

VORBEREITUNG UND VERWALTUNG VON INHALTEN FÜR DAS RADIO UND PODCASTING



MODUL 3



COMMUNITY RADIO INCLUSION &
LEARNING PROGRAMME © 2023 by
COMMUNITY PROJECT CONSORTIUM
ist lizenziert unter [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



Co-funded by
the European Union



INHALTSVERZEICHNISSE

01 LERNZIELE

02 MEDIENRECHT

03 PROGRAMMGESTALTUNG UND - PRÄSENTATION

04 SCHREIBEN FÜR DAS RADIO

05 GÄSTEMANAGEMENT

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.



01. LERNZIELE

- ✓ In Modul 3 besteht unser Ziel darin, den **Einzelnen** zu befähigen, **aktiv Medien zu gestalten** und **seine Botschaft zu verbreiten**. Dieses Modul zielt darauf ab, die Kommunikationsfähigkeiten zu verbessern und das Bewusstsein für persönliche und gemeinschaftliche Erfahrungen zu schärfen.
- ✓ Die in diesem Modul verfügbaren **interaktiven Inhalte** und ein kurzes Quiz sollen das aktive Engagement fördern und das Verständnis der Kursinhalte bewerten, um eine umfassende Lernerfahrung zu ermöglichen.





02. MEDIENRECHT

In diesem Abschnitt möchten wir Ihnen eine solide Grundlage für die Navigation durch die rechtliche Landschaft der Erstellung von Medieninhalten bieten. Wir werden uns mit den wesentlichen Aspekten des Medienrechts befassen, von Lizenzanforderungen bis hin zu EU-Vorschriften. Wir werden uns auch mit den rechtlichen Aspekten der Radio- und Podcast-Produktion befassen und dabei wichtige Aspekte wie Urheberrecht und geistiges Eigentum behandeln.



MEDIENRECHT

Das Medienrecht regelt im Allgemeinen die Produktion und Nutzung aller Arten von Medien, einschließlich Internet, Fernsehen, Radio und Printmedien. Im Allgemeinen unterliegen Medien, die ausgestrahlt werden und der Öffentlichkeit zugänglich sind, einem hohen Maß an Regulierung.

Diese Vorschriften umfassen ein breites Spektrum an Aspekten, von Inhaltsstandards bis hin zu Rechten an geistigem Eigentum. Sie dienen dazu, ein Gleichgewicht zwischen dem Schutz der freien Meinungsäußerung und der Gewährleistung einer verantwortungsvollen und ethischen Medienpraxis herzustellen.

RECHTLICHE ASPEKTE BEI DER PRODUKTION VON RADIO UND PODCASTS

Die häufigsten rechtlichen Probleme im Zusammenhang mit der Produktion und Nutzung von Radio und Podcasting ergeben sich (im Wesentlichen) aus der Verwendung von Material Dritter, das Sie möglicherweise einbeziehen, wie z. B.:

- ✓ Befragung von Personen oder Wiederverwendung von Inhalten ohne die erforderliche Zustimmung
- ✓ ein Logo, das Sie zum Verkauf oder zur Werbung für Ihren Podcast verwenden
- ✓ ein Lied, das Sie im Intro Ihres Podcasts verwenden
- ✓ ein Gedicht, das Sie laut vorlesen



HÄUFIGSTE RECHTSFRAGEN

Das Navigieren in der rechtlichen Landschaft von Radio und Podcasting ist für Kreative entscheidend. Dazu müssen sie verschiedene Aspekte verstehen.



Geistiges Eigentum

Vor allem Urheberrechte und Marken.



Fragen der Lizenzvergabe

Für geistiges Eigentum (Urheberrechte, Marken)



Fragen der freien Meinungsäußerung

Z. B. Beschränkungen für obszöne oder verleumderische Inhalt



Werberechte

Die kommerzielle Nutzung ihres Namens, Bildes oder Abbildes.

URHEBERRECHT UND RUNDFUNK - PODCASTING



Das Urheberrecht dient dem Schutz von Originalwerken, die in einer greifbaren Ausdrucksform fixiert sind, wie z. B. einer physischen Kopie, einem Videoband, einem Film, einer Schallplatte, einer CD oder einer mp3-Datei. Im Zuge der technologischen Entwicklung wurde das Konzept der "greifbaren Ausdrucksform" auf digitale Formate ausgeweitet, um der Bedeutung **digitaler Medien** für die moderne Erstellung und Verbreitung von Inhalten Rechnung zu tragen.

Es gibt dem Urheber des festgelegten Werks das ausschließliche Recht, das Originalwerk zu zeigen, aufzuführen, zu vervielfältigen oder zu verbreiten und/oder davon abgeleitete Werke zu erstellen.

Das Gesetz belohnt Ihre Kreativität, indem es sie schützt, und wenn Sie der Inhaber des Urheberrechts sind, haben Sie das ausschließliche Recht, das Originalwerk zu nutzen.



WARUM IST SIE RELEVANT?

Es gibt viele grundlegende Produktions-, Inhalts- und Übergangselemente für eine erfolgreiche Podcast-Radiosendung:

- ✓ Intros/Outros;
- ✓ Kunstwerke und Logo;
- ✓ Musik;
- ✓ die Geschichte/Interviews;
- ✓ Werbespots - Underwriting; usw.

All diese Teile des Puzzles bergen ein unterschiedliches Risiko von Verstößen.



EINFÜHRUNGEN/A USFÜHRUNGEN

Die meisten Intros und Outros bestehen aus einer Mischung aus Musik und Sprache.

Musik ist urheberrechtlich geschützt, sobald sie aufgenommen wurde: Sie können nicht einfach im Internet nach Musik oder Geräuschen suchen, die Ihnen gefallen, und sie einfügen.

Für jede Musik, die Sie verwenden, benötigen Sie die Zustimmung des Künstlers. Es gibt mehrere Quellen für Musik, die speziell für die Verwendung in Medien lizenziert wurde, z. B. [Creative Commons Search](#) oder [Freesound.org](#).

KUNSTWERK

Alle Grafiken oder Fotos, die Sie für die Vermarktung Ihres Radios oder Podcasts verwenden (z. B. in einem Blog, in dem Ihr Podcast vorgestellt wird), sind entweder Ihr Originalwerk oder werden vom Eigentümer zur Verwendung lizenziert.

Das Internet bietet mehrere kostenlose oder kostengünstige Optionen:

- [Canva](#) zur Erstellung beliebiger grafischer Inhalte
- [Pixabay](#) zum kostenlosen oder kostengünstigen Herunterladen von Fotos und Bildern
- [Creative Market](#) für die einfache Erstellung von Grafiken

MUSIK

Selbst kleine Samples von Musikaufnahmen dürfen nicht ohne Lizenzen verwendet werden.

Es gibt einige Quellen für lizenzfreie Musik, z. B. [Mixkit](#).

Wenn Sie die fällige Gebühr an den entsprechenden Rechteinhaber zahlen, können Sie die Musik verwenden, die Sie möchten.

In den EU-Ländern schützt das Urheberrecht geistiges Eigentum bis 70 Jahre nach dem Tod des letzten überlebenden Urhebers.

Jedes Land hat eine Gesellschaft zum Schutz des Urheberrechts oder eine gleichwertige Einrichtung.

TIPPS ZUR VERMEIDUNG VERLETZUNG DES URHEBERRECHTS:

VERWENDUNG VON ORIGINALINHALTEN



Die Verwendung von Originalinhalten ist bei weitem der einfachste Weg, um Rechtsverletzungen zu vermeiden, denn Sie sind der Urheber! Es muss nicht unbedingt eine originelle Idee sein, aber es muss ein origineller Ausdruck einer Idee sein.

Achten Sie darauf, dass Ihr Werk einen Urheberrechtsvermerk enthält, z. B. den Text "Alle Rechte vorbehalten" oder das ©-Symbol, sowie das Jahr, in dem das Werk entstanden ist.

Wenn Sie ein literarisches, wissenschaftliches oder künstlerisches Werk schaffen (z. B. einen Podcast), sind Sie automatisch urheberrechtlich geschützt, und zwar ab dem Zeitpunkt, zu dem Sie Ihr Werk schaffen.

Eine Registrierung beim Nationalen Amt für Urheberrecht ist zwar nicht erforderlich, wird aber durchgeführt.



TIPPS ZUR VERMEIDUNG VERLETZUNG DES URHEBERRECHTS:

UM ERLAUBNIS BITTEN



Bitte Sie immer einen Rechteinhaber/Urheber um die Erlaubnis, sein Werk zu nutzen. Das Ersuchen sollte schriftlich erfolgen und die beabsichtigte Nutzung des Werks/der Werke klar und prägnant beschreiben, und die Zustimmung zur Nutzung sollte schriftlich und unmissverständlich erfolgen. Noch besser wäre eine formellere, schriftliche Lizenzvereinbarung, die von beiden Parteien unterzeichnet wird.

Für die Verwendung des Folgenden ist KEINE Erlaubnis erforderlich:

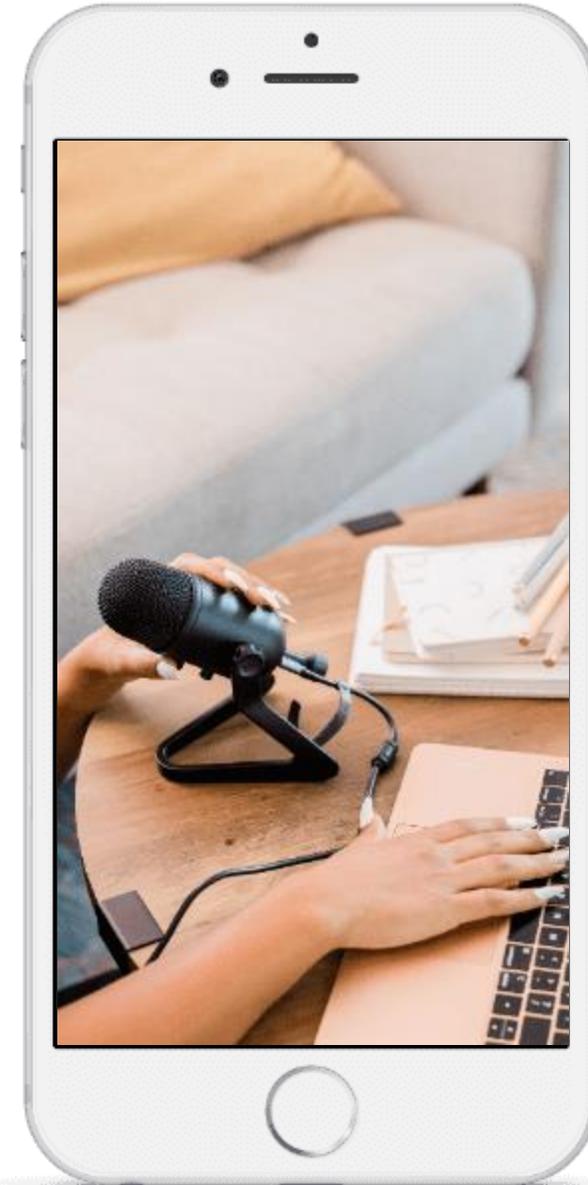
- ✓ Verwendung von Werken, die gemeinfrei sind;
- ✓ Verwendung einer Tatsache, einer Idee, einer Theorie, eines Slogans, eines Titels oder einer kurzen Phrase;
- ✓ Verwendung von Creative-Commons-lizenzierten Inhalten;
- ✓ Ausstellen eines Kunstwerkes, um es zu kritisieren;
- ✓ Ein paar Zeilen aus einem Song zitieren, während man eine Musikkritik schreibt.



WERBERECHTE UND RUNDFUNK - PODCASTING

Das Recht auf Publizität ist das Recht, die kommerzielle Nutzung des Namens, des Bildes oder der Person einer Person zu kontrollieren, um Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen. Bilder, Unterschrift, Bildnis, erkennbare Stimme und das Erscheinen in einem Video/Rundfunk/Radio gehören alle zu den Rechten der Öffentlichkeit einer Person.

Wenn Sie jemanden in Ihrem Podcast auftreten lassen und/oder Bilder von ihm in einem begleitenden Blog oder auf einer Website über Ihren Podcast veröffentlichen, müssen Sie seine Erlaubnis einholen.



TIPPS ZUR VERMEIDUNG VERLETZUNG VON WERBERECHTEN:

SCHRIFTLICHE FREIGABE



Bevor Sie jemanden vorstellen, muss dieser eine schriftliche Freigabe seiner Veröffentlichungsrechte im Zusammenhang mit Ihrem Podcast oder Radiokanal unterzeichnen. BEISPIEL:

"Ich, _____, gewähre hiermit [Podcast-Unternehmen], seinen Nachfolgern und Abtretungen ein weltweites, unwiderrufliches, bedingungsloses, gebührenfreies Recht und eine Lizenz (mit dem vollen Recht, Unterlizenzen über mehrere Stufen zu vergeben) für:
(1) mein Bild, meine Stimme (einschließlich aller schriftlichen oder mündlichen Äußerungen), mein Aussehen, meinen Namen, mein Konterfei, meine Handlungen, meine Äußerungen, meine Leistungen und meine biografischen Informationen (wie z. B. mein X/Twitter-Handle) zu nutzen (für die Zwecke dieser Vereinbarung zusammenfassend als meine "Werberechte" bezeichnet), und
(2) meine Werberechte zu vervielfältigen, zu verbreiten, vorzuführen, auszustellen, zu modifizieren und allgemein zu verwerten, insbesondere um den Podcast und damit verbundene Programme und Kurse (z. B. Zusammenstellungen, Miniserien oder Best-ofs) ganz oder teilweise zu bewerben, zu fördern oder zu vermarkten.

Diese Lizenz ist unbefristet und gilt weltweit. Ich bestätige, dass ich die oben genannten Bedingungen gelesen und verstanden habe und ihnen zustimme."



TIPPS ZUR VERMEIDUNG MARKENRECHTSV ERLETZUNG:

EINGETRAGENE MARKEN PRÜFEN



Vergewissern Sie sich, dass der Name Ihres Podcasts/Radios nicht bereits mit einer eingetragenen Marke im Medienbereich verbunden ist und/oder ein eingetragenes Logo enthält.

Um eine Verletzung Ihrer Marke zu vermeiden, sollten Sie Ihre Marke erfolgreich registrieren lassen und das Symbol [®] verwenden, um zu zeigen, dass Ihre Marke registriert ist.

Wenn Sie Ihre Marke in Ihrem Land eintragen lassen möchten, wenden Sie sich bitte an Ihr nationales Amt. Wenn Sie Ihre Marke in Europa eintragen lassen möchten, wenden Sie sich an das EUIPO, das Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum, das für die Verwaltung der EU-Marke und des eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters zuständig ist.



STEUERN

Als Gemeinschaftssender werden alle Einnahmen in der Regel für gemeinnützige Zwecke verwendet. Als Privatperson werden Sie für alles besteuert, mit dem Sie Geld verdienen - auch für Ihren Podcast oder Ihr Webradio, wenn Sie damit Einnahmen erzielen.

Am besten sprechen Sie mit einem Steuerberater darüber, wie Sie Ihren steuerlichen Verpflichtungen in Ihrem Land am besten nachkommen können.



EU-RECHT

Die Eigentumsverhältnisse an Rundfunkanstalten werden von den EU-Mitgliedstaaten im Rahmen ihrer nationalen Rundfunkgesetze geregelt. Das nationale Recht muss mit dem EU-Recht übereinstimmen.

