



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„90 Jahre Hörfunk in Österreich - der Beruf
des Radiomoderators im Wandel der Zeit“

Verfasserin

Simone Mayerhofer, Bakk. Phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066/841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Betreuer:

Ao. Univ. - Prof. Dr. Fritz Hausjell

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Magisterarbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, Juni 2014

Simone Mayerhofer

Lesehinweis

Auch wenn die Forderung nach Political Correctness in der Benutzung der deutschen Sprache gerechtfertigt sein mag, habe ich mich zugunsten einer besseren Lesbarkeit dazu entschlossen, von Radiomoderatoren, Radiojournalisten, Hörern etc. zu sprechen, auch wenn damit Radiomoderatorinnen und Radiomoderatoren etc. gemeint sind. An jenen Stellen, an denen die Unterscheidung der Geschlechter für den Inhalt bedeutsam ist, werden die männliche und weibliche Form getrennt benutzt. Die weibliche Form wird auch dann verwendet, wenn sich das Wort konkret auf eine weibliche Person bezieht.

Danksagung

Viele Menschen haben einen größeren oder kleineren Beitrag zur Entstehung dieser Arbeit geleistet. Mein größter Dank gilt den interviewten Experten, Mag. Karl Amon, Patrick Lynen, Dr. Ernst Swoboda und Prof. Alfred Treiber, die sich die Zeit genommen haben, mir für interessante, informative und unterhaltende Gespräche zur Verfügung zu stehen. Insbesondere der Termin mit dem Hörfunkdirektor des ORF im Funkhaus in der Argentinierstraße hat mich besonders gefreut, da ich mir selbst ein Bild von dem Haus, in dem auch schon die RAVAG-Mitarbeiter ihrer Arbeit nachgegangen sind, machen konnte. Die Tatsache, dass das älteste Funkhaus Österreichs bald Geschichte sein wird, da eine Übersiedlung auf den Königberg unmittelbar bevor steht, verstärkte das Gefühl eines einmaligen Erlebnisses.

Zudem freue ich mich sehr, dass insgesamt 153 österreichische Radiomoderatoren meiner Bitte nachgekommen sind und ihre Informationen und Meinungen zu ihrem Beruf im Zuge der Fragebogen-Befragung an mich weitergegeben haben. Das große Interesse an meiner Arbeit von Seiten der Moderatoren, aber auch der Redakteure und der Senderverantwortlichen, war sehr motivierend. In diesem Zusammenhang bedanke ich mich sehr herzlich bei Karl Lenz von Radio Steiermark, der mich im Mai dieses Jahres ins Landesstudio nach Graz eingeladen hat, um mit mir ein Interview zum Thema „90 Jahre Radio“ zu machen. Erstmals durfte ich mich aktiv in einer Radiosendung einbringen und einem erfahrenen Radiomoderator bei seiner Arbeit über die Finger schauen. Ich war sehr stolz, als ich meine Stimme am 23. Mai im Radio – besser gesagt am PC via Livestream – gehört habe. Diese Reise nach Graz wird mir immer in Erinnerung bleiben.

Mein besonderer Dank gilt Prof. Hausjell, der mich im Zuge eines vorangegangenen Forschungsseminars für das Forschungsgebiet der Hörfunkgeschichte begeistern konnte und mir für allfällige Fragen zur Verfügung stand. Des Weiteren bedanke ich mich bei Frau Mag. Barbara Kerb vom Dokumentationsarchiv Funk für die Unterstützung und hilfreichen Tipps bei der Recherche.

Sehr dankbar bin ich auch allen Freunden, die stets ein offenes Ohr für die Fortschrittsberichte meiner Arbeit, den diesbezüglichen tagesaktuellen Problemen

und meine Klagen über andauernden Schlafmangel hatten. Speziell danken möchte ich dabei meinen Freundinnen Iris und Karin sowie meiner Schwester Uli, die sich die Mühe gemacht haben, diese Arbeit auf Herz und Nieren zu prüfen.

Dass ich mich meiner Magisterarbeit überhaupt widmen konnte, habe ich jedoch größtenteils meiner Familie zu verdanken. Allen voran bedanke ich mich bei meinem Partner Thomas, der in den letzten Monaten nicht nur einen großen Teil der Freizeitaktivitäten mit unseren Kindern ohne mich bestritten hat, sondern mir auch für die Arbeit als kritischer Diskussionspartner mit Rat und Tat zur Seite stand. Meinen Söhnen Jonas und David danke ich für die vielen „Stärkungsbus-sis“, die mir immer wieder neue Energie zum Schreiben gegeben haben, und für ihr (wenn auch schnell enden wollendes) Verständnis, dass ich nicht immer Zeit zum Spielen hatte. An dieser Stelle dankend erwähnen will ich Tante Uli, Oma und Opa in Tulln und Oma in Linz, die mir jederzeit als Spielgefährten und Betreuer für Jonas und David zur Verfügung standen.

Vielen Dank!

Inhaltsverzeichnis

1	VORWORT	1
2	EINLEITUNG	2
2.1	FRAGESTELLUNG/FORSCHUNGSLEITENDES ERKENNTNISINTERESSE.....	4
2.2	AUFBAU DER ARBEIT.....	5
3	HÖRFUNK IN ÖSTERREICH	7
3.1	GESCHICHTE DES HÖRFUNKS IN ÖSTERREICH	7
3.2	DIE RADIOLANDSCHAFT IN ÖSTERREICH.....	16
3.3	DIE RADIONUTZUNG IN ÖSTERREICH	19
4	KOMMUNIKATIONSTHEORETISCHE PERSPEKTIVE	24
4.1	MEDIUM RADIO.....	24
4.1.1	<i>Radio vs. Hörfunk</i>	25
4.1.2	<i>Massenmedium Radio</i>	26
4.1.3	<i>Vom Leitmedium zum Begleitmedium</i>	28
4.1.4	<i>Radionutzung im heutigen Alltag</i>	33
4.1.5	<i>Programmelemente</i>	34
4.1.6	<i>Radioprogramme</i>	35
4.1.7	<i>Radioformate</i>	39
4.1.8	<i>Programmierung</i>	42
4.2	RADIOJOURNALISMUS	43
4.2.1	<i>Journalistische Berufe im Hörfunk</i>	45
4.2.2	<i>Handwerksregeln für Radiojournalisten</i>	48
4.2.3	<i>Radiojournalistische Darstellungsformen</i>	54
4.3	KOMMUNIKATORFORSCHUNG	60
5	BERUF RADIOMODERATOR	66
5.1	DEFINITION RADIOMODERATOR.....	66
5.2	VOM RADIOSPRECHER ZUM RADIOMODERATOR.....	67
5.3	ABGRENZUNG DES RADIOMODERATORS VOM RADIOJOURNALISTEN	77
5.4	DIE MODERATION ALS RADIOJOURNALISTISCHE DARSTELLUNGSFORM	77

5.5	BEDEUTUNG UND AUFGABEN DES RADIOMODERATORS	82
5.6	ANFORDERUNGEN AN DEN RADIOMODERATOR	83
5.7	STIMME/SPRACHE DES RADIOMODERATORS	87
5.8	AUSBILDUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR RADIOMODERATOREN	89
5.9	ANSTELLUNG VON RADIOMODERATOREN.....	93
5.10	ZUKUNFTSPERSPEKTIVE FÜR DEN BERUF DES RADIOMODERATORS	95
6	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG: DER BERUF DES RADIOMODERATORS	96
6.1	FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN	96
6.2	RECHERCHEARBEITEN	97
6.3	DIE FORSCHUNGSMETHODE DER BEFRAGUNG.....	99
6.4	QUALITATIVE FORSCHUNG: LEITFADENORIENTIERTE EXPERTENBEFRAGUNG.....	101
	6.4.1 <i>Die Methode der qualitativen Befragung.....</i>	<i>101</i>
	6.4.2 <i>Auswahl der Interviewpartner und Kontaktaufnahme</i>	<i>105</i>
	6.4.3 <i>Leitfadenerstellung.....</i>	<i>108</i>
	6.4.4 <i>Durchführung der Interviews.....</i>	<i>108</i>
	6.4.5 <i>Transkriptionen.....</i>	<i>110</i>
6.5	QUANTITATIVE FORSCHUNG: BEFRAGUNG MITTELS FRAGEBOGEN.....	111
	6.5.1 <i>Die Fragebogen-Methode</i>	<i>111</i>
	6.5.2 <i>Fragebogen-Konzeption.....</i>	<i>113</i>
	6.5.3 <i>Pretest.....</i>	<i>115</i>
	6.5.4 <i>Fragebogen-Adressaten.....</i>	<i>115</i>
	6.5.5 <i>Fragebogen-Versand.....</i>	<i>116</i>
6.6	AUSWERTUNG	117
	6.6.1 <i>Auswertung der Experten-Befragungen.....</i>	<i>119</i>
	6.6.2 <i>Auswertung Fragebögen.....</i>	<i>138</i>
6.7	ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN ERGEBNISSE	154
	6.7.1 <i>Rolle des Radiomoderators</i>	<i>154</i>
	6.7.2 <i>Anforderungen an den Radiomoderator.....</i>	<i>155</i>
	6.7.3 <i>Ausbildung des Radiomoderators.....</i>	<i>156</i>

6.7.4	<i>Anstellung des Radiomoderators</i>	157
6.7.5	<i>Zukunft des Radiomoderators</i>	158
7	RESÜMEE UND AUSBLICK	160
8	QUELLENVERZEICHNIS	164
8.1	SELBSTSTÄNDIGE LITERATUR.....	164
8.2	UNSELBSTSTÄNDIGE LITERATUR	168
8.3	HOCHSCHULARBEITEN	176
8.4	ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN.....	177
8.5	GRAUE LITERATUR.....	177
8.6	QUELLEN AUS DEM INTERNET	178
8.7	E-MAILS.....	182
9	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	183
10	ANHANG	184
10.1	INTERVIEWLEITFADEN	184
10.2	EXPERTEN-GESPRÄCHE	186
10.2.1	<i>Interview mit Prof. Alfred Treiber (AT) am 28. März 2014</i>	186
10.2.2	<i>Interview mit Dr. Ernst Swoboda (ES) am 3. April 2014</i>	193
10.2.3	<i>Interview mit Patrick Lynen (PL) am 17. April 2014</i>	202
10.2.4	<i>Interview mit Mag. Karl Amon (KA) am 7. Mai 2014</i>	210
10.3	FRAGEBOGEN.....	216
	LEBENSLAUF	221
	ABSTRACT DEUTSCH	222
	ABSTRACT ENGLISCH	226

„Keep your feet on the ground and keep reaching for the stars.“

(Casey Kasem, amerikanische Radio-Legende)

1 Vorwort

Ein treuer Begleiter, unterhaltend, informativ und immer und überall verfügbar. Auch wenn sich das Aussehen in den letzten 90 Jahren stark verändert hat, so ist scheinbar nichts an Attraktivität verloren gegangen. Und noch lange kann keine Rede vom Auslaufmodell sein. Das Radio.

Das älteste Massenmedium hat mich schon mein ganzes Leben lang begleitet. In meiner Kindheit war das Radiogerät meiner Eltern immer eingeschaltet, wenn wir zu Hause waren – abgesehen von den Abendstunden, in denen das Fernsehen das Radio ablöste – und eine Autofahrt, ohne Radio zu hören, gab es so gut wie nie. Ich erinnere mich noch daran, als ich meinen ersten Walkman als Geschenk bekommen habe, oder als ich sonntags am Abend mit den Fingern auf den „Record“- und „Play“-Tasten vor meiner Stereoanlage saß und einzelne Musiktitel aus der Hitparade aufgenommen habe. Damals waren mir die Radiomoderatoren noch eher lästig, wenn sie ein Lied gekürzt oder dazwischen geredet haben. Treffpunkt Ö3 mit Dominic Heinzl war die Sendung, mit der ich als Teenager eingeschlafen bin, denn damals hatte ich ein Bett, in dem ein Radiowecker eingebaut war. Als ich den Moderator viele Jahre später zum ersten Mal live gesehen habe, war es doch recht aufregend, den Menschen, dem ich so viele Stunden lang zugehört habe, vor mir stehen zu sehen.

Im Laufe meines bisherigen Berufslebens hatte ich bei verschiedenen Marketingaktivitäten sehr häufig mit den unterschiedlichsten Radiosendern zu tun. Immer wieder faszinierten mich dabei die Radiomoderatoren, die immer gut gelaunt, äußerst kommunikativ und offen und mit einer großen Portion an Selbstbewusstsein ausgestattet zu sein schienen. Während des Studiums galt mein Interesse ebenfalls dem Hörfunkjournalismus und zuletzt im Rahmen eines Forschungseminars der Hörfunkgeschichte. Im Zuge dieses Seminars habe ich die Biographie des Konzertpianisten Prof. Otto Schulhof erarbeitet, der vor dem zweiten Weltkrieg für die RAVAG bzw. nach 1945 für „Radio Wien“ und „Radio Rot-Weiß-Rot“ tätig war. Dabei wurde meine Neugier auf Menschen, die beim Hörfunk gearbeitet haben bzw. arbeiten, weiter gestärkt. Schlüssig ist damit die Wahl des Themas für meine Magisterarbeit.

2 Einleitung

Im Herbst dieses Jahres feiert das Medium Radio einen großen Geburtstag: 90 Jahre Hörfunk in Österreich. Am 1. Oktober 1924 startete die Radioverkehrs-AG (RAVAG) ihren offiziellen Sendebetrieb und strahlte die erste Radiosendung in Österreich aus.¹ Bis in die 1950er-Jahre galt das Radio als Leitmedium in Österreich.² Als das Fernsehen aufkam, wurde das Ende des Radios prophezeit. Wie man heute weiß, war dem nicht so, das Radio konnte sich erfolgreich als Begleitmedium etablieren. Heutzutage ist es aus dem Alltag nicht mehr wegzu-denken. Radio ist überall, zu Hause, im Auto, am Handy, am PC, in den Supermärkten, usw. Die großen Vorteile des Radios sind seine Schnelligkeit und Aktualität. Als reines Audiomedium ist es bestens geeignet für die Parallelnutzung beim Arbeiten, Autofahren oder Internetsurfen.

In diesem Zusammenhang spielten und spielen vor allem auch die Radiosprecher bzw. -moderatoren eine bedeutende Rolle. *"Radio ist ein akustisches Medium. Diese banale Wahrheit hat ebenso banale Nebenwirkungen: Die Stimme ist entscheidend."*³ Demnach haben die Radiomoderatoren eines Radiosenders einen hohen Stellenwert. Sie sind als die *"Repräsentanten der jeweiligen Welle"*⁴ die Wegbegleiter für die Hörer im Alltag. Zudem sind sie oftmals die *"populärsten, beliebtesten und (meist auch) bestbezahlten Radio-Mitarbeiter"*⁵. Sie sind es auch, die einen Radiosender – neben dem Musikprogramm und der richtigen Programmierung – unverwechselbar machen, und wenn sie gute Arbeit leisten, dann erzeugen sie bei den Hörern Sympathie und Zustimmung.

¹ Vgl. Geschichte Online: RAVAG, <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3182&arttyp=k> [05.04.2014].

² Vgl. Kremsberger, Simone: 80 Jahre Radio in Österreich. In: Archiv der Online-Zeitung der Universität Wien, 2004. <http://www.dieuniversitaet-online.at/beitraege/news/80-jahre-radio-in-osterreich/65/neste/44.html> [05.04.2014].

³ Vgl. Kleinstauber, Hans J.: Radio. Eine Einführung. Wiesbaden, 2012, S. 258.

⁴ Pawlowski, Klaus: Grundlagen der Hörfunkmoderation. Münster, 2004, S. 9.

⁵ Buchholz, Axel: Moderieren. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 47.

Wie relevant die getroffenen Aussagen eines Radiomoderators sind und welche weitreichenden Folgen ein vermeintlicher Fehler haben kann, zeigte sich erst kürzlich in der österreichischen Medienlandschaft. Am 18. März 2014 wurde in der Sendung „Ja Genau“ auf Okto⁶ ein Interview mit der Ö3-Moderatorin Elke Lichtenegger ausgestrahlt, in dem sie nach einer Anekdote aus dem Redaktionsalltag gefragt wurde. Sie erzählte von einer Situation, in der sie beim Arbeiten gestört wurde, und zwar vom lästigen Gesang *„irgendeiner österreichischen, vollkommen unbekanntem Band, die halt irgendwie versucht, uns ein Lied zu verkaufen, das wir aber nicht wollen, weil es wahrscheinlich ganz schlecht ist“*. Dass es sich dabei um die bekannte US-Band Imagine Dragons handelte, ist dabei nebensächlich. Vielmehr hat sie sich und Ö3 den Ärger vieler österreichischer Musiker zugezogen, die sich ohnehin bereits seit langer Zeit vom ORF, und dabei insbesondere von Ö3, vernachlässigt fühlen.⁷ Heftige Kritik an diesem Interview fand trotz der prompten Entschuldigungen vom Senderchef Georg Spatt und Elke Lichtenegger an vielen Stellen Platz, sei es auf den Internetplattformen Facebook (FB) und Twitter, aber auch in einigen Tageszeitungen und in der „Zeit im Bild“ wurde darüber berichtet. In einem Posting zum Facebook-Beitrag der „Zeit im Bild“ zu diesem Thema, das die Bedeutung der Diskussion zu dem Interview aufzeigen soll, heißt es provokant:

„Pfau! Wenn man die Reaktionen auf FB bei dieser Geschichte beobachtet, sind gefühlt, mehr Österreicher emotionalisiert, als über die Krise in der Ukraine, Edward Snowden und die neue Freundin vom Lugner zusammen.“⁸

Ob die vielen Diskussionen letztendlich zu einer Veränderung im Radioprogramm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks führt, wird sich noch weisen. In jedem Fall zeigt es auf, welche Verantwortung Radiomoderatoren bei der Ausübung ihres Berufs und auch abseits davon tragen.

⁶ Okto ist ein nichtkommerzieller Privatfernsehsender in Wien.

⁷ Vgl. derStandard.at: „Ö3 denkt nicht so!“, Senderchef entschuldigt sich für Aussagen seiner Moderatorin, <http://derstandard.at/1397521228969/Oe3-Chef-entschuldigt-sich-fuer-Aussagen-einer-Moderatorin> [23.04.2014].

⁸ Peterka, Michael: Posting am 23.04.2014 auf der Facebook-Seite der Zeit im Bild, <https://www.facebook.com/photo.php?v=10152293680046878> [23.04.2014].

2.1 Fragestellung/Forschungsleitendes Erkenntnisinteresse

Das Medium Radio erfreut sich seit seiner Einführung großer Beliebtheit bei der österreichischen Bevölkerung. Zwar hat es sich im Laufe der Zeit vom Leitmedium zum Begleitmedium entwickelt, dennoch ist es heute fest im Alltag der Menschen verankert. Kleinsteuber konstatiert, dass das Radio auch in Zukunft als niedrighschwelliges, kostengünstiges Medium der Zivilgesellschaft Bestand haben und durch die Verbindung mit dem Internet als Nebenbei-Medium genutzt werden wird, um sich mit Nachrichten zu versorgen.⁹

Kiefer sieht neben den Kernfunktionen des Radios – Erdung, Orientierung, Stabilisierung – "*Moderatorenpersönlichkeiten mit Orientierungsfunktion*" als wichtigen Faktor für die psychologischen Funktionen von Radio für die Zukunft.¹⁰ Der Radiomoderator von heute ist, wie eingangs angedeutet, das Bindeglied zwischen dem Radiosender und seinen Zuhörern. Dabei hat er gleich mehrere Funktionen: er ist gleichzeitig Programmredakteur, Sprecher und Unterhalter und als Leiter einer Sendung dafür verantwortlich, dass er die Themen sachgerecht, verständlich und unterhaltend vermittelt.¹¹ Zudem sind die Anforderungen, die an einen Radiomoderator gestellt werden, vielseitig.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, einerseits die Entwicklung des Berufs des Radiomoderators aufzuzeigen und andererseits die aktuelle Situation zu analysieren. Es sollen die Rolle des Moderators im Radio, seine Aufgaben sowie Anforderungen eruiert und ein Ausblick für die Zukunft gegeben werden. Zudem sollen die notwendigen Fertigkeiten bzw. die verschiedenen Ausbildungswege aufgezeigt werden. Außerdem wird das Arbeitsverhältnis zwischen Radiomoderatoren und Radiosender hinterfragt.

⁹ Vgl. Kleinsteuber, a.a.O., S. 342f.

¹⁰ Vgl. Kiefer, Matthias: Zukünftige Funktionen des Radiohörens. Die Sicht der morphologischen Trendforschung. In: Müller, Dieter. K./Raff, Esther (Hrsg.): Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird - und wie Radiowerbung anmacht. 2., akt. und erweiter. Aufl. Wiesbaden, 2011, S. 210f.

¹¹ Vgl. Manhart, Lothar: Hörfunk- und Fernsehberufe: mit Ausbildungswegen. 2., überarb. und aktual. Aufl. München, 1988, S. 59.

Fraglich ist, welche Rolle der Radiomoderator in Zukunft spielen wird. Es wird angenommen, dass der klassische Moderator zu Randzeiten immer mehr an Bedeutung verliert und viele Radiosender zu den Tagesrandzeiten komplett auf eine Moderation verzichten. Nur morgens wollen die Hörer auch künftig von einer persönlichen, bekannten und authentischen Stimme geweckt und über den Tag begleitet werden, meint Valerie Weber, die Programmchefin und Geschäftsführerin von Deutschlands größtem Radiosender, Antenne Bayern.¹² Ob dies ein denkbares Szenario für die Zukunft darstellen könnte, soll unter anderem ebenfalls mit dieser Arbeit hinterfragt werden.

Arnold unterscheidet zwischen Unterhaltungsmoderatoren und journalistischen Moderatoren. Da die Grenzen jedoch fließend sind¹³, wird in der vorliegenden Arbeit der Beruf des Radiomoderators ohne diese Unterscheidung untersucht. Zudem werden die beiden Begriffe „Radio“ und „Hörfunk“ in der vorliegenden Arbeit synonym verwendet.

2.2 Aufbau der Arbeit

Am Beginn der vorliegenden Arbeit steht die Aufarbeitung der Hörfunkgeschichte in Österreich. Es werden dabei die wichtigsten Meilensteine, Ereignisse und Veränderungen der letzten 90 Jahre erläutert. Daran anknüpfend wird die heutige Radiolandschaft in Österreich dargestellt sowie die aktuelle Radionutzung der österreichischen Bevölkerung aufgezeigt.

In Kapitel 4 werden das Medium Radio, der Radiojournalismus und die Kommunikatorforschung aus kommunikationstheoretischer Perspektive betrachtet. Im Zuge der Erläuterungen zum Medium Radio werden die Merkmale und Funktionen dieses Massenmediums erläutert, weiters die Veränderungen im Laufe der Zeit vom Leitmedium zum Begleitmedium und die Radionutzung im Alltag. Zudem wird ein Überblick über Programmelemente, Radioprogramme, -formate sowie die Programmierung gegeben. Das Kapitel Radiojournalismus zeigt journalistische Berufe im Hörfunk, Handwerksregeln für Radiojournalisten und die

¹² Vgl. Quotenmeter.de. Auslaufmodell Radiomoderator?, <http://www.quotenmeter.de/n/64877/auslaufmodell-radiomoderator> [02.01.2014].

¹³ Vgl. Arnold, Bernd-Peter: ABC des Hörfunks. 1. Aufl. München, 1991, S. 56.

gängigen radiojournalistischen Darstellungsformen auf. Radiojournalisten im Allgemeinen und Radiomoderatoren im Speziellen sind Kommunikatoren und damit Gegenstand von Untersuchungen im Rahmen der Kommunikatorforschung. Nach einer Begriffsdefinition werden die verschiedenen Ansätze aufgelistet und ein Überblick über Böckelmann's *„Bilanz der Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum von 1945 bis 1990“* – insbesondere in Bezug auf Hörfunkstudien – gegeben. Zudem wird eine für die vorliegende Arbeit interessante Untersuchung vorgestellt, nämlich jene von Oliver Kirschner. Er hat im Jahr 2007 eine empirische Studie über Radiomoderatoren in der Steiermark durchgeführt.

Kapitel 5 widmet sich ganz und gar dem Beruf des Radiomoderators. Es werden die historischen Entwicklungen vom Radiosprecher zum Radiomoderator erläutert und die Abgrenzung von Radiojournalist und Radiomoderator aufgezeigt. Nach einer ausführlichen Beschreibung der Moderation als radiojournalistische Darstellungsform werden die Bedeutung und die Aufgaben des Radiomoderators erläutert. Welche Anforderungen an einen Moderator gestellt werden und welche Ausbildungswege möglich bzw. erforderlich sind, wird ebenfalls thematisiert. Außerdem wird der Frage nach den möglichen Anstellungsverhältnissen für Radiomoderator nachgegangen und Zukunftsperspektiven für den Beruf des Radiomoderators aufgezeigt.

Das Kernelement der vorliegenden Arbeit bilden die beiden empirischen Untersuchungen zum Beruf des Radiomoderators, die in Kapitel 6 präsentiert werden. Es wurden einerseits vier leitfadenorientierte Experteninterviews und andererseits eine Fragebogen-Befragung durchgeführt, die Aufschlüsse über den Beruf des Radiomoderators geben sollen. Nachdem die Theorie zu den einzelnen Forschungsmethoden bzw. der Auswertung und die verschiedenen notwendigen Tätigkeiten inklusive der Durchführung erläutert werden, bilden die Ausführungen und Darstellungen der Untersuchungsergebnisse bzw. die Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse die Basis für ein Resümee und den daran anknüpfenden Ausblick (Kapitel 7).

3 Hörfunk in Österreich

Zum 90-jährigen Jubiläum kann der österreichische Hörfunk auf gute und schlechte Zeiten, bedeutende technische Errungenschaften, auf unterhaltsame Anekdoten, aber auch auf nie vergessene Persönlichkeiten zurückblicken. Dieses Kapitel widmet sich der Aufbereitung der wichtigsten historischen Ereignisse im österreichischen Rundfunk, der Radiolandschaft in Österreich, wie sie sich aktuell darstellt, und der Radionutzung der österreichischen Bevölkerung.

3.1 Geschichte des Hörfunks in Österreich

Denkt man an die Anfänge der drahtlosen Funktechnik in Österreich, so gibt es einige Namen, die unmittelbar damit verbunden sind: Univ. Prof. Dr. Ernst Lecher (bestimmte 1891 als Erster kurze Wellen nach Länge und Frequenz), Ing. Otto Nußbaumer (erste drahtlose Übertragung von Musik und Sprache 1904 in Graz), Robert von Lieben (meldete 1906 das Patent für ein „Kathodenstrahlen-Relais“ an und schuf 1910 mit der „Glühkathoden-Röhre mit Gittersteuerung“ die Voraussetzungen für die spätere Rundfunkentwicklung), Ing. Siegmund Strauß (entwickelte 1912 das Prinzip der „Rückkoppelung“), Dr. Alexander Meissner (erarbeitete 1913 die Rückkoppelungsschaltung des Röhrensenders und schuf die Grundlagen für die sogenannten „Überlagerungsempfänger“) und Ing. Oskar Koton (startete im April 1923 mit „Radio Hekaphon“ Rundfunksendungen in Wien). Sie gelten als die österreichischen Pioniere des Rundfunks.¹⁴ Die erste Stimme, die drahtlos übertragen wurde, war, wie bereits oben erwähnt, die von Otto Nußbaumer. Am 15. Juni 1904 sang er in Graz die steirische Landeshymne, die über eine Distanz von 20 Metern rein und ohne Nebengeräusche zu hören war.¹⁵

Am 1. Oktober 1924 wurde offiziell durch die Österreichische Radioverkehrs-AG der Rundfunkbetrieb aufgenommen. Dem vorangegangen waren jahrelange

¹⁴ Vgl. Ergert, Viktor: 50 Jahre Rundfunk in Österreich. Band I: 1924-1945. Salzburg, 1974, S. 217.

¹⁵ Vgl. Dorner, Dieter: Unorthodox und unverwechselbar. Radiolegenden von einst und jetzt. In: Godler, Haimo/Jochum, Manfred/Schlögl, Reinhard/Treiber, Alfred (Hg.): Vom Dampfradio zur Klangtapete. Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich. Wien/Köln/Weimar, 2004, S. 93f.

Bestrebungen des Wiener Juristen Oskar Czeija (1887–1958), eine Rundfunkstation zu gründen, die nicht nur Nachrichten, sondern auch künstlerische Darbietungen drahtlos übertragen sollte. Mit dem Konzeptentwurf für einen Monopolrundfunk überzeugte er den damaligen Bundeskanzler Ignaz Seipel und erhielt die Konzession zur Gründung der RAVAG, deren Generaldirektor er wurde.¹⁶ Mit den Worten „*Hallo, hallo, hier Radio Wien auf Welle 530. [...]*“ begrüßte ein Sprecher die Hörschaft.¹⁷

Die erste Sendung am 1. Oktober 1924 konnten 11.000 Haushalte in Wien und Umgebung empfangen¹⁸. Am Ende des Jahres 1924 war die Zahl der Empfänger bereits auf 93.000 gestiegen¹⁹. Die Sendezeit der RAVAG betrug zunächst nur wenige Stunden täglich.²⁰ Durch die erteilte Konzession war das Programm vorgegeben. Am Programm stehen mussten Nachrichten, Wetterberichte, Musikvorträge, literarische und belehrende Vorträge sowie Märchenerzählungen.²¹

Czeija formulierte drei Aufgaben für den Österreichische Rundfunk, nämlich „*zu bilden und zu belehren, ferner zu unterhalten und schließlich für das geistige und kulturelle Niveau Österreichs und seiner Bewohner im Auslande eine wirksame Propaganda zu machen.*“²² Obwohl der politische Einfluss auf das Programm und die Gestaltung des Rundfunks in einem immer größer werdenden Ausmaß vorhanden war, zählten die Bereiche politische Information und Nachrichten offiziell nicht zu den Aufgaben des Rundfunks.²³

¹⁶ Vgl. Geschichte Online: RAVAG, a.a.O.

¹⁷ Vgl. Braunbeck, Joseph/Schlögl, Reinhard: Sturm- und Drangzeiten des Radios. In: Godler/Jochum/Schlögl/Treiber, a.a.O., S. 24.

¹⁸ Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 46.

¹⁹ Vgl. ebenda, S. 77.

²⁰ Vgl. Geschichte Online: RAVAG, a.a.O.

²¹ Vgl. Österreichische Rundfunk Gesellschaft m.b.H.: 40 Jahre Rundfunk in Österreich, Wien, 1964, S. 6.

²² Ergert, a.a.O., 1974, S. 73.

²³ Vgl. Geschichte Online: RAVAG – Rundfunk und Politik, <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3184&arttyp=k> [05.04.2014].

Als Sprecher fungierten alle Mitarbeiter, einschließlich Czeija. Der erste tatsächliche Sprecher der RAVAG war Alfred Roth-Limanowa, er begann seine Tätigkeit einen Tag nach der offiziellen Eröffnung.²⁴ Prof. McCallum, der ab März 1925 den Englischkurs für Anfänger im Hörfunk präsentierte, gilt als erster Radio-Star und „Radio-Liebling“.²⁵ Prof. Dr. Leopold Richtera, der erste Leiter des „wissenschaftlichen Programms“ sah damit seine Annahme als bestätigt, dass es primär auf die Persönlichkeit ankomme, ob eine Sendung Erfolg habe oder nicht.²⁶ Als bedeutender Radiosprecher ist auch Willy Schmieger zu nennen, der Ende 1928 seine Rundfunkkarriere als erfolgreicher Sportberichterstatter der RAVAG begann.²⁷

In der frühen Radiogeschichte gab es zwei wichtige Meilensteine:

- 1. Jänner 1929: Erster Vortrag eines prominenten Wissenschafters außerhalb des Studios – Nobelpreisträger Prof. Wilhelm Ostwald sprach von seinem Arbeitszimmer in Leipzig aus zu den Hörern. Ab dem Frühjahr 1929 wurden solche Sendungen „Das wandernde Mikrofon“ genannt.²⁸
- 3. August 1930: Erster Einsatz eines neuen Kurzwellensender-Autos bei den Salzburger Festspielen, mit dessen Hilfe Übertragungen aktueller Ereignisse unabhängig von Fernsprechleitungen durchgeführt werden konnten.²⁹

Mitte der 1930er-Jahre wurde das große Funkhaus in der Argentinierstraße in Wien gebaut (endgültige Fertigstellung im November 1939) und die RAVAG betrieb Rundfunksendeanlagen in Wien und in den Bundesländern.³⁰ Je größer die Hörschaft wurde, umso interessanter wurde das Medium Radio für die Politik.

²⁴ Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 43.

²⁵ Vgl. ebenda, S. 72.

²⁶ Vgl. Jochum, Manfred: Die seichten Wünsche der breiten Masse. Aus der Frühzeit des Radios in Österreich (1924-1932). In: Godler/Jochum/Schlögl/Treiber, a.a.O., S. 32.

²⁷ Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 106f.

²⁸ Vgl. ebenda, S. 105.

²⁹ Vgl. ebenda, S. 116f.

³⁰ Vgl. Österreichische Rundfunk Gesellschaft m.b.H.: Jahresbericht 1952, Wien, 1952, S. 5.

Als Bundeskanzler Engelbert Dollfuß am 3. März 1933 das Parlament auflöste und am 1. Mai 1934 den autoritären Ständestaat ausrief, stellte der österreichische Rundfunk ein geeignetes Mittel für politische Propagandazwecke dar.³¹

Was die Hörschaft anbelangt, so zeigte sich die österreichische Bevölkerung von 1924 bis 1933 als sehr rundfunkfreudig.³² Als jedoch im Jahr 1933 durch den Einfluss der Regierung ein sprunghafter Anstieg von Propagandasendungen im Hörfunk zu verzeichnen war, meldeten über 66.000 Radiohaushalte (13 % aller ausgegebenen Lizenzen) ihr Empfangsgerät ab.³³ Im Jahr 1934 gab es dennoch über eine halbe Million Rundfunk-Teilnehmer. Die Sendezeit wurde ausgeweitet und immer mehr namhafte Künstler, aber auch jene, die erkannt haben, dass man mit diesem neuen Medium die Menschen einzeln ansprechen und geistiges und kulturelles Gut vermitteln kann, waren für den Rundfunk tätig.³⁴

Zwischen Februar 1934 und März 1938 wurde der österreichische Rundfunk offiziell zum Instrument der autoritären Staatsführung. Und auch beim Putschversuch der Nationalsozialisten am 25. Juli 1934 blieb die RAVAG nicht verschont, bewaffnete Männer besetzten das Rundfunkgebäude.³⁵ Damit war die RAVAG (nach Ansicht vieler Historiker) die erste Rundfunkstation der Welt, die bei einem Putsch besetzt wurde.³⁶

Als Österreich 1938 okkupiert wurde, „erstarb die Stimme des kleinen Alpenlandes im Äther“.³⁷ Der 11. März 1938 war der letzte Sendetag der RAVAG³⁸, bereits am nächsten Morgen – es war der Tag, an dem deutsche Truppen die

³¹ Vgl. Geschichte Online: RAVAG – Rundfunk und Politik, a.a.O.

³² Vgl. Öffentliche Verwaltung für das österreichische Rundspruchwesen: Radio Österreich – 30 Jahre Rundfunk in Österreich – Festschrift, Wien, 1954, S. 18.

³³ Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 137.

³⁴ Vgl. Österreichische Rundfunk Gesellschaft m.b.H., a.a.O., 1964, S. 6.

³⁵ Vgl. Geschichte Online: Ständestaat, <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3189&arttyp=k> [05.04.2014].

³⁶ Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 149.

³⁷ Österreichische Rundfunk Gesellschaft m.b.H., a.a.O., 1964, S. 6.

³⁸ Vgl. Geschichte Online: Das Ende der RAVAG, <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3192&arttyp=k> [05.04.2014].

österreichischen Grenzen überschritten – meldete sich die RAVAG bereits als „Deutschösterreichischer Rundfunk“.³⁹ Es wurde die deutsche Organisation eingeführt, das Programm wurde von der „Reichsrundfunkgesellschaft“ gemacht und die Reichspost übernahm die Sendeanlagen. Der Reichssender Wien verlor rasch an Bedeutung, da er hauptsächlich von Berlin aus geleitet wurde.⁴⁰ Das Programm des Reichssenders Wien war eine gezielte Kombination von politisch pathetischen Propagandasendungen und möglichst unterhaltsamer „seichter“ Musik. Das Angebot bestand aus 87 % Musik- und nur 13 % Wortsendungen, Nachrichten gab es nur selten, dafür standen umso öfter groß inszenierte Übertragungen von Parteitag, Führer-Reden oder anderen politischen NS-Veranstaltungen am Programm.⁴¹

Nach Kriegsende erklang am 29. April 1945 um 19.30 Uhr zum ersten Mal die Stimme von Radio Wien unter der Leitung von Czeija mit den Worten: „*Achtung! Achtung! Hier ist Radio Wien.*“⁴² Im Frühjahr 1945 gab es für den Rundfunk in Österreich einen zweiten Neubeginn, der neue Entwicklungen einleiten sollte.⁴³

Während der Besatzungszeit gab es vier Radiosender, einen pro Besatzungsmacht:

- „Sendergruppe West“ der französischen Besatzungsmacht (Vorarlberg, Tirol)
- „Radio Rot-Weiß-Rot“ der amerikanischen Besatzungsmacht (Salzburg, Linz, Wien)
- „Sendergruppe Alpenland“ der britischen Besatzungsmacht (Steiermark, Kärnten)

³⁹ Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 176.

⁴⁰ Vgl. Österreichische Rundfunk Gesellschaft m.b.H., a.a.O., 1952, S.5.

⁴¹ Vgl. Dusek, Peter: Wunschkonzert und Propaganda. In: Godler/Jochum/Schlögl/Treiber, a.a.O., S. 44.

⁴² Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 214.

⁴³ Vgl. Ergert, Viktor: 50 Jahre Rundfunk in Österreich. Band II: 1945-1955. Salzburg, 1975, S. 26.

- „Radio Wien“ der russischen Besatzungsmacht (Niederösterreich, Burgenland, Wien – von der RAVAG geführt)⁴⁴

Damit war der Hörfunk in Österreich alles andere als einheitlich, lediglich die Zensur der Sendungen und die Verwendung der Sender als Träger von Propaganda waren bei allen Sendern gleich.⁴⁵ Der Sender Rot-Weiß-Rot (RWR) präsentierte sich in dieser Zeit als Vorreiter des „modernen“ Radios. Es wurden Nachrichten zu jeder vollen Stunde verlautbart, das gesamte Programm wurde in viertel- und halbstündige Segmente geteilt, es gab „Program-Promotion“ und 1949 wurde die Radio-Diskussions-Sendung „Radioparlament“ eingeführt. Auch das Senderpersonal betreffend ging RWR neue Wege. Der neue Rundfunk-Mitarbeitertyp „Disc-Jockey“ wurde nach Österreich gebracht, es gab fix angestellte „Script-Writer“, und ein ernannter Sportchef verhalf der Sportreportage ab Sommer 1948 zu enormer Popularität.⁴⁶

Im Mai 1953 wurde aus „Radio Wien“ der „Österreichische Rundfunk“. Nach und nach wurden die anderen drei Sender eingegliedert, sodass im November 1955 alle Frequenzen in der Hand des „Österreichischen Rundfunks“ waren.⁴⁷ Schließlich wurde am 11. Dezember 1957 die „Österreichische Rundfunk Ges. m. b. H.“ gegründet, die mit 1. Jänner 1958 ihre Arbeit aufnahm.⁴⁸

Aufgrund einer fehlenden finanziellen Basis steckte die neukonstituierte Rundfunkgesellschaft in den Anfangsjahren in einer permanenten Finanzkrise. Erst als im Jahr 1962 durch das verabschiedete „Rundfunkrekonstruktionsgesetz“ eine bilanzmäßige Sanierung erfolgte und die Zahl der Fernsehteilnehmer und die Werbeeinnahmen zunahmen, besserte sich die Lage. Um dem im Rundfunk vorherrschenden Proporz der großen Koalition entgegenzuwirken, kam es schlussendlich 1964 zum Rundfunk-Volksbegehren. In Folge wurde am 8. Juli 1966 das

⁴⁴ Vgl. Geschichte Online: Der „Besatzungsrundfunk“, <http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3198&arttyp=k> [05.04.2014].

⁴⁵ Vgl. Ergert, a.a.O., 1975, S. 95f.

⁴⁶ Vgl. ebenda, S. 132f.

⁴⁷ Vgl. wabweb: Österreichs Radiogeschichte, <http://www.wabweb.net/radio/frames/radioaf.htm> [05.04.2014].

⁴⁸ Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 229f.

österreichische Rundfunkgesetz beschlossen, das am 1. Jänner 1967 in Kraft trat. Durch dieses Gesetz hatte der ORF – als einer der wenigen europäischen Rundfunkanstalten – volle Programm-, Personal- und Finanzautonomie.⁴⁹ Dieses Volksbegehren war im Übrigen das erste und gleichzeitig eines der erfolgreichsten in Österreich. In der Eintragungszeit vom 5. bis zum 12. Oktober 1964 haben mehr als 830.000 Österreicher ihre Unterschrift abgegeben, mit dem Ziel, den ORF zu einem unabhängigen Medium zu machen.⁵⁰ Die Radioreform 1967 zeigte relativ bald ihre Wirkung, so konnte laut Mediaanalyse 1969 innerhalb eines Jahres eine Steigerung der Hörerzahlen um 500.000 verzeichnet werden.⁵¹

Folgende wichtige Entscheidungen wurden zwischen 1964 und 1974 getroffen:

- Programmreform: drei vollwertige Strukturprogramme mit erweiterten Sendezeiten beim Hörfunk (Ö1, Ö Regional, Ö3), zwei vollwertige farb-tüchtige, einander ergänzende Fernsehprogramme
- Installierung einer Chefredaktion für Hörfunk und Fernsehen, um die Informationsexplosion in den Griff zu bekommen und den Informationsauftrag des Rundfunkgesetzes erfüllen zu können
- Förderung von Kultur und Bildung mit Hilfe von Österreich 1 und dem zweiten Fernsehprogramm sowie dem eigenen ORF-Symphonieorchester
- Selbständigkeit für die Studios in den Bundesländern (Föderalismus)
- Schaffung der Kaufmännischen Direktion mit dem Ziel, den ORF in ein nach betriebswirtschaftlichen Aspekten geführtes Unternehmen zu verwandeln
- Investitionen in neue Funkhäuser in den Bundesländern und das ORF-Zentrum in Wien
- Verstärkter Ausbau des österreichischen Sendernetzes
- Neues Rundfunkgesetz, das am 15. Oktober 1974 in Kraft trat⁵²

⁴⁹ Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 230ff.

⁵⁰ Vgl. Ergert, Viktor: 50 Jahre Rundfunk in Österreich. Band III: 1955-1967. Salzburg, 1977, S. 183f.

⁵¹ Vgl. Rammerstorfer, Kurt: Viele Regionen – neun Sender. In: Godler/Jochum/Schlögl/Treiber, a.a.O., S. 79.

⁵² Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 234f.

Ab 23. August 1979 betrieb der ORF ein viertes Radioprogramm, nämlich Blue Danube Radio (Ö3 International), das im Mai 1992 zum Vollprogramm ausgebaut wurde und seit 1. Februar 2000 unter dem Namen FM4 sendet.⁵³

Die Etablierung von Privatradiosendern in Österreich war alles andere als einfach. Österreich war eines der letzten Länder, das am Rundfunkmonopol festhielt, obwohl es bereits Mitte der 1980er-Jahre die ersten Diskussionen zur Abschaffung des ORF-Monopols und 1989 sogar schon einen ersten Entwurf für ein Privatradiogesetz gab.⁵⁴ Ende der 1980er-Jahre strahlten einige Radiostationen, z. B. Radio Uno, RMI Maribor und Radio Zirog, ihr Programm aus dem Ausland aus, um dem ORF Konkurrenz zu machen.⁵⁵ Aufgrund des starken Drucks der Europäischen Menschenrechtskonvention, die die Republik Österreich wegen Verstoßes gegen Artikel 10 verurteilte⁵⁶, wurde am 9. Juli 1993 das Regionalradiogesetz (RRG) beschlossen. Damit konnte das duale Rundfunksystem auch in Österreich flächendeckend eingeführt werden.⁵⁷ Bereits im Jahr davor stand in dem Positionspapier „Radio 1992“ des ORF:

„Das Radio steht vor einer neuen Entwicklungsphase – der vierten in seiner Geschichte: nach dem viergeteilten Besatzungsrundfunk, dem großkoalitionären Proporzrundfunk und dem Volksbegehren-Rundfunk nach 1967 folgt nun die Phase des Wettbewerbsrundfunks...“⁵⁸

Im September 1995 nahm Antenne Steiermark seinen Sendebetrieb auf, Radio Melody startete einen Monat später. Der ORF reagierte auf den sich rasch einstellenden Erfolg von Antenne Steiermark mit einer Neupositionierung von Ö3.

⁵³ Vgl. Zink, Herta/Ragetté, Doris/Hofstetter, Christian: Privater Hörfunk im Werbemarkt. In: Rundfunk- und Telekom Regulierungs-GmbH: 5 Jahre Privatrado in Österreich. Band 1/2003. Wien, S. 15.

⁵⁴ Vgl. Brugger, Sepp: Medienpolitik und „Radioliberalisierung“ in Österreich. In: Dorer, Johanna/Baratsits, Alexander (Hg.): Radiokultur von morgen. Ansichten, Aussichten, Alternativen. Wien, 1995, S. 41.

⁵⁵ Vgl. Zink/Ragetté/Hofstetter, a.a.O., S. 16.

⁵⁶ Vgl. Reichel, Werner/Konvička, Michael/Streit, Georg/Landgraf, Rüdiger (Hrsg.): Privatrado in Österreich. Eine schwere Geburt. München, 2006, S. 5.

⁵⁷ Vgl. Zink/Ragetté/Hofstetter, a.a.O., S. 17.

⁵⁸ Treiber, Alfred: Ö1 gehört gehört. Die kommentierte Erfolgsgeschichte eines Radiosenders. Wien / Köln / Weimar, 2007, S. 188.

Nachdem das Regionalradiogesetz im März 1997 novelliert wurde, konnten zugelassene Sender am 1. April 1998 ihren Betrieb starten. Insgesamt 15 neue Sender sowie Antenne Steiermark und Radio Melody FM buhlten damit in Konkurrenz zu den öffentlich-rechtlichen Sendern um die österreichischen Hörer.⁵⁹

Im Jahr 2001 wurde das Regionalradiogesetz durch das Privatradiogesetz abgelöst. Damit wurde die Unterscheidung zwischen Lokal- und Regionalradio aufgehoben. Zudem wurde die Möglichkeit für den Aufbau einer bundesweiten privaten Radiokette geschaffen und die Beteiligungsbeschränkung für Medieninhaber geändert. Daraus resultierend kam es zu mehreren Umschichtungen in den Beteiligungsverhältnissen und der Anbieterstruktur.⁶⁰ Beispielsweise haben sich mehrere Privatradios von Wien bis Tirol zu gemeinsamen Senderkette KroneHit Radio zusammengeschlossen, einige niederösterreichische Lokalsender haben sich zur Senderkette Hit FM vereint und aus dem rockigen Sender 92,9 RTL ist Radio Arabella geworden.⁶¹

Der Hörfunk in Österreich kann auf eine bewegte Geschichte zurückblicken. Heute präsentiert er sich neben verschiedenen „neuen“ Medien in Form einer vielfältigen und bunten Radiolandschaft.

⁵⁹ Vgl. Zink/Ragetté/Hofstetter, a.a.O., S. 17f.

⁶⁰ Vgl. Demokratiezentrum Wien: Privatradiogesetz, <http://www.demokratiezentrum.org/wissen/wissenslexikon/privatradiogesetz.html> [05.05.2014].

⁶¹ Vgl. Zink/Ragetté/Hofstetter, a.a.O., S. 19.

3.2 Die Radiolandschaft in Österreich

Lange Zeit hatte der ORF in Österreich eine Monopolstellung inne, die größtenteils bis zum Jahr 1998 gehalten werden konnte. Seitdem im Jahr 1998 zehn regionale und 43 lokale Radios (davon acht freie Radios) eine Sendelizenz erhalten haben⁶², hat sich in der österreichischen Radiolandschaft viel getan.

Heute ist die österreichische Rundfunkordnung geprägt vom Dualismus einer gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt (ORF) und durch Werbeeinnahmen finanzierter privatrechtlicher Rundfunksender, dem so genannten **dualen Rundfunksystem**. Die Differenzierung zwischen den beiden Systemen ist gesetzlich im ORF-Gesetz (ORF-G) und dem Privatradiogesetz (PrR-G) verankert. Demnach hat der ORF von Gesetzeswegen einen Versorgungs- und Programmauftrag bzw. „eine ‚öffentliche Aufgabe‘ zu erfüllen und zwar unter *Bedachtnahme auf: Objektivität, Ausgewogenheit und Unparteilichkeit der Berichterstattung*.“⁶³ Für die Privatradios bestehen derartige Auflagen nicht. Sie sind kommerziell ausgerichtet und haben die Erhöhung der Reichweite, die sich auf die Gewinne des Senders auswirkt, als Ziel. Ihr Programm können sie zielgruppengerecht gestalten.⁶⁴

Derzeit betreibt der ORF im öffentlich-rechtlichen Bereich drei nationale und neun regionale Radioprogramme:

- Ö1 „gehört gehört“ – ein werbefreier Kultursender
- Ö2 Regionalradio – in den neun Bundesländern, volkstümliche Musik
- Hitradio Ö3 – erfolgreichster Sender Österreichs, der im Contemporary Hit Format sendet

⁶² Vgl. Dorer, Johanna: Aus- und Weiterbildung für Journalistinnen und Journalisten. Historische Entwicklung und Stand der Ausbildungssituation in Österreich. In: Publizistik, Heft 4, Dezember 2001, 46. Jahrgang, S. 386.

⁶³ Didactic Online: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk (ORF), <https://www.didactics.eu/index.php?id=471> [17.05.2014].

⁶⁴ Vgl. Overbeck, Peter: Organisation. In: Overbeck, Peter (Hg.): Radio-Journalismus. Konstanz, 2009, S. 37.

- FM4 – ein bilingualer Jugendkultursender mit alternativer Popmusik, Berichten zu Trends und Szene, teilweise in englischer Sprache⁶⁵

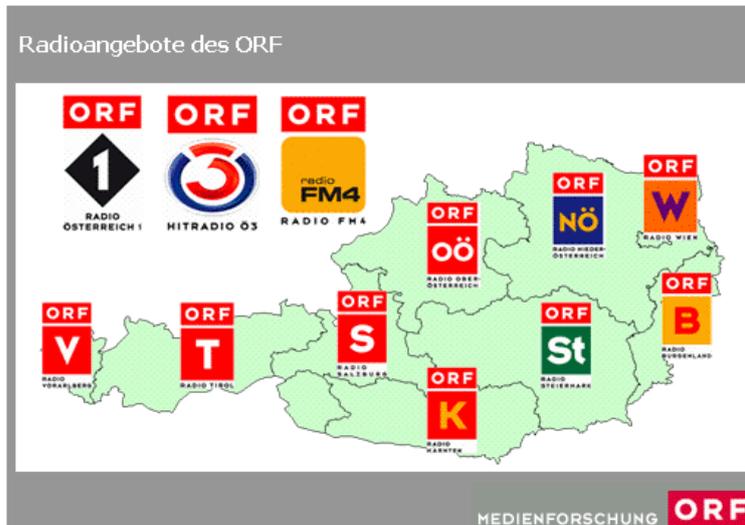


Abbildung 1: Radioangebote des ORF

(Quelle: ORF Medienforschung: Radiolandschaft, ORF Radioangebote, http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/console.htm?y=4&z=1 [17.05.2014])

Komplettiert werden die Radioangebote des ORF mit dem weltweit empfangbaren Kurzwellenangebot von Österreich 1, Radio Ö1 International und dem Webradio oe1campus.⁶⁶ Zudem gibt es im ORF Überlegungen einen neuen ORF-Sender (Arbeitstitel „21 FM“) betreffend, der speziell das ganz junge Publikum ansprechen soll.⁶⁷

Im Bereich der Privatradiosender bzw. Freien Radios haben aktuell 65 in Österreich zugelassene Hörfunkveranstalter ihre Tätigkeit bei der Kommunikationsbehörde Austria angezeigt.⁶⁸

Die folgende Tabelle listet alle Radioprogramme, die von einem in Österreich zugelassenen Hörfunkveranstalter betrieben werden, auf:

⁶⁵ Vgl. Kleinsteuber, a.a.O., S. 174.

⁶⁶ Vgl. ORF Medienforschung: Radiolandschaft in Österreich, http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?radio/radio_radiolandschaft.htm [01.03.2014].

⁶⁷ Vgl. HORIZONTonline: ORF-Wunsch nach weiterem Radiosender „21 FM“, 06.05.2014, <http://www.horizont.at/home/detail/orf-wunsch-nach-weiterem-radiosender-21-fm.html> [17.05.2014].

⁶⁸ Vgl. Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH: Hörfunkveranstalter, <https://www.rtr.at/de/m/Hoerfunkveranstalter> [22.04.2014].

Radioprogramme in Österreich		
Antenne Wels 98,3	Mein Kinderradio	Radio Max Euro Billa
88.6 - Der Musiksender (Burgenland)	NJOY	Radio Max Merkur
88.6 - Der Musiksender (Mostviertel)	Njoy Radio	Radio Max Penny
88.6 - Der Musiksender (St. Pölten)	Penny FM	Radio Max RAUCH Juice Bars
88.6 - Der Musiksender (Waldviertel)	Programm der Antenne in Steyr	Radio Mürztal
88.6 - Wir spielen was wir wollen	Programm der Antenne Österreich	Radio Niederösterreich
88.6 - Der Musiksender (Wr. Neustadt)	Proton - das freie Radio	Radio Oberösterreich
98.3 Superfly	Radio Agora	Radio Orange
Antenne Kärnten	Radio Alpina	Radio Osttirol
Antenne Salzburg	Radio Arabella Linz	Radio Real
Antenne Steiermark	Radio Arabella Mostviertel	Radio Reditune
Antenne Tirol (Innsbruck)	Radio Arabella Wien 92,9	Radio Salzburg
Antenne Tirol (Osttirol)	Radio B 138	Radio SOL
Antenne Tirol (Unterland)	Radio Burgenland	Radio Soundportal (Graz)
Antenne Vorarlberg	Radio FreequENNS 100,8	Radio Steiermark
Antenne Wien 102,5	Radio FRO	Radio Stephansdom
Arabella Rock Graz	Radio Grün Weiß	Radio Steyr
Campusradio	Radio Gymnasium	Radio Tirol
Energy (Salzburg)	Radio Harmonie	Radio U1 Tirol
Energy 104,2	Radio Helsinki	Radio U1 Tirol (Sat)
Energy 99,9	Radio Kärnten	Radio Vorarlberg
FM4	Radio Maria (Baden)	Radio West
Freies Radio Freistadt	Radio Maria (Innsbruck)	Radio Wien
Freies Radio Salzkammergut	Radio Maria (Jenbach)	Radio Ypsilon
Freirad	Radio Maria (MUX B)	Radiofabrik
Klassik Radio	Radio Maria (S POELTEN)	Radius 106,6
Klassik Radio (Salzburg)	Radio Maria (Satellit)	RegioTV Kufstein (Infokanal)
KRONEHIT	Radio Maria (Spittal)	TruckRadio (Satellit)
Life Radio (Oberösterreich)	Radio Maria (Waidhofen)	Welle 1 Außerfern
Life Radio (Tirol)	Radio Max ADEG	Welle 1 Innsbruck
Lounge FM (Innsbruck)	Radio Max Anker	Welle 1 Kärnten
Lounge FM (Kabel Entspannungs-funk)	Radio Max Billa	Welle 1 Linz
Lounge FM (Kabel Livetunes)	Radio Max Billa Corso	Welle 1 Oberland
Lounge FM (Klagenfurt)	Radio Max BIPA	Welle 1 Salzburg
Lounge FM (MUX D)	Radio Max BIPA Kroatien	Ö1
Lounge FM (Oberösterreich Mitte)	Radio Max BIPA Styling Lounge	Ö3
Lounge FM (Salzburg)	Radio Max Designer Outlet Salzburg	

Abbildung 2: Radioprogramme in Österreich

(Quelle: Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH,

<https://www.rtr.at/de/m/VeranstalterRadioProg> [22.04.2014])

3.3 Die Radionutzung in Österreich

Die Radionutzung in Österreich wird in Form einer kontinuierlichen Telefonbefragung durch das Meinungsforschungsinstitut GfK Austria, dem so genannten **RADIOTEST**, erhoben. Diese Reichweitenstudie gibt es seit 1993. Seit 2001 sind die Auftraggeber sowohl der ORF als auch der Großteil der österreichischen Privatradios. Insgesamt 65 inländische und sieben ausländische Sender sind im RADIOTEST erfasst. Die Abfrage der Daten erfolgt mittels CATI-Interviews (Computer-Assisted-Telephone-Interviews). 24.000 derartige Interviews werden pro Jahr – gleichmäßig über die sieben Tage der Woche verteilt – durchgeführt. Die Stichprobe ist repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab zehn Jahren angelegt, wodurch sich eine Grundgesamtheit von mehr als sieben Millionen Menschen ergibt. Ein RADIOTEST-Interview dauert durchschnittlich ca. 20 Minuten. Hauptbefragungsinhalte sind dabei die Radionutzungsgewohnheiten gekoppelt mit den Tagesaktivitäten, Zielgruppenmerkmalen und Frequenzfragen. Die Ergebnisse werden halbjährlich veröffentlicht. Diese weisen sowohl die Tagesreichweite (Radionutzung „gestern“) als auch den Marktanteil für alle in- und ausländischen Programme aus. Zudem liefert der RADIOTEST Daten über die Reichweiten der einzelnen Viertelstunden, die Hördauer in Minuten, die Sendernutzung und den weitesten Hörerkreis („in den letzten sieben Tagen irgendwann einmal gehört“). Seit dem Jahr 1995 wird der RADIOTEST mit der österreichischen Mediaanalyse vereint. Damit wurde in Österreich eine einheitliche multimediale Leitwahrung für Programm und Mediaplanung geschaffen.⁶⁹

Im Jahr 2012 gab es in Österreich 3,515 Millionen gemeldete Hörfunkteilnehmer (95,6 Radio-Lizenzen auf 100 Privathaushalte).⁷⁰ Die Tagesreichweite des Radios betrug 2013 rund 81 %, das heißt, dass im Durchschnitt mehr als 6,1 Millionen Österreicher ab 10 Jahren täglich das Medium Radio genutzt haben⁷¹, und

⁶⁹ Vgl. ORF Medienforschung: Der Radiotest®, Radioforschung in Österreich, <http://mediaresearch.orf.at/radio.htm> [17.05.2014].

⁷⁰ Vgl. Statistik Austria. Hörfunk und Fernsehen, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/hoerfunk_und_fernsehen/ [03.01.2014].

⁷¹ Vgl. ORF Medienforschung: Radionutzung Allgemein, Radionutzung im Tagesverlauf (Gj. 2013), http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/console.htm?y=4&z=1 [17.05.2014].

zwar durchschnittlich täglich für drei Stunden und 10 Minuten. Vergleicht man diese Zahl mit dem Jahr 2012, aber auch im Langzeitverlauf, so ist ein leicht rückläufiger Trend zu erkennen (Abb. 3).⁷²

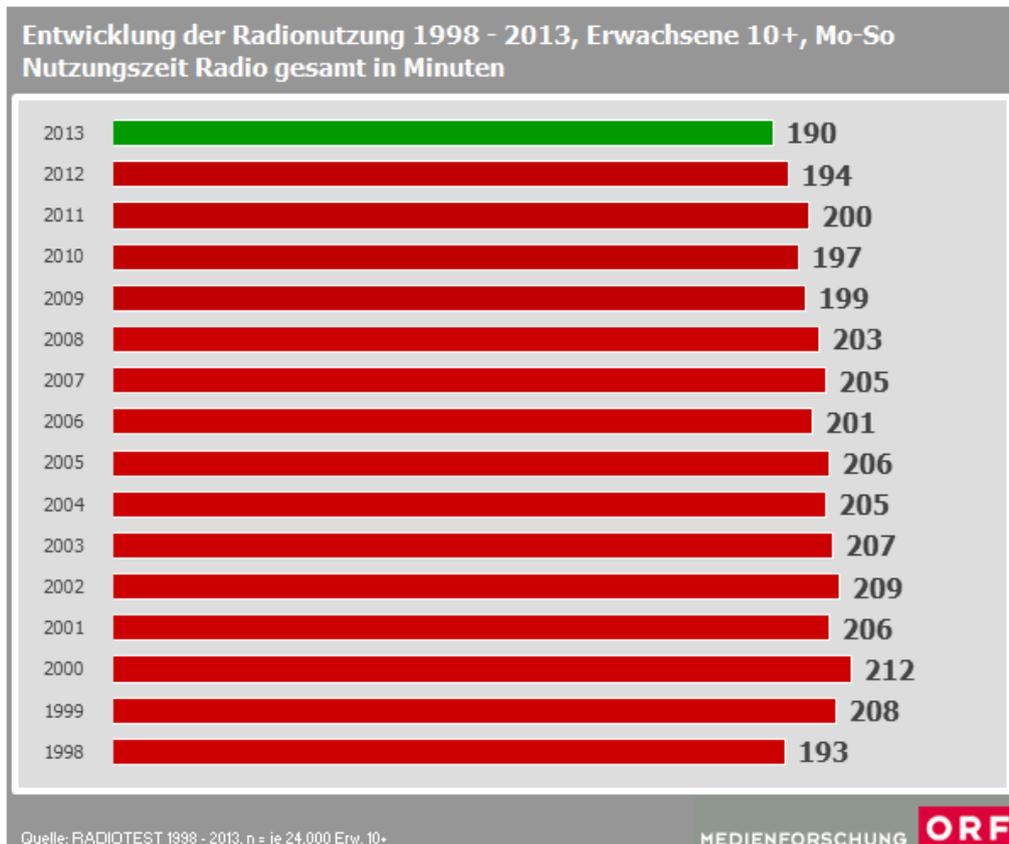


Abbildung 3: Entwicklung der Radionutzung 1998-2013

(Quelle: ORF Medienforschung: Radionutzung Allgemein, Hördauer 1998-2013, http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/console.htm?y=4&z=1 [17.05.2014])

Betrachtet man die Radionutzung im Tagesverlauf, so zeigt sich, dass diese ab ca. fünf Uhr früh sprunghaft ansteigt und gegen acht Uhr die Tageshöchstmarke erreicht. Demzufolge hören die meisten Menschen Radio gleich nach dem Aufstehen, beim Frühstück und auf dem Weg zur Arbeit. Bis zum Abend sinkt die Nutzung langsam, signifikante Nutzungsspitzen sind zur Mittagszeit sowie zu den vollen Stunden erkennbar (Abb. 4).⁷³ Dies zeigt deutlich, dass das Radio als

⁷² Vgl. ORF Medienforschung: Radionutzung allgemein, <http://mediaresearch.orf.at/radio.htm> [17.05.2014].

⁷³ Vgl. ebenda.

Begleiter im Alltag fungiert, aber auch als Informationsmedium einen hohen Stellenwert einnimmt.

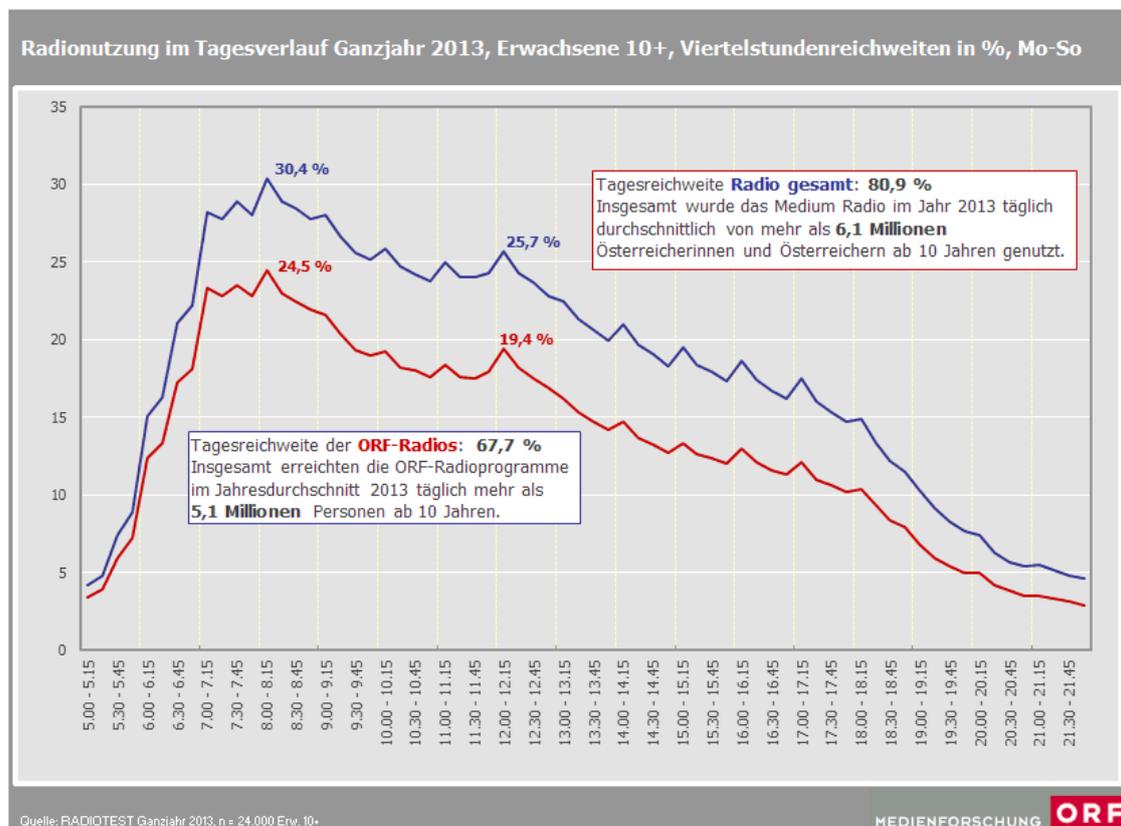


Abbildung 4: Radionutzung im Tagesverlauf Ganzjahr 2013

(Quelle: ORF Medienforschung: Radionutzung Allgemein, Radionutzung im Tagesverlauf (Gj. 2013), http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/console.htm?y=4&z=1 [17.05.2014])

Von den 190 Minuten täglicher Radionutzung entfallen 140 Minuten auf ORF-Sender, wobei Hitradio Ö3 mit 59 Minuten am häufigsten gehört wird (Abb. 5). Hitradio Ö3 ist damit der beliebteste Radiosender Österreichs. Im zweiten Halbjahr 2013 erreichte er mit einer Tagesreichweite von 36,6 % täglich rund 2,8 Mio. Zuhörer ab zehn Jahren. Von den 14 bis 49-Jährigen, der Kernzielgruppe von Ö3 hört täglich fast jeder Zweite (45,9 %) das Ö3-Radioprogramm.⁷⁴

⁷⁴ ORF Enterprise: Hitradio Ö3 – Österreichs beliebtestes Radio, <http://enterprise.orf.at/3224/> [17.05.2014].

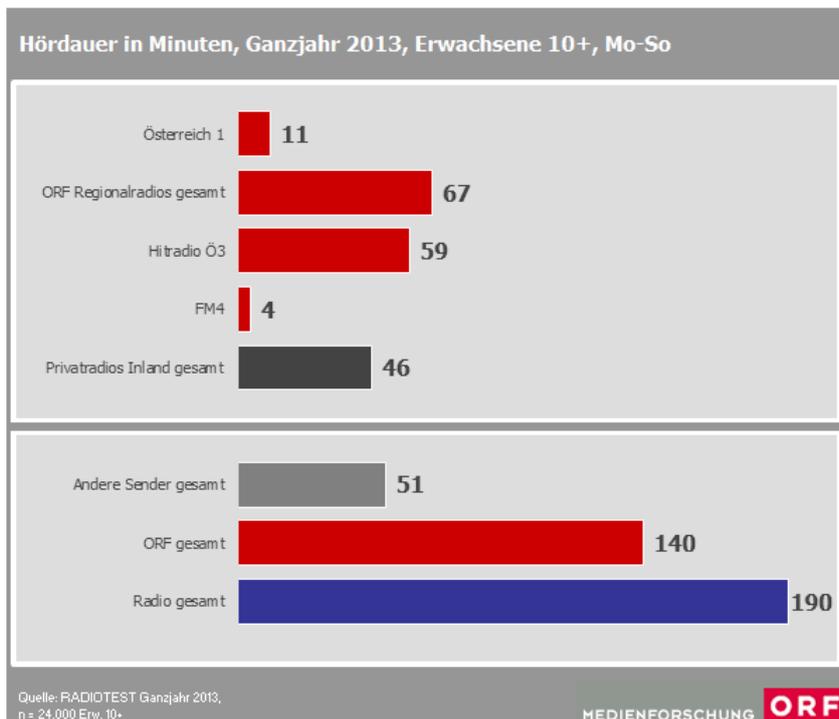


Abbildung 5: Hördauer in Minuten, Ganzjahr 2013

(Quelle: ORF Medienforschung: Radionutzung Allgemein, Radionutzung im Jahr 2013, http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/console.htm?y=4&z=1 [17.05.2014])

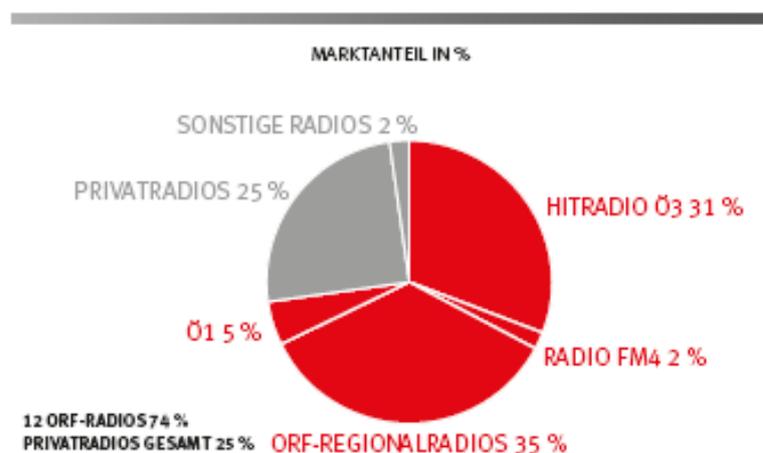
Mit einem Marktanteil von 25 % sind die österreichischen Privatradios im zweiten Halbjahr 2013 zwar deutlich hinter Ö3 und auch den ORF-Regionalradios.⁷⁵ Wenn man die Zahlen des RADIOTESTS im Detail betrachtet, so zeigt sich, dass einzelne Privatsender, speziell bei der werberelevanten Zielgruppe der 14-49-Jährigen, stark aufholen. Im zweiten Halbjahr 2013 hörten pro Tag 2,1 Millionen Menschen zumindest einen Privatradiosender, von den 14-49-Jährigen nutzten sogar 38 % täglich Privatradio.⁷⁶ Mit einer Tagesreichweite von 12,3 % (wochentags 13,3 % bzw. über eine Million Menschen)⁷⁷ und einem Marktanteil von 9 %⁷⁸

⁷⁵ ORF Enterprise: Factsheet RADIOTEST 2. Halbjahr 2013, http://enterprise.orf.at/typo3conf/ext/up_downloadcluster/pi1/downloadfile.php?filename=Factsheet_RT_2_Hj_2013_20140130.pdf [17.05.2014].

