

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen	13
Verzeichnis der Guidelines	15
1. Digitaler Wandel und Medien-Alltag	17
1.1 Radio? UKW? Was ist das?	17
1.2 Nicht länger First Device	18
1.3 Hören, wann immer ich will	19
1.4 Kommunizieren statt verteilen	20
1.5 Nachrichten? Nein, danke!	21
1.6 Transparenz und Making-of	22
2. Neue Player, neue Strategie: Mehr RADIO wagen!	24
2.1 Weniger ist mehr: Kuratieren und Fokussieren	25
2.2 Now, new, next: Constructive News	26
2.3 Mittendrin statt nur dabei: Nachrichten erleben	27
2.4 Barrierefrei und unterstützend: Welt-Erklärer	27
3. Präsentation und Stimme: Ankommen	29
3.1 Lesen? Ablesen? Vorlesen? Sprechen!	30
3.2 Die persönliche Sprechlage: Den Ton treffen	31
3.3 Atmung: Zu viel Luft (oder zu wenig)?	32
3.4 Den Hörer an die Hand: Richtig betonen	32
3.5 Phonetik: Welches „e“ darf’s denn sein?	35
3.6 In Augenhöhe: Sich zum Hörer stellen	37
3.7 Aus Fleisch und Blut: Die News-Personality	37
3.8 Nahbar sein: Der Anchor und sein Stoff	39
3.9 Hand und Fuß: Der Körper spricht mit	39
3.10 Standards: Das Einfachste? Das Schwierigste!	40
3.11 Singen, Schlusspauke, Mittelbetonung: No-Gos	42
3.12 (Ver)sprich (Dich), damit ich Dich sehe	45

Inhaltsverzeichnis

3.13 Praxis: Das sprecherfreundliche Manuskript	47
3.14 Lampenfieber? Ja, bitte!	51
4. Themen: Wichtig oder interessant?	54
4.1 Wie Alles begann: Die Erfindung der Nachricht	55
4.2 Relevanz identifizieren: Die Bedürfnispyramide	57
4.3 Unverzichtbar: Sichtbare Tagesaktualität	61
4.4 Nur Politik? Nur Entscheider? Nur Institutionen?	62
4.5 Was mitnehmen? Du hast (nicht) immer die Wahl!	63
4.6 Keine Meldung? Grenzen der Berichterstattung	64
4.7 Diversität: Ende des Selbstgesprächs	66
5. Recherche: Wer nichts weiß, muss alles glauben	68
5.1 Quellen: Woher wir wissen, was wir wissen	68
5.2 Persuasive Kommunikation: Pressemitteilungen	70
5.3 Social Listening: Social Media als Quelle	71
5.4 Bestätigungsrecherche: Fakten härten	75
5.5 Gegenlesen „plus“: Fact-Checking für Eilige	80
5.6 Debunking: Web-Inhalte verifizieren	82
5.7 Talk of the Town: Gesprächswert-Themen	85
5.8 Wer fragt, führt: Die Cui-bono-Technik	88
5.9 Resonanz: Neue Stimmen braucht das Land	90
5.10 Themen-Trigger: Universelle Werte	93
5.11 Schnell oder richtig? Hörer-Content	94
6. Text: Schreib keine Meldungen!	97
6.1 Ein neuer (alter) Workflow: Weg vom Schirm!	97
6.2 Die Headline: Sackgasse oder Türöffner?	99
6.3 Die Spitzmarke: Letzter Schrei? Alter Hut?	100
6.4 Was muss mit? Das 5-Dimensionen-Modell	102
6.5 Wie beginnen? Optionen für den Leadsatz	106
6.6 Akzeptanz sichern: Den Hörer nach vorn	110
6.7 Hörers Albtraum: Verdichtungen mit "nach" und "bei"	113
6.8 Wie 's drinnen aussieht: Satz-Dramaturgie	114
6.9 Verständlichkeit: Silben und Sekunden zählen?	117
6.10 Sich nicht gemeinmachen: Richtig zitieren	119
6.11 Indirekte Rede: Der Konjunktiv macht 's	121

