



# fUSCH

fUNK UND SCHULE

UNTERRICHTSMATERIALIEN



fUSCH

UNTERRICHTSREIHE  
fUNK UND SCHULE

Unser besonderer Dank gilt  
Claudia Schall, Chefredakteurin von Radio Köln,  
sowie Rainer Tüschbönner,  
Leiter des Katholischen Bildungswerkes Köln.



## **04** 1. VORWORT

## **06** 2. KONZEPT

06 2.1 Zum Umgang mit dem Material

08 2.2 Lernziele

## **12** 3. UNTERRICHTSREIHE FUSCH

12 3.1 Übersicht Unterrichtsreihe

22 3.2 Bausteine

23 3.2.1 Baustein 1: Kommunikation

26 3.2.2 Baustein 2: Radiolandschaft

27 3.2.3 Baustein 3: Radioprogramm

30 3.2.4 Baustein 4: Radiogeschichte

32 3.2.5 Baustein 5: Rundfunksystem

34 3.2.6 Baustein 6: Radiopraxis

39 3.3 Alternative Verläufe

41 3.3.1 Fächerdiagramm

45 3.4 Radio an der Schule

## **46** 4. ARBEITSBLÄTTER

52 4.1 Radioerfahrung

53 4.2 Sender-Empfänger

54 4.3 Medienwirkung

55 4.4 Radiowand

60 4.5 Senderliste

61 4.6 Darstellungsformen

65 4.7 Sendeuhr

66 4.8 Radiogeschichte

76 4.9 Gesetzliche Grundlagen

79 4.10 Pressekodex

82 4.11 Urheberrechte

84 4.12 Exposee

85 4.13 Interview

89 4.14 Schreiben fürs Hören

91 4.15 Testfragen

94 4.15.1 Testfragen mit Lösungsvorschlag

## **98** 5. RADIOPRAXIS

98 5.1 Durchführung von Radioprojekten

104 5.2 Beispiel-Exposee

105 5.3 Manuskriptbeispiele

105 5.3.1 Beitrag Filmmusik

106 5.3.2 Beitrag Filmclub 813

108 5.3.3 Beitrag Technoszene Köln

109 5.4 Übersicht Hörbeispiele

110 5.5 Zur Unterrichtsreihe „Kultur des Todes“

110 5.5.1 Hörbeispiele

111 5.6 Zur Unterrichtsreihe „Lit.Kid.COLOGNE“

111 5.6.1 Hörbeispiele

111 5.6.2 Interviewfragen an Veranstalter

## **112** 6. LITERATUR UND LINKS

112 6.1 Literatur zur Radioarbeit (in der Schule)

113 6.2 Links

Anhang: Audio-CD

# 1. VORWORT

FUSCH UNTERRICHTSMATERIAL

Die JIM-Studie 2011 des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest zeigt, dass Jugendliche weitaus mehr Radio hören als man vermuten könnte: 82% der Mädchen und 75% aller Jungen schalten laut „JIM-Studie 2011“ mehrmals pro Woche oder sogar täglich das Radio ein.

Diesen Aspekt hat KultCrossing aufgegriffen und mit „FuSch – Funk und Schule“ fächerübergreifende Unterrichtsmodule entwickelt, die viel praxisnahes Know-how über das Medium Radio vermitteln.

Der Berufswunsch „irgendwas mit Medien“ zu machen ist von jungen Menschen immer häufiger zu hören. Es drückt auf der einen Seite aus, dass die Medienbranche offenbar ein spannendes, kreatives und abwechslungsreiches Berufsleben verspricht, sagt aber andererseits auch, dass die Vorstellungen hierüber noch wenig differenziert sind. Mit FuSch – Funk und Schule erleben SchülerInnen selbst wie es ist, Radio zu machen. Dabei werden sie von Branchenprofis begleitet und gewinnen ganz konkrete Einblicke in die verschiedenen Berufsbilder, die das Medium Funk bietet.

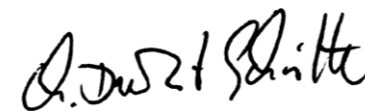
Doch FuSch vermittelt nicht nur Einblicke in die Radiowelt, FuSch fördert auch die Kompetenz der SchülerInnen mit Medien und medial verbreiteten Inhalten umzugehen. Zudem bietet das Thema Radio eine Fülle von inhaltlichen Schnittstellen zu zahlreichen Unterrichts-

fächern. Mit dem vorliegenden Material können Unterrichtsreihen zur Medienkompetenzförderung ganz konkret geplant und durchgeführt werden.

Ein Blick in der Erklärung der Kultusministerkonferenz vom März 2012 zeigt wie richtig KultCrossing sowohl thematisch als auch inhaltlich mit FuSch liegt. Die Kultusminister erklären, dass die Medienbildung zum Bildungsauftrag der Schule gehört. Medienkompetenz sei neben Lesen, Rechnen und Schreiben eine weitere wichtige Kulturtechnik geworden. Als wichtigste Dimensionen in der Medienbildung sehen sie die Qualitätsförderung des Lehrens und Lernens durch Medien, die Möglichkeit zur gesellschaftlichen und kulturellen Teilhabe und Mitgestaltung, die Identitäts- und Persönlichkeitsbildung der Heranwachsenden, der Ausbildung von Haltungen, Wertorientierungen und ästhetischem Urteilsvermögen sowie den notwendigen Schutz vor negativen Wirkungen der Medien und des Mediengebrauchs.

Die gemeinnützige KultCrossing GmbH zur Förderung der kulturellen und ästhetischen Bildung steht Ihnen bei der Planung und Durchführung Ihrer FuSch Unterrichtsreihe gerne zur Verfügung. Denn auch die Kooperation mit außerschulischen Bildungs- und Kulturinstitutionen wird von der Kultusministerkonferenz ausdrücklich empfohlen.

In diesem Sinne wünschen wir gutes Gelingen und viel Erfolg!



Christian DuMont Schütte  
Geschäftsführender Gesellschafter  
KultCrossing gemeinnützige GmbH



Christa Schulte  
Studienrätin, Geschäftsführerin  
KultCrossing gemeinnützige GmbH

## 2. KONZEPT

### 2.1 ZUM UMGANG MIT DEM MATERIAL

Die Unterrichtsreihe „Funk und Schule“ gliedert sich in sechs verschiedene thematische Bausteine auf, für die es jeweils Arbeitsblätter und methodisch-didaktische Hinweise gibt. Für die Umsetzung in der Schule bietet es sich an, alle Bausteine in der beschriebenen Reihenfolge zu realisieren. Die Bausteine können aber auch anders angeordnet werden oder einzeln für sich stehen.

Am Ende der Reihe kann eine ganze Radiosendung stehen, die in der Schule oder auch im Bürgerfunk eines Lokalsenders ausgestrahlt wird. Es können aber auch einzelne Beiträge entstehen, die auf der Schulhomepage veröffentlicht werden. Das Thema Radio kann allerdings auch behandelt werden, ohne eigene Beiträge zu produzieren.

#### *Baustein 1: Kommunikation*

Dieser Baustein ist als Einstieg in die Unterrichtsreihe gedacht. Der Film „Als die Marsmenschen kamen – Ein Hörspiel und seine Folgen“ bietet viel Stoff für Diskussionen über die Wirkung von Medien. Die SchülerInnen sollen weiterhin ihre eigene Radionutzung reflektieren und das Grundprinzip von öffentlicher Kommunikation verstehen.

#### *Baustein 2: Radiolandschaft*

Im zweiten Baustein geht es um die Auseinandersetzung mit den Strukturen der (lokalen) Radiolandschaft. Wie finanzieren sich Radiosender? Welche Zielgruppen haben sie? Die Ergebnisse einer Recherche können als Wandzeitung festgehalten und in der Schule veröffentlicht werden.

#### *Baustein 3: Radioprogramm*

In Baustein 3 ist Hinhören gefragt, denn die SchülerInnen sollen die verschiedenen Darstellungsformen im Radio kennen lernen. Entsprechende Hörbeispiele finden sich auf der beiliegenden Audio-CD und im Netz unter [www.kultcrossing.de](http://www.kultcrossing.de). Zudem bekommen die



SchülerInnen die Möglichkeit, sich selbst als Programmplaner auszuprobieren.

#### **Baustein 4: Radiogeschichte**

Hier geht es um die wechselvolle Geschichte des Rundfunks in Deutschland. Von der Entdeckung der elektromagnetischen Wellen durch Heinrich Hertz, über die Bedeutung des Radios für die Nationalsozialisten bis hin zum Aufbau des dualen Systems mit öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern und einem Ausblick auf zukünftige Radio-/Mediennutzung, bieten sich SchülerInnen viele Ansätze zur thematischen Vertiefung.

#### **Baustein 5: Rundfunksystem**

Im fünften Baustein wird das heutige Rundfunksystem unter die Lupe genommen. Hier geht es um eine praktische Auseinandersetzung mit gesetzlichen und urheberrechtlichen Grundlagen und das Selbstverständnis journalistischer Arbeit.

#### **Baustein 6: Radiopraxis**

Mit diesem Baustein wird es praktisch, denn die SchülerInnen sollen an eigenen Beiträgen arbeiten. Dazu gehören die Planung in einem Exposee, die Vorbereitung von Interviews und das Schreiben von Texten, die fürs Hören

gedacht sind. Die Inhalte der Beiträge können sich nach dem Themenspektrum des jeweiligen Faches richten, an dem die Unterrichtsreihe angedockt wird.

Wenn sendefähige Radiobeiträge oder gar eine ganze Sendung entstehen sollen, ist eine externe Begleitung durch einen Medienpädagogen oder Journalisten sinnvoll. Dann kann auch gezielt an der „Spreche“ der SchülerInnen gearbeitet werden, damit auch abgelesene Texte nicht abgelesen klingen. Da praktische Arbeit in einem Radioprojekt sehr betreuungsintensiv ist, macht es Sinn, die Größe der Gruppe zu begrenzen.

## **2.2 LERNZIELE**

Das Medium Radio wird seit den 1970er Jahren erfolgreich in der medienpädagogischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen eingesetzt. In den Anfängen wurde mit dem Tonband aufgenommen und die Bänder mit den Aufnahmen wurden tatsächlich mit einer Schere auseinander geschnitten.

Inzwischen hat die digitale Technik auch beim Hörfunk Einzug gehalten. Durch digitale Auf-

nahmegeräte und teilweise kostenfreie Schnittprogramme für den PC ist es nicht nur einfacher geworden, eigene Produktionen zu erstellen, sondern auch kostengünstiger. Da der richtige Umgang mit Mikrofon und Aufnahmegerät recht schnell gelernt ist, kann die Technik bei der Hörfunkarbeit in den Hintergrund treten und so den Blick auf Interviewpartner und Klanglandschaften freigeben. Die handlungsorientierte Radioarbeit ist also technisch niedrighchwellig und daher stark thematisch ausgerichtet.

Für eine Radiosendung können globale, lokale oder ganz persönliche Themen behandelt werden, es braucht Reporter, Moderatoren und Techniker, die Musik muss ausgewählt werden, vielleicht wird auch eine Geschichte geschrieben und als Hörspiel vertont. Bei all diesen Tätigkeiten können SchülerInnen einbezogen werden. Sie entwickeln dabei ihre Medienkompetenz in verschiedenen Dimensionen (folgende Ausdifferenzierung orientiert sich an Prof. Dr. Dieter Baacke, der den Begriff „Medienkompetenz“ in den 1970er-Jahren geprägt hat):

#### **Medienkunde**

Gemeint ist das pure Wissen über Medien und Mediensysteme, wie z.B. die Struktur des Rundfunksystems oder die journalistische Arbeitsweise. Durch die praktische Radioarbeit erlernen SchülerInnen auch, wie digitale Aufnahmegeräte und Schnittprogramme bedient werden.

#### **Medienkritik**

SchülerInnen sollen dazu angeregt werden, Medieninhalte zu beurteilen und Medienentwicklungen kritisch und differenziert zu betrachten.



### Mediennutzung

Die eigene Mediennutzung soll reflektiert und kompetent gestaltet werden. Durch den Wechsel vom Konsumenten zum Produzenten im Rahmen eines Radioprojekts kann die eigene Mediennutzung hinterfragt werden.

### Mediengestaltung

Medien verändern sich ständig und es steht jedem frei, neue Inhalte kreativ gestaltend einzubringen. SchülerInnen bekommen die Möglichkeit, an öffentlicher Kommunikation teilzuhaben und sich mit eigenen ästhetischen Gestaltungsdimensionen einzubringen.