⁷⁶ Verband österreichischer Privatsender: Radiotest 2. HJ 2013: Privatradio wächst und wächst, <http://www.voep.at/aktuell/412-radiotest-2-hj-2013.html> [17.05.2014].

⁷⁷ APA-OTS Originaltext-Service: Radiotest: KRONEHIT durchbricht die „Schallmauer“ vom 29. Jan. 2014, http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20140129_OTS0257/radiotest-kronehit-durchbricht-die-schallmauer [12.04.2014].

ist KRONEHIT als einziger nationaler Privatsender der reichweitenstärkste Privatsender Österreichs und hinter Ö3 die Nr. 2 im österreichischen Radiomarkt.



Quelle: RADIOTEST 2. Halbjahr 2013, GfK, Basis Österreich, Mo-So, Personen 10+.

Abbildung 6: Marktanteile in Prozent, RADIOTEST 2. Halbjahr 2013
(Quelle: ORF Enterprise: Factsheet RADIOTEST 2. Halbjahr 2013,
http://enterprise.orf.at/typo3conf/ext/up_downloadcluster/pi1/downloadfile.php?filename=Factsheet_RT_2_Hj_2013_20140130.pdf [17.05.2014])

Auch bei den Jugendlichen ist Radiohören noch nicht unmodern geworden. Was die Nutzerfrequenz anbelangt, so hören fast 60 % der Jugendlichen täglich Radio. Damit liegt das Radio nach dem Fernsehen und dem Internet an dritter Stelle bei der täglichen Mediennutzung. Die meisten Jugendlichen nutzen das Medium Radio zum Musik hören, nur rund ein Drittel hört regelmäßig aktuelle Informationen, Interviews und Reportagen sogar nur 11 %. Was das Empfangsgerät anbelangt, so gibt es nur eine leichte Verschiebung hin zu mobilen Empfangsgeräten, nach wie vor hören fast 3/4 der Jugendlichen Radio über den klassischen Radioempfänger. Der beliebteste Radiosender ist mit Abstand Hitradio Ö3 (82 %), weit abgeschlagen an zweiter Stelle liegt KRONEHIT und an dritter Stelle FM4.⁷⁹

⁷⁸ Salzburger Nachrichten: Radiotest: ORF-Radios dominieren, Private holen auf, 30.01.2014, <http://www.salzburg.com/nachrichten/medien/sn/artikel/radiotest-orf-radios-dominieren-private-holen-auf-92449/> [17.05.2014].

⁷⁹ Vgl. Buchmarketing: Mediennutzung von Jugendlichen. Wien, 2010, http://www.welttag-des-buches.at/site/downloads/Mediennutzung_Publikation-1.pdf [18.05.2014].

4 Kommunikationstheoretische Perspektive

Nachdem nun die österreichische Radiogeschichte einerseits und die Radiolandschaft und Radionutzung in Österreich andererseits erläutert wurden, soll dieses Kapitel ausführliche Informationen zum Medium Radio, dem Radiojournalismus und der Kommunikatorforschung geben.

4.1 Medium Radio

Das Medium Radio ist heutzutage ein flächendeckend etabliertes technisches Medium. Es ist nur mehr schwer nachvollziehbar, dass daran zu Beginn gezweifelt wurde. 1964 schreibt Josef Scheidl, der damalige Generaldirektor des ORF, über die Entwicklung des Radios:

„Als 1924 der Rundfunk in Österreich mit der RAVAG, der Radio-Verkehrs-AG, entstand glaubte niemand noch auch im entferntesten[!] an die eminente kulturelle Bedeutung und an die Weiterentwicklung dieser technischen Einrichtung. Heute, nach 40 Jahren, ist der Rundfunk in aller Welt zum größten Masseninformativmittel geworden. Er ist aus dem Leben der Menschen nicht mehr wegzudenken und auch in Österreich gibt es kaum einen Menschen mehr, der durch den Rundfunk nicht angesprochen wird, kaum einen Menschen mehr, der nicht täglich, ja stündlich engste Verbindung zu seinem ‚Radio‘ hält.“⁸⁰

Dass das Radio bzw. der Hörfunk noch weiter an Bedeutung und Einfluss gewinnen würde, ist auch in der Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“ von 1971 festgeschrieben:

„Hörfunk und Fernsehen haben der menschlichen Gesellschaft neue Möglichkeiten der Kommunikation gegeben und ihre Lebensweise verändert. Die Sendungen erfassen täglich mehr die ganze Welt. In einem einzigen Augenblick überschreiten sie alle bisherigen politischen und kulturellen Grenzen. Ihre Mitteilungen dringen in jedes Haus. Die Mitarbeiter in den Funkhäusern fesseln Gemüt und Geist unzähliger Menschen zur gleichen Zeit. Der rasche technische Fortschritt vor allem bei Ausstrahlungen über künstliche Satelliten sowie die Möglichkeit der Speicherung und der beliebigen Wiederholung früherer Sendungen hat diese Instrumente von

⁸⁰ Österreichischer Rundfunk Ges. m. b. H.: Oktober bis Dezember 1964. Das Jubiläumsprogramm. In: Österreichischer Rundfunk Ges. m. b. H.: Aus dem Programm. Wien, 1964, S.1.

*den Grenzen des Raumes und der Zeit befreit. Es steht zu erwarten, daß[!] ihre Bedeutung und ihr Einfluß[!] in Zukunft noch zunehmen.*⁸¹

4.1.1 Radio vs. Hörfunk

Bevor näher auf das Massenmedium Radio eingegangen wird, soll zunächst der Unterschied zwischen Radio und Hörfunk festgehalten werden. Als das Radio noch Monopolmedium war, wurde häufig Rundfunk mit Hörfunk gleichgesetzt. Das hat sich mit Beginn des Fernsehens rasch geändert.

Interessanterweise wird nur in der deutschen Sprache die Zweiteilung in Radio und Hörfunk gemacht, wobei beide Begriffe häufig synonym gebraucht werden. Wenn die Begriffe differenziert verwendet werden, dann wird das Radio als Empfangsgerät titulierte, während unter Hörfunk das damit empfangene Programm verstanden wird.⁸²

Der Begriff **Hörfunk** ist durch die Verschmelzung der Begriffe „Hörer“ und „Rundfunk“ entstanden.⁸³ Er wird *„vielfach als Untergruppe von Rundfunk (= Hörfunk und Fernsehen) bezeichnet. Der Begriff wird vor allem in ‚offiziellen‘ Bezeichnungen und Gesetzestexten verwandt.*⁸⁴ Außerdem wird dieser Begriff gewöhnlich, aber nicht konsequent, in der deutschsprachigen wissenschaftlichen Literatur verwendet, wenn das Medium auf abstrakter Ebene gemeint ist.⁸⁵

Der Begriff **Radio** geht auf das lateinische Wort „radius“ (= Strahl) zurück und wird heutzutage zumeist zur Bezeichnung des Geräts benutzt, mit dem Hörfunkprogramme empfangen werden können. Der Begriff kann sich sowohl auf ein Programm als auch auf ein Unternehmen bzw. einen Sender beziehen, in dem

⁸¹ Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation: Pastoralinstruktion *Communio et Progressio*. Über die Instrumente der sozialen Kommunikation, veröffentlicht im Auftrag des II. Vatikanischen Ökumenischen Konzils, http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_230_51971_communio_ge.html [06.05.2014].

⁸² Vgl. Kleinsteuber, a.a.O., S. 20.

⁸³ Vgl. Meyen, Michael: Hörfunk. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. 2., überarb. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 116f.

⁸⁴ Kleinsteuber, a.a.O., S. 35.

⁸⁵ Vgl. Häusermann, Jürg: Radio. Tübingen, 1998, S. 1.

Hörfunkprogramme produziert werden oder auch auf eine Tätigkeit („Ich höre Radio.“).⁸⁶ Darauf aufbauend gibt es die englische Weiterentwicklung „radiation“, das übersetzt Ausstrahlung bedeutet.⁸⁷

„Radio ist das älteste der elektronischen Medien und stellt sich als auditives, die Hörorgane des Menschen bedienendes Massenmedium dar, bei dem über einseitige Ausstrahlung ein disperses Publikum mit Programminhalten versorgt wird.“⁸⁸

Radio ist grundsätzlich der weiter verbreitete Begriff und bezeichnet unterschiedliche Facetten wie Empfangsgerät, Übertragung, Programm, Organisation, etc. Der Begriff Hörfunk wird als Ableitung von Rundfunk hauptsächlich in der „offiziellen“ Sprache verwendet.⁸⁹

4.1.2 Massenmedium Radio

Das Radio gilt als das erste elektronische **Massenmedium**.⁹⁰ Burkart bezeichnet in Anlehnung an Maletzke (1963) jene Medien als Massenmedien, *„über die durch Techniken der Verbreitung und Vervielfältigung mittels Schrift, Bild und/oder Ton optisch bzw. akustisch Aussagen an eine unbestimmte Vielzahl von Menschen vermittelt werden“⁹¹*. Damit zählt das Radio neben dem Flugblatt, dem Buch, der CD/DVD, dem Fernsehen, den Homepages im Internet, etc. zu den Massenmedien.⁹² Es handelt sich dabei um Massenkommunikation, die Maletzke wie folgt definiert:

„Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich durch technische Verbreitungsmittel indirekt und einseitig an ein disperses Publikum vermittelt werden.“⁹³

⁸⁶ Vgl. Meyen, Michael: Radio. In: Bentele/Brosius/Jarren, a.a.O., S. 289.

⁸⁷ Vgl. Kleinsteuber, a.a.O., 2012, S. 16.

⁸⁸ Ebenda, S. 33.

⁸⁹ Vgl. ebenda, S. 34.

⁹⁰ Vgl. Krug, Hans-Jürgen: Radio, Konstanz, 2010, S. 13.

⁹¹ Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Aufl. Wien/Köln/Weimar, 2002, S. 171.

⁹² Vgl. ebenda, S. 171f.

⁹³ Maletzke, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg, 1963, S. 32.

Burkart schreibt den Massenmedien vier bedeutende Funktionen zu:

1. Soziale Funktion: Sozialisationsfunktion, soziale Orientierung, Rekreationsfunktion, auch als eine Art „Eskapismusfunktion“, Integrationsfunktion
2. Politische Funktion: Herstellen von Öffentlichkeit, Artikulationsfunktion, Korrelationsleistung, politische Sozialisationsfunktion, politische Bildungsfunktion, Kritik- und Kontrollfunktion
3. Ökonomische Funktion: Zirkulationsfunktion, Wissensvermittlung, Sozialtherapie, Legitimationshilfe
4. Informationsfunktion: Vollständigkeit, Objektivität, Verständlichkeit⁹⁴

Die besonderen **Merkmale** des Mediums Radio können mit den aus der amerikanischen Medienforschung stammenden Begriffen „Portability“ (Verfügbarkeit), „Immediacy“ (Unmittelbarkeit) und „Companionship“ (parasoziale Funktion) zusammengefasst werden.⁹⁵ Der Begriff „Portability“ bezieht sich auf das mobile Medium Radio. Heute kann Radio überall gehört werden, es ist allgegenwärtig: zu Hause, im Auto, im Büro, im Supermarkt, etc. Diese Mobilität stellt einen großen Vorteil gegenüber dem Medium Fernsehen dar.⁹⁶ Mit „Immediacy“ ist einerseits das direkte Erreichen der Zuhörer gemeint und andererseits die Möglichkeit, bestimmte Zielgruppen mit spezieller Programmgestaltung anzusprechen.⁹⁷ „Companionship“ bezeichnet die parasoziale Funktion des Mediums Radio. Viele Menschen hören Radio, um sich weniger einsam zu fühlen und um unterhalten zu werden.⁹⁸ *„Es geht um das Gefühl, dabei zu sein, ohne sich selber einbringen zu müssen.“*⁹⁹ Eine wichtige Rolle nimmt hier auch der Radiomoderator ein. *„Der Mensch im Radio wird zum virtuellen Freund, zur Bezugsperson“*.¹⁰⁰

⁹⁴ Vgl. Burkart, a.a.O., S. 381ff.

⁹⁵ Vgl. Arnold, Bernd-Peter: ABC des Hörfunks. 2. überarb. Aufl. Konstanz, 1999, S. 16.

⁹⁶ Vgl. Häusermann, a.a.O., 1998, S. 9.

⁹⁷ Vgl. Arnold, a.a.O., 1999, S. 16f.

⁹⁸ Vgl. ebenda, S. 17f.

⁹⁹ Flach, Christoph/Lynen, Patrick: Radio ist Gefühlsmanagement. Wort und Personality-Moderation als Positionierungsfaktoren im modernen Hörfunk. In: Müller/Raff, a.a.O., S. 49.

¹⁰⁰ Ebenda, S. 49.

Die wesentlichen **Funktionen**, die das Radio zu erfüllen hat, definieren Hasebrink und Müller wie folgt: *„Eine verlässliche, den Tagesablauf strukturierende stimmungsbezogene Grundierung des Alltags bei gleichzeitiger Anbindung an die Welt.“*¹⁰¹ Radiohören sollte idealerweise informierter machen (Denkanstöße liefern, Sicherheit geben), eine Ordnung geben (Ängste nehmen, souverän machen), Ankerpunkte im Alltag geben (Gewohnheit), für gute Laune sorgen (Stabilität), ausgeglichen machen (Entspannung), den Hörer leichter und zufriedener leben lassen (Eskapismus) und für heitere oder anregende Momente sorgen (Spaß).¹⁰² Kiefer fasst dies unter den Begriffen „Erdung, Orientierung und Stabilisierung“ als Kernfunktionen des Radios zusammen.¹⁰³ Zudem nennt er folgende Faktoren, die in Zukunft für die psychologische Funktion von Radio an Bedeutung gewinnen werden:

- *„die weitere Stärkung der ‚ideellen Heimat‘ für den Hörer;*
- *die Einbindung von Hörern, zum Beispiel über Lieblingssongs;*
- *öffentliche Events oder Radio-Clubs der Sender zur Schaffung von virtuellen Gemeinschaften;*
- *Moderationspersönlichkeiten mit Orientierungsfunktionen;*
- *die Schaffung digitaler Angebote mit neuen Rückzugsmöglichkeiten.“*¹⁰⁴

4.1.3 Vom Leitmedium zum Begleitmedium

In den frühen Hörfunkjahren galt das Radio als Primär- oder Leitmedium. Zum Begriff Leitmedium kann Folgendes erklärt werden:

*„[...] der Begriff weist darauf hin, dass bestimmte Medien entweder einen besonders prägenden Einfluss auf die gesamte Gesellschaft oder eine führende Position innerhalb des Mediensystems, beim Publikum oder bei der Elite einnehmen.“*¹⁰⁵

¹⁰¹ Vgl. Hasebrink, Uwe/Müller, Norman: Das Radio als Bestandteil künftiger Medienrepertoires. In: Kleinsteuber, a.a.O., S. 232.

¹⁰² Vgl. Flach/Lynen, a.a.O., S. 45.

¹⁰³ Vgl. Kiefer, Matthias: Zukünftige Funktionen des Radiohörens. Die Sicht der morphologischen Trendforschung. In: Müller/Raff, a.a.O., S. 210.

¹⁰⁴ Ebenda, S. 210f.

¹⁰⁵ Vgl. Künzler, Matthias: Leitmedien. In: Bentele/Brosius/Jarren, a.a.O., S. 183.

Es war „Radio für alle“, zu hören gab es „von allem etwas“. In starren Ablaufplänen wurde eine Sendung nach der anderen, vom Hörspiel über leichte Musik bis zu Informations- und Unterhaltungsangeboten, gespielt.¹⁰⁶ Das frühe Radio wollte schnell, unterhaltend und informierend sein.¹⁰⁷ Die monatliche Sendezeit wurde laufend erhöht: betrug zu Radiobeginn im Oktober 1924 die gesamte Sendezeit lediglich 113 Stunden (94 Stunden Musik), waren es ein Monat später bereits 196 Stunden (159 Stunden Musik), und im Juni 1929 sogar schon 313 Stunden (186 Stunden Musik).¹⁰⁸ Zum ersten Jahrzehnt der Radiogeschichte kann gesagt werden:

„Das Radio bringt in diesem Jahrzehnt neben Unterhaltung die neuesten Nachrichten in die Wohnstube [...]. Hauptsächlich die Stadtbevölkerung profitiert vom Fortschritt, aktuelle Nachrichten und Bildungssendungen heben den allgemeinen Bildungsstand.“¹⁰⁹

Die RAVAG sah es bald als ihre Pflicht, mit ihrem Programm alle Zielgruppen mit den verschiedensten Themen und Formen rund um die Uhr anzusprechen. Sie wollte keine Minute der Sendezeit ungenützt lassen, aktuelle Nachrichten und Übertragungen möglichst rasch den Hörern zu übermitteln.¹¹⁰ So gibt ein Appell des damaligen Radiosprechers Jens Friedrich im Jahr 1934 heute Grund zum Schmunzeln:

„Aber die Unrast unseres Metiers soll sich nicht auf Sie, meine Damen und Herren, übertragen. Sie sollten auch nie wahllos alles hören. Sehen Sie sich zuerst unser Programm an und bestimmen Sie: ‚Dieser Vortrag, diese musikalische oder literarische Sendung interessieren mich!‘ In der Zwischenzeit schalten Sie ab. Leute, die den Apparat den ganzen Sendetag in Betrieb lassen, kommen nie zur

¹⁰⁶ Vgl. Karepin, Rolf: Die Radiolandschaft Deutschlands. In: Müller/Raff, a.a.O, S. 10.

¹⁰⁷ Vgl. Krug, Hans-Jürgen: Radiolandschaften: Beiträge zur Geschichte und Entwicklung des Hörfunks, Frankfurt am Main, 2002, S. 112.

¹⁰⁸ Vgl. Österreichische Radioverkehrs A.G.: 5 Jahre österreichischer Rundfunk. Festschrift von Radio Wien. Wien, 1929, S. 25f.

¹⁰⁹ Zierl, Richard: Hundert Jahre illustrierte Radiogeschichte. Geschichte, Entwicklung und Technik. Baden-Baden, 2011, S. 26.

¹¹⁰ Vgl. „RAVAG“ Öst. Radioverkehrs A. G.: 10 Jahre Radio Wien, Heft Nr. 1, 30. Sept.-6. Okt. 1934, S. 58.

Selbstbesinnung, können geistige und künstlerische Eindrücke nicht verarbeiten. Sie hören Lärm, der sie hindert nachzudenken.[...] Geteilte Aufmerksamkeit ist Gift für die Nerven. Wenn Sie also hören, lassen Sie alle anderen Verrichtungen ruhen. [...] Sie werden sonst entweder das eine oder das andere – oder beides schlecht machen. Wenn Sie in völliger Ruhe hören, und nur hören, werden Sie viel intensiver genießen und geistig profitieren.“¹¹¹

Damals war das Radioprogramm als Einschaltprogramm gedacht, auch wenn das Radio früher schon häufig als Hintergrundmedium genutzt wurde.¹¹² Mit zunehmender Konkurrenz durch das Fernsehen, musste sich das Radioprogramm ändern, um sich gegen das neue Medium durchzusetzen.

„Das Radio wurde vom Abend- zum Tagesmedium umgebaut, seine Position als eigenständiges, spezifisches, rein akustisches Medium pointiert.“¹¹³

Es musste sich seiner Stärke, das schnellste Medium zu sein, bewusst werden und sich vom Fernsehen abgrenzen. Dies passierte unter anderem mit regelmäßigen Nachrichtensendungen und Serviceangeboten wie zum Beispiel dem Verkehrsfunk.¹¹⁴ Manfred Jochum, langjähriger ORF-Mitarbeiter und unter anderem ORF-Hörfunk-Intendant, erzählte, dass 1976, als er beim Radio zu arbeiten begann, das Radio ein *„starkes Leitmedium in Beziehung zur Information, aber auch bezüglich Service und zu dem, was ich jetzt ganz global als Bildung bezeichne“¹¹⁵*, war.

Im Laufe der Zeit entwickelte sich das Radio vom Einschaltmedium zum Tagesbegleiter. Alfred Treiber, ebenfalls langjähriger ORF-Mitarbeiter und zuletzt Ö1-Programmchef, erinnert sich:

„Erst gegen Ende der 70er-Jahre ist das Radio – immer mehr und schrittweise, das war ein laufender Prozess und kein abrupter – vom zentralen Medium, vom

¹¹¹ „RAVAG“ Öst. Radioverkehrs A. G., a.a.O., S. 58f.

¹¹² Vgl. Häusermann, a.a.O., S. 91.

¹¹³ Krug, a.a.O., 2010, S. 43.

¹¹⁴ Vgl. mediamanual.at: Programmarten, <http://www.mediamanual.at/mediamanual/leitfaden/radio/programmarten.php> [18.05.2014].

¹¹⁵ Hüffel, Clemens/Reiter, Anton (Hg.): Medienpioniere erzählen...50 Jahre österreichische Mediengeschichte – von den alten zu den neuen Medien. Wien, 2004, S. 124.

Leitmedium zum Sekundärmedium geworden und ein Begleitmedium, wie es dann geheißen hat.“¹¹⁶

Als Begleitmedium war das Radio im Alltag der Hörer präsent, beim Frühstück, im Auto, bei der Arbeit oder in der Freizeit. Dementsprechend wurde das Radioprogramm insofern angepasst, als dass die Inhalte keiner großen und andauernden Aufmerksamkeit bedurften. Der Wortanteil wurde geringer, der Musikanteil höher. Treiber verwendete in diesem Zusammenhang im Jahr 1986 den Begriff der „*Musik-Berieselung*“¹¹⁷.

In seiner Funktion als Begleitmedium konnte und kann es sich gegenüber dem Fernsehen und anderen Medien gut behaupten. Gerd Bacher, ehemaliger Generalintendant des ORF, meinte in einer Rede im Jahr 1985:

„Das Radio erlebt seit Jahren eine Renaissance sondergleichen; der noch vor zwei Jahrzehnten verbreitete Unsinn des hoffnungslosen Radiosiechtums im Schatten des Fernsehens ist völlig widerlegt. Medienkannibalismus fand überhaupt nie statt, das jeweils neueste Medium vernichtet nicht die alten, sondern weist ihnen andere oder zusätzliche Aufgaben im Rahmen eines komplementären Gesamtsystems zu. Das Radio ist zum Begleitmedium geworden und als solches genauso vital wie zu den Zeiten, als es der letzte Schrei war und als ‚Kulturgefahr‘ verteufelt wurde wie heutzutage das Fernsehen.“¹¹⁸

Mit seiner „*Unsichtbarkeit, Unaufdringlichkeit und Omnipräsenz*“¹¹⁹ hat es auch in einer sich verändernden Medienwelt seinen Platz gefunden. Radio, Fernsehen, Handy und Internet wachsen immer stärker zusammen, beeinflussen einander und verändern sich wechselseitig¹²⁰, man spricht in diesem Zusammenhang von komplementären Effekten¹²¹. Beispielsweise profitiert das Radio von der mobilen

¹¹⁶ Hüffel/Reiter, a.a.O., S. 199.

¹¹⁷ Treiber, a.a.O., 2007, S. 133.

¹¹⁸ Schmolke, Michael (Hrsg.): Der Generalintendant. Gerd Bachers Reden, Vorträge, Stellungnahmen aus den Jahren 1967 bis 1994. Eine Auswahl. Wien/Köln/Weimar, 2000, S. 247.

¹¹⁹ Kleinsteuber, a.a.O., S. 33.

¹²⁰ Vgl. Schimmer, Joseph: Das grosse Zusammenwachsen. Die Zukunft des Radios im Lichte des Internets. In: Godler/Jochum/Schlögl/Treiber, a.a.O., S. 238f.

¹²¹ Vgl. Grosch, Michael/Gidion, Gerd: Mediennutzungsgewohnheiten im Wandel. Ergebnisse einer Befragung zur studiumsbezogenen Mediennutzung. Karlsruhe, 2011, S. 14.

Nutzung via Handy oder Tablet, es ist damit überall verfügbar, so die ehemalige Leiterin der ARD/ZDF-Projektgruppe Massenkommunikation Christa-Maria Riddler. Außerdem ist sie der Meinung, dass es speziell „passiv“ genutzten Medien wie Fernsehen und Radio zugute kommt, dass der Anteil der älteren Menschen an der Gesellschaft zunehmen wird.¹²² Und Treiber meinte bereits im Jahr 2004 zum Zusammenspiel von Radio und Internet:

„Die Verbindung Internet und Radio als Einheit wiederum oder als zwei Standbeine einer Sache, da habe ich keine Angst ums Radio. Dann wird zwar die traditionelle Seite des Radios sinken, aber die neue Seite wird steigen. Und miteinander wird es gleich stark sein. Es wird immer das Radio geben.“¹²³

Kleinsteuber konstatiert, dass das Radio den Sprung in die Digitalisierung schaffen wird, wiewohl es in Zukunft eher um „Radioness“ – der Weiterführung vertrauter Aspekte des Radios unter neuen Bedingungen – gehen wird. Es wird sowohl die aktuelle Nachrichtenversorgung via Ton zukünftig von Bedeutung sein, als auch die Funktion als Nebenbei-Medium. Und es wird auch in Zukunft das niedrigschwellige, kostengünstige Medium der Zivilgesellschaft bleiben. Die Hörer werden mehr Auswahl haben als früher, und sie werden sich mit Hilfe der sozialen Netzwerke und Ähnlichem viel leichter in die Programmgestaltung einmischen können. Die Liaison mit dem Computer wird die Zukunft des Radios begünstigen: *„Die Augen dem Bildschirm, die Ohren dem Webradio.“¹²⁴* Immerhin können heute fast alle Radioprogramme zusätzlich per Livestream am Computer empfangen und mit Hilfe von Podcast- oder On-Demand-Angeboten spezielle Sendungen auch zu einem späteren Zeitpunkt im Internet abgefragt werden.¹²⁵

Die Kernfunktionen von Radio, nämlich emotionale Erdung, Orientierung und Stabilisierung, werden auch in Zukunft eine wichtige Rolle für die Nutzung

¹²² Vgl. Stadik, Michael: „Passiv“ genutzte Medien profitieren vom demographischen Wandel. In: *tendenz. Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien*. Heft 4/2005, S. 11.

¹²³ Hüffel/Reiter, a.a.O., S. 203.

¹²⁴ Kleinsteuber, a.a.O., S. 342f.

¹²⁵ Vgl. Krug, a.a.O., 2010, S. 33.

darstellen, „neue Angebote und alte Stärken machen Radio zu einem Medium der Zukunft“.¹²⁶

4.1.4 Radionutzung im heutigen Alltag

Das Medium Radio prägt wie kaum ein anderes Medium den Alltag seiner Hörer. Mit einer Tagesreichweite von knapp 81 % und einer Hördauer von durchschnittlich 190 Minuten ist es fest im Tagesablauf der Österreicher verankert. Während in den ersten Jahrzehnten der Abend die wichtigste Radiozeit war¹²⁷, ist Radio heute nach einer Primetime am Morgen das dominierende Daytime-Medium (siehe dazu auch Kap. 3.3). Durch seine festen Sendezeiten – Programmuhren – setzt es Orientierungs- und Ankerpunkte im Alltag der Hörer setzt.¹²⁸

Mit seiner Alltagsnähe und seinen Inhalten schafft es dieses Medium, eine persönliche und emotionale Bindung zu seinen Hörern aufzubauen - es gehört einfach dazu.¹²⁹ Zwar musste der Hörfunk im Laufe der Zeit unter dem Druck der Medienkonkurrenz immer wieder Adaptionen vornehmen, die zum Teil auch auf Kosten seiner Qualität gingen¹³⁰, dennoch ist das Medium Radio auch im Internetzeitalter kein mediales Auslaufmodell¹³¹. Hörfunk kann heute überall und fast immer genutzt werden: entweder über stationäre Gerätetypen wie einer Stereoanlage, einem Radiowecker oder einem Küchenradio oder über mobile Medien wie das Autoradio, das Handy bzw. Smartphone oder PDAs (Personal Digital Assistant). Das Internetradio ermöglicht zudem, neben den klassischen UKW-Sendern auch ausschließlich im Netz verbreitete Radioprogramme zu empfangen – nationale und internationale.¹³²

¹²⁶ Kiefer, a.a.O., S. 211.

¹²⁷ Vgl. Krug, a.a.O., 2010, S. 17.

¹²⁸ Vgl. Gattringer, Karin: Radionutzung im Alltag. In: Müller/Raff, a.a.O., S. 56f.

¹²⁹ Vgl. ebenda, S. 61.

¹³⁰ Vgl. Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Wiesbaden, 1995, S. 272.

¹³¹ Vgl. Mende, Annette: Das Radio in der digitalen Welt. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010 und einer qualitativen Untersuchung. In: Müller/Raff, a.a.O., S. 230.

¹³² Vgl. Gattringer, a.a.O., S. 53.

Neben der Versorgung der Rezipienten mit aktueller Information, Servicemeldungen, Musik, Kultur und Unterhaltung, vermittelt das Radio Emotionen, erzeugt Spannung und gibt Denkanstöße.¹³³ Michael Graf, Geschäftsführer der RMS Austria (Radio Marketing Service), sagt Folgendes über das Medium Radio:

„Radio trifft ins Herz – weil Radio ein emotionales Medium ist. Radio trifft aber auch ins Gehirn – weil Radio Bilder im Kopf erzeugt. Und Radio trifft auch immer die richtige Zielgruppe – weil Radio die meisten Menschen erreicht.“¹³⁴

Charakteristisch für die heutige Radionutzung ist, dass die Hörer nur sehr selten das Programm wechseln. Aus diesem Grund haben die Radiomacher darauf geachtet, dass das Programm möglichst „durchhörbar“ gestaltet wird, damit es für die Hörer keinen Anlass zum Um- oder Abschalten gibt.¹³⁵

4.1.5 Programmelemente

Ein Radioprogramm setzt sich aus den akustischen Bausteinen Musik, Wort und Geräusche zusammen, wobei Musik und Wort eigene Programmelemente bzw. Oberkategorien von Programmelementen und Geräusche häufig Bestandteile dieser Elemente sind.¹³⁶

Eines der wichtigsten Programmelemente im klassischen Radio ist die Musik. Auf der einen Seite ist sie Einschaltfaktor, und auf der anderen Seite bleibt der Hörer bei diesem Radiosender, wenn ihm die Musik gefällt. Die Musik hat bei den verschiedenen Sendungstypen unterschiedliche Funktionen: sie ist verbindendes Element bei Informationssendungen, Hauptinhalt bei Musiksendungen und mit einem 50 Prozent-Anteil Teil eines Magazins. Während früher die Musikredakteure die einzelnen Musiktitel aus Karteikarten auswählten und zu einer

¹³³ Vgl. Gattringer, a.a.O., S. 51f.

¹³⁴ Fejzuli, Dinko: Radio trifft ins Herz und wirkt! In: medianet. marketing & media, 22. Juni 2012, S. 8, http://www.mediaaustria.com/media/file/medianet_22-06-2012_Research_Day_Media_Award.pdf [02.05.2014].

¹³⁵ Vgl. Hasebrink/Müller, a.a.O., S. 217f.

¹³⁶ Vgl. Lühje, Corinna: Programm. In: Kleinsteuber, a.a.O., S. 183.

Programmfolge zusammenführten, werden heute Musikprogramme größtenteils computergestützt erstellt.¹³⁷

Neben der Musik wird häufig auch das Programmelement Wort als Hauptprogrammelement bezeichnet, wobei es sich dabei vielmehr um einen Oberbegriff für viele unterschiedliche Programmelemente, die von Sprache bestimmt sind, handelt. In diesem Zusammenhang lassen sich fünf verschiedene Gruppen ausmachen:

1. Journalismus: Nachrichten, redaktionelle Beiträge
2. Service: Verkehr, Wetter, etc.
3. Fiktion: Hörspiele, Hörbücher
4. Werbung: Eigenwerbung, Fremdwerbung
5. Moderation¹³⁸

Um dem Hörer die einzelnen Bestandteile des Radioprogramms schön verpackt zu präsentieren, werden Verpackungselemente wie Jingles, Drop-ins, Musikbetten oder Sound-Effekte verwendet.

Als wichtigste Radiosendungen sind Nachrichten, Kompaktsendungen, Magazine, Features, Dokumentationen, Diskussionen, Sendungen mit Hörerbeteiligung, Radio-Aktionen und Radio-Spiele zu erwähnen.

4.1.6 Radioprogramme

Die Zusammenführung der einzelnen Programmelemente ergibt das gesamte Radioprogramm. Die Strukturierung eines Radioprogramms hängt von mehreren Faktoren ab: den medienrechtlichen Rahmenbedingungen bzw. dem Mediensystem, dem Verbreitungsgebiet (Region), der Zielgruppe, der Art der Finanzierung bzw. dem finanziellen Status, der Hörerschaft und der Art der Verbreitung (Technik).¹³⁹

¹³⁷ Vgl. Lüthje, a.a.O., S. 183f.

¹³⁸ Vgl. ebenda, S. 187f.

¹³⁹ Vgl. ebenda, S. 191.

Die Radioprogramme lassen sich in Begleitprogramme und Einschaltprogramme unterteilen.

Wie der Name bereits vorweg nimmt, sind **Begleitprogramme**¹⁴⁰ darauf ausgerichtet, die Hörer in ihrem Tagesablauf parallel zu ihren Tätigkeiten zu begleiten. Dabei ist wichtig, dass die Durchhörbarkeit, die eine Hauptanforderung an ein Begleitprogramm darstellt, für die Hörer vom Wachwerden morgens bis zum Einschlafen abends gewährleistet ist. Das heißt, der Hörer soll zu keinem Zeitpunkt das Gefühl haben, etwas versäumt zu haben, wenn er nicht Radio gehört hat.

Die Musik spielt sowohl bei öffentlich-rechtlichen als auch bei privaten Begleitprogrammen die wichtigste Rolle. Bei den meisten erfolgreichen Begleitprogrammen beträgt der Musikanteil zwischen zwei Dritteln und vier Fünfteln Musik und einem Drittel bis einem Fünftel Wort (inklusive Werbung). Um die richtige Musikmischung zu finden, orientieren sich die Programmgestalter an den regelmäßigen, diesbezüglichen Forschungen (Music Research), den Verkaufshitparaden und den Airplay Charts der Konkurrenz. In keinem Fall soll beim Hörer der Eindruck entstehen, dass ständig Dasselbe gespielt wird, auch wenn bei manchen Formaten die Titel absichtlich häufig wiederholt werden („Heavy Rotation“). Fakt ist, dass die Hörer zwischendurch lieber alt bekannte Musiktitel hören als ständig unbekannte.

Bei den Wortinhalten gibt es ebenfalls Unterschiede. Während zu den Hauptinformationszeiten politische und allgemeine aktuelle Themen gesendet werden, stehen Servicethemen eher am Vormittag und Unterhaltendes am Nachmittag am Programm. Dabei spielt allerdings die Zielgruppe eines Senders eine wichtige Rolle, sodass sich in manchen Programmen außerhalb der Nachrichten fast ausschließlich unterhaltende Worte wiederfinden. Einen höheren Wortanteil gibt es einerseits in den Morning-Shows, da der Informationsbedarf bei den Hörern zu dieser Tageszeit höher ist, und andererseits – hauptsächlich bei öffentlich-rechtlichen Sendern – mittags und am Spätnachmittag, wo dann Magazine ausgestrahlt werden. Bei großen Radio-Spielen oder Radio-Aktionen ist der

¹⁴⁰ Vgl. Stümpert, Hermann/Buchholz, Axel: Formate für Begleitprogramme. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 278ff.

Wortanteil ebenfalls höher als sonst, während er bei reinen Musiksendungen deutlich niedriger ist. Nachrichten folgen festen Hörgewohnheiten: die Stundenfolge tagsüber bzw. die halbstündliche Folge morgens ist fix im Programm verankert. Bei der Werbung muss darauf geachtet werden, dass die Hörer damit nicht „genervt“ werden, weshalb kaum ein Sender die gesetzlich erlaubte Werbezeit in Anspruch nimmt.

Was die Tagesrandzeiten anbelangt, so können abends eher speziellere Zielgruppen angesprochen bzw. anspruchsvollere Sendungen mit mehr Wort und größerer journalistischer Tiefe gesendet werden. Nachts werden die Hörer heutzutage – in wirtschaftlich schwierigen Zeiten – hauptsächlich mit Musik versorgt, auf Live-Nachrichten wird zunehmend verzichtet und auch Moderation wird häufig vorproduziert.

Vom Moderator wird in Begleitprogrammen erwartet, dass er nicht zu ausschweifend plaudert, aber dennoch Charme, Witz, Zuwendung und eigene Persönlichkeit vermittelt. Die Radiosender verfolgen dabei zwei Philosophien:

1. **Personality Radio:** Da der Tageserfolg eines Senders zwischen 6 und 10 Uhr morgens entschieden wird, setzen die meisten Radiosender in ihren Morgensendungen auf die Wirkung von Personality. Der Moderator macht mit seiner Persönlichkeit die Sendung unverwechselbar und wiedererkennbar, dabei wird ein höherer Wortanteil in Kauf genommen.
2. **Format-Radio:** Beim Format-Radio wird weniger Rücksicht auf Personality genommen, ausschlaggebende Faktoren sind hierbei die Attraktivität und Wiedererkennbarkeit des durchgehenden Programmkonzepts. Dieses Konzept wird nach der Morning-Show für den Rest des Tages angewandt.

Zum Erfolg eines Begleitprogrammes tragen zudem neben der Eigenwerbung auch der Online-Auftritt eines Senders bzw. Musik-Spartenprogramme im Internet bei.

Einschaltprogramme¹⁴¹ werden von den Hörern, im Gegensatz zu den Begleitprogrammen, wegen seiner speziellen Inhalte bewusst eingeschaltet. Es ist nicht das Ziel eines Einschaltprogrammes, immer alle Hörer ihres Programmes anzusprechen. Das Programm, das viele und spezielle Inhalte bringt, erfordert aufmerksame Zuhörer, ein Nebenbeihören ist eher nicht möglich.

Charakteristische Einschaltprogramme sind Kulturprogramme und Informationsprogramme. Bei den Kulturprogrammen unterscheidet man zwischen dem Wort-Kultur-Programm (aktuelle Information mit Hintergrund und Kommentar, Wortanteil von bis zu 80 %) und dem Musik-Kultur-Programm (Definition über ihre Musik, kulturelle Information, Wort-Musik-Anteil ausgeglichen). Öffentlich-rechtliche Sender sehen in diesem Zusammenhang auch eine Kultur schaffende Aufgabe (z. B. ORF Radio-Symphonieorchester).

Grundsätzlich dient die Musik bei Einschaltprogrammen als Binde- und Überbrückungselement. Das Wort-Musik-Verhältnis liegt hier bei ca. 70 % Wort zu 30 % Musik. Das Wortangebot bringt Information und Kultur, in Form von aktuellen Kompaktsendungen oder Magazinen morgens, mittags und spätnachmittags oder abends. Große Bedeutung werden dabei Kulturmagazinen und Formen des künstlerischen Wortes (z. B. Hörspiel, Feature, etc.) zugeschrieben. Beim Musikangebot gibt es zwei verschiedene Formate, nämlich jene, die ausschließlich E-Musik senden und jene, die das E-Musik-Angebot mit Jazz, Chansons, Liedern, Balladen, etc. ergänzen. Misch-Musikprogramme werden entweder in Magazinflächen oder in Musik-Schwerpunktsendungen angeboten. Speziell am Wochenende gibt es Platz für alle langen Darstellungsformen.

Bezüglich der Moderation in Einschaltprogrammen kann festgestellt werden, dass das Sprachtempo deutlich ruhiger ist als bei Begleitprogrammen und häufig ausgebildete Sprecher zum Einsatz kommen. Zudem soll eine geringere Anzahl an Moderatoren eine höhere Wiedererkennbarkeit bringen. Manchmal deutet eine gehobene Ausdrucksweise und ein „intellektueller“ Charakter auf die Anlehnung an die Schriftsprache. Zudem sind kommentierende, ironisierende oder

¹⁴¹ Vgl. Benecke, Margrit: Formate für Einschaltprogramme. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 288ff.

bewertende Moderationen typisch für Einschaltprogramme, zumal den Moderatoren viel Spielraum gewährt wird.

Auch wenn sich die Einschaltprogramme aufgrund des Kostendrucks dem Diktat der Einschaltquote nicht mehr entziehen können, sind sie doch wichtig für die Zukunft: sie geben in der immer stärker werdenden Informationsflut Orientierung und bieten eine ambitionierte Alternative zu formatierten Begleitprogrammen.

Wichtig dabei ist, dass sie mit Zusatzleistungen und durch gezieltes Marketing ihren Bekanntheitsgrad steigern. Als Beispiele sind – wie es der ORF-Kultursender Ö1 erfolgreich demonstriert – der Internet-Auftritt des Senders, Programmzeitschriften, Hörer-Clubs und E-Mail-Newsletter zu nennen.

Alfred Treiber, ehemaliger Ö1-Chef, meinte in einem Gespräch diesbezüglich:

„Die Leute sollen sagen: „Das ist mein Radio.“ Das sagen sie nicht nur, weil dort die Musik gefällt. Sondern sie sagen, das ist mein Radio, wenn sie einen Mehrwert bekommen, wenn sie Tickets bekommen, wenn Veranstaltungen sind, wenn sie nachlesen können im Internet, wenn es Zeitungen gibt und, und, und...“¹⁴²

Die Tatsache, dass die Radiohörer immer seltener das Programm wechseln und immer häufiger „durchhörbare“ Programme gestaltet werden, gibt den Einschaltprogrammen heutzutage nur noch wenig Raum, da sie darauf abzielen, dass ihre Hörer zu einem bestimmten Zeitpunkt eine bestimmte Sendung hören wollen.¹⁴³

4.1.7 Radioformate

Schon in der frühen Radiozeit haben die Hörfunkmacher ihre Angebote, die sogenannten Kästchenprogramme für alle Hörer¹⁴⁴ – bewusst nacheinander angeordnet bzw. anordnen müssen, denn das Radio ist ein additives Medium. Es findet eine Sendung nach der anderen statt. Damals wurden die Programme eher intuitiv nach Tageszeiten, Wochentagen und Jahreszeiten gestaltet. Erst mit der Auswahlmöglichkeit zwischen verschiedenen Programmen – zunächst im öffentlich-rechtlichen Bereich, später im dualen System – erhielt jeder Sender seine

¹⁴² Hüffel/Reiter, a.a.O., S. 201.

¹⁴³ Vgl. Hasebrink/Müller, a.a.O., S. 218.

¹⁴⁴ Vgl. Krug, a.a.O., 2010, S. 17.

spezifische Ausprägung in Musik, Wort und Anmutung. Damit prägte das Format das Programm, nicht mehr die Summe der Einzelsendungen.¹⁴⁵

„Unter einem formatierten Radioprogramm versteht man nichts anderes, als die gezielte, auf die Bedürfnisse des spezifischen Marktes abgestimmte Wahl von Struktur, Inhalt und Präsentation.“¹⁴⁶

Das Format eines Radioprogramms ergibt sich also aus

- „seiner musikalischen Farbe,
- der Wort-Musik-Mischung,
- den Informationsanteilen und
- der Art der Präsentation.“¹⁴⁷

Ein festgelegtes Format soll dem Hörer zu jeder Zeit den jeweiligen Radiosender erkennen lassen. Die Formatwahl ist marktabhängig, Rahmenbedingungen wie Konkurrenzumfeld, Hörerstruktur, Lebensgewohnheiten, etc. gelten als beeinflussende Faktoren. Auch die Umsetzung des Formates variiert von Sender zu Sender. Dabei spielen beispielsweise die personelle Situation und die technischen und finanziellen Möglichkeiten eine Rolle. Aus diesem Grund gibt es genauso viele verschiedene Formate wie Sender.¹⁴⁸ Bei einem Großteil der Radiosender liegt das Hauptaugenmerk bei der Formatbestimmung auf der Musik.¹⁴⁹

„Ein Musikformat ist einerseits eine bestimmte Musikfarbe oder eine Musiksparte, mit der ein Radioprogramm den Bedürfnissen einer klar definierten Zielgruppe entsprechen soll und beschreibt damit das wichtigste Programmelement in diesem Programm.“¹⁵⁰

¹⁴⁵ Vgl. Krug, a.a.O., S. 41.

¹⁴⁶ Haas, Michael H./Frigge, Uwe/Zimmer, Gert: Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten. 1. Aufl. München, 1991, S. 158.

¹⁴⁷ Stümpert/Buchholz, a.a.O., S. 278.

¹⁴⁸ Vgl. Haas/Frigge/Zimmer, a.a.O., S. 159f.

¹⁴⁹ Vgl. Häusermann, a.a.O., S. 92.

¹⁵⁰ Lüthje, a.a.O., S. 184.

Im Folgenden werden die häufigsten **Musikformate** kurz erläutert:

- **AC (Adult Contemporary):** leichte Popmusik, leichte Hörbarkeit; Zielgruppe: 14-49-Jährige; gilt als das weltweit erfolgreichste Format.
- **CHR (Contemporary Hit Radio):** schnelle, aktuelle Musik aus den Top 40; „verrückte“ DJs und schrille Aktionen; Zielgruppe: 14-24-Jährige;
- **AC/CHR:** aktuelle Popsongs aus den Charts; Zielgruppe: 14-24-Jährige.
- **Urban Contemporary (UC):** tanzbare Rhythmen sind gefragt; Hip-Hop, RnB, Soul; Zielgruppe: 18-34-Jährige.
- **Rock:** aktuelle und ältere Rocktitel; Zielgruppe: 18-45-Jährige, höher gebildet, eher männlich.
- **Oldies (Gold):** englische Titel der 50er-80er; Zielgruppe: 20-40-Jährige.
- **Beautiful Music/Easy Listening:** ruhige, unaufdringliche, entspannende Musik; Zielgruppe: 40+.
- **Melodie Radio/Arabella:** deutschsprachig; Evergreens, Schlager, Oldies; die Präsentation ist langsam und gemütlich; Zielgruppe: 35+.
- **Schlager:** aktuelle und ältere deutsche Schlager; Zielgruppe: 35+.
- **Volksmusik:** volkstümliche Musik; Zielgruppe: 35+.
- **Klassik:** klassische Musik im weitesten Sinn, Filmmusik; Zielgruppe: 35+, besser Verdienende.
- **Jazz:** Jazz, Zielgruppe: 35+, besser Verdienende.
- **MOR (Middle of the Road; früher auch Full Service):** unaufdringlich, für jeden Geschmack, relativ hoher Wortanteil; Zielgruppe: 35-55-Jährige.¹⁵¹

Weiters sind als Radioformate die **Nachrichtenformate** zu erwähnen. Als reine Wort-Formate sind sie im öffentlich-rechtlichen Bereich angesiedelt. In wiederkehrenden festen Zeitabständen (15- oder 20-Minuten-Turnus) präsentieren sie allgemeine aktuelle Nachrichten sowie Wirtschafts-, Sport- und Kulturinformationen. Ergänzend werden – zumeist am Wochenende – zwischendurch Hintergrund-Berichte oder längere Sportübertragungen gebracht.¹⁵²

¹⁵¹ Vgl. Lühje, a.a.O., S.185 und Stümpert/Buchholz, a.a.O., S. 278ff.

¹⁵² Vgl. Stümpert/Buchholz, a.a.O., S. 281.

Bei den oben angeführten Radioformaten handelt es sich um Formate für Begleitprogramme. Die Formate für Einschaltprogramme wurden bereits in Kap. 4.1.6 erläutert.

4.1.8 Programmierung

Unter Programmierung versteht man „die gesamte formale Gestaltung und Organisation eines Radioprogramms“. Die Form der Programmierung ist neben dem Musikformat und der Moderation ausschlaggebend für den Erfolg eines Radiosenders. Man unterscheidet zwischen drei grundsätzlichen Typen der Programmierung nach Strukturebene: die Block-, die Full-Service-Programmierung und die Formatierung.¹⁵³ Die folgende Grafik erläutert diese drei Programmierungstypen.

Programmierung	Darstellung	Grad der Schematisierung	Aufwand
Block programmorientiert (Formatebene: Sendung)	Programm, keine schematische Darstellung	Niedrig bis nicht vorhanden, quantitativ schlecht zu kontrollieren (schlecht überschaubar, schlecht planbar, geringe Verlässlichkeit Stundenebene)	Technik: niedrig Personal: hoch Finanzen: hoch, schlecht kalkulierbar
Fullservice sendeplatzorientiert (Formatebene: Sendeplatz)	Sendeschema	Mittel, quantitativ mittel zu kontrollieren (je nach Ausführung überschaubar, planbar, berechenbar, hohe Verlässlichkeit Tages- oder Wochenebene)	Technik: mittel Personal: hoch bis mittel Finanzen: mittel, nach Ausführung, mittel kalkulierbar
Formatierung sendestundenorientiert (Formatebene: Programm)	Stundenuhr	Hoch, quantitativ leicht zu kontrollieren (unaufwendig, planbar, berechenbar, hohe Verlässlichkeit Programmebene)	Technik/ Digitalisierung/ Automatisierung: hoch Personal: niedrig Finanzen: niedrig, gut kalkulierbar

Abbildung 7: Programmierungstypen

(Quelle: Lüthje, Corinna: Programm. In: Kleinstauber, Hans J.: Radio. Eine Einführung. Wiesbaden, 2012, S.196.)

¹⁵³ Lüthje, a.a.O., S.193.

4.2 Radiojournalismus

Radiojournalismus kann definiert werden als „die Tätigkeit der inhaltlichen Gestaltung von Radioprogrammen im Wortbereich“¹⁵⁴. Die „journalistischen Beiträge für das Massenmedium Radio“¹⁵⁵ werden von Radiojournalisten recherchiert, erstellt und entweder selbst oder von einem Radiomoderator den Hörern vermittelt. Der Aspekt der Objektivität spielt – genauso wie allgemein im Journalismus – dabei eine übergeordnete Rolle, welche auch gesetzlich festgelegt ist.¹⁵⁶

Grundsätzlich ist der Begriff **Journalist** die

*„allgemeine Berufsbezeichnung für Personen, die haupt- oder nebenberuflich an der Sammlung, Selektion, Prüfung, Bearbeitung und Gestaltung von Informations-, Meinungs- und/oder Unterhaltungsstoffen in Medien beteiligt sind. [...] Das Berufsfeld von Journalisten reicht von Tageszeitungen, Fernseh- und Hörfunksendern über Nachrichtenagenturen und Internetanbieter bis zu Pressestellen, Kommunikationsabteilungen von Organisationen, Journalistenbüros und der Fachpresse.“*¹⁵⁷

Was die Anforderungen an einen guten Radiojournalisten anbelangt, so sollte er

- fürs Hören schreiben können,
- ein Manuskript schreiben bzw. gleich frei sprechen können,
- live berichten und moderieren können,
- Interviews führen können,
- mit der Technik umgehen können: mit Mikrofon und Recorder richtig aufnehmen, an der Audio-Workstation schneiden und produzieren können, selbst eine Sendung fahren können

¹⁵⁴ Arnold, Bernd-Peter: Radio-Journalismus. In: Weischenberg, Siegfried/Kleinsteuber, Hans J./Pörksen, Bernhard (Hg.): Handbuch für Journalismus und Medien, Konstanz, 2005, S. 387.

¹⁵⁵ medienWiki: Radiojournalismus, <http://www.medienwiki.org/index.php/Radiojournalismus>, [16.05.2014].

¹⁵⁶ Nagiller, Rudolf/Besenböck, Hans: Radio-Journalismus. In: Pürer, Heinz (Hrsg.): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. 4., überarb. und erweit. Aufl. Salzburg, 1996, S. 6.

¹⁵⁷ Blöbaum, Bernd: Journalist. In: Bentele/Brosius/Jarren, a.a.O., S. 143f.

- und multimedial denken und arbeiten können.¹⁵⁸

Dafür bedarf es im besten Fall einer profunden Journalistenausbildung, umfangreicher Radio-Praxis und eines abgeschlossenen Studiums.¹⁵⁹ Einhergehend mit den ständig verbesserten Technologien und Verfahrensweisen und immer mehr computergestützten und -gesteuerten Arbeitsgängen, die zu Strukturänderungen und neuen Programmaufgaben führten, veränderten sich auch die nötigen Qualifikationen und Anforderungen sowie die Beschäftigungsmöglichkeiten für hörfunktypische Berufe.¹⁶⁰ Die Anforderungen an den Radiojournalisten steigen insgesamt deutlich schneller als in anderen Medien, denn *„wer faktisch jede Minute Redaktionsschluß[!] hat, weil aktuelle und wichtige Informationen jederzeit auf Sendung gebracht werden müssen, arbeitet unter enormen Druck“*.¹⁶¹

Heute verfasst und vermittelt der Radiojournalist seine Inhalte nicht mehr allein über das Medium Radio, sondern auch über andere Kanäle. Dabei arbeitet er crossmedial, vernetzt und eingebunden in die integrierten Redaktionsstrukturen.¹⁶² Radio und Internet verschmelzen immer mehr ineinander, diese Medienkonvergenz bringt für den Hörfunk sowohl Chancen als auch Risiken. So können zum Beispiel Radioinhalte online mittels Podcasts oder Webradios angeboten und mit zusätzlichen Online-Inhalten angereichert werden. Dem Risiko, dass speziell jüngere Hörer ihre Informationen eher im Internet als im Radio suchen, kann derart entgegen gewirkt werden, indem Informationen zielgruppenorientiert gestaltet, gezielt auffindbar und anwählbar gemacht werden. Neben der üblichen Hörerbeteiligung über Call-ins, Hörerpost, direkte Gespräche und E-Mails müssen heute auch die sozialen Netzwerke von den Radiojournalisten bedient werden.¹⁶³ Sie müssen demnach neben der Beherrschung des journalistischen Handwerkzeugs als Grundvoraussetzung auch im höchsten Maße flexibel und

¹⁵⁸ Vgl. La Roche, Walther von: Radio-Journalist werden. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 13.

¹⁵⁹ Vgl. ebenda, S. 14ff.

¹⁶⁰ Vgl. Manhart, a.a.O., S. 5.

¹⁶¹ Hopfmüller, Gisela: Journalistische Tätigkeiten im Radio. In: Pürer, a.a.O., S. 20.

¹⁶² Vgl. Overbeck, Peter (Hg.): Radio-Journalismus. Konstanz, 2009, S. 17.

¹⁶³ Vgl. Eggers, Jan: Radio und Internet. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 414ff.

teamfähig sein sowie Kenntnisse über die Produktionsmethoden der verschiedenen Medien haben.¹⁶⁴

Der Radiojournalist muss sich auf das neue Mediennutzungsverhalten der Rezipienten einstellen. So scheint es, dass zum Beispiel wortlastige Informationsprogramme bei den Hörern immer mehr an Akzeptanz verlieren.¹⁶⁵ Die Zugeständnisse, die seit bereits längerer Zeit aufgrund der wachsenden Medienkonkurrenz im Hörfunk gemacht werden müssen, bezeichnen Kritiker als „Entwörung“ des Radios, „Häppchen-Journalismus“ oder auch „Jockey-Journalismus“.¹⁶⁶

Im den folgenden Kapiteln sollen zunächst die verschiedenen radiojournalistischen Berufe vorgeschult werden. Im Anschluss daran werden die bedeutendsten Handwerksregeln für Radiojournalisten thematisiert. Abschließend werden die wichtigsten radiojournalistischen Darstellungsformen erläutert.

4.2.1 Journalistische Berufe im Hörfunk

In einem Radiosender gibt es viele verschiedene Aufgaben zu erfüllen, und zwar sowohl vor als auch hinter dem Mikrofon. Mitarbeiter im Bereich des operativen Geschäfts müssen jedoch nicht unbedingt auf eine Tätigkeit festgelegt sein. Sie können diese entweder gleichzeitig oder im Turnus übernehmen und speziell bei Privatsendern werden diese auch in Mischfunktionen ausgeübt.¹⁶⁷ Die wichtigsten Jobs sollen im Folgenden erläutert werden, wobei der Beruf des Moderators an dieser Stelle unerwähnt bleibt, da er in Kapitel 5 ausführlich erläutert wird.

Der **Programmchef** trägt die Verantwortung für *„alles, was über den Sender geht, für das Format, für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für das Geld, für die PR, für die Technik“*. Bei Privatsendern ist er zumeist der Geschäftsführer.¹⁶⁸

¹⁶⁴ Vgl. Overbeck, a.a.O., S. 17.

¹⁶⁵ Vgl. Weischenberg, a.a.O., 1995, S. 273f.

¹⁶⁶ Vgl. Buchholz, Axel: Die Radio-Landschaft. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 382.

¹⁶⁷ Vgl. Overbeck, Peter: Organisation. In: Overbeck, a.a.O., S. 39.

¹⁶⁸ Vgl. Schwiesau, Dietz: Der Sender, die Jobs. Beitrag Online Plus zum Econ-Lehrbuch „Radio-Journalismus“, 9. Aufl. 2009, http://www.onlinejournalismus.org/radiojournalismus/der_sender_die_jobs.html [16.05.2014].

Der **Chef vom Dienst (CvD)** ist verantwortlich für das aktuelle Programm und muss dabei schnell reagieren und entscheiden können und starke Nerven haben. Einerseits koordiniert er die Arbeit von den Redakteuren, Reportern und Korrespondenten und andererseits ist er Ansprechperson für alle, die sich an den Radiosender wenden.¹⁶⁹

Der **Redakteur** ist in erster Linie Planer und entscheidet über die Inhalte. Er plant Sendungsformate, einzelne Sendungen und Beiträge. Er engagiert Autoren, korrigiert Manuskripte und nimmt fertige Beiträge und Sendungen ab. Zumeist haben die einzelnen Redakteure ein Spezialgebiet oder einen besonderen Verantwortungsbereich, als Beispiele können der Nachrichten-, der Comedy-, der Service-, der Musik- oder der Online-Redakteur genannt werden.¹⁷⁰

Der **(Auslands-)Korrespondent** recherchiert zumeist als erfahrener Journalist und Einzelkämpfer eigenständig am unmittelbaren Ort des Geschehens, erstellt Beiträge und ist für seine(n) Sender rund um die Uhr erreichbar. Dabei fungiert er als Brückenbauer zwischen seinem Heimat- und seinem Berichtsgebiet. Er ist entweder fest angestellt oder arbeitet als freier Mitarbeiter, wenn er für mehrere Medien tätig ist. Voraussetzung, um den Beruf des Korrespondenten im Ausland ausüben zu können, sind außergewöhnlich gute Sprach- und Landeskenntnisse.¹⁷¹ Zumeist wird die Tätigkeit des Korrespondenten von einem Radiojournalisten einer Redaktion auf Zeit ausgeübt.¹⁷²

Der **Reporter** recherchiert Informationen ebenfalls vor Ort, er führt Interviews, fängt mit dem Mikrofon die Atmosphäre ein und gestaltet daraus Sendbeiträge. Oftmals meldet er sich live, z. B. aus dem Stadion oder von einer Unfallstelle.¹⁷³

Der **Autor** erstellt Beiträge oder Sendungen, und zwar vom einfachen Bericht bis zum umfangreichen Feature. Häufig ist der Autor freiberuflich tätig.¹⁷⁴

¹⁶⁹ Vgl. Schwiesau, a.a.O., 2009.

¹⁷⁰ Vgl. Overbeck, Peter: Organisation. In: Overbeck, a.a.O., S. 39.

¹⁷¹ Markert, Stefanie: Korrespondentenbericht aus dem Ausland. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 143ff.

¹⁷² Vgl. Arnold, Bernd-Peter: ABC des Hörfunks. 1. Aufl. München, 1991, S. 59.

¹⁷³ Vgl. Schwiesau, a.a.O., 2009.

Der **Producer** oder **Produzent** im Radio produziert Werbespots, Trailer, Jingles oder Transitions (Übergänge). Er ist für die Verpackungen und Positionierung verantwortlich, und zwar einerseits für die Produktion der Elemente und andererseits für die Kontrolle über ihren Einsatz. Heute wird die Produktion häufig zu externen Produktionsfirmen ausgelagert, um Kosten und Personal einzusparen.¹⁷⁵

Der **Assistent** hat als „Mädchen für alles“ die unterschiedlichsten Aufgaben: Anrufe entgegennehmen, E-Mails beantworten, Besucher betreuen, Post verteilen, Hörerreaktionen betreuen, Serviceinformationen beschaffen, Kaffee kochen, etc. In diesem Job lernt man das Leben in einer Redaktion kennen und steht womöglich am Beginn einer erfolgreichen Karriere beim Radio.¹⁷⁶

Der **Marketing-Mitarbeiter** entwickelt als Geldbeschaffer gemeinsam mit den Programm- und PR-Leuten Konzepte, um Werbekunden zu gewinnen und in Folge Werbezeiten zu verkaufen.¹⁷⁷

Die Aufgabe des **Mitarbeiters der Öffentlichkeitsarbeit** ist es, das Programm bekannt(er) zu machen und Hörer zu binden, und zwar mit Werbung (Annoncen, Plakate), mit PR (Berichte anderer Medien) und mit Promotion (Gewinnspiele, Radio-Aktionen).¹⁷⁸

Mit all diesen Personen bzw. deren Abteilungen steht der Radiomoderator in Verbindung und wird von ihnen beeinflusst:

- Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit sorgt für die Steigerung seines Bekanntheitsgrades.
- Die Abteilung Verkauf/Marketing will mit der Positionierung von Werbung ihre Kunden zufriedenstellen.
- Die Abteilung Disposition verlangt die Einhaltung des Sendeplans.

¹⁷⁴ Vgl. Overbeck, Peter: Organisation. In: Overbeck, a.a.O., S. 39.

¹⁷⁵ Vgl. Wolff, Daniel: Produktion und Verpackungselemente. In: Overbeck, a.a.O., S. 281.

¹⁷⁶ Vgl. Schwiesau, a.a.O., 2009.

¹⁷⁷ Vgl. ebenda.

¹⁷⁸ Vgl. ebenda.

- Für die Redaktion sind die Sachkenntnis, Spontanität und Intelligenz des Moderators von Bedeutung.
- Die Abteilung Unterhaltung fordert vom Moderator das Erkennen von Trends und einen unterhaltsamen Moderationsstil.
- Die Abteilung Produktion will die Verpackungselemente korrekt eingesetzt sehen.
- Die Abteilung Technik verlangt eine professionelle Bedienung der Geräte.
- Der Programmdirektor erwartet die Präsentation und Positionierung des Gesamtprogramms – den Formatvorgaben entsprechend.¹⁷⁹

4.2.2 Handwerksregeln für Radiojournalisten

Im Radiojournalismus gibt es genauso wie im Zeitungs- oder Fernsehjournalismus klare handwerkliche Grundregeln. Die wichtigsten Handwerksregeln sollen an dieser Stelle erläutert werden. Regeln zur Radiomoderation werden zu einem späteren Zeitpunkt (Kapitel 5.4) im Detail beschrieben.

Als Radiojournalist ist es unerlässlich sich zu verdeutlichen, dass man **fürs Hören schreiben** muss. Radiomacher sehen die Notwendigkeit einer Radiosprache, da man einen nicht verstandenen Text nicht „zurückhören“ kann. Aus diesem Grund muss der Text verständlich formuliert sein.¹⁸⁰ Auch die Tatsache, dass Radiohören als Nebenbei-Beschäftigung gesehen werden muss und der Hörer weder Gesten noch Schaubilder, wie er sie im Fernsehen sieht, wahrnehmen kann, macht klar, dass der Radiotext eines speziellen Schreibstils bedarf. Zudem müssen Schriftbilder, Aufmachungen, Satzzeichen, etc. mit Hilfe von akustischen Mitteln vermittelt werden.¹⁸¹ Dabei ist die Nähe zur Umgangssprache gefragt, in keinem Fall literarische Sprache.¹⁸²

¹⁷⁹ Vgl. Haas/Frigge/Zimmer, a.a.O., S. 582f.

¹⁸⁰ Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 63.

¹⁸¹ Vgl. La Roche, Walther von: Fürs Hören schreiben. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 18f.

¹⁸² Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 64.

Arnold formuliert 14 wichtige Regeln fürs Schreiben eines Radiotextes:

1. *„Hauptsätze mit maximal einem Nebensatz.*
2. *Verb nach vorn.*
3. *Der Nominalstil eignet sich schlecht als Sprechstil. Das Verb sollte den Satz bestimmen.*
4. *Nur so viele Zahlen wie unbedingt nötig und diese so einfach wie möglich.*
5. *Man sollte das Gedächtnis des Zuhörers nicht überstrapazieren.*
6. *Sätze nicht überladen.*
7. *Wichtige Begriffe werden zweckmäßigerweise wiederholt, so häufig wie möglich.*
8. *Redundanz statt Varianz.*
9. *Keine Angst vor dem Anhängen von Informationen.*
10. *Abkürzungen sollten, wo immer möglich, aufgelöst beziehungsweise erklärt werden.*
11. *Vorsicht vor zweigeteilten Prädikaten.*
12. *Deutlich und eindeutig zitieren.*
13. *Bitte keine Jargon-Formulierungen.*
14. *Es ist sehr hilfreich, sich einen Radiotext selbst laut vorzulesen, und zwar im tatsächlichen Sprechtempo.¹⁸³*

Was die **Recherche für Radiojournalisten** anbelangt, so ist diese zwar grundsätzlich vergleichbar mit den journalistischen Recherchetätigkeiten anderer Medien, hat aber dennoch ein paar Besonderheiten. Erstens genießt das elektronische Medium Radio eine hohe Glaubwürdigkeit, und zweitens wird es aufgrund seiner weiten Verbreitung und hohen Nutzung im Alltag auch für Warnmeldungen verwendet. Fehler in der Berichterstattung können nur schwer korrigiert werden, deshalb ist eine gründliche Recherche unbedingt notwendig. Die Recherche für Radiosendungen erfolgt in zwei Phasen. In der explorativen Phase werden zu einem Thema alle Informationen gesammelt, die greifbar sind. Darauf folgt die Phase „gerichteter“ Recherche, in der einzelne wichtige Quellen speziell genutzt werden. Für eine gute Recherche ist es erforderlich, einen Realitätstest durchzuführen und einzelne Aussagen zu verifizieren bzw. zu falsifizieren. Und auch das

¹⁸³ Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 65ff.

Finden von geeigneten Gesprächspartnern stellt für Radiojournalisten eine Herausforderung dar, zumal O-Töne stärker auf den Hörer wirken als bloßer Text.¹⁸⁴

Die Qualität eines **Radio-Manuskripts** entscheidet über eine gelungene Präsentation, Produktion und Mehrfachnutzung von O-Ton-Beitrag, Kommentar oder Hintergrundbericht. Ein gutes Radio-Manuskript gibt demjenigen, der es präsentiert, Sicherheit und die Möglichkeit, sich zur Gänze auf das Wesentliche zu konzentrieren – nämlich für die richtige Sprechhaltung und Stimmlage, für das Mithören der eingespielten O-Töne und für die Konzentration auf den Textinhalt. Beim Verfassen des Manuskripts sollte die Textdauer kontrolliert werden, auf Zeilenabstände für eine bessere Lesbarkeit geachtet und Trennungen (Silbentrennungen, Sätze am Ende einer Seite beenden) vermieden werden. O-Töne sollten zeitmäßig festgehalten und im Bedarfsfall ausgeschrieben werden, wobei man Namen und Funktion von O-Ton-Gebern vermerken sollte. Unerlässlich ist es, das Manuskript zur Probe zu lesen. Für die weitere Verwendung sollte ein Radio-Manuskript archiviert und fürs Internet aufbereitet werden.¹⁸⁵ Für den Sprecher eines Manuskripts gilt, den Text authentisch, lebhaft und zügig zu sprechen, ohne dabei vorzulesen. Betonungen, Pausen und Stimmlage helfen dem Hörer, den Text leichter aufnehmen zu können.¹⁸⁶

Die Fähigkeit des **freien Sprechens** muss sich der Radiojournalist in den meisten Fällen erst aneignen. Wichtig ist, dass sich der Sprecher das Informationsziel stets vor Augen hält, dem Hörer durch die Ordnung seiner Gedankenschritte einen roten Faden liefert sowie die Wortwahl, Satzlänge und Komplexität an sein Zielpublikum anpasst. Der Text sollte an die Alltagssprache angelehnt werden, damit ihn die Hörer einfach und verständlich aufnehmen können. Als hilfreich erweist sich beim freien Sprechen die Verwendung eines Stichwortzettels. In jedem Fall muss der Sprecher bei der Präsentation glaubwürdig wirken.¹⁸⁷

¹⁸⁴ Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 73ff.

¹⁸⁵ Vgl. Schamari, Birgit: Das Manuskript. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 33ff.

¹⁸⁶ Vgl. Linke, Norbert: Das Manuskript sprechen. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 38ff.

¹⁸⁷ Vgl. Blaes, Ruth: Frei Sprechen. In: La Roche/Buchholz a.a.O., 2013, S. 43ff.

Einen großen Stellenwert im Hörfunk haben die Nachrichten. Für den Radiojournalisten ist es deshalb besonders wichtig, die wichtigsten Regeln für das **Verfassen und Präsentieren von Nachrichten** zu kennen. *„Nachrichten unterscheiden sich von Alltagserzählungen durch einen schematischen Aufbau und eine dichte Informationsstruktur, die sich vom Erzählen in übrigen Situationen (Alltag, Literatur) stark unterscheidet.“*¹⁸⁸ Nachrichten stellen kurz gefasste Informationen dar, die für den Hörer leicht verständlich sein sollen. Das Wichtigste einer Nachricht soll in Form eines Leadsatzes am Anfang stehen, dadurch kann der Hörer seine Aufmerksamkeit auf für ihn interessante Meldungen richten.¹⁸⁹ Dieser Leadsatz sollte möglichst viele der 6 W-Fragen – Was? Wer? Wo? Wann? Wie? Warum? – beantworten. Nach dem Leadsatz folgen weitere Details.¹⁹⁰ Für die Nachrichtensprache gelten folgende Kriterien:

- *„Einfache, aktive Hauptsätze, möglichst ohne Einschübe, Passivkonstruktionen und komplexe grammatikalische Strukturen.*
- *Knappe und präzise Wortwahl. [...]*
- *Verständlichkeit beim ersten Hören. [...]*
- *Logischer Aufbau der Meldung erleichtert das Verständnis.*
- *Die Neuigkeit (oder das Interessante) muss vorn stehen und darf nicht versteckt werden.*
- *Nachrichten sind objektiv und werten nie.“*¹⁹¹

Nachrichten müssen also in jedem Fall sachlich, fair und unparteiisch sein, eine Angabe der Quelle trägt zusätzlich zu Transparenz und Glaubwürdigkeit bei.¹⁹² Die Auswahl, die der Nachrichtenredakteur aus einer Vielzahl von Agentur- und Pressemeldungen bzw. selbst recherchierten Geschichten treffen muss, hängt

¹⁸⁸ Häusermann, a.a.O., S. 69.