6.12 Alle Positionen abbilden? Das Problem der False Balance	123
6.13 Davor und danach: Konventionen im Tempus	124
6.14 Zauberstab Präsens: Vergangenes wird Gegenwart	124
6.15 Tonalität: Konstruktiv und aktivierend texten	125
6.16 Nicht nur mitgemeint: Gendersensible Sprache	128
6.17 "Ich": In Nachrichten (k)ein No-Go?	129
6.18 „Du“ oder „Ihr“, „Sie“ oder „Wir“: Den Hörer ansprechen	130
6.19 Die Quadratur der Nachricht: Jeden mitnehmen	132
6.20 Die Kurzmeldung: Zu Unrecht ungeliebt?	134
6.21 Zweifelsfälle: Suizide, Herkunftsnennung, Falschbehauptungen	135
6.22 Und täglich grüßt das Murmeltier: Text-Ärgernisse	139
7. O-Töne: Mittendrin statt nur dabei	145
7.1 Attraktiv und authentisch: Der Mehrwert	145
7.2 Der originale O-Ton: It takes two, baby!	146
7.3 Der Aufsager: Das Schweizermesser unter den O-Tönen	148
7.4 Formen-Setzkasten: Combo, Tandem, Einstimmung	150
7.5 Atmo, Musik, Sfx: Aus Information wird Erlebnis	154
7.6 Voxpop und Call-in: Hörer in den Nachrichten	156
7.7 Fakten, Argumente, Emotionen: Verteilte Rollen	158
7.8 Ausschluss-Kriterium: Wenn "ohne" mehr als „mit“ ist	158
7.9 Richtiges Timing: Längen, An- und Abtext	160
7.10 O-Ton-Recycling: Der Schnitt machts	160
7.11 Kritik: Grenzen des O-Ton-Konzepts	161
8. Sendungsgestaltung: Nachrichten „planen“?	163
8.1 Breaking oder Alltag: Welches ist die Herausforderung?	164
8.2 Anfang und Ende: Womit beginnen? Wie enden?	164
8.3 Wichtig oder interessant? Die Sendungseröffnung	165
8.4 Einmal Aufmacher, immer Aufmacher?	166
8.5 Anfang und Ende: Wohin mit dem Sport?	167
8.6 Themen-ABC: Die Gewichtung	168
8.7 For Everyday Use: Das Ampelmodell	170
8.8 Wie lange noch? Meldungs-Standzeiten	172
8.9 Wovon wie viel: Nutzen Themen-Quoten?	174
8.10 Die „Hessen-Eins“: Platzierung als Format	174

Inhaltsverzeichnis

8.11 Der richtige Dreh: Gute Vorausmeldungen	176
8.12 Immer knusprig: Meldungen umschreiben	178
8.13 Nichts los und jetzt? Text-Strategien	179
8.14 Sonderfall Morningshow: Wenn Varianz ins Leere läuft	181
8.15 Identisch wiederholen: Eine (nur theoretische) Option	183
8.16 Sendungen vorproduzieren: (K)ein Unding?	184
8.17 Die "gute Meldung": Eine gute Lösung?	186
8.18 Die "Bunte zum Schluss": Save the image!	187
9. Keine Insel: So wächst zusammen, was zusammengehört!	189
9.1 "Mods" und "News": Wie viele Welten?	189
9.2 Nachrichten und Fläche: Teasing und Backsell	190
9.3 Morning Zoo: Der News-Anchor im Team	192
9.4 Humor und Interaktion: Wie spontan ist "spontan"?	193
9.5 Zeitsouverän: Radionachrichten nicht-linear	195
9.6 Was vom Tage übrig blieb: Mehrwert zählt	196
9.7 Henne oder Ei: On-Air oder Online first?	197
9.8 Nachrichten-Podcasts: News to go	198
9.9 Social Media: Fischen, wo die Fische sind	200
9.10 Konversion: User zu Hörern!	201
10. Qualität und Selbstorganisation: Hilfe zur Selbsthilfe	203
10.1 Showprep: Die Schicht beginnt vor der Schicht	203
10.2 Workflow: Nach der Runde? Vor der Runde!	205
10.3 Coach Dich selbst, sonst coacht Dich keiner	209
10.4 Motivation: Was ist das? Wie geht das? Wo kommt das her?	211
10.5 Wer einen Fehler findet, behält ihn (aber nicht für sich)	213
10.6 Perfektion? Professionalität!	216
11. Die Meldung ist tot! Und jetzt?	217
Literaturverzeichnis	223
Index	225