Eine ausgeprägte Medienkompetenz ermöglicht das selbstbestimmte Handeln und

Bewegen in Medienwelten. Die handlungsorientierte Radioarbeit kann dabei einen wichtigen Beitrag leisten. Durch den angesprochenen Perspektivwechsel vom Konsumenten zum Produzenten erleben TeilnehmerInnen den Unterschied zwischen privater und öffentlicher Kommunikation. Hier öffnet sich eine Schnittstelle zu einem zentralen Thema der aktuellen medienpädagogischen Debatte. Denn durch Web 2.0-Anwendungen wie Social Networks und die Möglichkeiten mobiler Kommunikation rückt der Übergang zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit immer mehr in den Fokus. Vor allem in jugendlichen Lebenswelten gibt es derzeit einen Trend zur medialen Inszenierung. Um sich in diesem Spannungsfeld zu verorten, bedarf es einer aktiven Aus-

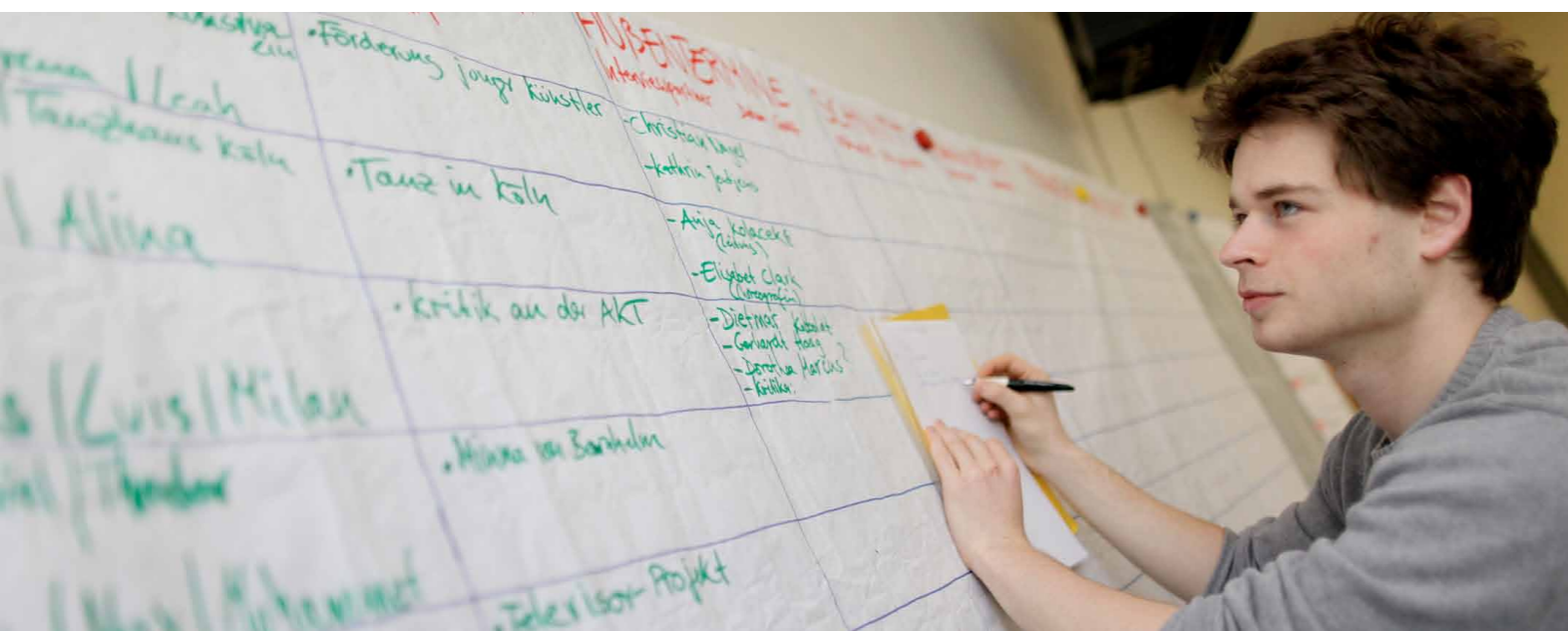


einandersetzung. Handlungsorientierte Radioarbeit kann dieses Thema aufgreifen und dazu beitragen, gelungene Kommunikationsakte entstehen zu lassen.

Neben dem beschriebenen Lernziel „Medienkompetenz“ können über die Radioarbeit vor allem auch soziale Kompetenzen gefördert werden. Radiosendungen entstehen in Gruppenarbeit und alle Beteiligten müssen sich entsprechend arrangieren, um auf ein gemeinsames Ziel hin zu arbeiten. Zudem hat die Auseinandersetzung mit Sprache in der Radioarbeit eine besondere Bedeutung. SchülerInnen arbeiten an verständlichen Beitragstexten, um Informationen gezielt an die Hörer zu vermitteln und erweitern dabei ihre Sprachkompetenz.

Dabei ist die reine Darstellungsform im Radio fast schon überholt. Alle Radiosender bieten heute auch ein umfangreiches Online-Angebot an und präsentieren dort neben Audiobeiträgen auch Texte, Fotos, Bewegtbilder und viele Möglichkeiten zur Interaktion. Auch in diesem Bereich der crossmedialen journalistischen Arbeitsweise können SchülerInnen praktische Erfahrungen sammeln.

Ein Ziel der Radioarbeit ist natürlich auch immer die Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Thema. Ein Radioprojekt bietet einen spannenden und praktischen Zugang in vielfältige Themenfelder aus allen Unterrichtsfächern (siehe dazu Kapitel 3.3 Alternative Verläufe).



# 3. UNTERRICHTSREIHE fUSCH

## 3.1 ÜBERSICHT UNTERRICHTSREIHE U-EINHEIT (Je 3 U-STUNDEN)

### U-EINHEIT 1

#### **Baustein**

Baustein 1: Kommunikation

#### **Inhalt**

##### **Medienwirkung**

- Einstieg mit Film „Als die Marsmenschen kamen“
- Film ansehen und anhand Leitfragen besprechen
- Ausblick auf U-Reihe geben

#### **Ziel**

Wirkung von Massenmedien reflektieren

#### **Material**

- Film „Als die Marsmenschen kamen. Ein Hörspiel und seine Folgen“
- AB 3 Medienwirkung

#### **Methoden**

- Filmbesprechung
- Plenum

#### **Hinweise**

Film bietet Einstieg ins Thema Radio (auch in seiner historischen Bedeutung).

SchülerInnen sollen bis zur nächsten U-Einheit bewusst Radio hören.

### U-EINHEIT 2

#### **Baustein**

Baustein 1: Kommunikation

#### **Inhalt**

##### **Radioerfahrung**

SchülerInnen reflektieren eigene Hörge-  
wohnheiten anhand eines Fragebogens  
und tauschen sich darüber aus.

##### **Sender-Empfänger**

SchülerInnen probieren verschiedene  
Kommunikationswege, um in Partnerarbeit  
eine Botschaft von einem Sender zu einem  
Empfänger zu schicken.

#### **Ziel**

Auseinandersetzung mit eigener Radio-  
nutzung anregen und das Grundprinzip  
von Kommunikation (Sender – Botschaft –  
Empfänger) erfahren

#### **Material**

- AB 1 Radioerfahrung
- AB 2 Sender-Empfänger

#### **Methoden**

- Einzelarbeit
- Plenum
- Partnerarbeit

#### **Hinweise**

Die beiden Übungen bieten spielerischen  
Zugang, damit SchülerInnen eigene Radio-  
nutzung reflektieren (und sich selbst als  
Teil einer Zielgruppe begreifen) und die  
Grundlagen der (Massen-)Kommunikation  
verstehen.

## U-EINHEIT 3

### Baustein

Baustein 2: Radiolandschaft

### Inhalt

#### Lokale Radiolandschaft

Rechercheauftrag für SchülerInnen, um bestimmte Informationen über eine Auswahl (lokaler) Radiosender zu sammeln. Kleingruppen recherchieren jeweils zu einem Teil der Sender und veröffentlichen Ergebnisse an Wandzeitung.

### Ziel

- Erkunden des (lokalen) Radioangebots
- Unterscheidung der verschiedenen Sender anhand klarer Kriterien
- Übersicht zur Radiolandschaft bekommen

### Material

- AB 4 Radiowand
- AB 5 Senderliste
- Computer mit Internetzugang
- Auszüge aus aktueller Media-Analyse (ma)
- Infomaterial von Sendern

### Methoden

- Kleingruppen
- Plenum
- Hausaufgaben

### Hinweise

In dieser Übung wird das lokale und überregionale Radioangebot unter die Lupe genommen.

Die Arbeit der Kleingruppen kann über eine Hausaufgabe gesichert werden.

## U-EINHEIT 4

### Baustein

Baustein 2: Radiolandschaft

### Inhalt

#### Lokale Radiolandschaft

Die Arbeit an der Radiowand wird fortgesetzt.

### Ziel

s.o.

### Material

s.o.

### Methoden

- Kleingruppen
- Plenum

### Hinweise

Die Radiowand kann als eigenständiges Produkt der U-Reihe veröffentlicht werden.

## U-EINHEIT 5

### Baustein

Baustein 3: Radioprogramm

### Inhalt

#### Radio von A-Z

Anhand verschiedener Hörbeispiele werden die Elemente und Beitragsformen im Radio vorgestellt und unterschieden.

### Sendeuhr

SchülerInnen planen eine Stunde Radioprogramm nach eigenen Kriterien.

### Ziel

- Unterscheidung verschiedener Beitragsformen

- Elemente kennen lernen, aus denen ein Radioprogramm aufgebaut ist
- Wissen um die Darstellungsformen praktisch umsetzen

### Material

- AB 6 Darstellungsformen
- Hörbeispiele (von CD oder aus Internet)
- Abspielmöglichkeit
- AB 7 Sendeuhr

### Methoden

- Klassengespräch
- Höranalyse
- Einzelarbeit
- Plenum

### Hinweise

Diese beiden Übungen liefern eine wichtige Grundlage für die praktische Radioarbeit. Die verschiedenen Darstellungsformen können an der Tafel gesammelt werden. Rückbezug zur Radiowand: Das Zusammenspiel der Radioelemente bestimmt das Format.

## U-EINHEIT 6

### Baustein

Baustein 4: Radiogeschichte

### Inhalt

#### Geschichte des Radios

SchülerInnen setzen sich in Kleingruppen mit verschiedenen Zeitabschnitten der Radiogeschichte auseinander und stellen ihre Ergebnisse der Klasse vor.

### Ziel

- Kennenlernen der wichtigsten Perioden der Hörfunkgeschichte

- Bedeutung des Radios in verschiedenen zeitlichen Epochen verstehen
- Technische Meilensteine in der Rundfunkgeschichte kennen lernen

### Material

- AB 8 Radiogeschichte
- Computer mit Internetzugang
- Mikrofon und Verstärker

### Methoden

- Kleingruppen
- Plenum

### Hinweise

Über diese Übung erfahren SchülerInnen Hintergrundwissen. Für Präsentation der Ergebnisse gehen Kleingruppen mit Mikrofon auf den Flur (langes Kabel!) und sind im Klassenraum nur durch ihre Stimme präsent. Dadurch wird Theorie mit anstehender Radiopraxis verknüpft.

## U-EINHEIT 7

### Baustein

Baustein 5: Rundfunksystem

### Inhalt

#### Gesetzliche Grundlagen

SchülerInnen setzen sich mit gesetzlichen Grundlagen auseinander und überlegen sich als Redakteure von „Radio Saubande“, wie sie dagegen verstoßen können.

### Pressekodex

Beim fiktiven Sender „Radio Saubande“ verstoßen die SchülerInnen ganz bewusst auch gegen den Pressekodex.

## Urheberrecht:

Das Thema Urheberrecht wird anhand von Leitfragen in der Klasse erarbeitet.

### Ziel

- Gesetzliche Grundlagen zum deutschen Rundfunksystem kennen lernen
- Unterschiede zwischen Ansprüchen im professionellen Journalismus und im Bürgerfunk deutlich machen
- Gesetzliche Grundlagen zum Urheberrecht kennen lernen

### Material

- AB 9 Gesetzliche Grundlagen: Computer mit Internetzugang
- AB 10 Pressekodex: Computer mit Internetzugang
- AB 11 Urheberrechte / klicksafe-Flyer: Musik im Netz + Nicht alles, was geht, ist auch erlaubt (siehe [www.klicksafe.de/materialien](http://www.klicksafe.de/materialien))

### Methoden

- Kleingruppen
- Plenum

### Hinweise

Die Übung zu den gesetzlichen Grundlagen und zum Pressekodex werden unter dem Dach von „Radio Saubande“ miteinander kombiniert. Die Kleingruppen erhalten als fiktive Redakteure den Arbeitsauftrag, gegen die Vorgaben zu verstoßen. Im Klassengespräch wird dann nochmal besprochen, wie ein „anständiger“ Sender gehandelt hätte.

Bei der Übung zum Thema Urheberrecht helfen Flyer der EU-Initiative klicksafe, um SchülerInnen konkrete Tipps zu geben.

## U-einheit 8

### Baustein

Baustein 6: Radiopraxis

### Inhalt

#### Technik 1 - Aufnahmetechnik

SchülerInnen üben den Umgang mit Mikro und Rekorder. Aufnahmen werden auf PC übertragen und angehört.

#### Start Sendeplanung

Sendeplan wird vorgestellt und eine erste Redaktionssitzung wird abgehalten.

### Ziel

- Umgang mit Aufnahmetechnik lernen
- Wirkung der eigenen Stimme erfahren
- Erstes Sammeln von Beitragsthemen

### Material

- Aufnahmegerät
- Abspielmöglichkeit
- Schnitt-PC
- Sendeplan als Wandzeitung (wird im Laufe der nächsten Wochen gefüllt)

### Methoden

- Praktische Übung
- Redaktionssitzung

### Hinweise

Es wird praktisch. Die Technik der Aufnahmegeräte müssen die SchülerInnen beherrschen, damit sie später Interviews durchführen können.

Eine erste Redaktionssitzung findet statt, in der zunächst nur Themenvorschläge gesammelt werden. Von jetzt an wird es in



jeder Stunde eine Redaktionssitzung geben zum Stand der Sendeplanung.

## U-einheit 9

### Baustein

Baustein 6: Radiopraxis

### Inhalt

#### Interview

Die SchülerInnen interviewen sich mit wechselnden Aufträgen gegenseitig und erarbeiten darüber hinaus im Klassengespräch die Grundlagen der Interviewführung.

#### Redaktionssitzung

Eingrenzung der Themen

### Ziel

- Grundlagen der Interviewführung kennen lernen
- Beitragsthema finden

### Material

- AB 13 Interview: Aufnahmegeräte
- Hörbeispiele
- Abhörmöglichkeit

- Anweisungen für Interviewer und Interviewte
- AB 12 Exposee: Sendeplan

### Methoden

- Praktische Übung
- Redaktionssitzung
- Hausaufgabe

### Hinweise

Die Interviewübung ist wichtig, denn bei den echten Interviews sind die SchülerInnen allein und müssen sowohl Technik wie auch Interviewpartner „im Griff“ haben.

In einer weiteren Redaktionssitzung bilden sich Gruppen heraus, die einzelne Themen übernehmen. Hausaufgabe: Die SchülerInnen schreiben alleine oder in der Gruppe ein Exposee für einen Radiobeitrag zum konkreten Thema.

## U-EINHEIT 10

### Baustein

Baustein 6: Radiopraxis

### Inhalt

#### Schreiben fürs Hören

Nach der Unterscheidung zwischen Lese- und Hörtexten schreiben die SchülerInnen eigene Texte nach den Regeln der Radiosprache.

#### Redaktionssitzung

- Exposee vorstellen
- Darstellungsform wählen und Interviewpartner aussuchen

#### Ziel

- Grundlagen der Radiosprache kennen lernen
- Beitragsplanung konkret machen

#### Material

- AB 14 Schreiben fürs Hören: Exposee der SchülerInnen
- AB 6 Darstellungsformen
- Computer mit Internetzugang
- Sendeplan

#### Methoden

- Einzelarbeit
- Kleingruppen
- Plenum

- Redaktionssitzung
- praktische Übung

### Hinweise

Da sich das Schreiben fürs Radio von der gängigen Schriftsprache unterscheidet, tun sich hier einige Schüler schwer.