Das EU-Recht verbietet alle nationalen Beschränkungen des freien Warenverkehrs innerhalb der EU (einschließlich z. B. von Material, Tonaufnahmen und anderen Rundfunkgeräten) - Art. 34 AEUV;

EU-Bürger und -Unternehmen haben das Recht, Unternehmen in anderen EU-Mitgliedstaaten zu gründen (einschließlich z. B. Rundfunkunternehmen) - Artikel 49 AEUV;

verbietet nationale Beschränkungen des freien Dienstleistungsverkehrs von EU-Bürgern (einschließlich z. B. Fernseh- und Radiosendungen) - Art. 56



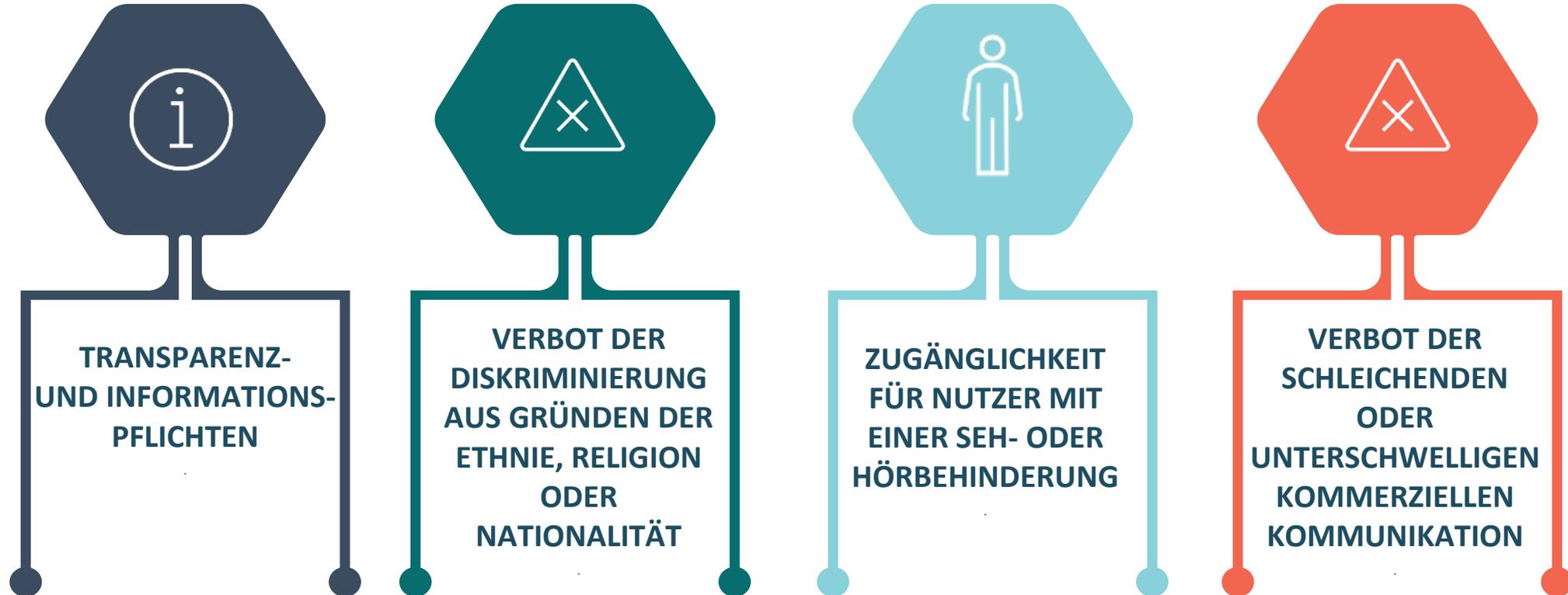
ZULASSUNGSANFORDERUNGEN

Die Zulassungsvoraussetzungen für den Rundfunk, die Gebühren und die Fristen für Genehmigungen werden im Allgemeinen von den EU-Mitgliedstaaten geregelt.

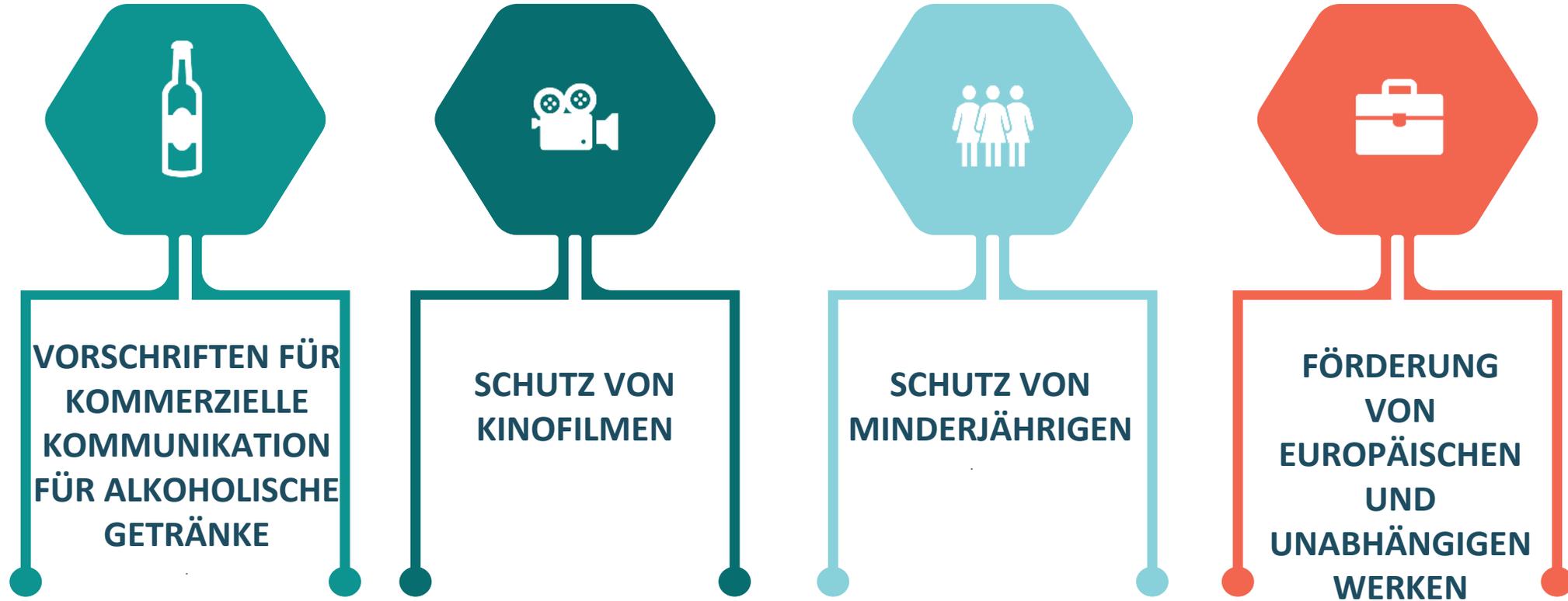
Die EU-AVMD-Richtlinie legt jedoch fest, welcher EU-Mitgliedstaat für die Regulierung eines Fernsehveranstalters zuständig ist (nach dem Herkunftslandprinzip), und legt bestimmte gemeinsame Mindestanforderungen und -standards fest, die die Fernsehveranstalter erfüllen müssen und die von den nationalen Behörden durchgesetzt werden können.



ZULASSUNGSANFORDERUNGEN



ZULASSUNGSANFORDERUNGEN



ZULASSUNGSANFORDERUNGEN: WIE GEHT MAN MIT IHNEN UM?

Gesetzgebung Forschung

Besuchen Sie die Website der Medienaufsichtsbehörde des Landes, um offizielle Informationen über Lizenzen und Anforderungen zu erhalten.

Finanzen Planung

Prüfen Sie sorgfältig die Kosten, die mit dem Erwerb von Lizenzen und dem Start Ihres Rundfunkdienstes verbunden sind.

Plattform Auswahl

Legen Sie fest, ob Ihr Rundfunkservice über Radio, Internet oder andere Plattformen verbreitet werden soll. Für jede Option gelten andere Anforderungen.

ZULASSUNGSANFORDERUNGEN: WIE GEHT MAN MIT IHNEN UM?

Anmeldung Verfahren

Sobald Sie sich über die Zulassungsvoraussetzungen im Klaren sind, beginnen Sie mit dem Antragsverfahren.

Laufend Einhaltung der Vorschriften

Halten Sie die Verwaltungsunterlagen in Ordnung und informieren Sie sich über etwaige Gesetzesänderungen.

Überwachung und Bewertung

Überwachen Sie Ihren Rundfunkdienst genau, sammeln Sie Feedback von Ihren Hörern und bewerten Sie die Leistung. Dies wird Ihnen helfen, die Qualität Ihres Dienstes zu verbessern.

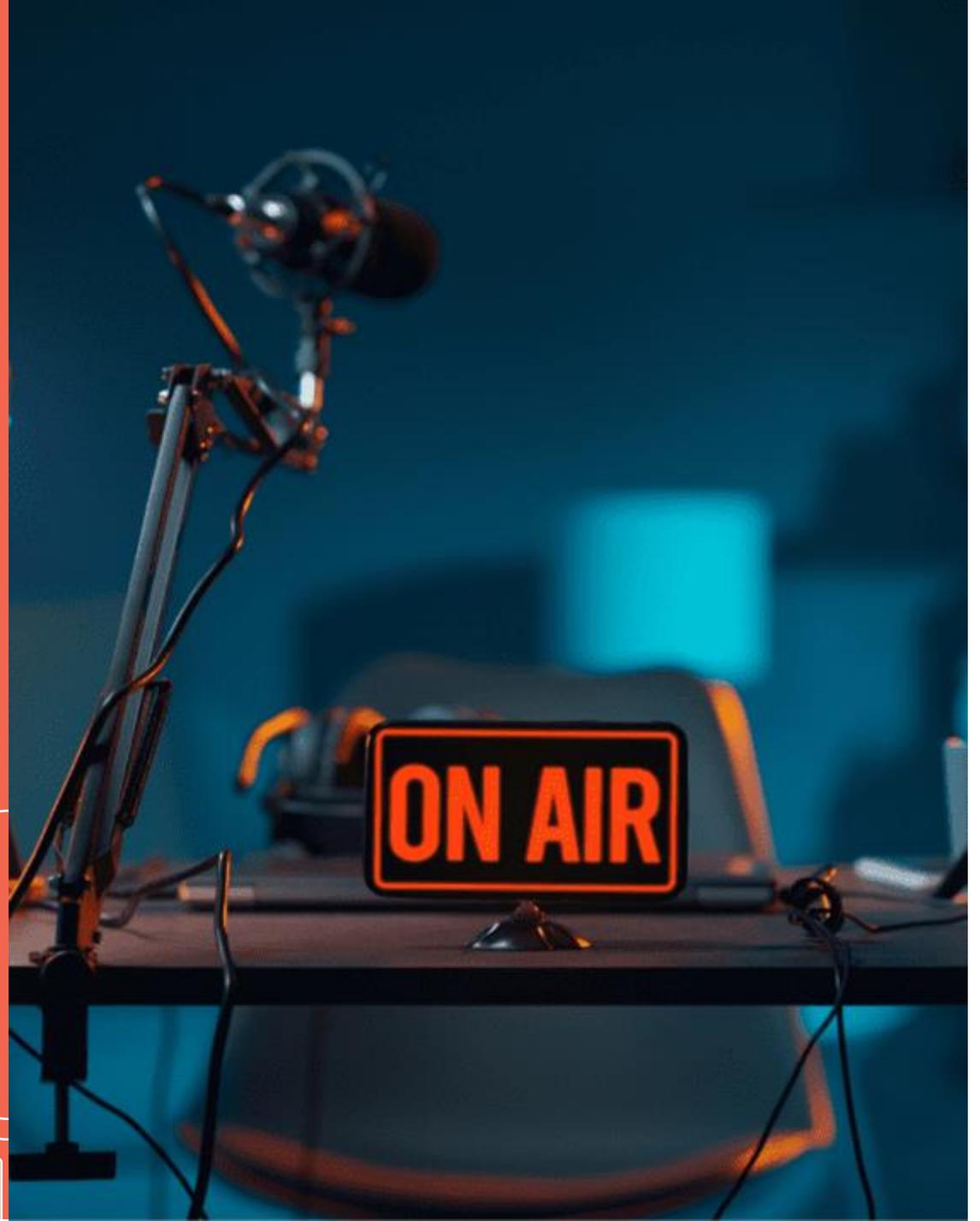
Versicherung

Erwägen Sie den Abschluss einer angemessenen Versicherung für Ihren Rundfunkdienst, um sich vor möglichen Risiken zu schützen.

ZULASSUNGSANFORDERUNGEN

Denken Sie daran, dass das Verfahren zur Erlangung von Rundfunklizenzen Zeit und Mühe kosten kann, aber die Einhaltung der Vorschriften ist unerlässlich, um Strafen und Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden.

Ein gut geplanter und rechtssicherer Start erhöht die Erfolgswahrscheinlichkeit für Ihr Rundfunkprojekt in Europa.



Die Eigentumsverhältnisse an Rundfunkanstalten werden von den EU-Mitgliedstaaten im Rahmen ihrer nationalen Rundfunkgesetze geregelt. Das nationale Recht muss mit dem EU-Recht übereinstimmen.

Das EU-Recht verbietet alle nationalen Beschränkungen des freien Warenverkehrs innerhalb der EU (einschließlich z. B. von Material, Tonaufnahmen und anderen Rundfunkgeräten) - Art. 34 AEUV;

EU-Bürger und -Unternehmen haben das Recht, Unternehmen in anderen EU-Mitgliedstaaten zu gründen (einschließlich z. B. Rundfunkunternehmen) - Artikel 49 AEUV;

verbietet nationale Beschränkungen des freien Dienstleistungsverkehrs von EU-Bürgern (einschließlich z. B. Fernseh- und Radiosendungen) - Art. 56



Sendelizenzen für Podcasts: Der Fall Deutschland

QUELLE: <https://www.skwschwarz.de/en/details/podcasts-and-the-law>

Was ist Rundfunk?

Unter Rundfunk versteht man die zeitgleiche (d. h. lineare) Verbreitung von Sendematerial an die Allgemeinheit nach einem Programmplan mit journalistischem und redaktionellem Inhalt.

Unter welchen Bedingungen ist der Rundfunk nicht lizenzpflichtig?

Auch wenn Ihr Podcast nach den vorgenannten Voraussetzungen als Rundfunk einzustufen ist, entfällt die Zulassungspflicht, wenn Ihr Podcast entweder nur von geringer Bedeutung für die individuelle oder öffentliche Meinungsbildung ist oder nur eine geringe Reichweite hat.





03. PROGRAMMGESTALTUNG UND -PRÄSENTATION

In diesem Abschnitt werden wir die Schlüsselemente entdecken, die ein Radioprogramm wirklich auszeichnen. Wir erörtern die Bedeutung von Format, Reihenfolge und Auswahl der Inhalte und geben wertvolle Einblicke, wie Sie Ihr Publikum während der gesamten Sendung fesseln und fesseln können.

Ganz gleich, ob Sie sich für Nachrichten, Special-Interest-Themen, Unterhaltung, Musik oder Talkshows interessieren, wir zeigen Ihnen, wie Sie Ihr Programm auf die Vorlieben Ihres Publikums abstimmen können.



PROGRAMMGESTALTUNG

- ✓ Ein Programm ist Ihre Sache, es ist eine Idee, die durch Zufall, aus einer Überlegung heraus oder aus dem Bedürfnis heraus, etwas mitzuteilen, entstanden ist.
- ✓ Jede Sendung muss vor der Ausstrahlung vorbereitet werden, d. h. man muss sich Gedanken über den Inhalt (was zu sagen ist) und die Reihenfolge der Sendung machen.
- ✓ Sie müssen die Aufmerksamkeit der Zuhörer auf sich ziehen und ihnen das, was Sie sagen und erzählen, nahe bringen. Die Zuhörer sind anspruchsvoll und hören freiwillig und nicht zufällig zu.
- ✓ Sie müssen sich Zeit für Ihr Programm nehmen, um es Tag für Tag zu gestalten und zu verbessern. Dann passen Sie es im Laufe der Zeit an die neuen Bedürfnisse an.



ELEMENTE DER PROGRAMMGESTALTUNG

Bei der Gestaltung eines überzeugenden Programms kommen drei Schlüsselemente ins Spiel:

- ✓ Laufende Bestellung
- ✓ Inhalt
- ✓ Formular

Diese drei Komponenten wirken zusammen, um das Gesamterlebnis zu gestalten.

INHALT

Wählen Sie das Thema, die Themen, die angesprochen werden sollen, und die Rubriken, die in die Sendung aufgenommen werden sollen. All dies hängt von der Art des Radios und der Sendung ab.

LAUFENDER AUFTRITT

Dauer der Gespräche, Zeitpunkt der Ausstrahlung eines Titels, Zeitpunkt der Werbung (falls vorhanden), Zeitpunkt der Interaktion mit Zuhörern oder Gästen und deren Länge.