¹⁸⁹ Vgl. Ohler, Josef: Nachrichten. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 212ff.

¹⁹⁰ Vgl. Eichmann, Ralph: Journalismus. In: Kleinsteuber, a.a.O., S.241.

¹⁹¹ Ebenda, S.240.

¹⁹² Vgl. Ohler, a.a.O., S. 214ff.

stark vom jeweiligen Radiosender ab. Beispielsweise verwendet ein regionaler Radiosender mehr lokale und regionale Themen als ein nationaler Sender.¹⁹³

Um den hohen Anforderungen an die Musik-Zusammenstellung gerecht zu werden, nutzen die Sendeverantwortlichen heutzutage die Möglichkeit, die **Musikprogramme mit dem Computer zu erstellen**. Der Musikcomputer, der hauptsächlich bei den Begleitprogrammen und bei Musik-Spartenprogrammen eingesetzt wird, hilft, redaktionelle Überlegungen konsequent zu verwirklichen. Der Computer sucht die Musiktitel nach den vorgegebenen Kriterien und Kategorisierungsmerkmalen aus, Letztentscheider ist allerdings immer der Musikredakteur. Der nächste Arbeitsschritt ist die Erstellung der Musikuhr. Es wird für jede Stunde an jedem Tag der Woche festgelegt, welche Titel in welcher Reihenfolge gespielt werden sollen. Letztendlich wird der Musiklaufplan in den Sendeablaufplan, der die übrigen Programmbestandteile beinhaltet, integriert. In keinem Fall darf der Musikredakteur dem Musikcomputer blind vertrauen, eine Nachbearbeitung ist unbedingt erforderlich.¹⁹⁴

Was die **Produktion** von Beiträgen, Reportagen, Hörspiele, etc. anbelangt, so kann diese entweder in einem Sende- oder Produktionsstudio oder in einem Ü-Wagen als mobiles Produktionsstudio erfolgen. In den Sendestudios ist der Radiojournalist zumeist auch gleichzeitig sein eigener Techniker. Er muss also bestens mit der Technik vertraut sein. Speziell bei größeren Produktionen ist ein sorgfältig ausgearbeiteter Produktionsablaufplan notwendig. Dieser sollte Details zu Aufbau, Probe, Sendung/Mitschnitt und Abbau enthalten. Für die Übermittlung von Beiträgen muss der Radiojournalist versiert in den Übertragungswegen und Telekommunikationsgeräten sein.¹⁹⁵

Ein Radiojournalist muss heute über **Regeln fürs Schneiden** Bescheid wissen, da er seine Beiträge selbst schneiden muss. Das mühsame (Ton-)Band schneiden hat im Verlauf der 1990er-Jahre sein Ende gefunden und wurde vom

¹⁹³ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.239.

¹⁹⁴ Vgl. Neu, Sabine/Buchholz, Axel: Musik-Programme mit dem Computer erstellen. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 294ff.

¹⁹⁵ Vgl. Peiler, Thomas: Im Studio und mit dem Ü-Wagen produzieren. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 352ff.

digitalen Schnitt abgelöst. Der Schnitt beginnt bei der O-Ton-Aufnahme, denn bereits während der Aufnahme muss der Autor oder Reporter auf die Zeit und auf Hintergrundgeräusche achten. Mit dem Schneiden will der Radiojournalist kürzen, säubern und umstellen, wobei darauf geachtet werden muss, dass der Sinn und Informationsgehalt nicht verändert wird. Es sollen einerseits Sinn- und Satzkomplexe und andererseits zu viele „Ähs“ und unzumutbare Pausen herausgeschnitten werden. Dabei darf der Schnitt beim Hören nicht auffallen.¹⁹⁶ Dieser Schneidvorgang wird vom Radiojournalisten mittels digitaler Schnittprogramme an der Audio-Workstation durchgeführt.¹⁹⁷

Der Radiojournalist bzw. -moderator sitzt heute im Selbstfahrerstudio und kann seine **Sendung** ohne Unterstützung selbst **fahren**. Am Selbstfahrerplatz sitzt oder steht er vor seinen halbrund angeordneten Bedienelementen wie dem Mischpult, PC-Tastaturen und PC-Monitoren. Die gespeicherten Audiofiles, die Tonquellen wie Musik, Wortbeiträge und alle notwendigen akustischen Elemente enthalten, sowie die Abläufe werden auf den Monitoren gezeigt. Die Basis für den Moderator einer Sendung ist die Darstellung der Ausspielsoftware der Sendungsplanung auf einem für den Moderator gut sichtbaren Monitor. Sie gibt ihm alle nötigen Informationen zum Sendungsablauf. Eine Sendung kann nur dann reibungslos gefahren werden, wenn der Handelnde sowohl die gesamte Hardware als auch die Software des Studios beherrscht.¹⁹⁸ Und:

„Viel Konzentration und Geschick verlangt die Moderation im Selbstfahrer-Studio. Der Moderator soll nicht nur locker, sachkundig und präsent moderieren, sondern er muss gleichzeitig noch sein eigener Techniker und Organisator sein.“¹⁹⁹

¹⁹⁶ Vgl. Kulpok, Alexander/Siegel, Angela: Regeln fürs Schneiden. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 333ff.

¹⁹⁷ Vgl. Moll, Annette: Die eigene Audio-Workstation. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 338ff.

¹⁹⁸ Vgl. Braun, Stefan: Sendung fahren. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 361ff.

¹⁹⁹ Ebenda, S. 371.

4.2.3 Radiojournalistische Darstellungsformen

Aufgrund der Vielfältigkeit der Radioangebote und der großen Anzahl der Radiosender werden auch die Darstellungsformen variantenreicher. Die Radiojournalisten entscheiden sich für eine bestimmte Form der Darstellung, je nachdem, was sie ausdrücken wollen. So kann beispielsweise unterschieden werden zwischen tatsachenbetonten, informierenden Formen und meinungsbetonten, kommentierenden Formen.²⁰⁰ Neuberger und Kapern teilen die Darstellungsformen in zwei Dimensionen ein: die objektive und die subjektive Ebene sowie die Tatsachen- und die Deutungsebene. Während Aussagen über äußere Sachverhalte der objektiven Ebene zugeordnet werden, sind innere Eindrücke, Erlebnisse und Empfindungen, die für außenstehende Beobachter kaum überprüfbar sind, auf der subjektiven Ebene zu finden. Beide – äußere und innere Fakten – gehören zur Tatsachenebene. Die Deutungsebene baut auf die Tatsachenebene auf. Dabei werden Tatsachen entweder durch Erklärungen und Typisierungen (objektive Ebene) oder durch Wertungen (subjektive Ebene) eingeordnet (Abb. 8).²⁰¹

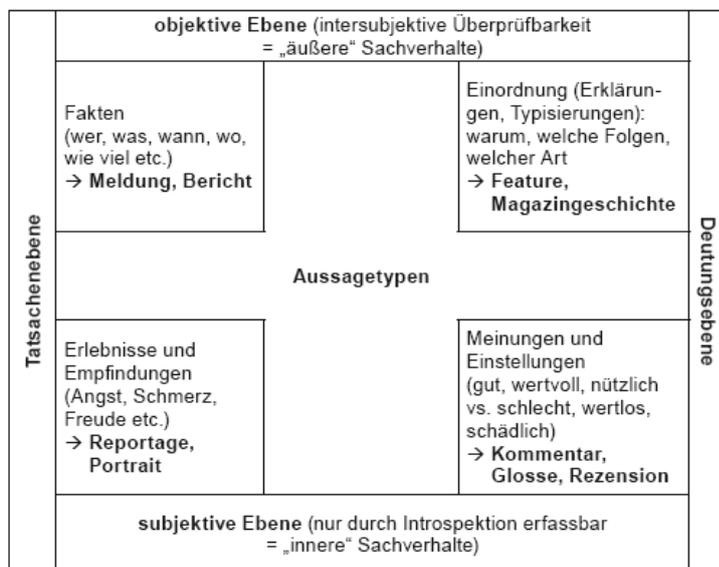


Abbildung 8: Dimensionen der Darstellungsformen nach Neuberger/Kapern
(Quelle: Neuberger, Christoph/Kapern, Peter: Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden, 2013, S. 44.)

²⁰⁰ Vgl. Neuberger, Christoph/Kapern, Peter: Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden, 2013, S. 43.

²⁰¹ Vgl. ebenda, 2013, S. 43f.

Eichmann postuliert zehn zentrale **radiojournalistische Darstellungsformen**²⁰²:

2. **Der O-Ton:** Er ist ein kurzes, einfaches, aber prägnantes Element, das in allen Radioformaten vorkommt. Dabei kann es unterschiedlich verwendet werden: pur mit einer kurzen Anmoderation oder eingebaut in einen Beitrag, eine Nachrichtensendung, einen Promotion-Trailer oder Ähnliches. Beim Original-Ton handelt es sich um ein Wortdokument, in dem man einen (oder mehrere) Menschen sprechen (oder singen, etc.) hört.²⁰³ Dabei unterscheidet man zwischen echten und unechten O-Tönen. Bei echten O-Tönen handelt es sich um Äußerungen von Akteuren des gesellschaftlichen Lebens, Politikern, Künstlern, Sportlern, etc., bei unechten um journalistische O-Töne, Statements von Reportern oder Korrespondenten.²⁰⁴ Ein O-Ton hat eine Länge von ca. zehn Sekunden bis zu einer Minute.²⁰⁵
3. **Die Umfrage:** Die Radio-Umfrage besteht aus mehreren O-Tönen und zeigt durch die Befragung von beliebigen Passanten ein Meinungsbild zu einem Thema auf. Die Meinungsäußerungen sind allerdings nicht repräsentativ, dies muss den Hörern deutlich kommuniziert werden. Diese Darstellungsform eignet sich am besten für kontroverse oder unterhaltende Themen. Erfahrungsgemäß braucht man die vier- bis fünffache Menge an Statements, als man letztendlich verwendet.²⁰⁶ Die Sendelänge ist zumeist nicht länger als 60 Sekunden.²⁰⁷
4. **Die Nachrichtmeldung:** Bei Nachrichtensendungen handelt es sich um „Konglomerate von kurzen Texten“²⁰⁸, wobei die wichtigsten Nachrichten zuerst kommen²⁰⁹. Diese Texte unterliegen bei allen Radioformen den

²⁰² Eichmann, a.a.O., S.236ff.

²⁰³ Vgl. ebenda, S.236f.

²⁰⁴ Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 157f.

²⁰⁵ Vgl. Haas/Frigge/Zimmer, a.a.O., S. 384.

²⁰⁶ Vgl. ebenda, S. 382f.

²⁰⁷ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.238.

²⁰⁸ Häusermann, a.a.O., S. 69.

²⁰⁹ Vgl. Neuberger/Kapern, a.a.O., S. 47.

schärfsten Regeln.²¹⁰ Es wird verlangt, dass sie aktuell, umfassend und objektiv sind.²¹¹ Jede Nachricht muss die W-Fragen beantworten, damit sichergestellt ist, dass die wichtigsten Informationen geliefert werden.²¹² Ihre Aktualität erhalten die Nachrichtentexte durch die halbstündliche oder stündliche Ausstrahlung über den ganzen Tag verteilt.²¹³ Eine Nachrichtmeldung dauert normalerweise nicht länger als 30 Sekunden, ein Text für Kurznachrichten bleibt sogar unter 20 Sekunden. Bei kommerziellen Radiosendern ist oftmals der gesamte Nachrichtenblock nicht länger als 2:30 Minuten.²¹⁴

5. **Der Bericht/Nachrichtenaufsager:** Der Bericht für Nachrichten soll durch den Reporter mit Hilfe von Ortsbeschreibungen, Zitaten und Ähnlichem das Meldungs-Geschäft auflockern und mehr Farbe in eine Nachrichtensendung bringen. Dabei darf auf die Nachrichtenkriterien Aktualität, Fakten, Gebrauchswert und Gesprächswert nicht verzichtet werden.²¹⁵ Es gibt unterschiedliche Berichtsformen: das Reporterstatement (kurze, schnelle Form der Berichterstattung), der Korrespondentenbericht („kommentierende Berichte“), der Bericht in Form eines Magazingesprächs (Mikrofondialog zwischen Moderator und Berichterstatter) und der „gebaute Beitrag“ (Bericht mit eingebauten O-Tönen).²¹⁶ Die Länge von Berichten bzw. Nachrichtenaufsagern variiert je nach Programm zwischen 25 und 60 Sekunden.²¹⁷
6. **Der Bericht mit Einblendungen (BmE):** Diese journalistische Darstellungsform verbindet den ausformulierten (Sprecher-)Text mit O-Tönen, oftmals angereichert mit Musik und/oder Geräuschen. Der BmE ist gut

²¹⁰ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.240.

²¹¹ Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 126f.

²¹² Vgl. Neuberger/Kapern, a.a.O., S. 47.

²¹³ Vgl. Häusermann, a.a.O., S. 69.

²¹⁴ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.241f.

²¹⁵ Vgl. ebenda, S.242.

²¹⁶ Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 164ff.

²¹⁷ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.242.

geeignet, „um journalistische Inhalte darzustellen, mehrere Seiten zu Wort kommen zu lassen, Stimmungen zu transportieren oder bei einem bunten Thema unterhaltsame Elemente einzuspielen“²¹⁸. Auch wenn die O-Töne immer bearbeitet sind, wirken sie dennoch authentisch und bringen Abwechslung. Es wird unterschieden zwischen dem aktuellen BmE (Information steht im Vordergrund) und dem bunten BmE (Unterhaltung steht im Vordergrund). Je nach Programm dauert ein BmE zwischen 1:30 Minuten und fünf Minuten.²¹⁹

7. **Die Reportage:** Die Radioreportage zählt genauso wie die Nachrichten zu den klassischen Formen der Rundfunkberichterstattung und setzt dort ein, wo sich Ereignisse nicht mehr unmittelbar und allein akustisch fassen lassen. Dabei beobachtet der Reporter das Geschehen, schildert, was er erlebt und lässt den Hörer daran teilhaben. Zumeist handelt es sich um eine Live-Reportage, die umso herausfordernder ist, je weniger ein Ereignis planbar ist (Sportereignisse versus Naturkatastrophen).²²⁰ Oftmals wird sie als die „Königsklasse des Radiojournalismus“ bezeichnet, da sie selbst einem erfahrenen Reporter viel Wissen, Können und Gefühl abverlangt. Die Länge der Radioreportage ist von mehreren Faktoren abhängig (Thema, Senderformat, Sendezeit) und variiert zwischen 30 Sekunden (Fußball) und fünf Minuten.²²¹
8. **Die Moderation:** Die Moderation ist, genauso wie die Reportage oder das Schreiben einer Nachricht, eine journalistische Leistung.²²² Ausführliche Details zu dieser Darstellungsform werden in Kapitel 5.4 erläutert.
9. **Das Interview:** Das Interview zählt zur am häufigsten verwendeten und gleichzeitig zur schwierigsten Darstellungsform im Radio, da sie vom Interviewpartner abhängig ist. Eichmann unterscheidet fünf Interview-Arten: das Informationsinterview (z. B. Gespräch mit einem Experten), das

²¹⁸ Eichmann, a.a.O., S.243.

²¹⁹ Vgl. ebenda, S.243f.

²²⁰ Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 177ff.

²²¹ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.245.

²²² Vgl. ebenda, S.246.

kontroverse Interview (z. B. Gespräch mit einem Politiker), das Interview zur Person, das Augenzeugen-Interview und das Recherche-Interview. Der Interviewer muss eine gute Fragetechnik (kurze, verständliche, präzise und eindeutige Fragen) beherrschen, damit es zu einem guten Gespräch on air kommt. Dies gilt sowohl für Live-Interviews als auch für aufgezeichnete Interviews.²²³ Das Ziel des Interviews ist, dem Hörer zu einem bestimmten Thema einen kompetenten Gesprächspartner vorzustellen, der ihm Informationen geben kann, die sonst nirgendwo verfügbar sind.²²⁴

10. **Der Kommentar:** Beim Kommentar handelt es sich eigentlich um keine eigene Radioform, er ist ein Text ohne O-Töne. Dennoch ist er von besonderer Bedeutung, da er beim Hörer Emotionen hervorruft. Es gibt drei Arten von Kommentaren: der Meinungskommentar, der analytische Kommentar und der Einerseits/Andererseits-Kommentar. Starke Formulierungen und klare Meinungsäußerungen begünstigen die Qualität des Kommentars. Dabei ist wichtig, dass es zu keiner Vermischung von Kommentar und der meinungsfreien Berichterstattung kommt.²²⁵ Ein Kommentar kann nämlich nicht objektiv und in sich ausgewogen sein.²²⁶ Der Kommentar hat je nach Programm eine Länge von einer bis fünf Minuten.²²⁷

11. **Weitere Radioelemente:** Ein Radioprogramm von heute besteht nicht nur aus Musik und Wortbeiträgen. Ein Sender kann allein bis zu 600 Radioelemente gespeichert haben und im Programm verwenden, wobei der Bedarf bei reinen Wortformaten wie Nachrichtenradios eher gering ist. Solche Radioelemente sind beispielsweise Jingles, Trailer, Soundeffekte, Spiele, etc. *„Ziel aller Elemente ist es, den Hörer am Radio zu halten, ihn zu unterhalten und zu informieren.“*²²⁸

²²³ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.249ff.

²²⁴ Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 191.

²²⁵ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.252f.

²²⁶ Vgl. Stern, Carola: Kommentar. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 200.

²²⁷ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.252.

²²⁸ Vgl. ebenda, S.253ff.

Eine radiojournalistische Darstellungsform, die Eichmann unerwähnt lässt, aber dennoch häufig zu finden ist, ist das **Feature**. Stallhofer bezeichnet das Feature als „*informativ-unterhaltende, ästhetische, spannende und darum auch zeitgemäße Sendeform*“. Charakteristisch für das Feature ist neben der Formfreiheit seine Offenheit, die bereits bei der Auswahl der Themen beginnt und auch die Möglichkeit, neben Fakten auf fiktive Szenen zu verwenden, bietet. Selbstverständlich müssen dabei der Bezug zur Realität und der Umgang mit dieser sowie die journalistischen Grundprinzipien und Pflichten gewahrt werden. Das Feature kann Themen tiefgründiger behandeln und in ansprechender Weise vermitteln, da es sich dabei um keine zur Aktualität verpflichteten Form handelt. Es soll nicht als Zweckform, sondern als journalistisches Genre mit künstlerischem Anspruch verstanden werden.²²⁹ Eine solche monothematische Sendung hat eine Länge von rund einer Stunde.²³⁰

Speziell bei Unterhaltungssendern spielt auch die **Radiocomedy** eine große Rolle. Darunter verstehen Radiomacher „*alles, was lustig ist im Programm*“²³¹. Wichtig dabei sind die Aktualität und die Ansprache der Hörer zum richtigen Zeitpunkt. Man unterscheidet verschiedene Formen der Radiocomedy:

- „Getürkte“ Interviews: mit erfundenen Gesprächspartnern wird in erfundenen Situationen die Wirklichkeit parodiert.
- O-Ton Collage: reale Gespräche oder Reden werden durch Sampling, Schnitt und Musik in ein unterhaltsames Stück verwandelt.
- Parodien: der Originalform wird ein neuer Inhalt oder Ausdruck gegeben (Volkslieder, Gedichte, Werbespots, Slogans, etc.)
- Parodien von Stimmen: prominenten Menschen mit ihrer Stimme andere Texte sprechen lassen, parodierte Prominente werden zu Comic-Helden

²²⁹ Vgl. Stallhofer, Angelika: Das Feature: Die Königsdisziplin des Radiojournalismus aus der Sicht ihrer Redakteure und Autoren bei Ö1. Universität Wien, Diplomarbeit, 2009, S. 135f.

²³⁰ Vgl. Klinger, Franz/Koch, Gerhard: Radio- & Fernseh-Journalismus: ein Grundkurs. Graz, 2004, S. 70.

²³¹ Bollinger, Michael: Radiocomedy. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 205.

- Minicomics wie Blackouts, Oneliner, Punchlines und Sidekicks: auf eine reale Nachricht folgt ein witziger Kommentar, ein Weiterdreh oder eine überraschende Schlussfolgerung
- Gespielter Witz: häufig in Doppelmoderationen²³²

Was die **Weiterentwicklung der Darstellungsformen** anbelangt, so sehen Neuberger und Kapern zwar eine stetige Fortentwicklung, allerdings scheinen immer mehr Radiosender, speziell jene, die sich an jüngere Hörer wenden, nur noch auf eine Darstellungsform zu setzen, nämlich das Gespräch zwischen Moderator und Korrespondent. Dabei kritisieren sie, dass dieses Gespräch wie ein Interview anmutet, in Wahrheit aber ein Bericht ist. In dem Format „Drei Fragen, drei Antworten“ überspielt der Hörfunk-Korrespondent der Redaktion die Tonaufnahme dreier Antworten und gleichzeitig übermittelt er die dazugehörigen Fragen. Der Moderator trägt, wann immer er möchte, diese Fragen vor und spielt die jeweiligen Antworten des Korrespondenten ein. Neuberger und Kapern konstatieren, dass damit die Grenzen der Seriosität berührt, wenn nicht sogar überschritten, werden, denn das Gespräch, das beim Hörer ankommt, hat in der Realität nicht stattgefunden.²³³

4.3 Kommunikatorforschung

Bevor auf die Kommunikatorforschung eingegangen wird, soll zunächst der Begriff des Kommunikators definiert werden.

„Als Kommunikator soll jener kommunikativ Handelnde gelten, der etwas mitteilen will und die allgemeine Intention seiner kommunikativen Handlung (nämlich: mit jemandem bzw. mehreren anderen Kommunikationspartnern Bedeutungen teilen wollen) zu realisieren versucht, indem er die mitzuteilenden Inhalte durch den (symbolischen) Gebrauch eines Mediums ‚entäußert‘, d. h. manifest – und damit für (jemanden) andere(n) zugänglich – macht.“²³⁴

²³² Vgl. Bollinger, a.a.O., S. 205ff.

²³³ Vgl. Neuberger/Kapern, a.a.O., S. 54f.

²³⁴ Burkart, a.a.O., S. 64.

Demnach ist es der Kommunikator, der seinem „Gegenüber“ – dem Rezipienten – sein Material, seine Inhalte, seine Argumente, etc. präsentiert. Oftmals wird er deshalb auch als „Quelle, Sender, Produzent, Adressant“²³⁵ bezeichnet.

In Anlehnung an die Definition von Maletzke aus dem Jahr 1963 ist für Böckelmann der Kommunikator „jede Person oder Personengruppe, die an der Produktion von öffentlichen, für die Verbreitung durch ein Massenmedium bestimmten Aussagen professionell beteiligt ist, sei es schöpferisch gestaltend oder selektiv oder kontrollierend“²³⁶.

Was die Definition der Kommunikatorforschung anbelangt, greift Deneke das Zitat von Silbermann auf:

„Die Untersuchungen des Kommunikators sind darauf ausgerichtet, festzustellen, wer die Menschen sind, die hinter den Medien stehen, wie diese Gruppen sich strukturieren, welchen Motivationen und welchen ideologischen, geschmacklichen oder künstlerischen Diktaten sie gehorchen.“²³⁷

Kommunikatoren sind also jene Personen, die für ein Medium tätig sind und/oder ihre Aussagen, Inhalte, Texte, etc. über ein Medium den Rezipienten darstellen. Demzufolge geht es bei der Kommunikatorforschung in erster Linie um die Berufsgruppe der Journalisten, und dabei im Speziellen um Untersuchungen ihres Verhaltens, ihrer Motivationen und ihrer Einstellungen.

Nach Deneke sind aber nicht nur die „Publizisten“, also die Autoren, Journalisten, Herausgeber und Verleger, als Gegenstand der Kommunikatorforschung zu sehen. Es müssen auch jene Personen und Institutionen, die als Politiker oder als politische Verbände Kommunikatorfunktionen erfüllen, und gewerbliche Unternehmen, die durch Anzeigen publizistisch wirken, beobachtet werden.²³⁸

²³⁵ Burkart, a.a.O., S. 64.

²³⁶ Böckelmann, Frank: Journalismus als Beruf. Bilanz der Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum von 1945 bis 1990. Konstanz, 1993, S. 21.

²³⁷ Deneke, Johann F. Volrad: Aspekte und Probleme der Medizinpublizistik. Bestandsaufnahmen und Analysen zur historischen und aktuellen Präsentation von Medizin in Massenmedien, Bochum, 1985, S. 9.

²³⁸ Vgl. ebenda, S. 9.

Böckelmann bezeichnet die Kommunikatorforschung als Berufsfeldforschung, lässt jedoch offen, ob sie noch mehr als das sein könnte.²³⁹ Ab den 1970er-Jahren gab es unzählige Versuche, der Dominanz der personen- und berufsstandzentrierten Kommunikatorforschung ein Ende zu setzen und stattdessen große Teile des Kräftefeldes, in dem der Journalist agiert, zum Gegenstand der Untersuchungen zu machen. Dazu können folgende Ansätze erwähnt werden:

- Gatekeeper-Forschung
- Agenda-Setting-Hypothese
- Systemtheorie
- Wirkungsfrage
- Kritisch-emanzipatorische Sozialforschung
- Gemeindestudien²⁴⁰

In seiner *„Bilanz der Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum von 1945 bis 1990“* dokumentiert **Böckelmann** sämtliche deutschsprachige Studien, die auf empirischer Grundlage ausschließlich oder unter anderem eine oder mehrere Gruppen berufsmäßiger Kommunikatoren untersuchen. Dabei bezieht er nicht nur die journalistischen Berufsgruppen im engeren Sinn ein, sondern auch Verleger, Intendanten, PR-Fachleute, Mitarbeiter von Pressestellen und angehende Kommunikatoren.²⁴¹

Insgesamt konnten 716 – 366 größere und 350 kleinere –Kommunikatorstudien ausgemacht und dokumentiert werden. Davon entfielen 27 % auf den Untersuchungsbereich „Journalisten (medienübergreifend)“, 32 % auf „Pressejournalisten“, 7 % auf „Rundfunkjournalisten“, 4 % auf „Hörfunkjournalisten“, 7 % auf „Fernsehjournalisten“, 1 % auf „Agenturjournalisten“, 1 % auf „Filmschaffende“, 5 % auf „Public Relations-Fachleute/Angehörige von Pressestellen“, 11 % auf „Angehende Journalisten“, 2 % auf „Stereotype des Journalisten in Literatur und Film“, 1 % auf „Methodische Fragen der Kommunikatorforschung“ und 3 % auf „Grundlagenstudien“. Zur Berufsgruppe der Hörfunkjournalisten konnten

²³⁹ Vgl. Böckelmann, a.a.O., S. 21.

²⁴⁰ Vgl. ebenda, S. 22ff.

²⁴¹ Vgl. ebenda, S. 25.

31 Kommunikatorstudien gefunden werden²⁴², wobei nur eine Studie aus Österreich ausgewiesen wird, nämlich jene von Nora Aschacher aus dem Jahr 1982 zum „*Kommunikationsberuf Hörfunk*“²⁴³. Hauptsächlich geht es in diesen Untersuchungen um die Redakteure im Hörfunk, aber auch um Journalisten im privaten Hörfunk bzw. bei Regionalradios und um das Publikumsbild bzw. die Wirkung auf die Rezipienten. In keiner dieser Studien wird die spezifische Berufsgruppe der Radiomoderatoren erwähnt.

Dem Forschungsdesign der vorliegenden Arbeit entspricht am ehesten die „*Umfrage zum Berufsbild des Rundfunkredakteurs*“ vom Institut zur Förderung von Wissenschaft und Ausbildung im Bereich neuer Medien e.V. Mit Hilfe einer schriftlichen, strukturierten Befragung wurde im Jahr 1989 das gegenwärtige Berufsbild des Hörfunkredakteurs untersucht. Es wurde den gegenwärtigen und künftigen Anforderungen der öffentlich-rechtlichen Anstalten und Privatsender an Hörfunkredakteure nachgegangen, ebenso wurden Einschätzungen der Journalistenausbildung und die Entwicklung des Bedarfs an ausgebildeten Redakteuren erhoben.²⁴⁴

Die 130 ausgewerteten Fragebögen ergaben folgende Ergebnisse:

- Wichtigste erwünschte Eigenschaft des Redakteurs ist „Sprachgefühl“.
- Für Rundfunkanstalten ebenfalls sehr wichtig sind die Eigenschaften „Urteilkraft“ und „Neugier“, Privatstationen sind dagegen „Belastbarkeit“ und „Verantwortungsbewusstsein“ wichtiger.
- Bedeutsame „Grundvoraussetzung“ der Tätigkeit des Hörfunkjournalisten ist die „Allgemeinbildung“, danach kommen „Recherchetätigkeiten“ und „Professionalität“.
- Öffentlich-rechtliche Anstalten stellen präzisere und höhere Qualifikationsanforderungen (vor allem zum Studienabschluss) an Hörfunkredakteure als Privatstationen.

²⁴² Vgl. Böckelmann, a.a.O., S. 45ff.

²⁴³ Vgl. ebenda, S. 366.

²⁴⁴ Vgl. ebenda, S. 363f.

- 52 % der Befragten sind der Meinung, dass die meisten Hörfunkjournalisten fachlich und persönlich nicht ausreichend kompetent sind, was auf erhebliche Defizite in der Journalistenausbildung hindeutet.
- Zukünftig werden seltener „reine Ressortspezialisten“ gefragt sein. Privatstationen sehen einen höheren Bedarf an „Allroundern“, die öffentlich-rechtlichen Anstalten einen viel höheren Bedarf an Redakteuren, die sowohl zur Spezialisierung als auch zur Generalisierung fähig sind.
- Mehr als die Hälfte vermutet künftig einen erhöhten Stellenbedarf.²⁴⁵

Oliver **Kirschner** hat im Zuge seiner Diplomarbeit an der Universität Graz eine empirische Studie über Radiomoderatoren in der Steiermark zu den Themen Berufswahl, Ausbildung, Einstieg und Alltag durchgeführt. Im Zeitraum von Jänner bis März 2007 hat er insgesamt sechs Radiomoderatoren – drei Männer und drei Frauen – in Form eines Leitfaden-Interviews befragt, die bei steirischen Radiosendern (Radio Steiermark des ORF, Antenne Steiermark, NJOY-Radio) tätig waren.

Als wichtigste Ergebnisse können festgehalten werden:

- Für die Ausübung des Berufs des Radiomoderators bedarf es eines gewissen Talents und Begabung, ansonsten ist Moderation nicht erlernbar.
- Der Aus- und Weiterbildung wird dennoch ein hoher Stellenwert beigemessen. Am Anfang steht häufig das Üben in der Praxis, „Learning by doing“. Es wird empfohlen, so früh wie möglich praktische Erfahrungen zu sammeln. Eine akademische Ausbildung wird nicht als zwingend erachtet. Später folgen Weiterbildungsmaßnahmen wie Moderatoren-Trainings, Seminare und „informelle“ Formen der Fortbildung.
- Die Bedeutung von Aus- und Weiterbildung hat aufgrund der Liberalisierung des Hörfunks und dem damit einhergehenden Konkurrenzdrucks sowie der schnellen technischen Fortentwicklung stark zugenommen.
- Der Beruf des Radiomoderators dürfte für viele Menschen ein Traumberuf sein, obwohl die Arbeit alles andere als leicht ist. Von den Befragten

²⁴⁵ Vgl. Böckelmann, a.a.O., S. 363f.

wurden unregelmäßige Arbeitszeiten, durchschnittliche Wochenarbeitszeiten von bis zu 60 Stunden und eine damit einhergehende Arbeitsbelastung in Zusammenhang mit dem Berufsalltag angegeben.

- Alle befragten Moderatoren hatten neben der Moderation auch noch andere Tätigkeitsbereiche, wie Redakteurs-, Reporter- und administrative Tätigkeiten. Speziell Mitarbeiter kleinerer Sender mussten mehrere Aufgabenbereiche abdecken. Zudem werden insbesondere von Moderatoren mit niedrigem Gehalt diverse Nebenjobs, wie Off-Air-Moderationen, ausgeübt.
- Die Radiomoderatoren zeigten ein hohes Maß an Berufszufriedenheit. Getrübt wurde das Bild lediglich von den vier nicht ORF-Moderatoren, die ihre berufliche Zukunftsperspektive als prekär einstufen.
- Ein guter Moderator sollte laut den Befragten etwas Besonderes an sich haben, wodurch er sich von anderen Moderatoren unterscheidet.
- Den Hörern geht es beim Radiohören vor allem um die Unterhaltung und die Information. Zudem erfüllt das Radio soziale Funktionen, der Moderator kann für einsame Menschen eine wichtige Bezugsperson darstellen.²⁴⁶

²⁴⁶ Vgl. Kirschner, Oliver: Berufsbild RadiomoderatorIn: Lernen für Arbeitsprozesse im Hörfunk. Eine empirische Studie über Radiomoderatoren in der Steiermark: Berufswahl, Ausbildung, Einstieg und Alltag. Geisteswissenschaftliche Fakultät der Karl-Franzens-Universität Graz, Diplomarbeit, 2007, S. 167f.

5 Beruf Radiomoderator

Für viele junge Menschen scheint der Beruf des Radiomoderators ein Traumjob zu sein. Doch den angehenden Moderator erwartet eine Vielzahl von Herausforderungen: ungewöhnliche Arbeitszeiten, viele Überstunden, enormer Stress, teils schlechte Bezahlung – um nur einige Beispiele zu nennen. Im Gegenzug erhält er im besten Fall die Möglichkeit, seine Persönlichkeit in die Sendung einzubringen, ohne sich verstellen zu müssen. Er kann mit seiner Moderation seine Hörer informieren, unterhalten und emotionalisieren. Aber nur dann, wenn er kann:

„Moderation ist eine Sache der Veranlagung! Zum Moderator wird man geboren!“²⁴⁷

5.1 Definition Radiomoderator

Der Beruf des Radiomoderators und seine Definition haben sich im Laufe der Zeit deutlich verändert. Historisch gesehen kam das Wort **Moderator** mit der Einführung der Magazine Anfang der 1960er-Jahre aus den USA in die deutsche Radio-Sprache. Es *„bedeutet ‚Vermittler‘ oder ‚Mittelsmann‘, Moderatoren ‚vermitteln‘ den Hörern das Radio-Programm“*²⁴⁸. Zunächst gab es Moderatoren nur in Magazinen, später wurden auch Diskjockeys Moderatoren genannt, bis im weiteren Verlauf der Moderator zum generellen Begleiter durch das Programm wurde.²⁴⁹

Nach der Definition von Pöhls ist ein Moderator ein

„journalistischer Mitarbeiter in elektronischen Medien, der durch eine Sendung [...] ‚führt‘ und sie u.a. mit seiner Moderation strukturiert. [...] Im privaten Rundfunk (und auch in manchen Programmen der öffentlich-rechtlichen Anstalten, z. B. bei

²⁴⁷ Haas/Frigge/Zimmer, a.a.O., S. 572.

²⁴⁸ Buchholz, Axel: Moderation. In: La Roche, Walther von/Buchholz Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 7., völlig neu bearb. Aufl. München, 2000, S. 63.

²⁴⁹ Vgl. ebenda, S. 63.

den Service-Programmen) ‚führt‘ der Moderator meist nicht nur durch die Sendung, er ‚fährt‘ sie auch, d.h. er betreut die Sendung auch technisch.“²⁵⁰

Bevor auf den Beruf des Radiomoderators und die Moderation in der heutigen Zeit im Detail eingegangen wird, soll das folgende Kapitel einen Überblick über die Veränderungen des Berufes im Wandel der Zeit geben.

5.2 Vom Radiosprecher zum Radiomoderator

In der Anfangszeit des Radios fungierten noch alle Mitarbeiter der RAVAG als Radiosprecher.²⁵¹ Wie bereits in Kapitel 3.1 erwähnt war der erste offizielle Sprecher der RAVAG Alfred Roth-Limanova. Sein erstes Auftreten vor dem Mikrofon beschreibt er als ein seltsames Erlebnis:

„Heute weiß natürlich jeder Schulbub, was ein Mikrophon[!] ist – damals kannten wir diese Dinge nicht einmal vom Hörensagen. Es war ein Wunder, vor dem man stand und das man sich selbst nicht erklären konnte. Wir hatten keinerlei Erfahrung, wir wußten[!] nicht, ob man uns hört, wie man uns hört, ob man uns versteht.“²⁵²

Als der „Ansager“ der RAVAG gehörte Roth-Limanova damals zum „Wunder“ des Rundfunks. War er zunächst für die Hörer der große Unbekannte, so bahnte sich im Laufe der Zeit ein herzliches Verhältnis zwischen den Hörern und ihm an, erinnert sich der erste Radiosprecher.²⁵³

Als gut geeignet für den Job des Radiosprechers hielt man damals die Berufsgruppe der Schauspieler. So erinnert sich die Schauspielerin und spätere Märchentante der RAVAG Dora Miklosich an ihren Einstieg beim Hörfunk im Jahr 1924:

„[...] durch einen, wie ich glaube, glücklichen Zufall ersuchte man mich, einmal ins Kriegsministerium zu kommen und dort zu Versuchszwecken in ein Mikrophon[!] zu sprechen. Ich ging also ins Kriegsministerium hinauf, wo die Ravag damals ihre

²⁵⁰ Pöhls, Joachim: Moderator. In: Bentele/Brosius/Jarren, a.a.O., S. 234.

²⁵¹ Vgl. Ergert, a.a.O., 1974, S. 43.

²⁵² Guggenberger, Siegmund: Radio Wien. 25 Jahre Österreichischer Rundfunk. Festschrift. Wien, 1949, S. 15.

²⁵³ Vgl. ebenda, S. 15.

Räume hatte. Dort waren mehrere Herren in weißen Mänteln, zeigten mir die Apparate und erzählten mir von der Erfindung, die sich, wie sie glaubten, eigentlich nur für Musik eignen werde. Ich verstand noch immer nicht recht, um was es sich eigentlich handelte, und dachte, es wären Schallplatten. Ich sprach dann ein Gedicht von Wildgans und „Die Rose und die Nachtigall“ von Oskar Wilde. Die Herren fanden es sehr hübsch und so war ich durch diesen Versuch eigentlich die erste Schauspielerin, die in Wien in ein Mikrofon[!] sprach.“²⁵⁴

Dass allerdings später auch Schauspieler erst für Radio geschult werden mussten, erzählte der Radiosprecher Walter Niesner über seinen Kollegen Fred Weihs. Weihs war als Schauspieler tätig, als er sich der Aufnahmeprüfung für den Job als Radiosprecher stellte. Er meinte, es wäre im Vorstellungsgespräch eine gute Taktik, zunächst einige kurze, einleitende Sätze in deutscher Sprache zu sagen, dann den weiteren Text in einwandfreiem Englisch zu sprechen, mit Nachrichten in waschechtem Französisch fortzufahren, um beim Abschluss in Italienisch zu brillieren. Das Urteil lautete wie folgt:

„Mein lieber Weihs, Sie sprechen ein ausgezeichnetes Englisch! Ihr Italienisch ist vorzüglich und ihr Französisch blendend, nur eines müssen Sie noch lernen: nämlich Deutsch!“²⁵⁵

Für Schauspieler war die Umstellung von der Bühne auf das Mikrofon nicht leicht. Eine noch so gute Schauspielschule und ausreichend Erfahrung durften nicht als Beweis bzw. Grundlage der Mikrofontüchtigkeit angesehen werden, zumal Bühnensprechen und Mikrofon Sprechen zwei grundverschiedene Dinge sind. Besonders wichtig war und ist dies bis heute bei der Präsentation der Nachrichten, die unbedingt unpersönlich und sachlich gelesen werden müssen.²⁵⁶

Anlässlich des fünfjährigen Jubiläums von Radio Wien bzw. der RAVAG verfasste der Sprecher Arthur Richter einen Artikel zum Beruf des Sprechers. Darin bezeichnete er den Sprecher als den „*Repräsentanten der Rundfunkgesellschaft*“.

²⁵⁴ Radioverkehrs-Aktien-Gesellschaft: Mikrofon-Almanach. 10 Jahre österreichischer Rundfunk. Heft 1. Wien, 1934, S. 42.

²⁵⁵ Guggenberger, Siegmund: Radio Wien. Österreichische Rundfunkzeitschrift. Heft 1. Wien, 1949, S.4.

²⁵⁶ Vgl. ebenda, S.4.

Die Hörer haben Postkarten und Briefe geschrieben, um dem Sprecher zu sagen, was ihnen gefällt und was nicht. Auch damals hatte der Radiosprecher schon viele Aufgaben: er war der *„Truppenoffizier, der die Befehle des Generalstabs auszuführen hat“*, er war das *„Bindeglied zwischen den einzelnen Darbietungen des Programms“* und er *„stellt die Verbindung zwischen dem technischen Beamten, der im Vorverstärkerraum seines Amtes waltet, und den Vortragenden her“*. Zudem hat er die Vortragenden und Künstler empfangen und ihnen letzte Anweisungen vor dem Mikrofon gegeben.²⁵⁷ Dass dies nicht immer einfach war, wusste auch die Tochter von Oskar Czeija, Christiane Lohner-Czeija, zu berichten:

*„Man musste damals vom Mikrofon[!] einen Meter Abstand halten, wenn man hineinsprechen wollte. Kammersängerin Rosette Anday sang sehr schön, aber sie war traurig, weil sie kein Publikum sah.“*²⁵⁸

Der Radiosprecher hatte also auch eine Art Vermittlerrolle zwischen dem Mikrofon und dem Vortragenden. Zudem war er derjenige, der Ruhe bewahren und trotzdem rasch reagieren musste, wenn ein Vortragender zu spät kam oder sein Manuskript zu langsam verlies. Dann war es an ihm, flexibel zu sein und das Programm zu ändern bzw. umzustellen. Dazwischen hatte er auch noch das Telefon zu bedienen, um sich die Klagen der Hörer anzuhören bzw. Verlautbarungen eines Autodiebstahls von der Polizeidirektion entgegen zu nehmen.²⁵⁹ Der Sprecher Othmar Biegler hat in seinem Beitrag zu *„Zehn Jahre Radio-Wien“* die Hörer sogar aufgefordert, *„ihren sehr geschätzten Lautsprecher auch einmal abzustellen“*, anstatt den armen RAVAG-Sprecher via Telefon *„mittels einer geharnischten Beschwerde in die neuerdings modern gewordenen Atome zu zertrümmern“*.²⁶⁰

²⁵⁷ Vgl. Österreichische Radioverkehrs A.G.: 5 Jahre österreichischer Rundfunk. Festschrift von Radio Wien. Wien, 1929, S. 53.

²⁵⁸ Wolf, Helga Maria (Hg.): Auf Ätherwellen. Persönliche Radiogeschichte(n). Wien/Köln/Weimar, 2004. S. 53.

²⁵⁹ Vgl. Österreichische Radioverkehrs A.G., a.a.O., 1929, S. 53.

²⁶⁰ Vgl. Österreichische Radioverkehrs A.G.: 10 Jahre Radio Wien. Heft Nr. 1. 11. Jahrgang. Wien, 1934, S.58.

Dass es trotz dieser doch turbulenten Tätigkeit immer wieder aufs Neue etwas Besonderes war, den Beruf des Radiosprechers auszuüben, stellte Ewald Balsler im Jahr 1934 fest:

„[...] Allein die Tatsache, daß[!] es möglich ist, mit einem Mindestaufwand an Organ, ohne Mithilfe von Geste und Mimik, ohne Kostüm und Maske, Wirkungen zu erzielen, die denen auf der Schaubühne gleichkommen, fasziniert mich immer wieder aufs neue[!]. Ich kann dem Bauer im hintersten Alpendorf und dem Hörer in der Großstadt etwas ins Ohr flüstern und er versteht mich über hundert und aber hundert Kilometer hinweg. Er hört nicht nur, er wird gerührt, es ist möglich, vor diesem winzigen Mikrophon[!] stehend, über dieses Ding hinweg, Erschütterungen zu vermitteln, Heiterkeit, Lachen und Weinen. Ich höre am Radioapparat stehend Stimmen, als wäre der Mensch, der da spricht, neben mir im Zimmer!“²⁶¹

Dass die Anforderungen an einen Radiosprecher des Reichssenders Wien sehr hoch waren, wurde in einem Artikel in der Zeitschrift „Rundfunkwoche“ vom 21. Mai 1938 erläutert:

„Nun, der Sprecher ist jedenfalls ein Frontsoldat aus der vordersten Linie. [...] Er soll eine angenehme Stimme haben, immer freundlich sein; manchen genügt die Höflichkeit, andere wollen Herzlichkeit. Viele legen auf eine dienstliche, halb-militärische Knappheit Wert, die Gefühlvollen wollen von ihm warm umsorgt sein. Der Sprecher soll alle oder wenigstens viele Stückeln spielen. Er soll sachlich im Nachrichtendienst, eine Abart von Conférencier bei sonstigen Ansagen nachfolgender Sendungen sein, Humor vor Unterhaltendem, Leutseligkeit oder eine sentimentale Unterschwingung vor dramatischen Abläufen im Mikrophon[!] nachzittern lassen.“²⁶²

Was die Aussprache der damaligen Radiosprecher anbelangte, so konnte es kaum ein Sprecher den Hörern recht machen. „Der eine klingt zu nasal ,wie ein verkappter Aristokrat‘, der andere spricht zu offen aus, der dritte betont falsch.“ Für die Aussprache bzw. die Betonung war jedenfalls vorgegeben, dass

²⁶¹ Radioverkehrs-Aktien-Gesellschaft: Mikrophon-Almanach. 10 Jahre österreichischer Rundfunk. Heft 1. Wien, 1934, S. 39-40.

²⁶² Reichssender Wien: Rundfunkwoche, 1. Jahr, Folge 8, vom 21.5.1938, S. 8.

innerhalb des Hochdeutschen der mundartlichen Färbung des eigenen Sendegauges der Vorzug gegeben werden sollte.²⁶³

Wenig erbaulich beschreibt Fritz Muliari seine erste Zeit beim Hörfunk, in der er die „*idiotischsten Texte*“ gelesen hat:

„Meine erste Sendung, ich kann mich genau erinnern, im 45er Jahr im Dezember, war über die Blondviehzucht in Kärnten. Ich hab damals Texte gesprochen, die ich nicht verstanden hab; [...] dann ist einem eine Platte hinuntergefallen. – Es wurde immer eine Platte gespielt, alle Stunden, ein Aufruf an die russischen Menschen, an die Zwangsarbeiter und an die Soldaten, die irgendwo versprengt waren, sie sollen sich irgendwie melden. Und die ist hinuntergefallen dem Toningenieur, [...] und da ist die Platte am Rand abgebrochen und es haben drei Worte gefehlt. Und das war mein Geschäft, die 10 Mal am Tag zu sagen.“²⁶⁴

Der Radiosprecher Biegler erläutert in der Festschrift „25 Jahre Österreichischer Rundfunk“, dass der Beruf des Radiosprechers nicht so einfach oder so bequem war, wie er zu sein schien. Seiner Meinung nach setzte er Kenntnisse und Fähigkeiten voraus, die nur selten in einem einzigen Menschen vereinigt sein konnten. *„Viele sind berufen, aber nur wenige sind auserwählt.“²⁶⁵*

Biegler hält im Jahr 1949 folgende Anweisungen und Anforderungen an den Radiosprecher fest:

- Es war seine strengste Pflicht, sich an die unzähligen Vorschriften zu halten, um einen geordneten Programmablauf möglich zu machen.
- Er wurde nur nach der Qualität seiner Leistung vor dem Mikrofon geschätzt und bezahlt. Einfluss auf die Programmgestaltung hatte er keinen.
- Seine Aufgabe war es, die Aufmerksamkeit der Hörer auf den kommenden Vortag mit *„einer knappen, aber formvollendeten, im Ausdruck stilgerechten Ansage“* hinzulenken.

²⁶³ Vgl. Reichssender Wien, a.a.O., S. 8.

²⁶⁴ Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): 60 Jahre Radio. Wien, 1985 (DokuFunk Signatur II.1.a ORF60J), S. 6.

²⁶⁵ Vgl. Guggenberger, Siegmund: Radio Wien. 25 Jahre Österreichischer Rundfunk. Festschrift. Wien, 1949, S. 34.

- Vom Sprecher wurde eine ungewöhnliche Geistesgegenwart, ein sehr gelenkiges Gehirn und äußerstes Konzentrationsvermögen verlangt, um die Tücken der Technik und Unvorhergesehenes meistern zu können.
- Der Job des Radiosprechers erforderte subtilste präziseste Sprechtechnik, um vor dem Mikrofon in Ehren bestehen zu können.
- Die Aussprache musste tadellos vollkommen dialektfrei sein.
- Die Stimme des Sprechers sollte nicht zu hell sein, da diese leicht schrill und unangenehm aus dem Lautsprecher kam. Außerdem sollte sie weich, sehr modulationsfähig und vollkommen ausgeglichen sein und auch bei halber Lautstärke leicht und klar ansprechen.
- Er sollte die wichtigsten Fremdsprachen wie Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Polnisch, Russisch und Ungarisch so weit beherrschen, dass er fremde Namen einigermaßen geläufig aussprechen bzw. richtig betonen konnte.
- Ein unbedingtes Erfordernis war eine umfassende Allgemeinbildung.
- Unerlässlich für den Sprecherberuf waren ein sehr gutes Gedächtnis und die Gabe, an zehnerlei Dinge gleichzeitig denken zu können und die richtigen Entscheidungen zu treffen.
- Außerdem sollte er über eine überdurchschnittliche Intelligenz, Musikalität, einen reichen Wortschatz und ausreichend Selbstbeherrschung verfügen.
- Dabei musste er eine immer wache und strenge Selbstkritik üben können.

Biegler war der Meinung, dass es rund drei Jahre dauern würde, um Routine als Radiosprecher zu erlangen. Erst dann war er durch nichts mehr aus der Ruhe zu bringen bzw. konnte ihn nichts mehr überraschen.²⁶⁶

Der Radiosender „Radio Rot-Weiß-Rot“ der amerikanischen Besatzungsmacht brachte, wie bereits erwähnt, die Berufsbezeichnung des „Disc-Jockeys“ nach Österreich. Der Diskjockey war als Präsentator der Musik häufig das Aushängeschild der Radiosender und zählte zu den populären Radiomitarbeitern, zumal Musik im Hörfunk schon immer einen großen Stellenwert hatte. Um seinen Beruf

²⁶⁶ Vgl. Guggenberger, Siegmund: Radio Wien. 25 Jahre Österreichischer Rundfunk. Festschrift. Wien, 1949, S. 34.

selbst aufzuwerten, nannte er sich in weiterer Folge oftmals „Musikmoderator“, denn er führte neben jenen Kollegen, die über ernsthafte Dinge wie Wirtschaft und Politik, Kultur und Literatur berichteten, ein Schattendasein. Die an ihn gestellten Anforderungen waren umfangreich: er sollte vielseitige Kenntnisse über Musik besitzen, zudem eine gute Allgemeinbildung, ausreichende Englisch-Kenntnisse und er sollte das Programm selbst zusammenstellen können.²⁶⁷

Der Begriff „Moderator“ entstand Anfang der 1950er-Jahre in den USA und kam in den 1960er-Jahren auch nach Österreich. Eingeführt wurde diese Berufsbezeichnung, als in den USA Morgensendungen im Radio eingeführt wurden und die damals üblichen Bezeichnungen „Commentator“ oder „Announcer“ als nicht passend befunden wurden. Der neue Begriff sollte etwas Friedfertiges, morgendlich Belebendes, aber doch Ausgleichendes definieren. Der Sprecher in der Morgensendung sollte seine Hörer moderat ansprechen. Relativ bald wurden all jene, die in Live-Sendungen, egal welcher Art, Zwischentexte sprachen, als Moderatoren bezeichnet. Der Moderator wurde zum Vermittler von Informationen.²⁶⁸ Dafür war eine Vielzahl von Fähigkeiten erforderlich: er musste sicher sein

*„im Interview, im Telefon-Interview, in Gesprächen mit einem oder mehreren Teilnehmern, in einer Konferenzschaltung, in Co-Moderation, im Nachrichtenbearbeiten, im Ansagen, im Erzählen, im Anbieten von Buntem, im Beschreiben, Informieren, Interpretieren, Zusammenfassen (ganz wichtig, wenn es stimmen soll), Kommentieren, rasch und richtig Reagieren; und er muß[!] auch schweigen können, also andere reden lassen“.*²⁶⁹

Zudem sollte der Radiomoderator alle Strategien beherrschen, mit denen er eine Sendung in der Hand behalten, seinen Stil einbringen und Einfluss auf Inhalt, Länge und Qualität nehmen konnte. Besonders wichtig war, dass der Moderator neugierig war und sich für die von ihm präsentierten Themen interessierte, um sie den Hörern gut vermitteln und verständlich darstellen zu können. Er sollte

²⁶⁷ Vgl. Sexauer, Manfred: Diskjockey. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München, 1980, S. 108f.

²⁶⁸ Vgl. Thoma, Dieter: Magazin und Moderation. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 1980, S. 80.

²⁶⁹ Ebenda, S. 80f.

stets gut vorbereitet sein und seine Hörer immer als Respektspersonen betrachten. Duzen vor dem Mikrofon galt sogar in den 1980er-Jahren noch als Unsitte, die nach damaligen Erfahrungen keinen Hörer fröhlich machte. Und eines galt früher wie heute: Bescheidenheit ist der Ausgangspunkt für guten Journalismus.²⁷⁰

In den 1980er-Jahren gab es drei verschiedene Arten von Radiosprechern, nämlich den Nachrichtensprecher, den Programmsprecher und den Produktionssprecher, wobei sich deren Arbeitsbereiche oftmals vermischten. Der Nachrichtensprecher sprach Nachrichten und andere kurzfristig angelieferte, fremde Texte live in der Sendung. Der Programmsprecher führte live durch das Programm, und zwar teilweise mit Texten der Redaktionen und teilweise mit eigenen Texten. Der Produktionssprecher nahm fremde, längere Texte oder Sprechrollen zur späteren Sendung auf Band auf. Immer häufiger haben damals auch Redakteure und Autoren ihre Texte selbst gesprochen. Die gestellten Anforderungen an einen Radiosprecher waren neben einer guten sprachlichen und sprecherischen Ausbildung die nervliche Belastbarkeit sowie die Fähigkeit, sich im Sinne des Autors in Texte einfühlen zu können.²⁷¹

Im Jahr 2000 gab es den Beruf des Radiosprechers nur noch selten. Nur in einigen Programmen haben Sprecher die Nachrichten gelesen, Manuskripte gesprochen oder durch das Programm begleitet. In kleineren Radiosendern haben Journalisten die Aufgaben des Sprechers übernommen.²⁷² Und auch heute gibt es den klassischen Radiosprecher nur noch im Bereich der Nachrichten und des künstlerischen Wortes, wobei auch dieser häufig als Moderator tätig ist.²⁷³

Die Radiomoderatoren hingegen wurden die Stars beim Radio.²⁷⁴ Zu den Aufgaben eines Radiomoderators zählten im Jahr 2000 das Programm zu präsentieren und das, was andere ausgedacht und produziert haben, zu verkaufen. Damit war

²⁷⁰ Thoma, Dieter: Magazin und Moderation. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 1980, S. 81ff.

²⁷¹ Vgl. Adolph, Karlheinz: Sprecher. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 1980, S. 109f.

²⁷² Vgl. Schwiesau, Dietz: Der Sender, die Jobs. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2000, S. 30.

²⁷³ Vgl. Overbeck, Peter: Organisation. In: Overbeck, a.a.O., S. 39.

²⁷⁴ Vgl. Buchholz, Axel: Moderation. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2000, S. 62.

er mit entscheidend, ob das Programm beim Hörer ankam oder nicht.²⁷⁵ Folgendes beschrieb damals einen guten Moderator:

„Ein guter Moderator redet nicht viel und ununterbrochen, sondern sagt in den richtigen Situationen das Richtige. Und das bedeutet manchmal auch: nichts. Der Moderator zeigt Persönlichkeit. Das kann er nur, wenn er auch eine ist. Wer es nicht ist, kann es werden: Wenn er im Leben steht, viel liest, viel hört, viel sieht, aktiv ist.“²⁷⁶

Mit dem Start des vollflächigen Privatradios im Jahr 1998 ist ein ganz neuer Arbeitsmarkt entstanden, der Bedarf an Radiomoderatoren ist um ein Vielfaches gestiegen. Viele junge, engagierte Menschen wollten den Beruf des Radiomoderators ergreifen. Mag. Christian Stögmüller, Geschäftsführer von Life Radio Oberösterreich und Vorstandsvorsitzender des Verbandes Österreichischer Privatsender (VÖP), erinnert sich:

„Wir haben bei unserem Sender zum Beispiel 600 Personen beim ersten Casting bekommen, die sich spontan gemeldet haben und dabei sein wollten. Wirklich brauchbar waren dann aber nur fünf. Das heißt, es war eine gewisse Euphorie da, alle wollten Radio machen – jeder, der glaubte, sprechen zu können, sah sich schon als Moderator bei einem Privatradio.“²⁷⁷

Anfangs waren die Anforderungen an die Moderatoren von Privatradiosendern nicht ganz so hoch wie im öffentlich-rechtlichen Bereich. Diese sind allerdings recht rasch gestiegen und mittlerweile auf einem sehr hohen professionellen Niveau.²⁷⁸

Was die Freiheiten in Punkto Moderation anbelangt, so hat sich auch dies im Laufe der Zeit verändert. Beispielsweise gab es 1925 eine Dienstanweisung der RAVAG am schwarzen Brett, in der „unzulässiges Extemporieren“ mit Honorar-entzug und Auftrittsverbot bestraft wurde. Dieter Dorner, unter anderem

²⁷⁵ Vgl. Schwiesau, Dietz: Der Sender, die Jobs. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2000, S. 30.

²⁷⁶ Ebenda, S. 30.

²⁷⁷ Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft: NEWSletter Berufsinformation. Interview mit Mag. Christian Stögmüller, Juni 2007, <http://www.berufsinfo.at/newsletter/pdf/0607/b6.pdf> [17.5.2014], S. 1.

²⁷⁸ Vgl. ebenda.

Ö3-Moderator, erinnert sich an seine Anfangszeit im Jahr 1967, wo minimale Textänderungen mit einem strengen Verweis bedacht wurden.²⁷⁹ Erst als den Moderatoren mehr Freiheiten eingeräumt wurden, konnten sie sich entfalten, sie selbst sein und damit zu Radio-Persönlichkeiten – so genannten Personalities – werden und erfolgreiche Produkte schaffen.

„Personality bedeutet zu polarisieren, um eine eigene (auch künstliche) Marke zu sein.“²⁸⁰

Radiolegenden wie Heinz Conrads, André Heller, Rudi Klausnitzer oder Brigitte Xander waren anders als die anderen Moderatoren – nicht systemkonform und oft erfrischend frech – und gingen ihren eigenen, unverwechselbaren Weg.²⁸¹

Die gewonnenen Freiräume wurden den Radiomoderatoren mit strengen Regeln des Formatradios zu einem großen Teil wieder genommen. Der deutsche Radiomoderator und Moderatoren-Coach Patrick Lynen konstatierte im Jahr 2010, dass das Radio mit Intelligenz, Witz, Tiefe, Energie, Kreativität und eindeutigem Format verschwunden ist. Seiner Meinung nach wurden die Formatregeln so eng gezurrt, dass Kreativität, Authentizität oder Emotionalität der Moderatoren kaum noch möglich wären.²⁸² Sein Fazit:

„Scheintotes Radio von der Stange. Mit unerfahrenen Mitarbeitern, die für (zu) kleines Geld von ihrem Arbeitgeber ausgebeutet und teils sogar verheizt werden. Menschliche Sprechmaschinen im Dauerstress können aber allenfalls dafür sorgen, dass Hörer nicht sofort abschalten. Einschalten will man sie auf Dauer nicht.“²⁸³

²⁷⁹ Vgl. Dorner, Dieter: Unorthodox und unverwechselbar. Radiolegenden von einst und jetzt. In: Godler/Jochum/Schlögl/Treiber, a.a.O., S. 93.

²⁸⁰ Schwabeneder, Stefan: Moderation Popradio. In: Overbeck, a.a.O., S. 138f.

²⁸¹ Vgl. Dorner, a.a.O., S. 94f.

²⁸² Vgl. Lynen, Patrick: Das wundervolle Radiobuch. Moderne Moderation im Radio - Persönlichkeit, Kommunikation, Motivation. 3., überarb. und aktual. Aufl. Baden-Baden, 2010, S. 14f.

²⁸³ Ebenda, S. 15.

5.3 Abgrenzung des Radiomoderators vom Radiojournalisten

Für den Radiojournalisten ist die Tätigkeit des Moderierens, wie bereits in Kapitel 4.2 ausgeführt, lediglich ein Teil seines Aufgabenbereiches. Der Radiomoderator hingegen ist „hauptberuflich“ der Präsentator von Radioprogrammen. Demnach unterscheidet man zwischen journalistischen Moderatoren und Unterhaltungsmoderatoren. Die Grenzen sind allerdings nicht genau festzulegen, denn das moderne Radioprogramm verlangt von Moderatoren, seriöse Information in unterhaltender Form zu präsentieren. Der grundlegende Unterschied zwischen Unterhaltungsmoderatoren und journalistischen Moderatoren ist der, dass Unterhaltungsmoderatoren – egal ob in journalistischen Sendungen oder Unterhaltungsprogrammen – „nur“ Sendungen oder größere Sendeflächen (meist Musikprogramme) präsentieren, während journalistische Moderatoren den Job des Moderators zeitweise oder zwischendurch ausüben. Hauptsächlich arbeiten sie als Radiojournalisten und erfüllen Aufgaben als Redakteure, Reporter, etc. Da es allerdings keine Ausbildung zum Unterhaltungsmoderator gibt, sind viele von ihnen gelernte Journalisten.²⁸⁴ Außerdem haben Unterhaltungsmoderatoren speziell in kleineren Radiosendern häufig aus Kostengründen auch journalistische Aufgaben zu erfüllen.

5.4 Die Moderation als radiojournalistische Darstellungsform

Die Moderation ist die Verbindung der verschiedenen Elemente einer Sendung, wie Nachrichten, Verkehrsservice, Wetterservice, Musik, Beiträge, etc., aus denen das Radioprogramm entsteht.²⁸⁵

„Die Moderation liefert Kontexte, ordnet ein, verbindet, pointiert und orientiert. Aus segmentierten Einzelstücken wird durch die Moderation eine Programmform oder eine Sendung. Im Hörfunk dient die Moderation bzw. die Person des Moderators maßgeblich dazu, die spezifische Charakteristik des Senders herauszustellen (exemplarisch: Morning Show).“²⁸⁶

²⁸⁴ Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 56f.

²⁸⁵ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.248.

²⁸⁶ Lünenborg, Margreth: Moderation. In: Bentele/Brosius/Jarren, a.a.O., S. 233f.

Wie die Hörer angesprochen werden, ist formatabhängig: junge Menschen wollen anders angesprochen werden als ältere, Informationsprogramme müssen anders moderiert werden als Unterhaltungsprogramme. Deshalb gibt es bei den einzelnen Sendern festgelegte Moderations-Vorgaben, die auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt sind und eine einheitliche Hörer-Ansprache sicherstellen.²⁸⁷

Häusermann schreibt der Moderation sieben **Funktionen** zu:

- Hörerkontakt: z. B. durch Begrüßung und Verabschiedung
- Orientierungshilfe im zeitlichen Ablauf: z. B. durch Verweise auf spätere Sendungen
- Präsentieren: Trennung verschiedener Inhalte, Ergänzungen zu Beiträgen
- Motivieren: mit der Moderation die Hörer neugierig machen und dazu bewegen, weiter zu hören
- Transparenz: den Kommunikationsvorgang durchschaubar machen
- Repräsentieren: in Form eines einheitlichen Moderationsstils je Sender
- Appell: direkte Ansprache des Hörers mit direkten Handlungsaufforderungen²⁸⁸

Es gibt drei verschiedene **Formen des Sprechens** im Hörfunk, die der Moderator wählen kann, und zwar „frei Sprechen“, „Vorlesen“ und „auswendiggelerntes Sprechen“. Jede Form hat seine Vor- und Nachteile für die Moderation. Die größtmögliche Authentizität und Verständlichkeit ist beim freien Sprechen gegeben. Betonungen und Pausen sind zumeist angemessen oder richtig. Andererseits macht dabei häufig die Wortfindung Probleme und frei Gesprochenes ist oft kompliziert und ausschweifend, um nur einige Beispiele der Probleme des freien Sprechens zu nennen. Vorlesen hingegen ist zumeist weniger authentisch als das freie Sprechen und birgt die Gefahr, zu schnell, mit zu wenigen Pausen und falschen Betonungen zum Hörer zu „sprechen“. Auswendiggelerntes Sprechen klingt in Form eines flüssigen Vortrags vielleicht professionell, ist aber weder authentisch noch lädt es zum Dialog ein. Außerdem besteht auch hier die Gefahr des zu hohen Tempos. Wenn überhaupt, sollte sich der Moderator nur

²⁸⁷ Vgl. Buchholz, Axel: Moderieren. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 50.

²⁸⁸ Vgl. Häusermann, a.a.O., S. 80.

Stichwörter einprägen.²⁸⁹ Zu freiem Sprechen mit einer Karteikarte, auf der Stichwörter angeführt sind, rät auch Buchholz.²⁹⁰

Das wichtigste bei der Moderation ist, dass der Moderator den Hörer erreicht. Dies gelingt am besten, indem er den einzelnen Hörer anspricht. Radio ist ein One-to-One-Medium, Moderatoren dürfen demnach nicht den Fehler machen, so zu tun, *„als würden sie vor einer großen Arena stehen und zu Tausenden von Menschen gleichzeitig sprechen“*. Auf diese Weise fühlt sich der Hörer nicht angesprochen, folglich hört er nicht zu und der Radiosender verliert an Bedeutung.²⁹¹

Eine weitere Grundregel bei der Moderation lautet: In der Kürze liegt die Würze. In keinem Fall sollte der Moderator endlos lange reden oder Moderationen künstlich „aufmotzen“, denn dem Hörer kommt die Zeit des Zuhörens länger vor als dem Redner.²⁹²

Die ambitionierte Moderation verläuft wie ein Spannungsbogen: Mit einem einleitenden Satz schafft sie Aufmerksamkeit und Neugier, daran anschließend entwickelt sie eine logische Gedankenkette, die das Thema aufarbeitet und landet mit der Schlusspointe punktgenau auf dem Beitrag. Bei der Länge der Moderation sollte darauf geachtet werden, dass sie in einem vernünftigen Verhältnis zur Länge des Beitrages steht. So sollte sie beispielsweise rund ein Sechstel der Beitragslänge betragen, und der Moderationsanteil einer Sendung sollte bei 10 bis 15 Prozent liegen.²⁹³

Troesser unterscheidet zwischen drei verschiedenen Moderationsbereichen, die durch die jeweilige Kommunikationssituation, die Gesprächspartner der Moderatoren und die Adressaten der sprachlichen Handlungen entstehen:

²⁸⁹ Vgl. Wachtel, Stefan: Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen, 6. überarb. Aufl. Konstanz, 2009, S. 17ff.

²⁹⁰ Vgl. Buchholz, Axel: Moderieren. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 51.

²⁹¹ Vgl. Müller, Arno: Radio – es gibt nichts Schöneres. In: Wienken, Uschi (Hrsg.): Radiomoderatoren und ihre Erfolgskonzepte. Von den Besten lernen. 2. Aufl. München, 2004, S. 49f.

²⁹² Vgl. Buchholz, Axel: Moderieren. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 56.

²⁹³ Vgl. Glück, Luis/Machatschke, Roland: Moderation im Radio. In: Pürer, a.a.O., S.42.

1. **Monologisches Moderieren:** Es handelt sich hierbei um sprachliche Handlungen der Moderatoren, die unmittelbar an die Hörer gerichtet werden. Dabei werden Sendungen eröffnet, Gespräche geleitet, Sendeunterbrechungen angekündigt, Hörer zwischen den Beteiligungsgesprächen unmittelbar angesprochen, Sendungen ausgeleitet, etc.²⁹⁴ Zu den monologischen Moderationstypen zählen daher die Eröffnungsmoderation, An- und Abmoderationen, Zwischenmoderationen, Servicemoderationen (z. B. Verkehrshinweise, Wettervorhersage, Veranstaltungshinweise, Hörer-Glückwünsche, etc.), die Moderation „bunter“ Kurzmeldungen sowie die Moderation im Vorfeld von Hörerbeteiligung.²⁹⁵
2. **Dialogisches Moderieren:** Damit sind alle sprachlichen Handlungen der Moderatoren gemeint, die an einen Gesprächspartner vor Ort bzw. an einen Telefongesprächspartner gerichtet sind.²⁹⁶ Die Hörer haben dabei die Möglichkeit, sich an Spielen, der Musikkwahl, als Gesprächspartner und mit Meinungsäußerungen zu vorgegebenen Themen am Programm zu beteiligen.²⁹⁷
3. **Multilogisches Moderieren:** Dabei geht es um sprachliche Handlungen der Moderatoren, die zur Abwicklung von Gesprächen mit mehr als einem Gesprächspartner dienen.²⁹⁸ Die Gesprächspartner sind entweder zwei oder mehr beteiligte Hörer oder beteiligte Hörer und geladene Experten.²⁹⁹

Moderationen können vom Moderator in verschiedener Weise gestaltet werden. Lynen nennt fünf **Moderationsarten**: die lineare Moderation (Lead-Satz, ergänzende Infos, Fokus, Übergang zum Beitrag, Nennung des Autors), die Analogie-

²⁹⁴ Vgl. Troesser, Michael: Moderieren im Hörfunk. Handlungsanalytische Untersuchung zur Moderation von Hörfunksendungen des Westdeutschen Rundfunks mit Publikumsbeteiligung. Tübingen, 1986, S. 93ff.

²⁹⁵ Vgl. Schlickau, Stephan: Moderation im Rundfunk. Diskursanalytische Untersuchungen zu kommunikativen Strategien deutscher und britischer Moderatoren. Frankfurt am Main, 1996, S. 105ff.