In der Redaktionssitzung werden die Exposees vorgestellt und es wird besprochen, in welcher Form der Beitrag umgesetzt werden soll.

Wenn möglich, sollen konkrete Interviewpartner benannt werden. Die U-Einheit kann auch dazu genutzt werden, schon erste Kontakte per Mail oder Telefon aufzunehmen, um Interviewtermine abzusprechen.

## HAUSAUFGABEN

### Baustein

Baustein 6: Radiopraxis

### Inhalt

**Außentermine:** Interviews durchführen

#### Ziel

Eigene Hörfunkbeiträge produzieren, veröffentlichen und bewerten

#### Material

Aufnahmegeräte



### Methoden

praktische Übung

### Hinweise

Die Aufnahmegeräte werden anhand der Sendeplanung unter den SchülerInnen weiter gegeben.

- Eigene Hörfunkbeiträge produzieren, veröffentlichen und bewerten

### Material

- PCs mit Schnittprogramm (maximal 3 SchülerInnen pro Rechner)
- Aufnahmegeräte
- Sendeplan

## U-EINHEIT 11

### Baustein

Baustein 6: Radiopraxis

### Inhalt

#### Technik 2 - PC-Schnitt

Einführung ins Schnittprogramm, Aufnahmen anhören und auf PC überspielen.

#### Redaktionssitzung

Stand der Dinge bei den Aufnahmen und Beiträgen.

#### Zusätzliche Aufgaben verteilen

Moderation, Musikredaktion, Technik, Sendeplanung (CvD)

#### Ziel

- Bedienung des Schnittcomputers erlernen

### Methoden

- Praktische Übung
- Redaktionssitzung

### Hinweise

Die SchülerInnen sollen ihre Beiträge möglichst eigenständig schneiden. Hier beginnt eine Phase, in der die einzelnen Gruppen sehr individuell arbeiten mit dem Ziel, ihren Beitrag fertig zu produzieren.

Gleichzeitig können die weiteren Schritte angegangen werden, die zur Produktion einer Sendung nötig sind. Dafür müssen vor allem SchülerInnen gefunden werden, die für die Moderation in Frage kommen. Weiterhin können SchülerInnen die Aufgaben der Musikredaktion und Sendeplanung übernehmen. Auch eine spezielle Technikgruppe ist hilfreich, die anderen SchülerInnen bei Bedarf helfen kann.



## U-einheit 12

### Baustein

Baustein 6: Radiopraxis

### Inhalt

Besuch Radio Köln

### Ziel

Echten Radiosender kennen lernen

### Material

-

### Methoden

Außentermin

### Hinweise

Beim Besuch können einzelne SchülerInnen ihre Beitragsthemen vorstellen und bekommen eine Rückmeldung.

## U-einheit 13

### Baustein

Baustein 6: Radiopraxis

### Inhalt

#### Produktion

Schneiden der O-Töne und Schreiben der Sprechertexte.

#### Redaktionssitzung

Stand der Dinge bei den Beiträgen

### Ziel

Eigene Hörfunkbeiträge produzieren, veröffentlichen und bewerten

### Material

- PCs mit Schnittprogramm  
- Sendeplan

### Methoden

- Praktische Übung  
- Redaktionssitzung

### Hinweise

Je nach Bedarf, arbeiten die SchülerInnen an ihren Beiträgen oder an den zusätzlichen Aufgaben.

## U-einheit 14

### Baustein

Baustein 6: Radiopraxis

### Inhalt

#### Produktion

Schneiden der O-Töne und Schreiben der Sprechertexte.

#### Redaktionssitzung

Stand der Dinge bei den Beiträgen. Planung der Sendung.

### Ziel

Eigene Hörfunkbeiträge produzieren, veröffentlichen und bewerten

### Material

- PCs mit Schnittprogramm  
- Sendeplan

### Methoden

- Praktische Übung  
- Redaktionssitzung

### Hinweise

Die Beiträge sollten soweit vorbereitet sein, dass die O-Töne geschnitten und transkribiert wurden und der Sprechertext fertig geschrieben ist.

Auch die Sendung wird nun fertig geplant.

## U-einheit 15

### Baustein

Baustein 6: Radiopraxis

### Inhalt

#### Produktion der Sendung

### Ziel

Eigene Hörfunkbeiträge produzieren, veröffentlichen und bewerten

### Material

- Radiostudio  
- USB-Sticks mit den fertig geschnittenen O-Tönen  
- Manuskripte

### Methoden

Außentermin im Studio

### Hinweise

Im Radiostudio werden zunächst alle Beiträge fertig produziert und anschließend wird die Sendung unter Livebedingungen gefahren.



## U-einheit 16

### Baustein

-

### Inhalt

#### Rückmeldung

Die produzierte Sendung wird gemeinsam angehört. SchülerInnen bekommen Rückmeldungen zu ihren Beiträgen.

### Ziel

Eigene Hörfunkbeiträge produzieren, veröffentlichen und bewerten

### Material

- Fertige Sendung
- Abhörmöglichkeit

### Methoden

Plenum

### Hinweise

Die Sendung kann in gemütlicher Runde gehört werden. Die SchülerInnen sind eingeladen, Rückmeldungen zu den Beiträgen zu geben.

## U-einheit 17

### Baustein

-

### Inhalt

#### Leistungsüberprüfung

### Ziel

Lernkontrolle

### Material

AB 15 Testfragen

### Methoden

Leistungsüberprüfung

### Hinweise

Die Testfragen richten sich nach den Inhalten, die in den Arbeitsblättern behandelt werden.

## U-einheit 18

### Baustein

-

### Inhalt

#### Abschluss

Rückblick, Ausblick, Rückmeldungen  
Leistungsüberprüfung, festlicher Ausklang.

### Ziel

Reflexion des Radioprojekts

### Material

-

### Methoden

Plenum

### Hinweise

In einer letzten U-Einheit ist nochmal Raum, das gesamte Radioprojekt zu besprechen.

## 3.2 BAUSTEINE

Im Folgenden werden die sechs Bausteine der Unterrichtsreihe näher beschrieben. Neben einer Übersicht zu Zielen und Inhalten finden

sich jeweils auch methodisch-didaktische Hinweise zur konkreten Umsetzung. Diese beziehen sich größtenteils auf die Übungen und Arbeitsblätter, die im anschließenden Kapitel 4 zu finden sind.

### 3.2.1 BAUSTEIN 1: KOMMUNIKATION

#### Thema

Kommunikation / Einstieg ins Thema

#### Ziele

- Auseinandersetzung mit eigenen Hörgewohnheiten anregen
- Grundprinzip von Kommunikation (Sender – Botschaft – Empfänger) erfahren
- Wirkung von Medien reflektieren

#### Inhalte

Auch wenn das Radio ein „altes“ Medium ist, bleibt es bei Kindern und Jugendlichen beliebt. Laut JIM-Studie vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs) hören rund drei Viertel der Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren regelmäßig Radio (JIM-Studie 2011). Allerdings nehmen Jugendliche das Radio zunehmend als Online-medium wahr und wählen ihren Sender über das Internet.

Ob sich diese Zahlen auf die SchülerInnen in der Unterrichtseinheit übertragen lassen, kann in diesem Baustein überprüft werden. Denn alle SchülerInnen werden zur Auseinandersetzung mit ihren eigenen Radioerfahrungen aufgefordert.

Rundfunk ist öffentliche Kommunikation. Viele Ansätze der Kommunikationsforschung gehen

von dem grundsätzlichen Modell aus, dass ein Sender eine Botschaft an einen Empfänger richtet. Dieses Sender-Empfänger-Modell sollen die SchülerInnen mit einer kleinen Übung nachvollziehen.

Welche drastischen Auswirkungen ein Radioprogramm haben kann, zeigte sich am 30. Oktober 1938 in den USA. Denn während der Ausstrahlung des Hörspiels „Krieg der Welten“ von Orson Wells brach eine Massenpanik aus, weil die Zuhörer die Ankunft der Marsmenschen für real hielten. Ein Dokumentarfilm zu diesem Ereignis bietet eine gute Grundlage für Diskussionen über die Macht der Medien.

#### Arbeitsblätter / Einheiten

- AB 1 Radioerfahrung
- AB 2 Kommunikation
- AB 3 Medienwirkung

#### Methodische Hinweise

Die drei Einheiten „Radioerfahrung“, „Sender-Empfänger“ und „Medienwirkung“ sind jeweils als eigenständiger Einstieg in das Thema „Radio“ denkbar. Sie können aber natürlich auch aufeinander aufbauend umgesetzt werden.

#### AB 1 Radioerfahrung

Das Arbeitsblatt „Radioerfahrung“ ist ein kleiner Fragebogen mit vier Fragen, der an die SchülerInnen verteilt wird (1. Wann und wo hörst du Radio? 2. Wie lange hörst du am Tag Radio? 3. Welche Sender hörst du? 4. Warum schaltest du bestimmte Sender ein? 5. Hast du selbst schon etwas veröffentlicht?). Die SchülerInnen bekommen ca. 15 Minuten Zeit zur Reflexion und zum Ausfüllen des Bogens.

Dann stellen alle SchülerInnen ihre Ergebnisse der Klasse vor.

### Erweiterungen

- Einsammeln der Blätter für spätere Dokumentation oder Aufhängen in der Klasse für weitere Auseinandersetzung.
- Ergebnisse können weiter ausgewertet werden. So kann eine Statistik zu den Orten und Zeiten entstehen, an denen die SchülerInnen Radio hören oder ein Ranking der Lieblingssender erstellt werden.
- Die Kriterien für gutes Radio (Frage 4) können später aufgegriffen werden, wenn es um die Besprechung von (eigenen) Beiträgen geht.

### Organisationsform

- Einzelarbeit
- Plenum

### Material

- Fragebögen
- Stifte

### Zeitangabe

1 Unterrichtsstunde

## AB 2 Sender-Empfänger

Die grundsätzliche Idee des Sender-Empfänger-Modells wird an Tafel erläutert (siehe dazu auch das Arbeitsblatt):

Sender → Botschaft → Empfänger

Es werden Zweiergruppen gebildet und die SchülerInnen übernehmen wechselseitig die Rollen von Sender und Empfänger. Der Sender denkt sich nun eine beliebige Botschaft aus

und richtet diese an den Empfänger. Dabei sollen verschiedene Wege der Kommunikation ausprobiert werden (schriftlich, mündlich mit/ ohne Blickkontakt). Nach jedem Kommunikationsvorgang soll ein Austausch darüber erfolgen, ob und wie die jeweilige Botschaft angekommen ist.

In der Zweiergruppe sollen dann folgende Fragen diskutiert werden:

- Woher wissen wir, ob eine Botschaft angekommen ist?
- Über welchen Weg kommt eine Botschaft am besten beim Empfänger an?
- Was ist der Unterschied zwischen der Kommunikation von zwei Menschen in einem Raum und der Kommunikation über das Radio?
- Was ist beim Radio zu beachten, damit die Botschaften beim Empfänger ankommen?

### Erweiterungen

- Fragen können auch im Plenum besprochen und ergänzt werden
- Weitere Kommunikationswege können probiert werden (Anruf, Aufnahme einer Botschaft mit dem Handy – Empfänger hört alleine ab, ...)

### Organisationsform

- Partnerarbeit

### Material

- Arbeitsblatt Sender-Empfänger
- Zettel und Stift

### Zeitangabe

1 Unterrichtsstunde

## AB 3 Medienwirkung

Folgender Film wird im Unterricht angeschaut:

Als die Marsmenschen kamen - Ein Hörspiel und seine Folgen. (Org: Martian Mania: The True Story of The War of the Worlds), USA, 1998, 43 Minuten

Der Film kann über die gemeinnützige KultCrossing GmbH ausgeliehen werden.

### Inhalt

30. Oktober 1938: Sechs Millionen Amerikaner verfolgen an ihren Radios den Live-Bericht eines Reporters, der eine Schreckensmeldung nach der anderen verkündet, bis schließlich das Funksignal abbricht. Sie sind da! Die Marsmenschen sind gelandet. Unzählige Zuhörer laufen auf die Straßen, verlassen fluchtartig die Städte oder verbarrikadieren sich in ihren Häusern - die Massenpanik löst ein Chaos aus. Was die Zuhörer nicht wissen: Bei dem vermeintlichen Live-Bericht handelt es sich um ein Hörspiel: Orson Welles' „Krieg der Welten“.

Die Dokumentation beschreibt die Ereignisse rund um die Sendung des Hörspiels „Krieg der Welten“ von Orson Welles nach H.G. Wells bei seiner ersten Ausstrahlung am Vorabend von Halloween 1938. Die Bedeutung des Radios als damals wichtigstem Massenmedium wird herausgestellt und aufgezeigt, welche Umstände zu der Panik nach der Übertragung führte, da die Menschen das geschickte Hörspiel für echt hielten.

Auf Grundlage des Films kann die Rolle des Radios und die Wirkung von Medien grundsätzlich zum Thema gemacht werden. Folgende Fragen bieten sich dafür an:



- Welche Bedeutung hatte das Radio zur damaligen Zeit?
- Könnte etwas Ähnliches heute passieren?
- Wenn ja, was?
- Wenn nein, warum nicht?
- Welche Rolle spielt das Radio heute?

### Erweiterungen

- Die Frage, ob etwas Ähnliches heute passieren könnte, kann in Kleingruppen besprochen werden. Die SchülerInnen können sich dann möglichst reale Szenarien ausdenken, in denen die Medien die Grenze zwischen Fiktion und Realität verwischen.

### Organisationsform

- Filmbesprechung
- Plenum

### Material

Film und Abspielmöglichkeit

### Zeitangabe

1 - 2 Unterrichtsstunden

## 3.2.2 BAUSTEIN 2: RADIOLANDSCHAFT

### Thema

Radiolandschaft – Welche Sender gibt es?

### Ziele

- Erkunden des (lokalen) Radioangebots
- Unterscheidung der verschiedenen Sender anhand klarer Kriterien
- Übersicht zur Radiolandschaft bekommen

### Inhalte

Was unterscheidet einzelne Radiosender voneinander? Wird nur eine andere Musik gespielt und über andere Themen berichtet, oder gibt es auch Unterschiede bei der Finanzierung und den jeweiligen Zielgruppen? In diesem Baustein werden Antworten auf genau diese Fragen geliefert. Dafür müssen die SchülerInnen allerdings selbst aktiv werden und recherchieren.