FORMEL

Wie man ein Thema einführt und vertieft: Spannung vor einer Pause aufbauen, es mit passender Musik unterlegen oder als Schwerpunkt für Gastinterviews nutzen.

PROGRAMMGESTALTUNG SCHRITT FÜR SCHRITT



WÄHLEN SIE IHR
FORMAT

✓ Der erste wichtige Schritt besteht darin, ein geeignetes Format zu wählen, das auf die Ziele und die Zielgruppe Ihrer Inhalte abgestimmt ist.



IHR PROGRAMM
SCHREIBEN

✓ Danach geht es um die Kunst des effektiven Geschichtenerzählens durch sorgfältige Drehbuchgestaltung und Planung.



PRÄSENTATION

✓ Schließlich geht das Programm in die Moderationsphase über, in der Gastgeber und Gäste die Inhalte zum Leben erwecken.



WÄHLEN SIE IHR FORMAT

Wenn es darum geht, überzeugende Inhalte zu erstellen, spielen das Design und die Präsentation Ihres Programms eine entscheidende Rolle. Das von Ihnen gewählte Format gibt den Ton an und bestimmt, wie Ihre Botschaft an Ihr Publikum übermittelt wird. Es gibt mehrere verschiedene Formate, die Sie in Betracht ziehen sollten, jedes mit seinen eigenen Stärken und Zwecken:



**Nachrichten
programm**



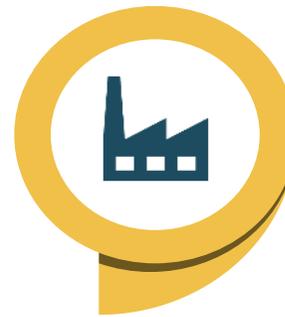
Unterhaltung



Musik



**Gespräch
anzeigen**



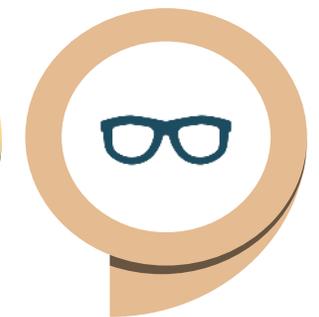
**Programme
für
besondere
Interessen
oder Anliegen**



**Morgen-
oder
Nachtsendu-
ngen**



**Aktuelle
Themen**



**Magazin-
Sendungen**





Nachrichtenprogramm

Für alle, die zeitnahe Informationen und Aktualisierungen auf strukturierte und zuverlässige Weise bereitstellen möchten.



Unterhaltung

Versehen Sie Ihre Inhalte mit spannenden, dramatischen und unterhaltsamen Elementen, um Ihre Zuschauer zu fesseln.



Musik

Nutzen Sie die Sprache der Melodien, um Emotionen zu wecken und das Gesamterlebnis des Betrachters zu verbessern.



Talkshow

Binden Sie das Publikum durch dynamische Gespräche ein, laden Sie unterschiedliche Perspektiven ein und fördern Sie den Dialog.



Programme für besondere Interessen oder Anliegen

Tauchen Sie tief in bestimmte Interessengebiete der Gemeinschaft ein und sprechen Sie ein Nischenpublikum mit speziellen Inhalten an.



Morgen- oder Nachtsendungen

Schneiden Sie Ihr Programm auf die Vorlieben und Routinen Ihrer Zielgruppe zu.



Aktuelle Themen

Bleiben Sie auf dem Laufenden über aktuelle Themen und Ereignisse und liefern Sie aufschlussreiche Analysen und fundierte Perspektiven.



Magazin-Sendungen

Mischen Sie eine Mischung aus Reportagen, Interviews und Geschichten, um ein abgerundetes Erlebnis zu bieten.



WÄHLEN SIE IHR FORMAT

- ✓ **Formate geben** Ihrer Radiosendung oder Ihrem Podcast **Struktur**. Sie sind die Elemente Ihrer Sendung, die Ihre Hörer hören werden.
- ✓ Ihre erste Aufgabe besteht darin, **herauszufinden, welches Thema oder welche Art von Programm Sie erstellen möchten**. Was ist Ihre Leidenschaft? Vielleicht möchten Sie eine bestimmte Musikrichtung vorstellen, z. B. eine multikulturelle Musiksendung, oder vielleicht möchten Sie über Politik oder lokalen Sport diskutieren. Nutzen Sie Ihre Interessen und denken Sie gegebenenfalls über den Tellerrand hinaus.
- ✓ **Denken Sie daran, Ihr Publikum zu berücksichtigen**, Sie senden für die Zuhörer und sorgen dafür, dass Sie mit ihnen interagieren.
- ✓ **Recherchieren** Sie, nachdem Sie sich für ein Thema entschieden haben, aber versuchen Sie, Ihr Programm anders zu gestalten.



NACHRICHTENPROGRAMM

Das Radio bietet ein schnelles Mittel zur Verbreitung von Nachrichten. Nachrichten sind in unserer Gemeinschaft für uns alle besonders wichtig, weil sie uns über das Geschehen informieren, unsere Neugierde und Besorgnis befriedigen und uns mit grundlegenden Fakten versorgen, die es uns ermöglichen, uns eine Meinung zu bilden und so an der allgemeinen Diskussion teilzunehmen, die zu gemeinschaftlichen Aktionen führt.

Nachrichten können spezielle Interessengebiete im Bereich der Gemeinschaftsangelegenheiten haben: Politik, die Arbeit von Regierungsstellen, Recht, Verkehr, Kommunikation.



NACHRICHTENPROGRAMM

Art der Nachricht:

- ✓ **Harte Nachrichten:** die Berichterstattung über wichtige Ereignisse in Ihrer Gemeinde. Berücksichtigen Sie Ihr vielfältiges Publikum.
- ✓ **Soft News:** Nachrichten, die eher informativen Charakter haben und nicht so unmittelbar oder nach Meinung eines Nachrichtenredakteurs so wichtig sind wie Hard News.
- ✓ Man sagt, dass die Grundlage einer Nachricht in den folgenden Worten zu finden ist: **Was** (ist passiert)? **Wo** (ist es passiert)? **Wer** (ist es passiert)? **Wann** (wann ist es passiert)? **Warum** (ist es passiert)? **Wie** (wie ist es passiert)?



UNTERHALTUNGSPROGRAMM

Ein Unterhaltungsradioprogramm ist eine kuratierte Sendung, die in erster Linie darauf abzielt, die Hörer zu fesseln und zu unterhalten, und die eine breite Palette von Inhalten bietet, die fesseln und unterhalten.

SCHLÜSSELEMENTE:

- ✓ **Fesselnde Segmente:** Binden Sie interaktive Elemente, Spiele und lebhaft Diskussionen ein, um das Publikum zu fesseln.
- ✓ **Vielfältige Inhalte:** Bieten Sie eine Mischung aus Inhalten, die verschiedene Zielgruppen ansprechen, z. B. multikulturelle Inhalte.
- ✓ **Dynamische Moderatoren:** Enthusiastische und charismatische Moderatoren, die den Kontakt zu den Zuhörern herstellen und der Sendung eine persönliche Note verleihen.



UNTERHALTUNGSPROGRAMM

Es gibt verschiedene Arten von Unterhaltungsradioprogrammen, die die Hörer auf unterschiedliche Weise ansprechen und unterhalten sollen. Hier sind einige gängige Arten:

- ✓ Musiksendungen
- ✓ Talkshows
- ✓ Comedy-Shows
- ✓ Varieté-Shows
- ✓ Quiz- und Spielshows
- ✓ Theateraufführungen und Geschichtenerzählen
- ✓ Interviews und Profile von Prominenten
- ✓ Film- und Fernsehkritiken
- ✓ Thematische Ausstellungen
- ✓ Interaktive Shows und Anfragen

Viele Radioprogramme können Elemente aus mehreren Programmtypen enthalten, um ein einzigartiges und fesselndes Hörerlebnis zu schaffen.



MUSIKPROGRAMM

- ✓ Die Musik füllt den weitaus größten Teil des Sendetages aus. Sie ist der Buchdruck des Radios zwischen den Nachrichten und den Beiträgen.
- ✓ Jedes Musikprogramm, ob von Schallplatte oder live, muss eine Form haben.
- ✓ Die Grundform eines Musikprogramms ist die Einheitlichkeit des verwendeten Materials.
- ✓ Es gibt zahlreiche Musikiadioprogramme, die den Reichtum der globalen Kulturen und die unterschiedlichen Geschmäcker unserer Gemeinschaft widerspiegeln. Einige beliebte Formate sind: Global Pop Hits, World Classics, Urban Beats, Electro-Fusion, Folk und Traditionals, afro-karibische Rhythmen, Latin und Afro-Latin Grooves, Rock Across Continents, Jazz from Around the World und Diverse Blues, um nur einige zu nennen. **Wir ermutigen zur Erkundung und Wertschätzung dieser verschiedenen Genres, um das Verständnis und die Einheit innerhalb einer vielfältigen Gemeinschaft zu fördern.**



TIPPS ZUR PRÄSENTATION VON MUSIKPROGRAMMEN

- ✓ Der Ansager und der technische Operator, der die Schallplatten abspielt, sollten **sich gut absprechen** - ein Wink mit der Hand oder ein Kopfnicken kann für den Operator das Signal sein, den Track zu starten.
- ✓ **Die Link-Kontinuität sollte interessant gestaltet werden:** Sie kann uns etwas über die Künstler oder den Song oder die Popularität der Nummer erzählen - der Ansager muss sich mit den Karrieren der Künstler, den Alben und sogar mit der Tatsache, dass sie in letzter Zeit Protagonisten waren, vertraut machen.
- ✓ **Zu viel Gerede** in einer Musiksendung kann den Zuhörer stören: Schließlich will er die Musik hören und nicht die Stimme.
- ✓ Sprechen Sie nicht über den Text, **kürzen Sie ein Lied nicht ab** und achten Sie darauf, dass Sie Zeit für die Wiedergabe des gesamten Liedes einplanen, um die Zuhörer nicht zu verärgern, indem Sie es abkürzen.



VORTRAGSPROGRAMM

Vorträge waren die früheste Form des gesprochenen Wortes im Rundfunk. Sie sind die einfachste Form und können immer noch die effektivste sein.

Ein Talk-Radioprogramm ist ein dynamisches Sendeformat, das sich in erster Linie auf Gespräche, Diskussionen und Interviews zu einer breiten Palette von Themen konzentriert. Im Gegensatz zu musiklastigen Sendungen liegt der Schwerpunkt beim Talkradio auf Dialog und Interaktion.

Länge - von einem 1-minütigen Beitrag für eine Magazinsendung bis zu einem 1-stündigen Dialog mit mehreren Rednern und Publikumsbeteiligung.



VORTRAGSPROGRAMM

AUDIENCE

- ✓ Die verschiedenen Zielgruppen müssen klar im Auge behalten werden.
- ✓ Das Programm, das für die Allgemeinheit bestimmt ist, muss populär sein, das Thema muss von allgemeinem Interesse sein, und die Wörter müssen die bekannten Wörter sein, die jeder benutzt.
- ✓ Dies gilt nicht für die Fachvorträge, die sich an ein bestimmtes Publikum richten.



FORMEN DES VORTRAGSPROGRAMMS

GESPRÄCHE

- ✓ Das Beste an Radiogesprächen ist ein freundliches Gespräch, das sich um ein Thema dreht.
- ✓ Es ist eine gesprochene Komposition, die eine einheitliche Struktur braucht: Sie hat einen klar definierten Anfang, eine Mitte und ein Ende.
- ✓ Der Text sollte lebendig, farbenfroh und direkt sein.
- ✓ Es werden die Aktionswörter der Alltagssprache verwendet.

INTERVIEWS

- ✓ Das Radiointerview ist eine lebendige Variante des Talks: Es bringt Menschen ans Mikrofon, die etwas zu sagen haben.
- ✓ Zwei Arten von Radiointerviews:
 1. Das Persönlichkeitsinterview, das darauf abzielt, die Persönlichkeit herauszuarbeiten
 2. Das Informationsinterview, das nach Fakten sucht.
- ✓ Interviews bedürfen einer sorgfältigen Vorbereitung: Recherche, Erstellung einer vorläufigen Liste von Fragen und Festlegung eines Ziels.

DISKUSSIONEN

- ✓ Bietet eine Plattform für den Austausch von Ideen.
- ✓ Einfache Diskussion - Erweiterung des Interviews, bei der der Interviewer eine positivere oder provokative Rolle spielt.
- ✓ Konventionelle Diskussionen - ein Vorsitzender, der zwischen den Teilnehmern stattfindet.
- ✓ Vorbereitung der Diskussion: Recherche, Auswahl der Teilnehmer, Definition der Fragen, Gesprächsführung, Erstellung eines Laufzettels, Einweisung der Teilnehmer.



PROGRAMME VON BESONDEREM INTERESSE

Special-Interest-Radioprogramme sind spezialisierte Sendungen, die sich auf bestimmte Branchen, Interessensgebiete oder Fachbereiche konzentrieren. Sie können Themen aus den Bereichen Landwirtschaft, Technologie, Gesundheit und Finanzen abdecken.

Diese Sendungen sind eine wertvolle Ressource für Fachleute und Enthusiasten und bieten detaillierte Einblicke, Experteninterviews und die neuesten Entwicklungen in ihren jeweiligen Sektoren. Die Hörer profitieren davon, dass sie über Branchentrends auf dem Laufenden bleiben, Zugang zu Expertenmeinungen erhalten und sich wertvolles Wissen aneignen können.



MORGEN - ODER ABENDVERANSTALTUNGEN

Morgen- und Abendradiosendungen bieten unterschiedliche Erlebnisse und richten sich an unterschiedliche Zielgruppen, die ein vielfältiges Angebot an Inhalten für verschiedene Vorlieben und Lebensstile vorfinden.

Sowohl die Morgen- als auch die Nachtsendungen spielen eine wichtige Rolle im Programm eines Senders und bieten Inhalte, die den unterschiedlichen Gewohnheiten und Vorlieben der Hörer gerecht werden.

Ob als energiegeladene Starthilfe für den Tag oder als beruhigende Untermalung für die Nacht - diese Sendungen tragen zu einem abgerundeten Radioerlebnis bei.



MORGENSENDUNGEN ODER NACHTSENDUNGEN

Morgensendungen im Radio beginnen den Tag in der Regel mit lebendigen und ansprechenden Inhalten. Sie enthalten oft Beiträge wie aktuelle Nachrichten, Wettervorhersagen, Verkehrsmeldungen und Diskussionen über aktuelle Ereignisse.

Diese Sendungen zielen darauf ab, die Hörer mit einer Mischung aus Musik, Unterhaltung und informativen Beiträgen in den Tag zu entlassen. Viele bieten auch interaktive Elemente, wie Anrufe, Wettbewerbe und Interviews mit Gästen. Morningshows haben oft einen fröhlichen und aufmunternden Ton und helfen den Hörern, den Tag positiv zu beginnen.

Die nächtlichen Radiosendungen richten sich dagegen an ein anderes Publikum. Sie haben oft eine entspannte und lockere Atmosphäre, die für Hörer geeignet ist, die sich nach einem anstrengenden Tag erholen wollen.

Nachtsendungen können beruhigende Musik, sanfte Diskussionen und Beiträge enthalten, die zum Entspannen und Nachdenken anregen.

Einige Sendungen können sich auf bestimmte Musikgenres konzentrieren und so ein spezielles Hörerlebnis bieten. Das Nacht-Radio bietet auch die Möglichkeit zu tiefer gehenden Gesprächen, Interviews und der Erforschung von Themen, die einen ruhigeren, introspektiven Rahmen erfordern.