²⁹⁶ Vgl. Troesser, a.a.O., S. 93.

²⁹⁷ Vgl. Schlickau, a.a.O., S. 150.

²⁹⁸ Vgl. Troesser, a.a.O., S. 93.

²⁹⁹ Vgl. ebenda, S. 295.

Moderation (mit einem Vergleich Nähe zum Thema schaffen, eigentliches Thema präsentieren), den Quereinstieg (Aufbau einer eigenen Geschichte, „Dreh“ durch den letzten Satz), die aufziehende Moderation (Einleitung mit knalligem Zitat, witziger Bemerkung, provokanter These, etc., nach und nach mehr Informationen zum Thema, Überleitung zum Beitrag), und die fokussierende Moderation (ein Thema wird immer weiter auf einen bestimmten Punkt fokussiert).³⁰⁰

Als spezielle Moderationen können die **Doppelmoderation**, bei der zumeist zwei Moderatoren gemeinsam präsentieren, und die **Sidekicks** genannt werden. Bei Sidekicks handelt es sich um weitere (Mit-)Moderatoren mit klar zugewiesenen Aufgaben (Wetterfee, News-Moderator, Moderator für Verkehrsmeldungen, „Spaßmacher“), die beispielsweise gemeinsam mit dem Morning-Man das Morning-Team einer Morgensendung ausmachen. Die Kommunikation mit dem Hörer verändert sich jeweils, er wird nicht mehr als einzelner angesprochen, sondern verfolgt die Kommunikation zwischen den Moderatoren.³⁰¹

Auch das **Voice-Tracking** stellt eine besondere Form der Moderation dar. Gemeint sind damit Moderationen, die nicht live sind, sondern bereits im Vorfeld aufgenommen und zu einem späteren Zeitpunkt gemeinsam mit Musiktiteln und anderen Sendungsinhalten live präsentiert werden. Damit können Moderationen für das Nachtprogramm oder für Wochenendsendungen kostengünstig vorproduziert werden.³⁰²

Um die Qualität der Moderationen hoch zu halten, werden so genannte **Airchecks** durchgeführt. Es handelt sich dabei um eine Form des permanenten Moderations-Trainings, bei dem sich die Moderatoren Mitschnitte ihrer eigenen Sprechanteile anhören und damit ihre Leistung kontrollieren können. Diese regelmäßigen Airchecks sind sowohl für Anfänger als auch für erfahrene Moderatoren wichtig, da im Zuge dessen technische Unsauberkeiten, sprachliche

³⁰⁰ Vgl. Lynen, a.a.O., 2010, S. 73ff.

³⁰¹ Vgl. Buchholz, Axel: Moderieren. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 66f.

³⁰² Vgl. ebenda, S. 68.

Ausrutscher, Längen oder Schwierigkeiten beim Live-Interview erkannt werden können.³⁰³

5.5 Bedeutung und Aufgaben des Radiomoderators

Wie bereits erwähnt ist der Moderator die Verbindung zwischen Sender und Hörer. Er führt durch das Programm, schafft Nähe und Emotionen und begleitet die Hörer im Alltag, jederzeit und überall hin. Aus der Sicht der Hörer hat der Moderator die Musik, die Beiträge und Interviewpartner ausgesucht, außerdem gibt man ihm die Schuld, wenn die Wettervorhersage nicht stimmt. Andererseits „lieben“ die Hörer ihre Moderatoren und vertrauen ihnen. Mit „ear-catcher“ – besonders pfiifige sprachliche Tricks, akustische Effekte, etc. – soll er sein Publikum dazu bewegen, das Programm länger und häufiger zu hören und damit den Marktanteil des Senders zu erhöhen.³⁰⁴

Zu den Aufgaben des Radiomoderators von heute zählen:

- *"dem Programm ‚ein Gesicht‘ geben, Hörerbindung herstellen,*
- *Programminhalte verbinden , d.h. aus Einzelelementen (Musik, Beiträgen, Verpackungselementen) ein (Gesamt-) Programm werden lassen,*
- *Sendung fahren, also den technischen Sendungsablauf im Selbstfahrer-Studio gewährleisten."*³⁰⁵

Außerdem ist es seine Aufgabe, Gastgeber zu sein. In angelsächsischen Ländern wird der Radiomoderator deshalb auch „Host“ genannt.³⁰⁶ In den Begleitprogrammen – hauptsächlich bei Privatsendern – wird der Moderator als genereller Begleiter durch das Programm eingesetzt, und zwar ohne Beschränkung auf bestimmte Inhalte und Ressortgrenzen. Er soll den Hörern Verkehrs- und Wettermeldungen, Musikansagen bis hin zum informativen Interview vermitteln.

³⁰³ Vgl. Hillmoth, Hans-Dieter: Aircheck. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 90f.

³⁰⁴ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.247f.

³⁰⁵ Buchholz, Axel: Moderieren. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 49.

³⁰⁶ Vgl. Arnold, a.a.O., 1991, S. 246.

In den Kulturprogrammen werden die Magazine und Kompaktsendungen zumeist von Fachredakteuren moderiert.³⁰⁷

Unter den Moderatoren eines Radiosenders gibt es eine Hierarchie. Die wichtigsten Radiomoderatoren sind die Primetime-Moderatoren, also jene, die am Morgen bis 9 Uhr on air sind. Sie bestimmen in Zusammenarbeit mit dem Redakteurs-Team das Programm in der wichtigsten Sendeschiene des Tages. Dazu bedarf es überdurchschnittlicher Leistungen, die mit höchster Popularität und dem höchsten Stundensatz belohnt werden.³⁰⁸

5.6 Anforderungen an den Radiomoderator

Der Radiomoderator von heute ist Generalist und Universalist.³⁰⁹ Manhart definiert als persönliche Anforderungen an einen Moderator: *"sehr gute Allgemeinbildung, Sprechbegabung, Einfühlungs- und Improvisationsvermögen, Flexibilität, ausgeprägte Konzentrationsfähigkeit, Genauigkeit, Formulierungsgabe, Belastbarkeit."*³¹⁰ Moderatoren müssen aber auch *"eine gute Stimme haben, sympathisch und natürlich 'rüber kommen', glaubwürdig sein, 'verkaufen' können, schnell reagieren, gute Nerven haben und die technischen Abläufe im Selbstfahrer-Sendestudio beherrschen"*.³¹¹ Sie sollten witzige, sprachgewandte und offene Alleskönner sein, die etwas von der Musik verstehen, die sie spielen. Außerdem fordern die Hörer vom Moderator, dass er *„sehr selbstverständlich erzählt, gute Gespräche oder Interviews führt, ihnen Informationen liefert und einen individuellen Humor ohne Menschenverachtung besitzt“*.³¹²

Ein Radiomoderator ist dann gut, wenn es ihm gelingt, Bilder im Kopf der Hörer entstehen zu lassen. Die Voraussetzungen dafür sind, dass er sein Zielpublikum

³⁰⁷ Vgl. Buchholz, Axel: Moderieren. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 48f.

³⁰⁸ Vgl. Orgeldinger, Hermann: Arbeiten mit dem Mikrofon. In: Mast, Claudia: Berufsziel Journalismus. Aufgaben, Anforderungen und Ansprechpartner. 2. überarb. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2000, S. 81.

³⁰⁹ Glück/Machatschke, a.a.O., S.41.

³¹⁰ Manhart, a.a.O., S. 59.

³¹¹ Buchholz, Axel: Moderieren. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 48.

³¹² Vgl. Lynen, a.a.O., 2010, S. 30.

kennt, dieselbe Sprache spricht wie die Hörer, den Inhalt seiner Moderation kennt und die Moderation so aufgebaut ist, dass tatsächlich die richtigen Bilder in den Köpfen der Zuhörer entstehen.³¹³

Ein erfolgreicher Radiomoderator muss mit Sprache spielen können, braucht einen großen Wortschatz und muss so anschaulich sprechen, dass ihm die Hörer folgen können. Heutzutage sind jedoch auch ein abgeschlossenes Studium, Volontariats-Jobs und das Sammeln von praktischen Erfahrungen unerlässlich für den beruflichen Erfolg, diese Meinung vertritt zumindest die deutsche Sportjournalistin Sabine Töpferwien.³¹⁴

Als sich Teddy Podgorski Anfang der 1950er-Jahre beim amerikanischen Sender „Radio Rot-Weiß-Rot“ als Radiosprecher beworben hat, spielte die Ausbildung keine bedeutende Rolle, es ging hauptsächlich darum, dass dem Sender-Verantwortlichen das Präsentierte gefiel.

„[...] sie fragten nicht nach Schulen, nach Prüfungen, nach Empfehlungen schon gar nicht – nach einem Parteibuch – sie sagten ‚show me‘, und wenn ihnen gefiel, was man ihnen zeigte, dann war das in Ordnung.“³¹⁵

Und auch bei Alfred Treiber war das Auswahlverfahren im Jahr 1966 noch nicht so umfangreich. Zwar hatte er schon viel journalistische Erfahrung vorzuweisen, letztendlich war es aber seine Aufgabe, eine Probesendung zu machen, die die Entscheidungsträger überzeugte.³¹⁶

Stögmüller ist der Meinung, dass es nicht hilfreich ist, eine bestimmte Schul- oder Studienrichtung vorzuschreiben. Für den Beruf des Radiomoderators spielt die Vorqualifikation nur eine untergeordnete Rolle, auch wenn natürlich eine solide

³¹³ Vgl. Schwabeneder, a.a.O., S. 135.

³¹⁴ Vgl. Töpferwien, Sabine: Die mit den Hufen scharren. In: Pörksen, Bernhard (Hrsg.): Trendbuch Journalismus. Erfolgreiche Medienmacher über Ausbildung, Berufseinstieg und die Zukunft der Branche. 2., unveränd. Aufl. Köln, 2005, S. 258f.

³¹⁵ Podgorski, Thaddäus: Die grosse Illusion. Erinnerungen an 50 Jahre mit dem Fernsehen. Wien, 2005, S. 18.

³¹⁶ Vgl. Treiber, a.a.O., 2007, S. 7f.

schulische Grundausbildung und Allgemeinbildung vorausgesetzt wird. Aber viel wichtiger sind Ausstrahlung und gewisse persönliche Eigenschaften.³¹⁷

„In diesem Bereich geht es eher darum, dass Leute, die spüren, eine gute Stimme oder Wortwitz zu haben, Leute, die mit spontan zugeworfenen Bällen etwas anfangen und über einen gewissen Narzissmus verfügen, sich auch nach außen hin zu präsentieren, aufschlagen. [...] Man kennt das ja: Man trifft jemanden auf einer Party und denkt sich – wow, der hat eine Aura, der hat eine Ausstrahlung, der kommt rüber – genau so jemand wird im Moderationsbereich gebraucht. Das kann man nur bedingt fördern. Man kann das „Drumherum“ fördern, etwa die technischen Aspekte (Computerbedienung), die bei einer Moderation wichtig sind, man kann auch Atem- oder Sprechtraining anbieten, aber das Grundstanding, das Grundsetup, das muss jemand mitbringen.“³¹⁸

Dies spiegeln auch einige Stellenausschreibungen von Privatradiosendern wider:

- Im März 2014 wurde in einer Stellenanzeige des Radiosenders „Antenne Vorarlberg“ ein Morningshow-Moderator gesucht. Der Aufruf lautete: *„Sie sind eine echte Personality! Sie lieben und leben die Show! Sie wollen Platz für Kreativität!“* Die Anforderungen, die gestellt wurden, waren *„Berufserfahrung als Radio-Moderator, Engagement und Leidenschaft für den Job, Selbstbewusstsein, Ehrgeiz und Flexibilität“*.³¹⁹
- „Radio Ö24“ sucht *„motivierte Praktikanten mit Witz, Charme und dem gewissen Etwas“* für eine Stelle als Moderatoren zur freien Mitarbeit. Erwartet wird dafür *„Moderationserfahrung in einem modernen Selbstfahrerstudio, überdurchschnittliche Allgemeinbildung und umfassende Kenntnisse aktueller Themen, der Blick fürs Wesentliche und hörernahes Formulieren, Belastbarkeit, Flexibilität und Professionalität“*.³²⁰

³¹⁷ Vgl. Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft, a.a.O., S. 2

³¹⁸ Ebenda, S. 2.

³¹⁹ Soundlarge: radiojobs.at. Schwarzach/Antenne Vorarlberg sucht Morningshow-Moderator (w/m), <http://www.soundlarge.at/schwarzach-antenne-vorarlberg-sucht-morningshow-moderator-w/m> [26.05.2014].

³²⁰ careesma.at: Radio Ö24 sucht Moderatoren/-innen zur freien Mitarbeit – Wien, <http://www.careesma.at/jobs/radio-oe24-sucht-moderatoren-innen-zur-freien-mitarbeit/wien/1631352> [26.05.2014].

- „104.6 Welle 1 Rock Radio“ formulierte in einer Stellenausschreibung im Jahr 2013 folgende Anforderungen für einen angestellten Vollzeit-Moderator:
 - *„Moderationserfahrung*
 - *Ihr seid eloquent, ambitioniert und kontaktfreudig*
 - *Ihr habt ein gutes Gespür für Themen*
 - *breitgefächertes Allgemeinwissen*³²¹

Abgesehen von einer sehr guten Allgemeinbildung sind erster Linie Moderationserfahrung, Flexibilität, Wissen über aktuelle Themen und Engagement gefragt. Dazu kommen persönliche Charaktereigenschaften wie selbstbewusst, ehrgeizig, belastbar, professionell, eloquent, ambitioniert und kontaktfreudig.

Die Liste der Anforderungen, die der öffentlich-rechtliche Sender „Hitradio Ö3“ an Radiomoderatoren stellt, ist deutlich länger als die der einzelnen Privatsender:

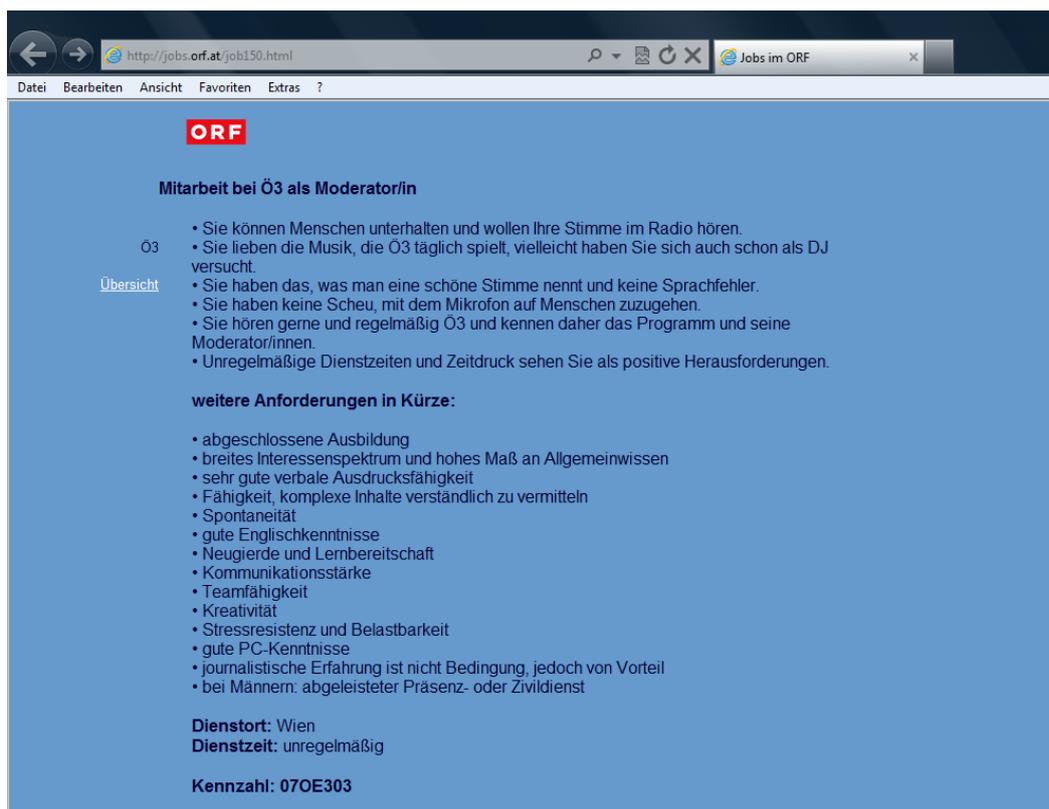


Abbildung 9: Stellenausschreibung Ö3-Moderator

(Quelle: ORF: Mitarbeit bei Ö3 als Moderator/in, <http://jobs.orf.at/job150.html> [26.05.2014])

³²¹ Soundlarge: radiojobs.at. Graz/Welle 1 Rock Radio verstärkt sein Team (m/w), <http://www.soundlarge.at/graz-welle-1-rock-radio-verstarkt-sein-team-mw> [26.05.2014].

5.7 Stimme/Sprache des Radiomoderators

Aufgrund des vergrößerten Senderangebots müssen Moderatoren mehr als früher durch ihre Stimme und ihre Moderationsweise Unverwechselbarkeit und Wiedererkennungsmöglichkeiten schaffen.³²² Ernst Grisseemann, ehemaliger Radiosprecher, Leiter von Ö3 und später ORF-Hörfunkintendant bzw. Tiroler Landesintendant, meinte in einem Gespräch zum Thema Stimme:

„Im Radio ist die Stimme das Einzige, womit sich ein Mensch bemerkbar machen kann, da hätte er eigentlich doch einiges an Herausforderung, wie kann ich mich qua Stimme, sozusagen meine ganze Persönlichkeit, meinem Kunden, dem Hörer auf das Freundlichste servieren. Wie kann ich ihm auf das Freundlichste klarmachen: es wäre gut für dich zu uns hereinzukommen.“³²³

Die deutsche Radiomoderatorin Sina Peschke ist der Meinung, dass man das Formulieren und journalistische Grundlagen erlernen kann, an der Stimme hingegen ist wenig zu ändern, sie ist Schicksal.³²⁴ Eine unverwechselbare und prägnante Stimme ist für einen Moderator von großem Vorteil, allerdings muss er seine Stimme kennen und auch nur mit seiner eigenen Stimme sprechen.³²⁵ Dabei sollte er das Ziel der Authentizität im Auge behalten, was oft nicht einfach ist, wenn SENDERverantwortliche oder Kollegen das beim Radiosender übliche Sprechmuster hören wollen.³²⁶

„Die Stimme ist die Melodie. Der Komponist ist dabei der Moderator. Der Programmleiter als ‚Dirigent‘ oder ‚Arrangeur‘ entscheidet, ob die bekannte Melodie als Symphonie für ein Orchester geschrieben werden soll oder als Solo für Klavier. Die Melodie bleibt dabei immer gleich, nur die Wirkung ist unterschiedlich.“³²⁷

³²² Vgl. Gerfertz, Nicole: Die Rolle des Radiomoderators: zwischen Musikansagen, Studiogesprächen und Hörerkontakt. Universität Wien, Diplomarbeit, 2000, S. 229.

³²³ Hüffel/Reiter, a.a.O., S. 99.

³²⁴ Peschke, Sina: Willig – Nackig – Motiviert. In: Wienken, Uschi (Hrsg.): Radiomoderatoren und ihre Erfolgskonzepte. Von den Besten lernen. 2. Aufl. München, 2004, S. 21.

³²⁵ Vgl. Wachtel, a.a.O., S. 123.

³²⁶ Vgl. Schmidts, Mareike: Sprechen im Radio. In: Overbeck, a.a.O., S. 133.

³²⁷ Haas/Frigge/Zimmer, a.a.O., S. 576.

Patrick Lynen meint, dass die Stimme der Spiegel der Seele und der Persönlichkeit ist und Charakter, Haltung und Lebenseinstellung verrät, d.h. der Hörer erkennt sehr schnell, welcher Typ Mensch zu ihm spricht. Er ist dennoch überzeugt, dass die Hörer einem eloquenten, gut informierten, unterhaltsamen und glaubwürdigen Moderator gegenüber einer schönen Stimme, die nichts zu sagen hat, den Vorzug geben.³²⁸

Was die Radiosprache anbelangt, so konstatiert Schellner, dass sie genauso wie das Medium Hörfunk einer stetigen Veränderung ausgesetzt ist. In den frühen Radiojahren waren die Radiosprecher Schauspieler, die die Bühnensprache in das damals neue Medium einbrachten. Aufgrund der Vielfalt der Radiosender hat sich auch die Sprache der jeweiligen Zeit angepasst, sodass sie heute jünger und attraktiver wirkt. Auch wenn Dialekt, Umgangssprache, die Verwendung von Anglizismen und Jugendsprache heute oftmals als Sprachverfall angesehen werden, so haben diese in vielen Radiosendern bzw. -programmen ihre Berechtigung.³²⁹

Heute ist die Radiosprache direkt, umgangssprachlich, mündlich, nicht vulgär, freundlich, locker und angemessen emotional.³³⁰ Sie ist eine einfache Sprache, die sich deutlich von der Schriftsprache unterscheidet. Der Moderator muss seinen Text so vortragen, dass der Hörer mitdenken kann und dementsprechend Pausen und Betonungen gekonnt einsetzen. Im Radio wird die so genannte Hochsprache eingesetzt, deren Regeln von den Moderatoren in Stimm- und Sprechtrainings erlernt werden müssen.³³¹

Ingrid Amon, Expertin für Stimm- und Sprechtechnik, stellt in Bezug auf Stimme und Sprache oftmals massive Mängel fest:

³²⁸ Vgl. Lynen, a.a.O., 2010, S. 43.

³²⁹ Vgl. Schellner, Michaela: Sprache und Sprechkultur im Radio: Anmerkungen zur Sprachentwicklung und Moderationsqualität in österreichischen Radiosendern. Universität Wien, Diplomarbeit, 2005, S. 154ff.

³³⁰ Vgl. Lynen, a.a.O., 2010, S. 55.

³³¹ Vgl. Schellner, a.a.O., S. 155.

„Auch auf der klanglichen Ebene haben wir es oft mit Saboteuren/Vampiren zu tun. Das Ohr des Auditoriums wird z.B. durch lautes, geräuschvolles Einatmen, verschluckte Endsilben, Stottern, Lispeln, Näseln, zu leises oder zu lautes Sprechen, zu monotone Sprechmelodie, eine falsche Tonlage, zu viele ‚Ähs‘, Lieblingswörter, Modewörter (cool, mega, super usw.), ständiges Räuspern usw. irritiert.“³³²

Beim Sprechen eines Textes sollte der Moderator folgende Regeln einhalten:

- Kurze, prägnante Hauptsätze sind für den Hörer leichter verständlich.
- Eingeschobene Nebensätze hingegen erschweren das Verständnis, zumal die Hörer oftmals nur nebenbei zuhören.
- Aktive Formulierungen ist den passiven der Vorzug zu geben, da sie die Radiosprache lebendiger werden lassen.
- Verben wie „haben“, „machen“, „tun“ sollen durch starke Verben, die bildintensiv sind und eine innere Dynamik haben, ersetzt werden.
- Präzise Adjektive und viele Details produzieren kräftige Bilder im Kopf der Hörer.
- Einsatz von kleinen Pausen in emotional dichten Situationen wie z. B. Trauer nach einem Unfall.
- Keine inhaltsleeren Worthülsen verwenden.³³³

5.8 Ausbildungsmöglichkeiten für Radiomoderatoren

In der Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“, die im Jahr 1971 im Auftrag des II. Vatikanischen Konzils herausgegeben wurde, heißt es zum Thema Medienpädagogik:

„Um wirklich gute Arbeit zu leisten, ist umfassende Bildung erforderlich. Daher wird es begrüßt, wenn in den Hochschulen Lehrstühle für Kommunikationswissenschaft errichtet werden, die auch die akademischen Grade verleihen können. Wer einen Beruf im Bereich der Sozialen Kommunikation ergreifen will, muß[!] sich zuvor in Theorie und Praxis gründlich darauf vorbereiten.“³³⁴

³³² Amon, Ingrid: Die Macht der Stimme. Persönlichkeit durch Klang, Volumen und Dynamik. Frankfurt/Wien, 2002, S. 18.

³³³ Vgl. Eichmann, a.a.O., S.258f.

³³⁴ Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation, a.a.O.

Auch wenn die Diskussion über die Journalismusausbildung bereits in den 1970er-Jahren einsetzte, gab es seitens der Politik lange Zeit kein Interesse, kritische Journalisten auszubilden. Vielmehr wurde an der Forderung, Journalismus müsse ein Beruf mit offenem Zugang bleiben und dieser Zugang dürfe nicht durch Ausbildungsregeln beschränkt werden, festgehalten, um mehr oder weniger die Kontrolle über die Medienlandschaft zu behalten.³³⁵

Was den Beruf des Journalisten im Allgemeinen anbelangt, so war daher lange Zeit der Bildungstyp des Maturanten vorherrschend. Während Journalisten früher hauptsächlich als Allrounder in jedem Ressort einsetzbar sein sollten, so zeigt sich seit den 1990er-Jahren ein Trend zu akademisch geschulten, fachlich einschlägig ausgebildeten Ressortspezialisten.³³⁶ Dorer zeigt im Jahr 2001 ebenfalls eine Akademisierung des Journalistenberufs in Österreich auf.³³⁷ Orgeldinger konstatiert sogar, dass ein Studium ein Muss für jeden Radiojournalisten ist, zusätzlich sollte so viel Erfahrung wie möglich in Form von Praktika gesammelt werden.³³⁸

Für angehende Radiojournalisten gibt es eine relativ große Anzahl an Ausbildungsstätten in Österreich. Es handelt sich dabei um Lehrgänge an Universitäten, Fachhochschulen und von privaten Veranstaltern. Mitschka nennt folgende Ausbildungsinstitute, die Kurse für Radiojournalisten anbieten:

- Donauuni Krems
- Fachhochschule Joanneum, Graz
- Fachhochschule St. Pölten
- Fachhochschule Wien
- Friedrich Funder Institut
- Journalistenakademie Oberösterreich

³³⁵ Vgl. Dorer, Johanna: Aus- und Weiterbildung für Journalistinnen und Journalisten. Historische Entwicklung und Stand der Ausbildungssituation in Österreich. In: Publizistik, Heft 4, Dezember 2001, 46. Jahrgang, S. 385.

³³⁶ Vgl. Pürer, Heinz: Ausbildungserfordernisse und Ausbildungswege. In: Pürer, a.a.O., S. 402.

³³⁷ Vgl. Dorer, a.a.O., 2001, S. 400.

³³⁸ Vgl. Orgeldinger, a.a.O., S. 83.

- Katholische Medienakademie
- Kuratorium für Journalistenausbildung
- Medienakademie Euregio Pannonia
- Medienhaus Wien
- Polycollege Stöbergasse
- Universität Wien
- Wifi Tirol

Außerdem bietet der ORF Ausbildungsprogramme an und bei Privatradiosendern kann man Praktika absolvieren.³³⁹

Wie bereits in Kapitel 5.5. erläutert, spielt die Ausbildung eines Radiomoderators nur eine nebensächliche Rolle, wiewohl eine solide Allgemeinbildung – genauso wie beim Radiojournalisten – vorausgesetzt wird. Ein Universitäts-Abschluss ist keine Voraussetzung für die Ausübung des Berufs des Radiomoderators. Dies liegt womöglich auch daran, dass es gar keine akademische Ausbildung speziell für Radiomoderatoren gibt. Vielmehr ist es so, dass sich die angehenden Radiomoderatoren ihr Wissen über Praktika bzw. bei der Ausübung ihres Berufes aneignen. Lynen ist der Meinung, dass die Entwicklung eines guten Moderators drei bis sieben Jahre lang dauert.³⁴⁰

Welche Ausbildungsmöglichkeiten es für zukünftige Radiomoderatoren in Österreich gibt, soll nun aufgezeigt werden. Dabei muss angemerkt werden, dass es sich um keine vollständige Aufzählung aller Ausbildungsstätten in Österreich handelt. Dies würde zu weit führen, zumal beispielsweise sehr viele Rhetorik-, Stimm- und Sprechtechnik-Profis ihr Know-How in Coachings und Seminaren an Radiomoderatoren weitergeben.

- Die MAX MEDIEN AKADEMIE mit Sitz in Wien bietet eine Vielzahl an Seminaren für Radio-Einsteiger, erfahrene Journalisten und interessierte Führungskräfte an. Für angehende Radiomoderatoren gibt es den

³³⁹ Vgl. Mitschka, Konrad: Aus- und Fortbildung in Österreich. In: La Roche/Buchholz, a.a.O., 2013, S. 437ff.

³⁴⁰ Vgl. Lynen, Patrick: Private Parts. In: Wienken, a.a.O., S. 124.

15-tägigen Lehrgang „Basiskurs Radiomoderation“, in dem alle wichtigen Grundlagen für eine professionelle Radiomoderation gelehrt werden.³⁴¹

- Die Sprecher Akademie bietet für Radiosprecher bzw. -moderatoren verschiedene Seminare wie „Radiospreche werden“, „Stimme verbessern/Stimmleistung optimieren“, „(Radio)Sprecher Intensivausbildung“, etc. in Wien, in der Steiermark und in Linz an.³⁴²
- Im Kursprogramm des Wifi Wien findet sich eine Ausbildung zum/zur professionellen Sprecher/-in. In 80 Lehreinheiten soll eine Verbesserung des Stimmsitzes, des Stimmbildes, der Resonanz und der Artikulation erreicht werden.³⁴³
- Die radiobroadcaster Ausbildung des Vereins Privatsenderpraxis richtet sich an Mitarbeiter österreichischer Privatsender, die am Anfang ihrer Karriere als Radiomacher stehen. Am Studienplan des Lehrgangs stehen die Bereiche Redaktion und Nachrichten, Moderation und Fahrtechnik, Service, Medienmanagement sowie eine Basis-Sprechausbildung.³⁴⁴
- Das Human Resources Management des ORF bietet Mitarbeitern neben einem journalistischen Grundkurs für Radiojournalisten auch Spezialseminare an.³⁴⁵

Auch gute Radiomoderatoren müssen sich ständig weiterbilden und sollten bereit sein, sich und ihre Leistungen laufend einer Prüfung zu unterziehen.³⁴⁶

„Moderatoren sind mit ihrer Stimme, ihrer Arbeit und ihrer Leistung die Visitenkarte jeden Senders. Vor diesem Hintergrund kommt der regelmäßigen Weiterbildung/

³⁴¹ Vgl. MAX MEDIEN AKADEMIE: Radiomoderation, <http://www.maxmedien-akademie.at/radiomoderation> [01.06.2014].

³⁴² Vgl. Sprecher Akademie: Überblick: Ihre Absicht oder Wunsch – Ihr Ausbildungsweg, <http://www.sprecher-akademie.at/web/radiosprecher-gesucht.html> [01.06.2014].

³⁴³ Vgl. WIFI Wien: Leitfaden Ausbildung zum/zur professionellen Sprecher/-in, http://www.wifiwien.at/BBZUSATZ/01032/Leitfaden%20Professioneller%20Sprecher%202014_15%20Web.pdf [01.06.2014].

³⁴⁴ Vgl. Privatsenderpraxis: radiobroadcaster Ausbildung erfolgreich abgeschlossen, <http://www.privatsenderpraxis.at/workshops/programm/522-radiobroadcaster-grundausbildung.html> [01.06.2014].

³⁴⁵ Vgl. Mitschka, a.a.O., S. 438.

³⁴⁶ Vgl. Lynen, a.a.O., 2010, S. 30.

dem Coaching der Moderatoren in den Redaktionen schon per se ein besonders hoher Stellenwert zu.“³⁴⁷

5.9 Anstellung von Radiomoderatoren

So wie sich der Beruf des Radiomoderators und die gestellten Anforderungen an ihn verändert haben, sind auch Veränderungen bezüglich der Anstellung zu erkennen. Waren die meisten Radiojournalisten früher meist fix und Vollzeit bei einem Radiosender angestellt, so nehmen aufgrund des zunehmenden Kostendrucks die Anzahl befristeter Verträge, freie Mitarbeit sowie Teilzeitarbeit und Aushilfsbeschäftigungen kontinuierlich zu.³⁴⁸

Weischenberg konstatiert, dass Journalisten die Vorreiter bei der Veränderung der Arbeitswelt sind.

„Phänomene wie Outsourcing, freiberufliche und unstete Beschäftigungsverhältnisse; die ungeheure Beschleunigung des Geschäfts durch Informationstechnik; das Verschwinden ganzer Berufe wie der des Setzers waren in dieser Branche schon viel früher zu beobachten als in anderen. Insofern ist sie auch ein Frühwarnsystem für die Arbeitsgesellschaft insgesamt.“³⁴⁹

Der Einstieg in den Beruf des Radiomoderators ist alles andere als einfach. Ein Großteil der Moderatoren beginnt mit verschiedenen Praktika bzw. einem Volontariat, die entweder schlecht oder gar nicht vergütet werden.

„Wenn Sie beim Radio anfangen, sollten Sie, besonders in der Anfangszeit, sehr viel Enthusiasmus und Liebe zum Job mitbringen. So fällt es Ihnen leichter, über die anfänglich sehr dürftigen Einkommensmöglichkeiten hinwegzusehen und können sich langsam ‚hocharbeiten‘. Sie können dann entweder in der internen Hierarchie des Senders aufsteigen, zwecks Gehaltssteigerung zu einem anderen Sender wechseln, wenn Sie sich einen Namen gemacht haben oder, bei genügend

³⁴⁷ Wienken, Ursula: DHA – Ausbildung zum Moderations-Trainer (Hörfunk). In: Paukens, Hans/Vogel, Kirsten Annette/Wienken, Ursula: Trainerhandbuch Journalismus. Konstanz, 2008, S. 262.

³⁴⁸ Vgl. Manhart, a.a.O., S. 5.

³⁴⁹ Weischenberg, Siegfried: Der fremde Blick und sein Preis. In: Pörksen, a.a.O., S. 281.

*Nachfrage, lukrative Nebenjobs annehmen, für die Sie proportional zur zunehmenden Bekanntheit mehr Geld verlangen können.*³⁵⁰

Das Gehalt eines Moderators variiert je nach Arbeitsverhältnis, Bekanntheitsgrad und Radiosender. Zumeist werden Moderatoren bei öffentlich-rechtlichen Sendern höher entlohnt als bei privaten Radiosendern. Aufgrund der Popularität des Berufsbildes haben die Radiosender aber kein Problem, Moderatoren zu finden, die sich auch mit einem niedrigen Gehalt zufrieden geben.³⁵¹ Im Berufsinformationssystem des Arbeitsmarktservices (AMS) wird das durchschnittliche Einstiegsgehalt eines Moderators mit EUR 1.510 bis 2.170 brutto pro Monat angegeben.³⁵²

Alfred Grinschgl, Privatradio-Pionier und RTR-Geschäftsführer, meint zur Zukunft des Medienberufs:

*„Meiner Meinung nach begeistert einen ein Beruf dann, wenn man an der Aufgabe Freude hat und wenn das Gehalt einigermaßen stimmt. Die Gehälter stimmen bei vielen jungen Medienmitarbeitern überhaupt nicht. Da denke ich an Praktikanten, die bei manchen Tageszeitungen null Euro erhalten sowie an die Honorarempfänger von Ö1...“*³⁵³

Wöhrle konstatiert, dass es Radio-Hörer immer geben wird, solange Auto gefahren wird, und damit Radiojournalisten und -moderatoren gebraucht werden. Wie sich der Beruf bzw. das Anstellungsverhältnis verändern wird, hängt seiner Meinung nach davon ab, ob neue Finanzierungsquellen gefunden werden können.³⁵⁴

³⁵⁰ helpster: Gehalt vom Moderator beim Radio – Wissenswertes zum Berufszweig, http://www.helpster.de/gehalt-vom-moderator-beim-radio-wissenswertes-zum-berufszweig_143386 [04.06.2014].

³⁵¹ Vgl. ebenda.

³⁵² Vgl. AMS: Berufsinformationssystem – ModeratorIn, <http://www.ams.at/bis/StammberufDetail.php?noteid=656> [04.06.2014].

³⁵³ Horizont: ‚Qualität in den Vordergrund‘, No. 19, 9. Mai 2014, S. 9.

³⁵⁴ Vgl. Wöhrle, Christoph: Berufsziel: Journalist. Berlin, 2006, S. 199.

5.10 Zukunftsperspektive für den Beruf des Radiomoderators

Aufgabe der Radiosender wird es in Zukunft sein, sich in Richtung multimediales Dienstleistungsunternehmen weiter zu entwickeln und zu positionieren. Treiber hält fest, dass es Entwicklungen geben wird müssen, die „on air“-Aktivitäten mit jenen „off air“ und auch „online“ verbindet³⁵⁵ – falls dies nicht ohnehin bereits passiert. Das gilt auch für die Radiomoderatoren, die nicht mehr nur zu hören, sondern auch zu sehen sind, z. B. über Webcams im Studio, bei Konzerten, bei Events, etc. Auch die Interaktion über soziale Plattformen spielt eine immer größer werdende Rolle, wo der Moderator den Dialog mit dem Hörer suchen soll.

Was die Moderationstätigkeit an sich anbelangt, so sind Flach und Lynen der Meinung, dass modernes Radio in Zukunft authentische Moderatorenpersönlichkeiten mit klar erkennbaren Kanten braucht. Für die Hörerbindung reichen formal-deskriptive Informationsinhalte, Positionierung, Musik oder Claims nicht aus, es bedarf eines intuitiven Gefühlsmanagements. Die Hörer sollen den Moderator spüren können, er soll Emotionen wecken und zum virtuellen Freund werden.³⁵⁶

„Wenn ein Programm zum dichten Gesamterlebnis wird, wenn starke Persönlichkeiten authentisch und intuitiv agieren können, wenn sie Gefühlsmanagement betreiben und in die Interaktion gehen, dann entsteht eine dauerhafte parasoziale Bindung zum Hörer. Dann wird das Radio zum Lagerfeuer, um das man sich scharen kann und an dem man Gleichgesinnte trifft.“³⁵⁷

Auch Klingler und Kutteroff sind überzeugt, dass für die Bindung an Radiomarken „persönliche Faktoren“ wie Stimmen, Moderatoren und Blicke ins Studio, entscheidend sind.³⁵⁸ Damit ist der Radiomoderator auch in Zukunft sowohl für den Radiosender als auch die Hörerschaft von großer Bedeutung.

³⁵⁵ Vgl. Treiber, Alfred: Wer in Zukunft nur sendet, hat keine. In: Godler/Jochum/Schlögl/Treiber, a.a.O., S. 215ff.

³⁵⁶ Flach/Lynen, a.a.O., S. 45f.

³⁵⁷ Ebenda, S. 50.

³⁵⁸ Klingler, Walter/Kutteroff, Albrecht: Radio der Zukunft. Forschungsergebnisse zu Chancen des digitalen Hörfunks. In: Müller/Raff, a.a.O., S. 215.

6 Empirische Untersuchung: Der Beruf des Radiomoderators

In den vorangegangenen Kapiteln wurde die Literatur in Bezug auf den Hörfunk, das Medium Radio und den Beruf des Radiomoderators ausführlich aufgearbeitet. Dieses Kapitel erläutert die empirischen Untersuchungen, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit gemacht wurden. Zunächst werden die zu beantwortenden Forschungsfragen und Hypothesen präsentiert. Im Anschluss daran werden die verschiedenen Recherchetätigkeiten aufgezeigt. Den Kern dieses Kapitels bilden die Ausführungen zu den Untersuchungen im Bereich der qualitativen Forschung (leitfadenorientierte Expertenbefragungen) auf der einen Seite und im Bereich der quantitativen Forschung (Befragung mittels Fragebogen) auf der anderen Seite. Abschließend werden die Auswertungen der erhobenen Daten im Detail erläutert und die wichtigsten Ergebnisse zusammengefasst.

6.1 Forschungsfragen und Hypothesen

Folgende Forschungsfragen sollen mit Hilfe der empirischen Untersuchungen beantwortet werden:

1. Spielt die Ausbildung eines Radiomoderators heute eine bedeutendere Rolle als in den frühen Jahren des Hörfunks?
2. Bedarf es einer tiefen akademischen Ausbildung oder genügen ein solides Wissen über das journalistische Handwerkzeug und ein „loses Mundwerk“, um als Moderator im Radio erfolgreich zu sein?
3. Wird der Radiomoderator in Zukunft eine Schlüsselfigur im Hörfunk darstellen oder wird man auf ihn weitgehend verzichten können?
4. Welche Rolle wurde/wird dem Radiomoderator einst und jetzt in Bezug auf die Rezipienten des Mediums Radio zugesprochen?
5. Wie sehen die Chancen für eine Fixanstellung als Radiomoderator aus?

Die Hypothesen, die untersucht werden sollen, lauten wie folgt:

1. Heute und in Zukunft wird vom Radiomoderator ein breiteres Wissen – sowohl in Bezug auf die eigentliche Moderation und Präsentation im Radio als auch auf technische Fertigkeiten – und eine höhere Allgemeinbildung gefordert als dies in den früheren Zeiten des Radios der Fall war.

2. Die Bedeutung des Radiomoderators nimmt in Zukunft zu den Tagesrandzeiten ab.
3. Der Radiomoderator wird in Zukunft auch weiterhin einer der Protagonisten eines Radiosenders und als „On air-Personality“ für die Erfolgsquote mit verantwortlich sein.
4. Der Radiomoderator ist das Bindeglied zwischen Sender und Hörer. Aus diesem Grund spielt er eine wichtige Rolle in Bezug auf die Hörerbindung und damit auf die Rezipienten des Mediums Radio.
5. Der Großteil der heute tätigen Radiomoderatoren sind freie Mitarbeiter.

6.2 Recherchearbeiten

Den Beginn der Recherchearbeiten zum Beruf des Radiomoderators bildete die klassische Online-Suche mittels „Google“. Dafür wurden Begriffe bzw. Begriffskombinationen wie „Radiomoderator“, „Radiosprecher“, „Radiomoderator in Österreich“, „Mitarbeiter Radio“ etc. verwendet. Es gab unzählige Treffer, hauptsächlich zu Ausbildungsstätten bzw. den verschiedenen Radiosendern, aber auch zu einigen wenigen interessanten Artikeln und Büchern und Beiträgen in Foren. Diese Treffer wurden im Detail gesichtet, relevante Aspekte wurden im Theorieteil dieser Arbeit erläutert.

Im nächsten Schritt galt es, die Radiosprecher bzw. Radiomoderatoren, die in Österreich im Hörfunk tätig waren bzw. nach wie vor sind, auszumachen. Als interessanter Treffer über die Google-Suche erwies sich ein Beitrag der Radioszene aus dem Jahr 2012, in dem die beliebtesten Programmchefs und Moderatoren Österreichs aufgelistet wurden.³⁵⁹ Damit standen die ersten zehn Namen von österreichischen Radiomoderatoren fest, die für die Untersuchung von Relevanz sein würden. Die Liste „Hörfunkveranstalter nach Programmname“ der Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) gab über die österreichischen

³⁵⁹ Radioszene: Die beliebtesten Programmchefs und Moderatoren Österreichs, <http://www.radioszene.de/36558/die-beliebtesten-programmchefs-und-moderatoren-oesterreichs.html> [10.03.2014].

Radiosender Aufschluss.³⁶⁰ Mit Hilfe der Internet-Auftritte der verschiedenen Radiosender konnte der Großteil der weiteren, zurzeit bei Radiosendern tätigen, Radiomoderatoren ausfindig gemacht werden. Es wurde eine Liste dieser Moderatoren inklusive deren E-Mail-Adresse erstellt, die für den Versand des Fragebogens genutzt werden konnte.

Was die ehemaligen Radiomoderatoren bzw. Radiosprecher der frühen Hörfunkgeschichte anbelangte, war die Suche etwas komplizierter. Zunächst wurden über die Google-Suche Online-Artikel zur österreichischen Hörfunk-Geschichte und über verschiedene ORF-Artikel Namen von Persönlichkeiten gesucht. Zudem brachten einige Treffer in verschiedenen Online-Datenbanken, auf die über die Bibliotheks-Homepage der Universität Wien zugegriffen werden konnte, weitere Namen von ehemaligen Radiomoderatoren. Diese Namen wurden in der Online-Suche der Bibliothek der Universität Wien verwendet, um Literatur zu finden. Als sehr hilfreich stellte sich das Buch „Ö1 gehört gehört. Die kommentierte Erfolgsgeschichte eines Radiosenders“³⁶¹ von Alfred Treiber heraus, der in diesem Buch nicht nur die Geschichte von Ö1 ab dem Jahr 1964, sondern zusätzlich auch viele Informationen über die ORF-Radiosender beschreibt und unzählige Namen von handelnden Personen und auch Radiomoderatoren bzw. -sprecher nennt. Und auch das Kapitel „Radio-Days“ in Thaddäus Podgorski's Buch „Die grosse Illusion“³⁶² lieferte interessante Informationen zur frühen Radiozeit. Zudem konnten in den vier Bänden von Viktor Ergert zur österreichischen Radiogeschichte und dem Buch von Franz Ferdinand Wolf „25 Jahre ORF. 1975-2000“³⁶³ einige Namen von ehemaligen Radiosprechern und -moderatoren und teilweise Informationen zu ihrer Tätigkeit gefunden werden. Auch diese Namen

³⁶⁰ RTR: Hörfunkveranstalter nach Programmname, <https://www.rtr.at/de/m/VeranstalterRadioProg> [15.03.2014].

³⁶¹ Treiber, Alfred: Ö1 gehört gehört. Die kommentierte Erfolgsgeschichte eines Radiosenders. Wien/Köln/Weimar, 2007.

³⁶² Podgorski, Thaddäus: Die grosse Illusion. Erinnerungen an 50 Jahre mit dem Fernsehen. Wien, 2005.

³⁶³ Wolf, Franz Ferdinand: 25 Jahre ORF. 1975-2000. Salzburg – Wien – Frankfurt/Main, 2001.

wurden in einer Liste zusammengefügt, um sie später für die empirischen Untersuchungen verwenden zu können.

Nur sehr mäßigen Erfolg brachte die Suche nach Radiopersönlichkeiten bzw. -moderatoren in der Bibliographie der österreichischen Literatur zur Massenkommunikation von Benno Signitzer³⁶⁴. Es konnten keine neuen Namen ausgemacht werden, lediglich der eine oder andere darin festgehaltene Artikel zum Radio bzw. der Journalistenausbildung wurde aufgegriffen und näher untersucht.

6.3 Die Forschungsmethode der Befragung

Bevor auf die Forschungsmethoden, die für diese Arbeit zur Anwendung gekommen sind, näher eingegangen wird, soll zunächst die Forschungsmethode der Befragung im Allgemeinen erklärt werden.

Die Befragung (Experten-, Tiefen-, Leitfadeninterviews, Psychoanalyse, Gruppendiskussionsverfahren, narrative Interviews, etc.) zählt neben der Beobachtung, dem Experiment und der Inhaltsanalyse zu den Methoden der empirischen Sozialforschung.

Die Methode der Befragung ist zur Erhebung sozial- und wirtschaftsstatistischer Daten, bei allgemeinen Bevölkerungserhebungen und zur Erforschung von Einstellungen und Meinungen von besonderer Bedeutung. Sie ist die in der Sozialforschung am häufigsten verwendete Methode.³⁶⁵

Nach der Art der Kommunikation werden drei Typen von Befragungen unterschieden:

- das persönliche „face-to-face“-Interview – die am meisten verbreitete Befragungsmethode
- das telefonische Interview – aufgrund der hohen Netzdichte starker Anstieg dieser Form der Befragung

³⁶⁴ Signitzer, Benno: Bibliographie der österreichischen Literatur zur Massenkommunikation: 1945/75. Salzburg, 1978.

³⁶⁵ Vgl. Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, 16. Aufl. Reinbek bei Hamburg, 2006, S. 371.

- die schriftliche Befragung – Problem mit Rücklaufquoten, jedoch mit Hilfe gezielter Maßnahmen gerne verwendete Erhebungsmethode³⁶⁶

Befragungen können außerdem nach dem Grad der Strukturierung unterschieden werden. Es gibt eine Einteilung in wenig strukturierte und stark strukturierte Interviews. Wenig strukturierte Interviewtechniken wie das Leitfaden-Interview, das fokussierte und das narrative Interview zählen zu den qualitativen Methoden der Befragung, während stark strukturierte Interviews als quantitative Methode der Befragung gelten.³⁶⁷

Schnell et al. geben in Anlehnung an Payne bzw. Dillman und Converse/Presser folgende Hinweise zur Fragenformulierung:

- Fragen sollten einfache Worte enthalten
- Fragen sollten kurz formuliert werden
- Fragen sollten konkret sein
- Fragen sollten keine bestimmte Beantwortung provozieren
- Fragen sollen neutral formuliert sein
- Fragen sollen nicht hypothetisch formuliert werden
- Fragen sollten sich nur auf einen Sachverhalt beziehen
- Fragen sollten keine doppelten Negationen enthalten
- Fragen sollten den Befragten nicht überfordern
- Fragen sollten zumindest formal „balanciert“ sein³⁶⁸

Für die Beantwortung der in dieser Arbeit gestellten Forschungsfragen und Hypothesen wurden einerseits die Durchführung von leitfadenorientierten Expertenbefragungen und andererseits schriftliche Befragungen mittels Fragebogen ausgewählt. Dieses Forschungsdesign sollte sowohl Experten zu Wort kommen lassen, die viel Erfahrung mit dem Medium Radio bzw. mit oder als Radiomoderatoren mitbringen, als auch eine große Zahl von Radiomoderatoren, die wiederum ihre Sichtweisen zu ihrem Beruf aufzeigen sollten.

³⁶⁶ Vgl. Diekmann, a.a.O., S. 373.

³⁶⁷ Vgl. ebenda, S. 375.

³⁶⁸ Vgl. Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung. 9., aktual. Aufl. München, 2011, S. 328f.

6.4 Qualitative Forschung: Leitfadenorientierte Expertenbefragung

Für die vorliegende Arbeit wurden vier Experten ausgewählt, die in einem persönlichen Interview zum Beruf des Radiomoderators – in Hinblick auf die geschichtlichen Aspekte, die gegenwärtige Situation und auch die Entwicklungen für die Zukunft – befragt werden sollten. Dabei wurden unter anderem Fragen zu der Rolle des Radiomoderators, alle an ihn gestellten Anforderungen und der notwendigen Ausbildung gestellt.

Bevor auf die Vorbereitungsarbeiten und den Ablauf der einzelnen Interviews näher eingegangen wird, wird zunächst die Methode der qualitativen Befragung erläutert.

6.4.1 Die Methode der qualitativen Befragung

Bei der Methode des **Leitfaden-Interviews** handelt es sich um eine teilstrukturierte Befragung, bei der Einzelpersonen anhand eines Leitfadens befragt werden.³⁶⁹ Der Leitfaden stellt einen flexibel einsetzbaren Fragenkatalog dar, er dient als Gerüst für die Datenerhebung mit ausreichend Spielraum für neue Fragen bzw. Themen im Interview. Gleichzeitig stellt er sicher, dass die für den Forscher relevanten Aspekte angesprochen werden.³⁷⁰

Um einen solchen Leitfaden erstellen zu können, muss der Forscher gute Kenntnisse des Themenbereichs vorweisen können und eine besondere Interviewerschulung erhalten haben.³⁷¹ Immerhin ist das Ziel der Befragung die Prüfung der vom Forscher formulierten Hypothesen und – im Falle von unerwarteten Antwortreaktionen, die neue Gesichtspunkte eröffnen – die Aufstellung weiterer Hypothesen.³⁷²

Für ein erfolgreiches Interview formulieren Merton und Kendall vier Prinzipien:

³⁶⁹ Vgl. Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 13., neue bearb. und erweít. Aufl. Berlin, 2010, S. 141.

³⁷⁰ Vgl. Diekmann, a.a.O., S. 446f.

³⁷¹ Vgl. Atteslander, a.a.O., 2010, S. 142.

³⁷² Vgl. Merton, Robert K./Kendall, Patricia L.: Das fokussierte Interview. In: Hopf, Christel/Weingarten, Elmar (Hrsg.): Qualitative Sozialforschung, Stuttgart 1979, S. 171f.

1. Nicht-Beeinflussung der Interviewpartner
2. Spezifität der Sichtweise und Situationsdefinition der Versuchspersonen
3. Erfassung eines breiten Spektrums
4. Tiefgründigkeit und personaler Bezugsrahmen³⁷³

Wichtig zu wissen ist auch, dass es verschiedene Arten von Fragetypen gibt, die jeweils unterschiedliche Informationen liefern. Am Bedeutendsten in diesem Zusammenhang ist die Unterscheidung zwischen offenen und geschlossenen Fragen. Offene Fragen können den Gesprächskontakt und das Interesse am Interview fördern, da sie einer alltäglichen Gesprächssituation nahe kommen. Sie helfen zudem Unwissenheit, Missverständnisse und unerwartete Bezugssysteme zu entdecken. Geschlossene Fragen hingegen bringen einheitliche Antworten, die die Vergleichbarkeit erhöhen und die Auswertung erleichtern.³⁷⁴ Der Forscher muss sich also bei der Erstellung des Interview-Leitfadens dieser Tatsache bewusst sein und seine Fragen dementsprechend auswählen.

Froschauer nennt folgende Hilfen zur Fragetechnik:

- *„Kriterien für die Einstiegsfrage überlegen*
- *Offene und immanente Fragen bevorzugen*
- *Fragen klar und verständlich formulieren*
- *Gesprächsgenerierende Floskeln*
- *Wichtig sind gesprächsimmanente Folgefragen“³⁷⁵*

Wenn – wie in der vorliegenden Untersuchung – Experten befragt werden, müssen einige Besonderheiten berücksichtigt werden. **Experten-Interviews**

„[...] zielen ab auf die Rekonstruktion von besonderen Wissensbeständen bzw. von besonders exklusivem, detailliertem oder umfassendem Wissen über besondere

³⁷³ Vgl. Merton/Kendall, a.a.O., S. 178.

³⁷⁴ Vgl. Atteslander, a.a.O., 2010, S. 146ff.

³⁷⁵ Vgl. Froschauer, Ulrike/Lueger, Manfred: Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme, Wien, 2003, S. 222.

*Wissensbestände und Praktiken, kurz: auf die Rekonstruktion von Expertenwissen.*³⁷⁶

Wer als Experte für eine spezifische Fragestellung gilt, entscheidet der Forscher.³⁷⁷ Die Experten sollen Auskunft über ihr eigenes Handlungsfeld geben bzw. Informationen über die Kontextbedingungen des Handelns der Zielgruppe liefern. Sie sollen helfen, Forschungsfragen beantworten zu können, die Expertenwissen verlangen.³⁷⁸

Das Heranziehen eines Interview-Leitfadens bei der Befragung von Experten ist insofern empfehlenswert, als dass sich der Forscher bereits im Vorfeld für die Leitfadententwicklung Wissen zum Themengebiet aneignen muss, womit er schließlich einen kompetenten Gesprächspartner darstellt. Damit soll verhindert werden, dass der Experte bereit, dem Gespräch zugestimmt zu haben. Da sich Experten oftmals im Thema verlieren bzw. Themen ansprechen, die nichts mit den eigentlichen Fragestellungen zu tun haben, hilft der Leitfaden, die Orientierung auf die wesentlichen Aspekte im Auge zu behalten.³⁷⁹ Offenheit und Flexibilität sind wichtige Schlagworte bei der Interviewführung in der Expertenbefragung.

Für die im Zuge der vorliegenden Arbeit durchgeführten Interviews spielte auch die narrative Komponente eine entscheidende Rolle. Beispielsweise sollte Prof. Alfred Treiber seine Erfahrungen aus seiner Anfangszeit beim Radio (ab dem Jahr 1966) erzählen, und auch Patrick Lynen kann mit mehr als 25 Jahren Erfahrungen als Moderator und Coach einiges berichten. Dabei wurden Aspekte des narrativen Interviews berücksichtigt. Das **narrative Interview** ist eine Spezialform des qualitativen Interviews, in der der Interviewpartner angehalten ist, zu einem

³⁷⁶ Vgl. Pfadenhauer, Michaela: Auf gleicher Augenhöhe. Das Experteninterview – ein Gespräch zwischen Experte und Quasi-Experte. In: Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Opladen, 2002, S. 113.

³⁷⁷ Vgl. Meuser, Michael/Nagel, Ulrike: Experteninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Opladen, 2002, S. 73.

³⁷⁸ Vgl. ebenda., S. 75.

³⁷⁹ Vgl. ebenda., S. 77.

vorgegebenen Thema zu erzählen. Dies setzt voraus, dass der zu Befragende die nötige Kompetenz besitzt.³⁸⁰ Im narrativen Interview werden hauptsächlich Erzählungen vom Befragten erwartet, die zwei methodologische Vorteile haben:

1. Die Erzählungen kommen in ihrer Struktur den Orientierungsmustern des Handelns am nächsten und
2. das Erzählen beinhaltet implizit eine retrospektive Interpretation des erzählten Handelns.³⁸¹

Der Interviewer verhält sich bei offener Gesprächsführung anregend und gleichzeitig zurückhaltend. Er kann und soll nachfragen, um sich der Orientierungsmuster und der Interpretationen zu versichern. Durch den Zugzwang in der Erzählung kommt es zu einer realitätsgerechteren Rekonstruktion früheren Handelns.³⁸²

In diesem Zusammenhang ist auch die Methode der **Oral History** erwähnenswert, zumal sich diese der Erhebungsmethode „Interview“ bedient, um damit Stimmen sowie Meinungen über die Vergangenheit einzufangen.³⁸³ Geppert definiert Oral History wie folgt:

„Oral History ist eine geschichtswissenschaftliche Methode, mündliche Erinnerungsinterviews mit Beteiligten und Betroffenen historischer Prozesse durchzuführen und (in der Regel) gleichzeitig in reproduzierfähiger Weise auf einen Tonträger festzuhalten, um auf diese Weise retrospektive Informationen über mündliche Überlieferungen, vergangene Tatsachen, Ereignisse, Meinungen, Einstellungen, Werthaltungen oder Erfahrungen zu sammeln und auszuwerten.“³⁸⁴

Der Begriff „Oral History“ wird als Synonym für die mündliche Aufarbeitung von Vergangenheiten mit all ihren Möglichkeiten herangezogen.³⁸⁵ Diese Methode

³⁸⁰ Vgl. Lamnek, Siegfried: Qualitative Sozialforschung. Band 2. Methoden und Techniken, 3., korr. Aufl. Weinheim, 1995, S.70.

³⁸¹ Vgl. ebenda, S. 71.

³⁸² Vgl. ebenda, S. 74.

³⁸³ Egger, Michael: Der kleine Oral History Ratgeber, Graz, 2013, S.7.

³⁸⁴ Geppert, Alexander C. T.: Forschungstechnik oder historische Disziplin? Methodische Probleme der Oral History. In: Geschichte in Wissenschaft und Unterricht, Bd. 45 (1994), S. 303-323.

³⁸⁵ Vgl. Egger, a.a.O., S.9.

erfragt nicht nur den Alltag der Menschen, sondern auch verschiedene Lebensereignisse. Oral History umfasst eine große Bandbreite von Zugängen und unterschiedlichen Vorgehensweisen, und es wird von Fall zu Fall entschieden, wie vorgegangen wird.³⁸⁶ Es ist mehr als Reden und Schreiben, man kann es als einen Kontaktaufbau und zugleich Arbeit mit der Quelle sehen.³⁸⁷ Durch das Stellen von offenen, erzählgenerierenden Fragen erhält man von den Interviewten Geschichten über sich und ihr Leben. Mit Hilfe der Oral History-Interviews kann man Forschungslücken schließen, die mit herkömmlichen Quellen, zum Beispiel Archivmaterialien, Zeitungsartikel, Tagebücher, etc., nicht ausgeforscht werden können.³⁸⁸

6.4.2 Auswahl der Interviewpartner und Kontaktaufnahme

Zunächst musste entschieden werden, wer als mögliche Interviewpartner in Frage kommen könnten. Da die Befragung von Radiomoderatoren mittels Fragebogen bereits feststand, wurde diese große Gruppe der möglichen Gesprächspartner ausgeschlossen.

Folgende Überlegungen führten letztendlich zu den Interviewpartnern für diese Untersuchung:

- Als besonders interessant erschienen Personen, die lange im Hörfunk tätig waren bzw. sind, und die historischen Aspekte im Interview einfließen lassen konnten.
- Weiters sollte unter den Befragten jeweils ein Sender- oder Programmverantwortlicher des öffentlich-rechtlichen und des privaten Hörfunks sein, da zu erwarten war, dass die Meinungen zu gewissen Fragen recht unterschiedlich ausfallen könnten.
- Größere Differenzen wurden auch zwischen den einzelnen Sendern vermutet, weshalb Interviewpartner interessant erschienen, die einerseits für

³⁸⁶ Vgl. Vorländer, Herwart: Mündliches Erfragen von Geschichte. In: Vorländer, Herwart: Mündlich erfragte Geschichte, Göttingen, 1990, S. 9f.

³⁸⁷ Egger, a.a.O., S. 14.

³⁸⁸ Vgl. ebenda, S. 18.

einen Unterhaltungssender und andererseits für einen Kultursender tätig waren/sind.

- Außerdem sollte jemand zu Wort kommen, der sich mit der Ausbildung von Radiomoderatoren beschäftigt.

Dafür wurden mit Hilfe von verschiedenen Büchern und einer ausgiebigen Online-Recherche Namen von Personen gesammelt, die zu einer der oben angeführten Personengruppen zählen. Im nächsten Schritt wurde eine Auswahl der für diese Arbeit als besonders relevant erscheinenden Menschen und damit mögliche Interviewpartner getroffen. Die ausgewählten Experten werden im Folgenden (in alphabetischer Reihenfolge) vorgestellt:

1. **Mag. Karl Amon:** Amon ist seit dem Jahr 1980 beim ORF tätig, zunächst als freier Mitarbeiter, später als Angestellter in der TV-Wirtschaftsredaktion. Danach wechselte er in die Innenpolitik Fernsehen, war stellvertretender Leiter der „ZiB 2“, Chefredakteur von „Wien heute“ und Radio Wien im Landesstudio. Am 1. Jänner 1999 wurde Amon ORF-Radio-Chefredakteur, mit 15. Jänner 2007 TV-Chefredakteur. Mit 1. Oktober 2010 wurde Karl Amon zum ORF-Hörfunkdirektor bestellt und am 15. September 2011 in dieser Funktion bestätigt.³⁸⁹ Als Hauptverantwortlicher für alle ORF-Radios sind seine Ausführungen zum vorliegenden Thema besonders interessant.
2. **Patrick Lynen:** Lynen arbeitet seit mehr als 25 Jahren als Moderator, Sprecher, Producer, CvD, Stationvoice, On-Air-Designer, Coach und Berater, hauptsächlich in Deutschland, aber auch in Luxemburg, Belgien, Slowenien und Österreich. Als Geschäftsführer seiner Firma Lynen Media GmbH berät er Medienunternehmen, arbeitet als Moderatoren-Coach für verschiedene Radio- und TV-Sender, vermittelt Moderatoren und bildet sie aus. Er gilt als Verfechter von „Moderatoren-Personality“, in seinem Buch „Das wundervolle Radiobuch“ erläutert er die wichtigsten Aspekte

³⁸⁹ ORF Public Value: Hörfunkdirektor Mag. Karl Amon, http://zukunft.orf.at/show_content2.php?s2id=166 [11.04.2014].

für eine moderne Moderation im Radio.³⁹⁰ Das Interview mit Patrick Lynen soll Aufschluss über seine jahrzehntelange Erfahrung als Radiomoderator, aber auch mit anderen Moderatoren in den verschiedenen Ländern geben. Hauptsächlich allerdings spielt in diesem Gespräch seine Meinung zur Ausbildung von Radiomoderatoren eine wichtige Rolle.

3. **Dr. Ernst Swoboda:** Swoboda ist seit 2004 Geschäftsführer von KRONEHIT, dem „*Unterhaltungssender für erwachsene ÖsterreicherInnen mit den Programmschwerpunkten Musik, unterhaltende Information aus Österreich und der Welt sowie zielgruppenrelevantem Content und diversen Serviceangeboten*“.³⁹¹ Zudem ist Swoboda Mitglied im Vorstand des Verbandes Österreichischer Privatsender.³⁹² Ernst Swoboda wurde für ein Experten-Interview ausgewählt, um die Bedeutung der Radiomoderatoren für einen erfolgreichen Privatradiosender zu erläutern.
4. **Prof. Alfred Treiber:** Treiber arbeitete ab dem Jahr 1966 beim Österreichischen Rundfunk mit Schwerpunkt Literatur und Kunst und als Hörspielregisseur. Er war Gründungsmitglied der Radio-Jugendredaktion des ORF. Treiber gilt gemeinsam mit Richard Goll als österreichischer Erfinder des Radio-Features, 1976 wurde die Feature-Redaktion gegründet. Ab 1987 war er Leiter der Hauptabteilung „Literatur & Feature“, von 1995 bis zu seinem Pensionsantritt Ende Juni 2010 Senderchef von Ö1.³⁹³ Das Interview mit Alfred Treiber ist für die vorliegende Untersuchung insofern wichtig, als dass er einerseits mit über 40 Jahren Erfahrung beim ORF viele Informationen zu geschichtlichen Aspekten liefern und andererseits als Senderchef von Ö1 die Bedeutung von Radiomoderatoren für einen Kultursender aufzeigen kann.

Alle vier waren bereit, sich für ein Interview zur Verfügung zu stellen.

³⁹⁰ Vgl. Lynen, a.a.O., 2010, S. 5.

³⁹¹ Kronehit: Impressum, <http://www.kronehit.at/alles-ueber-kronehit/impressum/> [12.04.2014].

³⁹² Verband Österreichischer Privatsender: Organe, <http://www.voep.at/organe.html> [12.04.2014].

³⁹³ Hüffel/Reiter, a.a.O., S. 195.

6.4.3 Leitfadenerstellung

Zu Beginn galt es, möglichst viele Fragen zu sammeln, die nach der Aufarbeitung der themenbezogenen Literatur und den Recherchetätigkeiten offen geblieben waren. Diese wurden mit den forschungsleitenden Fragestellungen und Hypothesen abgeglichen. Im Anschluss wurden die verständlich formulierten Fragen sortiert bzw. zusammengefasst, wobei davon ausgegangen wurde, dass sich die Reihenfolge der Fragen im Laufe der Gespräche verändern konnte. Wichtig war es, eine öffnende Frage als Einstiegsfrage zu wählen, die das Eis zwischen Interviewerin und Interviewpartner brechen und eine lockere Atmosphäre schaffen sollte. Große Sprünge zwischen den einzelnen Frageblöcken sollten vermieden werden, damit die Interviewpartner folgen konnten. Der Leitfaden sollte Offenheit ermöglichen, sodass die Befragten ausführliche Antworten geben konnten. Eine gute Vorbereitung auf jedes Gespräch, wie zum Beispiel das Aneignen von Kenntnissen zu den Lebensläufen und Aufgaben der interviewten Personen, war unerlässlich für die erfolgreiche Durchführung der Interviews. Der detaillierte Leitfaden ist im Anhang unter Punkt 10.1 zu finden.

6.4.4 Durchführung der Interviews

Die gewünschten Gesprächspartner für die Expertenbefragungen wurden am 3. bzw. 6. März 2014 per E-Mail, das die wichtigsten Informationen über die geplante Arbeit enthielt, kontaktiert.

Noch am selben Tag konnte mit Prof. Alfred Treiber der Termin für ein Gespräch am 28. März 2014 in der Treiber.Galerie.Schauplatz fixiert werden. Die Atmosphäre war – umrahmt von künstlerischen Besonderheiten – sehr gemütlich. Positiv anzumerken ist, dass sich Alfred Treiber nicht nur für das Interview Zeit nahm, sondern auch vorher und im Anschluss an das Interview einige interessante Anekdoten und Erfahrungen aus seiner Zeit beim ORF erzählte.

Der Interview-Termin mit Dr. Ernst Swoboda wurde für den 3. April 2014 in seinem Büro festgelegt. Das Büro von Ernst Swoboda befindet sich im Erdgeschoss des Radiosenders, am Ende eines langen Ganges. In Begleitung seiner Assistentin konnten auf dem Weg zum Büro bereits sehr viele interessante Eindrücke zur Arbeit bei KRONEHIT gesammelt werden, da der Weg an der

Redaktion und den Studios vorbeiführte. Während des Interviews herrschte eine angenehme Atmosphäre.

Das Gespräch mit Patrick Lynen wurde für den 17. April 2014 fixiert. Da Lynen im angegebenen Befragungszeitraum nicht in Österreich gewesen ist, wurde eine telefonische Befragung vereinbart. Das Telefonat war sehr angenehm, und Patrick Lynen erläuterte sehr offen seine Meinung zum Beruf des Radiomoderators und zum Medium Radio.

Der Termin für das Interview mit Mag. Karl Amon musste zunächst mehrmals verschoben werden, sodass letztendlich der 7. Mai 2014 im ORF-Funkhaus als Termin feststand. Mit einer Dauer von rund 17 Minuten war es das kürzeste Interview im Rahmen der vorliegenden Untersuchung, dennoch wurden alle Fragen prägnant beantwortet.

Folgende Qualitätskriterien wurden für die Expertenbefragungen berücksichtigt:

- **Vorwissen:** Nützen von Wissen über die Thematik.
- **Strukturierung:** Klare Interviewstruktur: kurze Beschreibung des Forschungsprojektes, strukturierende Fragen, abgerundete Fragen zum Schluss.
- **Klarheit:** Klare, kurze und verständliche Fragen
- **Freundlichkeit:** Der Forscher lässt den Befragten aussprechen und nimmt Rücksicht auf die Sprechgeschwindigkeit und Pausen.
- **Aufmerksamkeit:** Aktives Zuhören und Berücksichtigung von Gestiken.
- **Offenheit:** Der Interviewer ist offen und aufgeschlossen gegenüber neuen Aspekten und erkennt, welche Thematiken wichtig für den Befragten sind.
- **Steuerung:** Der Forscher kennt das Ziel seines Forschungsvorhabens und greift bei Themenabschweifungen steuernd ein.
- **Kritische Beurteilung:** Nicht alles Gesagte wird stumm hingenommen. Die Verlässlichkeit und Gültigkeit der Aussagen wird kontrolliert.
- **Erinnerung:** Merken von bereits Gesagtem, um Fragen nicht doppelt zu stellen und um Verbindungen zwischen den Aussagen herstellen zu können.