Neben der Arbeit an einer „Radiowand“ bietet sich in diesem Baustein auch ein Besuch bei einem Sender an. Viele Lokalsender sind offen für Anfragen von Schülergruppen und bieten bei einem Besuch viele praktische Einblicke in den Redaktionsalltag. Vielleicht gibt es in der Stadt auch ein Campusradio oder eine andere Radiowerkstatt, die weitere Einblicke

in die Faszination Hörfunk ermöglichen (siehe Kapitel 5. Radiopraxis).

### Arbeitsblätter / Einheiten

- AB 4 Radiowand
- AB 5 Senderliste

### Methodische Hinweise

In diesem Baustein lernen die SchülerInnen, verschiedene Sender anhand bestimmter Kriterien voneinander zu unterscheiden. Wie umfangreich die Auseinandersetzung mit der Radiolandschaft ausfällt, liegt im Ermessen des Lehrenden.

### AB 4 Radiowand / AB 5 Senderliste

Die Schüler sollen Informationen über verschiedene Sender recherchieren und zusammentragen. Das Arbeitsblatt 5 „Senderliste“ listet als Vorschlag einige Sender auf, zu denen Infos gesucht werden können. Bei der Auswahl macht es Sinn, eine Mischung aus lokalen und überregionalen Sendern bzw. öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern zu finden.

Die acht Kriterien für die Unterscheidung der Sender werden im Arbeitsblatt 4 „Radiowand“ ausführlich dargestellt:

### Zielgruppe

Für wen machen wir das eigentlich?

### Hörerzahlen

Hört meine Zielgruppe auch wirklich zu?

### Musikfarbe

Welche Musik ist zu hören?

### Wort/Musik-Anteil

Wird auch mal geredet?

### Inhalte / Themen

Worum geht's eigentlich?

### Verbreitungsweg

Viele Wege führen ins Ohr!

### Finanzierung

Wer soll das bezahlen?

### Rechtsform

Alles geregelt!

Die einzelnen Kriterien können mit den SchülerInnen im Klassengespräch erarbeitet werden. Weitere Hintergründe zu den einzelnen Punkten und Links zur Recherche finden sich im Arbeitsblatt. Dort ist auch jeweils als konkrete Aufgabe beschrieben, welche Informationen zu den einzelnen Kriterien recherchiert werden sollen.

Die Schüler bekommen in Kleingruppen die Aufgabe, Infos zu bestimmten Sendern zu recherchieren und die Ergebnisse (samt jeweiliger Quelle) schriftlich festzuhalten. Damit die Recherche während des Unterrichts passieren kann, sind Computerarbeitsplätze mit Internetanschluss hilfreich. Viele Informationen lassen sich auch über Infomaterialien der verschiedenen Sender herausfinden, die dafür allerdings besorgt werden müssten.

Die Ergebnisse der Recherchen können auf einer Wandzeitung zusammengetragen werden und in der Schule als ein Ergebnis der Unterrichtseinheit ausgestellt werden.

### Erweiterungen

- Es macht Sinn, die Recherche zu einzelnen Sendern mindestens an zwei Gruppen zu vergeben, damit die Ergebnisse entsprechend verglichen werden können.
- Um die Arbeit der Kleingruppen zu erleichtern bietet es sich an, wenn sie zu Sendern mit ähnlichem Hintergrund recherchieren, z.B. verschiedene Sender des WDR.
- Wenn keine Möglichkeit zur Recherche während des Unterrichts besteht, kann dies auch als Hausaufgabe vergeben werden.
- Die Arbeit an der Radiowand kann gut als eigenständige Unterrichtseinheit mit einem konkreten Ergebnis durchgeführt werden.

### Organisationsform

- Kleingruppen
- Plenum
- Hausaufgabe
- Exkursion (Besuch Radiosender)

### Material

AB 4 Radiowand und AB 5 Senderliste

### Zeitangabe

4- 6 Unterrichtsstunden

## 3.2.3 BAUSTEIN 3: RADIOPROGRAMM

### Thema

Radioprogramm – Hinhören erlaubt!

### Ziele

- Unterscheidung verschiedener Beitragsformen
- Elemente kennen lernen, aus denen ein Radioprogramm aufgebaut ist
- Kriterien zur Beurteilung von Beiträgen entwickeln



### Inhalte

Das Programm im Radio besteht immer wieder aus den gleichen Elementen und Darstellungsformen. Dazu folgender Überblick, der auch als Tafelbild zur Erklärung genutzt werden kann:

#### Bausteine Radioprogramm

#### Moderation

Einzelmoderation, Doppelmoderation

#### Musik

Lieder, Musikbett

#### Verpackung

Jingles, Opener, Sounder, Bridges, ID's, Drops

#### Werbung

Spots, Sonderwerbformen, Rubriken mit Intro / Outro

#### Beiträge

Gebauter Beitrag / BmO, O-Ton, Interview, Umfrage, Kommentar, Glosse, Reportage, Kollegengespräch, Comedy, Feature, Hörspiel, Nachrichten / Wetter, Verkehrsmeldungen

Mehr Hintergründe und Erklärungen zu den einzelnen Bausteinen finden sich im Arbeitsblatt 6 „Darstellungsformen“.

#### Arbeitsblätter / Einheiten

- AB 6 Darstellungsformen
- AB 7 Sendeuhr
- Hörbeispiele

#### Methodische Hinweise

In diesem Baustein geht es darum, die verschiedenen Darstellungsformen im Radio kennen zu lernen. Und das funktioniert am Besten über gezieltes und reflektiertes Zuhören.

#### AB 6 Darstellungsformen

Die verschiedenen Darstellungsformen im Radio können im Klassengespräch erarbeitet werden („Was ist zu hören, wenn das Radio angeschaltet wird?“). An der Tafel können die Antworten der SchülerInnen gesammelt und strukturiert werden (s.o.).

Um die verschiedenen Beitragsformen genauer kennenzulernen und zu unterscheiden sollten Hörbeispiele eingesetzt werden. Dafür können die Beiträge auf der beiliegenden CD

genutzt werden (siehe Kapitel 5.4 / in Kapitel 7 finden sich zudem weitere Links zu Hörbeispielen im Internet). Das Arbeitsblatt 6 „Darstellungsformen“ wird den SchülerInnen zum Ende der Einheit als Handout überreicht.

#### Erweiterungen

- Die Hörbeispiele können auch als Einstieg genutzt werden. Die SchülerInnen können dann jeweils raten, um welche Darstellungsform es sich handelt.
- Als witziger Einstieg eignen sich zum Beispiel das Interview von Friedrich Nowotny mit Willy Brandt (zu finden auf Youtube) oder die gesammelten Missgeschicke auf der Seite radiopannen.de (siehe Kapitel 7).
- Die Schüler können auch im Vorfeld dieser Einheit die Hausaufgabe bekommen, Radio zu hören und die verschiedenen Bausteine herauszuschreiben. Zusätzlich könnten auch die SchülerInnen Hörbeispiele (bzw. die Links zu den jeweiligen Beiträgen) mitbringen.

#### Organisationsform

- Plenum
- Höranalyse

#### Material

- AB 6 Darstellungsformen

- Hörbeispiele / Abspielmöglichkeit
- evtl. Computer mit Internetanschluss

#### Zeitangabe

2 Unterrichtsstunden

#### AB 7 Sendeuhr

Nachdem die SchülerInnen die verschiedenen Bausteine des Radioprogramms kennen gelernt haben, können sie dieses Wissen in der nächsten Einheit anwenden. Dafür bekommen sie das Arbeitsblatt 7 „Sendeuhr“ und werden zum eigenen Programmplaner.

Die SchülerInnen bekommen die Aufgabe, eine Stunde Radioprogramm für ihren eigenen fiktiven Sender zu planen. Das Instrument der Sendeuhr wird dafür auch von professionellen Sendern genutzt. Die einzelnen Elemente der Sendung werden als Tortenstück in die Sendeuhr eingetragen (und können auch farblich markiert werden). Die Ergebnisse der Planung stellen die SchülerInnen der Klasse begründet vor.

#### Erweiterungen

- Die verschiedenen Sendeuhren werden eingesammelt und aufgehängt. Sie können auch

- in Kleingruppen ausgiebiger präsentiert und besprochen werden.
- Alternativ können die SchülerInnen auch versuchen, das Radioprogramm ihres Lieblingssenders oder einer anderen Station über die Sendeuhr nachzubauen.
  - Diese Einheit steht für sich und kann recht frei platziert werden.

#### Organisationsform

- Einzelarbeit
- Plenum

#### Material

- AB 6 Darstellungsformen
- Stift

#### Zeitangabe

1 Unterrichtsstunde

### 3.2.4 BAUSTEIN 4: RADIOGESCHICHTE

#### Thema

Radiogeschichte – Rundfunk im Wandel der Zeit

#### Ziele

- Kennenlernen der wichtigsten Perioden der Hörfunkgeschichte
- Bedeutung des Radios in verschiedenen zeitlichen Epochen verstehen
- Technische Meilensteine in der Rundfunkgeschichte kennen lernen

#### Inhalte

Für diesen Baustein wurde die Geschichte des Rundfunks in Deutschland in zehn Abschnitte unterteilt:

#### 1 Die Entdeckung

Heinrich Hertz entdeckt im Jahr 1886 die Funktionsweise der elektromagnetischen Wellen.

#### 2 Erste Sendung

Die Funktechnik wurde weiter entwickelt und am 29. Oktober 1923 wurde die erste offizielle Radiosendung in Deutschland ausgestrahlt.

#### 3 Ein Massenmedium entwickelt sich

In der Weimarer Republik haben viele Rundfunkteilnehmer ihre Radiogeräte selbst gebaut.

#### 4 Volksempfänger

Die Nationalsozialisten nutzen das Radio zur Propaganda. Der Volksempfänger wird auch „Göbbels Schnauze“ genannt.

#### 5 Radio im Krieg

Die britische BBC sendete ab 1938 ein Programm in deutscher Sprache. Das Hören von Fremdsendern war allerdings streng verboten.

#### 6 Die Ordnung der Wellen

Weil die Lang- und Mittelwellenfrequenzen knapp werden, konzentriert man sich in Deutschland auf den Ausbau der Ultrakurzwelle (UKW).

#### 7 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

Nach dem zweiten Weltkrieg entsteht ein neues Rundfunksystem nach dem Vorbild der BBC. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bekommt den Auftrag der medialen Grundversorgung.

#### 8 Private Sender kommen dazu

Seit Mitte der 1980er Jahre gibt es in Deutschland ein duales Rundfunksystem und private Sender. Die Privatradios in NRW werden über das Zwei-Säulen-Modell organisiert.

#### 9 Bürger gehen auf Sendung

Die Bürgermedien sind die „dritte Säule“ im Rundfunksystem. Über das Landesmediengesetz in NRW ist auch der „Bürgerfunk im lokalen Hörfunk“ vorgesehen.

#### 10 Willkommen in Digitalen

Die Entwicklung der digitalen Technik sorgt für eine große Revolution in der Radiolandschaft.

Weitere Hintergründe zu den zehn zeitlichen Abschnitten sind dem Arbeitsblatt 6 „Radiogeschichte“ zu entnehmen. Infos und Tonbeispiele finden sich auch unter [www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html).

#### Arbeitsblätter / Einheiten

AB 8 Radiogeschichte

#### Methodische Hinweise

Dieser Baustein bietet viele inhaltliche Schnittstellen zu verschiedenen Unterrichtsfächern, da es Berührungspunkte mit den unterschiedlichsten Themenfeldern gibt (Technik, Politik, Geschichte, ...). Daher könnte über diesen Baustein ebenso ein Einstieg aus dem Fachunterricht in das Thema Radio erfolgen.

#### AB 8 Radiogeschichte

Die SchülerInnen werden in Kleingruppen aufgeteilt, um sich jeweils mit einem bestimmten Zeitabschnitt der Rundfunkgeschichte auseinanderzusetzen. Dafür bekommen sie den jeweils passenden Ausschnitt aus dem Arbeitsblatt 6 „Radiogeschichte“.

In der Kleingruppe recherchieren sie zu weiteren Hintergründen aus diesem Zeitabschnitt. Dafür sind Computer mit Internetan-

schluss nötig. Die Kleingruppen stellen ihre Ergebnisse der Klasse vor.

Alle SchülerInnen erhalten schließlich als Handout das komplette Arbeitsblatt 6 „Radiogeschichte“.

#### Erweiterungen

- Für die Präsentation des jeweiligen Zeitabschnitts sollen die SchülerInnen ihre eigenen Worte finden. Somit wird diese Einheit auch zu einer ersten Übung für die praktische Radioarbeit.
- Die Präsentation der Zeitabschnitte kann auch nur über die Stimme erfolgen. Die SchülerInnen können beispielsweise vor die Tür gehen und ihre Stimmen werden über ein Mikrofon in die Klasse übertragen. Das macht die Auseinandersetzung mit der Radiogeschichte auch zu einer ersten Auseinandersetzung mit der Wirkung der eigenen Stimme und der Idee des medialen Erzählens.
- Die Recherche kann auch als Hausaufgabe erfolgen.

#### Organisationsform

- Kleingruppen
- Plenum
- evtl. Hausaufgabe

#### Material

- AB 6 Radiogeschichte
- Computer mit Internetanschluss
- evtl. Mikrofon und Verstärker (für Übertragung aus dem Flur)

#### Zeitangabe

2-3 Unterrichtsstunden

### 3.2.5 BAUSTEIN 5: RUNDfUNKsystem

#### Thema

Rundfunksystem – Was darf Radio?

#### Ziele

- Gesetzliche Grundlagen zum deutschen Rundfunkssystem und zum Urheberrecht kennen lernen
- Unterschiede zwischen Ansprüchen im professionellen Journalismus und im Bürgerfunk deutlich machen



#### Inhalte

Die Regelung des Rundfunks ist in Deutschland Ländersache. In jedem Bundesland gibt es entsprechend andere Gesetze und dadurch auch andere Ausformungen des Rundfunks. Länderübergreifende Regelungen sind zudem im Rundfunkstaatsvertrag geregelt.