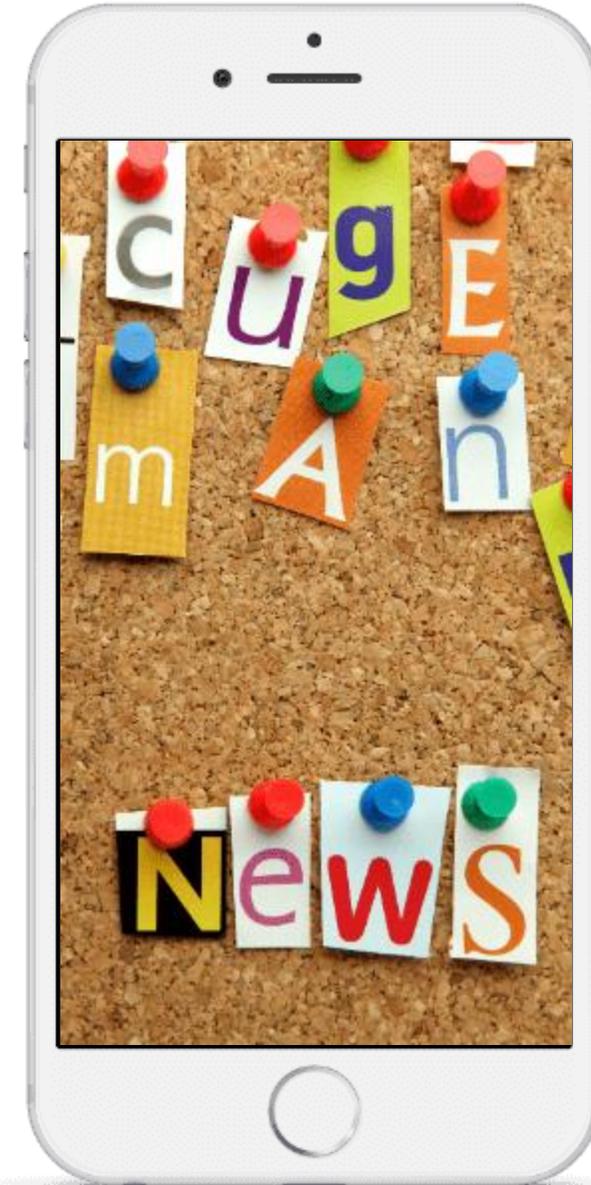


ZEITGESCHEHEN

Eine Radiosendung zum aktuellen Zeitgeschehen dient als wichtige Plattform für eingehende Diskussionen und Analysen der dringlichsten und wichtigsten Themen des Tages. Diese Sendungen sind darauf ausgerichtet, den Hörern aktuelle Informationen und aufschlussreiche Perspektiven zu einer Vielzahl von Themen zu bieten.

Zu den wichtigsten Merkmalen einer Radiosendung zu aktuellen Themen gehören:

1. Rechtzeitige Updates
2. Experten-Kommentar
3. Ausgewogene Berichterstattung
4. Eingehende Analyse
5. Interaktive Elemente
6. Lokale und globale Abdeckung
7. Pädagogischer Wert
8. Förderung von bürgerschaftlichem Engagement und Inklusion





MAGAZINBEITRÄGE

- ✓ Magazinsendungen im Radio sind dynamische und abwechslungsreiche Sendungen, die ein breites Spektrum an Inhalten bieten, oft ähnlich der Vielfalt einer Zeitschrift. Diese Sendungen zeichnen sich dadurch aus, dass sie mehrere Themen in einer einzigen Sendung abdecken und den Hörern eine Mischung aus Unterhaltung, Information und Bildung bieten.
- ✓ Magazinsendungen im Radio sind vielseitige und ansprechende Sendungen, die mit einer Mischung aus Unterhaltung, Information **und Bildung** über ein breites Themenspektrum ein vielfältiges Publikum ansprechen sollen. Sie richten sich an Neugierige und bieten ein vielseitiges Hörerlebnis.

ZEITPLANUNG IST VON GRUNDLEGENDER BEDEUTUNG

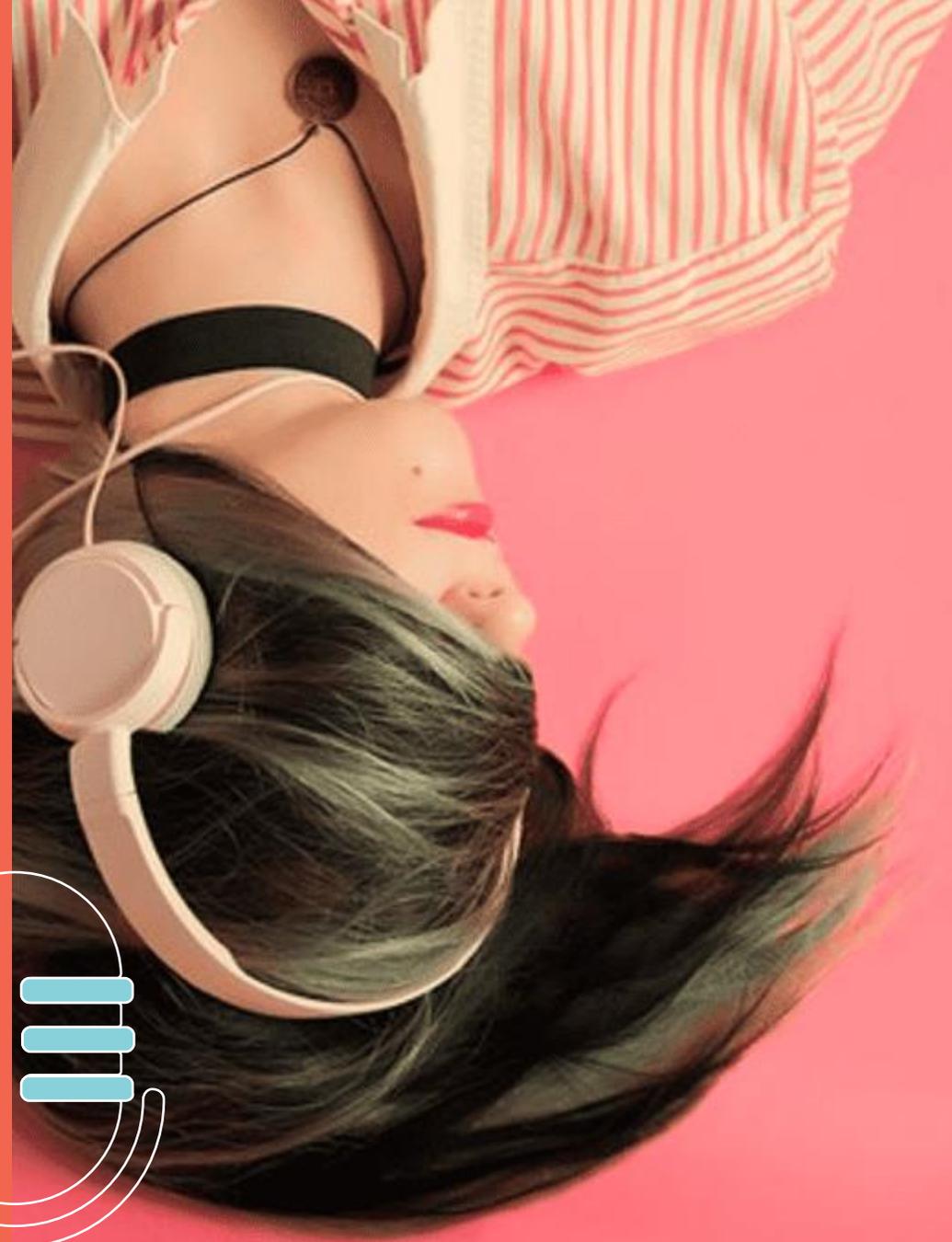


- ✓ Es ist wichtig, die Zeit der Beiträge im Wechsel mit der Musiksendung festzulegen. **Die Struktur hilft Ihnen, das Programm zu strukturieren:** Sie ist wichtig für die Auswahl der zu behandelnden Themen oder der zu vermittelnden Neuigkeiten (der sogenannte Talk).
- ✓ Nachrichten werden im Allgemeinen mit einer Geschwindigkeit von 120 Wörtern pro Minute gelesen.
- ✓ Bei der Schätzung der Länge eines Manuskripts müssen wir die Art des Programms, die Größe der Schrift und die Länge jeder getippten Zeile in Betracht ziehen.
- ✓ Bis die Erfahrung etwas anderes lehrt, **ist die beste Art, ein Drehbuch zu timen, es laut vorzulesen.**



LIEDER

Die Auswahl der Lieder unterstützt den Vortrag, da die Titel der Lieder oder ihre Sprache mit dem Vortrag in Verbindung gebracht werden können, um den Sprecher bei der Einführung der Nachrichten zu unterstützen und den Zuhörern ein Gefühl für den Fluss des Programms zu vermitteln.

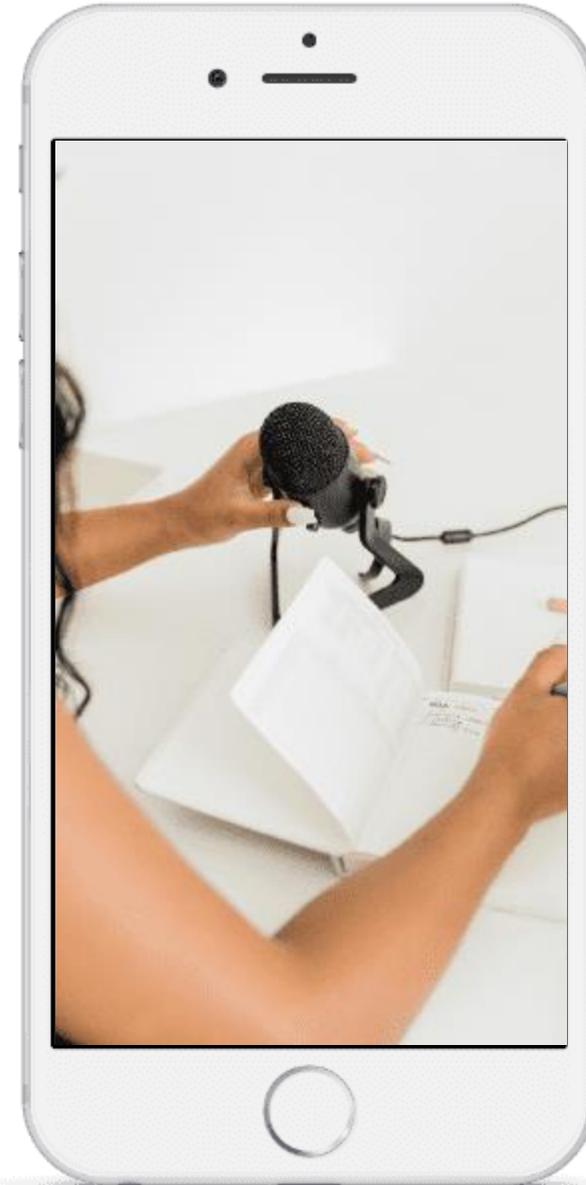


DIE FORMATIERUNG DES PROGRAMMS

Ein nützlicher Ausgangspunkt für die Formatierung des Programms ist:

- ✓ Werden Sie während Ihrer Sendung Pausen einlegen, um einen aufgezeichneten Werbespot eines Sponsors oder einen Werbespot für Ihr eigenes Produkt oder Ihre Dienstleistung abzuspielen?
- ✓ Wie viele "Stop-Sets" (Werbepausen) werden Sie integrieren und wie lang werden diese sein?

Sie könnten einen 30-minütigen Podcast haben und zweimal für eine Werbung oder eine öffentliche Bekanntmachung unterbrechen. Wenn Sie ungefähr wissen, wann Sie diese Pausen machen werden, können Sie die einzelnen Abschnitte Ihrer Sendung, die sie umgeben, besser planen.



BEISPIEL

Was ist, wenn Sie eine Oldiesendung mit Musik aus den 1980er Jahren machen wollen?

✓ Der Planungsaufwand ist sehr gering, aber vielleicht möchten Sie ein Format einrichten, das die Musik so verteilt, dass:

- Ermöglicht es, dass Ihre Lieder gleichmäßig nach Jahren durch das Jahrzehnt rotieren; oder
- Präsentiert die Musik nach Tempo und schafft so "Hügel und Täler", damit der Hörer nicht zu viele langsame oder schnelle Lieder hintereinander hört.

Und mehr:

Werden Sie Produktionselemente einfügen, die den Hörern verraten, welchen Sender sie gerade hören? Wo werden Sie sie platzieren?



KURZE NOTIZEN ZU WERBESPOTS

Die Möglichkeiten der Radiowerbung umfassen:

- Sponsoring von Vollprogrammen von 5 Minuten bis 1 Stunde, bei denen der Werbetreibende alle Produktionskosten übernimmt.
- Werbespots mit 10, 15, 25, 50 oder 100 Wörtern oder einer Dauer von 15, 30 oder 60 Sekunden.
- Die Ausstrahlung der Werbung muss zu den vorgesehenen Zeiten erfolgen, und die Preise können im Laufe des Tages variieren.
- Werbeinhalte sollten klar sein, zum Handeln auffordern und der gekauften Dauer oder Wortzahl entsprechen.

Tipps:

- Richten Sie das Produkt auf die Bedürfnisse der Zuhörer aus.
- Vermeiden Sie eine negative Sprache.
- Entscheiden Sie sich für Aktionsverben und prägnante Sätze.
- Markieren Sie die gewünschte Höreraktion.



ZUSAMMENFASSUNG....



- ✓ Die Logik der Formatierung stammt ursprünglich aus dem Radio, lässt sich aber genauso gut auf Podcasting anwenden.
- ✓ Man muss die Reihenfolge nicht als einmalige und endgültige Struktur betrachten: Sie kann geändert werden und tut der Improvisation und der Schönheit von Live-Sendungen keinen Abbruch.
- ✓ Dennoch ist es notwendig, eine gewisse Ordnung und einen gewissen Rhythmus in die Show zu bringen, damit sie nicht trivial oder verwirrend wird und das Interesse des Publikums aufrecht erhält.
- ✓ Legen Sie den Zeitpunkt für Ihre Songs und Segmente so fest, dass sie nicht gekürzt werden müssen, um Ihre Werbepause oder Sponsorenwerbung zu ermöglichen.
- ✓ Erinnern Sie den Hörer nach jeder Pause daran, wen er gerade hört, welchen Radiosender er hört und wer Ihr Gast oder Ihr Thema ist.



PROGRAMMVORSTELLUNG

Nachdem man gelernt hat, wie man eine Radiosendung gestaltet, wird die Präsentation ebenso wichtig.

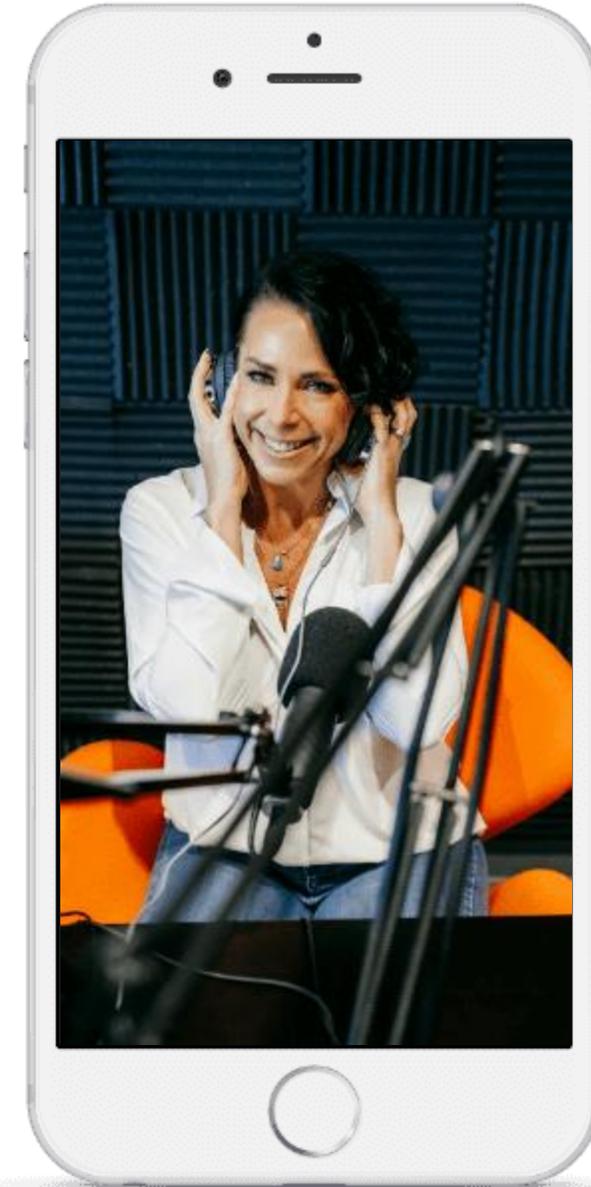
Starke Präsentationsfähigkeiten sind ausschlaggebend, um das Publikum zu fesseln, eine klare Kommunikation zu gewährleisten und eine echte Verbindung zwischen dem Sender und den Zuhörern zu schaffen.



