfahrungen eine gewisse Wärme aus und wirken dadurch wie ein guter Freund oder eine gute Freundin. Und über den Tellerrand schauen, sich im aktuellen Tages-Geschehen auskennen oder ein Gefühl dafür bekommen, was unsere Hörer:innen gerade beschäftigt, kann man auch als ganz junger Mensch.

E wie Empathie

Eine Eigenschaft, der wir im deutschsprachigen Radio – vor allem in jungen Formaten – zu wenig Gewicht beimessen, ist Empathie. Empathie für denjenigen bzw. diejenige, mit dem, der wir gerade sprechen, für die Situation, in der sich ein Hörer oder eine Hörerin gerade befindet und ggf. Empathie für unsere Co-Moderator:innen und Kolleg:innen on Air. Wir sind gerne flapsig und lustig, brettern dabei aber oft über die Gefühle unserer Mitmenschen bzw. Hörer:innen hinweg. Beispiel: ein Ratespiel im Radio mit einem Hörer „live“ am Telefon. Der Hörer weiß die Lösung nicht oder beantwortet von fünf Fragen nur zwei richtig. In welcher Situation befindet sich dieser Mensch gerade? Er ist – vielleicht zum ersten Mal in seinem Leben – live im Radio, er ist nervös, will sich nicht blamieren und hat deswegen erst recht einen Blackout. Wenn du das würdigst, erreichst du tausendmal mehr, als wenn du einen vermeintlich witzigen Spruch dazu machst.

„Hörer... treffen emotionale Entscheidungen... Hörer mögen vergessen, was genau du gesagt hast, wie viel Songs du gespielt hast oder was die Top Story deiner Show war, aber sie werden sich daran erinnern,