Das Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) sieht auch privaten Lokalfunk vor. Das LMG NRW bildet somit die Grundlage für die 46 Lokalradios, die über NRW verteilt senden. Die 46 Lokalradios in NRW arbeiten mit radio NRW als Rahmenprogrammanbieter zusammen. Je nach Lokalradiostation werden unterschiedlich viele Sendestunden vor Ort selbst produziert, ansonsten wird das Programm von radio NRW aus Oberhausen übernommen. In NRW sind die privaten Lokalradiostationen über das Zwei-Säulen-Modell organisiert. Das Programm unterliegt der Verantwortung einer Veranstaltergemeinschaft (VG), in der Vertreter aus gesellschaftlich relevanten Gruppen zu finden sind. Die zweite Säule ist die Betriebsgesellschaft, die für den wirtschaftlichen Sendebetrieb zuständig ist. Laut Landesmediengesetz dürfen die ortsansässigen Zeitungsverleger 75% und die Kommunen 25% an den jeweiligen Sendern besitzen.

Das LMG NRW sieht auch den „Bürgerfunk im lokalen Hörfunk“ vor. Für Programmbeiträge von Bürgergruppen müssen die Lokalradios Sendezeit (ca. eine Stunde pro Tag) zur Verfügung stellen. In §40a (1) LMG NRW heißt es: *„Der Bürgerfunk im lokalen Hörfunk dient dazu, das lokale Informationsangebot zu ergänzen und den Erwerb von Medienkompetenz, insbesondere von Schülerinnen und Schülern, zu ermöglichen und damit auch zur gesell-*

*schaftlichen Meinungsbildung beizutragen.“* Veröffentlichungen im NRW-Bürgerfunk unterliegen also gesetzlichen Bestimmungen (siehe dazu AB 9 „Gesetzliche Grundlagen“). Aber auch Audioproduktionen, die „nur“ im Internet veröffentlicht werden, müssen sich an grundlegende Regelungen zum Urheberrecht halten. Vor allem beim Umgang mit Musik gibt es hier immer wieder Konflikte.

Für professionelle Journalisten gibt es als weiteres Regelwerk noch den Pressekodex. Diese „Grundregeln für faire journalistische Arbeit“ haben die großen Verleger- und Journalistenorganisationen als freiwillige Selbstverpflichtung abgestimmt.

#### Arbeitsblätter / Einheiten

- AB 9 Gesetzliche Grundlagen
- AB 10 Pressekodex
- AB 11 Urheberrecht

#### Methodische Hinweise

Dieser Baustein kann als direkte Vorbereitung auf die praktische Radioarbeit genutzt werden. Denn wenn die SchülerInnen eigene Beiträge produzieren und veröffentlichen, bewegen sie sich dabei immer auch in bestimmten gesetzlichen bzw. regulatorischen Rahmenbedingungen. Die Arbeitsblätter 9 „Gesetzliche Grundlagen“, 10 „Pressekodex“ und 11 „Urheberrecht“ greifen die wichtigsten Regelungen auf und können je nach Setting der Unterrichtsreihe eingesetzt werden (wenn z.B. keine Produktion für den Bürgerfunk geplant ist, muss das AB 9 „Gesetzliche Grundlagen“ nicht unbedingt thematisiert werden).

#### AB 9 Gesetzliche Grundlagen / AB 10 Pressekodex

Radio Saubande: Die Arbeitsblätter (bzw. nur ein Arbeitsblatt s.o.) werden den SchülerInnen als Handout ausgeteilt. Es werden Zweiergruppen gebildet. Jeder Gruppe wird ein Absatz aus dem LMG NRW und /oder eine Ziffer aus dem Pressekodex zugeordnet, um sich damit auseinander zu setzen.

Alle SchülerInnen sollen sich vorstellen, sie wären Redakteure bei dem fiktiven Sender „Radio Saubande“. Bei „Radio Saubande“ wird alles falsch gemacht, was man falsch machen kann. Alle Gesetze werden missachtet und auch der Pressekodex spielt bei diesem Sender keine Rolle. Die Aufgabe der SchülerInnen besteht also darin nach möglichst praktischen Beispielen zu suchen, wie sie gegen den jeweiligen Absatz aus dem LMG bzw. gegen die Ziffern des Pressekodex verstoßen können.

Nach rund 15 Minuten Partnerarbeit können alle gefundenen Negativbeispiele in der Klasse vorgestellt werden. Im Gespräch wird dann jeweils geklärt, wieso gegen die Regelung verstoßen wurde. Bei jedem Punkt kann dann nochmal festgehalten werden, wieso die Regelung wichtig ist und wie ein „anständiger“ Sender im Gegensatz zu „Radio Saubande“ damit umgegangen wäre.

#### Erweiterungen

- Falls Internetrechner vorhanden sind, bietet es sich an die Partnerarbeit um eine Online-Recherche zu erweitern. Folgende Links wären mögliche Startpunkte:  
<http://presserat.info/> (Hintergründe und Fallbeispiele zum Pressekodex)

<http://fm-nrw.de/recht/landesmediengesetz/>  
(Das komplette Landesmediengesetz zum Download)

- Der Pressekodex benennt Regelungen für den professionellen Journalismus. Auch wenn vieles auf den Bürgerfunk übertragbar ist, haben Produktionen von SchülerInnen einen anderen Anspruch und laut LMG auch einen anderen Auftrag. Diese Abgrenzung kann im Klassengespräch thematisiert werden.

#### Organisationsform

- Partnerarbeit
- Plenum

#### Material

- AB 9 Gesetzliche Grundlagen
- AB 10 Pressekodex
- evtl. Computer mit Internetzugang

#### Zeitangabe

1 – 2 Unterrichtsstunden

### AB 11 Urheberrecht

Die Inhalte zum Thema „Urheberrecht“ können ebenfalls in der oben beschriebenen Einheit „Radio Saubande“ einfließen. Hier bietet sich aber auch eine Vertiefung an, vor allem dann, wenn die Produktionen der SchülerInnen im Internet veröffentlicht werden sollen.

„Was darf ich im Internet veröffentlichen?“ - „Was ist bei der Veröffentlichung von Musik zu beachten?“ - „Ist es erlaubt, Musik aus dem Radio mitzuschneiden? - „Gibt es Musik zur freien Verwendung?“ - Diese Fragen können im Klassengespräch erörtert werden. Antworten auf diese Fragen finden sich im Arbeitsblatt 11

„Urheberrecht“, das am Ende der Einheit an die SchülerInnen verteilt werden kann.

#### Erweiterungen

- Eine Vertiefung dieses Themas kann über eine Internet-Recherche erfolgen. Viele Informationen zum Bereich Urheberrecht bieten die Seite [www.iRights.info](http://www.iRights.info) und [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de). Die o.g. Fragen können dann als Aufgaben an die SchülerInnen vergeben werden.
- Auf [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de) findet sich im Bereich „Materialien“ auch das „klicksafe-Lehrerhandbuch: Knowhow für junge User“ mit vertiefenden Übungen zum Thema „Urheberrecht“.

#### Organisationsform

- Plenum
- evtl. Online-Recherche in Kleingruppen

#### Material

- AB 11 Urheberrecht
- evtl. Computer mit Internetzugang
- evtl. klicksafe-Flyer „Nicht alles, was geht, ist auch erlaubt!“ (zu bestellen unter [www.klicksafe.de](http://www.klicksafe.de))

#### Zeitangabe

1 – 2 Unterrichtsstunden

### 3.2.6 BAUSTEIN 6: RADIOPRAXIS

#### Thema

Radiopraxis – Schüler machen Radio

#### Ziele

- Grundlagen der Radioarbeit kennen lernen
- Eigene Hörfunkbeiträge produzieren, veröffentlichen und bewerten

#### Inhalte

Radiomachen macht Spaß – und ist gar nicht so schwer. Der erste Schritt besteht immer darin, ein Thema für einen Beitrag zu finden. Mit der Themenfindung sollte man sich Zeit lassen, um ein Thema möglichst konkret und greifbar zu machen. Dafür ist es oft wichtig, ein großes Thema herunterzubrechen. Was ist der Kern an einer Geschichte? Welchen spannenden Punkt kann man herausarbeiten?

Um aus der Themenfindung eine konkrete Beitragsplanung zu machen, sollte man sich Gedanken machen über die jeweilige Darstellungsform (siehe 3.1.3 Baustein 3: Radioprogramm). Soll mit einer Umfrage ein Stimmungsbild eingeholt werden? Soll es einen Kommentar zu einem kontroversen Thema geben? Oder sollen verschiedene Hintergründe in einem gebauten Beitrag beleuchtet werden? Wenn das Thema und die Beitragsform klar sind, kann der Entwurf für einen Beitrag in einem Exposee festgehalten werden (siehe Arbeitsblatt 12 „Exposee“).

Um einen (gebauten) Beitrag zu produzieren, werden in der Regel ein oder zwei Interviews geführt. Ein Interview kann als solches gesendet werden. Meistens werden für einen Beitrag jedoch nur einzelne Originaltöne (O-Töne) aus einem Interview verwendet und in einem BmO (Beitrag mit O-Ton) eingebaut. In beiden Fällen müssen Interviews sorgsam vorbereitet und digital aufgezeichnet werden (siehe Arbeitsblatt 13 „Interview“). Die Aufnahmen werden auf einen Computer übertragen und können dort bearbeitet werden (siehe dazu Kapitel 6. Radiopraxis / Dort finden sich auch weitere Hinweise zur praktischen Radioarbeit mit SchülerInnen). Aus den Interviews werden markante O-Töne ausgesucht und transkribiert.

Für den gebauten Beitrag fehlt jetzt noch der Sprechertext, der alle wesentlichen Informationen liefert und die O-Töne miteinander verbindet. Bei der Arbeit am Manuskript sollten die Regeln der Radiosprache befolgt werden (siehe Arbeitsblatt 14 „Schreiben fürs Hören“). Der Sprechertext wird aufgenommen und am Schnittcomputer mit den O-Tönen zusammen arrangiert. Fertig ist der Beitrag.

#### Arbeitsblätter / Einheiten

- AB 12 Exposee
- AB 13 Interview
- AB 14 Schreiben fürs Hören

#### Methodische Hinweise

Die Produktion von Radiobeiträgen oder einer ganzen Sendung für den Bürgerfunk bedarf von den LehrerInnen/TrainerInnen einige Erfahrung in der Hörfunkarbeit mit SchülerInnen. Für anspruchsvolle Produktionen empfiehlt es sich daher, mit externen Fachkräften und professionellem Equipment zu arbeiten. Für solch ein produktorientiertes Radioprojekt sollten rund 20 Unterrichtsstunden angesetzt werden. Da eine recht intensive Betreuung der SchülerInnen nötig ist, empfiehlt sich die Arbeit in einer kleineren Gruppe (ca. 12-15 SchülerInnen) oder mit zwei TrainerInnen.

KultCrossing berät und hilft bei der inhaltlichen Umsetzung und stellt auch Kontakt zu Medientrainern her.

Die folgenden drei Einheiten können als Bestandteil des Radioprojekts durchgeführt werden. Dann würden die SchülerInnen in Kleingruppen jeweils an einem konkreten Beitrag arbeiten und diesen dann auch produzieren. Die Inhalte der folgenden Arbeitsblätter können aber auch für sich stehen und

müssen keine Beitragsproduktion zur Folge haben. Dann befassen sich die SchülerInnen ganz praktisch mit drei wesentlichen Elementen der Radioarbeit, ohne selbst eigene Beiträge zu veröffentlichen.

### AB 12 Exposee

Um ein Haus zu bauen, braucht man einen Bauplan. Dieser Plan beschreibt, wie das Haus aussehen soll. Bei einem Radiobeitrag ist das ganz ähnlich. Allerdings wird der Plan für einen Beitrag „Exposee“ genannt.

Die SchülerInnen überlegen sich in Kleingruppen eine Idee für einen Radiobeitrag und schreiben jeweils ein Exposee für diesen Beitrag. Die Exposees werden in einer „Redaktionssitzung“ den anderen SchülerInnen vorgestellt. Diese können dann jeweils Rückmeldungen geben, ob sie sich diesen Beitrag im Radio anhören würden und evtl. noch weitere Anregungen und Verbesserungsvorschläge geben.

Das Arbeitsblatt 12 „Exposee“ wird zu Beginn der Übung als Anleitung ausgeteilt.

### Erweiterungen

- Das Thema der Beitragsplanung kann eingegrenzt oder vorgegeben werden. So können je nach Fach oder Projekt thematische Schwerpunkte gesetzt werden.
- Auch vor dem Verfassen der Exposees ist eine Redaktionssitzung denkbar. Hier kann über die einzelnen Themen gesprochen werden (bzw. Themen werden vorgeschlagen). Die Themen werden dann an Kleingruppen vergeben. Bis zur nächsten Redaktionssitzung haben diese Gruppen dann Zeit ihr Exposee zu verfassen. Wenn das Verfassen eines

Exposees als Hausaufgabe aufgegeben wird, können auch einzelne SchülerInnen ein Exposee verfassen.

- Wie gesagt kann das Verfassen der Exposees der Einstieg in die praktische Arbeit einer konkreten Sendung bedeuten, denkbar ist aber auch die Planung einer fiktiven Sendung.

### Organisationsform

- Kleingruppen
- Plenum (Redaktionssitzung)
- evtl. Hausaufgabe

### Material

- AB 12 Exposee
- Beispiel-Exposee (siehe Kapitel 5.2)

### Zeitangabe

2 – 3 Unterrichtsstunden

### AB 13 Interview

Das Führen von Interviews gehört zum täglichen Geschäft der Radioreporter. Und auch wenn die wesentlichen Aspekte der Interviewführung auf einigen Seiten zusammen gefasst werden können (siehe Arbeitsblatt 13 „Interview“), so lernt man die Kniffe der Interviewführung nur durch praktische Übung. Deshalb sollen die SchülerInnen sich möglichst schnell gegenseitig interviewen.

Für die Interviewübung übernehmen die SchülerInnen abwechselnd die Rolle von Interviewer und Interviewtem. Um das Ganze etwas abwechslungsreicher und spannender zu gestalten, ziehen Interviewer und Interviewter jeweils eine Anweisung (siehe dazu die folgende Kopiervorlage). Dann haben beide Seiten kurz Zeit, sich auf das Gespräch vorzubereiten.

# KOPIERVORLAGE

Bitte ANWEISUNGEN einzeln AUSSCHNEIDEN



## ANWEISUNGEN FÜR DEN INTERVIEWER

### Führe ein Interview zur Sache!

Richte deine Kernfrage so aus, dass sie sich auf einen bestimmten Sachverhalt bezieht. Dein Interviewpartner ist ein Experte zu diesem Thema. Seine Person oder seine Meinung sind dabei nicht wichtig. Es geht um Fakten!