PRÄSENTATION

Ein guter Redner zu sein, bedeutet nicht nur, schöne Worte zu finden. Es geht darum, klar und freundlich zu sein und eine Verbindung zu Ihrem Publikum herzustellen. Sehen Sie sich diese Tipps an, um ein einnehmender Rundfunksprecher zu werden:

- ✓ eine klare Diktion haben
- ✓ Korrekte Aussprache in jeder Sprache, die er verwendet
- ✓ die Fähigkeit, leicht und fließend zu lesen, ohne störende stimmliche Eigenheiten oder regionale Akzente
- ✓ die Fähigkeit, Ideen klar zu kommunizieren
- ✓ eine angenehme, freundliche und akzeptable Mikrofonpersönlichkeit sein
- ✓ über ein breites Spektrum an Themen gut informiert sein
- ✓ Bleiben Sie auf dem Laufenden über die Hintergründe der Nachrichten
- ✓ Hören Sie sich ausländische Nachrichtensendungen an, um die Aussprache ausländischer Namen und Ausdrücke zu lernen.





EINFACHE FORMULIERUNGEN BEHERRSCHEN

Radiohörer können nur das hören, was Sie sagen. Lange und komplizierte Sätze verwirren sie. Um Verwirrung zu vermeiden:

- ✓ alle überflüssigen Wörter durchgehen und streichen
- ✓ die komplizierten Wörter ändern
- ✓ Halten Sie den Ton Ihres Schreibens aktiv statt passiv
- ✓ Jargon so weit wie möglich vermeiden

SPRECHEN ÜBEN

Lesen Sie laut eine Geschichte vor, die Sie oder jemand anderes geschrieben hat. Sie können zunächst einen Spiegel benutzen und Ihre Stimme durch einen leeren Raum projizieren, bevor Sie mit einem Publikum üben. Sie müssen klar und deutlich sprechen und dabei sowohl Autorität als auch Attraktivität vermitteln. Klingen Sie immer so, als wären Sie an der Geschichte interessiert, die Sie erzählen.



✓ Versuchen Sie, Ihr Tempo zu variieren

Ihre Stimme muss variieren, um Handlung und Stimmung zu vermitteln, sie trägt dazu bei, dass Sprache interessant klingt.

✓ Versuchen Sie, Freunde oder sogar Menschen auf der Straße zu befragen

AM MIKROFON SPRECHEN

- ✓ Sprechen ist kontrollierte und artikuliertete Atmung. Eine gute Atmung ist daher wesentlich für gutes Sprechen.
- ✓ Eine entspannte, aber aufrechte Haltung, bei der Ellbogen und Unterarme auf dem Tisch aufliegen, erleichtert das Atmen im Vergleich zu einer zusammengesackten Haltung.
- ✓ Die Hände sollten vom Gesicht ferngehalten werden, da eine unter das Kinn gelegte Hand die Bewegung des Kiefers einschränkt oder eine an die Wange gehaltene Hand die Gesichtsmuskeln verzerrt.
- ✓ Der Kiefer, die Gesichtsmuskeln und die Lippen müssen beim Sprechen frei beweglich sein.
- ✓ Einfache Atem- und Artikulationsübungen sind eine Hilfe für gutes Sprechen.



AM MIKROFON SPRECHEN

- ✓ Mit dem Mikrofon sollte so gesprochen werden, als würde man mit einem Freund sprechen, der in der Nähe sitzt.
- ✓ Die Art und Weise sollte weder zu intim noch zu distanziert sein.
- ✓ Verwenden Sie die Stimme, die Sie auch am Telefon verwenden würden. Denken Sie daran, dass der Zuhörer Sie nicht sehen kann, um von den Lippen abzulesen, er hat nur eine Chance zu hören, was Sie sagen.
- ✓ Sprechen Sie immer in das Mikrofon und bewegen Sie Ihren Kopf nicht zur Seite, da Ihre Stimme sonst nicht gehört werden kann und der Zuhörer sich anstrengen muss, um Sie zu hören.
- ✓ Vermeiden Sie es, mit Papieren zu hantieren, denn das lenkt den Zuhörer von Ihrer Stimme ab.

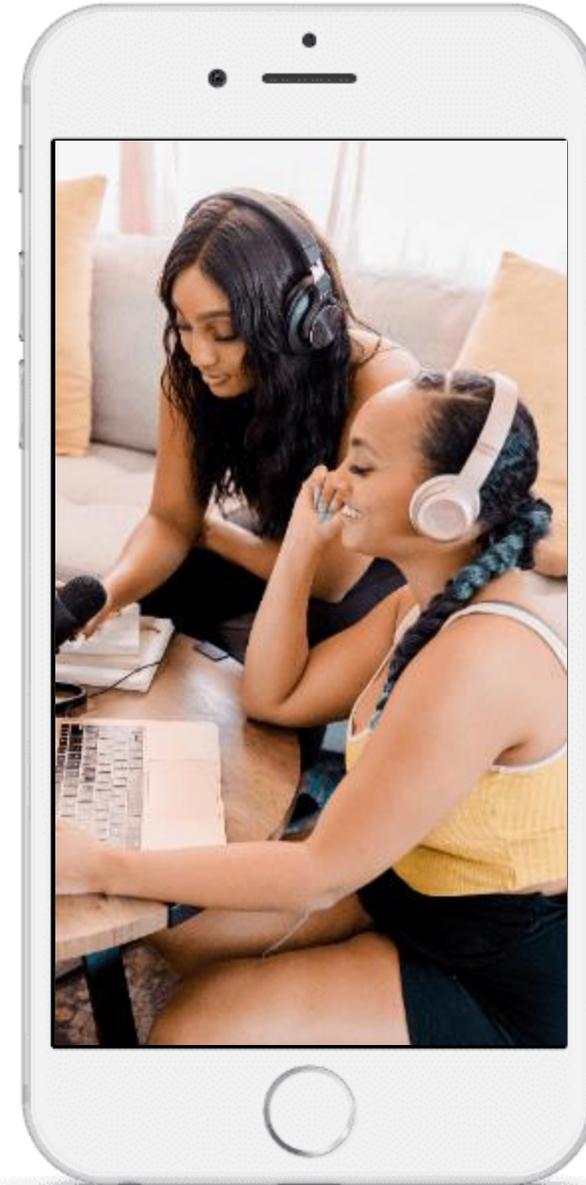


FORMULIERUNG ZEICHENSETZUNG UND BETONEN

Phrasierung Die Zeichensetzung beim Sprechen unterscheidet sich von der schriftlichen Zeichensetzung: geschriebene Sätze sind oft lang, während gesprochene Sätze fast immer kurz sind, oder sie erscheinen aufgrund der Formulierung kurz zu sein.

Die allgemeine Regel beim Sprechen besteht darin, Sätze zu sprechen, die in einem einzigen Atemzug getragen werden können, ohne den Atem zu forcieren, und zusammenhängende Ideen zu sprechen, die zusammen gedacht werden.

Üben Sie Wörter, deren Aussprache Ihnen schwer fällt, immer aus dem Stegreif, nutzen Sie Google, um neue oder fremde Wörter auszusprechen, schreiben Sie sie bei Bedarf phonetisch auf und üben Sie sie, damit Sie sie flüssig aussprechen können.



SPRECHEN SIE VORSICHTIG AUF EINE LIVE-ÜBERTRAGUNG

Sprechen Sie im Radio langsam und vorsichtig, damit die Zuhörer nicht raten oder die Lautstärke anpassen müssen. Verwenden Sie eine angemessene Sprache.

Achten Sie bei der Musik, die Sie spielen wollen, auf radiotaugliche Texte.

Vergessen Sie nicht, das Rufzeichen und die Frequenz Ihres Senders zu nennen. Stellen Sie sicher, dass Sie die grundlegenden Informationen über den Radiosender, von dem Sie senden, sowie Ihren Namen und/oder den Namen Ihrer Sendung wiederholen.





04. SCHREIBEN FÜR DEN RUNDFUNK

In diesem Abschnitt lernen Sie, wie Sie ein prägnantes und aussagekräftiges Skript für ein Radiointerview verfassen. Dabei geht es vor allem darum, die wichtigsten Punkte effizient hervorzuheben, Themen oder Gäste geschickt einzuführen und Fragen so zu formulieren, dass die Sendezeit möglichst effektiv genutzt wird.



IHR PROGRAMM SCHREIBEN

Egal, ob es sich um einen ernsten oder lustigen Beitrag handelt, um ein spezielles Thema oder um einen Füller - **im Radio kommt es vor allem darauf an, was Sie sagen und wie Sie es sagen:** Das Skript liefert die Substanz Ihres gesprochenen Inhalts.

Wenn Sie mit dem Schreiben Ihrer Sendung beginnen, müssen Sie wissen, wie viel Zeit Sie einplanen und welches Format Sie verwenden wollen.

- Handelt es sich um eine einmalige Sendung oder um eine Serie?
- Wird das Thema in der nächsten Folge fortgesetzt?
- Wie praktizieren Sie Inklusivität für unterschiedliche Zielgruppen?

Sie müssen wissen, wie viel Zeit Sie zur Verfügung haben und ob Ihr Thema diese Zeit ausfüllen kann.



TIPPS FÜR DIE ERSTELLUNG IHRES PROGRAMMS

Machen Sie jede Episode Eigenständig

Wenn Sie eine Serie vorbereiten, beginnen Sie die nächste Folge mit frischen Beispielen und einem neuen Ansatz für Ihr Thema.

Erfahren Sie mehr über Ihr Publikum

Ihr Programm wird einer Vielzahl von Menschen zugänglich sein, und Sie sollten in der Lage sein, die Aufmerksamkeit möglichst vieler von ihnen zu gewinnen.

Die Zeit Steckplatza ngelegenheiten

Wenn Ihr Programm am Ende des Arbeitstages nach einem Musikblock ausgestrahlt wird, müssen Sie die Leute zum Weiterhören bewegen.

Erstellen Sie die sogenannte "Kehrmaschine"

Eine Aussage oder ein Jingle, der Ihr Programm kennzeichnet.

TIPPS FÜR DIE ERSTELLUNG IHRES PROGRAMMS

Schreiben Sie Ihr Intro

Die Einleitung muss die Aufmerksamkeit der Zuhörer wecken. Überlegen Sie, was Ihre Sendung zu einer Neuigkeit macht. Nutzen Sie dies, um die Handlung der Geschichte in so wenigen Worten wie möglich darzulegen.

Schreiben Sie Ihr Outro

Beenden Sie Ihr Skript, indem Sie den wichtigsten Punkt aus Ihrer Einleitung ansprechen; machen Sie Ihren Schluss eindringlich, indem Sie mit einer Tatsache schließen. Wiederholen Sie anschließend Ihren Namen und den Namen der Sendung.

Danken Sie alle Ihre Gäste

Nennen Sie sie namentlich und geben Sie an, welche Rolle sie für den Hörer in Ihrem Programm gespielt haben. Geben Sie gegebenenfalls Kontaktinformationen oder Angaben zu sozialen Medien an.

Starten Sie die offizielle Sendung

Vergewissern Sie sich, dass alle Ihre Audiodateien bereit sind und Ihre Ausrüstung funktioniert. Wenn es sich nicht um eine Live-Sendung handelt, können Sie sie starten, sobald Sie sich bereit fühlen.

REGELN FÜR DAS SCHREIBEN IM RADIO



Wenn Sie diese einfachen Regeln befolgen, können Sie das Schreiben von Radiobeiträgen effektiver gestalten. Sie gelten für alle Arten von Hörfunktexten gleichermaßen.

- ✓ **Verwenden Sie Wörter, die alltäglich sind** und von den meisten Menschen leicht verstanden werden (wenn es notwendig ist, ein unbekanntes Wort zu verwenden, sollte es erklärt werden).
- ✓ Verwenden Sie eine integrative Sprache.
- ✓ Stellen Sie sicher, dass Sie **alle Akronyme** zu Beginn für die Zuhörer **erklären**.
- ✓ **Die Sätze sollten kurz gehalten werden:** Ein Satz sollte nie länger sein als die Anzahl der Wörter, die wir leicht mit einem Atemzug aufnehmen können.
- ✓ **Vermeiden Sie abhängige Sätze und unbeholfene Umkehrungen:** Sie sind in schriftlichen Texten durchaus üblich, aber wir verwenden sie nur selten in der normalen Sprache.
- ✓ **Verwenden Sie nach Möglichkeit beschreibende Worte:** Sie helfen dem Zuhörer, sich ein Bild zu machen.
- ✓ **Ein Hörfunkskript sollte so flüssig sein wie ein Gedicht:** Es trägt dazu bei, den Hörer mitzureißen, und es hält seine Aufmerksamkeit.
- ✓ **Im Radio muss der Hörer die Botschaft sofort und klar verstehen:** Wir können ihm dabei helfen, indem wir das, was wir ihm bereits gesagt haben, auf andere Weise wiederholen.



RADIO-SKRIPT

Ein Radioskript ist sowohl eine kreative Arbeit als auch ein Kontrollblatt für das technische Team, das an der Produktion beteiligt ist.

Ein Radioskript muss alles enthalten, was passiert - die Worte, die der Hörer hört, und die Steuerungsanweisungen für den technischen Operator und die Sprecher.

Der Prozess des Einschreibens der Steueranweisungen liegt in der Verantwortung des Herstellers und wird manchmal auch als Mechanisierung bezeichnet.





01

IHRE STIMME - IHR RADIO

Die Ausarbeitung eines überzeugenden Drehbuchs ist der Grundstein für eine erfolgreiche Radiosendung.

Um sicherzustellen, dass Ihre Botschaft klar und deutlich ankommt, sollten Sie sich an die folgenden Grundregeln halten:

✓ **Lernen Sie die fünf W's kennen** (nächste Folie)

Verschaffen Sie sich einen umfassenden Überblick über das Thema, indem Sie auf diese grundlegenden Fragen eingehen. So können Sie den Kontext herstellen und Ihr Publikum von Anfang an einbinden.



DIE FÜNF W'S



IHRE STIMME - IHR RADIO

02

Sprechen Sie mit Ihrem Publikum

Passen Sie Ihr Skript so an, dass es die verschiedenen Hörerschaften anspricht. Wenn Sie die Interessen und Vorlieben der Hörerschaft kennen, können Sie Inhalte vermitteln, die auf eine große Resonanz stoßen.

03

Klar und präzise sein

Klarheit ist das A und O. Bringen Sie Ihre Ideen kurz und bündig zum Ausdruck und achten Sie darauf, dass jedes Wort einen Zweck erfüllt und unnötige Floskeln vermieden werden.

04

Korrekte Grammatik verwenden

Eine korrekte Grammatik verbessert nicht nur die Verständlichkeit, sondern spiegelt auch Professionalität wider. Sie schafft Glaubwürdigkeit und Vertrauen bei Ihrem Publikum.

IHRE STIMME - IHR RADIO

05

Vermeiden Sie Abkürzungen

Vermeiden Sie Jargon oder Abkürzungen, die Ihr Publikum abschrecken könnten. Wählen Sie stattdessen eine klare, allgemein verständliche Sprache.

06

Stellen Sie sich immer vor

Wenn Sie sich von Anfang an zu erkennen geben, schaffen Sie eine persönliche Verbindung zu Ihrem Publikum und geben den Ton für die Sendung an.

07

Identifizieren Sie Ihre Rolle (falls Sie Teil einer Organisation sind)

Wenn Sie eine Organisation vertreten, machen Sie dies Ihrem Publikum deutlich und schaffen Sie so Transparenz und Glaubwürdigkeit.



IHRE STIMME - IHR RADIO

08

Stellen Sie die wichtigen Informationen an den Anfang

Setzen Sie Prioritäten und präsentieren Sie die wichtigsten Details zu Beginn, um die Aufmerksamkeit Ihres Publikums zu wecken.

09

Bleiben Sie bei kurzen Sätzen (20 Wörter oder weniger)

Fassen Sie sich kurz, um die Verständlichkeit zu gewährleisten und Ihr Publikum während der gesamten Sendung bei der Stange zu halten.