- **Interpretation:** Der Interviewer interpretiert die Ausführungen, um diese vom Experten bestätigen oder berichtigen zu lassen.³⁹⁴

Die Interviews begannen allesamt zunächst mit einleitenden Fragen nach spontan zu nennenden Schlagwörtern zum Beruf des Radiomoderators und Erfahrungen als bzw. mit Radiomoderatoren. Im Anschluss daran wurden die Fragen des Leitfadens gestellt, wobei die Reihenfolge variierte bzw. manche Fragen auf den jeweiligen Gesprächspartner abgestimmt wurden. Es passierte, dass Antworten zu anderen Fragen vorweggenommen wurden bzw. ein Themenblock angesprochen wurde, der eigentlich erst später abgefragt werden sollte, dann aber doch bereits früher vorgezogen wurde. Es kamen sowohl offene als auch geschlossene Fragen zur Anwendung, wobei stets bei Unklarheiten oder gewünschten Details nachgefragt wurde. Den Experten wurde in jedem Fall ausreichend Zeit zur Beantwortung der Fragen gegeben, um diese ausführlich beantworten zu können. Die Interviews dauerten zwischen 17 und 55 Minuten, wobei erwartungsgemäß das Interview mit Prof Treiber unter anderem aufgrund des narrativen Charakters am längsten gedauert hat.

6.4.5 Transkriptionen

Für eine umfassende Auswertung ist es im Vorfeld notwendig, das gesprochene Interview in eine schriftliche Form zu bringen – zu transkribieren. Ein Wortprotokoll ermöglicht, einzelne Aussagen in ihrem Kontext zu sehen und letztlich eine ausführliche Interpretation.³⁹⁵

Die Interviews wurden mit einem iPhone 5 aufgezeichnet. Dafür wurde die Applikation (App) „Reclouder“ verwendet, mit Hilfe dieser App wurden die Interviews im Anschluss auch transkribiert.

Meuser und Nagel halten beim Experteninterview aufwendige Notationssysteme für überflüssig. Pausen, Stimmlagen und sonstige nonverbale und

³⁹⁴ Vgl. Kassl, Siegfried: Expertenbefragung und Experteninterview als empirische Forschungsmethoden am Beispiel von Diplomarbeiten. Fachhochschul-Studiengang Internationale Wirtschaftsbeziehungen, Eisenstadt, Diplomarbeit, 2000, S. 48f.

³⁹⁵ Vgl. Mayring, Philipp: Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken, 4. Aufl. Weinheim, 1999, S. 68f.

parasprachliche Elemente müssen für die Interpretation nicht herangezogen werden.³⁹⁶ Aus diesem Grund wurden die vier Interviews dieser Untersuchung wortwörtlich transkribiert, ohne auf derartige Details einzugehen. Außerdem wurde in der Transkription auf „ahs“, „ähs“ und Ähnliches verzichtet.

Die Transkripte wurden nach Fertigstellung den Interviewten zur Autorisierung vorgelegt. Abgesehen von Veränderungen im Transkript durch Prof. Treiber, wurden die Restlichen originalgetreu übernommen. Die vier Interviews sind im Anhang unter Punkt 10.2. zu finden.

6.5 Quantitative Forschung: Befragung mittels Fragebogen

Ziel der quantitativen Forschung für die vorliegende Arbeit war, mit Hilfe der Fragebogen-Methode Informationen und Meinungen von möglichst vielen aktiven und ehemaligen Radiomoderatoren zu ihrem Beruf zu erhalten.

Beginnend mit den Ausführungen zur Fragebogen-Methode werden im Anschluss daran die Details zu der Untersuchung für diese Arbeit erläutert.

6.5.1 Die Fragebogen-Methode

Als kurze, prägnante Definition des Fragebogens kann Folgendes eingangs konstatiert werden: *"Der Fragebogen ist die schriftlich fixierte Strategie einer Befragung."*³⁹⁷ Ein großer Vorteil der Fragebogen-Methode ist, dass alle Befragten anhand der gleichen Merkmale oder Eigenschaften beurteilen, da es sprachlich klar strukturierte Vorlagen gibt.³⁹⁸

Zu beachten ist, dass beim Aufbau des Fragebogens sowohl auf logische als auch auf psychologische Aspekte geachtet werden soll. Als Einstieg sind Fragen, die das Interesse des Befragten wecken, sinnvoll. Zunächst muss ein guter Kontakt zum Befragten hergestellt werden, bevor heiklere und herausforderndere Fragen gestellt werden können. Es sollen Fragen zum gleichen Thema

³⁹⁶ Vgl. Meuser/Nagel, a.a.O., S. 83.

³⁹⁷ Atteslander, a.a.O., 1993, S. 189.

³⁹⁸ Vgl. Mummendey, Hans Dieter: Die Fragebogen-Methode. 4., unveränd. Ausgabe. Göttingen, 2003, S. 15.

nacheinander folgen, damit die befragte Person nicht zu oft zu Gedankensprüngen gezwungen wird. Zudem gilt, dass das Besondere nach dem Allgemeinen, das Unvertraute nach dem Vertrauten und das Komplizierte nach dem Einfachen abgefragt werden soll.³⁹⁹

Weitere Fragen, die für die Fragebogendramaturgie eine bedeutende Rolle spielen, sind:

- Fragen zum Abbau konventioneller Schranken
- Provokatorische Fragen
- Fragen mit Fallgruben/Kontrollfragen
- Funktionale Fragen wie Filterfragen, Ergänzungs- und Folgefragen, Kontakt- oder Einleitungsfragen, Trainings- und Ablenkungsfragen⁴⁰⁰

Wie der Fragebogen tatsächlich aufgebaut werden soll, hängt stark vom Untersuchungsgegenstand und dem Forschungsziel ab. Bei der Erstellung des Fragebogens ist wichtig, dass das Thema klar eingegrenzt wird und sich die Fragen nach den formulierten Forschungsfragen und Hypothesen richten. Die Fragen müssen klar geordnet sein, ein Überprüfen des Fragebogens mit Hilfe eines Vortests ist empfehlenswert und wurde auch im Rahmen dieser Untersuchung durchgeführt.⁴⁰¹

Während man in der Vergangenheit bei einer schriftlichen Befragung von einem postalischen Versand ausgegangen ist, werden Fragebögen heutzutage großteils per „elektronischer Post“ versandt – zumeist in Form eines Links auf den bei einem Server abgelegten Fragebogen. Als die bedeutendsten Vorteile von Internetbefragungen sind die geringen Erhebungskosten, der Wegfall der Dateneingabe aufgrund des direkten Einlesens in eine Datenbank und die schnelle Verfügbarkeit der Daten zu nennen.⁴⁰² Die schwerwiegendsten methodischen

³⁹⁹ Vgl. Atteslander, a.a.O., 1993, S. 190.

⁴⁰⁰ Vgl. Atteslander, a.a.O., 1993, S. 191.

⁴⁰¹ Vgl. ebenda, S. 190ff.

⁴⁰² Vgl. Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 13., neue bearb. und erweitert. Aufl. Berlin, 2010, S. 165f.

Probleme der internetgestützten Befragungen liegen in der Stichprobenziehung und in der Kooperation der Befragten.⁴⁰³

In diesem Zusammenhang besonders wichtig zu erwähnen ist, dass das Anschreiben und die erste Bildschirmseite des Online-Fragebogens dazu dienen, den Befragten zur Teilnahme zu motivieren. Auch wenn die Inhalte dafür eher kurz gehalten werden sollen, müssen dennoch der Gegenstand der Befragung, die durchführende Organisation und die Bedeutung der Teilnahme für den Befragten und/oder die durchführende Organisation deutlich erkennbar sein. Auch die ersten Fragen müssen gut durchdacht sein, denn sie sind verantwortlich, ob der Befragte kooperiert und den Fragebogen abschließt oder ein Abbruch hervorgerufen wird.⁴⁰⁴

6.5.2 Fragebogen-Konzeption

Nach der Analyse der Literatur zum Beruf des Radiomoderators wurden Fragen für den Fragebogen gesammelt. Dabei wurde besonders darauf geachtet, dass die Forschungsfragen und Hypothesen der vorliegenden Arbeit mit den Ergebnissen der Befragung beantwortet werden konnten. Zudem konnten einige Fragen aus dem Interview-Leitfaden in adaptierter Form übernommen werden. Die gesammelten Fragen wurden so formuliert, dass sie klar und konkret waren und richtig verstanden werden konnten. Im Anschluss daran wurden die jeweiligen Antwortmöglichkeiten ausgearbeitet und formuliert. Danach wurden die Fragen in die richtige Reihenfolge gebracht. Es wurde darauf geachtet, dass eine gute Durchmischung von geschlossenen und offenen Fragen gegeben war. Bevor die Eingabe der Fragen im Online-Tool passierte, wurde der Text für die Einleitung geschrieben.

Die Fragen wurden in folgende Frageblöcke eingeteilt und in der angeführten Reihenfolge abgefragt:

1. Fragen zur Anstellung

⁴⁰³ Vgl. Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung. 9., aktual. Aufl. München, 2011, S. 377.

⁴⁰⁴ Vgl. Schnell/Hill/Esser, a.a.O., S. 375.

2. Fragen zur Ausbildung
3. Fragen zu den Fertigkeiten, die ein Radiomoderator benötigt
4. Fragen zur Rolle des Radiomoderators
5. Fragen zur den Zukunftsperspektiven
6. Fragen zu den soziodemographischen Daten
7. Offene Frage: „Was wollen Sie noch mitteilen?“

Es handelte sich um 19 Fragen, die in einem Zeitrahmen von fünf bis sieben Minuten beantwortet werden konnten. Die Länge des Fragebogens wurde absichtlich eher kurz gehalten, um die Rücklaufquote durch eine rasche Teilnahmemöglichkeit zu begünstigen.

Während die Fragenblöcke drei bis fünf die Fragen zu den forschungsleitenden Fragestellungen und Hypothesen abdeckten, dienten die ersten beiden Fragenblöcke zum „Aufwärmen“.

Das Abfragen von soziodemographischen Daten ist am Ende des Fragebogens am sinnvollsten, da diese für die Befragten selbst nicht interessant sind, zudem werden etwas persönlichere Fragen am Schluss häufig besser toleriert.⁴⁰⁵

Sehr wichtig war die offene Frage zum Schluss, da davon ausgegangen werden konnte, dass die befragte Zielgruppe die Möglichkeit zur Meinungsäußerung außerhalb der abgefragten Inhalte schätzen und in Anspruch nehmen würde.

Der Fragebogen für die vorliegende Untersuchung wurde mit Hilfe des Softwarepakets SoSci Survey unter www.soscisurvey.de konstruiert. Mit diesem kostenlosen Paket wird die professionelle Durchführung einer Onlinebefragung für wissenschaftliche Zwecke unterstützt, und zwar angefangen mit der Erstellung eines Onlinefragebogens, dem Versand von Einladungen bis hin zum Herunterladen der Daten.⁴⁰⁶ Der Einleitungstext und die Fragen wurden wie geplant online eingespielt und Design, Logo und Impressum wurden festgelegt. Nachdem sämtliche Eingaben mehrmals geprüft wurden, war der Fragebogen fertig für den Pretest. Der finale Fragebogen ist im Anhang unter Punkt 10.3 zu finden.

⁴⁰⁵ Aschemann-Pilshofer, Birgit: Wie erstelle ich einen Fragebogen. S. 18, <http://www.aschemann.at/Downloads/Fragebogen.pdf> [12.04.2014].

⁴⁰⁶ SoSci Survey: Willkommen bei SoSci Survey, <https://www.soscisurvey.de/> [12.04.2014].

6.5.3 Pretest

Der Fragebogen sollte zuverlässig und valide sein. Dafür war neben der intensiven Sichtung der themenbezogenen Literatur und der bereits erhaltenen Informationen der Experten, die zu diesem Zeitpunkt bereits interviewt wurden, auch die Durchführung eines Vortests eine essentielle Grundlage. Ein solcher Pretest mit Teilnehmern aus der Zielgruppe kann Verständnisprobleme aufzeigen.

Aus diesem Grund wurde der fertige Fragebogen an einige, der Forscherin bekannten, Radiomoderatoren versandt. Tatsächlich ergaben sich aus den Pretests noch ein paar wichtige Änderungen im Fragebogen. Es wurden einige Fragen klarer formuliert, bei manchen Fragen wurden Antwortmöglichkeiten ergänzt und auch der Einleitungstext wurde konkreter verfasst. Nach der vollständigen Einarbeitung der Anmerkungen aus den Pretests war der Fragebogen fertig für den Versand.

6.5.4 Fragebogen-Adressaten

Der Fragebogen für diese Untersuchung sollte von zwei Gruppen ausgefüllt werden, und zwar von den aktiven Radiomoderatoren und denjenigen, die diesen Beruf zu einem früheren Zeitpunkt in Österreich ausgeübt haben. Dafür bedurfte es zweier unterschiedlicher Herangehensweisen für die Sammlung der Adressaten.

Zunächst wurde die bereits in Kapitel 6.2. beschriebene Liste sämtlicher aktiver Radiomoderatoren für den Versand herangezogen. Dabei anzumerken ist, dass nur jene Radiomoderatoren erfasst werden konnten, für die eine E-Mail-Adresse gefunden werden konnte. In einigen Fällen wurde die „office“-E-Mail-Adresse des jeweiligen Radiosenders verwendet. Die Anzahl von mehr als 400 E-Mail-Adressen aktiver Radiomoderatoren deutete jedoch darauf hin, dass ein Großteil erreicht werden konnte.

Im Zuge der Recherchearbeiten wurde auch eine Liste von ehemaligen Radiomoderatoren angefertigt. Zu den jeweiligen Namen wurde versucht, aktuelle Kontaktdaten zu eruieren. Es wurden einerseits einige aktuelle E-Mail-Adressen ausgeforscht, andererseits konnten viele ehemalige Radiomoderatoren im sozialen Netzwerk Facebook gefunden und somit kontaktiert werden. Zudem wurden

die aktiven Radiomoderatoren bei der Kontaktaufnahme ersucht, den Link des Fragebogens an bekannte ehemalige Moderatoren weiterzuleiten.

6.5.5 Fragebogen-Versand

Der Link zum Fragebogen wurde per E-Mail am 3. April 2014 – an dem Tag, an dem das Interview mit Dr. Ernst Swoboda durchgeführt wurde – an alle Radiomoderatoren von KRONEHIT und am 6. April 2014 an die restlichen aktiven und die ehemaligen Radiomoderatoren, von denen eine E-Mail-Adresse bekannt war, versandt. Im Laufe der nächsten Tage wurden mehrere (größtenteils ehemalige) Radiomoderatoren via Facebook kontaktiert und der Link zum Fragebogen übermittelt.

Der E-Mail-Text für den Versand des Links zum Fragebogen lautete wie folgt:

„Liebe ModeratorInnen von Radio XY,

*als Studentin am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Uni Wien schreibe ich gerade meine Magisterarbeit zum Thema ‚**90 Jahre Hörfunk in Österreich – Der Beruf des Radiomoderators im Wandel der Zeit**‘.*

Neben der Durchführung von Experten-Interviews habe einen Fragebogen erstellt, den ich an sämtliche aktive und einige ehemalige RadiomoderatorInnen in Österreich versende und hoffe, dass sich viele beteiligen werden. Hier ist der Link zum Fragebogen: <https://www.soscisurvey.de/radiomoderator/>

Ich bitte Sie, mich bei meiner Arbeit zu unterstützen und mir wenige Minuten Ihrer Zeit (ca. 5 min) zur Beantwortung des Fragebogens zu widmen.

Gerne können Sie den Link auch an RadiomoderatorInnen weiterleiten, die diesen Job nicht mehr machen, deren Aussagen aber dennoch für mich relevant sein könnten.

Vielen herzlichen Dank im Voraus!

Mit lieben Grüßen

Simone Mayerhofer“

Der Text für die ehemaligen Radiomoderatoren wurde geringfügig geändert und in adaptierter Form verschickt.

Ende April 2014 wurde zusätzlich ein E-Mail an den Großteil der bereits angeschriebenen Radiomoderatoren versandt, das sie an die Teilnahme an der Befragung – bis zum 10. Mai 2014 – erinnern sollte.

6.6 Auswertung

Bevor die Auswertungen der Experten-Interviews einerseits und die Auswertungen der abgeschlossenen Fragebögen andererseits im Detail erläutert werden, werden die Möglichkeiten der Auswertung von qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden aufgezeigt und die für diese Arbeit relevanten beschrieben.

Für die **Auswertung qualitativer Forschungsmethoden** gibt es verschiedene Interpretationstechniken, die nach dem theoretischem Ansatz und dem Forschungsinteresse variieren:

- komparative Kasuistik nach Jüttemann
- Typenkonstruktion nach Gerhardt
- objektive Hermeneutik nach Oevermann
- strukturelle Beschreibung nach Hermanns
- qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring
- strukturelle Rekonstruktion nach Bude⁴⁰⁷

In der vorliegenden Arbeit kommt die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring zur Anwendung. Mayring beschreibt die qualitative Inhaltsanalyse wie folgt:

„Qualitative Inhaltsanalyse will sprachliches Material, Texte systematisch analysieren, indem sie das Material zergliedert und schrittweise bearbeitet und indem sie im theoriegeleitet am Material entwickelten Kategoriensystem die Analyseaspekte vorher festlegt.“⁴⁰⁸

Die Inhaltsanalyse sollte anfangs als kommunikationswissenschaftliche Technik die Massenmedien systematisch auswerten, um ihre Wirkung auf die Gesellschaft feststellen zu können. Im Laufe der Zeit hat sie sich von einer quantitativen zu einer qualitativen Methode entwickelt.⁴⁰⁹ Die qualitative Inhaltsanalyse eignet

⁴⁰⁷ Vgl. Lamnek, a.a.O., S. 379.

⁴⁰⁸ Vgl. Mayring, a.a.O., S. 91.

⁴⁰⁹ Vgl. ebenda, S. 91.

sich also für die systematische, theoriegeleitete Textanalyse, wobei auch große Mengen bearbeitet werden können. Man unterscheidet zwischen drei verschiedenen Grundformen des Kategorienschemas:

- *Zusammenfassung*: Ziel ist es, das Material derart zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben.
- *Explikation*: Ziel ist es, mit Hilfe von zusätzlichem Material einzelne Textpassagen näher zu erklären und auszudeuten.
- *Strukturierung*: Ziel ist es, eine bestimmte Struktur aus dem Material herauszufiltern oder eine Einschätzung aufgrund bestimmter Kriterien vorzunehmen.⁴¹⁰

Die vorliegende Untersuchung bedient sich der Grundform der Strukturierung. Es wurden jene Aussagen der Experten herausgearbeitet, die zur Beantwortung der Forschungsfragen und Hypothesen relevant sind. Die jeweiligen Aussagen wurden den Forschungsfragen und Hypothesen zugeordnet und ausführlich erläutert.

Die **Auswertung** der Daten **quantitativer Forschungsmethoden** wird in vier Schritten vorgenommen:

1. *„Kodierung und Datenübertragung*
2. *Fehlerkontrolle, eventuelle Fehlerbereinigung, Ausschluss fehlerhafter und fehlender Angaben (,missing values‘)*
3. *Umformung von Variablen (Rekodierung), Neubildung von Variablen, Indizes und Skalen (Variablentransformation)*
4. *Statistische Analyse von Verteilungen und Zusammenhängen (univariat, bivariat, multivariat)*⁴¹¹

Grundsätzlich wird die Datenanalyse fast ausschließlich am Computer durchgeführt. Zunächst werden die Informationen aus den Fragebögen in einen Datenfile übertragen.⁴¹² Im Fall der vorliegenden Untersuchung ist dieser Arbeitsschritt bereits im Softwarepaket SoSci Survey inkludiert, die Daten können unkompliziert in einem Excel-File heruntergeladen werden. Eine Fehlerkontrolle ist

⁴¹⁰ Vgl. Mayring, a.a.O., S. 91ff.

⁴¹¹ Diekmann, a.a.O., S. 547.

⁴¹² Vgl. ebenda, S. 548f.

dennoch unverzichtbar und auch der Ausschluss fehlerhafter und fehlender Angaben ist notwendig. Nach Abschluss der Variablentransformation geht es um die umfangreiche statistische Datenanalyse. Dabei sind drei Arten von Statistiken zu unterscheiden:

- Univariate Statistik für Verteilungen, Mittelwerte, Streuungen
- Bivariate Statistik für Zusammenhänge zwischen zwei Variablen
- Multivariate Statistik für Zusammenhänge zwischen mehr als zwei Variablen⁴¹³

Die für die vorliegende Untersuchung ausgefüllten Fragebögen wurden univariat bzw. bivariat analysiert. Auch bei diesen Auswertungen wurde darauf geachtet, dass Antworten auf die Forschungsfragen und Hypothesen lukriert werden konnten.

6.6.1 Auswertung der Experten-Befragungen

Die vier Interviews mit den Experten wurden mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet. Die wichtigsten Aussagen werden im Folgenden den jeweiligen Forschungsfragen und Hypothesen zugeordnet und erläutert.

Forschungsfrage 1: Spielt die Ausbildung eines Radiomoderators heute eine bedeutendere Rolle als in den frühen Jahren des Hörfunks?

Mag. Karl Amon konstatiert, dass das Grundlagenprofil eines Radiomoderators eher gleich geblieben ist. Bezüglich der Ausbildung meint er, dass es vor 50 Jahren nur wenige Radiomoderatoren mit einer akademischen Ausbildung gab, während heutzutage die nichtakademische oder zumindest Matura-Ausbildung eine Ausnahme darstellt.⁴¹⁴

Was die technischen Fertigkeiten anbelangt, so meint Amon, dass diese eine größere Rolle spielen als früher – es wäre *„ein Unterschied wie zwischen*

⁴¹³ Vgl. Diekmann, a.a.O., S. 555ff.

⁴¹⁴ Vgl. Interview mit Mag. Karl Amon am 7. Mai 2014, siehe Anhang 10.2.4, S. 210-215.

Pferdekutsche und Flugzeug“. Wichtig für Radiomoderatoren sind im technischen Umfeld Neugierde und Weiterentwicklung.⁴¹⁵

Prof. Alfred Treiber merkt grundsätzlich an, dass der Moderator in den frühen Jahren des Hörfunks „nur“ moderiert hat, da die kompliziertere Technik einen Tonmeister und eventuell auch einen Assistenten erfordert hat. Heute muss der Moderator, der vor einem voll digitalisierten Tisch sitzt, alles selbst machen. Er meint allerdings, dass dies bei Ö1 auch heute noch etwas anders sei, da die Technik aufgrund der Qualitätsansprüche komplizierter und die Mitarbeiter noch traditionsverhafteter seien.⁴¹⁶

Bei der Beantwortung dieser Forschungsfrage unterscheidet Treiber zwischen Moderatoren einer Wissenschaftssendung und Unterhaltungsmoderatoren – er nennt dabei Ö3-Moderatoren und Moderatoren von Kommerzsendern. Treiber hält fest, dass die Quantität dessen, was der Moderator produzieren muss, gestiegen ist, genauso wie die Hektik und der Erfolgsdruck. Früher haben die Chefs bestimmt, wer gut ist und moderieren soll. Das Publikum spielte kaum eine Rolle. Dies hat sich jedoch im Laufe der Zeit – als mit dem Programm Geld verdient werden musste – geändert. Allerdings ist er der Meinung, dass der Job eines Unterhaltungsmoderators *„auch von Leuten mit einer weniger hohen Intelligenz zu bewältigen“* sei, da die Technik so einfach geworden ist. *„Das ist nur ein bisschen Übungssache.“*⁴¹⁷

Was die Frage nach der schulischen bzw. universitären Ausbildung anbelangt, erzählt Alfred Treiber von seinem Einstieg beim Radio. Er hatte mehrere Jahre journalistische Erfahrung, in erster Linie musste damals aber gezeigt werden, dass dieses Wissen radiogemäß umgesetzt werden konnte. Sein Glück war, dass ein Radio-Moderator für eine neue Sendung gesucht wurde. Ansonsten war es eher so, *„dass die Leute nach politischen oder verwandtschaftlichen Kriterien*

⁴¹⁵ Vgl. Interview Amon, 7. Mai 2014.

⁴¹⁶ Vgl. Interview mit Prof. Alfred Treiber am 28. März 2014, siehe Anhang 10.2.1, S. 186-193.

⁴¹⁷ Vgl. ebenda.

untergebracht worden sind“, und viele dieser Personen waren bis zu ihrer Pensionierung im Hörfunk tätig, auch wenn sie sich nicht bewährt hatten.⁴¹⁸

Die Auswahlkriterien waren in den früheren Radiojahren nicht so streng. Heutzutage ist ein Maturaabschluss der Regelfall. Eine akademische Ausbildung bzw. einen Universitätsabschluss sieht Treiber als nicht erforderlich. Denn: *„ich kenne so viele Idioten, die Doktoren sind, und ich kenne genug Studienabbrecher, ich bin selbst einer, die genug wissen“*.⁴¹⁹

Heute müssen Bewerber ihr Wissen und Können in Hearings und Assessment Center beweisen:

*„Dort sitzen dann rund ein Dutzend ORF-Angestellte und die beurteilen mit mehreren Prüfungsblöcken die Leute, ihr Wissen, ihr Auftreten, ihre Stimme und so weiter. Wenn man von jemandem geglaubt hat, dass er für einen bestimmten Bereich geeignet ist, dann hat der oder die ein Praktikum bekommen. Die sind dann ein Monat oder zwei, manche auch länger, mitgelaufen, haben einen Profi zugeteilt bekommen und gelernt. Dann hat man gesehen, ob man ihn nehmen will oder nicht.“*⁴²⁰

Als Voraussetzung für die Ausübung des Berufs des Radiomoderators sieht Treiber eine Sprach- oder Sprechausbildung. Er stellt fest, dass die Zeiten, in denen Leute mit gravierenden Sprachfehlern berühmt geworden sind, vorbei sind. Als Beispiel nennt er an dieser Stelle Reich Ranicki. Ein anderes Kapitel sei allerdings, dass es berühmte Menschen gibt, die trotz sprachlicher Mängel im Radio oder im Fernsehen auftreten dürfen. Und bei Ö3 oder einem Kommerzsender muss seiner Meinung nach der *„Spaß- oder Kasperlfaktor“* groß genug sein.⁴²¹

Dr. Ernst Swoboda hält fest, dass der Beruf des Radiomoderators genauso wie das Medium Radio einen Wandel durchgemacht hat. Früher hat der Radiomoderator als Nachrichtensprecher Nachrichten verlesen und Hintergrundberichte abgeliefert. Seitdem das Radio seine Informationsfunktion an andere Medien

⁴¹⁸ Vgl. Interview Treiber, 28. März 2014.

⁴¹⁹ Vgl. ebenda.

⁴²⁰ Ebenda.

⁴²¹ Vgl. ebenda.

verloren hat und zum Unterhaltungsmedium und Begleiter geworden ist, ist es die Aufgabe des Moderators, dass er begleitet und unterhält – im Gegensatz zu oberlehrerhaften Erzählungen. Dies verlangt seiner Meinung nach ganz andere Typen von Menschen. Außerdem ist der Moderator von heute über die Homepage oder auf Partys und Events sichtbarer als früher. Für Swoboda hat sich der Radiomoderator vom Nachrichtensprecher zum Entertainer entwickelt.⁴²²

„Da gibt’s ja diesen lustigen, diesen Song ‚Video killed the radio star‘. Ich sage immer, es hat ihn nicht gekillt, sondern es hat aus dem Nachrichtensprecher den Entertainer gemacht.“⁴²³

Bezüglich der Ausbildung ist für Swoboda klar, dass Volksschulabbrecher nicht optimal für den Beruf des Radiomoderators geeignet sind, *„weil dann wahrscheinlich irgendwelche Fähigkeiten beim Lernen und Aufnehmen und so weiter nicht da sind“*. Aber *„jeder, der eine Grundintelligenz hat und der bereit ist, zu lernen und dem man das zutraut und der aktiv ist, kann das grundsätzlich machen“*.⁴²⁴

Laut Swoboda gibt es kaum Ausbildungsmöglichkeiten fürs Radio. Die wenigsten Bewerber bringen die erforderlichen Ausbildungen, Fertigkeiten und Kenntnisse mit. Seiner Meinung nach kommt es *„für den Anfang in Wahrheit immer auf persönliche Eigenschaften an und sonst gar nix“*. Als wichtigste Eigenschaften nennt Swoboda Aufgeschlossenheit, Offenheit, Extrovertiertheit, Lernfähigkeit und die Bereitschaft, sich zu engagieren. Viele Radiomoderatoren starten ihre berufliche Laufbahn mit Praktika bei Radiosendern in Form von *„Training on the job“*. Was die technischen Fertigkeiten anbelangt, so wird heutzutage ein technisches Grundwissen vorausgesetzt, dieses wird allerdings bei der Bewerbung nicht abgefragt. Und egal, ob die technischen Geräte heute komplizierter oder weniger kompliziert sind als vor 50 Jahren, der Radiomoderator kann heute wahrscheinlich genauso viel anstellen wie früher, sagt Swoboda.⁴²⁵

⁴²² Vgl. Interview mit Dr. Ernst Swoboda am 3. April 2014, siehe Anhang 10.2.2, S. 193-202.

⁴²³ Ebenda.

⁴²⁴ Vgl. ebenda.

⁴²⁵ Vgl. ebenda.

Von größerer Bedeutung als die Vorbildung ist für Swoboda die Weiterbildung im Berufsleben, denn die ist heutzutage wesentlich intensiver und bedeutender als sie früher war. Heute ist es viel wichtiger als in den frühen Jahren des Hörfunks, ein optimales Ergebnis rüber zu bringen:

„In einer Situation, wo sie nur Radio gehabt haben und sonst keine anderen Medien, die informiert haben, war es egal, ob jetzt ein lispelnder News-Sprecher dort sitzt und ihnen etwas erzählt, vollkommen egal. Da ging’s um den Inhalt, da ging’s um den Content. Heute geht’s schon sehr stark, darum, wie wird das präsentiert, und in Wahrheit ist die Aufgabe von den Menschen, die beim Radio arbeiten, Radiomoderatoren insbesondere, aber auch etliche, die im Hintergrund arbeiten, wahnsinnig schwierig.“⁴²⁶

Auch **Patrick Lynen** weist darauf hin, dass sich der Beruf des Radiomoderators zum Teil massiv gewandelt hat. Er spricht dabei insbesondere die letzten 20 bis 25 Jahre an:

„Damals war Radio ja im Grunde ein Produkt von größter Individualität. Menschen haben ihre Sendungen weitgehend nach ihrem persönlichen Gusto, nach ihrem Gutdünken gestaltet und haben dem Sendetitel und der Sendung meistens auch einen Stempel aufgedrückt. Das war ja, sag ich mal, das Radio in der Vergangenheit, da gab’s noch Sendungen mit klaren Aussagen, mit ja, ich würd mal sogar sagen, ausdrucksstarken Moderatoren.“⁴²⁷

Seiner Meinung nach hatten die Radiomoderatoren noch mehr Freiräume. Vor 20 Jahren wurde eher eine extreme Darstellung seiner Persönlichkeit verlangt, eine deutlichere Selbstoffenbarung und eine größere Personality, also eher prägend. Heute gibt es klare Vorgaben, klare Formate, klare Zutaten, klare Rezepte, die immer wieder gleich zusammengerührt werden. Der Radiomoderator von heute soll den Formaten dienen, dem Gedanken der Welle dienen und stromlinienförmig funktionieren. Als Ausnahme dabei sieht Lynen die Morgensendung, wo „*einzelne Persönlichkeiten geduldet werden*“, weil man erkannt hat, dass es am Morgen nicht ohne Persönlichkeiten geht. In der Tagesfläche sei jedoch die

⁴²⁶ Interview Swoboda, 3. April 2014.

⁴²⁷ Interview mit Patrick Lynen am 17. April 2014, siehe Anhang 10.2.3, S. 202-210.

Selbstoffenbarung der Radiomoderatoren für viele Programmdenker eher störend und nicht erwünscht.⁴²⁸

Lynen hält aber auch fest, dass sich die Herausforderungen für den Moderationsberuf im Laufe der Zeit nicht groß geändert haben. Folgende Kompetenzen sollte sich ein zukünftiger Radiomoderator im Zuge seiner Ausbildung aneignen:

- Allgemeinbildung
- Technische Kompetenzen: die Moderatoren müssen heutzutage auch immer automatisch die Technik bedienen
- Journalistische Kompetenzen, wie z. B. Wissen über Gesprächsführung
- Sprachliche Kompetenzen: Wissen, wie man mit Sprache umgeht
- Stimmliche Kompetenzen: Wissen, wie man mit der Stimme umgeht
- Kommunikative Kompetenzen
- Musikalische Kompetenzen
- Kreative Kompetenzen⁴²⁹

Forschungsfrage 2: Bedarf es einer profunden akademischen Ausbildung oder genügen ein solides Wissen über das journalistische Handwerkzeug und ein „loses Mundwerk“, um als Moderator im Radio erfolgreich zu sein?

Sowohl Amon, Treiber als auch Swoboda sind der Meinung, dass eine akademische Ausbildung nicht notwendig ist, um als Radiomoderator erfolgreich zu werden.⁴³⁰ Auch im Gespräch mit Lynen war keine Rede von der Notwendigkeit einer akademischen Ausbildung.⁴³¹ Allerdings sind sich Amon und Swoboda einig, dass diese nicht schaden würde.⁴³²

Die entscheidenden Kriterien, die ein Radiomoderator erfüllen muss, sind für **Amon** ein großes, hervorragendes Nervenkorsett, eine große Persönlichkeit, die

⁴²⁸ Vgl. Interview Lynen, 17. April 2014.

⁴²⁹ Vgl. ebenda.

⁴³⁰ Vgl. Interview Amon, 7. Mai 2014 und Interview Treiber, 28. März 2014 und Interview Swoboda, 3. April 2014.

⁴³¹ Vgl. Interview Lynen, 17. April 2014.

⁴³² Vgl. Interview Amon, 7. Mai 2014 und Interview Swoboda, 3. April 2014.

sich nicht aus der Ruhe bringen lässt und mit dem Publikum mitdenkt und eine gute, klare, verständliche Sprache. Ein guter Radiomoderator *„muss Frau oder Herr im Studio sein und darf sich durch nichts irritieren lassen.“* Wichtig dabei ist, dass diese Persönlichkeit zur Zielgruppe des Senders passt, denn jede Zielgruppe hat spezifische Vorlieben und Wünsche, auch was die Moderationslängen, Stimmen, Wortwahl und Textinhalt betrifft.⁴³³

Amon würde einem jungen Menschen, der den Beruf des Radiomoderators ergreifen möchte, ein Fachstudium wie Wirtschaft, Geographie, Geschichte, Kunstgeschichte oder die Filmakademie empfehlen, denn im Berufsleben bleibt kaum Zeit für wissenschaftliche Weiterbildung. Zu einem Publizistikstudium rät er in Form eines Zweitstudiums, wenn Zeit bleibt.⁴³⁴

Swoboda erzählt, dass manchmal eine der wesentlichsten ersten Maßnahmen, die man bei zukünftigen Moderatoren setzen muss, ist, Ausbildung wieder weg zu kriegen. Als Beispiel nennt er die Sprache. Wenn jemand in einer Privatschule gelernt hat, *„sehr schön Deutsch zu sprechen“*, dann muss man ihm beibringen, so zu sprechen *„wie ein Normaler“*, denn ansonsten kommt das furchtbar beim Hörer rüber. Eine solche Sprechausbildung wird bei KRONEHIT angeboten, diese ist keine Voraussetzung. Für Swoboda reicht allerdings ein loses Mundwerk nicht aus, seiner Meinung nach bedarf es persönlicher Freude, Engagement, Kreativität, Extrovertiertheit, usw. Was für den Erfolg eines Radiomoderators ebenfalls wichtig ist, ist eine charakteristische Stimme.⁴³⁵

Treiber konstatiert, dass es bei der Ausübung des Berufs des Radiomoderators *„nicht in erster Linie darum geht, was man schon weiß, sondern dass man weiß, wie man es sich aneignet und wie man es akustisch umsetzt“*. Hart formuliert er: *„Der Moderator kann auch ein Idiot sein, der Journalist nicht.“* Dies sei allerdings vereinfacht gesagt, denn *„ganz blöd kann auch ein Moderator nicht sein, er muss schon wissen, was er tut“*. Der Unterhaltungsmoderator soll seiner Ansicht nach

⁴³³ Vgl. Interview Amon, 7. Mai 2014.

⁴³⁴ Vgl. ebenda.

⁴³⁵ Vgl. Interview Swoboda, 3. April 2014.

gute Laune verbreiten und einen gewissen Schmah haben, den eine Mehrzahl von Leuten goutiert.⁴³⁶

Für **Lynen** sind die Kompetenzen, die bereits in der Beantwortung auf die Forschungsfrage 1 angeführt wurden, ausschlaggebend für den Erfolg eines Radiomoderators. Zudem bedarf es seiner Meinung nach für eine Moderationskarriere einer gehörigen Portion Ausdauer. Und etwas kann er aus eigener Erfahrung berichten:

„[...] Flexibilität ist ganz wichtig, dass man auch sehr gut unter Druck funktioniert, dass man unter Stress funktioniert, wie auch oft unchristliche Arbeitszeiten, die da eine Rolle spielen, weil man hat entweder die Morgensendung, und dann steht man morgens um drei oder um vier auf und meistens bereitet man am Nachmittag noch mal vor für die Frühsendung am nächsten Morgen, oder man hat auch mal eine Abendsendung oder eine Nachtsendung. Das ist ja alles relativ anstrengend, so ein Job als Moderator und das geht ja oft über Jahre so, dass man dann über Jahre jeden Morgen die Frühsendung macht, oder jede zweite Woche und das ist schon sehr kräftezerrend.“⁴³⁷

Den klassischen, vorgeschriebenen Ausbildungsweg gibt es für Lynen nicht. Man sollte versuchen, „irgendwie reinzukommen“, beispielsweise über Praktika, Beiträge, Töne oder Redaktionstitel, und sich dann eine journalistische Basis erarbeiten. Eine klassische Moderatorenausbildung gibt es nicht, denn Versuche dahingehend haben sich als nicht erfolgreich herausgestellt. Lynen erklärt das mit dieser Metapher: „man kann auch Profisportler oder Spitzensportler nicht ausbilden, man kann sie allenfalls fördern“. Im Übrigen würde er einem jungen Menschen gar nicht mehr empfehlen, beim Radio zu arbeiten, da einerseits die Budgets der Radiosender niedriger und andererseits die Ausbildungsmöglichkeiten – vor allem bei den Privatsendern – schlechter werden. Für Lynen ist das Radio ein sehr altes, bereits zurückgehendes, schrumpfendes Medium. Er sieht die Zukunft im Internet, der „visionärsten und zukunftsgewandtesten“ Variante.⁴³⁸

⁴³⁶ Vgl. Interview Treiber, 28. März 2014.

⁴³⁷ Interview Lynen, 17. April 2014.

⁴³⁸ Vgl. ebenda.

Hypothese 1: Heute und in Zukunft wird vom Radiomoderator ein breiteres Wissen – sowohl in Bezug auf die eigentliche Moderation und Präsentation im Radio als auch auf technische Fertigkeiten – und eine höhere Allgemeinbildung gefordert als dies in den früheren Zeiten des Radios der Fall war.

Während der Radiomoderator früher lediglich Nachrichtentexte verlesen und „nur“ moderiert hat, muss der Moderator heutzutage viele verschiedene Aufgaben erfüllen. Daraus lässt sich die Notwendigkeit eines breiteren Wissens ableiten. Der Radiomoderator muss einerseits die Technik beherrschen, auch wenn diese in den letzten Jahrzehnten einfacher geworden und mit ein wenig Übung bewältigbar ist. Andererseits muss er viele unterschiedliche Kompetenzen, wie zum Beispiel journalistische Fertigkeiten, kommunikative und musikalische Kompetenzen, vorweisen können. Viele dieser geforderten Kompetenzen können allerdings nur selten in der Schule bzw. einer Universität erlernt werden.

Wichtig ist, dass sich der angehende Moderator eine breite Allgemeinbildung aneignet, wo er das tut, spielt eine untergeordnete Rolle. Die Auswahlverfahren bei Radiosendern sind heute wesentlich diffiziler als sie es früher waren. Je mehr Berufserfahrung ein junger Mensch in einem Radiosender sammeln kann, umso schneller kommt er seinem Ziel, als Moderator erfolgreich zu werden, näher. „Training on the job“, ständige Weiterbildung und Neugierde sind einige Schlagworte, die an dieser Stelle zu nennen sind. Praktika sind dabei sehr hilfreich.

Besonders wichtig ist zudem die Stimme. Mit einer charakteristischen Stimme hat man in jeden Fall einen großen Vorteil. Die Stimme, aber auch die Sprache, können allerdings auch ausgebildet werden. Diese Ausbildung ist für zukünftige Moderatoren empfehlenswert, sie wird jedoch häufig auch von Radiosendern angeboten, sodass eine Vorbildung nicht unbedingt erforderlich ist.

Neben dem breiteren Wissen, das ein Radiomoderator von heute mitbringen muss, sind auch gewisse Charaktereigenschaften gefragt: er sollte extrovertiert, offen, aufgeschlossen, kreativ, flexibel, anpassungsfähig stressresistent und ausdauernd sein und sich durch nichts aus der Ruhe bringen lassen können. Zudem muss er Freude an der Arbeit haben, denn er würde den Job ansonsten

nicht lange machen können, und auch der Hörer würde es bemerken, wenn dies nicht der Fall wäre.

Forschungsfrage 3: Wird der Radiomoderator in Zukunft eine Schlüsselfigur im Hörfunk darstellen oder wird man auf ihn weitgehend verzichten können?

Alfred Treiber ist der Meinung, dass der Radiomoderator in einem Unterhaltungssender eine unheimlich große Bedeutung hat und diese noch weiter steigen wird, da das Bemühen nach mehr Publikum präsent ist. Diese Moderatoren müssen seiner Ansicht nach sehr gut sein, sonst werden sie sehr schnell ausgetauscht. Sie müssen *„immer ausgefallener und verrückter werden, wobei es nur darauf ankommt, dass die Massen glauben, dass der Moderationskasperl irrsinnig lustig und gut ist“*.⁴³⁹

Für **Ernst Swoboda** ist der Moderator ebenfalls ein ganz wesentliches Kernelement.

*„[...] wenn sie einen Musikdienst anbieten wollen, dann brauchen sie keinen Moderator. Wenn sie Radio anbieten wollen, dann ist das ein Kernelement dessen, was wir vermitteln, das ist eben ein Teil der Seele dieses Mediums, wenn man's so formulieren will – und unterscheidet es eben dann von einer, um es jetzt nochmals so pathetisch zu sagen, einer seelenlosen Musikabspielstation.“*⁴⁴⁰

Auch **Karl Amon** ist überzeugt: *„Ohne die geht's nicht.“*⁴⁴¹

Patrick Lynen ist etwas skeptischer, da die Konkurrenz, die auf das „alte“ Radio einwirkt, immer größer wird, und zwar in Form von Hybrid-Radios oder iTunes-Radio, Spotify, etc., die auch ohne Moderation sehr gut auskommen. Allerdings kommt das klassische UKW-Radio nicht ohne Moderation aus. Aus diesem Grund sieht er schon den Bedarf an Radiomoderatoren, die vor allem im öffentlich-rechtlichen Bereich als Schlüsselfiguren fungieren. Aber auch eine

⁴³⁹ Vgl. Interview Treiber, 28. März 2014.

⁴⁴⁰ Interview Swoboda, 3. April 2014.

⁴⁴¹ Interview Amon, 7. Mai 2014.

„dienende“ Moderation ist für einen Radiosender eine Schlüsselfunktion. Seiner Meinung nach ist allerdings *„die Güte des Menschen, der da sitzt, nicht mehr so grandios ist, wie es vielleicht vor 20 Jahren mal war“*.⁴⁴²

Hypothese 2: Der Radiomoderator wird in Zukunft auch weiterhin einer der Protagonisten eines Radiosenders und als „On air-Personality“ für die Erfolgsquote mit verantwortlich sein.

Für **Amon** sind On air-Personalities ein Muss für jeden Radiosender, denn ohne die geht's seiner Meinung nach nicht.⁴⁴³ **Treiber** sieht dies etwas differenziert. Für einen Unterhaltungssender sind Persönlichkeiten von entscheidender Bedeutung, für einen Kultursender weniger, denn da sind die Inhalte die Stars.⁴⁴⁴

Swoboda hält fest, dass Moderatoren in jedem Fall Persönlichkeit entwickeln sollen, denn jeder Sender braucht Personalities. Sie sollen für die Hörer nicht nur Stimmen, sondern Menschen werden und Emotionen wecken. Je greifbarer ein Moderator für den Hörer wird, umso enger kann die Verbindung werden.⁴⁴⁵ Allerdings ist er überzeugt, dass es nicht an einzelnen Persönlichkeiten liegt, warum sich ein Hörer für einen bestimmten Sender entscheidet:

*„Die Zeiten, wo Radiosender an einzelnen Persönlichkeiten gehangen sind, also wo es halt einen gegeben hat, den Star, was weiß ich und der hat eine Show gemacht und das hat so und so viele Millionen dorthin gelockt, die sind zumindest in Europa, glaub ich, vorbei. Es hört keiner Radio oder keiner, keiner ist immer zu absolut, aber die Menschen hören heute nicht mehr Radio, weil dort der Herr Sowieso, die Frau Sowieso moderiert, sondern sie hören Radio, weil das mein Sender ist, mit dem ich verbunden bin. Und super, dass ich den/die dort wieder treffe.“*⁴⁴⁶

Lynen, der selbst Verfechter der Radio Personality ist, zeichnet für die Zukunft ein gänzlich anderes Bild. Er geht davon aus, dass sich die Radiomärkte in

⁴⁴² Vgl. Interview Lynen, 17. April 2014.

⁴⁴³ Vgl. Interview Amon, 7. Mai 2014.

⁴⁴⁴ Vgl. Interview Treiber, 28. März 2014.

⁴⁴⁵ Vgl. Interview Swoboda, 3. April 2014.

⁴⁴⁶ Ebenda.

Deutschland, in der Schweiz und auch in Österreich in Richtung des Radiomarktes in den USA bewegen wird, auch wenn die Veränderung vielleicht erst in 10 bis 15 Jahren zu sehen sein werden.⁴⁴⁷

„Wenn Sie momentan in den Staaten in einem großen oder kleineren Radiomarkt Radio hören, dann ist es eine minimalistische Veranstaltung. Da gibt es ganz wenige Live-Anteile, da gibt es nur mehr ganz wenige Persönlichkeiten, und die Qualität der Leute, die dort Radio machen, journalistisch wie moderativ, was am Ende das Gleiche ist, hat deutlich nachgelassen.“⁴⁴⁸

Schuld daran sind seiner Meinung nach sowohl technische und finanzielle Gegebenheiten, die den Radiomarkt unter Druck geraten lassen, als auch Veränderungen der Medienwelt. Diese Rahmenbedingungen schaffen nur wenig Raum für gute, pointierte Moderatoren.⁴⁴⁹

Hypothese 3: Die Bedeutung des Radiomoderators nimmt in Zukunft zu den Tagesrandzeiten ab.

Alfred Treiber und Patrick Lynen bestätigen diese Hypothese.⁴⁵⁰ **Treiber** ist davon überzeugt, dass man zu den Tagesrandzeiten auf den Radiomoderator verzichten kann und auch aus Kostengründen verzichten muss. Ausnahmen kann es seiner Meinung nach nur aus sozialen oder Marketing-Überlegungen geben.⁴⁵¹

Lynen stellt in Zusammenhang mit den Tagesrandzeiten fest:

„Das ist ja in vielen Fällen jetzt schon so, also wenn Sie schauen, dass bei vielen Privatsendern abends ab 20 Uhr schon seit langer Zeit keiner mehr live sitzt, sondern dass die meisten Sendungen da längst vorproduziert wurden irgendwann am Tag, oder auch Nonstop Musik läuft, und auch bei kleineren Radiosendern ist das selbstverständlich mittlerweile abends, dass da nur mehr Musik läuft, weil man

⁴⁴⁷ Vgl. Interview Lynen, 17. April 2014.

⁴⁴⁸ Ebenda.

⁴⁴⁹ Vgl. ebenda.

⁴⁵⁰ Vgl. Interview Treiber, 28. März 2014 und Interview Lynen, 17. April 2014.

⁴⁵¹ Vgl. Interview Treiber, 28. März 2014.

*diese Zeiten einfach nicht mehr mit einem Moderator gegenfinanziert bekommt, weil da Fernsehen am Abend natürlich sehr stark ist.*⁴⁵²

Amon und Swoboda sind hier anderer Meinung. Sie bieten speziell jungen, unerfahrenen Moderatoren die Möglichkeit, in der Nacht erste Moderationserfahrungen zu sammeln.⁴⁵³

Swoboda konstatiert, dass sich KRONEHIT vom iPod unterscheiden will. Dabei spielt der Moderator die ganz große Rolle.⁴⁵⁴ Für Swoboda gibt es

*„keine Randzeit, wo ich jetzt sage, da spar ich mir den Moderator, das ist völlig absurd. Dann gebe ich Radio auf. Es gibt auch andere Angebote natürlich, Musikdienste gibt es, oder alles Mögliche, bieten wir auch an. Aber Radio verlangt Moderatoren, ist so.“*⁴⁵⁵

Dass Radiomoderatoren zu den Tagesrandzeiten immer häufiger eingespart werden, ist für **Amon** eine Folge der Sparmaßnahmen, die bei Privatsendern früher greifen und notwendiger sind als beim ORF. Obwohl auch die ORF-Radiomacher von der Sparnotwendigkeit betroffen sind, können sie noch mehr Rücksicht auf das Publikum nehmen.⁴⁵⁶

*„[...] mir sind auch 5.000 Menschen irrsinnig wichtig, darum senden wir bei all unseren Radiosendern bis nach Mitternacht Vollprogramm.“*⁴⁵⁷

Forschungsfrage 4: Welche Rolle wurde/wird dem Radiomoderator einst und jetzt in Bezug auf die Rezipienten des Mediums Radio zugesprochen?

Treiber ist der Ansicht, dass sich bezüglich der Rolle des Radiomoderators vom Prinzip her im Laufe der Zeit nichts geändert hat.⁴⁵⁸

⁴⁵² Interview Lynen, 17. April 2014.

⁴⁵³ Vgl. Interview Amon, 7. Mai 2014 und Interview Swoboda, 3. April 2014.

⁴⁵⁴ Vgl. Interview Swoboda, 3. April 2014.

⁴⁵⁵ Ebenda.

⁴⁵⁶ Vgl. Interview Amon, 7. Mai 2014.

⁴⁵⁷ Ebenda.

⁴⁵⁸ Vgl. Interview Treiber, 28. März 2014.

„Man redet heute noch vom ‚Bastelonkel Grisseemann‘ der alten, der uralten RAVAG. Wenn man sich ihn anhört, weiß man schon warum. Auch der Englischlehrer der Nation, McCallum, war eine legendäre Figur. Die haben eine ganz entscheidende Rolle gespielt, weil bei diesen Sendern – ich nenne sie die Kraut und Rüben-Sender – war zwischen diesen Sendungen das Programm unsäglich schlecht, im Großen und Ganzen ganz uninteressant.“⁴⁵⁹

Im Grundprinzip ist die Aufgabe des Moderators einer Unterhaltungssendung oder einer Wissenschaftssendung laut Treiber immer gleich geblieben: *„Der eine musste gefallen und der andere musste glaubhaft vermitteln.“* In erster Linie muss der Moderator eines Unterhaltungssenders Hörer an sich binden, und zwar mit den Mitteln der meist oberflächlichen Unterhaltung. Dabei muss er einen mehrheitsfähigen Schmah haben.⁴⁶⁰ Der Moderator eines Journals hat andere Aufgaben:

„Der muss seine Inhalte, die ja häufig nicht seine sind, sondern der moderiert ja Beiträge von anderen Journalisten, glaubhaft rüberbringen. Die Leute müssen den Eindruck haben, das ist seriös und wahr und richtig. [...] Da ist der Moderator auch nicht so wichtig. [...] Der Moderator oder Präsentator soll dazwischen nicht besonders stören, sondern glaubhaft wirken. Glaubhaft insofern, dass er keine Witze reißt und im Gegensatz zu einem Unterhaltungsmoderator nicht seine persönliche Meinung zum Ausdruck bringt, sondern möglichst distanziert die Informationen, die er im Rucksack hat, den Leuten vermittelt.“⁴⁶¹

Die Bedeutung eines Moderators eines Unterhaltungssenders ist laut Treiber ungleich größer als die Bedeutung eines Moderators eines Kultursenders.⁴⁶²

Für **Amon** sind die Radiomoderatoren in gewisser Weise die Stimmen, die Personen, die den Sender ausmachen.

„Weil diese Stimme kennt man, im Fernsehen ist es das Gesicht oder jetzt mit der Kombination Radio auch im Internet sichtbar, da zählt auch selbst bei einer

⁴⁵⁹ Interview Treiber, 28. März 2014.

⁴⁶⁰ Vgl. ebenda.

⁴⁶¹ Ebenda.

⁴⁶² Ebenda.

Radiomoderatorin auch das Gesicht und das Aussehen dazu. Also es denkt ja kaum jemand an Ö3, an Ö1 oder an FM4, um die drei nationalen ORF-Sender zu nennen, an so ein abstraktes Gebilde. Im Minimum denkt man an das Logo. Also man baut sich ein Bild dazu, aber je bekannter, je wichtiger eine Persönlichkeit am jeweiligen Radiosender ist, kommt zu diesem Bild auch eine oder zwei, vielleicht drei Stimmen, die man dann beginnt zu hören. Kratky am Morgen zum Beispiel beim Ö3-Wecker. Den hört man einfach mit, wenn man an Ö3 denkt.“⁴⁶³

Aus diesem Grund sind diese Stimmen und diese Personen das Hauptaushängeschild für einen Radiosender und das sichtbare Bild.⁴⁶⁴

Swoboda meint, dass es das Entscheidende für einen Radiosender ist, eine Verbindung mit den Hörern herzustellen. Diese Verbindung hat viele Facetten und läuft über unterschiedliche Kanäle wie zum Beispiel Facebook. In diesem Patchwork – Verbindungsaufbau und Unterhaltung – ist der Radiomoderator eine ganz wesentliche, zentrale Figur. Er *„muss es eben schaffen, die Menschen zu binden, zu unterhalten, ihnen Positives zu vermitteln und so weiter“*. Dies sei mit wenig Zeit, relativ wenigen Worten und wenigen Möglichkeiten zu bewerkstelligen.⁴⁶⁵

„Wir bieten gerade im Unterhaltungsbereich einen Content an, 80 % oder so, 70 % sind Musik, das können´s halt überall herunterladen. Dann haben wir 30 % noch, die überbleiben. Davon ist die Hälfte Werbung, was weiß ich, 15 % ist Werbung. Dann haben sie noch 15 % Zeit, wo der Moderator, der Nachrichtensprecher oder wer auch immer kommuniziert. Und die müssen´s schaffen, die Menschen so emotional an dieses Medium zu binden, dass sie da bleiben, dass sie das hören. Und nicht, dass sie sagen, meine Musik hole ich mir wo anders.“⁴⁶⁶

Zudem muss der Radiomoderator von heute ein sehr extrovertierter Mensch sein und er muss die Fähigkeit haben, auf vielen Hochzeiten zu tanzen. Es reicht nicht mehr, dass er nur vorm Mikrofon sitzt und eine feststehende Sendung bedient,

⁴⁶³ Interview Amon, 7. Mai 2014.

⁴⁶⁴ Vgl. ebenda.

⁴⁶⁵ Vgl. Interview Swoboda, 3. April 2014.

⁴⁶⁶ Ebenda.

ohne Rücksicht auf die Zielgruppe zu nehmen. Er kann nicht einfach das machen, was ihm Spaß macht und davon ausgehen, dass es ein paar Leute interessieren wird, und das war's und geht nach Hause. Heute spielt der Radiomoderator auf vielen medialen Kanälen. Er muss genau wissen, was seine Hörer wollen oder wie sie ticken.⁴⁶⁷ Außerdem muss er für alles offen sein und seinen Beruf gerne ausüben, denn:

„Sonst hält man es erstens nicht aus und zweitens, wenn man dabei Unlust empfindet, kommt das auch rüber. Das spürt man, selbst wenn man ihn nicht sieht.“⁴⁶⁸

Lynen meint, dass die Moderatoren heute den Formaten und dem Gedanken der Welle dienen und stromlinienförmig funktionieren sollen. Der Wunsch eines Radiosenders, Hörer zu binden, ist heutzutage genauso präsent wie früher. Da hat sich seiner Ansicht nach nichts geändert. Allerdings hat sich die Strategie geändert, wie ein Sender das tun möchte. Aufgrund des immer größer werdenden Kostendrucks setzen die Radiomacher heute eher dienende Moderatoren ein, die billiger und einfacher zu führen sind als prägende Moderatoren, also jene mit einer starken Persönlichkeit. Lediglich in den Morgensendungen haben diese starken Persönlichkeiten eine große Bedeutung.⁴⁶⁹

Hypothese 4: Der Radiomoderator ist das Bindeglied zwischen Sender und Hörer. Aus diesem Grund spielt er eine wichtige Rolle in Bezug auf die Hörerbindung und damit auf die Rezipienten des Mediums Radio.

Diese Hypothese kann den Gesprächen mit den befragten Experten zufolge bestätigt werden. Das primäre Ziel eines Radiosenders ist es, die Hörer an den Sender zu binden, selbst wenn diese Hörerbindung heute vielleicht anders passiert als in früheren Zeiten. Der Radiomoderator muss heutzutage über viele verschiedene Kanäle versuchen, die Hörer zu emotionalisieren, zu unterhalten und in Folge an den Sender zu binden. Dabei muss er bereit sein, sich den Hörern zu öffnen und vieles von sich preiszugeben. Der Hörer soll den Menschen

⁴⁶⁷ Vgl. Interview Swoboda, 3. April 2014.

⁴⁶⁸ Ebenda.

⁴⁶⁹ Vgl. Interview Lynen, 17. April 2014.

hinter der Radiostimme kennenlernen können, denn dies verstärkt die Bindung. Er ist der Vermittler zwischen Radiosender und Hörern und das sichtbare Bild eines Senders.

Forschungsfrage 5: Wie sehen die Chancen für eine Fixanstellung als Radiomoderator aus?

Treiber konstatiert, dass heutzutage die Fixanstellung von Radiomoderatoren zurückgedrängt wird, einerseits aufgrund der finanziellen Lage der Radiosender – freie Mitarbeiter sind billiger – und andererseits aus radiophilosophischen Gründen:

„Nehmen wir an, ich habe eine Musikredaktion mit drei Angestellten, und die müssen alle Sendungen machen, dann ist das nicht nur zu viel Arbeit für sie, sondern auch schlecht fürs Programm, weil die Abwechslung, die Vielfalt fehlt. Ich kann es mir aber bei freien Mitarbeitern leisten, einen freien Mitarbeiter zu beschäftigen, der macht halt nur drei Sendungen im Monat. Kann davon nicht leben, muss sich ein zweites Standbein suchen oder ein drittes. Aber für das Programm ist das von Vorteil, weil es eine neue Farbe bringt.“⁴⁷⁰

Historisch betrachtet war es so, dass bis zum Jahr 2000 immer weniger Journalisten, Redakteure, aber auch Moderatoren angestellt, dafür immer häufiger als freie Mitarbeiter eingesetzt wurden. Vor dieser Entwicklung gab es eine gute Mischform mit einem Stamm von Angestellten, wo freie Mitarbeiter, die lange für den Sender tätig waren, nachgerückt sind. Im Jahr 2000 drohten die freien Mitarbeiter beim ORF, auf eine Anstellung zu klagen, worauf die damalige Generaldirektorin (Lindner) einem großen Teil der freien Mitarbeiter ein Angestelltenverhältnis angeboten hat. Das war für Treiber *„unfassbarer Schwachsinn, weil das hat dazu geführt, dass die Vielfalt auf vielen Gebieten verloren gegangen ist, weil gleichzeitig mit der Anstellung sozusagen das Verbot für die Verwendung von freien Mitarbeitern Hand in Hand gegangen ist.“* Damit ist aus seiner Sicht Vieles sehr einförmig geworden, da man immer dieselben Leute mit denselben

⁴⁷⁰ Interview Treiber, 28. März 2014.

Geschmäckern und demselben Schmah gehört hat. Die Anstellung war zwar gut für die Mitarbeiter, die angestellt wurden, nicht jedoch für den Sender.⁴⁷¹

Heute kann sich laut Treiber ein Radiosender nicht leisten, alle Mitarbeiter anzustellen. Zudem betrifft es seiner Meinung nach eher durchschnittliche Mitarbeiter, die ordentlich arbeitenden Menschen, die in ein Angestelltenverhältnis drängen, denn die freien Mitarbeiter, die sehr gut sind, verdienen ohnehin mehr als die angestellten Mitarbeiter.⁴⁷²

Was die verschiedenen ORF-Sender heutzutage anbelangt, so erklärt **Amon**, dass das Angestelltenverhältnis von Moderatoren je nach Sender unterschiedlich ist. Bei Ö1 gibt es weniger freie Mitarbeiter als bei Ö3, wobei bei beiden Sendern die Moderatoren im Nachrichtenbereich primär angestellt sind. Bei FM4 ist das Verhältnis von freien und fix angestellten Mitarbeitern gemischt. Amon verdeutlicht, dass beim ORF zuerst eine Person gesucht wird, die am besten für das Zielpublikum passt, und dann wird geschaut, ob diese Person überhaupt angestellt werden will bzw. ob es offene Position für eine Anstellung gibt. Das Entscheidende ist die Qualität des Mitarbeiters.⁴⁷³

Swoboda sieht zwei unterschiedliche Verläufe bei KRONEHIT. Im Normalfall beginnt man als Moderator als freier Mitarbeiter. Dies hat damit zu tun, dass neue Moderatoren häufig nicht voll eingesetzt werden, sondern langsam in den Job hineinwachsen. Wenn der Moderator für längere Zeit für den Sender tätig ist, wechselt dieser in ein festes Anstellungsverhältnis. Aus diesem Grund ist ein wesentlicher Teil der KRONEHIT-Moderatoren fest angestellt. Die zweite Variante ist die, dass es Moderatoren gibt, die zwar bereits lange für den Sender arbeiten, aber gar keine Fixanstellung wollen – er nennt in diesem Zusammenhang Meinrad Knapp. Das liegt daran, dass diese Moderatoren auch für andere

⁴⁷¹ Vgl. Interview Treiber, 28. März 2014.

⁴⁷² Vgl. ebenda.

⁴⁷³ Vgl. Interview Amon, 7. Mai 2014.

Unternehmen tätig und eventuell dort bereits angestellt sind bzw. gar kein Angestelltenverhältnis eingehen dürfen.⁴⁷⁴

Lynen zeigt Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern auf. Während in Deutschland die meisten Moderatoren in einem freien Dienstverhältnis arbeiten, damit die Radiosender die Möglichkeit haben, spontan auf die Bedürfnisse reagieren zu können, sind viele Moderatoren in der Schweiz fest angestellt. Für Österreich konstatiert er eine Mischkalkulation, manche Moderatoren sind fest angestellt, manche freie Mitarbeiter. Er meint, dass die besten Radiomoderatoren als freie Mitarbeiter arbeiten, weil diese das so wollen. Die guten Leute sind häufig mehrfach beschäftigt, oftmals bei verschiedenen Sendern. Dies ist unter anderem ein Grund für den Wunsch nach einem freien Dienstverhältnis.⁴⁷⁵

Grundsätzlich hält Lynen fest, dass der Job des Radiomoderators heutzutage zum Teil extrem schlecht bezahlt wird, wenn man bedenkt, was ein Moderator leisten und können muss.

„Das ist schon ganz beachtlich, dass dann zum Teil Moderatoren mit Gehältern nach Hause gehen, nicht überall, es gibt auch noch sehr gut zahlende Sender, aber in manchen Städten und manchen Orten gehen dann tatsächlich Moderatoren mit Gehältern nach Hause, die nicht wesentlich über denen einer Putzfrau liegen.“⁴⁷⁶

Hypothese 5: Der Großteil der heute tätigen Radiomoderatoren sind freie Mitarbeiter.

Die Aussagen der befragten Experten deuten darauf hin, dass es heutzutage zwar viele Moderatoren als freie Mitarbeiter gibt, allerdings, wenn sie ein fixes Angestelltenverhältnis wünschen, werden sie dieses auch im Laufe der Zeit erhalten. Speziell junge Moderatoren gehen ihrer Tätigkeit als Radiomoderatoren in den ersten Jahren eher als freie Mitarbeiter nach. Gute Moderatoren wiederum verdienen im Normalfall als freie Mitarbeiter mehr als wenn sie angestellt wären.

⁴⁷⁴ Vgl. Interview Swoboda, 3. April 2014.

⁴⁷⁵ Vgl. Interview Lynen, 17. April 2014.

⁴⁷⁶ Ebenda.

Aus diesem Grund, aber auch aufgrund der Tatsache, dass sie häufig mehrere Jobs bei verschiedenen Sendern haben, wollen viele Moderatoren gar kein fixes Arbeitsverhältnis. Für „durchschnittliche“ Moderatoren, die als freie Mitarbeiter arbeiten, ist es allerdings häufig schwierig, mit dem Einkommen als Radiomoderator auszukommen, und sie müssen sich daneben ein zweites Standbein aufbauen.

6.6.2 Auswertung Fragebögen

Der Link zum Online-Fragebogen wurde via E-Mail an 418 Moderatoren von öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosendern und an vier Office-E-Mail-Adressen von Privatsendern verschickt. Da bei einigen E-Mails Fehlermeldungen bzw. Abwesenheitsnotizen (z. B. Karenz) angezeigt wurden, konnten letztendlich 375 Moderatoren (rund 60 % Männer und 40 % Frauen) den Fragebogen persönlich empfangen.

Insgesamt wurden 247 „Klicks“ auf den Link verzeichnet.⁴⁷⁷ Die Rücklaufquote an korrekt ausgefüllten Fragebögen beläuft sich auf knapp 41 %. Das ergibt eine Grundgesamtheit von N=153.

Die Grundgesamtheit N verteilt sich auf 94 Männer und 59 Frauen. Davon arbeiten aktuell 99 Personen bei öffentlichen und 50 bei privaten Radiosendern, vier Personen sind nicht mehr bei einem österreichischen Radiosender tätig. Das heißt, rund zwei Drittel (65 %) der Befragten arbeiten gegenwärtig im öffentlich-rechtlichen Bereich (Abb. 10). Die relative anteilmäßige Verteilung (in %) zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Radio ist bei Männern und Frauen nahezu ident, d.h. das Geschlechterverhältnis zwischen Männern und Frauen liegt im öffentlich-rechtlichen und privaten Radio bei jeweils 2 zu 1.

⁴⁷⁷ Jeder Aufruf des Fragebogens zählt als „Klick“, unabhängig davon, ob der Teilnehmer den Fragebogen anschließend wieder geschlossen, nur die Einleitung gelesen oder weiter bearbeitet hat.

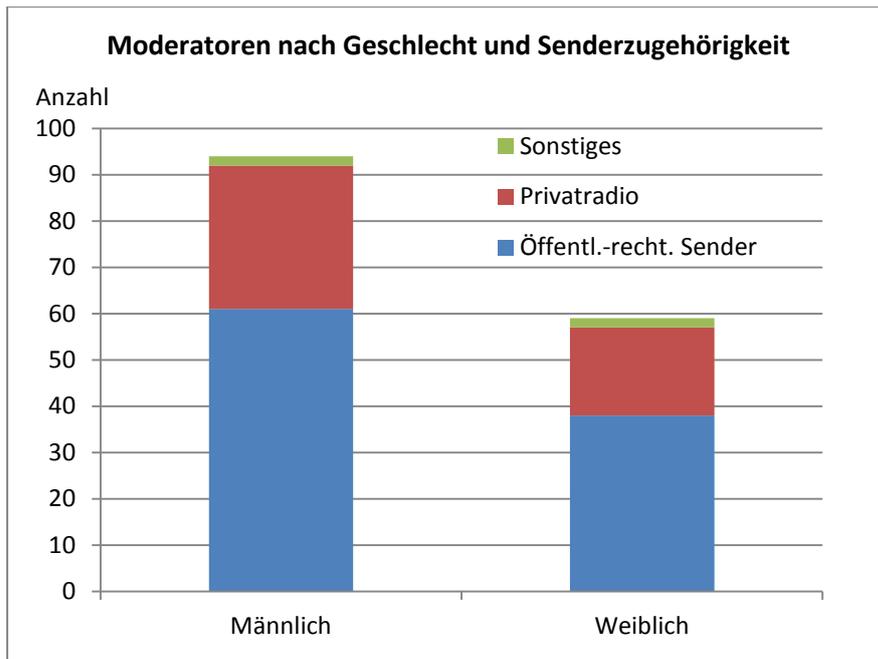


Abbildung 10: Moderatoren nach Geschlecht und Senderzugehörigkeit

Nach Bundesländern verteilt ergibt sich folgendes Schaubild, wobei mit 82 Personen etwas mehr als die Hälfte allein auf Wien entfallen (Abb. 11); das gilt sowohl für Männer als auch für Frauen.