### Führe ein Interview zur Person!

Deine Kernfrage soll mit der Person deines Interviewpartners zu tun haben. Es geht um persönliche Inhalte. Der Gesprächspartner steht als Mensch im Vordergrund und berichtet über sein Leben.

### Führe ein Interview zur Meinung!

Richte deine Kernfrage so aus, dass die Meinung im Vordergrund steht. Dein Interviewpartner soll ein bestimmtes Ereignis oder einen Sachverhalt bewerten und einschätzen.

## ANWEISUNGEN FÜR DIE INTERVIEWTEN

### Halte dich kurz!

Antworte auf alle Fragen möglichst kurz und knapp. Sei dabei aber nicht unfreundlich. Es ist einfach nicht deine Art, in allzu langen Sätzen zu erzählen. Wenn ein einfaches Ja oder Nein als Antwort reicht, dann muss man nicht mehr sagen.

### Rede ohne Punkt und Komma!

Du hast ein sehr großes Mitteilungsbedürfnis. Wenn dir eine Frage gestellt wird, fällt dir alles Mögliche ein, was unbedingt gesagt werden muss. Dabei machst du kaum Pausen, sodass es schwierig ist, dich zu unterbrechen. Du nimmst auch gerne mal das Mikrofon in die Hand.

### Antworte nicht auf die Fragen!

Es scheint so, als ob du ein wirklich netter Gesprächspartner bist. Deine Antworten passen allerdings nicht wirklich zu den Fragen. Wie manche Politiker verstehst du es, viel zu reden und dabei wenig zu sagen.

### Werde gefühlsduselig!

Du hast zurzeit nicht so ein dickes Fell und dieses Interview wühlt dich besonders auf. Außerdem gehen dir die Fragen ganz schön nah, sodass du während des Gesprächs sehr emotional wirst. Das kann weinerlich sein – aber auch wütend.

fusCH

Unterrichtssreihe Funk und Schule  
Arbeitsmaterial  
[www.kultcrossing.de](http://www.kultcrossing.de)

Die SchülerInnen interviewen sich gegenseitig. Nach dem Gespräch können sie ihre Anweisungen verraten, vorher jedoch nicht. Dann werden die Rollen getauscht und neue Anweisungen gezogen.

Falls ein konkretes Radioprojekt durchgeführt wird, macht es Sinn, diese Übung mit der Einführung digitaler Aufnahmegeräte zu verbinden. Dann muss der Übung eine technische Einheit vorgeschaltet werden (siehe Kapitel 6. Radiopraxis). Die Probe-Interviews können dann mit echten Aufnahmegeräten aufgezeichnet und auch wieder angehört werden. Falls die Aufnahmegeräte nicht zur Verfügung stehen, können die Schüler die Interviews auch mit ihren Handys oder anderen einfachen Aufnahmegeräten aufzeichnen.

Nach der praktischen Übung kann im Klassengespräch nochmal auf die einzelnen Rollen eingegangen werden. Über die Rollen der Interviewer (Interview zur Sache, zur Person, zur Meinung) lassen sich die Grundlagen der Interviewvorbereitung erörtern (Klares Ziel formulieren, Vorgespräch führen, Gesprächsaufbau planen / siehe Arbeitsblatt 12 „Interview“). Die Anweisungen der Interviewten (Halte dich kurz! / Rede ohne Punkt und Komma! / Antworte nicht auf die Fragen! / Werde gefühlsduselig!) schlagen den Bogen zum Verhalten während eines Interviews und die verschiedenen Fragearten. Die Inhalte des Arbeitsblattes können so im Klassengespräch erarbeitet werden. Das Arbeitsblatt wird als Handout ausgeteilt. Es enthält weitere Aufgaben, die für die Planung eines konkreten Beitrags wichtig sind.

#### Erweiterungen

- Falls die Interviewübung mit der Einführung der digitalen Aufnahmegeräte kombiniert

wird, können die SchülerInnen in Dreiergruppen aufgeteilt werden. Neben den Rollen Interviewer und Interviewte kann sich ein SchülerIn dann nur um die Bedienung des Geräts kümmern. Auch diese Rolle wechselt dann reihum.

- Die konkrete Vorbereitung eines Interviews kann anhand des Arbeitsblattes auch als Hausaufgabe vergeben werden.
- Natürlich können auch Hörbeispiele zum Einstieg in das Thema „Interview“ genutzt werden. Das bereits erwähnte Beispiel von Friedrich Nowottnys Interview mit Willy Brandt aus dem Jahr 1971 (zu finden auf [www.youtube.de](http://www.youtube.de) oder [www.radiopannen.de](http://www.radiopannen.de)) ist ein wunderbares Beispiel für zu geschlossene Fragen, die zu allzu kurzen Antworten führen.

#### Organisationsform

- Kleingruppen
- Plenum
- evtl. Hausaufgabe

#### Material

- AB 13 Interview
- Hörbeispiele
- Abhörmöglichkeit
- evtl. Aufnahmegeräte

#### Zeitangabe

2 – 3 Unterrichtsstunden

### AB 14 Schreiben fürs Hören

Wie funktioniert Radiosprache? Eigentlich ganz einfach! Damit wir Texte verstehen, die wir nur hören, müssen sie klar und logisch aufgebaut sein. Denn Radiosprache ist gesprochene Sprache.

Auch hier macht Übung den Meister. Die wichtigsten Tipps zum Thema „Schreiben fürs Hören“ sind im Arbeitsblatt 14 zusammengefasst. Anhand dieser Tipps sollen die SchülerInnen einen kurzen Text schreiben, der für sich steht. Hier bietet sich die Darstellungsform des Kommentars an. Die SchülerInnen sollen sich also eine Meinung zu einem bestimmten Thema bilden (z.B. „Schule ohne Noten“) und dazu einen Radiokommentar verfassen.

Die Kommentare werden der Klasse präsentiert und besprochen.

#### Erweiterungen

- Die Arbeit am Text kann wiederum auch an einem konkreten Beitrag passieren, den die SchülerInnen produzieren.
- Um das Thema „Schreiben fürs Hören“ zu erarbeiten bietet sich im Klassengespräch an, die Unterschiede zu sammeln zwischen einem Text, der gelesen wird, und einem Text, der gehört wird. Eine Lösung dazu, die auch als Tafelbild genutzt werden kann, findet sich im Arbeitsblatt 14 „Schreiben fürs Hören“.
- Die Präsentation der Kommentare kann auch in Kleingruppen erfolgen. Dann haben die SchülerInnen mehr Raum, sich gegenseitig Rückmeldungen zu den Texten zu geben. Das Verfassen eines Textes kann auch als Hausaufgabe vergeben werden.

#### Organisationsform

- Einzelarbeit
- Kleingruppen
- Plenum (Redaktionssitzung)
- evtl. Hausaufgabe

#### Material

- AB 14 Schreiben fürs Hören
- Zettel und Stift

#### Zeitangabe

2 – 3 Unterrichtsstunden

### 3.3 alternative Verläufe

Die beschriebenen Bausteine können als fortlaufende Unterrichtsreihe ineinandergreifen und in einem praktischen Radioprojekt münden (wie in der Übersicht in Kapitel 3.1 beschrieben).

Alternativ sind auch andere Verläufe denkbar, in denen nur einzelne Bausteine aufgegriffen oder kombiniert werden. In den folgenden Ansätzen und dem Fächerdiagramm ist dies beispielhaft angedacht:

#### Besuch beim Lokalsender

Als kleine Unterrichtseinheit wird ein Besuch beim Lokalsender geplant. Zur Vorbereitung wird der „Baustein 2: Radiolandschaft“ genutzt, um sich mit dem Lokalsender in Abgrenzung zu anderen Sendern zu informieren.

Denkbar wäre zudem noch, aus dem „Baustein 6: Radiopraxis“ noch die Einheiten „Exposee“ und „Interview“ zu verwenden. Die SchülerInnen können als Hausaufgabe ein Exposee verfassen zu einem Beitrag, der im Programm des Lokalsenders laufen könnte. Beim Besuch können einzelne Exposees dann mit einem Redakteur besprochen werden. Ähnliches ist denkbar, wenn im Vorfeld das „Interview“ zum Thema gemacht wird. Dann können sich die SchülerInnen einen Fragenkatalog überlegen, den sie beim Besuch an einen Mitarbeiter des Lokalradios richten. Vielleicht wird dieses Gespräch sogar aufgezeichnet (geht auch mit dem Handy oder einem Diktiergerät) und zusammen mit ein

paar Fotos auf der Schulhomepage veröffentlicht.

### **Radio in der NS-Zeit**

Der „Baustein 4: Radiogeschichte“ kann vertieft werden, indem Elemente aus „Baustein 2: Radiolandschaft“ aufgegriffen werden. Die SchülerInnen können zum Beispiel eine Radiowand erarbeiten zur Medienlandschaft während der NS-Zeit. Welche Sender und Inhalte waren zu hören? Welche Rolle hatten die Medien in dieser Zeit?

Denkbar wäre hier auch, noch radiopraktische Elemente aus „Baustein 6: Radiopraxis“ zu verwenden. Die SchülerInnen können zum Beispiel einen Kommentar verfassen aus Sicht

der Freiheitskämpferin Sophie Scholl. Was hätte Sophie Scholl zu sagen gehabt, wenn es damals auch den Bürgerfunk gegeben hätte, wo sie hätte senden dürfen?

### **Radio Grundrechte**

Auch eine Mischung aus „Baustein 1: Kommunikation“ und „Baustein 5: Rundfunksystem“ kann als kleine Unterrichtseinheit funktionieren. Zunächst geht es in den Grundzügen der Kommunikation darum, zu erkennen, nach welchen Mustern (Massen-)Medien versuchen ihre Adressaten zu erreichen. Doch welche Möglichkeiten hat der einzelne Bürger, sein Recht auf freie Meinungsäußerung einzubringen? Warum gibt es die Idee der Bürgermedien und inwieweit steht diese Idee im Widerspruch mit dem Anspruch der kommerziellen Anbieter? Der Rundfunk wird dann zum Praxisfeld zur Auseinandersetzung mit den Grundrechten als Staatsbürger.



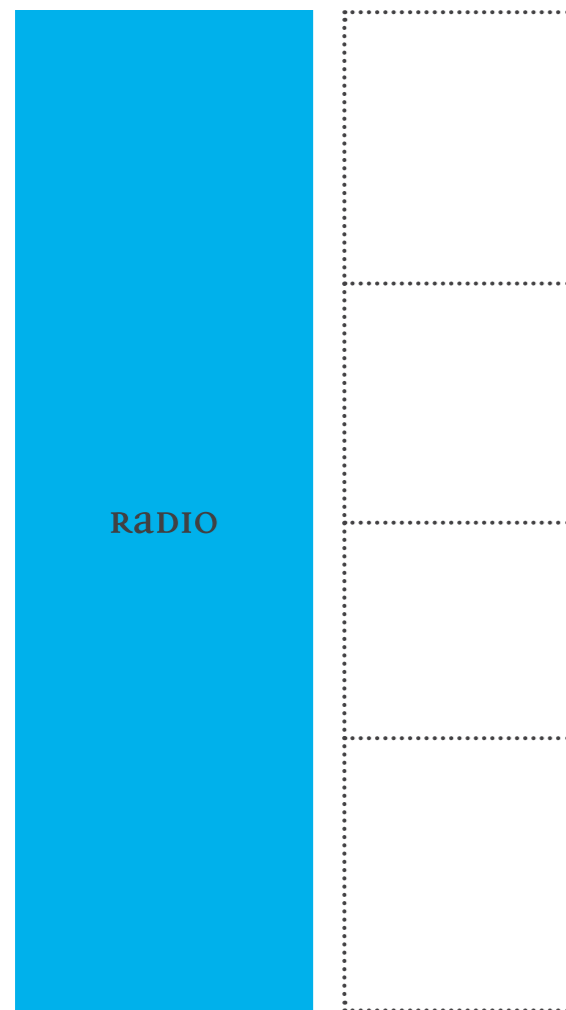
## 3.3.1 fächerbäume

- Thema Radio bietet Schnittstellen zu Unterrichtsinhalten von zahlreichen Fächern. Die folgenden Fächerbäume geben Ihnen Anregungen. Dabei wird zwischen grundlegender Schnittstelle zwischen hörfunkspezifischen Themenfeldern und Inhalten des jeweiligen Fachs (A) und möglichem inhaltlichen Ansatz für praktische Audioproduktionen (B) unterschieden.

Die Unterrichtsreihe „FuSch – Funk und Schule“ bietet Unterrichtsinhalte für zahlreiche Fächer

**A:** inhaltliche Schnittstellen zwischen Hörfunk und Unterrichtsfach

**B:** Themenbeispiele für praktische Audioproduktionen



**Biologie**

**A:** Das Ohr – Hörsinn und Wahrnehmung  
**B:** Wem gehört das Erbgut? Kommentar zur ethischen Debatte im Bereich Genomforschung.

**Physik**

**A:** Funktechnik und elektromagnetische Wellen.  
**B:** Wie funktioniert eigentlich ein Teilchenbeschleuniger? Beitrag über die Arbeit am CERN.