10

Alltagsprache verwenden

Entscheiden Sie sich für allgemein verständliche Wörter und Formulierungen und vermeiden Sie unnötige Komplexität.



IHRE STIMME - IHR RADIO

11

Beginnen Sie mit den aktuellsten Nachrichten

Beginnen Sie mit aktuellen Ereignissen, um das Interesse Ihres Publikums sofort zu wecken und einen relevanten Zusammenhang herzustellen.

12

Malen Sie ein Audio-Bild mit beschreibenden Wörtern

Reichern Sie Ihr Skript mit einer lebendigen Sprache an, um ein sinnliches Erlebnis für Ihre Zuhörer zu schaffen.

13

Verwenden Sie das Präsens

Fesseln Sie Ihr Publikum, indem Sie Ereignisse erzählen, während sie geschehen, und fördern Sie so ein Gefühl der Unmittelbarkeit und Verbundenheit.

IHRE STIMME - IHR RADIO

14

Bleiben Sie bei den Fakten, vermeiden Sie Meinungen

Bewahren Sie Objektivität, um die Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit Ihrer Sendung zu gewährleisten.

15

Schreiben, bevor Sie sprechen

Eine gründliche Vorbereitung sorgt für einen reibungslosen Ablauf, so dass Sie Ihre Botschaft mit Vertrauen und Präzision vermitteln können.

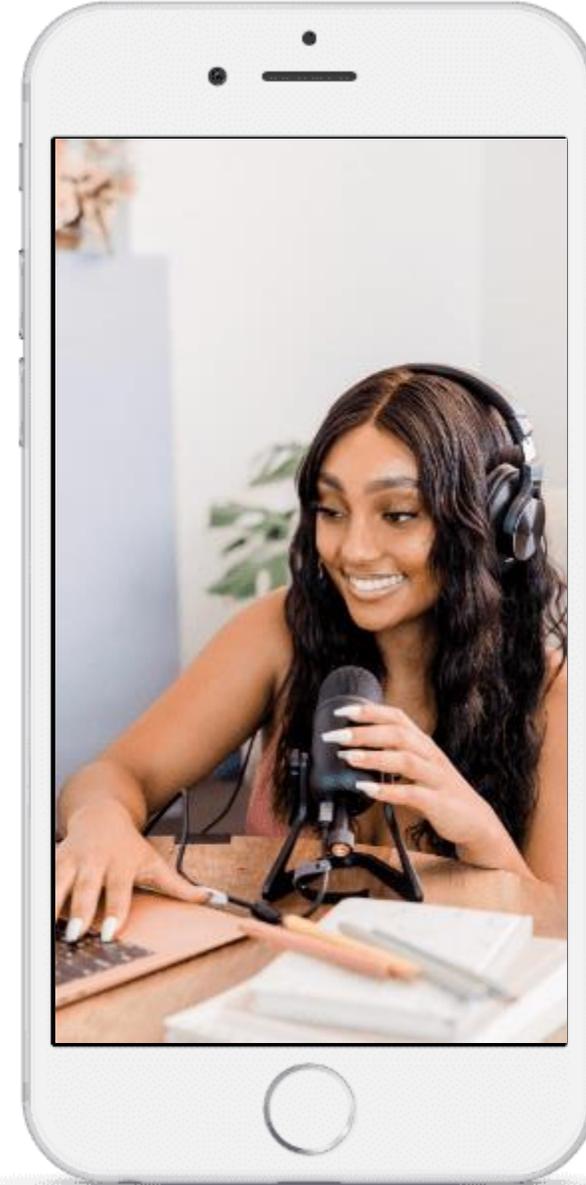
16

Glaubwürdig sein

Gewinnen Sie das Vertrauen Ihrer Zuhörer, indem Sie stets genaue und zuverlässige Informationen liefern. Die Demonstration von Glaubwürdigkeit ist entscheidend für den Aufbau einer treuen Hörerschaft.

VORBEREITUNG VON RADIOSKRIPTEN

- Bereiten Sie Ihr Drehbuch im Voraus vor. Dies ist ein entscheidender Schritt, den Sie nicht einfach auslassen können. Ohne eine gute Vorbereitung könnten Sie zögern und Ihre Präsentation könnte nicht kohärent sein.
- Außerdem besteht bei Live-Übertragungen ein erhöhtes Risiko, Fehler zu machen, z. B. falsche Zeiten oder Daten anzugeben. Ein gut vorbereitetes Skript hilft Ihnen, den Überblick zu behalten und verhindert, dass Sie vom Thema abschweifen.
- Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Fakten im Vorfeld recherchieren und die Aussprache von schwierigen Wörtern oder Namen überprüfen. Diese gründliche Vorbereitung wird die Qualität und Professionalität Ihrer Präsentation erheblich verbessern.





10 WICHTIGE ELEMENTE FÜR DAS SCHREIBEN EINES RADIOSKRIPTS



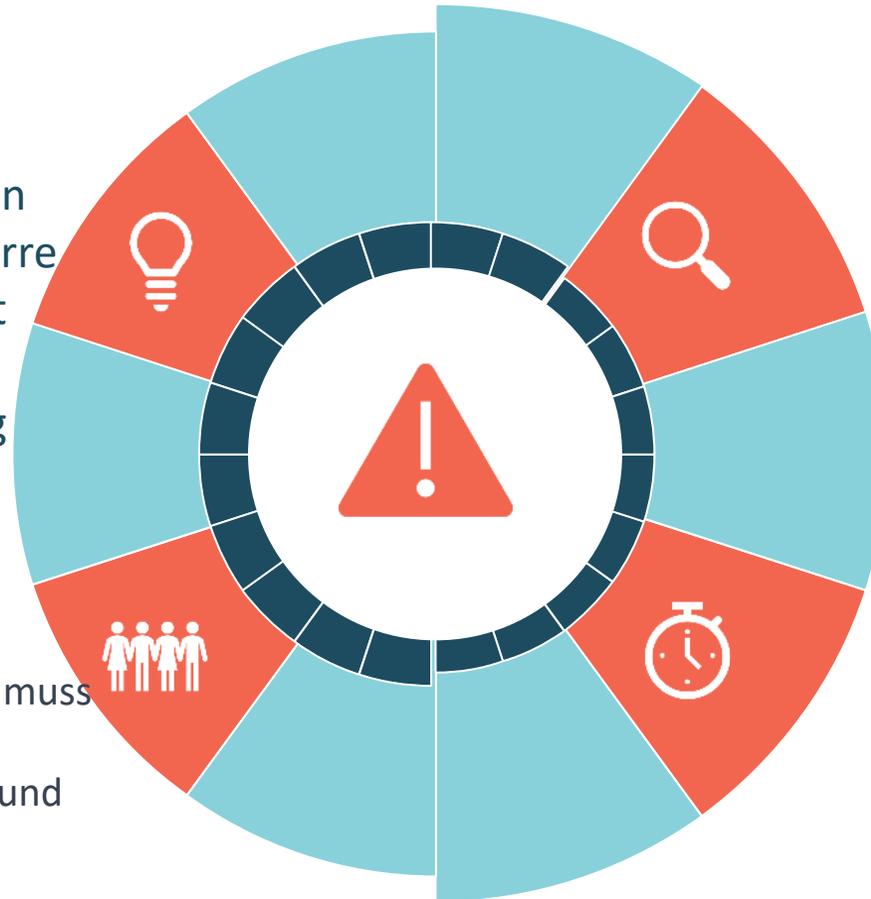
FACT

- Ihr Thema kennen
- Wissen, wo man Fakten findet
- Sprechen Sie mit den richtigen Leuten
- Führen Sie Ihr Publikum nicht in die Irre
- Stellen Sie sicher, dass Ihre Botschaft wahrheitsgemäß ist
- Geben Sie nicht Ihre eigene Meinung wieder



AUDIENCE

- Kennen Sie Ihr Zielpublikum
- Ermitteln Sie, wer Ihre Geschichte kennen muss
- Effektiv engagieren
- Berücksichtigung spezifischer Bedürfnisse und Präferenzen
- Inhalte für verschiedene Altersgruppen anpassen
- Klarheit und Prägnanz sowohl für jüngere als auch für ältere Zielgruppen



FORSCHUNG



- Lernen Sie, wie man recherchiert
- Gründlich sein
- Verschiedene Meinungen einbeziehen
- Bitten Sie Ihre Kollegen um ihre Meinung
- Bleiben Sie fair und ausgewogen, wenn Sie Ihre Gemeinde vertreten
- Schauen Sie in alten Archiven, Zeitungen, im Radio usw. nach.

LENGTH



- Achten Sie darauf, dass Ihre Botschaft in die vorgesehene Zeit passt.
- Fügen Sie wesentliche Informationen ein, lassen Sie unnötige Details weg.
- Konzentrieren Sie sich auf Ihre Kernbotschaft.
- Ihre Zeit effektiv verwalten
- Befolgen Sie den Ansatz der 5 W's



10 WICHTIGE ELEMENTE FÜR DAS SCHREIBEN EINES RADIOSKRIPTS



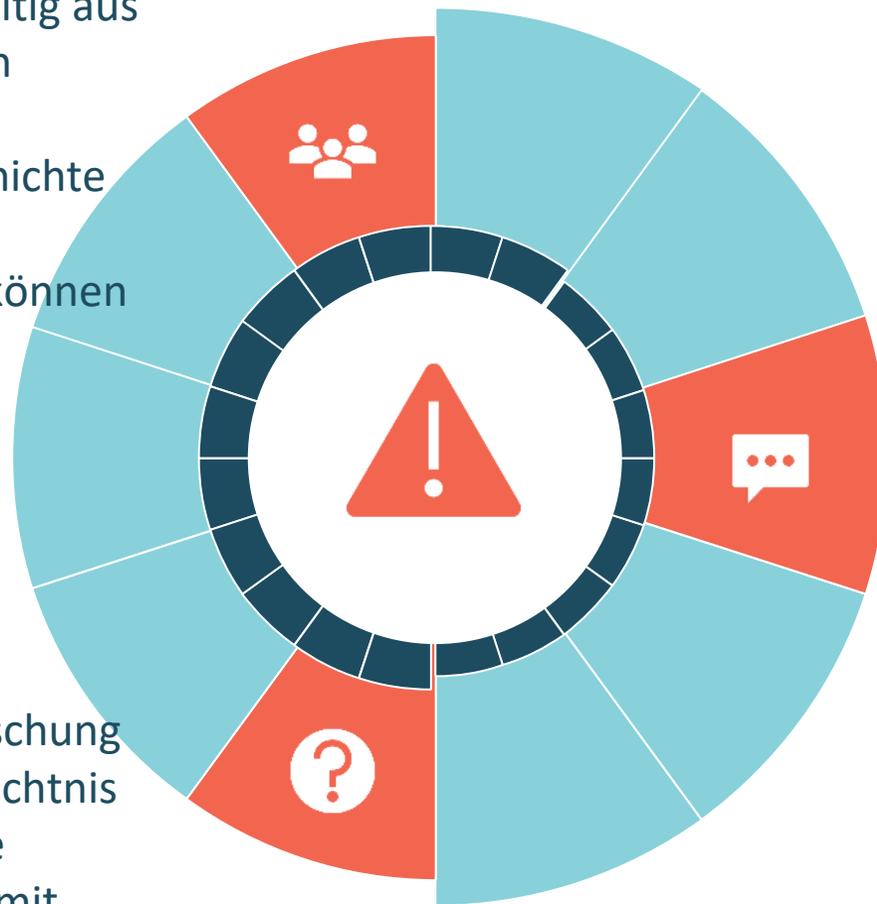
BETEILIGER

- Wählen Sie Ihre Mitwirkenden sorgfältig aus
- Überlegen Sie, ob Sie ihnen vertrauen können
- Stellen Sie sicher, dass sie Ihrer Geschichte Glaubwürdigkeit verleihen
- Prüfen Sie, ob sie deutlich sprechen können
- Überprüfen Sie ihre Zuverlässigkeit
- Beurteilen, ob sie sich konzentrieren können



FRAGEN

- Planen Sie Ihre Fragen im Voraus
- Stützen Sie Ihre Fragen auf Ihre Forschung
- Verlassen Sie sich nicht auf Ihr Gedächtnis
- Stellen Sie Fragen mit offenem Ende
- Teilen Sie sie Ihrem Gast im Voraus mit
- Denken Sie daran, dass Sie die Informationen für Ihr Publikum herausholen wollen
- Vermeiden Sie Abkürzungen



NACHRICHT



- Definieren Sie Ihre Botschaft klar und deutlich
- Beginnen Sie mit Ihrem Namen oder dem Namen Ihrer Organisation
- Geben Sie Ihre Rolle innerhalb der Organisation an
- Führen Sie das Thema im ersten Absatz ein
- Beginnen Sie mit dem wichtigsten Aspekt Ihrer Botschaft
- Sie müssen sich mit dem Thema gut auskennen
- Angabe von Kontaktdaten oder Helplines am Ende des Gesprächs



10 WICHTIGE ELEMENTE FÜR DAS SCHREIBEN EINES RADIOSKRIPTS

LAUFENDER AUFTRITT

- Achten Sie auf die Reihenfolge, in der Ihre Sendungen ausgestrahlt werden sollten
- Vergewissern Sie sich, dass Sie mit allen Inhalten vertraut sind, bevor Sie senden
- Achten Sie darauf, dass die Sendezeiten korrekt sind, damit Werbeunterbrechungen, Nachrichten usw. berücksichtigt werden können.
- Stellen Sie sicher, dass Sie genügend Material haben, um Ihr Zeitfenster zu füllen.
- Achten Sie darauf, was vor und nach Ihrem Beitrag gesendet wird



VORBEREITUNG

- Schreiben Sie Ihre Einleitung
- Sicherstellung eines klaren Anfangs, einer Mitte und eines Endes
- Schreibweisen für schwierige Wörter bereitstellen
- Zusätzliche Fragen vorbereiten
- Halten Sie Fragen zur Sicherung bereit
- Sicherstellen, dass die Kontaktdaten auf dem neuesten Stand sind
- Notrufnummern aufschreiben

SCHEDULE

- Achten Sie auf Ihre Sendezeit
- Kennen Sie Ihre Fristen
- Den Inhalt auf die jeweilige Zielgruppe zuschneiden
- Machen Sie sich mit den Inhalten anderer Plattformen vertraut
- Wissen, welches Publikum zu dieser Zeit zuhören wird



"Ich habe immer die Technik des cuento (Geschichte) verwendet. Ich bin ein mündlicher Geschichtenerzähler, aber jetzt mache ich es auf der gedruckten Seite. Ich denke, wenn wir sehr weise wären, würden wir dieselbe Tradition auf Videokassetten, in Filmen und im Radio verwenden.

Rudolfo Anaya





05. GÄSTEMANAGEMENT: AUSWAHL, EINARBEITUNG UND VORSTELLUNGSGESPRÄCHE FÜR RADIO UND PODCASTS

Die Einladung von Gästen mit einzigartigen Perspektiven kann Ihre Inhalte bereichern und den Horizont Ihres Publikums erweitern.

Effektives Interviewen ist eine Kunst, die das Beste aus Ihren Gästen herausholt und Ihr Publikum fesselt.

BEDEUTUNG DER AUSWAHL DER GÄSTE

Die Einbindung von Gastauftritten in Ihre Content-Strategie kann deren Wirkung erheblich steigern. Hier erfahren Sie, warum das wichtig ist:



**Die Einbringung
verschiedener Stimmen
bringt neue Perspektiven und
Erfahrungen in Ihre Inhalte
ein.**



**Gäste können ein neues
Publikum ansprechen, das
sich für ihr Fachwissen oder
ihre Geschichten interessiert.**



**Die Zusammenarbeit mit
Gästen fördert wertvolle
Beziehungen innerhalb Ihrer
Gemeinschaft.**

IDENTIFIZIERUNG GEEIGNETER GÄSTE



Bei der Auswahl geeigneter Gäste sind mehrere Faktoren zu berücksichtigen:

- ✓ Erstens ist es wichtig, das Fachwissen oder die Erfahrungen der potenziellen Gäste auf das zentrale Thema Ihrer Sendung abzustimmen. Dies gewährleistet eine nahtlose Integration ihrer Erkenntnisse, bereichert den Inhalt und bindet Ihr Publikum effektiv ein.
- ✓ Ein weiterer wertvoller Ansatz ist die **Würdigung lokaler Helden in Ihrer Gemeinde**, deren außergewöhnliche Leistungen oft unbemerkt bleiben. Ihre Geschichten haben eine authentische Resonanz und können eine einzigartige Perspektive bieten, die Ihrer Sendung Tiefe verleiht.
- ✓ Suchen Sie außerdem nach Trendsettern - Personen, die positive Veränderungen vorantreiben und in verschiedenen Bereichen einen bemerkenswerten Einfluss haben. Indem Sie solche dynamischen Persönlichkeiten vorstellen, heben Sie nicht nur das Niveau Ihrer Sendung an, sondern inspirieren auch Ihre Zuschauer mit beispielhaften Vorbildern.



