

# Radiojournalismus

Prof. Dr. Margareta Bloom-Schinnerl



# Radiojournalismus

1. Einleitung .....	2
2. Struktur des deutschen Radiomarktes und journalistische Arbeitsfelder .....	5
3. Das Spezifische am Radiojournalismus .....	19
4. Sprache und Sprechen im Hörfunk .....	30
5. Magazin und Moderation .....	43
6. Relevante Darstellungsformen im Hörfunk.....	53
7. Von der Idee zur Sendung .....	64
8. Zur Zukunft des Mediums .....	75

# Radiojournalismus

## 1. Einleitung

Wo liegt der Mehrwert dieses Studienbriefes? Was bietet er, was Ihnen ein Gang in die nächste Bibliothek nicht bieten würde? Wir hoffen, ein kompaktes, aktuelles und maßgeschneidertes Überblickswissen für Einsteiger.

Radio begleitet uns wie kein anderes Medium durch unseren Alltag. Trotz aller Medienvielfalt ist das Radio nach wie vor Tagesbegleiter Nummer eins. Am Morgen werden wir vom Radio geweckt, am Frühstückstisch hören wir Nachrichten, wir hören im Auto auf dem Weg zur Arbeit, während der Hausarbeit und am Computer Radio. Wenn wir Neuigkeiten erfahren wollen, schalten wir zur vollen Stunde die Radionachrichten ein. Etwa 72 Prozent der Deutschen hören täglich Radio. Die durchschnittliche Hördauer pro Tag beträgt 181 Minuten, also mehr als drei Stunden.

Vorteile des Mediums sind seine flexible und mobile Nutzungsmöglichkeit im Alltag, seine Aktualität, seine leichte Konsumierbarkeit und seine Verlässlichkeit, mit der es seine Hörer informiert. Die Hörfunklandschaft wird geprägt von musikdominierten Tagesbegleitprogrammen und ergänzt von Informations-, Nachrichten- und Kulturprogrammen für kleinere Zielgruppen. Der Bedarf an Radiojournalisten ist groß. Auch die Tagesbegleitprogramme bieten neben ihren Musikformaten regelmäßige redaktionelle Inhalte. Bezüglich der Informations-, Nachrichten- und Kulturprogramme lässt sich ohnehin sagen, dass hier ein teilweise hochkarätiger, anspruchsvoller Journalismus geboten wird. Wer seine

journalistischen Erfahrungen um spezifisches Know-how des Radiojournalismus erweitern möchte, der findet im vorliegenden Studienbrief hoffentlich den nötigen Input.

Der vorliegende Studienbrief richtet sich an

- Nachwuchsjournalisten, die bereits über journalistische Erfahrungen verfügen;
- Printjournalisten, die zukünftig multimedial arbeiten wollen oder auch müssen;
- freiberufliche Journalisten, die ihr mediales Spektrum erweitern möchten.



## **Allgemeine Lernziele**

Nachdem Sie diesen Studienbrief durchgearbeitet haben,

- kennen Sie den Radiomarkt in Deutschland und wissen, welche Arbeitsfelder sich für Journalisten auftun;
- wissen Sie, was die Arbeit im Radiojournalismus auszeichnet und welche Technik Sie benötigen;
- sind Sie in der Lage, für den Hörfunk zu texten, und Sie wissen, was Sie beim Sprechen vor dem Mikrofon zu beachten haben;
- wissen Sie, welche Bedeutung der Magazininform im heutigen Rundfunk zukommt und was eine gute Moderation bieten sollte;
- wissen Sie, was Sie bei den grundlegenden Darstellungsformen im Hörfunk beachten müssen;
- kennen Sie den Weg von der Idee bis zur fertigen Sendung;
- kennen Sie die Rolle, die das Medium im Alltag seiner Hörer spielt, und haben einen Überblick über wesentliche Entwicklungstendenzen.