**Mathematik**

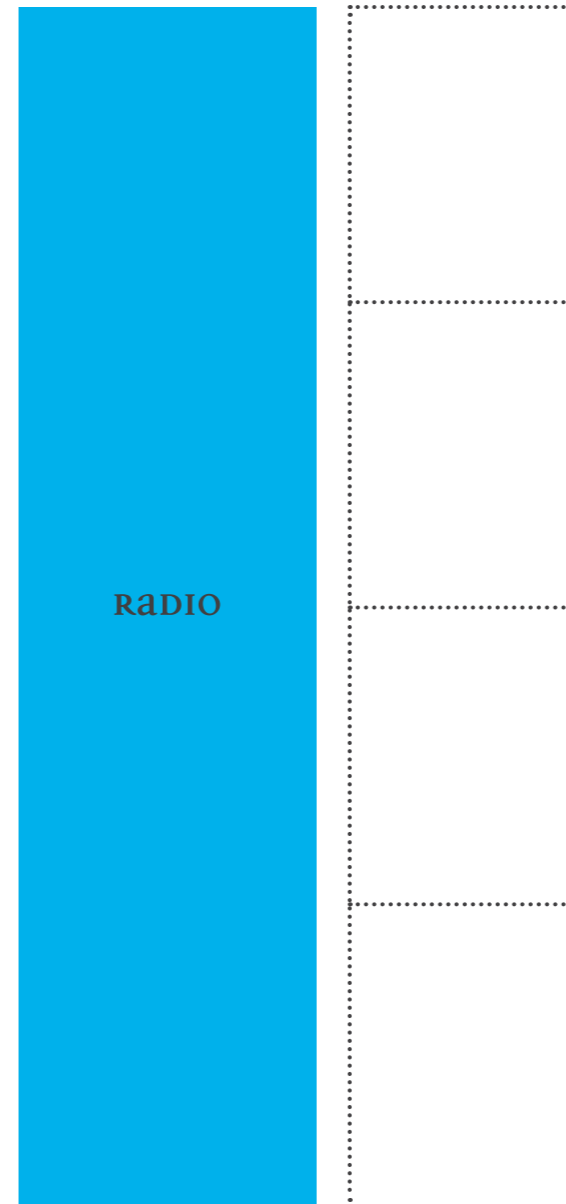
**A:** Statistik zu Hörerzahlen.  
**B:** Braucht man Mathe auch nach der Schule? Umfrage unter Berufstätigen.

**Chemie**

**A:** Chemie ist, wenn es knallt und raucht!  
**B:** Reportage aus einem Mitmachlabor.

**Informatik**

**A:** Digitale Radioproduktion / Komprimierung von Audiodateien / Funktionsweise von Webradio  
**B:** Deine Spuren im Netz. Beitrag über den Umgang mit persönlichen Daten im Internet.



**Sozialwissenschaften**

**A:** Bedeutung der Massenmedien / Besitzverhältnisse auf dem Medienmarkt  
**B:** Ich arbeite doch nicht umsonst! Reportage über das „Ehrenamt“.

**Politik**

**A:** Trennung von Politik und Medien. Rundfunkstaatsvertrag und Landesmediengesetz  
**B:** Was macht eigentlich ein Bürgermeister den ganzen Tag? Interviews mit lokalen Politikern.

**Geografie**

**A:** Andere Länder – andere Medien / Radio als Instrument zur Demokratisierung und Aufklärung  
**B:** In 80 Sekunden um die Welt. Beitragsreihe mit Länderportraits.

**Geschichte**

**A:** Radio im historischen Wandel / Bedeutung des Rundfunks im Laufe des 20. Jahrhunderts  
**B:** Vorsicht, Pferdekutsche von links! Historischer Stadtrundgang als fiktive Reportage.

**Religion**

**A:** Medien und Kirche / Radio Vatikan und Domradio  
**B:** Beten Richtung Mekka. Beitrag über einen Besuch in der Moschee.

## RADIO

### Deutsch

**A:** Sprache im Radio / Unterschied zwischen Hören und Lesen eines Textes / Radiotheorie von Bertolt Brecht

**B:** Hallo Herr Mephisto! Produktion eines Hörspiels auf Grundlage einer literarischen Vorlage.

### Fremdsprachen

**A:** Radio aus aller Welt / Radiosender aus anderen Ländern hören und analysieren.

**B:** Cologne Calling. Schülerradio in englischer Sprache.

### Kunst / Literatur

**A:** Radiokunst / Das Hörspiel als literarische Gattung

**B:** Kann man davon leben? Interviews mit lokalen Künstlern und Literaten.

### Musik

**A:** Musikformate im Radio / Zielgruppenanalyse

**B:** Von Mozart bis Motorhead. Interviews mit Berufsmusikern.

### Sport

**A:** Sport und Medien / Sportberichterstattung am Beispiel der Bundesligakonferenz.

**B:** Wo laufen sie denn? Reportage von den Bundesjugendspielen.

## 3.4 RADIO AN DER SCHULE

### Angebot von KultCrossing zur Umsetzung

Die KultCrossing gemeinnützige GmbH bietet aufgrund ihres Erfahrungsschatzes in der Umsetzung von Radioprojekten in Schulen interessierten Lehrpersonen eine umfassende Beratung. Diese bezieht sich auf die Auswahl möglicher inhaltlicher Schwerpunkte als auch auf die Vermittlung von Medientrainer und technischen Equipment.

### Verschiedene Formen der Radioarbeit an Schulen

In NRW gibt es eine gewachsene Struktur an Institutionen, die aktive Radioarbeit mit Kindern und Jugendlichen durchführen bzw. ermöglichen. Vor allem durch die seit Anfang der 1990er Jahre vorhandene Möglichkeit, Sendungen im lokalen Bürgerfunk auszustrahlen, sind landesweit Hörfunkstudios, mobile Technik und medienpädagogisches Know-how vorhanden.

Die Formen der praktischen Radioarbeit an Schulen können sehr unterschiedlich sein. Am weitesten verbreitet ist sicher das einmalige Radioprojekt, bei dem SchülerInnen ergebnisorientiert an eigenen Beiträgen oder einer ganzen Sendung arbeiten. Für ein solches Radioprojekt sind je nach Anspruch 20 bis 40 Unterrichtsstunden anzusetzen. Idealerweise lassen sich diese Stunden zu Blöcken bündeln (z.B. in einer Projektwoche), um vor allem für die Praxisphasen (Interviews führen, O-Töne schneiden, Manuskripte verfassen) genügend Raum zu haben.

Neben diesen einmaligen Angeboten ist die Radioarbeit an einigen Schulen auch fest integriert. Je nach Schulform kann dies in

Form einer Radio-AG, einer Schülerfirma oder eines Lernorts passieren. Um kontinuierliche Radioarbeit an Schulen umzusetzen, sollte vor Ort die nötige Kompetenz vorhanden sein. Es sollten sich also mindestens ein oder zwei Lehrpersonen zu praktischen RadiotrainerInnen fortbilden. Denkbar wäre auch eine feste Kooperation einer Schule mit externen Fachkräften. Zudem kann an der Schule über den Aufbau eines Radiostudios nachgedacht werden, damit direkt vor Ort produziert werden kann. Es gibt feste Radiogruppen an Schulen, die regelmäßige Sendungen für den lokalen Bürgerfunk produzieren. An anderen Schulen wird die hausinterne Lautsprecheranlage genutzt, um regelmäßig auf Sendung zu gehen. Über solch ein Pausenradio erleben die RadioschülerInnen eine sehr direkte Rückmeldung zu ihren Beiträgen.

# 4. arbeitsblätter

ÜBERSICHT ÜBER DIE ARBEITSBLÄTTER

## AB 1 RADIOERFAHRUNG

### **Baustein**

Baustein 1: Kommunikation

### **Inhalt**

SchülerInnen reflektieren eigene Hörge-  
wohnheiten anhand eines Fragebogens  
und tauschen sich darüber aus.

### **Ziel**

Auseinandersetzung mit eigener  
Radionutzung anregen

### **Zeitangabe**

1 Unterrichtsstunde

## AB 2 SENDEREMPFÄNGER

### **Baustein**

Baustein 1: Kommunikation

### **Inhalt**

SchülerInnen probieren verschiedene  
Kommunikationswege, um in Partnerarbeit  
eine Botschaft von einem Sender zu einem  
Empfänger zu schicken.

### **Ziel**

Grundprinzip von Kommunikation erfahren  
(Sender – Botschaft – Empfänger)

### **Zeitangabe**

1 Unterrichtsstunde

## AB 3 MEDIENWIRKUNG

### **Baustein**

Baustein 1: Kommunikation

### **Inhalt**

Film „Als die Marsmenschen kamen.  
Ein Hörspiel und seine Folgen“ ansehen  
und anhand Leitfragen besprechen.

### **Ziel**

Wirkung von Massenmedien reflektieren

### **Zeitangabe**

2 Unterrichtsstunden

## AB 4 RADIOWAND

### **Baustein**

Baustein 2: Radiolandschaft

### **Inhalt**

Rechercheauftrag für SchülerInnen, um  
Informationen über eine Auswahl (lokaler)  
Radiosender zu sammeln. Ergebnisse  
können anhand festgelegter Kriterien als  
Wandzeitung veröffentlicht werden.

### **Ziel**

- Erkunden des (lokalen) Radioangebots
- Unterscheidung der verschiedenen Sender  
anhand klarer Kriterien
- Übersicht zur Radiolandschaft bekommen

### **Zeitangabe**

4-6 Unterrichtsstunden

## ab 5 senderListe

### **Baustein**

Baustein 2: Radiolandschaft

### **Inhalt**

Die Senderliste listet verschiedene Radiosender für die Radiowand auf.

### **Ziel**

s.o.

### **Zeitangabe**

s.o.

## ab 6 darstellungsformen

### **Baustein**

Baustein 3: Radioprogramm

### **Inhalt**

Anhand verschiedener Hörbeispiele werden die Elemente und Beitragsformen im Radio vorgestellt und unterschieden.

### **Ziel**

- Unterscheidung verschiedener Beitragsformen
- Elemente kennen lernen, aus denen ein Radioprogramm aufgebaut ist

### **Zeitangabe**

2 Unterrichtsstunden

## ab 7 sendeuhr

### **Baustein**

Baustein 3: Radioprogramm

### **Inhalt**

SchülerInnen planen eine Stunde Radioprogramm nach eigenen Kriterien.

### **Ziel**

Wissen um die Darstellungsformen praktisch umsetzen.

### **Zeitangabe**

1 Unterrichtsstunde

## ab 8 radiogeschichte

### **Baustein**

Baustein 4: Radiogeschichte

### **Inhalt**

SchülerInnen setzen sich in Kleingruppen mit verschiedenen Zeitabschnitten der Radiogeschichte auseinander und stellen ihre Ergebnisse der Klasse vor.

### **Ziel**

- Kennenlernen der wichtigsten Perioden der Hörfunkgeschichte

- Bedeutung des Radios in verschiedenen zeitlichen Epochen verstehen
- Technische Meilensteine in der Rundfunkgeschichte kennen lernen

### **Zeitangabe**

2-3 Unterrichtsstunden

## ab 9 gesetzliche grundlagen

### **Baustein**

Baustein 5: Rundfunksystem

### **Inhalt**

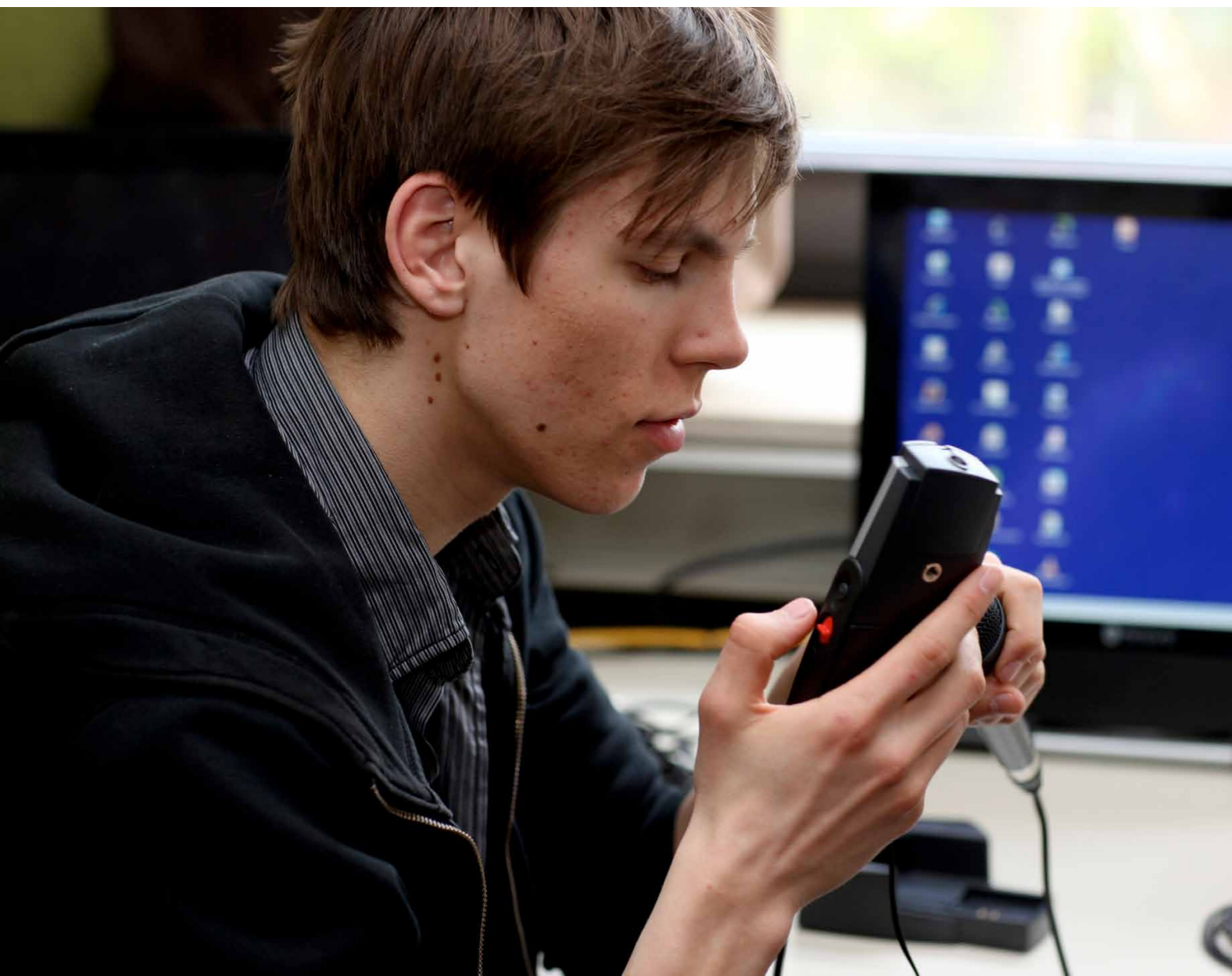
SchülerInnen setzen sich mit gesetzlichen Grundlagen auseinander und überlegen sich als Redakteure von „Radio Saubande“, wie sie dagegen verstoßen können.

### **Ziel**

Gesetzliche Grundlagen zum deutschen Rundfunksystem kennen lernen

### **Zeitangabe**

1-2 Unterrichtsstunden



## ab 10 PRESSEKODEX

### **Baustein**

Baustein 5: Rundfunksystem

### **Inhalt**

Beim fiktiven Sender „Radio Saubande“ verstoßen die SchülerInnen ganz bewusst auch gegen den Pressekodex.