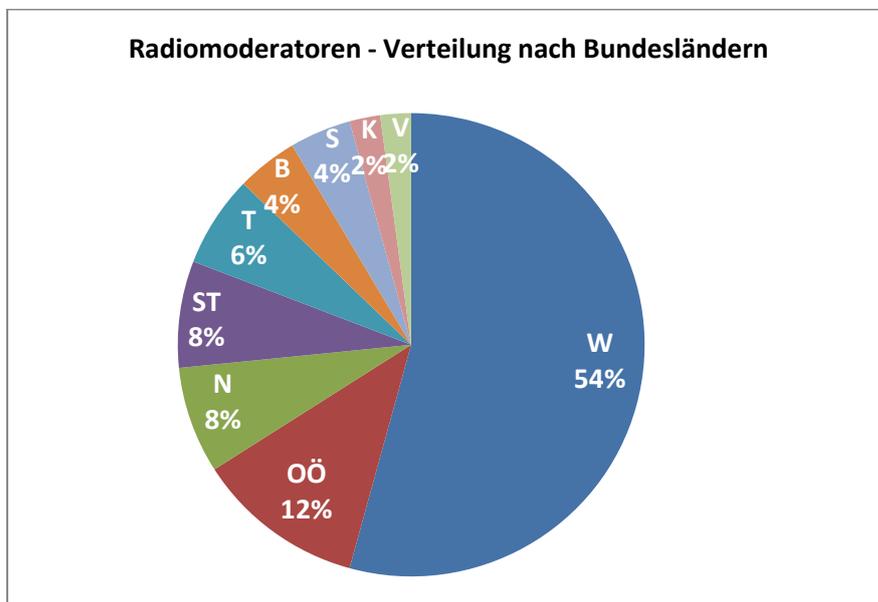


Abbildung 11: Verteilung der Radiomoderatoren nach Bundesländern

Was die Verteilung nach Alterskohorten anbelangt, so zeigt sich, dass der Altersdurchschnitt der Moderatoren bei den Privatsendern deutlich niedriger ist als im Vergleich zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

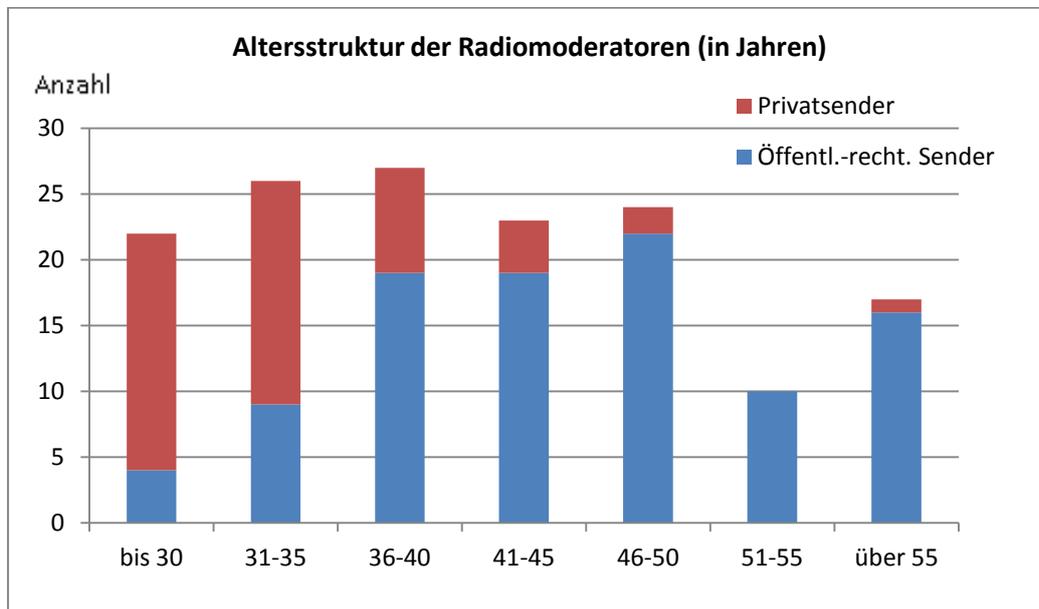


Abbildung 12: Altersstruktur der Radiomoderatoren

Auf die Frage nach dem Einkommen wollten 28 % keine Angaben machen. Die übrigen Angaben zeigen keine Besonderheiten. Mit zunehmendem Alter steigt auch das durchschnittliche Einkommen bei den Radiomoderatoren. Nur bei der Gruppe der über 55-Jährigen ist das Durchschnittseinkommen wieder marginal geringer als in den beiden vorangegangenen Altersgruppen, was aufgrund der geringen Anzahl der Antworten in dieser Alterskohorte allerdings nur als eingeschränkt repräsentativ zu werten ist. Von jenen, die Angaben über ihr Einkommen gemacht haben, verdient die Hälfte der Befragten zwischen 1000 und 3000 Euro netto im Monat. Rund jeder Fünfte verdient mehr als 3.000 Euro netto im Monat (Abb. 13).

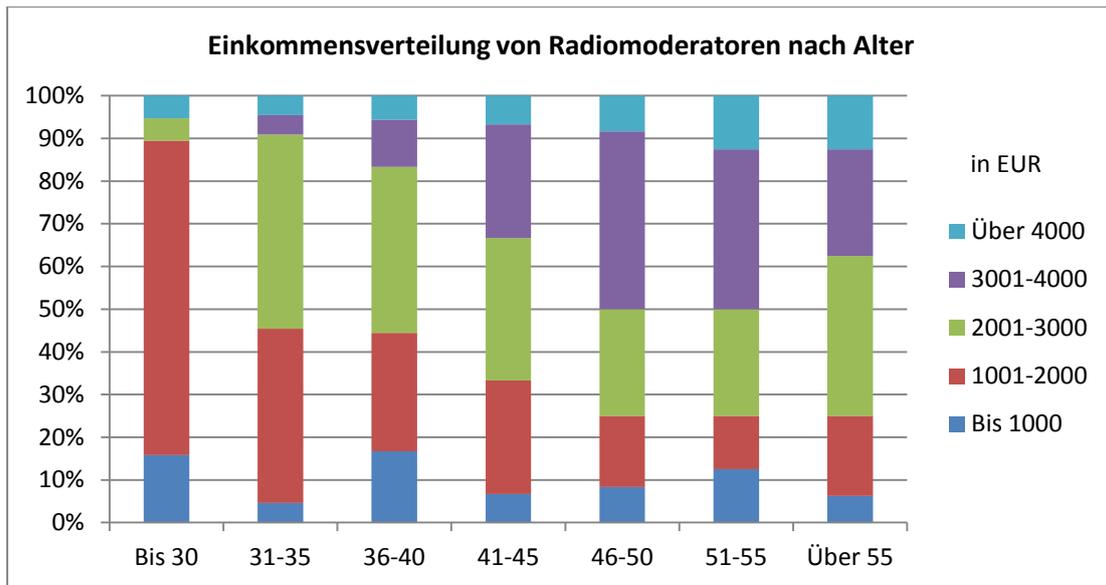


Abbildung 13: Einkommensverteilung von Radiomoderatoren nach Alter

Der Einstieg bei einem Radiosender und im weiteren Sinne in den Moderatorenberuf erfolgt zumeist über ein Praktikum und/oder einen Vertrag als freier Mitarbeiter. Nur die Wenigsten beginnen beim Radio gleich mit einem fixen Angestelltenverhältnis (Abb. 14).

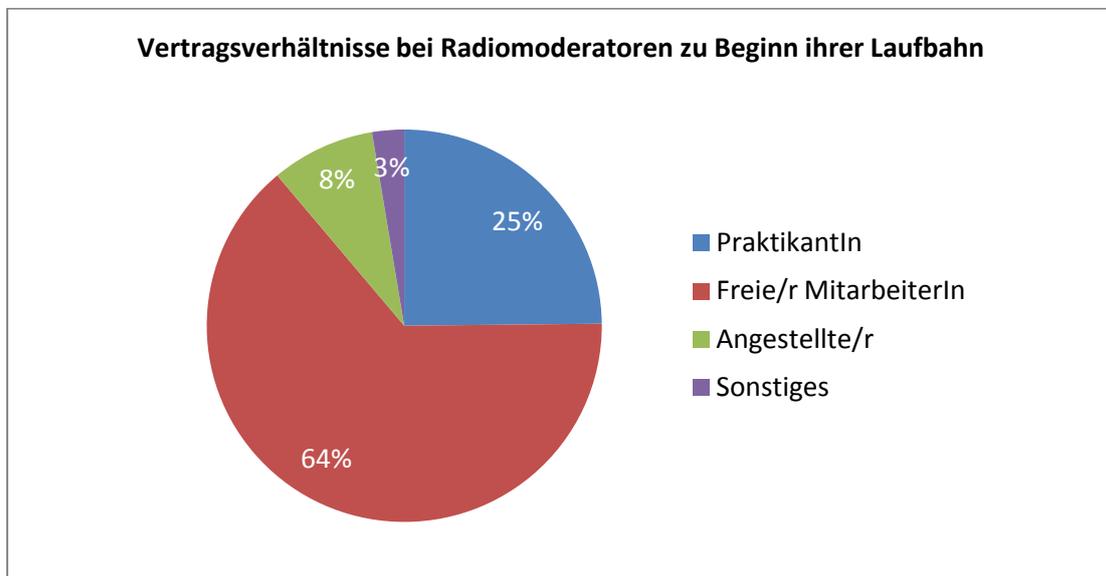


Abbildung 14: Vertragsverhältnisse von Radiomoderatoren zu Laufbahn-Beginn

Im Laufe der Jahre werden dann in den meisten Fällen aus freien Mitarbeitern Angestellte. Rund 67 % der Befragten sind derzeit in einem Angestelltenverhältnis. Allerdings ist mit 29 % der Befragten der Anteil der freien Mitarbeiter nach wie vor sehr hoch (Abb. 15).

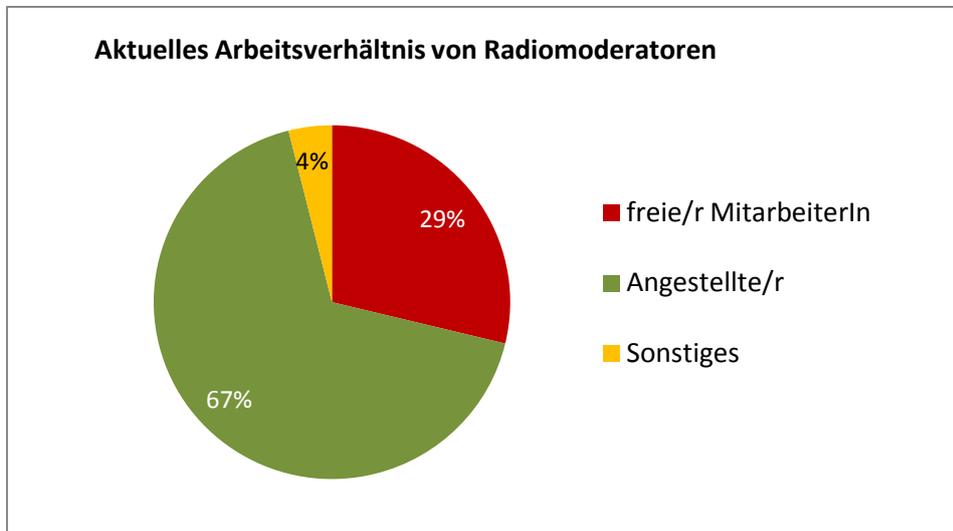


Abbildung 15: Aktuelles Arbeitsverhältnis von Radiomoderatoren

Was die Ausbildung angeht, so haben gegenwärtig Radiomoderatoren in der Regel einen Maturaabschluss (90 %); in 42 % der Fälle verfügen Moderatoren darüber hinaus über einen Universitätsabschluss (Abb. 16).

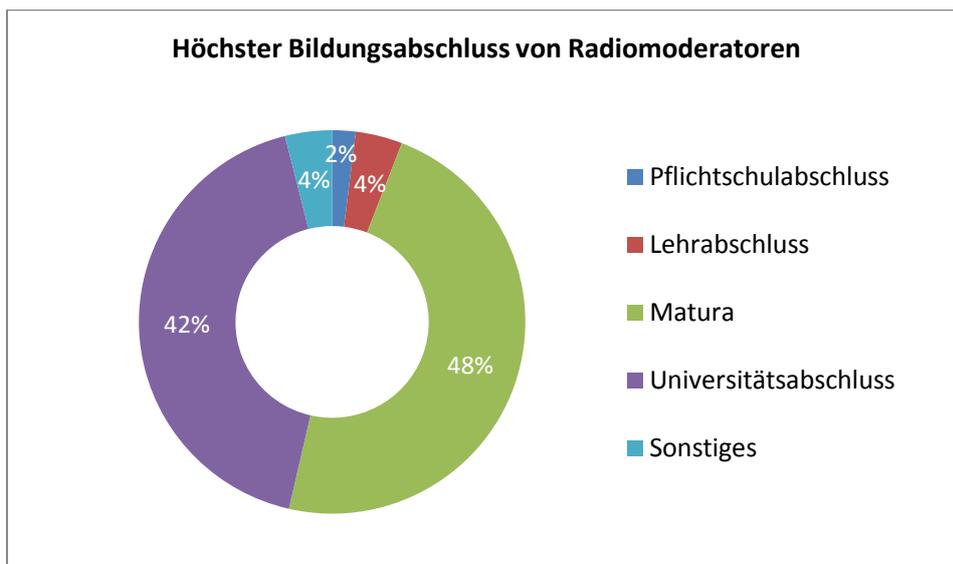


Abbildung 16: Höchster Bildungsabschluss von Radiomoderatoren

In Bezug auf notwendige Bildungsabschlüsse von Radiomoderatoren in Zukunft zeichnet sich ein klares Bild in Richtung „Spezielle Ausbildungen fürs Radio“ ab. Interessant ist, dass die Matura weiterhin als wichtig erachtet, aber angenommen wird, dass ein Universitätsabschluss praktisch nicht mehr von Bedeutung sein wird. (Abb. 17). Es zeigt sich hier vielmehr die Auffassung, dass der künftige Radiomoderator über eine gute Allgemeinbildung verfügen sollte, aber eine darauf aufbauende spezielle Ausbildung scheint sinnvoller als ein Universitätsabschluss. Bei den sonstigen Antwortmöglichkeiten wird mehrmals angemerkt, dass Talent und Leidenschaft eine größere Rolle spielen als die Ausbildung. Zudem wird darauf hingewiesen, dass es auf den Radiosender ankommt, welche Ausbildung vonnöten ist.

„Das kommt doch darauf an, bei welcher Station, in welchem Bereich. Bei einem Ö1 Moderator werden sich gewisse Tätigkeiten ohne schulischen Hintergrund nicht ausgeben. Bei Radio Trallala kann irgendein Sprech- und Slogandrescher sitzen, der keine Ahnung haben muss. Hauptsache, er spricht den Namen der Sponsoren richtig aus.“⁴⁷⁸

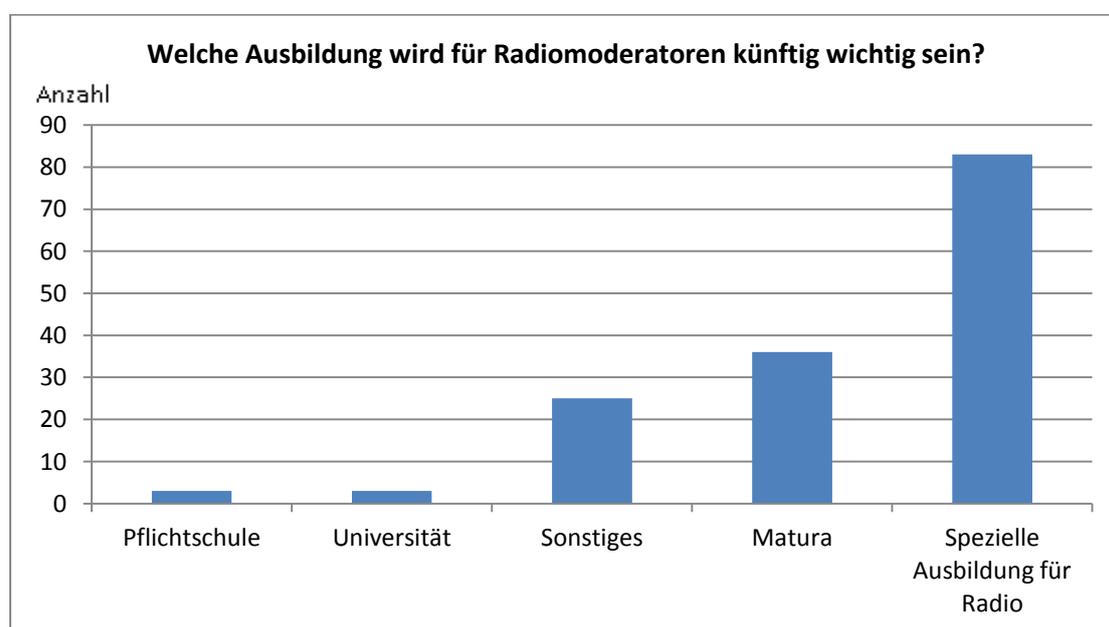


Abbildung 17: Notwendige Ausbildung von Radiomoderatoren in Zukunft

⁴⁷⁸ Fragebogen Nr. 198.

Auf die Frage hin „Teilen Sie die Meinung, dass der/die RadiomoderatorIn an den Tagesrandzeiten an Bedeutung verlieren wird?“ hat eine klare Mehrheit (61 %) mit „Nein“ geantwortet. 18 % glauben allerdings, dass der Radiomoderator an den Tagesrandzeiten an Bedeutung verlieren wird. Interessant ist in diesem Zusammenhang die Antwortmöglichkeit „Sonstiges“, die immerhin 13 % als Antwort gewählt haben (Abb. 18). Bei den offenen Antwortmöglichkeiten betreffend „Sonstiges“ zeigt sich, dass die Mehrheit der Meinung ist, dass entweder der Radiomoderator an den Tagesrandzeiten bereits an Bedeutung verloren hat (und nicht erst verlieren wird) oder dass vor allem Unterhaltungssendungen davon betroffen sein werden. Weiters wird hier unterschieden zwischen später Tagesrandzeit (hier wird der Moderator an Bedeutung verlieren) und früher Tagesrandzeit (hier wird der Moderator wichtig bleiben, da dies oft die „Primetime“ im Radio darstelle).

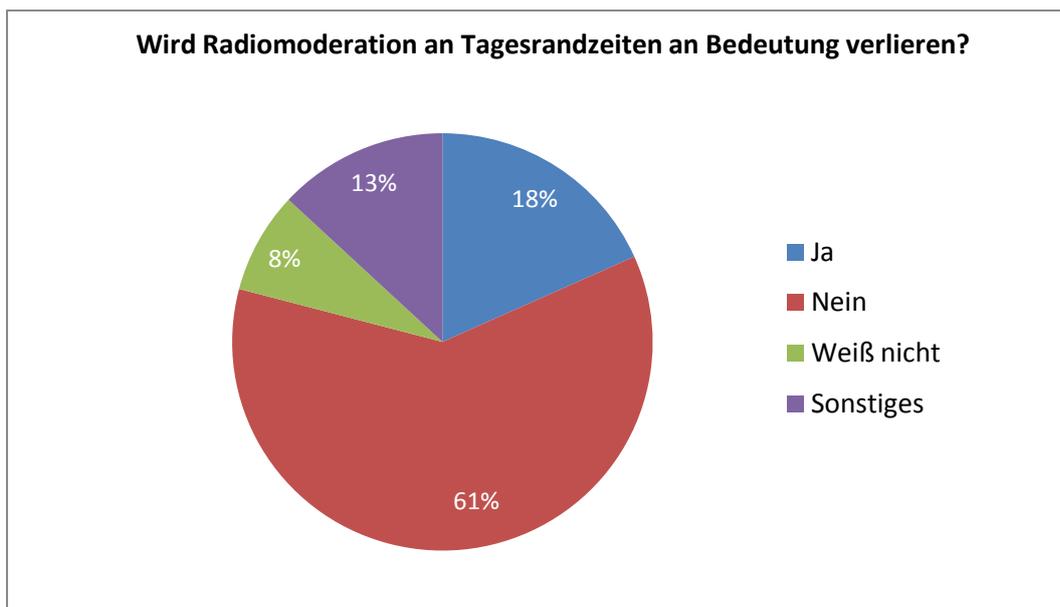


Abbildung 18: Zukünftige Bedeutung von Radiomoderation an Tagesrandzeiten

Auf die Frage hin, ob ein Radiosender eine so genannte On air-Personality braucht, um erfolgreich zu sein, hat die überwiegende Mehrheit (75 %) mit „Ja“ geantwortet. Lediglich jeder Fünfte ist der Meinung, dass ein Radiosender keine On air-Personality braucht (Abb. 19).

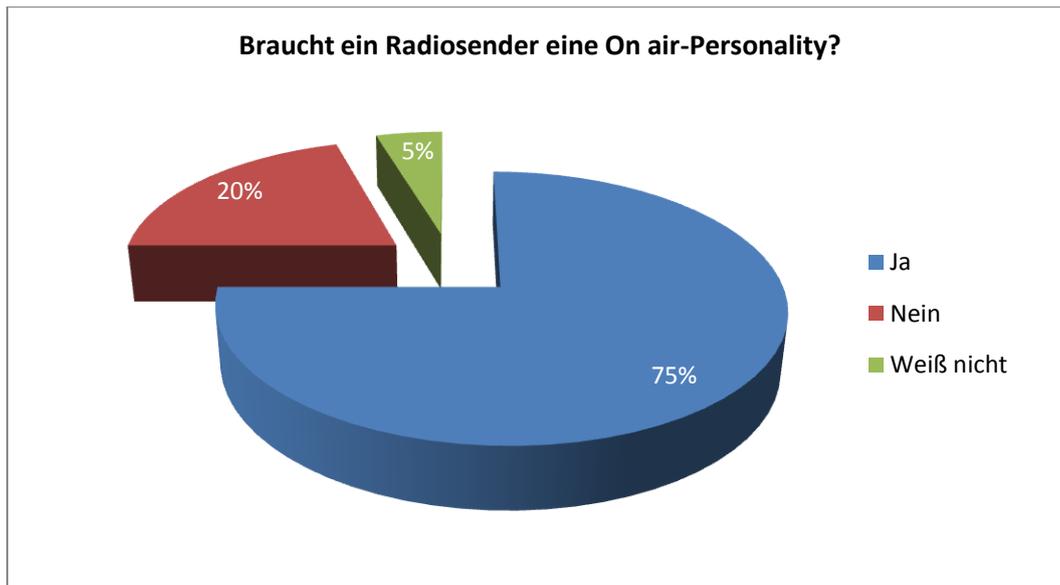


Abbildung 19: Notwendigkeit einer On air-Personality für Radiosender

Bei der Fragestellung nach den Fertigkeiten, die ein Radiomoderator heute mitbringen sollte, gab es elf Antwortmöglichkeiten, wovon eine Möglichkeit darin bestand, im Feld „Sonstiges“ weitere Fertigkeiten anzugeben. Jedoch haben nur 3 % der Befragten die Rubrik „Sonstiges“ gewählt, was darauf schließen lässt, dass die vorgegebenen Antworten weitgehend auf Zustimmung gestoßen sind. Geht es nach den Befragten, so sind für einen Radiomoderator folgende fünf Eigenschaften die wichtigsten: „Er/Sie muss sympathisch und natürlich rüber kommen“, „eine gute Stimme haben“, „glaubwürdig sein“, „die Hörer begeistern“ und „rasch reagieren“ können. Interessant ist hierbei, dass der Eigenschaft „starke Persönlichkeit präsentieren“ eine eher untergeordnete Rolle beigemessen wird (Abb. 20). Dies steht im Widerspruch mit der vorangegangenen Einschätzung der Befragten, dass eine On air-Personality für den Sender für dessen Erfolg durchaus von großer Bedeutung ist.

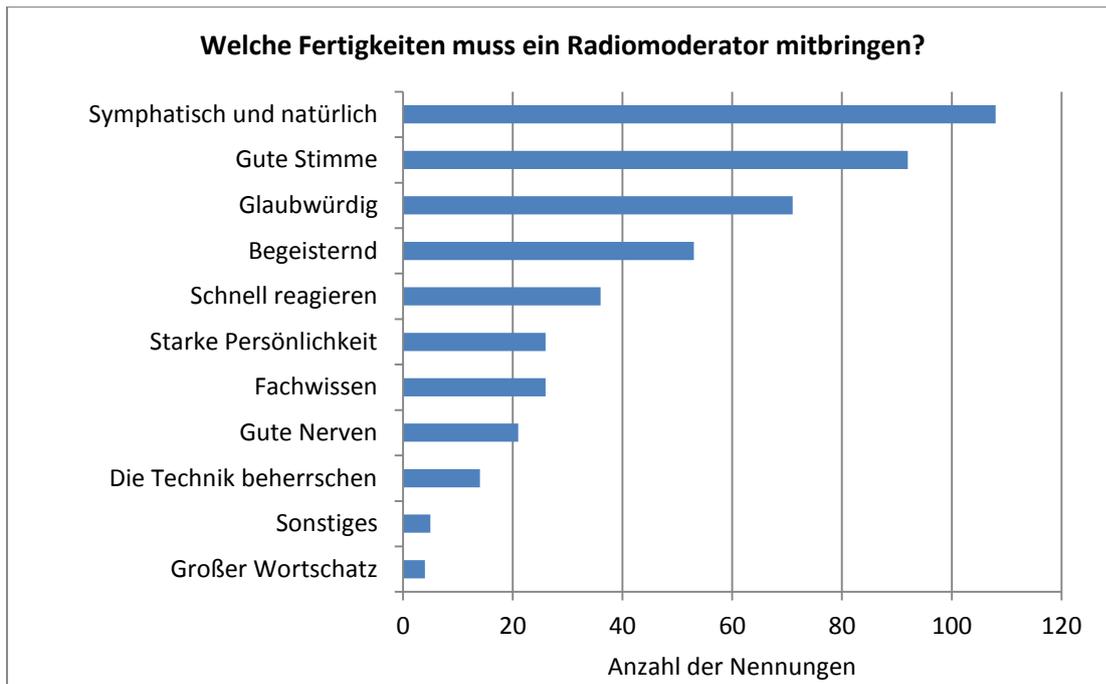


Abbildung 20: Fertigkeiten eines Radiomoderators

Das Bild verändert sich etwas, wenn man die Aussagen der Befragten hinsichtlich künftiger Fertigkeiten ansieht. Zunächst bleiben die vier wichtigsten Eigenschaften, wie sie oben dargestellt wurden, gleich. „Glaubwürdigkeit“ und „Begeisterungsfähigkeit“ gewinnen etwas mehr an Bedeutung, wogegen „sympathisch und natürlich sein“ bzw. „eine gute Stimme haben“, etwas an Gewicht verlieren. Die Fertigkeiten „eine gute Stimme haben“ und „glaubwürdig sein“ sind nun gleich bedeutend hinter „sympathisch und natürlich sein“ an zweiter Stelle. Alle übrigen Fertigkeiten gewinnen an Bedeutung, allen voran „die Technik beherrschen“, das einen großen Sprung nach vorne macht und nun „schnelles Reaktionsvermögen“ von seinem Platz verdrängt.

Insgesamt scheint im Vergleich zu den heute erwarteten Fertigkeiten, die Differenzierung deutlich kleiner zu werden. Selbst "einen großen Wortschatz haben" gewinnt wieder etwas an Bedeutung, wenn auch nur geringfügig. Das Bild bezüglich der Fertigkeiten, über die ein Radiomoderator verfügen muss, wird künftig nicht mehr so klar sein, wie es heute der Fall zu sein scheint (Abb. 21).

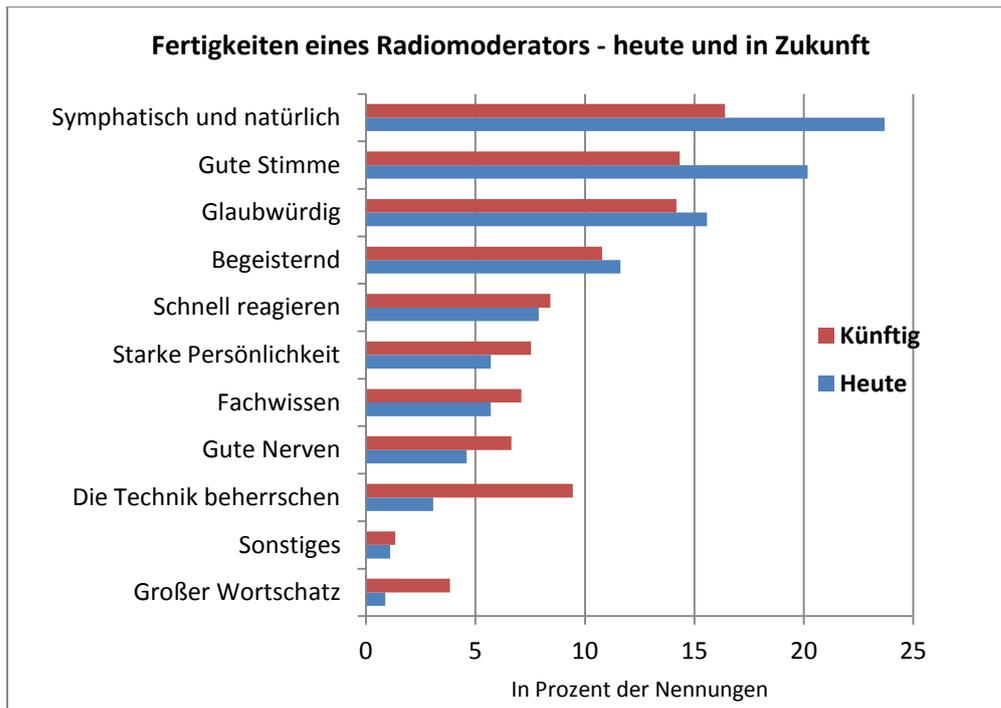


Abbildung 21: Fertigkeiten eines Radiomoderators – heute und in Zukunft

Auf die offene Frage, was einen guten Radiomoderator auszeichnet, wurden folgende Kriterien besonders häufig genannt:

- Authentizität
- Empathie
- Flexibilität
- Witz, Humor und Charme
- Gutes Allgemeinwissen
- Neugierde
- Stressresistenz
- Kreativität

Zudem wurde mehrmals angemerkt, dass ein guter Radiomoderator ein Gespür für wichtige und aktuelle Themen haben muss und die Fähigkeit besitzen sollte, Bilder beim Hörer entstehen zu lassen.

Häufig wurde kritisiert, dass sich einzelne Radiomoderatoren selbst zu wichtig nehmen und die Hörer außer Acht lassen. Tatsächlich sollten jedoch die Hörer im Vordergrund stehen. Zudem sollten die Moderatoren Freude an der Arbeit im

Radio haben und die Moderatorentätigkeit nicht als Sprungbrett zum Fernsehen sehen. Dabei spielt auch die Teamfähigkeit eine bedeutende Rolle.

Welche Rolle soll ein Radiomoderator einnehmen? Mehr oder weniger einig schienen sich die Befragten, dass es in erster Linie nicht um lockere Sprüche geht. Ein Radiomoderator soll vor allem die Hörer unterhalten. Ebenso wichtig ist die Rolle des Radiomoderators hinsichtlich der „Kundenbindung“. Er soll - quasi als Unique Selling Proposition des Radiosenders – Zuhörer langfristig an sich und somit an den Sender binden. Auch als sehr wichtig wurde die Rolle des Radiomoderators als jemand, der durch die Sendung führt, genannt. Etwas abgeschlagen, aber dennoch von größerer Bedeutung ist die Aufgabe, über die wichtigsten Tagesthemen einen Überblick zu geben (Abb. 22). Bei den sonstigen Antworten kristallisierte sich vor allem heraus, dass ein Radiomoderator auch die Rolle eines „Freundes/Verstehers“ einnehmen sollte; er solle die Leute dort abholen, wo sie mit ihren Wünschen, Träumen und Sorgen gerade sind.

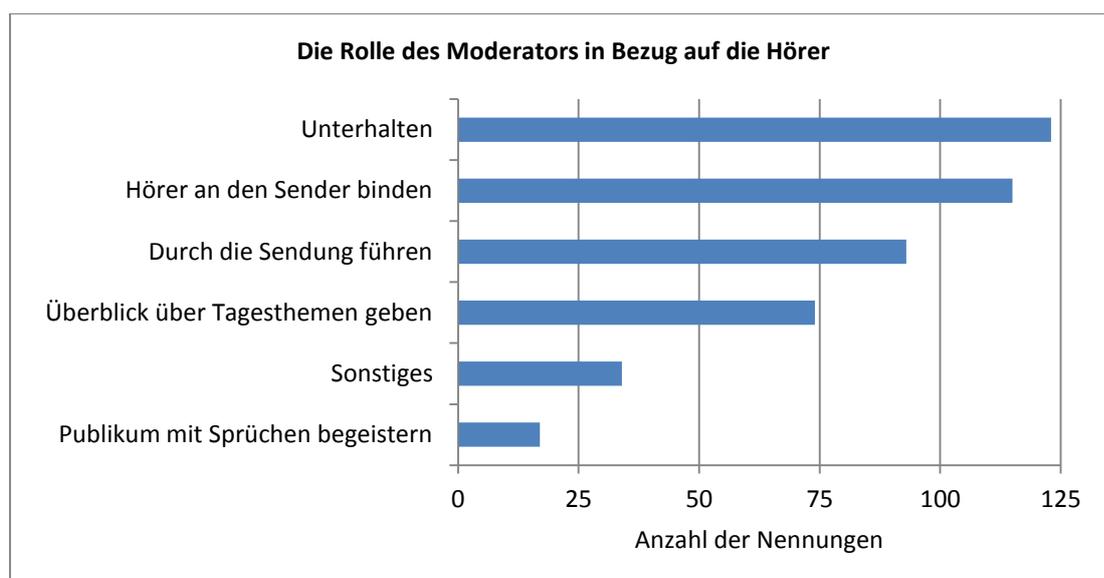


Abbildung 22: Rolle des Radiomoderators in Bezug auf die Hörer

Die letzte Frage des Fragebogens „Gibt es noch etwas, das Sie mir zum Beruf des Radiomoderators/der Radiomoderatorin mitteilen wollen?“ sollte den Befragten die Möglichkeit geben, ein persönliches Statement abzugeben. Diese Gelegenheit nutzten 66 Radiomoderatoren, wobei zwei Personen ihre Meinung in

einem E-Mail formulierten. Die aussagekräftigsten Kommentare bzw. häufig genannte Themen und Aspekte werden an dieser Stelle erläutert.

Besonders häufig wurde angemerkt, dass der Beruf des Radiomoderators der beste, tollste und coolste Job der Welt sei, vor allem „wenn man auch moderieren darf und nicht nur Musik spielt“⁴⁷⁹. Und: „Es ist wie ein Virus – einmal befallen, kommst du nur mehr schwer los.“⁴⁸⁰ Von großer Bedeutung sei die Leidenschaft für das Medium Radio und die Liebe zum Beruf. Eine junge Moderatorin, die bei einem Privatradiosender in Niederösterreich arbeitet, meint dazu:

„Die Liebe zum Beruf.

Denn wer es liebt zu moderieren, macht es aufrichtig und ehrlich. (Und wir wollen doch das[!] mir der Moderator die Wahrheit erzählt und hinter dem steht was er sagt.)

Wer es liebt zu moderieren ist wissbegierig, neugierig und interessiert an der Welt. (Das müssen wir um den Menschen etwas neues[!] sagen zu können! Warum sonst hören Sie uns denn zu?)

Wer es liebt zu moderieren, liebt den Hörer. (Denn ich will ihn ja glücklich machen und ihm was erzählen das ihn auf irgendeine Art und Weise durch den Tag und durchs Leben begleitet. Und sei es nur eine Wettermoderation.)

Die Liebe zum Beruf schafft es auch aus einem eher weniger großen Talent einen guten Moderator zu machen. Technik kann man sich aneignen. Sprechen kann ich lernen. Aber zu lieben und zu begeistern muss im Blut liegen. Und deshalb, meine Antwort: Die Liebe zum Beruf.“⁴⁸¹

Und Robert Kratky, Moderator des Ö3-Weckers, geht sogar noch etwas weiter:

„Ja: Er ist scheissgeil[!] und es ist eine Ehre ihn auszuüben. Und wer ihn nur betrachtet um irgendwann beim Fernsehen zu landen oder sich sein Studium zu finanzieren soll lieber was anderes[!] versuchen. Er ist Arbeit mit Menschen, für Menschen. Und es gibt kaum was Spannenderes als z.B. eine Morgenshow zu hosten...oder eine Talksendung oder Charts, je nach Typ und Leidenschaft. Und

⁴⁷⁹ Fragebogen Nr. 216.

⁴⁸⁰ Fragebogen Nr. 107.

⁴⁸¹ Fragebogen Nr. 202.

*wir reden übrigens nicht von einem Beruf sondern einer Berufung. Und ganz schlicht einem Handwerk.*⁴⁸²

Es wird jedoch auch angemerkt, dass der Beruf des Radiomoderators *„ein sehr fordernder, stressiger Beruf - und mit dem Fortschreiten der Technik und der Übernahme von immer mehr zusätzlichen Aufgaben zum Teil schon recht kräfte-raubend“*⁴⁸³ ist. Die Ausübung dieses Berufes *„bereitet große Freude“*⁴⁸⁴ und ist *„abwechslungsreich, aber erfordert viel Anstrengung“*.⁴⁸⁵ Und er ist geprägt von *„unorthodoxen Arbeitszeiten und weit weg von einem 9-5 Job“*.⁴⁸⁶

Einige Male wird auch angesprochen, dass der Job zu wenig Geld bringen würde, und es ratsam wäre, zusätzliche Standbeine aufzubauen. Veronika Pavlicek, Moderatorin und Beitragsgestalterin bei Radio Niederösterreich, spricht in diesem Zusammenhang von einer gewissen Unsicherheit. Sie hat die Erfahrung gemacht, *„durch ständige Wechsel des Managements/der Eigentümer beim Privatradio mehrmals vor dem Nichts gestanden“* zu sein. Sie spricht sich für eine Berufslobby aus, die es vielleicht auch schaffen würde, eine *„vernünftige“* Ausbildung für Radiomoderatoren auf die Beine zu stellen.⁴⁸⁷

Zum Thema Ausbildung sind einige der befragten Moderatoren der Meinung, dass diese nicht wichtig sei, denn ausschlaggebend wäre der Typ an sich bzw. das *„Talent, das man hat oder nicht, um moderieren zu können“*. Ratsam für angehende Radiomoderatoren sind Praktika, wo man *„Sämtliches von Moderatoren erfragen und lernen und sehr viel Zeit im Übungsstudio verbringen“*⁴⁸⁸ sollte. *„Dann wird es sich weisen, ob es für OnAir reicht.“*⁴⁸⁹ Lediglich ein Radiomoderator, der sich ebenfalls zum Thema Ausbildung geäußert hat, meint:

⁴⁸² Fragebogen Nr. 208.

⁴⁸³ Fragebogen Nr. 77.

⁴⁸⁴ Fragebogen Nr. 86.

⁴⁸⁵ Fragebogen Nr. 37.

⁴⁸⁶ Fragebogen Nr. 213.

⁴⁸⁷ E-Mail vom 7. April 2014.

⁴⁸⁸ Fragebogen Nr. 21.

⁴⁸⁹ Ebenda.

„Eine gründliche Ausbildung (auch in technischen Dingen) ist unumgänglich, berufsbegleitendes Coaching, Sprech- und Sprachtraining unerlässlich. Ebenso ein ehrliches und konstruktives Feedback bzw. ein regelmäßiger Aircheck.“⁴⁹⁰

Was die Persönlichkeit anbelangt, so bedauert ein Radiomoderator eines Privatsenders in Wien:

„Leider ist in der österreichischen Radiolandschaft die Bildung einer richtigen on air Personality nicht erwünscht, um ein leichtes Ersetzen zu ermöglichen, wenn der betreffende Moderator den Sender verlässt und zu einem anderen wechselt.“⁴⁹¹

Bezüglich der Bedeutung und des Stellenwertes des Radiomoderators gibt es sehr unterschiedliche Aussagen.

Martin Blumenau, der seit über 30 Jahren beim ORF arbeitet und zur Zeit unter anderem als Radiomoderator bei FM4 tätig ist, hält fest, dass die Bedeutung eines Moderators je nach Radiosender differenziert betrachtet werden muss.

„Es mag sein dass es im herkömmlichen Kommerz/Flächenradio ausschließlich um Unterhaltung/Sprüche/Bindung und den Tagesüberblick geht; Ich sehe darin aber nichts, was ModeratorInnen, die sich in etwas spezialisierteren Zonen oder in Nicht-Flächen-Programmen bewegen, abbildet. Als Moderator ist man Verkäufer und Außendarsteller aber auch Informationsträger, Vertrauensperson und Wertevermittler; gerade im öffentlich-rechtlichen Bereich. Die Zentrierung auf Unterhaltung/Sprüche/Bindung/Überblick scheint mir das oberflächliche Blabla-Image der Moderation zu festigen, tut im besten Fall so, als wäre der Redakteur/Producer, der sich im Ohrknopf des Moderators befindet, der eigentliche Steuermensch. Im Fall von etwa Ö1 und FM4 greift das deutlich zu kurz.“⁴⁹²

Eine Moderatorin, die derzeit bei einem öffentlich-rechtlichen Radiosender in Oberösterreich arbeitet, blickt optimistisch in die Zukunft:

„Ich glaube daran, dass RadiomoderatorInnen gerade in unserer hochtechnisierten Welt wieder an Bedeutung gewinnen werden! Während wir immer mehr gewöhnt sind, dass MASCHINEN zu uns sprechen - via Handy, via Navigationsgerät, etc. -

⁴⁹⁰ Fragebogen Nr. 82.

⁴⁹¹ Fragebogen Nr. 20.

⁴⁹² E-Mail vom 8. April 2014.

wird es umso gefragter sein, dass es im Radio ‚menschelt‘, und dass da jemand sitzt, mit dem wir uns entweder gern unterhalten würden, oder der uns vielleicht aus der Seele spricht...⁴⁹³

Dabei spielt Idealismus eine wichtige Rolle, denn *„ohne den Idealismus ist man nur ein Papagei und vielleicht auch nur ein schlechter“⁴⁹⁴.*

Ein ehemaliger Radiomoderator, der in Tirol gearbeitet hat, sieht den Stellenwert historisch betrachtet so:

„In der Vergangenheit hatte ein Radiomoderator einen höheren Stellenwert, da es viel weniger Sender gab. Jetzt gibt es Radiostationen und daher auch Moderatoren/innen wie Sand am Meer. Radiomoderator zu sein war früher etwas Besonderes, heutzutage ist dieser ‚Glanz von ehemals‘ ab.“⁴⁹⁵

Ein Radiomoderator eines öffentlich-rechtlichen Senders klärt auf:

„In Zukunft reden wir nicht vom Moderator. Es heisst[!] jetzt schon DJ! International kennt man seit Jahrzehnten nur noch den Begriff des Radio DJs. Nur die Morningshow Moderatoren werden teilweise als ‚Morning Host‘ bezeichnet. Den "Moderator" in dem Sinn gibt's schon lange nicht mehr. Deshalb werden die DJs nie an Bedeutung verlieren. Egal ob sie reden, oder nur Musik mixen. Sie bestreiten die Sendung.“⁴⁹⁶

Petra Suk, die von 2001 bis 2006 die Live Talk Sendung „Herzflimmern mit SUKI“ auf Radio Arabella moderierte, ist etwas skeptischer und legt ihre Hoffnungen in mutige Radiosender.

„Im Radio gibt es immer weniger Wortanteil, dafür aber immer mehr Musikanteil. [...] Ganze Musikblöcke bringen durch den Tag und man fragt sich wirklich - WO da noch ein Moderator wichtig ist...Außer der ‚Morgenshow‘ und den ‚Nachrichten‘ kann man auf einen Moderator verzichten. Die Entwicklung zeigt uns, dass es einfach jetzt so bleibt, bis es wieder ein paar mutige Sender gibt, die wieder mehr auf

⁴⁹³ Fragebogen Nr. 77

⁴⁹⁴ Fragebogen Nr. 239.

⁴⁹⁵ Fragebogen Nr. 220.

⁴⁹⁶ Fragebogen Nr. 44.

Worte stehen und einfach ‚Sendungen‘ produzieren können und viele Hörer wieder in den Bann ziehen...“⁴⁹⁷

Und ein besonders negatives Zukunftsszenario zeichnet ein Moderator eines öffentlich-rechtlichen Senders in Wien. Er ist der Meinung, dass der Beruf des Radiomoderators *„bald nur noch von menschlichen Maschinen, abhängig von BWL-Idioten und ihrer Quotengeilheit, gemacht“⁴⁹⁸* wird.

Was das Tätigkeitsfeld eines Radiomoderators in Zukunft anbelangt, stellt ein Moderator eines Privatradiosenders in Wien fest:

„Aufgrund der zunehmenden Individualisierung der Hörer/innen und technologischen Differenzierung durch digitale Dienste wird sich nicht nur das Medium Radio, sondern auch das Berufsbild des Moderators / der Moderatorin wandeln. Multimediale Tätigkeiten, wie sie schon jetzt neben der klassischen Radiomoderation ausgeübt werden, zeigen eindeutig die Richtung vor.“⁴⁹⁹

Zum Thema Tagesrandzeiten gab es zwei Statements. Petra Suk konstatiert:

„Noch vor ein paar Jahren konnten sich fast alle Privatsender noch Moderatoren bis 22:00 leisten. Nun kann das nur ein verstaatlichter Sender wie Ö3, der dann auch sehr hilfreich sein kann, wenn man um 4 Uhr früh in den Urlaub fährt und immer noch die ‚freundliche ECHTE‘ und vor allem nicht aufgezeichnete Stimme hört, die einen gut durch den Verkehr bringt.....Die meisten Sender lassen nur bis 19 Uhr moderieren, dann sind viele Aufzeichnungen, die den Abend begleiten.[...] der RADIO ist leider nicht mehr ‚zeitgemäß‘ abends zum Zuhören.“⁵⁰⁰

Ein langjähriger Radiomoderator, der zurzeit bei einem öffentlich-rechtlichen Sender in Salzburg tätig ist, meint hingegen:

„In Zukunft werden sogar die Tagesrandzeiten noch MEHR Moderationsqualität haben müssen! Denn es werden wieder Spezialsendungen mehr Bedeutung bekommen! Mainstream-Berieselung a la Formatradio - Tagesbegleitung nimmt ab, denn diese Funktion übernehmen andere Medien: Musik hat jeder selber am

⁴⁹⁷ Fragebogen Nr. 159.

⁴⁹⁸ Fragebogen Nr. 85.

⁴⁹⁹ Fragebogen Nr. 231.

⁵⁰⁰ Fragebogen Nr. 159.

*Smartphone, auch Wetter, Verkehr und Nachrichten sind da jederzeit abrufbar. Da brauche ich nicht am Formatradio warten, bis endlich meine gesuchte Info kommt. Radio kann nur überleben durch kompetente Spezialsendungen, durch Kommunikation mit Menschen, die etwas nachfragen, z. B. auch Musik-Wunschsendungen, die SOFORT erfüllt werden zusammen mit Infos darüber. Die immer gleiche Computer-Hitrotationen mit flotten - oft pubertären Sprüchen dazwischen sind OUT! Man schaltet ein Radio ein, damit man einen MENSCHEN spürt! Eine Endlos-Musik-Abspielmaschine hat jeder selber, dafür braucht es kein Radio mehr!*⁵⁰¹

Grundsätzlich sollte das Medium Radio seine Chance nutzen, „den Menschen zu jeder Tages + Nachtzeit - relativ billig - zu begleiten ob als Informations- oder Unterhaltungsquelle“⁵⁰². Außerdem meinte ein Moderator aus der Steiermark:

*„Das Medium Radio ist faszinierend. Es gibt nichts Schnelleres. Für Twitter etc. muss der Leser aktiv die Nachricht abrufen bzw. aktiv lesen. Die Zeitung erscheint erst am nächsten Tag. Das Radio kann in der Sekunde reagieren. - Das sollte man viel mehr nutzen in Zukunft. Und: Man kann mit einfachsten Mitteln ein Gefühl beim Hörer entfachen. Was in einem Hollywoodfilm Millionen Dollars kostet, schafft man hier lediglich mit einer Stimme und Musik.“*⁵⁰³

6.7 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Experten-Interviews und der Befragung der Radiomoderatoren thematisch zusammengefasst.

6.7.1 Rolle des Radiomoderators

Das erklärte Ziel eines Radiosenders ist es, eine Verbindung mit den Hörern herzustellen und sie an den Sender zu binden. Dabei spielt der Radiomoderator eine entscheidende Rolle, auch wenn er häufig aufgrund des hohen Musikanteils nur wenig Zeit und Möglichkeiten zur Hörerbindung hat. Für Amon ist er das Haupt-aushängeschild und das sichtbare Bild eines Radiosenders. Unterscheidet man

⁵⁰¹ Fragebogen Nr. 115.

⁵⁰² Fragebogen Nr. 241.

⁵⁰³ Fragebogen Nr. 185.

zwischen Unterhaltungsmoderatoren und Moderatoren von Wissenschaftssendungen, so soll der eine die Hörer in unterhaltender Art und Weise an sich binden und der andere Inhalte glaubhaft vermitteln. Dabei ist festzuhalten, dass die Bedeutung eines Moderators eines Unterhaltungssenders laut Treiber ungleich größer ist als die Bedeutung eines Moderators eines Kultursenders. Speziell zur Primetime des Radios – in den Morgensendungen – sind starke Persönlichkeiten gefragt, die mit ihrer Moderation die Hörer emotionalisieren, begeistern und damit an den Sender binden.

Den Verlauf der Zeit betrachtend konstatieren Treiber und Lynen, dass sich die Rolle des Radiomoderators bzw. seine Aufgaben kaum verändert haben. Allerdings muss der Radiomoderator von heute sein Publikum kennen und deutlich präsenter bei seinen Hörern sein, sei es über soziale Netzwerke, bei Events, Live-Streams aus dem Studio, etc.

Fragt man die Radiomoderatoren nach ihrer Rolle, die sie in Bezug auf die Hörer haben, so steht dabei die Unterhaltung im Vordergrund, gefolgt von der Bindung an den Sender.

6.7.2 Anforderungen an den Radiomoderator

Das Grundlagenprofil eines Radiomoderators hat sich im Laufe der Hörfunkgeschichte nur wenig geändert. Die Liste der an den Moderator gestellten Anforderungen war früher genauso lang wie sie heute ist. Lediglich die technischen Fertigkeiten spielen heute eine wesentlich größere Rolle als früher, ein technisches Grundwissen wird vorausgesetzt. Wenn es nach Lynen geht, sollte sich ein zukünftiger Radiomoderator folgende Kompetenzen im Zuge seiner Ausbildung aneignen: Allgemeinbildung sowie technische, journalistische, sprachliche, stimmliche, kommunikative, musikalische und kreative Kompetenzen.

Da laut Swoboda nur die wenigsten Bewerber die erforderlichen Ausbildungen, Fertigkeiten und Kenntnisse für die Ausübung des Berufs als Radiomoderator mitbringen, kommt es anfangs in erster Linie auf persönliche Eigenschaften an. Ein Radiomoderator sollte extrovertiert, offen, aufgeschlossen, kreativ, flexibel, anpassungsfähig stressresistent und ausdauernd sein. Für Amon sind die entscheidenden Kriterien, die ein Radiomoderator erfüllen muss, ein großes,

hervorragendes Nervenkorsett, eine große Persönlichkeit, die sich nicht aus der Ruhe bringen lässt und mit dem Publikum mitdenkt, sowie eine gute, klare, verständliche Sprache. Wichtig dabei ist, dass diese Persönlichkeit zur Zielgruppe des Senders passt.

Die befragten Radiomoderatoren geben folgende fünf Fertigkeiten als die wichtigsten an, die ein Moderator mitbringen sollte: „Er/Sie muss sympathisch und natürlich rüber kommen“, „eine gute Stimme haben“, „glaubwürdig sein“, „die Hörer begeistern“ und „rasch reagieren“ können. Weitere wichtige Eigenschaften sind: Authentizität, Empathie, Flexibilität, Witz, Humor und Charme, gutes Allgemeinwissen, Neugierde, Stressresistenz und Kreativität. Zudem wurde mehrmals angemerkt, dass ein guter Radiomoderator ein Gespür für wichtige und aktuelle Themen haben muss und die Fähigkeit besitzen sollte, Bilder beim Hörer entstehen zu lassen. Künftig an Bedeutung gewinnen werden insbesondere technische Fertigkeiten.

6.7.3 Ausbildung des Radiomoderators

90 % der Radiomoderatoren, die an der Fragebogen-Befragung teilgenommen haben, verfügen über einen Maturaabschluss, 42 % davon haben darüber hinaus einen Universitätsabschluss. Obwohl die Akademikerquote relativ hoch ist, wird ein Uni-Abschluss in Zukunft nicht mehr als so wichtig erachtet, vielmehr gewinnen spezielle Ausbildungen fürs Radio an Bedeutung. Eine große Rolle spielen in diesem Zusammenhang auch eine gute Allgemeinbildung sowie Talent und Leidenschaft.

Die befragten Experten sind sich ebenfalls einig, dass eine akademische Ausbildung keine Voraussetzung für eine erfolgreiche Karriere als Radiomoderator ist. Swoboda und Amon würden sie dennoch empfehlen. Im Wesentlichen bedarf es einerseits einer tiefen Allgemeinbildung und andererseits spezifischer Charaktereigenschaften, die bereits im vorherigen Punkt aufgelistet wurden. Auch die Stimme spielt eine wesentliche Rolle, wobei spezielle Stimm- und Sprechausbildungen auch von den Radiosendern angeboten werden.

Dem angehenden Radiomoderator wird empfohlen, im Rahmen von Praktika so viele Erfahrungen wie möglich zu sammeln und eine journalistische Basis zu

erarbeiten. Eine klassische Moderatorenausbildung gibt es nämlich nicht, daher sind „training on the job“ und laufende Weiterbildung entscheidend. Treiber meint, dass es *„nicht in erster Linie darum geht, was man schon weiß, sondern dass man weiß, wie man es sich aneignet und wie man es akustisch umsetzt“*.

Allerdings würde Lynen einem jungen Menschen gar nicht mehr empfehlen, den Beruf des Radiomoderators anzustreben, da die Budgets der Radiosender niedriger und die Ausbildungsmöglichkeiten schlechter werden. Die Zukunft liegt seiner Meinung nach im Internet.

6.7.4 Anstellung des Radiomoderators

Die Befragung der Radiomoderatoren hat gezeigt, dass der Einstieg bei einem Radiosender und im weiteren Sinne in den Moderatorenberuf zumeist über ein Praktikum und/oder einen Vertrag als freier Mitarbeiter erfolgt. Nur die Wenigsten beginnen beim Radio gleich mit einem fixen Angestelltenverhältnis. Das liegt häufig daran, dass neue Moderatoren nicht voll eingesetzt werden, sondern langsam in den Job hineinwachsen, so auch Swoboda.

Im Laufe der Jahre werden in den meisten Fällen aus freien Mitarbeitern Angestellte, sofern sie dies überhaupt wollen, denn gute Moderatoren verdienen im Normalfall als freie Mitarbeiter mehr bzw. manche Moderatoren üben nebenbei zusätzlich eine oder mehrere Tätigkeiten aus. Was das Gehalt der befragten Radiomoderatoren anbelangt, zeigte sich, dass fast 90 % der unter 30-Jährigen weniger als 2.000 Euro netto pro Monat verdienen, was zur Folge hat, dass sich viele daneben ein zweites Standbein aufbauen müssen. Auch Lynen konstatiert diesbezüglich, dass Radiomoderatoren teilweise extrem schlecht bezahlt werden, die Gehälter würden in vielen Fällen *„nicht wesentlich über denen einer Putzfrau liegen“*.

Amon gibt an, dass das Angestelltenverhältnis von Moderatoren je nach Sender unterschiedlich ist, beispielsweise hat Ö1 weniger freie Mitarbeiter als Ö3, bei FM4 ist das Verhältnis von freien und angestellten Mitarbeitern gemischt. Seiner Meinung nach muss zuerst der passende Moderator für die Hörer gefunden werden, erst danach wird geschaut, ob eine Planstelle offen ist bzw. ob der Moderator angestellt werden will oder nicht.

Die Gründe, die für Radiosender gegen eine Fixanstellung von Radiomoderatoren sprechen, liegen einerseits in den heutzutage notwendigen Sparmaßnahmen – freie Mitarbeiter sind billiger – und in radiophilosophischen Gründen. Treiber meint damit die Tatsache, dass das Programm abwechslungsreicher und vielfältiger wird, wenn mehrere Mitarbeiter tätig sind.

6.7.5 Zukunft des Radiomoderators

Der Radiomoderator ist insbesondere bei Unterhaltungssendern ein wichtiges Kernelement. Diese Schlüsselposition wird er auch in Zukunft beibehalten bzw. noch weiter ausbauen können, und zwar solange, wie ein Sender Hörer an sich binden will. Ohne Moderatoren würde das Radio zu einer seelenlosen Musikabspielstation verkommen, ist Swoboda überzeugt. Lynen stimmt grundsätzlich zu, dass der Moderator eine Schlüsselfigur im Hörfunk ist, allerdings bezieht er sich dabei auf das klassische UKW-Radio. Moderne Formen wie Hybrid-Radios oder iTunes-Radio, Spotify, etc. kommen seiner Meinung nach auch ohne Moderation sehr gut aus. Von besonderer Bedeutung ist, dass ein Radiomoderator heutzutage sehr gut sein muss, da er aufgrund der vorherrschenden Vielzahl an Moderatoren relativ schnell ausgetauscht wird.

Was die Frage nach On air-Personalities im Radio anbelangt, so sprechen sich sowohl Amon als auch Swoboda für solche Persönlichkeiten aus. Sie sind der Meinung, dass Personalities ein Muss für jeden Radiosender sind. Diese Meinung teilen auch 3/4 der befragten Radiomoderatoren. Treibers Ansicht nach muss diese Frage differenziert betrachtet werden. Er glaubt, dass für einen Unterhaltungssender Persönlichkeiten von entscheidender Bedeutung sind, für einen Kultursender weniger, denn da sind die Inhalte die Stars. Lynen zeichnet für die Zukunft der Radiopersonlichkeiten ein eher negatives Bild. Er geht davon aus, dass die Entwicklungen am Radiomarkt in den USA in den nächsten 10 bis 15 Jahren auch Einfluss auf den österreichischen Radiomarkt haben werden. Dort gibt es bereits heute nur noch wenige Live-Anteile, wenige Persönlichkeiten und die Qualität der Leute, die in den USA Radio machen, hat deutlich nachgelassen.

Bei der Frage nach der Bedeutung des Radiomoderators zu den Tagesrandzeiten scheiden sich die Geister. Während Treiber und Lynen davon überzeugt sind, dass man auf den Moderator zu dieser Zeit verzichten kann, aus Kostengründen sogar verzichten muss, sprechen sich Amon und Swoboda für eine Moderation auch am Abend bzw. in der Nacht aus. Amon hält fest, dass alle ORF-Radiosender ihren Hörern Vollprogramm bis nach Mitternacht bieten. Dass Radiomoderatoren zu den Tagesrandzeiten immer häufiger eingespart werden, ist für ihn eine Folge der Sparmaßnahmen, die bei Privatsendern früher greifen und notwendiger sind als beim ORF. Aber auch für Swoboda gibt es keine Tagesrandzeit, in der er Moderatoren einsparen möchte, denn „*dann gebe ich Radio auf*“. Sowohl beim ORF als auch bei KRONEHIT erhalten in der Nacht speziell junge und unerfahrene Moderatoren die Möglichkeit, erste Moderationserfahrungen zu sammeln. Auch 61 % der befragten Radiomoderatoren glauben nicht, dass der Moderator an den Tagesrandzeiten an Bedeutung verlieren wird. Allerdings relativiert sich das Ergebnis, wenn man weiß, dass einige davon der Meinung sind, dass der Moderator bereits an Bedeutung verloren hat, und dass vor allem Unterhaltungssendungen davon betroffen sein werden. Wenn es nach den Radiomoderatoren geht, dann wird der Moderator zur frühen Tagesrandzeit wichtig bleiben, während er zur späten an Bedeutung verlieren wird.

7 Resümee und Ausblick

Bald 90 Jahre lang begleitet das Massenmedium Radio die österreichische Bevölkerung durch den Alltag. Während es früher als Leitmedium zum Ziel hatte, schnell, unterhaltend und informierend zu sein und mit dem Radioprogramm alle Zielgruppen gleichermaßen bedienen wollte, verwandelte es sich zum Zuge der Etablierung des Fernsehens zum Begleitmedium. Das Radio wurde vom Abend- zum Tagesmedium umgebaut, der Informations- und Servicecharakter traten in den Vordergrund. Die wichtigsten Merkmale des Mediums Radio, nämlich allgegenwärtig zu sein, die Hörer direkt und gezielt ansprechen zu können sowie seine parasoziale Funktion und die große Stärke der Schnelligkeit verhelfen dem Radio auch in der heutigen Zeit zu großer Popularität. Mehr als 6,1 Millionen Österreicher ab zehn Jahren haben im vergangenen Jahr täglich das Radio genutzt. Beim Frühstück, auf dem Weg in die Arbeit, im Büro, in der Freizeit haben sie über den Radiowecker, die Stereoanlage, das Autoradio, das Handy, den PC, etc. durchschnittlich 190 Minuten Radio gehört. Zwar ist die Radionutzung leicht rückläufig, dennoch hat es neben Fernsehen und Internet seinen fixen Platz im Medienrepertoire der österreichischen Bevölkerung. Und auch in Zukunft wird das Radio mit seinen Kernfunktionen Erdung, Orientierung und Stabilisierung eine bedeutende Rolle in unserem Alltag einnehmen.

Im Laufe der neun Jahrzehnte veränderte sich allerdings nicht nur das Medium Radio, sondern auch die Tätigkeitsfelder der Radiomacher. Das Ziel der vorliegenden Arbeit war es, den Beruf des Radiomoderators im Wandel der Zeit zu erforschen. Basis dafür war die Aufarbeitung der österreichischen Hörfunkgeschichte, um Hintergrundinformationen zu erhalten und mögliche Veränderungen erklären und verstehen zu können. Beispielsweise hat der Sender der amerikanischen Besatzungsmacht „Radio Rot-Weiß-Rot“ während der Besatzungszeit viele Aspekte des „modernen“ Radios, wie Nachrichten zu jeder vollen Stunde und den Mitarbeitertyp „Disc-Jockey“, nach Österreich gebracht. Um auch über das Umfeld eines Radiomoderators Bescheid zu wissen, wurden einerseits alle wichtigen Informationen sowie Besonderheiten des Mediums Radio recherchiert und dokumentiert, und andererseits wurden wichtige Gesichtspunkte des breiten Feldes des Radiojournalismus und der handelnden Personen aufgezeigt. Was den Beruf

des Radiomoderators anbelangt, wurden sämtliche historische Aspekte als auch Details zu den Aufgaben, Anforderungen, Ausbildung sowie zur Anstellung erläutert. Auch auf die Moderation als radiojournalistische Darstellungsform wurde speziell eingegangen. Die Auseinandersetzung mit der Hörfunkgeschichte, dem Medium Radio und dem Radiojournalismus war für die empirische Untersuchung von größter Bedeutung, genauso wie die Beschäftigung mit der Kommunikatorforschung und den bereits durchgeführten Studien und Untersuchungen. Dabei wurde ersichtlich, dass auf dem Untersuchungsgebiet der Hörfunkjournalisten bis dato nur wenig Forschung im deutschsprachigen Raum betrieben wurde.

Mit diesem theoriegestützten Wissen wurden von März bis Mai 2014 zwei empirische Untersuchungen parallel durchgeführt. Auf der einen Seite wurden vier leitfadenorientierte Expertenbefragungen durchgeführt, und auf der anderen Seite sollten die Radiomoderatoren selbst in einem Online-Fragebogen Fragen zu ihrem Job beantworten. Insgesamt 153 Moderatoren nutzten diese Gelegenheit, ihre Informationen, Sichtweisen und Meinungen mitzuteilen. Im Rahmen der beiden Untersuchungen wurden Fragen zur Rolle des Radiomoderators, den Anforderungen, der Ausbildung sowie der Anstellung gestellt, und zwar größtenteils jeweils im Zeitlauf, früher – heute – morgen.

Jeder Radiosender strebt danach, eine Verbindung mit den Hörern herzustellen und sie an den Sender zu binden. Dem Sender stehen dafür unterschiedliche Mittel zur Verfügung, und der Radiomoderator spielt dabei eine entscheidende Rolle. Er ist das Aushängeschild und sichtbare Bild eines Radiosenders, mit seiner Moderation soll er sich seinen Hörern öffnen und sie emotionalisieren. Unterhaltungsmoderatoren sollen die Hörer in unterhaltender Art und Weise an sich und den Sender binden, Moderatoren von Wissenschaftssendungen sollen Inhalte glaubhaft vermitteln. Speziell zur Primetime des Radios, in den Morgenstunden, sollen starke Moderatoren-Persönlichkeiten die Hörer begeistern und dazu bringen, auch tagsüber „dran zu bleiben“.

Genauso vielfältig wie die Anforderungen an den Radiomoderator in der Literatur zu finden sind, sind auch die diesbezüglichen Aussagen der befragten Experten und Radiomoderatoren. Klar hervor gegangen ist, dass der Radiomoderator von

heute offener sein muss als früher, da er zumeist nicht mehr „nur“ vor dem Mikrofon sitzt, sondern auf verschiedenen medialen Kanälen präsent sein muss. Dabei muss er sympathisch und natürlich rüber kommen, authentisch und glaubwürdig sein und seine Hörer begeistern können. Zudem muss er stressresistent und flexibel sein, ein technisches Grundwissen wird vorausgesetzt. Mit einer starken Persönlichkeit und einer guten Stimme muss er es schaffen, sich von der breiten Masse abzuheben.

Was die Ausbildung zum Radiomoderator anbelangt, so muss festgehalten werden, dass die Möglichkeiten, sich zum Moderator ausbilden zu lassen, eher begrenzt sind. Laut den Befragten sei es das Beste, gleich nach dem Maturaabschluss so viel Praxis wie möglich zu sammeln, und zwar in Form von Praktika bzw. Volontariate und daneben spezielle Ausbildungen fürs Radio zu machen. Dies bringe den angehenden Moderator schneller an sein Ziel, erfolgreich im Job zu werden, als ein Universitätsabschluss, da sind sich die befragten Experten und Radiomoderatoren einig. Schaden kann eine akademische Ausbildung dennoch nicht. Als besonders wichtig seien in diesem Zusammenhang aber auch Talent und Leidenschaft.

Aufschluss geben konnten die Interviews und die Fragebogen-Befragung bezüglich der Anstellung von Radiomoderatoren, da dieser Aspekt in der Literatur nur eine sehr marginale Aufmerksamkeit erfährt. Die Befragung der Radiomoderatoren hat gezeigt, dass der Einstieg in den Moderatorenberuf zumeist über ein Praktikum und/oder einen Vertrag als freier Mitarbeiter erfolgt. Im Laufe der Zeit werden zumeist aus freien Mitarbeitern Angestellte, sofern dies erwünscht ist, denn gute Moderatoren verdienen im Normalfall als freie Mitarbeiter mehr bzw. manche Moderatoren üben nebenbei zusätzlich eine oder mehrere Tätigkeiten aus. Fakt ist, dass das Angestelltenverhältnis von Moderatoren je nach Sender unterschiedlich ist. Beispielsweise hat Ö1 weniger freie Mitarbeiter als Ö3, bei FM4 ist das Verhältnis von freien und angestellten Mitarbeitern gemischt und bei KRONEHIT ist ein wesentlicher Teil der Moderatoren angestellt. Die Auswertung der Fragebögen hat zudem gezeigt, dass fast 90 % der unter 30-Jährigen weniger als 2.000 Euro netto pro Monat verdienen. Dies hat zur Folge, dass sich viele nebenbei ein zweites Standbein aufbauen müssen.

Über die Bedeutung des Radiomoderators in der Zukunft sind sich die Befragten nicht ganz einig. Im klassischen Radio wird der Moderator auch in Zukunft eine Schlüsselfigur darstellen, aber moderne Formen wie Hybrid-Radios, iTunes-Radio, Spotify, etc. kommen auch ohne Moderation gut aus. Ein Radiosender, wie wir ihn heute kennen, würde allerdings ohne Moderatoren zu einer „*seelenlosen Musikabspielstation*“ verkommen.

Speziell beim Thema der Bedeutung zu den Tagesrandzeiten gehen die Meinungen deutlich auseinander. Zwei der vier befragten Experten sind überzeugt, dass man auf den Moderator zu dieser Zeit verzichten kann bzw. aus Kostengründen verzichten muss. Für die anderen beiden ist der Moderator auch in den Abendstunden unverzichtbar, und in den Nachtstunden erhalten junge und unerfahrene Moderatoren die Möglichkeit zur Erfahrungssammlung. Auch ein großer Teil der Radiomoderatoren geht davon aus, dass der Moderator an den Tagesrandzeiten nicht an Bedeutung verlieren wird. Am ehesten von Einsparungsmaßnahmen betroffen sein werden Unterhaltungssendungen bzw. die späte Tagesrandzeit.

Was die so genannten On air-Personalities, also starke Persönlichkeiten, anbelangt, so scheint es, dass schon viele Sender diese gut bezahlten Moderatoren aufgrund von Einsparungsmaßnahmen durch billigere „dienende“ Moderatoren ersetzt haben. Solche Personalities sind aber – gerade für Unterhaltungssender – von großer Bedeutung. Die Befürchtungen von Lynen, dass sich der österreichische Radiomarkt an jenen in den USA anpassen könnte, was wenig Live-Anteile und wenige Persönlichkeiten zur Folge hätte, haben ihre Berechtigung. Dennoch ist nicht davon auszugehen, dass sich dies in den nächsten 10 bis 15 Jahren manifestieren wird. Solange die Radiosender starke Persönlichkeiten als Moderatoren einsetzen, die es schaffen, die Hörer an den Sender zu binden und ihnen eine Motivation zu noch mehr Radiohören geben, wird der Radiomoderator ein Kernelement im Radio darstellen.