DIE KUNST DER EINLADUNG

Bei der Beherrschung der Kunst des Einladens stehen drei wesentliche Grundsätze im Vordergrund:



✓ **Personalisieren Sie Ihre Einladung:**
Stimmen Sie Ihre Botschaft auf die Interessen des Gastes ab und erklären Sie, warum seine Teilnahme wichtig ist.

✓ **Klare Erwartungen:**
Legen Sie das Format, die Dauer und das Thema der Episode fest, um klare Erwartungen zu wecken.

✓ **Nachbereitung:**
Seien Sie hartnäckig, aber respektvoll in Ihrer Nachfasskommunikation, um Gastauftritte zu sichern.





ONBOARDING-PROZESS

Die Gewährleistung eines nahtlosen Übergangs für Ihre Gäste ist ein entscheidender Schritt für eine erfolgreiche Show. Der Onboarding-Prozess schafft die Voraussetzungen für ein produktives und angenehmes Erlebnis, sowohl für Sie als auch für Ihren Gast.

Willkommenspaket

Geben Sie den Gästen Informationen über Ihre Sendung, das Publikum und die Richtlinien für die Teilnahme.

Technische Unterstützung

Unterstützung bei der technischen Einrichtung oder der Software, die für Ferngespräche benötigt wird.

Briefing vor dem Vorstellungsgespräch

Vereinbaren Sie ein Gespräch vor dem Vorstellungsgespräch, um ein Vertrauensverhältnis aufzubauen und den Ablauf des Gesprächs zu besprechen.



IHR GAST WIRD SICH WOHLFÜHLEN

Damit sich Ihr Gast wohlfühlt, sollten Sie mit einer herzlichen Begrüßung beginnen, um das Eis zu brechen und von Anfang an eine Verbindung aufzubauen. Dies schafft einen positiven Grundton für das gesamte Gespräch und lässt Ihren Gast wissen, dass er in guten Händen ist.

Legen Sie dann klare Erwartungen für ein freundliches und entspanntes Gespräch fest. Geben Sie Ihrem Gast einen kurzen Überblick über den Ablauf des Gesprächs.

Vergessen Sie auch nicht, sich bei Ihren Gästen für ihre wertvolle Zeit und ihre Beiträge zu bedanken.

SCHAFFUNG DER VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE AUFNAHME

Bevor Sie auf die Aufnahmetaste drücken, ist es wichtig, eine Umgebung zu schaffen, die einen reibungslosen Ablauf der Aufnahme ermöglicht. So wird sichergestellt, dass sich Ihr Gast wohlfühlt und das Endprodukt von höchster Qualität ist.



Bequeme Umgebung

Vergewissern Sie sich, dass Ihr Gast in einem ruhigen Raum mit minimaler Ablenkung.



Audioqualität

Raten Sie den Gästen, Kopfhörer und ein Mikrofon zu benutzen, um eine bessere Tonqualität zu erzielen.



Beleuchtung und Hintergrund

Ermuntern Sie Ihre Gäste, für eine gute Beleuchtung und einen unaufgeräumten Hintergrund zu sorgen, um ein professionelles Erscheinungsbild zu gewährleisten.





DURCHFÜHRUNG DES INTERVIEWS

Die Schaffung einer förderlichen Atmosphäre ist von größter Bedeutung.

Beginnen Sie mit einer **herzlichen und wertschätzenden Begrüßung**, in der Sie Ihre Dankbarkeit für die Teilnahme Ihres Gastes zum Ausdruck bringen. **Üben Sie sich** während des gesamten Gesprächs **im aktiven Zuhören** und geben Sie Ihrem Gast den Raum, sich ganz natürlich zu äußern. Lassen Sie Pausen zu und stellen Sie sachdienliche Fragen. Fördern Sie einen **respektvollen Dialog**, indem Sie zum offenen Austausch von Gedanken und Meinungen einladen und dabei eine Atmosphäre des gegenseitigen Respekts aufrechterhalten.

Dieser Ansatz gewährleistet sowohl für Sie als auch für Ihren Gast ein produktives und ansprechendes Interviewerlebnis.

INTERVIEW-TIPPS

Streben Sie eine Interviewdauer von etwa 7-10 Minuten an. Es ist ratsam, Aufforderungen und zusätzliche Fragen bereitzuhalten, falls Ihr Gast weitere Aufforderungen benötigt.

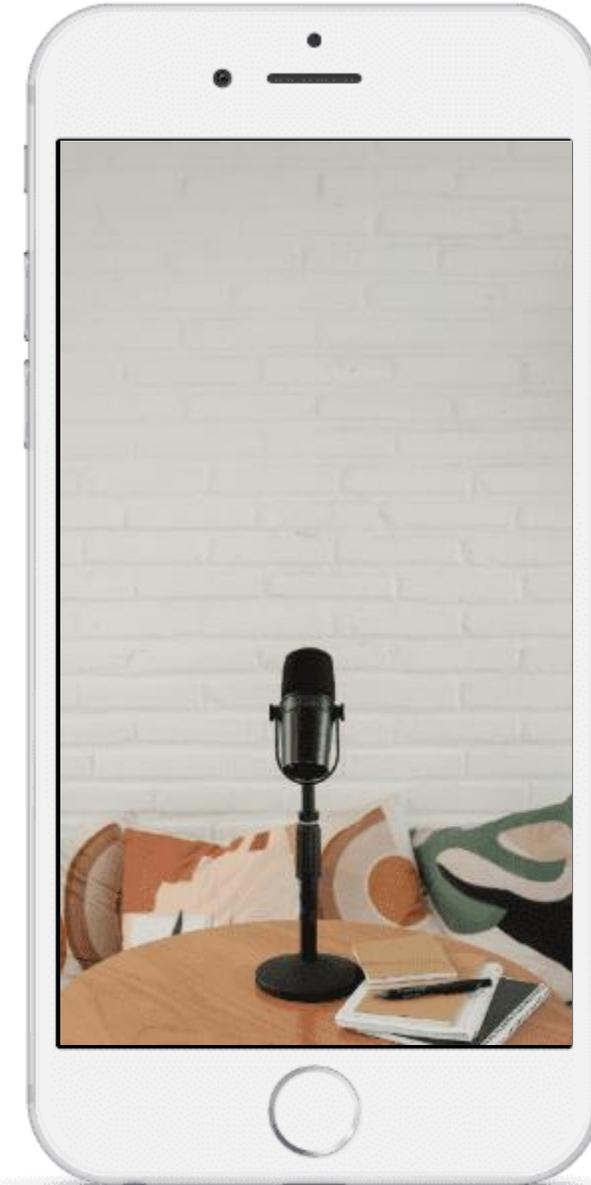
Denken Sie immer daran, wie wichtig es ist, Ihrem Publikum eine klare Botschaft zu vermitteln.



VORBEREITUNG AUF DAS VORSTELLUNGSGESPRÄCH

Um diese Reise anzutreten, müssen drei wichtige Aspekte genauestens beachtet werden:

- ✓ **Recherchieren Sie** erstens **gründlich**; informieren Sie sich über den Hintergrund, die Leistungen und die bisherigen Interviews Ihres Gastes. Dieses Wissen bildet die Grundlage für ein gut informiertes und spannendes Gespräch.
- ✓ Zweitens sollten Sie **Fragen formulieren, die wirklich wichtig sind**. Sie sollten zum Nachdenken anregen und tief in den Kern des Fachwissens oder der Erzählung Ihres Gastes eindringen, um Erkenntnisse zu gewinnen, die bei Ihrem Publikum Anklang finden.
- ✓ **Legen Sie** schließlich **den Ablauf des Interviews fest**, indem Sie dessen Struktur strategisch planen. So wird ein nahtloser und fesselnder Gesprächsverlauf gewährleistet, der sowohl Ihren Gast als auch das Publikum voll einbezieht.



VORBEREITUNG DURCHDACHTER FRAGEN

Um ein wirklich fesselndes Interview zu führen, ist eine durchdachte Fragestellung unerlässlich. In diesem Abschnitt werden wir wichtige Strategien für die Formulierung von Fragen erkunden, die zu aufschlussreichen und sinnvollen Gesprächen mit Ihren Gästen führen.



Machen Sie sich mit ihrem Hintergrund, ihren Leistungen und ihren Fachgebieten vertraut.



Ermutigen Sie zu ausführlichen Antworten und persönlichen Anekdoten.



Schaffen Sie eine angenehme Atmosphäre und vertiefen Sie die Themen.

BEISPIELÜBUNG:

Interview mit dem Geschäftsführer des Esker House Women's Refuge and Support Centre

Zweck: Werbung für die bevorstehende Spendenaktion und Sensibilisierung für die wichtige Arbeit der Organisation.

Anweisungen: Das Esker House Women's Refuge bereitet sich auf seine jährliche Spendenaktion vor. Ihre Aufgabe ist es, eine Reihe von Fragen für ein Interview zu formulieren. Ihr Interview soll die Zuhörer dazu anregen, die Veranstaltung zu besuchen und zu unterstützen, und gleichzeitig alle wichtigen Informationen klar und prägnant wiedergeben. Beginnen Sie damit, Details unter den Überschriften wer, was, wo, wann und warum auszufüllen.



LÖSUNG: DIE 5 W'S



WER

Esker House bietet Frauen und ihren Kindern, die von häuslicher Gewalt betroffen sind, vorübergehend einen sicheren Zufluchtsort und Unterstützung und versorgt sie mit wichtigen Ressourcen und Informationen.

WAS

Jährliches Benefiz-Barbeque

WO

Die Bounty Bar, Coosan, Athlone

WENN

Bank Holiday Monday, 7. Augustth von 2 - 5pm.

WARUM

Beschaffung von Mitteln für das Unterkunftszentrum



LÖSUNG: FRAGEN AN IHREN GESCHÄFTSFÜHRER



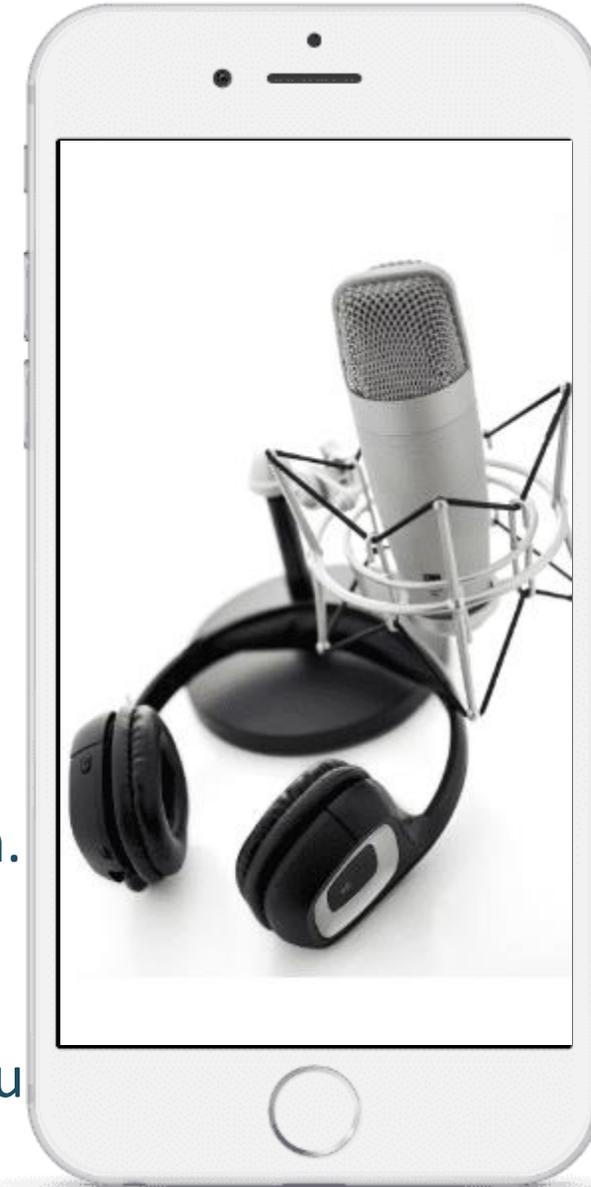
1. Begrüßen Sie sie, nennen Sie ihren Namen und ihre Referenzen für den Zuhörer (*klarer Anfang*)
2. Fragen Sie sie nach ihren Dienstleistungen (*Sensibilisierung*)
3. Können Sie uns etwas über Ihre bevorstehende Spendenaktion erzählen? (*Zweck des Interviews*)
4. Wo wird das Grillfest stattfinden? (*Ort*)
5. Was können die Besucher am Tag der Veranstaltung erwarten? (*Sie müssen wissen, was auf der Veranstaltung passieren wird*)
6. Wie können die Zuhörer Eintrittskarten erwerben oder sind diese am Tag der Veranstaltung erhältlich (*wichtige Informationen*)?
7. Können Sie Zuhörern, die Ihre Dienste benötigen, Ihre Kontaktdaten mitteilen? (*wichtige Informationen*)
8. Vielen Dank an (Name angeben), die Geschäftsführerin des Esker Women's R&S Centre, die sich über Ihre Unterstützung bei ihrer jährlichen Spendenaktion freuen würde. (*Ende löschen*)
9. Eintrittskarten können bei der Veranstaltung, aber auch auf der Esker House-Website esker.ie und telefonisch unter 1900 500 500 erworben werden (*Kontaktinformationen werden wiederholt*).



DIE KUNST DES AKTIVEN ZUHÖRENS

Aktives Zuhören beinhaltet eine Reihe von wichtigen Praktiken.

- ✓ Erstens ist es wichtig, mit Absicht zuzuhören. Das bedeutet, dass Sie nicht nur die Worte hören, sondern auch die Emotionen und subtilen Hinweise Ihres Gastes wahrnehmen.
- ✓ Zweitens: Vermeiden Sie es bewusst, zu unterbrechen. Geben Sie Ihrem Gast den Raum, seine Gedanken vollständig zu artikulieren, bevor Sie Folgefragen stellen.
- ✓ Und schließlich: Zeigen Sie Einfühlungsvermögen. Nehmen Sie sich die Zeit, die Perspektive Ihres Gastes zu erfassen und zeigen Sie echtes Interesse an seinen Erfahrungen...





DIE KRAFT DER ANSCHLUSSFRAGEN

Die Stärke von Folgefragen liegt in ihrer Fähigkeit, tiefere Einblicke zu gewähren und echte Verbindungen zu fördern. Indem Sie die Antworten eines Gastes mit aufmerksamen Nachfragen vertiefen, zeigen Sie nicht nur, dass Sie aufmerksam zuhören, sondern fordern ihn auch auf, seine Gedanken zu vertiefen. Dies führt zu aussagekräftigeren Gesprächen und ermöglicht eine umfassendere Erkundung des Themas.

Folgefragen ermöglichen es Ihnen, komplexe Sachverhalte zu durchdringen, versteckte Nuancen aufzudecken und einen Raum für einen authentischen Dialog zu schaffen. Durch den geschickten Einsatz von Folgefragen haben Sie die Möglichkeit, eine echte Verbindung zu Ihrem Gast herzustellen und die Qualität und Wirkung Ihrer Gespräche zu verbessern.



UMGANG MIT SENSIBLEN THEMEN

Der Umgang mit sensiblen Themen erfordert Fingerspitzengefühl und eine sorgfältige Vorbereitung. Als Interviewer liegt es in unserer Verantwortung, diese Themen mit Respekt, Einfühlungsvermögen und einem tiefen Verständnis für die Gefühle unserer Gäste anzugehen. In diesem Abschnitt werden wir wichtige Strategien für einen rücksichtsvollen und professionellen Umgang mit sensiblen Themen erkunden.