8 Quellenverzeichnis

8.1 Selbstständige Literatur

Amon, Ingrid: Die Macht der Stimme. Persönlichkeit durch Klang, Volumen und Dynamik. Frankfurt/Wien, 2002

Arnold, Bernd-Peter: ABC des Hörfunks. 1. Aufl. München, 1991

Arnold, Bernd-Peter: ABC des Hörfunks. 2. überarb. Aufl. Konstanz, 1999

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 7. Aufl. Berlin/New York, 1993

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. 13., neue bearb. und erweit. Aufl. Berlin, 2010

Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Ottfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. 2., überarb. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2013

Böckelmann, Frank: Journalismus als Beruf. Bilanz der Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum von 1945 bis 1990. Konstanz, 1993

Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Opladen, 2002

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Aufl. Wien/Köln/Weimar, 2002

Deneke, Johann F. Volrad: Aspekte und Probleme der Medizinpublizistik. Bestandsaufnahmen und Analysen zur historischen und aktuellen Präsentation von Medizin in Massenmedien, Bochum, 1985

Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 16. Aufl. Reinbek bei Hamburg, 2006

Dorer, Johanna/Baratsits, Alexander (Hg.): Radiokultur von morgen. Ansichten, Aussichten, Alternativen. Wien, 1995

Egger, Michael: Der kleine Oral History Ratgeber. Graz, 2013

- Ergert, Viktor:** 50 Jahre Rundfunk in Österreich. Band I: 1924-1945. Salzburg, 1974
- Ergert, Viktor:** 50 Jahre Rundfunk in Österreich. Band II: 1945-1955. Salzburg, 1975
- Ergert, Viktor:** 50 Jahre Rundfunk in Österreich. Band III: 1955-1967. Salzburg, 1977
- Froschauer, Ulrike/Lueger, Manfred:** Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme. Wien, 2003
- Godler, Haimo/Jochum, Manfred/Schlögl, Reinhard/Treiber, Alfred (Hg.):** Vom Dampfradio zur Klangtapete. Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich. Wien/Köln/Weimar, 2004
- Grosch, Michael/Gidion, Gerd:** Mediennutzungsgewohnheiten im Wandel. Ergebnisse einer Befragung zur studiumsbezogenen Mediennutzung. Karlsruhe, 2011
- Haas, Michael H./Frigge, Uwe/Zimmer, Gert:** Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten. 1. Aufl. München, 1991
- Häusermann, Jürg:** Radio. Tübingen, 1998
- Hopf, Christel/Weingarten, Elmar (Hrsg.):** Qualitative Sozialforschung, Stuttgart 1979
- Hüffel, Clemens/Reiter, Anton (Hg.):** Medienpioniere erzählen...50 Jahre österreichische Mediengeschichte – von den alten zu den neuen Medien. Wien, 2004
- Kleinsteuber, Hans J.:** Radio. Eine Einführung. Wiesbaden, 2012
- Klinger, Franz/Koch, Gerhard:** Radio- & Fernseh-Journalismus: ein Grundkurs. Graz, 2004
- Krug, Hans-Jürgen:** Radio, Konstanz, 2010
- Krug, Hans-Jürgen:** Radiolandschaften: Beiträge zur Geschichte und Entwicklung des Hörfunks, Frankfurt am Main, 2002

- La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.):** Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München, 1980
- La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.):** Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 7., völlig neu bearb. Aufl. München, 2000
- La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.):** Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013
- Lamnek, Siegfried:** Qualitative Sozialforschung. Band 2. Methoden und Techniken, 3., korr. Aufl. Weinheim, 1995
- Lynen, Patrick:** Das wundervolle Radiobuch. Moderne Moderation im Radio - Persönlichkeit, Kommunikation, Motivation. 3., überarb. und aktual. Aufl. Baden-Baden, 2010
- Maletzke, Gerhard:** Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg, 1963
- Manhart, Lothar:** Hörfunk- und Fernsehberufe: mit Ausbildungswegen. 2., überarb. und aktual. Aufl. München, 1988
- Mast, Claudia:** Berufsziel Journalismus. Aufgaben, Anforderungen und Ansprechpartner. 2. überarb. und erweiter. Aufl. Wiesbaden, 2000
- Mayring, Philipp:** Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 4. Aufl. Weinheim, 1999
- Müller, Dieter K./Raff, Esther (Hrsg.):** Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird - und wie Radiowerbung anmacht. 2., akt. und erweiter. Aufl. Wiesbaden, 2011
- Mummendey, Hans Dieter:** Die Fragebogen-Methode. 4., unveränd. Ausgabe. Göttingen, 2003
- Neuberger, Christoph/Kapern, Peter:** Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden, 2013
- Öffentliche Verwaltung für das österreichische Rundspruchwesen:** Radio Österreich – 30 Jahre Rundfunk in Österreich – Festschrift, Wien, 1954

- Österreichische Rundfunk Gesellschaft m.b.H.:** Jahresbericht 1952, Wien, 1952
- Österreichische Rundfunk Gesellschaft m.b.H.:** 40 Jahre Rundfunk in Österreich, Wien, 1964
- Österreichischer Rundfunk Ges. m. b. H.:** Oktober bis Dezember 1964. Das Jubiläumsprogramm. In: Österreichischer Rundfunk Ges. m. b. H.: Aus dem Programm. Wien, 1964
- Overbeck, Peter (Hg.):** Radio-Journalismus. Konstanz, 2009
- Pawlowski, Klaus:** Grundlagen der Hörfunkmoderation. Münster, 2004
- Podgorski, Thaddäus:** Die grosse Illusion. Erinnerungen an 50 Jahre mit dem Fernsehen. Wien, 2005
- Paukens, Hans/Vogel, Kirsten Annette/Wienken, Ursula:** Trainerhandbuch Journalismus. Konstanz, 2008
- Pörksen, Bernhard (Hrsg.):** Trendbuch Journalismus. Erfolgreiche Medienmacher über Ausbildung, Berufseinstieg und die Zukunft der Branche. 2., unveränd. Aufl. Köln, 2005
- Pürer, Heinz (Hrsg.):** Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. 4., überarb. und erweit. Aufl. Salzburg, 1996
- Reichel, Werner/Konvička, Michael/Streit, Georg/Landgraf, Rüdiger (Hrsg.):** Privatrado in Österreich. Eine schwere Geburt. München, 2006
- Rundfunk- und Telekom Regulierungs-GmbH:** 5 Jahre Privatrado in Österreich. Band 1/2003. Wien
- Schmolke, Michael (Hrsg.):** Der Generalintendant. Gerd Bachers Reden, Vorträge, Stellungnahmen aus den Jahren 1967 bis 1994. Eine Auswahl. Wien/Köln/Weimar, 2000
- Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke:** Methoden der empirischen Sozialforschung. 9., aktual. Aufl. München, 2011
- Signitzer, Benno:** Bibliographie der österreichischen Literatur zur Massenkommunikation: 1945/75. Salzburg, 1978

Treiber, Alfred: Ö1 gehört gehört. Die kommentierte Erfolgsgeschichte eines Radiosenders. Wien / Köln / Weimar, 2007

Troesser, Michael: Moderieren im Hörfunk. Handlungsanalytische Untersuchung zur Moderation von Hörfunksendungen des Westdeutschen Rundfunks mit Publikumsbeteiligung. Tübingen, 1986

Vorländer, Herwart: Oral History. Mündlich erfragte Geschichte. Göttingen, 1990

Wachtel, Stefan: Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen. 6., überarb. Aufl. Konstanz, 2009

Weischenberg, Siegfried: Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Wiesbaden, 1995

Weischenberg, Siegfried/Kleinstüber, Hans J./Pörksen, Bernhard (Hg.): Handbuch für Journalismus und Medien, Konstanz, 2005

Wienken, Uschi (Hrsg.): Radiomoderatoren und ihre Erfolgskonzepte. Von den Besten lernen. 2. Aufl. München, 2004

Wöhrle, Christoph: Berufsziel: Journalist. Berlin, 2006

Wolf, Franz Ferdinand: 25 Jahre ORF. 1975-2000. Salzburg – Wien – Frankfurt/Main, 2001

Wolf, Helga Maria (Hg.): Auf Ätherwellen. Persönliche Radiogeschichte(n). Wien/Köln/Weimar, 2004

Zierl, Richard: Hundert Jahre illustrierte Radiogeschichte. Geschichte, Entwicklung und Technik. Baden-Baden, 2011

8.2 Unselbstständige Literatur

Adolph, Karlheinz: Sprecher. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München, 1980, S. 109f.

Arnold, Bernd-Peter: Radio-Journalismus. In: Weischenberg, Siegfried/Kleinstüber, Hans J./Pörksen, Bernhard (Hg.): Handbuch für Journalismus und Medien, Konstanz, 2005, S. 387-390

- Benecke, Margrit:** Formate für Einschaltprogramme. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 288-294
- Blaes, Ruth:** Frei Sprechen. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 43-47
- Blöbaum, Bernd:** Journalist. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Ottfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. 2., überarb. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 143f.
- Bollinger, Michael:** Radiocomedy. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 205-211
- Braun, Stefan:** Sendung fahren. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 361-372
- Braunbeck, Joseph/Schlögl, Reinhard:** Sturm- und Drangzeiten des Radios. In: Godler, Haimo/Jochum, Manfred/Schlögl, Reinhard/Treiber, Alfred (Hg.): Vom Dampfradio zur Klangtapete. Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich. Wien/Köln/Weimar, 2004, S. 11-29
- Brugger, Sepp:** Medienpolitik und „Radioliberalisierung“ in Österreich. In: Dorer, Johanna/Baratsits, Alexander (Hg.): Radiokultur von morgen. Ansichten, Ausichten, Alternativen. Wien, 1995, S. 41-50
- Buchholz, Axel:** Die Radio-Landschaft. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 373-382
- Buchholz, Axel:** Moderation. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 7., völlig neu bearb. Aufl. München, 2000, S. 62-89

- Buchholz, Axel:** Moderieren. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 47-71
- Dorner, Dieter:** Unorthodox und unverwechselbar. Radiolegenden von einst und jetzt. In: Godler, Haimo/Jochum, Manfred/Schlögl, Reinhard/Treiber, Alfred (Hg.): Vom Dampfradio zur Klangtapete. Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich. Wien/Köln/Weimar, 2004, S. 93-95
- Dusek, Peter:** Wunschkonzert und Propaganda. In: Godler, Haimo/Jochum, Manfred/Schlögl, Reinhard/Treiber, Alfred (Hg.): Vom Dampfradio zur Klangtapete. Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich. Wien/Köln/Weimar, 2004, S. 43-49.
- Eggers, Jan:** Radio und Internet. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 414-420
- Eichmann, Ralph:** Journalismus. In: Kleinsteuber, Hans J.: Radio. Eine Einführung. Wiesbaden, 2012, S.235-267
- Flach, Christoph/Lynen, Patrick:** Radio ist Gefühlsmanagement. Wort und Personality-Moderation als Positionierungsfaktoren im modernen Hörfunk. In: Müller, Dieter. K./Raff, Esther (Hrsg.): Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird - und wie Radiowerbung anmacht. 2., akt. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2011, S. 45-50
- Gattringer, Karin:** Radionutzung im Alltag. In: Müller, Dieter K./Raff, Esther (Hrsg.): Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird - und wie Radiowerbung anmacht. 2., akt. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2011, S. 51-63
- Geppert, Alexander C. T.:** Forschungstechnik oder historische Disziplin? Methodische Probleme der Oral History. In: Geschichte in Wissenschaft und Unterricht. Bd. 45, 1994, S. 303-323
- Glück, Luis/Machatschke, Roland:** Moderation im Radio. In: Pürer, Heinz (Hrsg.): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. 4., überarb. Und erweit. Aufl. Salzburg, 1996, S.39-44

- Hasebrink, Uwe/Müller, Norman:** Aktuelle Ergebnisse der Reichweitenforschung. In: Kleinsteuber, Hans J.: Radio. Eine Einführung. Wiesbaden, 2012, S. 216-220
- Hasebrink, Uwe/Müller, Norman:** Das Radio als Bestandteil künftiger Medienrepertoires. In: Kleinsteuber, Hans J.: Radio. Eine Einführung. Wiesbaden, 2012, S. 231-233
- Hillmoth, Hans-Dieter:** Aircheck. In: La Roche, Walther von/Buchholz Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 90f.
- Hopfmüller, Gisela:** Journalistische Tätigkeiten im Radio. In: Pürer, Heinz (Hrsg.): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. 4., überarb. und erweit. Aufl. Salzburg, 1996, S. 20-25
- Jochum, Manfred:** Die seichten Wünsche der breiten Masse. Aus der Frühzeit des Radios in Österreich (1924-1932). In: Godler, Haimo/Jochum, Manfred/Schlögl, Reinhard/Treiber, Alfred (Hg.): Vom Dampfradio zur Klangtapete. Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich. Wien/Köln/Weimar, 2004, S. 31-41
- Karepin, Rolf:** Die Radiolandschaft Deutschlands. In: Müller, Dieter K./Raff, Esther (Hrsg.): Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird - und wie Radiowerbung anmacht. 2., akt. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2011, S. 9-16
- Kiefer, Matthias:** Zukünftige Funktionen des Radiohörens. Die Sicht der morphologischen Trendforschung. In: Müller, Dieter K./Raff, Esther (Hrsg.): Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird - und wie Radiowerbung anmacht. 2., akt. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2011, S. 199-211
- Kleinsteuber, Hans J.:** Radio. In: Weischenberg, Siegfried/Kleinsteuber, Hans J./Pörksen, Bernhard (Hg.): Handbuch für Journalismus und Medien, Konstanz, 2005, S. 381-386

- Klingler, Walter/Kutteroff, Albrecht:** Radio der Zukunft. Forschungsergebnisse zu Chancen des digitalen Hörfunks. In: Müller, Dieter. K./Raff, Esther (Hrsg.): Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird - und wie Radiowerbung anmacht. 2., akt. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2011, S. 213-227
- Kulpok, Alexander/Siegel, Angela:** Regeln fürs Schneiden. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 333-338
- Künzler, Matthias:** Leitmedien. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Ottfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. 2., überarb. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 183-184
- La Roche, Walther von:** Fürs Hören schreiben. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 18-33
- La Roche, Walther von:** Radio-Journalist werden. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 11-17
- Linke, Norbert:** Das Manuskript sprechen. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 38-42
- Lünenborg, Margreth:** Moderation. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Ottfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. 2. überarb. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 233f.
- Lüthje, Corinna:** Programm. In: Kleinsteuber, Hans J.: Radio. Eine Einführung. Wiesbaden, 2012, S.183-207
- Lynen, Patrick:** Private Parts. In: Wienken, Uschi (Hrsg.): Radiomoderatoren und ihre Erfolgskonzepte. Von den Besten lernen. 2. Aufl. München, 2004, S. 123-139
- Markert, Stefanie:** Korrespondentenbericht aus dem Ausland. In: La Roche, Walther von/Buchholz Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 143-147

- Mende, Annette:** Das Radio in der digitalen Welt. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010 und einer qualitativen Untersuchung. In: Müller, Dieter K./Raff, Esther (Hrsg.): Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird - und wie Radiowerbung anmacht. 2., akt. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2011, S. 229-244
- Merton, Robert K./Kendall, Patricia L.:** Das fokussierte Interview. In: Hopf, Christel/Weingarten, Elmar (Hrsg.): Qualitative Sozialforschung, Stuttgart 1979, S. 171-204
- Meuser, Michael/Nagel, Ulrike:** Experteninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Opladen, 2002, S. 71-111
- Meyen, Michael:** Hörfunk. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Ottfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. 2., überarb. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 116f.
- Meyen, Michael:** Radio. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Ottfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. 2., überarb. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 289
- Mitschka, Konrad:** Aus- und Fortbildung in Österreich. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 437-439
- Moll, Annette:** Die eigene Audio-Workstation. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 338-341
- Müller, Arno:** Radio – es gibt nichts Schöneres. In: Wienken, Uschi (Hrsg.): Radiomoderatoren und ihre Erfolgskonzepte. Von den Besten lernen. 2. Aufl. München, 2004, S. 45-54
- Nagiller, Rudolf/Besenböck, Hans:** Radio-Journalismus. In: Pürer, Heinz (Hrsg.): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. 4., überarb. und erweit. Aufl. Salzburg, 1996, S. 6-8

- Neu, Sabine/Buchholz, Axel:** Musik-Programme mit dem Computer erstellen. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 294-300
- Ohler, Josef:** Nachrichten. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 212-232
- Orgeldinger, Hermann:** Arbeiten mit dem Mikrophon. In: Mast, Claudia: Berufsziel Journalismus. Aufgaben, Anforderungen und Ansprechpartner. 2. überarb. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2000, S. 78-85
- Overbeck, Peter:** Organisation. In: Overbeck, Peter (Hg.): Radio-Journalismus. Konstanz, 2009, S. 37-39
- Peiler, Thomas:** Im Studio und mit dem Ü-Wagen produzieren. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 352-361
- Peschke, Sina:** Willig – Nackig – Motiviert. In: Wienken, Uschi (Hrsg.): Radiomoderatoren und ihre Erfolgskonzepte. Von den Besten lernen. 2. Aufl. München, 2004, S. 21-30
- Pfadenhauer, Michaela:** Auf gleicher Augenhöhe. Das Experteninterview – ein Gespräch zwischen Experte und Quasi-Experte. In: Bogner, Alexander/Littig, Beate/Menz, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Opladen, 2002, S. 113-130
- Pöhls, Joachim:** Moderator. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Ottfried (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. 2., überarb. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 234
- Pürer, Heinz:** Ausbildungserfordernisse und Ausbildungswege. In: Pürer, Heinz (Hrsg.): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. 4., überarb. und erweit. Aufl. Salzburg, 1996, S. 401-414

- Rammerstorfer, Kurt:** Viele Regionen – neun Sender. In: Godler, Haimo/Jochum, Manfred/Schlögl, Reinhard/Treiber, Alfred (Hg.): Vom Dampfradio zur Klangtapete. Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich. Wien/Köln/Weimar, 2004, S. 77-85
- Schamari, Birgit:** Das Manuskript. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 33-38
- Schmidts, Mareike:** Sprechen im Radio. In: Overbeck, Peter (Hg.): Radio-Journalismus. Konstanz, 2009, S. 117-134
- Schwabeneder, Stefan:** Moderation Popradio. In: Overbeck, Peter (Hg.): Radio-Journalismus. Konstanz, 2009, S. 135-146
- Schwiesau, Dietz:** Der Sender, die Jobs. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 7., völlig neu bearb. Aufl. München, 2000, S. 28-34
- Sexauer, Manfred:** Diskjockey. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München, 1980, S. 108f.
- Stern, Carola:** Kommentar. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 200-203
- Stümpert, Hermann/Buchholz, Axel:** Formate für Begleitprogramme. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013, S. 278-288
- Thoma, Dieter:** Magazin und Moderation. In: La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München, 1980, S. 74-85
- Töpperwien, Sabine:** Die mit den Hufen scharren. In: Pörksen, Bernhard (Hrsg.): Trendbuch Journalismus. Erfolgreiche Medienmacher über Ausbildung, Berufseinstieg und die Zukunft der Branche. 2., unveränd. Aufl. Köln, 2005, S. 256-265

Treiber, Alfred: Wer in Zukunft nur sendet, hat keine. In: Godler, Haimo/Jochum, Manfred/Schlögl, Reinhard/Treiber, Alfred (Hg.): Vom Dampfradio zur Klangtape. Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich. Wien/Köln/Weimar, 2004, S. 215-221

Vorländer, Herwart: Mündliches Erfragen von Geschichte. In: Vorländer, Herwart: Oral History. Mündlich erfragte Geschichte. Göttingen, 1990, S. 7-28

Weischenberg, Siegfried: Der fremde Blick und sein Preis. In: Pörksen, Bernhard (Hrsg.): Trendbuch Journalismus. Erfolgreiche Medienmacher über Ausbildung, Berufseinstieg und die Zukunft der Branche. 2., unveränd. Aufl. Köln, 2005, S. 276-285

Wienken, Ursula: DHA – Ausbildung zum Moderations-Trainer (Hörfunk). In: Paukens, Hans/Vogel, Kirsten Annette/Wienken, Ursula: Trainerhandbuch Journalismus. Konstanz, 2008, S. 262-266

Wolff, Daniel: Produktion und Verpackungselemente. In: Overbeck, Peter (Hg.): Radio-Journalismus. Konstanz, 2009, S. 281-291

Zink, Herta/Ragetté, Doris/Hofstetter, Christian: Privater Hörfunk im Werbemarkt. In: Rundfunk- und Telekom Regulierungs-GmbH: 5 Jahre Privatrado in Österreich. Band 1/2003. Wien, S. 15-37

8.3 Hochschularbeiten

Gerfertz, Nicole: Die Rolle des Radiomoderators: zwischen Musikansagen, Studiogesprächen und Hörerkontakt. Universität Wien, Diplomarbeit, 2000

Kassl, Siegfried: Expertenbefragung und Experteninterview als empirische Forschungsmethoden am Beispiel von Diplomarbeiten. Fachhochschul-Studiengang Internationale Wirtschaftsbeziehungen, Eisenstadt, Diplomarbeit, 2000

Kirschner, Oliver: Berufsbild RadiomoderatorIn: Lernen für Arbeitsprozesse im Hörfunk. Eine empirische Studie über Radiomoderatoren in der Steiermark: Berufswahl, Ausbildung, Einstieg und Alltag. Geisteswissenschaftliche Fakultät der Karl-Franzens-Universität Graz, Diplomarbeit, 2007

Schellner, Michaela: Sprache und Sprechkultur im Radio: Anmerkungen zur Sprachentwicklung und Moderationsqualität in österreichischen Radiosendern. Universität Wien, Diplomarbeit, 2005

Stallhofer, Angelika: Das Feature: Die Königsdisziplin des Radiojournalismus aus der Sicht ihrer Redakteure und Autoren bei Ö1. Universität Wien, Diplomarbeit, 2009

8.4 Zeitungen und Zeitschriften

Dorer, Johanna: Aus- und Weiterbildung für Journalistinnen und Journalisten. Historische Entwicklung und Stand der Ausbildungssituation in Österreich. In: Publizistik, Heft 4, Dezember 2001, 46. Jahrgang, S. 383-402

Guggenberger, Siegmund: Radio Wien. Österreichische Rundfunkzeitschrift. Heft 1. Wien, 1949

Guggenberger, Siegmund: Radio Wien. 25 Jahre Österreichischer Rundfunk. Festschrift. Wien, 1949

Horizont: ‚Qualität in den Vordergrund‘, No. 19, 9. Mai 2014, S. 9

Österreichische Radioverkehrs A.G.: 5 Jahre österreichischer Rundfunk. Festschrift von Radio Wien. Wien, 1929

Radioverkehrs-Aktien-Gesellschaft: Mikrophon-Almanach. 10 Jahre österreichischer Rundfunk. Heft 1. Wien, 1934

„RAVAG“ Öst. Radioverkehrs A. G.: 10 Jahre Radio Wien, Heft Nr. 1, 30. Sept.-6. Okt. 1934

Reichssender Wien: Rundfunkwoche, 1. Jahr, Folge 8, vom 21.5.1938

Stadik, Michael: „Passiv“ genutzte Medien profitieren vom demographischen Wandel. In: tendenz. Magazin für Funk und Fernsehen der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. Heft 4/2005, S. 11

8.5 Graue Literatur

Österreichischer Rundfunk (Hrsg.): 60 Jahre Radio. Wien, 1985 (DokuFunk Signatur II.1.a ORF60J)

8.6 Quellen aus dem Internet

AMS: Berufsinformationssystem – ModeratorIn,

<http://www.ams.at/bis/StammbetriebDetail.php?noteid=656> [04.06.2014]

APA-OTS Originaltext-Service: Radiotest: KRONEHIT durchbricht die „Schallmauer“ vom 29. Jan. 2014,

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20140129_OTS0257/radiotest-kronehit-durchbricht-die-schallmauer [12.04.2014]

Aschemann-Pilshofer, Birgit: Wie erstelle ich einen Fragebogen. S. 18,

<http://www.aschemann.at/Downloads/Fragebogen.pdf> [12.04.2014]

Buchmarketing: Mediennutzung von Jugendlichen. Wien, 2010,

http://www.welttag-des-buches.at/site/downloads/Mediennutzung_Publikation-1.pdf [18.05.2014]

careesma.at: Radio Ö24 sucht Moderatoren/-innen zur freien Mitarbeit – Wien,

<http://www.careesma.at/jobs/radio-oe24-sucht-moderatoren-innen-zur-freien-mitarbeit/wien/1631352> [26.05.2014]

Demokratiezentrum Wien: Privatradiogesetz,

<http://www.demokratiezentrum.org/wissen/wissenslexikon/privatradiogesetz.html> [05.05.2014]

derStandard.at: „Ö3 denkt nicht so!": Senderchef entschuldigt sich für Aussagen

seiner Moderatorin, <http://derstandard.at/1397521228969/Oe3-Chef-entschuldigt-sich-fuer-Aussagen-einer-Moderatorin> [23.04.2014]

Didactic Online: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk (ORF),

<https://www.didactics.eu/index.php?id=471> [17.05.2014]

Fejzuli, Dinko: Radio trifft ins Herz und wirkt! In: medianet. marketing & media,

22. Juni 2012, S. 8, http://www.mediaaustria.com/media/file/medianet_22-06-2012_Research_Day_Media_Award.pdf [02.05.2014]

Geschichte Online: Das Ende der RAVAG,

<http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3192&arttyp=k>
[05.04.2014]

Geschichte Online: Der „Besatzungsrundfunk“,

<http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3198&arttyp=k>

[05.04.2014]

Geschichte Online: RAVAG,

<http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3182&arttyp=k>

[05.04.2014]

Geschichte Online: RAVAG – Rundfunk und Politik,

<http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3184&arttyp=k>

[05.04.2014]

Geschichte Online: Ständestaat,

<http://gonline.univie.ac.at/htdocs/site/browse.php?a=3189&arttyp=k>

[05.04.2014]

helpster: Gehalt vom Moderator beim Radio – Wissenswertes zum Berufszweig,

http://www.helpster.de/gehalt-vom-moderator-beim-radio-wissenswertes-zum-berufszweig_143386 [04.06.2014]

HORIZONTonline: ORF-Wunsch nach weiterem Radiosender „21 FM“,

06.05.2014, <http://www.horizont.at/home/detail/orf-wunsch-nach-weiterem-radiosender-21-fm.html> [17.05.2014]

Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft: NEWSletter Berufsinformation.

Interview mit Mag. Christian Stögmüller, Juni 2007,

<http://www.berufsinfo.at/newsletter/pdf/0607/b6.pdf> [17.5.2014]

Kremsberger, Simone: 80 Jahre Radio in Österreich. In: Archiv der Online-

Zeitung der Universität Wien, 2004, <http://www.dieuniversitaet-online.at/beitraege/news/80-jahre-radio-in-osterreich/65/neste/44.html>

[05.04.2014]

Kronehit: Impressum, <http://www.kronehit.at/alles-ueber-kronehit/impressum/>

[12.04.2014]

MAX MEDIEN AKADEMIE: Radiomoderation, [http://www.maxmedien-](http://www.maxmedien-akademie.at/radiomoderation)

[akademie.at/radiomoderation](http://www.maxmedien-akademie.at/radiomoderation) [01.06.2014]

mediamanual.at: Programmarten,

<http://www.mediamanual.at/mediamanual/leitfaden/radio/programmarten.php>

[18.05.2014]

medienWiki: Radiojournalismus,

<http://www.medienwiki.org/index.php/Radiojournalismus>, [16.05.2014]

Peterka, Michael: Posting am 23.04.2014 auf der Facebook-Seite der Zeit im

Bild, <https://www.facebook.com/photo.php?v=10152293680046878>

[23.04.2014]

ORF: Mitarbeit bei Ö3 als Moderator/in, <http://jobs.orf.at/job150.html> [26.05.2014]

ORF Enterprise: Factsheet RADIOTEST 2. Halbjahr 2013,

[http://enterprise.orf.at/typo3conf/ext/up_downloadcluster/pi1/downloadfile.php?](http://enterprise.orf.at/typo3conf/ext/up_downloadcluster/pi1/downloadfile.php?filename=Factsheet_RT_2._Hj._2013_20140130.pdf)

[filename=Factsheet_RT_2._Hj._2013_20140130.pdf](http://enterprise.orf.at/typo3conf/ext/up_downloadcluster/pi1/downloadfile.php?filename=Factsheet_RT_2._Hj._2013_20140130.pdf) [17.05.2014]

ORF Enterprise: Hitradio Ö3 – Österreichs beliebtestes Radio,

<http://enterprise.orf.at/3224/> [17.05.2014]

ORF Medienforschung: Radiolandschaft, ORF Radioangebote,

http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/console.htm?y=4&z=1

[17.05.2014]

ORF Medienforschung: Radiolandschaft in Österreich,

http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?radio/radio_radiolandschaft.htm

[01.03.2014]

ORF Medienforschung: Radionutzung allgemein,

<http://mediaresearch.orf.at/radio.htm> [17.05.2014]

ORF Medienforschung: Radionutzung Allgemein, Hördauer 1998-2013,

http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/console.htm?y=4&z=1

[17.05.2014]

ORF Medienforschung: Radionutzung Allgemein, Radionutzung im Jahr 2013,

http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/console.htm?y=4&z=1

[17.05.2014]

- ORF Medienforschung:** Radionutzung Allgemein, Radionutzung im Tagesverlauf (Gj. 2013),
http://mediaresearch.orf.at/c_radio/console/console.htm?y=4&z=1
 [17.05.2014]
- ORF Medienforschung:** Der Radiotest©, Radioforschung in Österreich,
<http://mediaresearch.orf.at/radio.htm> [17.05.2014]
- ORF Public Value:** Hörfunkdirektor Mag. Karl Amon,
http://zukunft.orf.at/show_content2.php?s2id=166 [11.04.2014]
- Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation:**
 Pastoralinstruktion *Communio et Progressio*. Über die Instrumente der sozialen Kommunikation, veröffentlicht im Auftrag des II. Vatikanischen Ökumenischen Konzils,
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_ge.html [06.05.2014]
- Privatsenderpraxis:** radiobroadcaster Ausbildung erfolgreich abgeschlossen,
<http://www.privatsenderpraxis.at/workshops/programm/522-radiobroadcaster-grundausbildung.html> [01.06.2014]
- Quotenmeter.de:** Auslaufmodell Radiomoderator?,
<http://www.quotenmeter.de/n/64877/auslaufmodell-radiomoderator>
 [02.01.2014]
- Radioszene:** Die beliebtesten Programmchefs und Moderatoren Österreichs,
<http://www.radioszene.de/36558/die-beliebtesten-programmchefs-und-moderatoren-oesterreichs.html> [10.03.2014]
- Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH:** Hörfunkveranstalter,
<https://www.rtr.at/de/m/Hoerfunkveranstalter> [22.04.2014]
- Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH:** Hörfunkveranstalter nach Programmname, <https://www.rtr.at/de/m/VeranstalterRadioProg> [15.03.2014]
- Salzburger Nachrichten:** Radiotest: ORF-Radios dominieren, Private holen auf, 30.01.2014, <http://www.salzburg.com/nachrichten/medien/sn/artikel/radiotest-orf-radios-dominieren-private-holen-auf-92449/> [17.05.2014]

Schwiesau, Dietz: Der Sender, die Jobs. Beitrag Online Plus zum Econ-Lehrbuch „Radio-Journalismus“, 9. Aufl. 2009,
http://www.onlinejournalismus.org/radiojournalismus/der_sender_die_jobs.html
[16.05.2014]

SoSci Survey: Willkommen bei SoSci Survey, <https://www.soscisurvey.de/>
[12.04.2014]

Soundlarge: radiojobs.at. Graz/Welle 1 Rock Radio verstärkt sein Team (m/w),
<http://www.soundlarge.at/graz-welle-1-rock-radio-verstaerkt-sein-team-mw>
[26.05.2014]

Soundlarge: radiojobs.at. Schwarzach/Antenne Vorarlberg sucht Morgenshow-Moderator (w/m), <http://www.soundlarge.at/schwarzach-antenne-vorarlberg-sucht-morgenshow-moderator-w/m> [26.05.2014]

Sprecher Akademie: Überblick: Ihre Absicht oder Wunsch – Ihr Ausbildungsweg, <http://www.sprecher-akademie.at/web/radiosprecher-gesucht.html>
[01.06.2014]

Verband Österreichischer Privatsender: Organe,
<http://www.voep.at/organe.html> [12.04.2014]

wabweb: Österreichs Radiogeschichte,
<http://www.wabweb.net/radio/frames/radioaf.htm> [27.02.2014]

WIFI Wien: Leitfaden Ausbildung zum/zur professionellen Sprecher/-in,
http://www.wifiwien.at/BBZUSATZ/01032/Leitfaden%20Professioneller%20Sprecher%202014_15%20Web.pdf [01.06.2014]

8.7 E-Mails

Blumenau, Martin: E-Mail vom 8. April 2014

Pavlicek, Veronika: E-Mail vom 7. April 2014

9 **Abbildungsverzeichnis**

ABBILDUNG 1: RADIOANGEBOTE DES ORF	17
ABBILDUNG 2: RADIOPROGRAMME IN ÖSTERREICH.....	18
ABBILDUNG 3: ENTWICKLUNG DER RADIONUTZUNG 1998-2013	20
ABBILDUNG 4: RADIONUTZUNG IM TAGESVERLAUF GANZJAHR 2013	21
ABBILDUNG 5: HÖRDAUER IN MINUTEN, GANZJAHR 2013.....	22
ABBILDUNG 6: MARKTANTEILE IN PROZENT, RADIOTEST 2. HALBJAHR 2013.....	23
ABBILDUNG 7: PROGRAMMIERUNGSTYPEN	42
ABBILDUNG 8: DIMENSIONEN DER DARSTELLUNGSFORMEN NACH NEUBERGER/KAPERN	54
ABBILDUNG 9: STELLENAUSSCHREIBUNG Ö3-MODERATOR.....	86
ABBILDUNG 10: MODERATOREN NACH GESCHLECHT UND SENDERZUGEHÖRIGKEIT	139
ABBILDUNG 11: VERTEILUNG DER RADIOMODERATOREN NACH BUNDESLÄNDERN	139
ABBILDUNG 12: ALTERSSTRUKTUR DER RADIOMODERATOREN	140
ABBILDUNG 13: EINKOMMENSVERTEILUNG VON RADIOMODERATOREN NACH ALTER	141
ABBILDUNG 14: VERTRAGSVERHÄLTNISSE VON RADIOMODERATOREN ZU LAUFBAHN-BEGINN.....	141
ABBILDUNG 15: AKTUELLES ARBEITSVERHÄLTNIS VON RADIOMODERATOREN.....	142
ABBILDUNG 16: HÖCHSTER BILDUNGSABSCHLUSS VON RADIOMODERATOREN	142
ABBILDUNG 17: NOTWENDIGE AUSBILDUNG VON RADIOMODERATOREN IN ZUKUNFT.....	143
ABBILDUNG 18: ZUKÜNFTIGE BEDEUTUNG VON RADIOMODERATION AN TAGESRANDZEITEN	144
ABBILDUNG 19: NOTWENDIGKEIT EINER ON AIR-PERSONALITY FÜR RADIOSENDER	145
ABBILDUNG 20: FERTIGKEITEN EINES RADIOMODERATORS	146
ABBILDUNG 21: FERTIGKEITEN EINES RADIOMODERATORS – HEUTE UND IN ZUKUNFT.....	147
ABBILDUNG 22: ROLLE DES RADIOMODERATORS IN BEZUG AUF DIE HÖRER	148

10 Anhang

10.1 Interviewleitfaden

Einstiegsfragen

Was fällt Ihnen spontan zum Beruf des Radiomoderators ein? (Schlagwort)

Wie war Ihr Einstieg im Radio?

Wie sah der Arbeitsalltag eines Radiomoderators früher aus? Welche Erfahrungen haben Sie selbst gemacht? Wie war es später bei anderen Radiomoderatoren?

Ausbildung/Anforderungen

Welche Ausbildung hatten die Radiomoderatoren in der frühen Radiozeit? Was wurde von ihnen gefordert? Welche Fertigkeiten mussten sie mitbringen?

Reicht Ihrer Meinung nach ein „loses Mundwerk“ und solides Wissen über das journalistische Handwerkzeug, um als Radiomoderator erfolgreich zu werden oder braucht es doch eine profunde akademische Ausbildung?

Welche Ausbildung würden Sie einem jungen Menschen, der den Beruf des Radiomoderators ergreifen möchte, empfehlen?

Welche Fertigkeiten sollte ein Radiomoderator mitbringen? Wie wichtig sind dabei technische Fertigkeiten?

Welche Anforderungen werden Ihrer Meinung nach heute an einen Radiomoderator gestellt?

Glauben Sie, dass die Ausbildung eines Radiomoderators heute wichtiger ist als früher/in den frühen Jahren des Hörfunks?

Rolle Radiomoderator

Welche Rolle spielte früher der Radiomoderator? Was wurde von ihm erwartet?

Was würden Sie sagen? Welche Rolle wird dem Radiomoderator heute in Bezug auf die Radiohörer zugesprochen?

Zukunftsperspektiven

Wird der Radiomoderator in Zukunft eine Schlüsselfigur im Hörfunk darstellen oder wird man auf ihn weitgehend verzichten können?

Wie wichtig ist es Ihrer Meinung nach für einen Radiosender, gute „On air-Personalities“ zu haben? Wird sich das Ihrer Meinung nach in der Zukunft noch verstärken?

Könnte es sein, dass speziell zu den Tagesrandzeiten gänzlich auf den Radiomoderator verzichtet werden kann?

Anstellung

Wie sieht es mit der Anstellung von Radiomoderatoren aus? Sind diese eher freie Mitarbeiter oder fix angestellt? Wie hat sich das entwickelt?

10.2 Experten-Gespräche

10.2.1 Interview mit Prof. Alfred Treiber (AT) am 28. März 2014

SM: Vielen Dank für die Bereitschaft, mir für das Interview zur Verfügung zu stehen. Meine erste Frage in Richtung Radiomoderatoren lautet, was Ihnen spontan zum Beruf des Radiomoderators einfällt. Schlagworte oder Assoziationen zum Radiomoderator...

AT: Das Schlagwort, das mir einfällt, heißt Vermittler. Im Prinzip geht es beim Moderator darum, das, was er sozusagen im Rucksack hat, zu vermitteln. Das ist natürlich bei einem Kommerzsender oder bei Ö3 oder bei einem Lokalsender was Anderes als bei Ö1. Aber die Grundaufgabe ist immer die gleiche.

SM: Als Sie 1966 beim Radio begonnen haben, wie sah da der Arbeitsalltag aus für einen Radiomoderator?

AT: Abgesehen davon, dass es ein bisschen weniger Hektik gegeben hat, nicht viel anders als heute. Die Moderatoren sind mehrheitlich gut vorbereitet zur Sendung gekommen und haben sich vor das Mikrofon gesetzt. Der Unterschied war der, dass sie aufgrund der komplizierteren Technik bedient worden sind. Das heißt, da hat es einen Tonmeister gegeben, vielleicht noch einen Assistenten, und der Moderator hat „nur“ moderiert. Heute sitzt er bei einem Kommerzsender oder auch bei Ö3 vor einem voll digitalisierten Tisch und macht alles selbst, legt die CDs auf, regelt die Lautstärke und bedient das Mikro. Bei Ö1 ist das noch ein wenig anders, weil einerseits die Technik aufgrund der Qualitätsansprüche ein bisschen komplizierter ist und weil andererseits die Mehrheit der Leute noch ein bisschen mehr traditionsverhaftet sind.

SM: Glauben Sie, dass sich der Beruf im Laufe der Zeit verändert hat und die technischen Fertigkeiten eine größere Rolle spielen?

AT: Na klar, obwohl man auch hier wieder unterscheiden muss. Ein Moderator einer Wissenschaftssendung ist grundsätzlich anders am Arbeitsplatz positioniert als ein Ö3-Moderator oder einer von einem Kommerzsender. Die machen auch schon aus Kostengründen alles alleine, weil das am billigsten ist. Und nachdem die Technik so einfach geworden ist, ist das auch von Leuten mit einer weniger hohen Intelligenz zu bewältigen. Das ist nur ein bisschen Übungssache. Der wesentliche Unterschied ist die Quantität dessen, was er produzieren muss und größer ist auch die Hektik. Auch der Erfolgsdruck ist entschieden größer. Wenn man an die Anfangszeiten des Radios zurückdenkt, sieht man, dass es eine wirkliche Messlatte, was Erfolg ist und was nicht, nicht gegeben hat. Da sind halt bei dem einen 50 Postkarten gekommen oder Briefe und beim anderen 300.

Aber das war nicht entscheidend. Wer gut ist und moderieren soll, haben die Chefs bestimmt. Das Publikum nur am Rande. Das hat sich aber schrittweise verändert. In dem Augenblick, wo dann Geld damit zu verdienen war und auch verdient werden musste, haben sich natürlich die Anforderungen geändert, und dann ist es natürlich irgendwann sehr wesentlich auf das Publikum angekommen, ob die einverstanden ist mit einem Moderator oder nicht.

SM: War es früher einfacher, einen Job im Radio zu bekommen? Hat man z. B. Sie nach der Ausbildung gefragt?

AT: Na ja, die Ausbildung war ja klar. Ich war Germanistik- und Theaterwissenschafts-Student, habe zu dieser Zeit bereits in der Zeitschrift „Furche“ geschrieben und schon mehrere Jahre journalistische Erfahrung gehabt. Also da konnte man schon von einer gewissen Ausbildung reden, obwohl diese ganze Ausbildung eher eine autodidaktische war. Aber es musste in erster Linie gezeigt werden, ob dieses Wissen radiogemäß umgesetzt werden kann. Daher hat man mit Schallplatten, Musikzuspielungen gearbeitet und mit Original-Ton Interviews, und hat einen Beitrag gemacht, der ein akustisches Porträt war. Also einfach war es gar nicht, aber man kann auch sagen, das war ganz einfach. In meinem Fall hat man ja einen Radio-Mitarbeiter gesucht für eine neue Sendung, also dann ist es einfach klar, dass welche reinkommen. Aber im Großen und Ganzen war es so, dass die Leute nach politischen oder verwandtschaftlichen Kriterien untergebracht worden sind. Und für die war es auch ganz einfach. Manche haben sich dann eben bewährt und manche nicht, aber auch viele von denen, die sich nicht bewährt haben, sind dort munter bis zu ihrer Pensionierung gesessen. Also das Auswahlkriterium war nicht so streng damals, jedenfalls nicht das, was es heute ist. Heute ist ganz klar, dass man über Hearings und Assessments genommen wird. Dort sitzen dann rund ein Dutzend ORF-Angestellte und die beurteilen mit mehreren Prüfungsblöcken die Leute, ihr Wissen, ihr Auftreten, ihre Stimme und so weiter. Wenn man von jemandem geglaubt hat, dass er für einen bestimmten Bereich geeignet ist, dann hat der oder die ein Praktikum bekommen. Die sind dann ein Monat oder zwei, manche auch länger, mitgelaufen, haben einen Profi zugeteilt bekommen und gelernt. Dann hat man gesehen, ob man ihn nehmen will oder nicht. Also, dass jemand zu einem leitenden Angestellten seinen Neffen schickt, und sagt, der liest gerne Bücher, ich glaub, der ist geeignet für die Literatur, das ist Vergangenheit. Bei Ö1 mit Sicherheit nicht, aber ich glaube auch im gesamten ORF nicht.

SM: Da wäre noch die Frage nach Matura oder Uni-Abschluss...

AT: Die Matura ist der Normalfall, ich kenne in Ö1 niemanden, der keine Matura hat. Studium ist für mich nie wichtig gewesen, weil ich kenne so viele Idioten, die Doktoren sind, und ich kenne genug Studienabbrecher, ich bin selbst einer, die genug wissen. Vor allen Dingen geht es ja im Laufe des Jobs nicht in erster Linie darum, was man schon weiß, sondern dass man weiß, wie man es sich aneignet und wie man es akustisch umsetzt. Bei Ö3 oder bei einem Kommerzsender gibt es selbstverständlich andere Erfordernisse - da muss der Spaß- oder Kasperlfaktor groß genug sein. Aber das ist auch eine messbare Qualität.

SM: Das heißt, ihrer Meinung nach braucht man nicht unbedingt eine akademische Ausbildung, um erfolgreich als Radiomoderator zu werden.

AT: Richtig.

SM: Welche Ausbildung würden Sie eben einem jungen Menschen empfehlen, der jetzt den Beruf des Radiomoderators ergreifen möchte?

AT: Das kommt darauf an, in welche Richtung er tendiert. Erstens ist jetzt, das war früher auch nicht der Fall, eine Sprach- oder Sprechausbildung eine Voraussetzung, das heißt, wenn jemand kein Naturtalent ist, dann muss er sich das aneignen. Es ist bei uns schon vorgekommen, dass sehr begabte Leute auf Kosten des ORF geschult worden sind. Außerdem ist ja der Beruf des Radiomoderators nur ein kleiner Aspekt dessen, was man im Radio machen kann. Der viel interessantere Weg ist der des Journalisten. Die können sozusagen Radiomoderatorenqualität haben, müssen aber nicht. Allerdings sind die Zeiten, wo Leute berühmt worden sind, die gravierende Sprechfehler haben, vorbei. Ein Reich Ranicki z. B. würde heute nicht mehr anfangen können. Dass sie, wenn sie bereits berühmt sind, dann auch im Radio oder im Fernsehen auftreten können, trotz sprachlicher Mängel, ist ein anderes Kapitel. Heute setzt man beim Journalisten voraus, dass er auch sprechen kann. Beim Feature kann man aus guten Gründen auch mit Sprechern arbeiten, aber ein Journalist in der Information, der im Journal arbeitet, der muss seinen Beitrag selbst sprechen können. Man kann sagen, dass der journalistische Beruf ein eigener Berufsweg ist, der sich gravierend vom Moderator unterscheidet. Der Moderator kann auch ein Idiot sein, der Journalist nicht. Vereinfacht gesagt, denn ganz blöd kann auch ein Moderator nicht sein, er muss schon wissen, was er tut.

SM: Vor allem, das was er spricht, sollte er ja eigentlich auch verstehen, um es gut rüberbringen zu können...

AT: Wenn er nichts rüberzubringen hat als gute Laute, sage ich jetzt einmal, und einen gewissen Schmä, den halt eine Mehrzahl von Leuten goutieren muss, dann passt es

bereits. Wenn es nicht passt, dann können noch immer „Kultfiguren“ daraus werden, die halt in Randbereichen erfolgreich sind. Aber das ist ein ganz eigenes Kapitel, das kann man sozusagen berufsmäßig nicht auf Schiene bringen so, das passiert halt vielleicht.

SM: Wenn wir jetzt nur vom Radiomoderator sprechen, welche Fertigkeiten glauben Sie muss der in der heutigen Zeit mitbringen oder welche Anforderungen werden an ihn gestellt? Geht es wirklich um die Hörerbindung?

AT: Da muss man wieder fragen, welcher Moderator? Das ist ganz unterschiedlich. Ein Moderator eines Unterhaltungssenders muss in erster Linie Hörer an sich binden mit den Mitteln der meist oberflächlichen Unterhaltung. Dabei muss er sozusagen einen mehrheitsfähigen Schmäh haben. Der Moderator eines Journals hat ganz andere Aufgaben. Der muss seine Inhalte, die ja häufig nicht seine sind, sondern der moderiert ja Beiträge von anderen Journalisten, glaubhaft überbringen. Die Leute müssen den Eindruck haben, das ist seriös und wahr und richtig. Und dazu ist keine spezielle Schulung notwendig. Da ist der Moderator auch nicht so wichtig. Wir haben Untersuchungen gemacht, zum Beispiel gerade was den Informationssektor betrifft, wie die verschiedenen Moderatoren bewertet werden und wie wichtig sie sind. Herausgekommen ist, dass sie für einen Journalhörer nicht besonders wichtig sind, sondern die Beiträge. Der Moderator oder Präsentator soll dazwischen nicht besonders stören, sondern glaubhaft wirken. Glaubhaft insofern, dass er keine Witze reißt und im Gegensatz zu einem Unterhaltungsmoderator nicht seine persönliche Meinung zum Ausdruck bringt, sondern möglichst distanziert die Informationen, die er im Rucksack hat, den Leuten vermittelt. Also die Bedeutung eines Moderators auf einem Unterhaltungssender ist ungleich größer als die Bedeutung eines Moderators in einem Kultursender, obwohl natürlich hier auch wieder große Unterschiede sind. Die Musikmoderatoren z. B. sind als Subjekte eingesetzt, die sagen durchaus ihre Meinung und stellen sich, die Topleute zumindest, ihre Musik selbst zusammen und sich damit identifizieren. Vom Informationsmoderator verlangt man nicht, dass er das glaubt und zustimmt, was er jetzt gerade moderiert hat. Bei einem Moderator einer Musiksendung erwartet man, dass er natürlich das Musikstück, das er gerade gelobt hat, wirklich mag. Und das muss glaubhaft sein, wenn es nicht glaubhaft ist, dann wird er keinen Erfolg haben. Und den Erfolg kann man an den Quoten ablesen. Da ist die subjektive Meinung einzelner völlig irrelevant. Für die beliebte Sendung „Pasticcio“ haben wir eine sehr genaue Untersuchung gemacht. Herausgekommen ist, dass man nicht feststellen kann, dass ein Moderator die Hörerzahlen irrsinnig in die Höhe treibt, bei einem anderen fallen sie in den Keller. Da ist man versucht zu sagen, es ist wurscht, wer moderiert. Aber man kann auch sagen, dass eben alle Moderatoren von „Pasticcio“ sehr

gut sind. Natürlich suchen wir nur Leute aus, von denen wir glauben, dass sie es können und es gut machen. Und dann ist der Unterschied eigentlich nicht so relevant, sondern dann kommt's sehr viel mehr darauf an, welche Stimmung der Moderator mit seiner Musik erzeugt.

SM: Wie wichtig ist es Ihrer Meinung nach für einen Radiosender, gute On air- Personalities zu haben, also wirkliche Persönlichkeiten, die die Hörer begeistern können?

AT: Für einen Unterhaltungssender ist das von entscheidender Bedeutung, für einen Kultursender weniger. Selbstverständlich ist es gut, wenn er entsprechende Persönlichkeiten hat, aber dem kulturell interessierten Menschen wird der Inhalt immer wichtiger sein als der, der ihn präsentiert. Aber man kann auch hier nicht sagen, dass es keine Rolle spielt, sonst hätte man auf Ö1 lauter auswechselbare, unscheinbare Figuren. Das wäre schlecht. Aber das müssen keine Stars sein, weil die Stars sind die Inhalte.

SM: Und wenn man sich eben die Rolle des Radiomoderators über einen längeren Zeitraum ansieht, hat sich die verändert in Bezug auf die Hörer oder ist es immer gleich geblieben?

AT: Ich glaube, es hat sich vom Prinzip her nichts verändert. Man redet heute noch vom „Bastelonkel Grisseemann“ der alten, der uralten RAVAG. Wenn man sich ihn anhört, weiß man schon warum. Auch der Englischlehrer der Nation, McCallum, war eine legendäre Figur. Die haben eine ganz entscheidende Rolle gespielt, weil bei diesen Sendern – ich nenne sie die Kraut und Rüben-Sender – war zwischen diesen Sendungen das Programm unsäglich schlecht, im Großen und Ganzen ganz uninteressant. Man muss sich vorstellen, zu den Anfängen der RAVAG war die Verteilung: 93 % Musik, 7 % Wort. Das heißt, die paar Rosinen, die man sich heute rauspickt, die haben damals im Gesamtprogramm keine so große Rolle gespielt. Kurz: das Radio war viel schlechter als die Radios heute, das vergisst man immer, wenn man die Vergangenheit glorifiziert. Und auch die Spitzenleistungen sind natürlich heute viel bemerkenswerter als damals, die Qualität durchschnittlich höher. Aber das Grundprinzip, die Aufgabe des Moderators von einer Unterhaltungssendung oder einer Wissenschaftssendung ist gleich geblieben. Der eine musste gefallen und der andere musste glaubhaft vermitteln. Jetzt kann man sagen, das Gefallen ist auch eine Vermittlung. Es wird halt Blödsinn vermittelt, und das muss man auch gut machen, das ist auch eine Kunst. Man darf auch nicht vergessen, dass vieles ist ja nur „Kult“ geworden ist, weil es das so lange gegeben hat...

SM: Wenn der Radiomoderator, ob als Unterhaltungsmoderator oder auf dem Gebiet der Information oder Wissenschaft, eine Schlüsselfigur im Hörfunk darstellt, dann frage ich: wird das so bleiben, oder wird man auf ihn verzichten können? Wie wird da der Stellenwert des Moderators in Zukunft sein?

AT: Ich glaube, dass er auf dem Unterhaltungssender eine unheimlich große Bedeutung hat und die wird, glaube ich, noch steigen, weil natürlich das Bemühen da ist nach immer mehr Publikum. Und diese Moderatoren müssen sehr gut sein, sonst werden sie unheimlich schnell ausgetauscht. Das sieht man ja derzeit bei „Wetten dass..?“...Bei den Unterhaltungssendungen, egal ob Fernsehen oder Radio, wird das eine immer größere Rolle spielen, die Dinge werden immer ausgefallener und verrückter werden, wobei es nur darauf ankommt, dass die Massen glauben, dass der Moderationskasperl irrsinnig lustig und gut ist.

SM: Das bringt mich eh auch gleich zu meiner nächsten Frage, nämlich, ob Sie der Meinung sind, dass speziell eben zu den Tagesrandzeiten, wo wir eben auch beim Radio beim Abend sind, gänzlich auf den Radiomoderator verzichten wird können?

AT: Na klar kann man verzichten. Wird man auch aus Kostengründen. Ausnahmen kann es nur aus sozialen oder Marketing-Überlegungen geben.

SM: Abschließend nur noch eine Frage: wie schaut es mit der Anstellung von Radiomoderatoren aus? Ganz lange waren sie nur freie Mitarbeiter, dann gab es schon zwischenzeitlich Fixanstellungen. Wie ist das derzeit?

AT: Heute wird das mit den Fixanstellungen zurückgedrängt, weil die freien Mitarbeiter weniger kosten und die finanzielle Lage des Unternehmens angespannt ist. Aber es gibt auch radiophilosophische Gründe für mehr freie Mitarbeiter. Nehmen wir an, ich habe eine Musikredaktion mit drei Angestellten, und die müssen alle Sendungen machen, dann ist das nicht nur zu viel Arbeit für sie, sondern auch schlecht fürs Programm, weil die Abwechslung, die Vielfalt fehlt. Ich kann es mir aber bei freien Mitarbeitern leisten, einen freien Mitarbeiter zu beschäftigen, der macht halt nur drei Sendungen im Monat. Kann davon nicht leben, muss sich ein zweites Standbein suchen oder ein drittes. Aber für das Programm ist das von Vorteil, weil es eine neue Farbe bringt. Aber er muss deswegen nicht gleich angestellt werden, weil das den finanziellen Rahmen sprengt. Ein Kultursender ist in den Augen vieler kulturfremder Menschen sowieso eine viel zu teure Angelegenheit. Er kostet sicherlich das Drei-, Vier- oder Fünffache von einem Unterhaltungssender. Allerdings unterscheiden sich die Moderatoren mit den Schwierigkeiten der Anstellung von den anderen nicht. Auch die Journalisten und Redakteure sind immer

weniger angestellt worden, das hat eine lange Entwicklung gegeben bis zum Jahr 2000, wo dann viele freie Mitarbeiter, die regelmäßig gearbeitet haben und die laut Gesetz, wenn man es entsprechend interpretiert, ein Recht auf Anstellung gehabt haben. Und die haben gedroht, dass sie auf Anstellung klagen – und darauf hat die damalige Generaldirektorin gesagt, gut dann stellen wir sie an. Schauen wir, dass das günstig über die Bühne geht und dann will ich keine freien Mitarbeiter mehr. Das war natürlich unfassbarer Schwachsinn, weil das hat dazu geführt, dass die Vielfalt auf vielen Gebieten verloren gegangen ist, weil gleichzeitig mit der Anstellung sozusagen das Verbot für die Verwendung von freien Mitarbeitern Hand in Hand gegangen ist. Und das hat geheißen, dass die acht Leute, die jetzt die Musik-Redaktion ausmachen, wovon vier oder fünf neu angestellt wurden, alle Sendungen machen. Und da hat es natürlich manche gegeben, die mit Burnout ausgefallen sind, weil sie unheimlich drangekommen sind. Das Zweite war, dass Vieles sehr einförmig geworden ist, weil man immer dieselben Leute gehört hat mit denselben Geschmäckern und demselben Schmah. Und deswegen ist diese Anstellungsgeschichte zwar gut für die, die angestellt worden sind, aber nicht unbedingt gut für den Sender. Richtig wäre eine gute Mischform mit einem Stamm von Angestellten, wo freie Mitarbeiter, die lange dabei sind, immer wieder nachrücken, Das war früher der normale Weg. Und jetzt ist man wieder dabei, sich zu überlegen, dass man doch auch freie Mitarbeiter braucht. Also das ist eine komplizierte Geschichte. Aber angestellte Moderatoren hat es immer gegeben, und die waren immer in der Minderzahl.

SM: Das heißt für einen Radiosender ist es gut, freie Mitarbeiter zu haben, die hätten aber lieber eine Fixanstellung.

AT: Na ja, es kommt darauf an, freie Mitarbeiter, die sehr gut sind, verdienen natürlich mehr als angestellte. Es geht ja um den braven, durchschnittlichen Redakteur, der kein Genie ist und kein Star, aber auch kein Wappler, und die braucht man ja, diesen Mittelbau an soliden, ordentlich arbeitenden Menschen, die eben nicht starmäßig bezahlt werden, weil sie ja auch kein Starmaterial liefern. Und denen, diesem Mittelbau von freien Mitarbeitern, denen geht nicht so gut. Und die drängen daher in ein Angestelltenverhältnis. Aber alle anzustellen kann sich ein Sender nicht leisten. Die Geschäftsführung denkt sich, im Idealfall kommt einer, schreibt ein Hörspiel daheim, legt es her, kassiert sein Geld und in einem dreiviertel Jahr kommt er wieder. Aber das ist ja nicht der Normalfall, Leute, die einen Beruf ergreifen und freie Mitarbeiter werden, indem sie Redakteure und Redakteurs-Arbeit machen, die kommen ja fast jeden Tag. Und die wollen auch fast jeden Tag beschäftigt werden und dann hat man das Problem, wie viele kann man denn mit seinem Budget dann noch beschäftigen und das ist halt nur eine beschränkte Zahl.

Und da nutzt es gar nix, dass man den neuen Leuten, die kommen, immer wieder sagt, passt auf, selbst wenn ihr genommen werdet, könnt ihr davon nicht leben. Ihr braucht ein zweites Standbein, vielleicht sogar ein drittes, weil das geht sich nicht aus. Ein Feature-Autor kann höchstens jedes zweite Monat ein Feature machen. Dann können sie sich ausrechnen, dass sie davon nicht oder nur ganz schlecht leben können. Dann sagen diese Leute, macht nichts, macht nichts, bin so interessiert an der Arbeit, dass das Geld keine Rolle spielt. Hauptsache, ich werde genommen. Na gut, dann nimmt man die Leute und dann natürlich nach drei, vier Jahren kommen sie und beklagen sich, na hallo, kann ich nicht mehr verdienen, denn schließlich muss ich davon leben. Und dann nutzt es nichts zu sagen, ich hab ihnen von Anfang an gesagt, das geht sich nicht aus, jetzt haben Sie den Beweis. Was soll ich jetzt tun, ich hab kein Geld. Ich habe keine Planstelle, ich kann sie nicht anstellen.

SM: Herzlichen Dank für das sehr aufschlussreiche Interview.

10.2.2 Interview mit Dr. Ernst Swoboda (ES) am 3. April 2014

SM: Also, vielen Dank, dass Sie mir für das Interview zur Verfügung stehen für meine Diplomarbeit. Meine erste Frage zur Einleitung: Was fällt Ihnen spontan zum Beruf des Radiomoderators ein, also gibt's da ein Schlagwort, oder?

ES: Also, Schlagwort fällt mir keines ein. Das, was mir dazu einfällt, ist, dass Radiomoderator heute sicher ganz anders ist als früher. Radiomoderator muss ein sehr extrovertierter Mensch sein und muss heute die Fähigkeit haben, auf vielen Hochzeiten zu tanzen. Also, es ist nicht mehr so eine Streamline-Geschichte, wo er einfach vorm Mikrofon sitzt, eine feststehende Sendung bedient, die Zielgruppe ist wurscht, er macht das, was ihm Spaß macht und man geht davon aus, ein paar Leute wird's schon interessieren, und das war's, und dann geht er nach Hause. Das ist heute nicht so, der spielt auf vielen medialen Kanälen, da geht's drum, dass er genau weiß, was seine Hörer wollen oder wie die ticken. Er muss Verbindung herstellen und so weiter.

SM: Sie sind ja als Jurist zum Radio gekommen, eben 2004. Welche Erfahrung haben Sie in den zehn Jahren mit Radiomoderatoren gemacht. Gibt's die eine oder andere Anekdote vielleicht?

ES: Nein, also das hat sich in diesem zehn Jahren eigentlich ohne Anekdoten entwickelt. Es gibt schon immer wieder ganz witzige Dinge, aber die in den privaten Bereichen spielen, die einfach damit zu tun haben, dass die meisten oder viele, viele Radiomoderatoren

und Moderatorinnen sind halt wirklich sehr extrovertierte Menschen. Und da spielt sich halt immer wieder einmal was ab. Aber jetzt beruflich und so. Ich mein, das, was bei uns bemerkenswert ist, was mich jedes Mal, jeden Tag ist jetzt übertrieben, aber immer wieder wundert, ist, was die alles machen. Also, es gibt keine Idee, die – Kreativmeetings, wo man überlegt, was könnte man alles tun. Man muss heutzutage als Sender und als Moderator schon relativ viel sich den Kopf darüber zerbrechen, was mach ich, damit ich wirklich Aufmerksamkeit errege und damit das cool gefunden wird. Und da sitzen sie zusammen und entwickeln, das Team selber, Ideen und es ist keine Idee zu verrückt oder zu anstrengend für den Moderator, dass er nicht sagt, ja, das mach ich. Also sie sind wirklich bereit, wenn sie's gut finden. Also, wenn's eine coole Sache ist, wo sie sagen, das gefällt den Hörern, das gefällt. Dann sagt keiner nein, das ist jetzt aber mühsam, dass ich da jetzt, so wie der Daniel Martos zur Weihnachts-Charity in irgendeinem Club, den wir haben, wo er da einen Strip hinlegt, wo – ich weiß es jetzt nicht so genau – wenn die Frauen zehn Euro einzahlen irgendwo in ein Charity-Dings, dann legt er ein Kleidungsstück ab und wenn die Männer einen Zehner einzahlen, dann zieht er wieder eines an – ganz jugendfrei. Es gibt immer Männer, die retten in letzter Sekunde. Aber der steht da stundenlang und macht das einfach, nur dass das funktioniert. Oder die Live-Moderationsgeschichte, die wir jetzt zum dritten oder vierten Mal hatten mit der Stiftung Kindertraum zu Weihnachten, wo unsere Morning-Show und auch etliche, die dabei auch mit tun, 40 Stunden wach sind und dann 40 Stunden ohne Schlafen, ohne Alles durchmoderieren. Und das mit Bild übertragen wird heute auch noch. Also Radiomoderator ist ja inzwischen auch niemand mehr, der sich verstecken kann irgendwo. Die machen das, ohne dass sie jetzt sagen, ja, dafür krieg ich jetzt ein Haus oder ein Auto oder sonst irgendetwas, sondern die machen das um ihre ganz normale Gage, weil sie einfach das gerne tun. Und vielleicht, das ist vielleicht eines, was einem dazu einfällt, Radiomoderator auf längere Zeit sein kann man eigentlich nur, wenn man diesen Job wahnsinnig gerne macht. Sonst hält man es erstens nicht aus und zweitens, wenn man dabei Unlust empfindet, kommt das auch rüber. Das spürt man, selbst wenn man ihn nicht sieht. Und das führt halt dazu, dass die, die länger dabei sind, die das machen, mit wahnsinniger Begeisterung dabei sind.

SM: Und haben Sie den Eindruck, dass sich das in den letzten zehn Jahren irgendwie, dass es da Neuentwicklungen gibt oder dass eben jetzt mehr verlangt wird? Sind die Anforderungen größer geworden, die eben an den Radiomoderator gestellt werden?

ES: Die sind sicher größer geworden, sind sicher anders geworden. Ob's jetzt gerade in den letzten 10 Jahren ist, ist ein bisschen schwer zu sagen, aber...

SM: Also gerne auch, wenn Sie´s von historischer Seite nach hinten...

ES: Also, für mich hat das Radio seinen Wandel durchgemacht. Das hat ganz unterschiedliche Gestalten gehabt, wenn man so will. Das war ursprünglich so ein Informationsmedium, da war halt der Radiomoderator der Nachrichtensprecher, der dort sitzt und der halt seine Nachrichten verliest und Hintergrundberichte abliefern und dergleichen, und die Leute sind davor gesessen und haben ganz bewusst dem gelauscht. Das war was ganz Anderes. Das Radio hat dann diese Informationsfunktion verloren an andere Medien, ist Unterhaltungsmedium geworden. Damit haben sich so langsam diese einzelnen fest abgegrenzten Sendungen aufgelöst, es ist zum Begleiter geworden, den man halt immer dabei hat. Heute sitzt keiner mehr so bewusst vorm Radio und hört sich jetzt die Sendung XY an. Das rennt halt so mit. Das führt dazu, dass sich diese Strukturen auflösen, dass der Moderator über den ganzen Tag ist, dass er nicht mehr so oberlehrhaft irgendetwas erzählt, sondern dass er begleitet, dass er unterhält, und das verlangt ganz andere Typen von Menschen wahrscheinlich. Also ich habe niemanden aus den 40er- oder 50er-Jahren kennengelernt, Radiomoderatoren, sind sicher ganz, ganz andere Typen. Es ist dann über den reinen Hörfunk hinausgegangen, vernünftiges Radio, weil´s halt Unterhaltung ist und weil heute alles so multimedial geworden ist und digital und was auch immer. Dadurch können sie´s nicht mehr beschränken auf einen Kanal, und da sie das nicht tun können, wird´s zum Beispiel auch sichtbar, visuell über die Homepage und da gibt´s Videos. Da kommen die Moderatoren dann plötzlich ins Bild. Wenn sie dann schon im Bild sind, sind sie auch bei Events natürlich präsent, weil man die Personality dort auch weiterentwickelt. Das ist dann schon was ganz Anderes, da geht dann der Moderator raus aus dem Studio, da ist er dann draußen bei den Events. Da wird er dann teilweise auch zum Aufheizer bei irgendwelchen Partys zum Beispiel. Und das alles zusammen führt zu einem ganz anderen Typus, würde ich meinen. Zu einem Entertainer vielleicht. Eher vom Nachrichtensprecher zum Entertainer. Da gibt´s ja diesen lustigen, diesen Song „Video killed the radio star“. Ich sage immer, es hat ihn nicht getötet, sondern es hat aus dem Nachrichtensprecher den Entertainer gemacht. Und diese Entwicklung ist sicher in den letzten zehn Jahren noch sehr stark weiter gegangen, aber ich sag, was weiß ich, den Meinrad Knapp bei uns in der Morning-Show, den hat´s schon vor zehn Jahren gegeben bei uns, es gibt ihn immer noch. Er ist sogar älter geworden, könnte man sagen, und hat sich daher nicht dramatisch verändert. So insgesamt wird dieses Element immer stärker.

SM: Und welche Fertigkeiten sollte ein Moderator mitbringen? Spielen da jetzt auch die technischen Fertigkeiten heutzutage eine größere Rolle oder eine kleinere, weil die Technik immer einfacher wird oder mehr, weil's eben mehr zum Selbermachen gibt?

ES: Das Problem und das hat ein bisschen was damit zu tun, was sie vorher gesagt haben, es gibt keine Forschung über Radio und so weiter. Es gibt auch keine Ausbildung für Radio. Es gibt gar nix für Radio in Wahrheit. Ein bisschen was gibt's inzwischen, es gibt Radio-Podcast-Ausbildung von der Privatsenderpraxis und so weiter, ok, das sind so erste Versuche, so was zu machen. Aber im Prinzip gibt's niemanden, der zum Radio kommt mit den für den Job erforderlichen Ausbildungen, Fertigkeiten, Kenntnissen, die er gelernt hat. Daher kommt's für den Anfang in Wahrheit immer auf persönliche Eigenschaften an und sonst gar nix. Das heißt, eine gewisse Aufgeschlossenheit, eine Offenheit, eine gewisse Extrovertiertheit, die Bereitschaft, sich zu engagieren. Das ist das Wesentlichste, und Lernfähigkeit. Viele Radiomoderatoren haben einfach über Praktika begonnen. Die sagen, Radio ist interessant, ich mach dort ein Praktikum und dann machen sie ein Praktikum. Dann gehen sie wieder, also bei uns sind zum Beispiel ein paar Praktikumsstellen, immer so Drei-, Vier-Monats-Praktika sind das, und die sind auf ein Jahr hinaus ausgebucht, kommen die Leute und dann gehen sie wieder. Und wenn wir dann jemanden suchen, dann erinnern wir uns halt, da war doch die oder der, der war gut, interessiert und so, und reden, und dann kommt er und wächst hinein. So Training on the Job, so quasi. Genauso mit den technischen Fertigkeiten. Natürlich ist es sicher eine Grundvoraussetzung, checkt jetzt aber niemand ab, sondern geht man davon aus, dass junge Menschen heutzutage ein technisches Grundwissen hat, das hat jeder, also. Wenn man mit so einem Gerät (Anmerkung: zeigt auf Smartphone von SM) umgehen kann, hat das. Die technischen Geräte sind, weiß ich nicht, ob sie kompliziert oder weniger kompliziert sind als vor 50 Jahren, sie sind anders. Er kann wahrscheinlich genauso viel anstellen wie früher. Wenn er aufs falsche Knopferl drückt oder nicht das richtige Knopferl drückt, dann ist Funkstille draußen. Sagen wir, ja es ist vielleicht ein bisschen leichter, weil man heute auch noch so Backup-Systeme hat, also wenn er aufs falsche Knopferl drückt, dann ist nicht ganz Funkstille, sondern dann rennt was Anderes, ein Notband oder so. Werbung wird halt vielleicht nicht ausgespielt. Ist bei uns im Haus ein bisschen komplizierter, weil wir viele Sendestrecken haben und so, man muss ein bisschen mehr tun als bei, sag ich mal, einem Regionalsender, der nur in Wien sendet, da ist es einfacher. Aber das lernt er. Also das lernt man, innerhalb von ein paar Wochen hat er das. Unser Programmchef wird sagen, manche lernen's nie, weil es gibt dann bestimmte Probleme, die bleiben, die ziehen sich immer durch, aber das sind so Schlam-

igkeitsdinge, die halt auch irgendwie mit, so, weiß ich nicht, auf 180 laufenden Menschen auch verbunden sind, das sind halt keine Notare. Ja, ich weiß jetzt gar nicht, wo wir angefangen haben jetzt...

SM: Bei den Fertigkeiten, die man mitbringen sollte.

ES: Ja, die Fertigkeiten, also das sind die persönliche Eigenschaften, das ist Training on den Job und dann schauen, ob's einem Spaß macht. Das Einzige, was vielleicht eine, nicht Fertigkeit, aber Voraussetzung ist, die man mitbringen kann und die man nicht so lernen kann, ist eine bestimmte charakteristische Stimme zum Beispiel. Also, dass ich mich ein bisschen abhebe. Unsere Anita Ableidinger zum Beispiel in der Morning-Show hat so eine sehr charakteristische Stimme. Und das ist ein gewisser Vorteil, wenn man den hat.

SM: Das heißt, die Ausbildung an sich, also ob jetzt Matura oder Studium spielt keine so große Rolle?

ES: Na, also Volksschulabbrecher wird nicht das Optimale sein, weil dann wahrscheinlich irgendwelche Fähigkeiten beim Lernen und Aufnehmen und so weiter nicht da sind, aber jeder, der eine Grundintelligenz hat und der bereit ist, zu lernen und dem man das zutraut und der aktiv ist, kann das grundsätzlich machen. Manchmal ist eine der wesentlichsten ersten Maßnahmen, die man setzen muss, Ausbildung wieder weg zu kriegen, also beispielsweise was jetzt Sprache betrifft. Also wenn so ein – ist jetzt nicht negativ gemeint, meine Tochter ist auch auf eine Privatschule gegangen – aber wenn jemand aus einem Privat-Gymnasium kommt, der halt dort gelernt hat, sehr schön Deutsch zu sprechen, wenn ich den ans Mikrofon setze, das kommt furchtbar rüber. Dem muss ich dann erst beibringen, also ich nicht, ich kann's ja nicht, aber die, die das können, müssen ihm beibringen, so zu sprechen wie ein Normaler redet, dass das halt vernünftig rüberkommt. Jetzt halt nicht Slang, aber das muss man wieder ein bisschen abtrainieren, dieses Hochdeutsch sprechen.

SM: Das heißt, Sprecherausbildung ist eigentlich das Wichtigste.

ES: Natürlich, aber das passiert am Sender.

SM: Ah, ok. Muss man nicht schon mitbringen?

ES: Nein, nein, um Gottes willen. Es gibt jetzt Institute, die Sprecherausbildung anbieten, ist alles wahrscheinlich gut und nicht schlecht. Aber ist in Wahrheit nicht wichtig. Das passiert am Sender, wir haben zum Beispiel unsere eigenen Leute, unsere eigenen Trainer, die dann entsprechende Ausbildung machen.

SM: Das heißt, wenn ich Ihnen jetzt meine Forschungsfrage stelle, nämlich: „Reicht ihrer Meinung nach ein loses Mundwerk und solides Wissen über das journalistische Handwerkzeug um als Radiomoderator erfolgreich zu sein, oder braucht es eine profunde akademische Ausbildung?“ gehe ich davon aus...

ES: Nein, profunde akademische Ausbildung keineswegs. Sie schadet nicht unbedingt, kommt man darauf an, was man gemacht hat, aber das lose Mundwerk reicht nicht, sondern es braucht persönliche Freude, Engagement, Kreativität, eher Extrovertiertheit, und so weiter. Also diese Eigenschaften braucht man schon noch dazu. Aber das war's. Akademische Ausbildung völlig unnötig.

SM: Und glauben Sie, dass die Ausbildung – in welche Richtung auch immer, Sprecher-ausbildung oder Matura, was auch immer – glauben Sie, dass das heutzutage wichtiger ist eben als in den frühen Radiojahren oder ist das gleich geblieben, einfach wichtig ist, dass der gut rüberkommt und die Menschen begeistern kann und informieren kann.

ES: Na ja. Vorgängige Ausbildung, akademisch oder schulisch oder so, ist heute Blunze im Prinzip. Die Ausbildung am Job, die Weiterbildung dort, die ist heute sicher wesentlich intensiver und wichtiger als sie früher war, weil es nämlich viel wichtiger ist, ein optimales Ergebnis rüber zu bringen. In einer Situation, wo sie nur Radio gehabt haben und sonst keine anderen Medien, die informiert haben, war es egal, ob jetzt ein lispelnder News-Sprecher dort sitzt und ihnen etwas erzählt, vollkommen egal. Da ging's um den Inhalt, da ging's um den Content. Heute geht's schon sehr stark, darum, wie wird das präsentiert, und in Wahrheit ist die Aufgabe von den Menschen, die beim Radio arbeiten, Radiomoderatoren insbesondere, aber auch etliche, die im Hintergrund arbeiten, wahn-sinnig schwierig. Wir bieten gerade im Unterhaltungsbereich einen Content an, 80 % oder so, 70 % sind Musik, das können's halt überall herunterladen. Dann haben wir 30 % noch, die überbleiben. Davon ist die Hälfte Werbung, was weiß ich, 15 % ist Werbung. Dann haben sie noch 15 % Zeit, wo der Moderator, der Nachrichtensprecher oder wer auch immer kommuniziert. Und die müssen's schaffen, die Menschen so emotional an dieses Medium zu binden, dass sie da bleiben, dass sie das hören. Und nicht, dass sie sagen, meine Musik hole ich mir wo anders.

SM: Damit sind wir eh schon bei meiner nächsten Frage, nämlich welche Rolle der Radiomoderator eben bei einem Unterhaltungssender spielt?

ES: Unsere Aufgabe oder unser USP wie man sagt, also unsere Chance, den Menschen zu uns zu holen, ist eine Verbindung zu schaffen. Das ist das Entscheidende. Und diese Verbindung hat viele, viele Facetten. Rennt heute auch über ganz andere Kanäle als

früher, wir sind sehr intensiv auf Facebook unterwegs und ähnliche Geschichten. Und in diesem Patchwork, Verbindungsaufbau – Unterhaltung, ist natürlich der Radiomoderator eine ganz wesentliche, zentrale Figur. Der muss es eben schaffen, die Menschen zu binden, zu unterhalten, ihnen Positives zu vermitteln und so weiter. Und das ist eigentlich mit wenig Zeit, relativ wenig Worten, relativ wenig Möglichkeiten. Es spielen aber viele andere Dinge auch eine Rolle. Das geht hin bis zum Klang des Audiosignals im Studio. Unsere Techniker sind ganz stolz, dass sie es schaffen oder geschafft haben, dass, wenn man unsere Nachrichten zum Beispiel hört, gibt's so einen ganz im Hintergrund einen ganz vagen metallenen Klang, wird ihnen noch nie aufgefallen sein. Manche, die ein sehr feines Gehör haben, sagen mir das immer wieder, es hätte was Störendes. Und das zum Beispiel dient auch dazu, erkennbar zu machen. Und da gibt's viele solche Dinge, die halt dazu dienen, diesen riesen Kern Musik mit etwas zu füllen, so mit einer Seele zu füllen, wenn man so will. Und Teil dieser Seele ist das, was der Moderator rüberbringt.

SM: Und wird Ihrer Meinung nach der Radiomoderator in Zukunft eine Schlüsselfigur im Hörfunk sein oder wird man auf ihn eher verzichten könnten, weil eben eh viel Musik und...

ES: Wie gesagt, wenn sie einen Musikdienst anbieten wollen, dann brauchen sie keinen Moderator. Wenn sie Radio anbieten wollen, dann ist das ein Kernelement dessen, was wir vermitteln. Das ist eben ein Teil der Seele dieses Mediums, wenn man's so formulieren will – und unterscheidet es eben dann von einer, um es jetzt nochmals so pathetisch zu sagen, einer seelenlosen Musikabspielstation. Es ist nicht das Ganze, sondern zum Moderator kommt noch vieles Andere auch dazu, aber es ist ein ganz wesentliches Kernelement.

SM: Und wenn Sie jetzt an die Tagesrandzeiten denken, also beim Radio insbesondere am Abend, könnte es sein, dass man da in Zukunft auch ohne Moderator auskommt oder weniger?

ES: Es gilt für die ganze Zeit immer das Gleiche. Es gilt das Gleiche, es ist, ob in der Früh, untertags, am Abend, wir wollen uns unterscheiden vom iPod. Und da spielt der Moderator halt die ganz große Rolle. Jetzt gibt es in der Nacht eine Zeit von eins bis fünf, da haben wir normal keinen Moderator, stimmt zwar auch nicht, wir setzen dort sehr häufig neue, junge Leute ein, damit sie dort trainieren können und einmal merken, das läuft. Also auch dort wird teilweise moderiert. Aber das hat halt mit vielen Gründen zu tun, das hat damit zu tun, dass in der Nacht um drei nicht so viele Leute Radio hören,

dass es halt ein bisschen schwierig zumutbar ist, Menschen immer um drei in der Nacht zu moderieren, dass es ein bisschen entrüsch wird im Studio, wenn man da heraußen alleine sitzt. Das ist schon für die, die Anita Ableidinger, die dieses „Absolut Anita“ macht von 22 bis 24 Uhr am Sonntag, ein bisschen entrüsch. Da haben wir sogar einen eigenen Wachdienst dafür jetzt. Wenn irgendwer kommt und dann die Scheibe klopft, man sieht alles rein, kann das schon unangenehm werden. Also, es hat diese Gründe. Aber ansonsten gibt's jetzt keine Randzeit, wo ich jetzt sage, da spar ich mir den Moderator, das ist völlig absurd. Dann gebe ich Radio auf. Es gibt auch andere Angebote natürlich, Musikdienste gibt es, oder alles Mögliche, bieten wir auch an. Aber Radio verlangt Moderatoren, ist so.

SM: Und damit zu meiner vorletzten Frage, nämlich in Richtung On-Air-Personality. Glauben Sie, dass ein Radiosender ohne eine On Air-Personality auskommt, oder ist hierfür für einen Radiosender, der Erfolg haben will, der sich abheben will, unbedingt von Nöten?

ES: Das gleiche wie vorher. Ohne Moderatoren kommen wir nicht aus. Die Moderatoren sollen natürlich Persönlichkeit entwickeln, sollen für die Hörer nicht nur zu Stimmen, sondern zu Menschen werden, klar, sollen Emotionen wecken, das gehört irgendwie zusammen. Ich glaube, das ist ein ganz wesentliches Ding, so funktioniert das. Und umso greifbarer dieser Moderator wird, umso, und wenn ein Hörer ihn kennt und so weiter, umso enger kann diese Verbindung werden. Die Zeiten, wo Radiosender an einzelnen Persönlichkeiten gehangen sind, also wo es halt einen gegeben hat, den Star, was weiß ich und der hat eine Show gemacht und das hat so und so viele Millionen dorthin gelockt, die sind zumindest in Europa glaub ich, vorbei. Es hört keiner Radio oder keiner, keiner ist immer zu absolut, aber die Menschen hören heute nicht mehr Radio, weil dort der Herr Sowieso, die Frau Sowieso moderiert, sondern sie hören Radio, weil das mein Sender ist, mit dem ich verbunden bin. Und super, dass ich den/die dort wieder treffe. Was zur Konsequenz hat, dass wenn der/die von dort weggeht und wo anders hinget, und das haben wir in Österreich ein paar Mal jetzt beobachten können, wo insbesondere ehemalige Ö3-Moderatoren zu Privatsendern marschiert sind. Es hat nie funktioniert. Hat viele andere Gründe auch, weil die Umgebung bei einem kleinen Privatsender eine andere ist als bei Ö3. Der Morning-Show Moderator bei Ö3 ist ja gewöhnt, dass er ein Team von weiß ich wie vielen Leuten um sich hat. Bei Privatsendern muss er selber arbeiten. Aber das funktioniert nicht. Also die sagen nicht, ich will den Hary Raithofer hören, unbedingt. Ja, egal wo und bei welchem Sender ist er jetzt. Nein, ich will meinen

Sender haben. Bin ich vielleicht einmal kurzzeitig irritiert, wenn eine Stimme nicht da ist, aber wenn eine andere da ist...

SM: ...gewöhnnt man sich auch daran.

ES: Ja, kein Problem. Also die Bindung ist zum Sender, und der Moderator ist ein liebes Familienmitglied, wenn man so will. Aber ich wechsele den Sender nicht, wenn der weggeht. Natürlich, wenn ich dann einen Grottschlechten hinsetze, dann, oder einen Unsympathler, oder einen, der ganz anders ist vielleicht, weil jetzt, was weiß ich, habe ich Hörer, die alle sehr chillig gestimmt sind und die es lieben, sehr nett und freundlich angesprochen zu werden, setz ich einen hin, der sie beflügelt, auch wenn der vielleicht bei einem anderen Sender, beim Rocksender, gut ankommt, dann vertreibt er mir sie. Diese Wechselwirkungen gibt's schon. Aber daher Personality ja, aber Bindung zum Sender und nicht zum Radiomoderator. Einer unserer beliebtesten Moderatoren ist der kleine Nils, bei allen Umfragen. Das ist diese Geschichte, wo ein Bub in Deutschland in Wahrheit anruft und dann die Leute sekkiert. Grämt unsere Moderatoren immer wieder...

SM: Verständlich.

ES: ...aber ist halt so.

SM: Gut, und dann noch meine abschließende Frage, nämlich wie's mit der Anstellung aussieht von Radiomoderatoren. Sind die bei Kronehit fix angestellt oder sind die als freie Mitarbeiter tätig beziehungsweise haben Sie da Erfahrungswerte für mich aus dem Verband österreichischer Privatsender, wo Sie ja auch Mitglied sind? Ist das in Österreich bei den Privatsendern, wird man da fix angestellt oder ist man freier Mitarbeiter als Radiomoderator?

ES: Also über die Anderen kann ich Ihnen wenig sagen. Kann ich mutmaßen, aber will ich nicht. Bei uns ist es so, dass es sowohl fest Angestellte, als auch Freie gibt. Und zwar gibt's da zwei Verläufe in Wahrheit. Normalerweise, wenn man bei uns als Moderator anfängt, ist man zunächst einmal frei. Das hat damit zu tun, dass man normalerweise auch nicht voll eingesetzt wird, sondern halt langsam hineinwächst und daher einmal den einen Dienst hat, dann hat man wieder zwei, dann hat man drei und so weiter. Und wenn man eine Zeitlang da ist, wechselt das in ein festes Anstellungsverhältnis, das heißt ein wesentlicher Teil unserer Moderatoren sind auch fest angestellt, also, was weiß ich, die Anita Ableidinger einer Morning-Show, die Doris Dissauer und so weiter. Zweite ist, es gibt Moderatoren, und zwar auch die, die sehr lange da sind, wie der Meinrad Knapp zum Beispiel, die schon deshalb kein Anstellungsverhältnis wollen, weil sie auch für andere arbeiten. Wo man halt sagt, ok, der ist so gut, dann ist das ok, der ist zum

Beispiel bei ATV. Dort ist er angestellt. Der dürfte bei uns gar kein Anstellungsverhältnis eingehen, weil das spießt sich mit dem Angestellten-Gesetz. Der darf bei uns nur auf Werkvertragsbasis tätig sein. Und dann gibt's etliche, die halt als freie Mitarbeiter sowohl bei uns als auch bei Puls oder sonst irgendwo tätig sind, wo das halt dann nicht geht aus diesen Gründen. Dann auch für die entsprechend steuerlich günstiger ist, weil sie dann irgendwelche Aufwendungen, die sie haben, absetzen können und dergleichen. Sind ein paar, nicht rasend viele. Aber der normale Verlauf ist, man beginnt im freien und wechselt dann nach zwei Jahren, oder so etwas, ein, zwei Jahren ins Angestelltenverhältnis.

SM: Ok, dann sage ich vielen herzlichen Dank für das Gespräch.

ES: Gerne.

SM: Danke sehr.

10.2.3 Interview mit Patrick Lynen (PL) am 17. April 2014

SM: Meine erste Frage soll eben hier als Einstiegsfrage gelten, nämlich welche Schlagworte Ihnen spontan zum Beruf des Radiomoderators einfallen?

PL: Kommunikativ, flexibel, ganz viele Kompetenzen, die man dafür braucht, um den Job professionell ausführen zu können und ich glaube auch ausdauernd.

SM: Ja, auf die Kompetenzen kommen wir später noch zu sprechen. Vielleicht zu Ihrem Beginn beim Radio. Sie haben ja in Belgien begonnen und wie war damals, das ist jetzt ja soweit ich recherchiert habe, so an die 25 Jahre zurückliegt, wie war Ihr Einstieg damals und wie sieht der Arbeitsalltag heute aus?

PL: Damals war Radio ja im Grunde ein Produkt von größter Individualität. Menschen haben ihre Sendungen weitgehend nach ihrem persönlichen Gusto, nach ihrem Gutdünken gestaltet und haben dem Sendetitel und der Sendung meistens auch einen Stempel aufgedrückt. Das war ja, sag ich mal, das Radio in der Vergangenheit, da gab's noch Sendungen mit klaren Aussagen, mit ja, ich würd mal sogar sagen, ausdrucksstarken Moderatoren. Das alles hat sich ja in den vergangenen 20 Jahren massiv gewandelt, dass die Persönlichkeiten meistens hinter den Formaten oder hinter den Wellengedanken zurücktreten. Und deswegen hat sich Radio und auch der Beruf des Moderators zum Teil sehr massiv gewandelt.

SM: Inwiefern?

PL: Inwiefern, wie meinen Sie das, inwiefern?

SM: Was muss er heute besser können, besser machen oder anders machen als früher?

PL: Ich würde mal sagen, man hat heutzutage ganz andere Anforderungen an die Moderatoren, sie sollen eher den Formaten dienen, dem Gedanken der Welle dienen, sollen stromlinienförmiger funktionieren. Während man früher, sag ich mal, noch größere Freiheiten hatte, ist ja heutzutage das Radio ein, im Grunde wie ein McDonalds organisierter Betrieb, da gibt es klare Vorgaben, da gibt es klare Formate, da gibt es klare Zutaten, da gibt es klare Rezepte. Und die werden halt immer wieder gleich zusammengerührt. Früher hatte der Moderator da als Koch durchaus noch seine Freiräume, wenn er abends mal ein anderes Menü kochen wollte, dann hat er's halt gekocht. Heutzutage ist die Industrialisierung und man kann auch sagen die Formalisierung, die Mechanisierung des Jobs deutlich höher als früher.

SM: Ok, alles klar. Wenn wir von der Ausbildung sprechen, was glauben Sie, welche Ausbildung sollte ein Moderator mitbringen? Also, braucht's eine akademische Ausbildung, braucht's Abitur oder geht's einfach nur, also nur unter Anführungszeichen, um Sprechtraining, Sprachtraining bzw. journalistische Fertigkeiten, die man mitbringen sollte?

PL: Also, ich sage einmal so, die Herausforderungen für den Moderationsberuf haben sich nicht groß geändert. Ich würde mal sagen, man braucht etwas wie Allgemeinbildung, man braucht etwas wie technische Kompetenzen, da Moderatoren heutzutage auch immer automatisch auch die Technik bedienen, somit ist Technikkompetenz sicher ein ganz wichtiges Ding, man braucht journalistische Kompetenzen, dazu zählen die Möglichkeit zu wissen, wie man Gespräche führt, dazu zählen sprachliche Kompetenzen, zu wissen, wie man mit Sprache umgeht, stimmliche Kompetenzen, wie man mit der Stimme umgeht, dazu zählen kommunikative Kompetenzen, also wie man auf der anderen Seite in einer bühnenartigen Situation zu erreichen, dazu zählen musikalische Kompetenzen, dass man weiß, was man da spielt. In den meisten Wellen ist es mittlerweile ein entscheidendes Thema, dass man auch weiß, welche Musik man spielt. Man braucht Ausdauer, das ist auch nicht unwichtig, denn wenn man das nur eine Weile abrufen kann, hilft einem das auch nicht weiter, sondern meistens braucht man für so eine Moderationskarriere eben auch eine ganz gehörige Portion Ausdauer. Man braucht kreative Kompetenzen, weil wer nicht kreativ ist, der hat bei zumindest bei jüngeren Wellen überhaupt kaum eine Chance, weil da braucht man halt auch Leute, die ein bisschen um die Ecke gucken. Ja, und insofern ist irgendwie da eine ganze Menge gefordert. Dafür ist der Job dann heutzutage zum Teil auch extrem schlecht bezahlt, dafür dass man eigentlich eine Menge leisten muss und noch eine Menge können muss. Das ist schon ganz

beachtlich, dass dann zum Teil Moderatoren mit Gehältern nach Hause gehen, nicht überall, es gibt auch noch sehr gut zahlende Sender, aber in manchen Städten und manchen Orten gehen dann tatsächlich Moderatoren mit Gehältern nach Hause, die nicht wesentlich über denen einer Putzfrau liegen. Das finde ich dann schon ganz erstaunlich.

SM: Das heißt, wenn wir von der Anstellung sprechen, gibt's hauptsächlich freie Mitarbeiter oder werden auch Moderatoren noch angestellt Ihren Erfahrungen nach?

PL: Also, es kommt immer aufs Land an. Also in Deutschland sind Moderatoren in den allermeisten Fällen frei, weil man sich damit die Möglichkeit vorbehält, relativ spontan auf die Bedürfnisse zu reagieren, die man als Auftraggeber, also als Arbeitgeber da so hat. Da sind ja diverse Faktoren, die eine Rolle spielen, also die Medienanalyse und programmliche Geschichten. In anderen Ländern, zum Beispiel in der Schweiz ist das meistens anders. Da ist es so, dass tatsächlich viele Moderatoren fest angestellt sind. In Österreich ist das so eine Mischkalkulation, mal fest angestellt, mal frei. Ich würd mal so sagen, die besten Leute sind in den meisten Fällen frei, weil die natürlich, sag ich mal, sich auch die Freiheit nehmen zu sagen, passt auf, ihr beschäftigt mich entweder frei oder wir machen's gar nicht. Da findet man meistens auch irgendeine Möglichkeit, das zu drehen.

SM: Da habe ich ja auch schon gelernt, dass die zumeist auch mehr verdienen als wenn sie angestellt wären beziehungsweise auch andere Jobs noch zusätzlich machen möchten.

PL: Ja, ja deutlich. Die machen zumeist auch noch Sachen im Fernsehen oder bei anderen Sendern. Das ist dann zum Teil so, dass die Freien auch noch andere Jobs haben. Und die guten Leute sind auch meistens mehrfach beschäftigt, bei verschiedenen Sendern, bei denen sie auch tatsächlich senden.

SM: Und welche Anforderungen würden Sie sagen werden, natürlich wahrscheinlich jetzt auch abhängig vom Radiosender, aber eben vom Radiosender an den Radiomoderator gestellt?

PL: Welche Anforderungen? Also die Kompetenzen, die ich Ihnen gesagt habe, sind eigentlich die Anforderungen.

SM: Ok.

PL: Unter Anforderungen, ich wüsste jetzt sonst nicht, welche da sozusagen zusätzlich noch existieren. Ich glaube, Flexibilität ist ganz wichtig, dass man auch sehr gut unter

Druck funktioniert, dass man unter Stress funktioniert, wie auch oft unchristliche Arbeitszeiten, die da eine Rolle spielen, weil man hat entweder die Morgensendung, und dann steht man morgens um drei oder um vier auf, und meistens bereitet man am Nachmittag noch mal vor für die Frühsendung am nächsten Morgen, oder man hat auch mal eine Abendsendung oder eine Nachtsendung. Das ist ja alles relativ anstrengend, so ein Job als Moderator und das geht ja oft über Jahre so, dass man dann über Jahre jeden Morgen die Frühsendung macht, oder jede zweite Woche und das ist schon sehr kräftezerrend.

SM: Das ist verständlich. Und, wenn Sie jetzt einem jungen Menschen etwas empfehlen würden, ausbildungstechnisch oder wie soll der Einstieg beim Radio sein, was wäre das Erfolg bringendste?

PL: Also wenn ich jetzt einem jungen Menschen was empfehlen müsste oder dürfte, dann würde ich dem möglicherweise gar nicht mehr empfehlen, zum Radio zu gehen, weil das Radio ja nun ein, sag ich mal, sehr altes Medium ist, immer noch ein funktionierendes Medium, aber natürlich ein Medium aus der analogen Zeit und ein Medium aus der eindirektionalen Vergangenheit, das heißt es ist ja nicht interaktiv bis heute und wird es wahrscheinlich auch nicht werden können. Das hat was mit technischen Gegebenheiten zu tun, damit, dass das Medium so gelernt wurde. Und ich glaube, in dem Moment, wo man hinget und ins Internet geht und sich in einem, sag ich mal, moderneren Medium, wenn es denn ein Medium sein soll, sozusagen einen Zugang verschafft, ist das, glaub ich, cleverer als in so ein altes Medium zu gehen. Man sieht beim Radio auch die Budgets schrumpfen, die Ausbildungssituation wird zum Teil immer schlechter, vor allem bei den Privatsendern. Es ist ein, ja wie das Fernsehen eigentlich, sag ich mal, ein bereits zurückgehendes, schrumpfendes Medium, weil das Internet eben immer stärker wird und sich sicherlich auch da eine Menge vom Kuchen nehmen wird. Da sollte man sehr vorsichtig sein. Als wenn ich jetzt jemandem, der 18 ist, wenn sich der fragt, wohin soll ich gehen, Radio, Fernsehen, Zeitung oder Internet, dann würde ich sagen, es gibt für mich da nur eine Möglichkeit, das heißt Internet, es ist die, würde ich sagen, visionärste und zukunftsgerichteteste Variante raussuchen.

SM: Ok. Und wenn er dann doch beim Radio bleiben möchte oder hin möchte? Praktika?

PL: Das kann man sich, es gibt da keinen klassischen, vorgeschriebenen Ausbildungsweg. Man kann immer noch versuchen, da irgendwie jetzt reinzukommen, über Praktika, über Beiträge, die man macht, über Töne, die man sammelt, über Redaktionstitel, die man macht. Und Moderatoren, als Moderator wird man ja nicht geboren. Moderator wird

man meistens über alles andere, was man innerhalb eines Radio- oder Fernsehsenders macht. Irgendwann merkt man halt einfach, ich hab jetzt eine journalistische Basis mir erarbeitet, das treibt mich noch mehr in die Richtung Moderation und daraus wird dann in den meisten Fällen tatsächlich irgendwann ein Moderator, wenn der Drang denn da ist. Es gibt ja keine klassische Moderatorenausbildung, zum Beispiel, die gibt es nirgendwo. Es hat mal Versuche gegeben, die waren aber allesamt nicht erfolgreich, weil die Leute, die man dann dort ausgebildet hat, die wollten eigentlich nicht mit ihrem Herzen Moderatoren sein. Es ist so, man kann auch Profisportler oder Spitzensportler nicht ausbilden, man kann sie allenfalls fördern. Da Moderation für mich immer die Speerspitze in einem Medienunternehmen ist, weil da kommen alle Kompetenzen, die man braucht, zusammen, kann man eben solche Leute auch nicht wirklich ausbilden. Das ist immer so ein bisschen, da setzen sich immer ein paar durch, und die anderen werden's nie schaffen, weil sie auch die Kompetenzen vielleicht dafür nicht haben.

SM: Das heißt, es gibt auch in Deutschland keine Ausbildung für Moderatoren. Ich dachte nur, es gäb's vielleicht in Österreich nur nicht, weil wir zu klein wären oder so.

PL: Es gibt immer wieder mal Seminare, aber eine klassische Moderationsausbildung gibt es meines Wissens nicht. Es gibt keinen Studiengang beispielsweise und es gibt auch keine klassische Moderationsausbildung. Es gibt Moderationsvolontariate bei bestimmten Sendern, das ist aber dann eine redaktionell-journalistische Ausbildung mit Moderationsanteilen, aber eine reine Moderationsausbildung, die wüsste ich nicht, dass es die gibt.

SM: Ok. Ich dachte, das gäb's vielleicht nur in Österreich nicht. Na gut.

PL: Vielleicht vertu' ich mich da...

SM: Nein, nein. Also den Eindruck den ich gewonnen habe, jetzt auch nachdem ich bereits mehr als 100 Fragebögen erhalten habe aus meiner quantitativen Untersuchung und da wird eben ganz, ganz häufig kritisiert, dass es eben wirklich fehlende Ausbildungsmöglichkeiten gibt.

PL: Ok.

SM: Wenn wir auf die Rolle des Radiomoderators zu sprechen kommen, was wird von einem Radiomoderator heute erwartet und wie war's vielleicht in der Vergangenheit, eben vor 20, 25 Jahren?

PL: Ich habe es mehr oder weniger bereits gesagt.

SM: Mit den Anforderungen.

PL: Ich kann das mit anderen Worten gerne neu beantworten. Vor 20 Jahren wurde vielleicht eher eine extreme Darstellung seiner Persönlichkeit verlangt, eine deutlichere Selbstoffenbarung, eine größere Personality. Heutzutage soll die Moderation eher dienend sein. Also ich würd's mal so sagen, früher eher prägend, heute eher dienend. Ich glaube, so kann man das zusammenfassen. Es gibt immer wieder Ausnahmen, in der Morgensendung ist es immer noch so, dass da einzelne Persönlichkeiten geduldet werden, weil man die da auch braucht, weil man am Morgen begriffen hat, dass es ohne Persönlichkeit nicht wirklich geht. Aber in der Tagesfläche ist es meistens so, dass heutzutage dienende Leute eingesetzt werden, die auch nicht weiter auffallen sollen. Da ist die Selbstoffenbarung für viele Programmdenker da eher störend und ist nicht gewünscht, das ist der Stand. Ich weiß nicht, ob Sie das über ihre sonstigen Umfragen auch so ein bisschen stützen können, aber das ist jedenfalls aus meiner Sicht, was ich festhalten kann.

SM: Geht's auch noch oder ist es die Hauptaufgabe, die Hörerbindung?

PL: Na ja, die Hörerbindung ist ja heutzutage genauso wie, sagen wir es mal so, der Wunsch, Hörer zu binden, hat sich ja nicht geändert. Nur hat man sozusagen die Strategie geändert, wie man das tun möchte. Das hat auch ein bisschen was damit zu tun, dass der Kostendruck natürlich immer größer geworden ist in den letzten Jahren, und prägende Leute sind teurer als dienende. Und dann hat man sich natürlich überlegt, bauen wir lieber ein Programm rund um dienende Leute, weil die sind schlicht billiger und einfacher zu führen und einfacher zu handeln, als dass wir dann prägende Leute haben, die meistens mehr Geld kosten und eben auch schwieriger sind.

SM: Ja, damit sind wir eh schon bei meiner nächsten Frage, nämlich, Sie sind ja der Verfechter der Radio Personality. Und meine Frage wäre, wie wichtig es für einen Radiosender ist, gute „On air-Personalities“ zu haben bzw. ob das eben in der Zukunft noch verstärkt wird oder ob's weniger wird? Also Ihrer Meinung nach wird's weniger, weil die zu teuer sind?

PL: Also sagen wir's mal so, ich hab mir abgewöhnt, zu arg hellseherisch tätig zu werden. Ich glaube aber ganz ehrlich, dass der Radiomarkt so sehr unter Druck gerät, technisch wie auch durch die finanziellen Gegebenheiten und durch die Veränderung der Medienwelt, dass ich glaube, eine Umkehr nicht mehr so schnell möglich sein wird oder vielleicht gar nicht mehr möglich sein wird. Radio wird vielleicht den Weg gehen, den wir seit Jahren in den Staaten erleben, der ja von uns immer nur nachgezeichnet wird mit einer Verzögerung von, sag ich mal, zehn, maximal fünfzehn Jahren. Momentan würde

ich sagen, ist die Zeit auf fast sieben oder acht Jahre geschrumpft. Wenn Sie momentan in den Staaten in einem großen oder kleineren Radiomarkt Radio hören, dann ist es eine minimalistische Veranstaltung. Da gibt es ganz wenige Live-Anteile, da gibt es nur mehr ganz wenige Persönlichkeiten, und die Qualität der Leute, die dort Radio machen, journalistisch wie moderativ, was am Ende das Gleiche ist, hat deutlich nachgelassen. Und ich glaube, das wird auch so sein in Deutschland, in Österreich und in der Schweiz, dass wir da einen Niedergang erleben werden, der einfach nicht zu stoppen ist, weil einfach die Rahmenbedingungen nicht viel Raum schaffen für, sag ich mal, bessere Leute, für pointiertere Leute. Das wird, sag ich mal glaub ich die Radiolandschaft massiv deformieren weiter. Ich hüte mich da immer so vor einer Untergangstimmung, aber ich kann das seit Jahren immer wieder beobachten, dass es eigentlich nicht mehr besser wird, und das wäre jetzt nur meine Hypothese oder meine Theorie, wie es laufen könnte.

SM: Ok. Ist natürlich nichts, was ich gerne höre, wenn ich gerade über den 90. Geburtstag des Mediums Radio hier meine Arbeit verfasse, aber es stimmt. Sie haben hier sicher zu einem Teil recht und ja, damit sind wir eh schon bei dem...damit haben Sie auch schon das aufgegriffen, was ich Sie als nächstes fragen wollte, nämlich ob der Radiomoderator in Zukunft eine Schlüsselfigur im Hörfunk darstellen wird, oder ob man auf ihn weitgehend verzichten wird können?

PL: Ich mag nicht ausschließen, dass es immer wieder Sender gibt, auch Sender, die noch Geld haben, und dazu zählen vor allem die öffentlich-rechtlichen, die Moderatoren immer wieder als Schlüsselfiguren brauchen. Und selbst eine dienende Moderation ist ja für einen privaten oder für einen anderen, einen öffentlich-rechtlichen Sender eigentlich eine Schlüsselfunktion. Das darf man ja nicht vergessen. Das heißt, selbst wenn vielleicht die Güte des Menschen, der da sitzt, nicht mehr so grandios ist, wie es vielleicht vor 20 Jahren mal war, es ist immer noch eine Schlüsselfunktion, weil ohne Moderation kommt man in einem klassischen UKW-Radio nicht weiter. Da findet keine Hörerbindung statt. Sie können natürlich Spotify anbieten, sie können irgendwie iTunes-Radio anbieten, das funktioniert alles ohne Moderation, und übrigens auch sehr gut. Das man jetzt an den neuesten Studien, auch das ist letztlich ein limitierender Faktor für das UKW-Radio oder für das alte Radio, weil schlicht die Konkurrenz, die auf das alte Radio einwirkt, auch immer größer wird. Alleine durch die ganzen Hybrid-Radios, die jetzt entstehen. Und da entsteht ja irre viel, wenn man sich anschaut, wie viele Radiosender in den letzten Jahren entstanden sind, die nichts Anderes machen als Musik spielen in einer Endlosschleife, in einer bestimmten Ausrichtung, dann ist auch da nochmal Druck auf das klassische Radio da und da ist auch der Druck auf den Moderator da, den man dann

im vermeintlichen, im normalen Radio auch nicht mehr braucht, weil man sagt, die anderen Sender funktionieren ja auch, nur mit deutlich weniger Personalaufwand. Wieso sollen wir uns dann noch teure Moderatoren geben. Das ist eine interessante Bewegung, die da stattfindet, die ich mir jetzt auch seit vielen Jahren angucke. Das ist einer der Gründe, warum ich mich auch Stück für Stück immer weiter aus dem Radiosegment hinausarbeite als Trainer und sage, das ist Teil meines Jobs, das mache ich auch sehr gerne, Radio mache ich sehr gerne. Aber ich glaube nicht mehr, dass mich das als Trainer, als Coach, als Berater über die nächsten 20 Jahre tragen kann.

SM: Ok. Und glauben Sie, dass es einen Unterschied macht, ob die Rede ist von einem Kultursender oder einem Unterhaltungssender?

PL: Sagen wir's mal so, der Kultursender ist ja nicht zwangsläufig, also sie brauchen beim Kulturradio sicher inhaltlich fittere Leute, sie brauchen sicherlich qualifizierteres Personal, wobei das auch nicht überall der Fall ist. Wenn Sie sich zum Beispiel in Deutschland Klassikradio anschauen, da sitzen jetzt auch nicht immer die qualifiziertesten Leute, da sind einfach Moderatoren, die ganz gut klingen, die ihren Job ganz ordentlich machen. Bei anderen Kulturradios, bei anderen klassischen Wellen im Öffentlich-rechtlichen sitzen Leute, die was von ihrem Job verstehen und da sitzen auch noch Personalities. Das ist vielleicht nicht die Verständnis von Personality, wie ich die habe im Popradio, aber es sind Personalities, Persönlichkeiten, die man erkennen kann. Aber auch das Kulturradio, machen wir uns nichts vor, bei diesen riesigen Summen, die da zum Teil ausgegeben werden, wird in den nächsten Jahren unter Druck geraten, bin ich mir relativ sicher. Auch bei den Öffentlich-rechtlichen wird der Kostendruck immer größer und vermutlich wird auch in den Kulturradios dann auch an der einen oder anderen Stelle werden Abstriche gemacht. Da bin ich mir relativ sicher.

SM: Ok. Und dann noch meine abschließende Frage. Zu den Tagesrandzeiten, könnte es sein, dass man eben zu den Tagesrandzeiten dann gänzlich auf den Radiomoderator verzichten kann?

PL: Das ist ja in vielen Fällen jetzt schon so, also wenn Sie schauen, dass bei vielen Privatsendern abends ab 20 Uhr schon seit langer Zeit keiner mehr live sitzt, sondern dass die meisten Sendungen da längst vorproduziert wurden irgendwann am Tag, oder auch Nonstop Musik läuft, und auch bei kleineren Radiosendern ist das selbstverständlich mittlerweile abends, dass da nur mehr Musik läuft, weil man diese Zeiten einfach nicht mehr mit einem Moderator gegenfinanziert bekommt, weil da Fernsehen am Abend natürlich sehr stark ist. Also insofern, ja, glaube ich schon.

SM: Ok. Vielen herzlichen Dank für das Gespräch.

PL: Sehr, sehr gerne.

10.2.4 Interview mit Mag. Karl Amon (KA) am 7. Mai 2014

SM: Vielen herzlichen Dank, dass Sie mir für das Interview für meine Magisterarbeit zur Verfügung stehen. Zunächst als Einleitung, was fällt Ihnen spontan zum Beruf des Radiomoderators ein, ein Schlagwort.

KA: Also ein Freund aus dem Medienbereich hat einmal gesagt, ist schon einige Jahrzehnte her, auf die Frage, was zeichnet eine gute Radiomoderatorin, einen guten Radiomoderator und allgemein eine gute Moderatorin, auch Fernsehen, auch für öffentliche Auftritte, ich glaube, dass da nicht allzu große Unterschiede sind, aus, seine Antwort war: Eine gute Moderatorin, ein guter Moderator, egal ob im Radio, im Fernsehen oder für sonstige Auftritte, erkennt man daran, dass er selbst, wenn in diesem Studio ein Wasserrohrbruch oder sonst was unerwartet Großes passiert, er die Situation im Griff hat. Also, er muss dann erklären, was da gerade vor sich geht, weil ja die Zuhörerinnen und Zuhörer nicht wissen, sie hören ein Rauschen vielleicht bei einem Wasserrohrbruch, da muss er spontan reagieren. Also, er muss sehr flexibel sein, er muss Frau oder Herr des Studios sein und die Zuhörerinnen und Zuhörer, im Medium Radio ist es so, müssen das Gefühl haben, da sitzt eine Person, die lässt sich nicht aus der Ruhe bringen und weiß, was sie tut und erklärt mir auch jede Situation. Also, sie muss Frau oder Herr im Studio sein und darf sich durch nichts irritieren lassen.

SM: Ok. Damit kommen wir vielleicht gleich zum Anforderungsprofil, das ein Radiomoderator zu erfüllen hat. Wie sieht das Anforderungsprofil beim ORF-Radio aus? Gibt's Unterschiede zwischen den Sendern? Worauf wird besonders geachtet?

KA: Natürlich gibt es Unterschiede und senderbezogene Entscheidungen. Das ist ganz klar, weil wir uns natürlich nach unserem Zielpublikum orientieren. Bevor wir einen Radiosender, sollten wir wieder einmal einen neu ins Leben rufen, das kann durchaus sein, dann ist die erste Frage, welche Zielgruppe wollen wir erreichen. Natürlich hat jede Zielgruppe ganz spezifische Vorlieben, Wünsche, und auch was, die Moderationslängen betrifft, was die Stimmen für die Moderation betrifft, was die Wortwahl oder auch den Textinhalt betrifft, muss man natürlich berücksichtigen, darum da ein klares Ja, das ist senderspezifisch. Und sonst, nachdem dieses Gespräch eben einige Jahrzehnte her ist, was eine gute Moderatorin, ein guter Moderator können muss, da richte ich mich bei der Auswahl genau nach diesen Kriterien. Ich schau mir die Persönlichkeit an, also immer

vorausgesetzt, es passt zur Zielgruppe, und schau, ob die Persönlichkeit eben genau eine so große Persönlichkeit ist, dass sie nicht aus der Ruhe zu bringen ist und mit dem Publikum, also mit den Hörerinnen und Hörern mitdenkt, nämlich durch Ereignisse, die gerade im Studio stattfinden und sich nicht aus der Ruhe bringen lässt. Sie muss ein großes, hervorragendes Nervenkorsett haben, muss eine Persönlichkeit sein, die sich nicht aus der Ruhe bringen lässt. Sie muss eine gute, klare, verständliche Sprache haben, sie muss gut artikulieren können, das kann man lernen. Die ersten beiden Sachen wahrscheinlich auch, aber schwieriger. Und diese drei Sachen ergeben für mich die Grundvoraussetzungen. Und wenn man dann, man lässt ja nicht gleich eine Person die Hauptnachrichtensendung moderieren, sondern man beginnt in Tagesrandzeiten, weil es ist noch einmal ein Unterschied, mit der Nervosität so umzugehen, die ist am Beginn einer Karriere, einer Moderatorenkarriere, einfach da, dass sie vom Zuhörer, von der Zuhörerin kaum oder nicht bemerkt wird. Da geht man bei Moderationen, wenn man so will, bei kleineren Sendungen los und wenn man sieht, jawohl, meine Einschätzung war die richtige, die oder er hat die kleinen Sendungen schon hervorragend gemacht, dann gibt man ihm die großen Sendungen.

SM: Und glauben Sie, dass die technischen Fertigkeiten heute eine größere Rolle spielen als früher?

KA: Na selbstverständlich. Also das ist ein Unterschied wie zwischen Pferdekutsche und Flugzeug.

SM: Und, nachdem Sie ja jetzt schon sehr lange beim ORF sind, haben Sie den Eindruck, dass sich hier das Anforderungsprofil eben in den letzten 30 Jahre verändert hat oder ist das immer gleich geblieben?

KA: Na ja, also das Grundlagenprofil ist, sag ich jetzt einmal, hat ja noch nichts mit der Beherrschung der Technik zu tun. Also das bleibt für jede Form der Technik gleich. Aber natürlich, erstens sind unsere Moderatorinnen im ORF und unsere Moderatoren natürlich ganz anders sozialisiert, nämlich was das technische Umfeld betrifft. Also die Jüngeren wieder anders als die, die mit mehr Erfahrung und die länger im Geschäft sind. Und es müssen natürlich auch Menschen sein, die auch da eine Neugierde haben und sich weiterentwickeln.

KA: Wenn ich jetzt eine meiner Hypothesen bzw. Forschungsfrage Ihnen hier mitteile, nämlich, ob Ihrer Meinung nach ein loses Mundwerk und das Wissen über journalistisches Handwerkzeug reicht, um als Radiomoderator erfolgreich zu sein, oder ob es auch eine akademische Ausbildung braucht, was würden Sie da meinen?

KA: Ich würde sagen, dass eine akademische Ausbildung auf keinen Fall schadet. Ich würde nicht so weit gehen, dass ich sage, es ist Grundvoraussetzung, aber wenn, ich glaube, es ist kein Zufall, dass, wenn man 50 Jahre zurückgeht und sich ein Ausbildungsprofil der damaligen Moderatorinnen und Moderatoren anschaut und die Jetztzeit nimmt, einen Querschnitt durch alle Sender, so war, und das ist belegbar, nachschaubar, vor 50 Jahren die akademische Ausbildung die Ausnahme und heute ist die nichtakademische oder zumindest Maturaausbildung die Ausnahme. Das ist so.

SM: Und welche Ausbildung würden Sie einem jungen Menschen empfehlen, der gerne Radiomoderator werden möchte oder kommt es tatsächlich, so wie sie gesagt haben, eher auf die Persönlichkeit an bzw. die Stimme und eben das Auftreten?

KA: Also sie fragen mich persönlich, was ich meinem Nahbereich an Menschen, die ich kenne und sympathisch finde, die mich fragen, sage, damit will ich sagen, ich hab die Weisheit nicht mit dem Löffel gegessen und ich kann natürlich vielleicht falsch liegen, aber ich rate jeder Kollegin, jedem Kollegen auf die Frage, ich will mich im journalistischen Bereich entwickeln, was soll ich studieren, ein Fachstudium zu machen. Also, das ist keine Abwertung des Publizistikstudiums, ja, das auch, aber du hast dann im Berufsleben für wissenschaftliche Weiterbildung, egal in welchem Bereich, keine oder fast keine Zeit. Auch wenn du glaubst, das mach ich dann, ich bin dann Journalistin nur zu zwei Drittel und geh dann auf eine Uni weiter oder bilde mich eher in juristischen Fragen oder in wirtschaftlichen Fragen oder in kulturpolitischen, kulturellen Fragen, also irgendwo universitär oder nahe der Universität weiter, das ist eine Illusion. Es gibt Ausnahmen. Darum ist es gut, wenn jemand Wirtschaft studiert, wenn jemand wissenschaftliche Tätigkeit studiert, also Geographie, Geschichte, Kunstgeschichte, auch Filmakademie, vollkommen egal, also irgendeinen Fachbereich, den man ordentlich beherrscht. Da lernt man auch sehr viele Verästelungen, bekommt man ein eigenes Netzwerk, das einem dann nützt, und das empfehle ich jedem Kollegen, jeder Kollegin zu machen. Und ja, wenn Zeit bleibt, gut, Publizistik zusätzlich.

SM: Was würden Sie meinen, welche Rolle der Radiomoderator in Bezug auf die Radiohörer spielt. Wie man gesehen hat in der jüngeren Vergangenheit, ist die Verantwortung eines Radiomoderators, was er sagt, sowohl on air als auch außerhalb, eine große Rolle.

KA: Und wie er es sagt oder sie es sagt...

SM: Genau. Welche Rolle, meinen Sie, spielt der Radiomoderator in Bezug auf die Hörer?

KA: Also unsere Moderatorinnen und Moderatoren sind in gewisser Weise die Stimme sozusagen, die Personen, die den Sender ausmachen. Weil diese Stimme kennt man, im Fernsehen ist es das Gesicht oder jetzt mit der Kombination Radio auch im Internet sichtbar, da zählt auch selbst bei einer Radiomoderatorin auch das Gesicht und das Aussehen dazu. Also es denkt ja kaum jemand an Ö3, an Ö1 oder an FM4, um die drei nationalen ORF-Sender zu nennen, an so ein abstraktes Gebilde. Im Minimum denkt man an das Logo. Also man baut sich ein Bild dazu, aber je bekannter, je wichtiger eine Persönlichkeit am jeweiligen Radiosender ist, kommt zu diesem Bild auch eine oder zwei, vielleicht drei Stimmen, die man dann beginnt zu hören. Kratky am Morgen zum Beispiel beim Ö3-Wecker. Den hört man einfach mit, wenn man an Ö3 denkt. Und darum sind diese Stimmen und diese Personen, die die Hauptmoderatorinnen und Moderatoren sind, das Hauptaushängeschild für die Sender. Und das sichtbare Bild.

SM: Da nehme ich vielleicht gleich eine Frage vorweg, nämlich wie wichtig ist es Ihrer Meinung nach für einen Radiosender, starke On air-Personalities zu haben?

KA: Ja ohne die geht's nicht.

SM: Und was die Zukunft anbelangt, glauben Sie, dass da der Radiomoderator eine Schlüsselfigur im Hörfunk darstellt oder wird er eher zurückgedrängt oder dass man sogar auf ihn verzichten kann?

KA: Wenn ich Ihnen die Frage vorher mit „Ohne die geht's nicht“ beantwortet habe, habe ich dem auch bei dieser Frage nichts hinzuzufügen.

SM: Ok. Dann komme ich zu meiner nächsten Frage. Sie haben auch die Tagesrandzeiten schon angesprochen, wo Sie dann eben unerfahrenere oder neue Moderatoren einsetzen. Ich habe jetzt schon gelesen, dass speziell in Deutschland, aber auch in den Privatradios, zu den Tagesrandzeiten, zumeist eben ab 20 Uhr am Abend im Radio, immer mehr auf Radiomoderatoren verzichtet wird bzw. schon vorproduziert wird und eben auch nicht mehr zum Zug kommen am Abend. Wie sehen Sie das?

KA: Das ist eine Folge der Sparmaßnahmen. Diese Sparmaßnahmen greifen natürlich, das sind immer Vorreiter bei den Privatsendern viel früher und die Notwendigkeit ist dort gegeben. Wir beim ORF können da ein bisschen mehr Rücksicht auf das Publikum nehmen, auch auf einen kleinen Teil des Publikums. Befreit vom Sparen, von der Sparnotwendigkeit, sind natürlich auch wir ORF-Radiomacher und -macherinnen nicht. Also es ist kein Geheimnis, Radio ist ein absolutes Morgenmedium. Und je später der Tag, umso weniger Zuhörer und Zuhörerinnen haben Radiosender und wenn das Fernsehen mit 18, 19 Uhr beginnt, in Richtung Höhepunkt zu kommen, was die ZuseherInnenzahl

betrifft, beginnt die Armut, die Publikumsarmut bei den Radios. Dann ist es logischerweise, warum soll ich, wenn ich nur mehr ein Hundertstel im Extremfall meiner Spitzenwerte vom Morgen an Zuhörerinnen und Zuhörern habe, dann noch besonders viel Engagement hineintun, wenn ich eine Sparnotwenigkeit habe. Also wie gesagt, mir sind auch 5.000 Menschen irrsinnig wichtig, darum senden wir bei all unseren Radiosendern bis nach Mitternacht Vollprogramm. Aber natürlich um zwei Uhr früh, um drei Uhr früh, da beginnen wir dann um vier, halb fünf wieder.

SM: Und dann hab ich eigentlich noch eine abschließende Frage zum Thema der Anstellung. Früher war es ja so, auch Sie haben als freier Mitarbeiter begonnen, und wenn dann nach und nach Kollegen in Pension gegangen sind, dann hat man irgendwann einmal deren Anstellungsverhältnis übernommen.

KA: Oder wenn neue Redaktionen aufgemacht wurden oder Redaktionen ausgebaut wurden.

SM: Heute ist es ja so, dass die meisten Radiomoderatoren, glaub ich, eher frei angestellt sind, oder wie schätzen Sie da das Verhältnis beim ORF ein?

KA: Das ist wieder bei den einzelnen Sendern unterschiedlich. Also bei Ö1 gibt's zum Beispiel keine einzige freie, also was den Nachrichtenbereich betrifft, Moderatorin oder Moderator, das sind alle angestellte Journalmoderatoren. Im Ö1-Programm selbst ist das gemischt. Beim Ö3-Programm ist es ganz allgemein gesagt, auch gemischt, ein Mix, aber es gibt schon bei Ö3 eine hohe Zahl von freien Moderatorinnen. Viel mehr in Hauptsendungen, als zum Beispiel bei Ö1. Im Nachrichtenbereich ist auch bei Ö3 die freie Moderation die Ausnahme, sind auch primär angestellt. Und bei FM4 ist es gemischt.

SM: Da ist wahrscheinlich der größte Anteil an freien Mitarbeitern.

KA: Es gibt da keine Faustregel, nur Freie oder nur Angestellte, sondern es hängt primär an den zur Zeit zur Verfügung stehenden, freien Posten ab, dann auch vom Wollen der Person, weil man sucht zuerst einmal, welche Person kann das am besten, welche Kollegin, welcher Kollege ist am besten fürs Publikum, das Zielpublikum. Und dann schaut man erst, will die überhaupt angestellt werden oder will der überhaupt angestellt werden, hab ich überhaupt eine Position da. Es geht nicht so, dass ich zuerst schaue, wer ist angestellt und wer moderiert, sondern zuerst hole ich mir die Qualität oder entscheide die Qualität.

SM: Gut, dann bin ich von meiner Seite fertig.

KA: Danke. Wunderbar.

SM: Vielen Dank für das Interview.

KA: Nichts zu danken. Dankeschön.

10.3 Fragebogen

Liebe/r TeilnehmerIn,

vielen Dank, dass Sie sich Zeit für das Ausfüllen dieses Fragebogens nehmen!

Im Rahmen meiner Masterarbeit am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien setze ich mich mit dem Thema „90 Jahre Hörfunk in Österreich - Der Beruf des Radiomoderators im Wandel der Zeit“ auseinander.

Dieser Fragebogen richtet sich an ModeratorInnen, die im Laufe der österreichischen Hörfunkgeschichte bei einem Radiosender in Österreich tätig waren bzw. nach wie vor sind. Ich bitte Sie, alle Fragen möglichst vollständig zu beantworten. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten. Die Umfrage wird 5-7 Minuten in Anspruch nehmen.

Alle Angaben werden selbstverständlich anonym und vertraulich behandelt.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

1. Bei welchem österreichischen Radiosender sind Sie zur Zeit tätig?

- öffentlich-rechtlicher Radiosender in Österreich
- österreichischer Privatradiosender
- Sonstiges (z.B. Pension, neuer Beruf, etc.)

2. Bei welchem/n österreichischen Radiosender/n waren Sie zuvor tätig?

- öffentlich-rechtlicher Radiosender in Österreich
- Privatradiosender in Österreich
- sowohl öffentlich-rechtlicher Radiosender als auch Privatradiosender
- Sonstiges

3. In welcher Position haben Sie beim Radio angefangen? In welchem Bereich?

- PraktikantIn
- freie/r MitarbeiterIn
- Angestellte/r
- Sonstiges

4. In welchem Arbeitsverhältnis befinden Sie sich zur Zeit?

- freie/r MitarbeiterIn
- Angestellte/r
- nicht mehr als RadiomoderatorIn tätig

- Sonstiges

5. In welchem Zeitraum waren Sie als RadiomoderatorIn tätig bzw. seit wann? (in Jahreszahlen)

Von bis

6. Was ist Ihr bislang höchster Bildungsabschluss?

- Kein Abschluss
- Pflichtschulabschluss
- Lehrabschluss
- Abschluss einer Berufsbildenden Mittleren Schule
- Abschluss mit Matura (Kollegs, Maturantenlehrgänge, Berufsreifeprüfung)
- Universitätsabschluss, (Fach-)Hochschulabschluss
- Sonstiges

7. Welche Zusatzausbildungen haben Sie absolviert?

- Zusatzausbildung 1:
- Zusatzausbildung 2:
- Zusatzausbildung 3:
- Zusatzausbildung 4:
- Zusatzausbildung 5:
- keine

8. Welche Fertigkeiten muss Ihrer Meinung nach ein/e RadiomoderatorIn mitbringen? Bitte nennen Sie die wichtigsten 3.

- eine gute Stimme haben
- einen großen Wortschatz haben
- sympathisch und natürlich „rüber kommen“
- glaubwürdig sein
- die HörerInnen begeistern können
- schnell reagieren können
- gute Nerven haben
- die Technik beherrschen
- Fachwissen haben (Politik, Zeitgeschehen, etc.)
- eine starke Persönlichkeit präsentieren

- Sonstiges
- Sonstiges
- Sonstiges

9. Was zeichnet Ihrer Meinung nach eine/n gute/n RadiomoderatorIn aus?

10. Welche Rolle spielt der/die RadiomoderatorIn heute in Bezug auf die RadiohörerInnen? Nennen Sie bitte die wichtigsten 3 Aspekte.

- Er/Sie soll die HörerInnen unterhalten.
- Er/Sie soll die HörerInnen durch die Sendung führen.
- Er/Sie soll das Publikum mit frechen und lockeren Sprüchen begeistern.
- Er/Sie soll die HörerInnen an den Radiosender binden.
- Er/Sie soll über die wichtigsten Tagesthemen einen Überblick geben.
- Sonstiges

11. Teilen Sie die Meinung, dass der/die RadiomoderatorIn an den Tagesrandzeiten an Bedeutung verlieren wird?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht
- Sonstiges

12. Welche Ausbildung wird für eine/n zukünftige/n RadiomoderatorIn notwendig sein?

- Pflichtschulabschluss
- Lehrabschluss
- Abschluss einer Berufsbildenden Mittleren Schule
- Abschluss mit Matura (Kollegs, Maturantenlehrgänge, Berufsreifeprüfung)
- Universitätsabschluss, (Fach-)Hochschulabschluss
- Spezielle Ausbildungen fürs Radio (Sprechtraining, Moderatorencoaching, etc.)
- Sonstiges

13. Welche Fertigkeiten muss ein/e erfolgreiche/r RadiomoderatorIn in Zukunft beherrschen? Nennen Sie bitte max. 5.

- eine gute Stimme haben
- einen großen Wortschatz haben
- sympathisch und natürlich „rüber kommen“
- glaubwürdig sein
- die HörerInnen begeistern können
- schnell reagieren können
- gute Nerven haben
- die Technik beherrschen
- Fachwissen haben (Politik, Zeitgeschehen, etc.)
- eine starke Persönlichkeit präsentieren
- Sonstiges

14. Braucht Ihrer Meinung nach jeder Radiosender eine so genannte „On-air-Personality“, um erfolgreich zu sein?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

15. Ihr Geschlecht:

- männlich
- weiblich

16. Bitte geben Sie Ihr Alter (in Jahren) an.

Ich bin Jahre alt.

17. In welchem Bundesland sind/waren Sie überwiegend als RadiomoderatorIn tätig?

- Wien
- Niederösterreich
- Burgenland
- Oberösterreich
- Steiermark
- Salzburg

- Kärnten
- Tirol
- Vorarlberg

18. Ihr monatliches Nettoeinkommen aus der Tätigkeit als RadiomoderatorIn beträgt/betrag

- EUR 1 – 1.000
- EUR 1001 – 2.000
- EUR 2.001 – 3.000
- EUR 3.001 – 4.000
- EUR 4.000 oder mehr
- Ich will keine Angabe machen.

19. Gibt es noch etwas, das Sie mir zum Beruf des Radiomoderators/der Radiomoderatorin mitteilen möchten?

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Wir möchten uns ganz herzlich für Ihre Mithilfe bedanken.

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.

Zur Person

Geburtstag	22. Juni 1976
Geburtsort	Zwettl/NÖ
Staatsbürgerschaft	Österreich
Kontakt	simone.mayerhofer@utanet.at

Ausbildung

Seit Okt. 2011	Magisterstudium der Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
Okt. 2004 – Jun. 2008	Bakkalaureatsstudium der Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien/Schwerpunkte: Hörfunkjournalismus, Fernsehjournalismus, Öffentlichkeitsarbeit/Wirtschaft
Sept. 1990 – Jun. 1995	Höhere Bundeslehranstalt für wirtschaftliche Berufe Tulln
Sept. 1986 – Jun. 1990	Bundesgymnasium Tulln

Berufserfahrung

Seit Jul. 2008	Marketing Managerin/American Express Austria Bank
Nov. 2003 – Mär. 2008	Referentin/Oesterreichische Nationalbank
Jul. 2003 – Okt. 2003	Crew Managerin/GPK
Nov. 2002 – Mai 2003	Angestellte/Hotel Chasa Montana (Schweiz)
Aug. 1995 – Okt. 2002	Angestellte/Creditanstalt bzw. Bank Austria

Wien, Juni 2014

Abstract Deutsch

Verfasserin	Simone Mayerhofer
Titel	90 Jahre Hörfunk in Österreich - der Beruf des Radiomoderators im Wandel der Zeit
Umfang	228 Seiten
Typ	Magisterarbeit am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien
Ort, Jahr	Wien, 2014
Begutachter	Fritz Hausjell
Schlagwörter	Hörfunk, Radio, Hörfunkgeschichte, Radiojournalismus, Radiomoderator, Moderation, Kommunikatorforschung

Untersuchungsgegenstand

Im Zentrum dieser Arbeit steht der Beruf des Radiomoderators. Zum 90. Geburtstag des Hörfunks in Österreich sollte dieses Berufsfeld im Wandel der Zeit untersucht und Veränderungen aufgezeigt werden. Damit einher gingen die Aufarbeitung der österreichischen Hörfunkgeschichte sowie die Auseinandersetzung mit den Entwicklungen rund um das Medium Radio.

Im Zuge der Recherchetätigkeiten konnten keine empirischen Untersuchungen über die Gesamtheit der österreichischen Radiomoderatoren gefunden werden. Auch in der Literatur waren zu einzelnen Aspekten nur Ausführungen zu Radiojournalisten im Allgemeinen, nicht aber zu Radiomoderatoren im Speziellen, zu finden. Umso erstrebenswerter war es, möglichst viele Informationen und Meinungen von Radiomoderatoren in (teil)strukturierter Form zu erhalten.

Theorie

Um das Umfeld, in dem der Radiomoderator agiert, zu begreifen, wurde das Massenmedium Radio sowie Berufsfelder und Tätigkeiten im Radiojournalismus aus kommunikationstheoretischer Perspektive im Detail untersucht. Das Radio hat sich im Laufe der Zeit vom Leitmedium zum Begleitmedium entwickelt und ist heute fest im Alltag der Österreicher verankert. Radiojournalisten und insbesondere Radiomoderatoren sind am Erfolg eines

Radiosenders maßgeblich beteiligt. Die Kommunikatorforschung, die im Rahmen der Arbeit erläutert wird, beschäftigt sich mit Personen, die Inhalte für Massenmedien produzieren, also u.a. mit Journalisten. Dabei werden ihr Verhalten, ihre Motivation und ihre Einstellungen untersucht. Es wurde „Die Bilanz der Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum von 1945 bis 1990“ (BÖCKELMANN, 1993) analysiert und auf relevante Studien geprüft, wobei keine Studie zu Radiomoderatoren in Österreich gefunden werden konnten. Wichtige Informationen lieferte hingegen eine empirische Studie von Kirschner im Jahr 2007 über Radiomoderatoren in der Steiermark (KIRSCHNER, 2007).

**Ziel,
Fragestellung,
Hypothese**

Ziel dieser Arbeit war es, die Entwicklung des Berufs des Radiomoderators aufzuzeigen und die aktuelle Situation zu analysieren. Es wurden die Rolle des Moderators im Radio, seine Aufgaben sowie Anforderungen erforscht und ein Ausblick für die Zukunft gegeben. Zudem wurden die notwendigen Fertigkeiten bzw. die verschiedenen Ausbildungswege aufgezeigt und das Arbeitsverhältnis zwischen Radiomoderatoren und Radiosender hinterfragt. Folgende Forschungsfragen sollten mit Hilfe der empirischen Untersuchungen beantwortet werden: Spielt die Ausbildung eines Radiomoderators heute eine bedeutendere Rolle als in den frühen Jahren des Hörfunks? / Bedarf es einer profunden akademischen Ausbildung oder genügen ein solides Wissen über das journalistische Handwerkzeug und ein „loses Mundwerk“, um als Moderator im Radio erfolgreich zu sein? / Wird der Radiomoderator in Zukunft eine Schlüsselfigur im Hörfunk darstellen oder wird man auf ihn weitgehend verzichten können? / Welche Rolle wurde/wird dem Radiomoderator einst und jetzt in Bezug auf die Rezipienten des Mediums Radio zugesprochen? / Wie sehen die Chancen für eine Fixanstellung als Radiomoderator aus?

Die Hypothesen, die untersucht werden sollten, lauteten wie folgt: Heute und in Zukunft wird vom Radiomoderator ein breiteres Wissen - sowohl in Bezug auf die eigentliche Moderation und Präsentation im Radio als auch auf technische Fertigkeiten - und eine höhere Allgemeinbildung gefordert als dies in den früheren Zeiten

des Radios der Fall war. / Die Bedeutung des Radiomoderators nimmt in Zukunft zu den Tagesrandzeiten ab. / Der Radiomoderator wird in Zukunft auch weiterhin einer der Protagonisten eines Radiosenders und als „On air-Personality“ für die Erfolgsquote mit verantwortlich sein. / Der Radiomoderator ist das Bindeglied zwischen Sender und Hörer. Aus diesem Grund spielt er eine wichtige Rolle in Bezug auf die Hörerbindung und damit auf die Rezipienten des Mediums Radio. / Der Großteil der heute tätigen Radiomoderatoren sind freie Mitarbeiter.

Forschungsdesign

Für die Beantwortung der in dieser Arbeit gestellten Forschungsfragen und Hypothesen wurden einerseits leitfadenorientierten Expertenbefragungen und andererseits schriftliche Befragungen mittels Fragebogen durchgeführt. Dieses Forschungsdesign sollte sowohl Experten zu Wort kommen lassen, die viel Erfahrung mit dem Medium Radio bzw. mit oder als Radiomoderatoren mitbringen, als auch eine große Zahl von Radiomoderatoren, die wiederum ihre Sichtweisen zu ihrem Beruf aufzeigen sollten. Insgesamt wurden vier Experten interviewt und 153 Online-Fragebögen von österreichischen Radiomoderatoren erfasst und ausgewertet.

Ergebnisse

Die Anforderungen an den Radiomoderator sind heute genauso vielfältig wie in der frühen Radiozeit. Der Radiomoderator von heute muss allerdings offener sein als früher, da er zumeist auf verschiedenen medialen Kanälen präsent sein muss. Mit einer starken Persönlichkeit und einer guten Stimme muss er auf sympathische, authentische und glaubwürdige Art und Weise die Hörer begeistern und an den Radiosender binden können. Technisches Grundwissen wird dabei vorausgesetzt. Neben Talent und Leidenschaft spielt auch die Ausbildung eine wichtige Rolle, wobei speziellen Ausbildungen fürs Radio der Vorzug gegeben werden sollte. Pflicht für den angehenden Radiomoderator ist es, so viel Praxis wie möglich zu sammeln, und zwar in Form von Praktika bzw. Volantariate. Ein Universitätsabschluss ist nicht nötig. Was die Anstellung anbelangt, so erfolgt der Einstieg in den Moderatorenberuf zumeist über ein Praktikum und/oder einem Vertrag als freier Mitarbeiter. Im Laufe der Zeit werden zumeist

aus freien Mitarbeitern Angestellte, sofern dies erwünscht ist. On air-Personalities sind zwar die teureren Moderatoren, allerdings unerlässlich für einen Radiosender. Junge Radiomoderatoren müssen aufgrund niedriger Einkommen häufig nebenbei ein zweites Standbein aufbauen. Über die Bedeutung des Radiomoderators in der Zukunft sind sich die Befragten nicht ganz einig. Im klassischen Radio wird der Moderator auch in Zukunft eine Schlüsselfigur darstellen, aber moderne Formen wie Hybrid-Radios, iTunes-Radio, Spotify, etc. kommen auch ohne Moderation gut aus. Die Meinungen zur Bedeutung der Moderation zu den Tagesrandzeiten gehen bei den Befragten deutlich auseinander. Die Einen sind überzeugt, dass man auf den Moderator zu dieser Zeit verzichten kann bzw. aus Kostengründen verzichten muss, für die Anderen ist der Moderator auch in den Abendstunden unverzichtbar.

Literatur

Böckelmann, Frank: Journalismus als Beruf. Bilanz der Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum von 1945 bis 1990. Konstanz, 1993

Godler, Haimo/Jochum, Manfred/Schlögl, Reinhard/Treiber, Alfred (Hg.): Vom Dampfradio zur Klangtapete. Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich. Wien/Köln/Weimar, 2004

Kirschner, Oliver: Berufsbild RadiomoderatorIn: Lernen für Arbeitsprozesse im Hörfunk. Eine empirische Studie über Radiomoderatoren in der Steiermark: Berufswahl, Ausbildung, Einstieg und Alltag. Geisteswissenschaftliche Fakultät der Karl-Franzens-Universität Graz, Diplomarbeit, 2007

Kleinsteuber, Hans J.: Radio. Eine Einführung. Wiesbaden, 2012

La Roche, Walther von/Buchholz, Axel (Hrsg.): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl. Wiesbaden, 2013

Müller, Dieter K./Raff, Esther (Hrsg.): Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird - und wie Radiowerbung anmacht. 2., akt. und erweit. Aufl. Wiesbaden, 2011

Overbeck, Peter (Hg.): Radio-Journalismus. Konstanz, 2009

Abstract Englisch

Author	Simone Mayerhofer
Title	90 years of radio broadcasting in Austria – the profession of radio hosts in the course of time
Number of pages	228 pages
Type of text	Master thesis, Institute for Communication Sciences, University of Vienna
Place, Year	Vienna, 2014
Assessor	Fritz Hausjell
Tags	Radio, moderator, host, communicator, journalism research

Object of research Due to the 90th birthday of radio broadcasting in Austria the aim was to analyse the development of the profession of radio hosts/moderators since its early years and to discuss expectations as regards future developments.

Literature research has revealed that until today there has not been any such research done for Austria as a whole. Some more comprehensive information could only be found on radio journalism. This, too, was part of my motivation to approach this issue from an academic point of view in more detail.

Theory In order to better understand the environment in which radio hosts work, radio as a means for masses as well as related fields of profession have been analysed from a communication theoretical perspective. Radio has seen some transformation over time as it moved from the dominant medium in its early years to a mere background medium in the last decades. Radio journalists, and in particular radio hosts, contribute substantially to the success of a radio station by, inter alia, offering a 'unique selling proposition' to the audience (on-air personality). Communicator research work offers explanations as regards attitudes, motivations and behaviours of radio journalists, and thus to a certain extent, radio moderators. However, communicator research work did not contain

any study on the profession of radio hosts for Austria in total. Only one study focused on radio moderators in the Austrian region of Styria.

**Research goal,
research leading
questions,
hypotheses**

The aim of this study was to show the development of the profession of radio hosts/moderators during the last 90 years and to give a brief outlook on the expectations as regards the future development of this profession. Thus, the paper focussed on answering several questions regarding e.g. the role of the radio host today and in the future, the necessary (level of) education and training, necessary skills and attitudes of radio hosts, etc. Based on these questions several related hypotheses have been put forward. Among those are e.g. a higher educational attainment than today will be necessary in the future; the importance of radio hosts will lose during off-peak times; radio hosts will continue to play an important role as unique selling proposition for a radio station, in particular on-air personalities continue to play a strategic role; compared to today the majority of radio hosts in the future will be rather freelancer than having fixed term contracts with a particular radio station.

**Research
design**

In order to answer the above mentioned questions and to proof the hypotheses right or wrong two empirical methods have been employed. On the one hand, guided interviews have been conducted with four distinctive experts to account for expert views in particular from a management point of view. On the other hand, questionnaires had been sent to approximately 400 radio hosts of which 153 finally have correctly replied.

Results

The results show that radio hosts of tomorrow need to be more flexible and multi-tasking since he/she will be expected to be present on several communication channels and platforms. The requirements for a radio host will become in the future less clear cut, but as a general rule it can be shown that a strong and authentic personality, a good voice, high enthusiasm and the ability to enthuse the 'audience' too, a sound educational background and technical skills will be key for the success of radio hosts.

Though, higher secondary education continues to be crucial a university degree will most likely be of less importance in the future, but merely radio host specific education and courses will be more relevant. As regards the expectations of how important radio hosts will be in the future views are quite divergent among interviewees and respondents. The general believe is that radio hosts and moderators continue to play an important role but most likely less then today owed to the development of other formats such as hybrid radio, iTunes, spotify, etc. Views are also divergent as regards the importance of radio hosts during off-peak times; one group believes that during these hours hosts will lose in importance (also due to financial reasons, in particular for private radio stations), and others believe that radio hosts will remain a fixed part during off-peak hours.

Literature

Böckelmann, F. (1993). Journalismus als Beruf. Bilanz der Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum von 1945 bis 1990. Konstanz: Univ.-Verlag

Godler, H., Jochum, M., Schlögl, R. & Treiber, A. (2004). Vom Dampfradio zur Klangtapete. Beiträge zu 80 Jahren Hörfunk in Österreich. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag

Kirschner, O. (2007). Berufsbild RadiomoderatorIn: Lernen für Arbeitsprozesse im Hörfunk. Eine empirische Studie über Radiomoderatoren in der Steiermark: Berufswahl, Ausbildung, Einstieg und Alltag. Geisteswissenschaftliche Fakultät der Karl-Franzens-Universität Graz, Diplomarbeit.

Kleinstauber, H. J. (2013). Radio. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag

La Roche, W. & Buchholz, A. (2013). Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. Wiesbaden: Springer VS

Müller, D. K. & Raff, E. (2011). Praxiswissen Radio. Wie Radio gemacht wird - und wie Radiowerbung anmacht. Wiesbaden: VS Verlag

Overbeck, P. (2009). Radio-Journalismus. Konstanz: UVK Verl.