Respektvoll sein

Sprechen Sie sensible Themen mit Einfühlungsvermögen und Verständnis an.

Bereiten Sie Ihren Gast vor

Informieren Sie sie im Vorfeld über mögliche heikle Fragen, um Überraschungen zu vermeiden.

Bieten Sie einen Fluchtweg an

Fühlt sich ein Gast unwohl, wechseln Sie elegant das Thema.

UMGANG MIT UNTERSCHIEDLICHEN PERSPEKTIVEN

Bei Interviews ist die Einbeziehung von Vielfalt entscheidend. Die Einladung von Gästen mit unterschiedlichen Meinungen und Hintergründen bereichert die Diskussionen und bietet eine ausgewogenere und umfassendere Erkundung des Themas. Ihr Publikum erhält so ein differenziertes Verständnis und eine breitere Perspektive.

Unvoreingenommenheit ist wichtig. Indem Sie auf persönliche Voreingenommenheit verzichten, schaffen Sie ein Umfeld, in dem sich die Gäste wohl fühlen, wenn sie ihre Ansichten offen und authentisch mitteilen. Diese Neutralität gewährleistet nicht nur Fairness, sondern fördert auch einen integrativen und respektvollen Dialog zwischen den Teilnehmern.

Die Förderung eines konstruktiven Dialogs ist eine wichtige Fähigkeit. Ermutigen Sie Ihre Gäste, sich auf respektvolle Debatten einzulassen und sich um gegenseitiges Verständnis zu bemühen. Dieser Ansatz fördert nicht nur eine Atmosphäre des intellektuellen Austauschs, sondern führt auch zu einer aufschlussreichen und fesselnden Konversation, die Ihr Publikum aufnehmen und schätzen wird.



KÖRPERSPRACHE UND TONFALL

Wenn es um wirksame Kommunikation geht, können nonverbale Hinweise genauso wirkungsvoll sein wie die Worte, die wir sagen. Die folgenden effektiven Tipps helfen Ihnen, Ihre Körpersprache und Ihren Tonfall zu verbessern, um die Qualität Ihrer Gespräche zu steigern:



Zeigen Sie Aufmerksamkeit und Interesse durch Ihre Körpersprache.



Nutzen Sie positive Gesten, um eine einladende Atmosphäre zu schaffen.



Verwenden Sie einen warmen und einnehmenden Ton, damit sich Ihr Gast wohl fühlt.

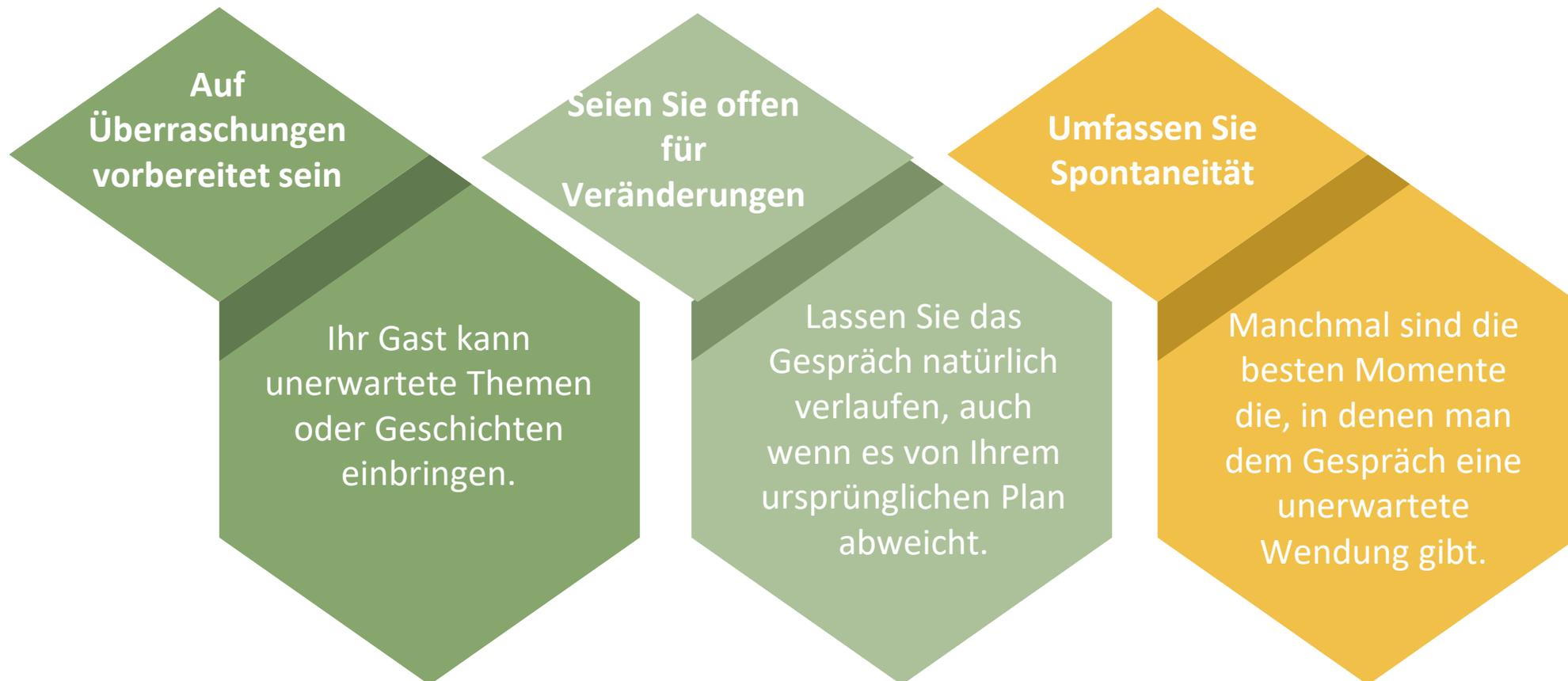
DIE KUNST DER STILLE

- In Interviews ist Stille eine Stärke. Legen Sie Pausen ein, um den Gästen Zeit für tiefere Überlegungen zu geben.
- Überstürzen Sie nichts; lassen Sie sie frei sprechen.
- Strategisch kann eine bewusste Pause einen Punkt unterstreichen oder Emotionen wecken.
- Stille kann, wenn sie klug eingesetzt wird, eine große Wirkung haben.



FLEXIBILITÄT UND ANPASSUNGSFÄHIGKEIT

In Vorstellungsgesprächen ist es wie eine geheime Superkraft, flexibel und anpassungsfähig zu sein. Sie ermöglicht es Ihnen, unerwartete Wendungen mit Leichtigkeit und Anmut zu meistern.



EFFIZIENTES ZEITMANAGEMENT

Ein effektives Zeitmanagement bei Radiointerviews sorgt für einen reibungslosen Ablauf der Sendung. Es stellt sicher, dass alle geplanten Themen behandelt werden, ohne zu hetzen oder wichtige Punkte auszulassen.

Um ein effektives Zeitmanagement zu gewährleisten, sollten Sie diese Richtlinien befolgen:

- ✓ **Fristen einhalten**
Halten Sie sich an die vereinbarte Interviewdauer, um auf den Zeitplan Ihres Gastes Rücksicht zu nehmen.
- ✓ **Auf dem richtigen Weg bleiben**
Konzentrieren Sie sich auf das Gespräch, um alles in der vorgegebenen Zeit zu besprechen.



UMGANG MIT NERVÖSEN GÄSTEN

Die Nerven Ihrer Gäste zu schonen, ist ein häufiger, aber wesentlicher Aspekt eines erfolgreichen Vorstellungsgesprächs. Die Schaffung einer angenehmen und beruhigenden Umgebung ist der Schlüssel zu einem reibungslosen und authentischen Gespräch.

✓ **Beruhigung anbieten**

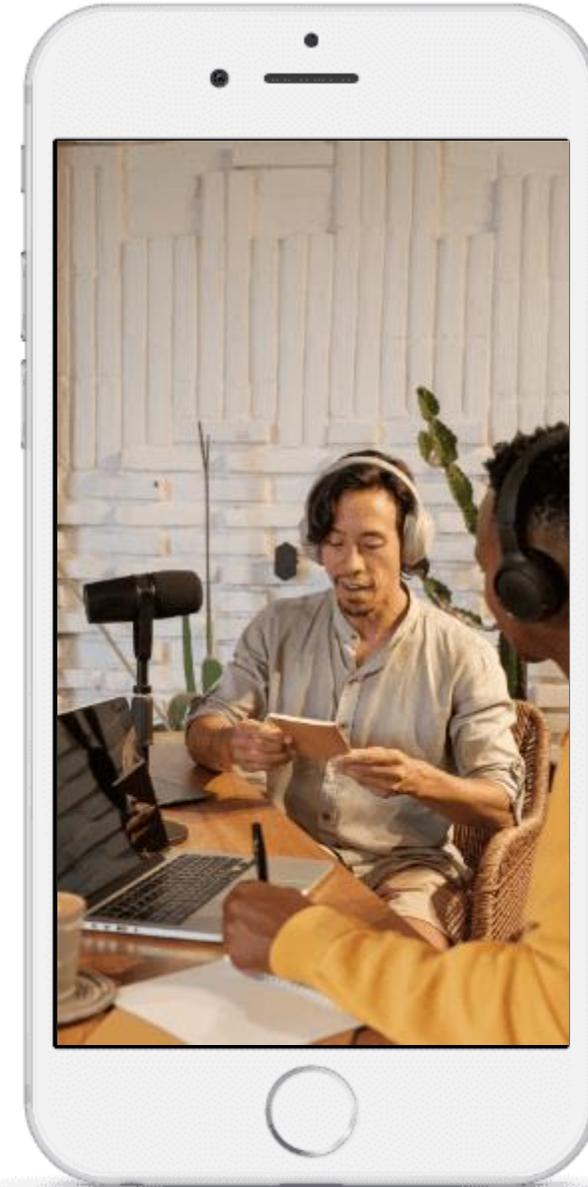
Viele Gäste fühlen sich vielleicht nervös, also erinnern Sie sie daran, dass es sich um einen freundlichen, gesprächigen Rahmen handelt.

✓ **Übungslauf**

Führen Sie vor der Aufnahme einen kurzen Übungslauf oder ein Gespräch durch, um die Nerven zu beruhigen und Vertrauen aufzubauen.

✓ **Einfühlsam sein**

Machen Sie sich bewusst, dass einige Themen heikel sein können, und gehen Sie sie mit Vorsicht und Verständnis an.



UMGANG MIT SCHWIERIGEN GÄSTEN

Der Umgang mit schwierigen Gästen erfordert eine ruhige Hand und einen strategischen Ansatz. Wenn Sie mit solchen Herausforderungen konfrontiert werden, sollten Sie sich an drei Grundsätze halten, um ein effektives Gespräch zu führen:



✓ Ruhe bewahren

Bleiben Sie gelassen und professionell, auch wenn das Gespräch schwierig wird.

✓ Sanft umleiten

Leiten Sie das Gespräch wieder in die richtigen Bahnen, wenn es vom Thema abweicht oder strittig wird.

✓ Bearbeitungen in der Postproduktion

Nehmen Sie bei Bedarf in der Nachbearbeitung kleinere Änderungen vor, um sicherzustellen, dass die endgültige Episode zusammenhängend bleibt.



EINFANGEN DER AUTHENTIZITÄT DES GASTES

Um ein authentisches und überzeugendes Interview zu führen, sollten Sie sich an die drei E's erinnern:



Ermutigen Sie Geschichtenerzählen

Laden Sie die Gäste ein, persönliche Anekdoten und Erfahrungen mitzuteilen, um das Gespräch anschlussfähig zu machen.



Umfassen Sie Emotionen

Geben Sie den Gästen Raum, um ihre Leidenschaften, Herausforderungen und Erfolge authentisch zum Ausdruck zu bringen.



Hervorheben: Menschlichkeit

Zeigen Sie echtes Interesse an der Reise Ihres Gastes und schaffen Sie eine Verbindung, die bei Ihrem Publikum ankommt.



NACH DEM INTERVIEW

Nach Abschluss des Gesprächs sind einige wichtige Schritte zu unternehmen.

- ✓ **Bedanken Sie sich** in erster Linie bei Ihrem Gast für seine Zeit und seine wertvollen Erkenntnisse. Damit zeigen Sie Ihre Wertschätzung für seinen Beitrag zum Gespräch.
- ✓ Als Nächstes sollten Sie sicherstellen, dass es eine **Folgekommunikation** gibt. Lassen Sie Ihren Gast wissen, wann die Episode veröffentlicht wird und teilen Sie ihm alle Pläne für die Werbung mit. So bleiben sie auf dem Laufenden und die Vorfreude auf die Sendung steigt.
- ✓ Vergessen Sie schließlich nicht, **sich um Feedback zu bemühen**. Sprechen Sie Ihren Gast an und fragen Sie ihn nach seiner Meinung über das Interview. Dieser Input ist von unschätzbarem Wert, um Ihre Interviewfähigkeiten zu verbessern und noch bessere Erfahrungen für zukünftige Gäste zu schaffen. Denken Sie daran, dass Sie aus jedem Interview lernen und sich weiterentwickeln müssen, um ein hervorragender Gastgeber zu werden.



LERNEN AUS JEDEM INTERVIEW

Nehmen Sie sich nach jedem Vorstellungsgespräch einen Moment Zeit zum **Nachdenken**. Ermitteln Sie sowohl die Bereiche, in denen Sie gut waren, als auch die Bereiche, in denen Ihr Gesprächsstil verbesserungswürdig ist. Diese Selbsterkenntnis ist wichtig, um Ihre Fähigkeiten zu verfeinern und ein effektiverer Gastgeber zu werden.

Denken Sie daran, dass Lernen ein kontinuierlicher Prozess ist. **Nehmen Sie Feedback und Erkenntnisse an** und nutzen Sie sie, um Ihre Fähigkeiten mit jeder neuen Episode zu verbessern. Jedes Gespräch ist eine Chance, zu wachsen und sich weiterzuentwickeln, also seien Sie offen für neue Ideen und Perspektiven.

Außerdem sollten Sie **den Wert früherer Erfahrungen** nicht unterschätzen. Nutzen Sie sie als Sprungbrett für künftige Gespräche. Was in einem Vorstellungsgespräch gut funktioniert hat, lässt sich oft auf andere übertragen, so dass sich im Laufe der Zeit ein kumulativer Verbesserungseffekt einstellt. Indem Sie auf Ihren Erfahrungen aufbauen, stellen Sie sicher, dass jedes Vorstellungsgespräch besser ist als das letzte.



NUTZUNG VON GASTNETZEN

Die Erschließung des Potenzials von Gastnetzwerken ist eine wirksame Strategie, um die Reichweite und den Einfluss Ihrer Sendung zu vergrößern. Indem Sie die kollektive Stärke der Netzwerke Ihrer Gäste anzapfen, eröffnen Sie Wege für eine breitere Präsenz und ein größeres Engagement. Hier sind drei wichtige Ansätze, um diese Chance zu maximieren:



Arbeiten Sie mit den Gästen zusammen, um die Episode in ihren sozialen Medien und Netzwerken zu verbreiten.



Profitieren Sie von den Zuhörern des Gastes, wenn sie die Episode mit ihrer Community teilen.



Nutzen Sie die Gelegenheit, um dauerhafte Beziehungen zu den Gästen für eine mögliche künftige Zusammenarbeit aufzubauen.



SCHLUSSFOLGERUNG

- ✓ Die Auswahl der Gäste und das Onboarding sind wesentliche Schritte bei der Erstellung überzeugender und vielfältiger Community-Radio- und -Podcast-Inhalte.
- ✓ Die Möglichkeit, ein breites Spektrum an Stimmen, Geschichten und Perspektiven zu präsentieren, bereichert die Inhaltslandschaft.
- ✓ Indem Sie Gäste einladen und willkommen heißen, tragen Sie zu einer lebendigen und inklusiven Medienplattform bei, die die Vielfalt der Stimmen verstärkt und sinnvolle Verbindungen innerhalb Ihrer Gemeinschaft fördert.
- ✓ Denken Sie daran, dass in diesen Interviews **das Herz und die Seele Ihrer Inhalte** wirklich zum Leben erwachen





Co-funded by
the European Union

DANKESCHÖN

Haben Sie Fragen?

www.communityradioproject.eu