### **Ziel**

Unterschiede zwischen Ansprüchen im professionellen Journalismus und im Bürgerfunk deutlich machen

### **Zeitangabe**

1-2 Unterrichtsstunden

## ab 11 URHEBERRECHTE

### **Baustein**

Baustein 5: Rundfunksystem

### **Inhalt**

Das Thema Urheberrecht wird anhand von Leitfragen in der Klasse erarbeitet.

### **Ziel**

Gesetzliche Grundlagen zum Urheberrecht kennen lernen

### **Zeitangabe**

1-2 Unterrichtsstunden

## ab 12 EXPOSEE

### **Baustein**

Baustein 6: Radiopraxis

### **Inhalt**

Die SchülerInnen schreiben alleine oder in der Gruppe ein Exposee für einen Radiobeitrag und müssen dafür ein konkretes Thema finden.

### **Ziel**

- Grundlagen der Radioarbeit kennen lernen
- Eigene Hörfunkbeiträge produzieren, veröffentlichen und bewerten

### **Zeitangabe**

2-3 Unterrichtsstunden

## ab 13 INTERVIEW

### **Baustein**

Baustein 6: Radiopraxis

### **Inhalt**

Die SchülerInnen interviewen sich mit wechselnden Aufträgen gegenseitig und erarbeiten darüber hinaus im Klassengespräch die Grundlagen der Interviewführung.

### **Ziel**

- s.o.
- Grundlagen der Radioarbeit kennen und anwenden
- Eigene Hörfunkbeiträge produzieren, veröffentlichen und bewerten

### **Zeitangabe**

2-3 Unterrichtsstunden

## ab 14 SCHREIBEN FÜRS HÖREN

### **Baustein**

Baustein 6: Radiopraxis

### **Inhalt**

Nach der Unterscheidung zwischen Lese- und Hörtexten schreiben die SchülerInnen eigene Texte nach den Regeln der Radiosprache.

### **Ziel**

- s.o.
- Grundlagen der Radioarbeit kennen und anwenden
- Eigene Hörfunkbeiträge produzieren, veröffentlichen und bewerten

### **Zeitangabe**

2-3 Unterrichtsstunden

## ab 15 TESTFRAGEN

### **Baustein**

-

### **Inhalt**

Die Testfragen richten sich nach den Inhalten, die in den Arbeitsblättern behandelt werden.

### **Ziel**

Lernkontrolle

### **Zeitangabe**

1-2 Unterrichtsstunden



## 4.1 RADIOERFAHRUNG

Name: .....

*Bitte Fragen in Stichworten beantworten!*

1. Wann und wo hörst du Radio?
  
  2. Wie lange hörst du am Tag Radio?
  
  3. Welche Sender hörst du?  
(in Reihenfolge der Beliebtheit)
  
  4. Warum schaltest du bestimmte Sender ein?  
(Nach welchen Kriterien suchst du aus? Was ist für dich gutes Radio?)
  
  4. Hast du selbst schon etwas veröffentlicht?  
(z.B. Tonbeiträge, Texte, Fotos, Videos oder Musik)
- Wenn ja, auf welcher öffentlichen Plattform?  
(Internet, Zeitung, Radio, TV, Tonträger, ...)



## 4.2 SENDER-empfänger

*„Man kann nicht nicht kommunizieren!“*

Dieser Satz stammt vom Psychologen Paul Watzlawick. Er beschreibt sehr treffend den Umstand, dass zwei Menschen, die sich begegnen, immer miteinander kommunizieren. Auch Schweigen oder Wegsehen ist ein Verhalten, das eine Botschaft an das Gegenüber aussendet.

**SENDER → BOTSCHAFT → empfänger**

Ein grundlegendes Modell der Kommunikation ist das Sender-Empfänger-Modell. Es passt sowohl für ein Gespräch zwischen zwei Freunden, wie auch für die Ausstrahlung einer Radio-sendung.

Probiert es aus!

*Tut euch zu zweit zusammen, um das Prinzip „Sender“ und „Empfänger“ nachzuspielen:*

Ihr braucht drei leere Blätter, auf welche die Begriffe „Sender“, „Botschaft“ und „Empfänger“ geschrieben werden (jeweils nur ein Wort pro Blatt).

*EinE SchülerIn wird zum Sender, der / die andere zum Empfänger (haltet jeweils das Blatt vor euch, um eure Rolle deutlich zu zeigen).*

- Der Sender denkt sich nun eine Botschaft aus und richtet diese an den Empfänger.
- Probiert verschiedene Wege der Kommunikation aus (schriftlich, mündlich, mit/ohne Blickkontakt).
- Tauscht euch nach jedem Kommunikationsvorgang darüber aus, ob die jeweilige Botschaft angekommen ist.
- Wechselt auch mal die Rollen.

*Tauscht euch dann über folgende Fragen aus:*

- Woher wissen wir, ob eine Botschaft angekommen ist?
- Über welchen Weg kommt eine Botschaft am besten beim Empfänger an?
- Was ist der Unterschied zwischen der Kommunikation von zwei Menschen in einem Raum und der Kommunikation über das Radio?
- Was ist beim Radio zu beachten, damit die Botschaften beim Empfänger ankommen?

## 4.3 MEDIENWIRKUNG

Als die Marsmenschen kamen - Ein Hörspiel und seine Folgen.

(Org: Martian Mania: The True Story of The War of the Worlds, USA, 1998, 43 Minuten)

*Dokumentation von Melissa Jo Peltier*

### Inhalt

30. Oktober 1938: Sechs Millionen Amerikaner verfolgen an ihren Radios den Live-Bericht eines Reporters, der eine Schreckensmeldung nach der anderen verkündet, bis schließlich das Funk-signal abbricht. Sie sind da! Die Marsmenschen sind gelandet. Unzählige Zuhörer laufen auf die Straßen, verlassen fluchtartig die Städte oder verbarrikadieren sich in ihren Häusern – die Massenpanik löst ein Chaos aus. Was die Zuhörer nicht wissen: Bei dem vermeintlichen Live-Bericht handelt es sich um ein Hörspiel: Orson Welles' „Krieg der Welten“.

Die Dokumentation beschreibt die Ereignisse rund um die Sendung des Hörspiels „Krieg der Welten“ von Orson Welles nach H.G. Wells bei seiner ersten Ausstrahlung am Vorabend von Halloween 1938. Die Bedeutung des Radios als damals wichtigstem Massenmedium wird herausgestellt und aufgezeigt, welche Umstände zu der Panik nach der Übertragung führte, da die Menschen das geschickt gestaltete Hörspiel für Realität hielten.

### Fragen zum Film

1. Welche Bedeutung hatte das Radio zur damaligen Zeit?

2. Könnte etwas Ähnliches heute passieren?  
Wenn ja, was? / Wenn nein, warum nicht?

3. Welche Rolle spielt das Radio heute?

## 4.4 RADIOWAND Seite 1

### ZIELGRUPPE

Für wen machen wir das eigentlich? Jeder Radiosender macht sich Gedanken darüber, wer sein Programm einschalten soll. Je genauer ein Sender seine Hörer kennt, desto besser können Inhalte und Musik auf die jeweiligen Interessen und Vorlieben abgestimmt werden.

Die Zielgruppe wird meist über das Alter der Hörer definiert. Es kann aber viele weitere Kriterien geben, z.B. eine Unterscheidung nach „Mediennutzertypen“ oder nach dem Wohnort der Hörer.

### Aufgabe Radiowand

**Versuche möglichst genau zu beschreiben, welche Zielgruppe ein Sender ansprechen will.**

### HÖRERZAHLEN

Hört meine Zielgruppe auch wirklich zu? Die Anzahl der Hörer ist vor allem für die Sender wichtig, die sich durch Werbung finanzieren. Denn danach richten sich die Werbepreise.

Das Radio gehört in Deutschland immer noch zu den beliebtesten Medien. 79% aller Einwohner (Deutsche ab 10 Jahren und hier lebende EU-Ausländer) schalten an einem durchschnittlichen Tag das Radio an. Die tägliche Hördauer liegt im Schnitt bei 199 Minuten. Diese Zahlen stammen aus der Media-Analyse (ma 2012 radio I), der wichtigsten regelmäßigen Erhebung für Radiosender. Die ma wird von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) durchgeführt, in der alle großen Sender vertreten sind.

*In der ma Radio werden zweimal im Jahr u.a. folgende Daten erhoben:*

**Weitester Hörerkreis:** Wer hat den Sender in den letzten 14 Tagen gehört?

**Tagesreichweite / Hörer pro Tag:** Wie viele Personen schalten den Sender an einem durchschnittlichen Tag ein?

**Hörer pro Stunde:** Wie viele Hörer schalten zu einer bestimmten Stunde ein?

**Hörer pro durchschnittliche Stunde:** Wie viele Hörer gibt es im Schnitt in den Stunden zwischen 6 und 18 Uhr?

**Marktanteil:** Welchen Anteil hat ein Sender in einem Verbreitungsgebiet?

(In der ma wird radio NRW als Ganzes betrachtet. Um die Reichweiten der einzelnen privaten Lokalsender in NRW zu ermitteln, geben diese die zweimal jährlich erscheinende kleinere Studie E.M.A. NRW in Auftrag.)

### Aufgabe Radiowand

**Ermittle, wenn möglich, die Tagesreichweite und den Marktanteil eines Senders.**

## MUSIKFARBE

Welche Musik ist zu hören? Die Musik ist für viele Hörer ein wichtiger Einschaltfaktor. Und so können sich Sender über das Musikformat von anderen abgrenzen. Viele Sender spielen neue Musikstücke zunächst einem Testpublikum vor, bevor sie ins Repertoire aufgenommen werden.

Die Musikfarbe kann durch die einzelnen Genres bestimmt werden, die gespielt werden. Es gibt im Radiobereich aber auch spezielle Begriffe für einzelne Musikformate. Die erfolgreichsten Formate sind:

### AC / Adult Contemporary

Dieses Format richtet sich an die kaufkräftigste Zielgruppe der 20- bis 49-Jährigen. Gespielt werden vor allem melodiose Rock- und Pophits aus den letzten Jahrzehnten. Zum AC-Format gibt es viele weitere Unterteilungen (Hot AC, Oldie based AC, ...)

### CHR / Contemporary Hit Radio

Hier wird die jüngere Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen angesprochen. Gespielt werden vor allem aktuelle Hits, die durch die Musikrotation häufiger wiederholt werden.

Daneben gibt es noch viele weitere Musikformate, wie z.B. Melodie, Schlager, Urban Contemporary (UC), Rock, Album Oriented Rock (AOR), Klassik.

### Aufgabe Radiowand

**Beschreibe die Musikfarbe eines Senders.**

## WORT / MUSIK-ANTEIL

Wird auch mal geredet? Es gibt Sender, die fast ohne Musik auskommen, weil sie sich als Wortprogramm verstehen. Andere Sender versuchen mit viel Musik und kurzen Wortbeiträgen möglichst durchhörbar zu klingen. Das Format eines Senders richtet sich also auch nach dem Anteil von Wort und Musik im Programm. Häufig wird Musik auch unter Moderationen und Wortbeiträge gemischt (Musikbett).

### Aufgabe Radiowand

**Versuche den Wort-/Musik-Anteil eines Senders zu ermitteln und ansonsten zu schätzen! Gibt es eine maximale Länge für Beiträge? Wird auf Musikbetten gesprochen?**

## INHALTE / THEMEN

Worum geht's eigentlich? Die Inhalte und Themen, über die On Air geredet wird, bestimmen das Programmformat und machen aus einem Sender z.B. eine Jugendwelle, ein Lokalprogramm, einen Kulturkanal oder einen Informationssender.

### Aufgabe Radiowand

**Beschreibe den thematischen Anspruch eines Senders. Gibt es einen Claim / Slogan des Senders?**

**Wenn ja, welchen?**

## VERBREITUNGSWEG

Viele Wege führen ins Ohr! Radio wird heute über viele Wege verbreitet. Mit dem guten alten UKW-Küchenradio wird ebenso gehört wie per Livestream am Computer. Die gängigen Verbreitungswege heute sind:

### UKW

Der Rundfunk auf Ultrakurzwelle sendet elektromagnetische Wellen in einem bestimmten Frequenzbereich. In Europa werden die Frequenzen von 87,5 MHz bis 108,0 MHz genutzt. Die analoge Verbreitung über UKW ist noch immer der wichtigste Verbreitungsweg für Radioprogramme. (Im englischsprachigen Raum wird anstelle von UKW das Kürzel FM benutzt.)

### DAB

Der Standard DAB (Digital Audio Broadcasting) ist der digitale Nachfolger von UKW. Um das digitale Signal zu empfangen, das ebenfalls terrestrisch gesendet wird, sind allerdings neue Geräte erforderlich.

### Kabel

Viele Hörfunkprogramme werden heute auch in Kabelnetze eingespeist, die meist landesweit von verschiedenen Anbietern betrieben werden.

### Satellit

Auch wer seinen digitalen Satellitenempfänger an eine Stereoanlage anschließt, kann inzwischen viele Radioprogramme empfangen.

## 4.4 RADIOWAND *Seite 4*

### *Internet*

Über so genannte Streaming-Angebote bieten viele Sender ihr Programm online an. Anders als bei den o.g. Verbreitungswegen muss zu jedem Empfänger eine eigene Datenverbindung aufgebaut werden.

### ***Aufgabe Radiowand***

**Versuche herauszufinden, welche Verbreitungswege ein Sender nutzt!**

## FINANZIERUNG

Wer soll das bezahlen? Einen Radiosender zu betreiben kostet viel Geld. Da müssen Redakteure, Moderatoren, Reporter und Techniker bezahlt werden, Studios aufgebaut und Sendeanlagen betrieben werden. Private Sender finanzieren sich durch Werbung, öffentlich-rechtliche Sender erhalten zusätzlich einen Teil der Rundfunkgebühren. Hochschulradios müssen auf beides verzichten.

### ***Aufgabe Radiowand***

**Versuche möglichst viel über die Finanzierung eines Senders herauszufinden. Vielleicht bekommst du ja auch heraus, was ein Werbespot auf dem Sender zu schalten kostet.**

## RECHTSFORM

Alles geregelt! Im dualen Rundfunksystem gibt es private und öffentlich-rechtliche Sender. Hinzu kommen Bürgermedien (z.B. Hochschulradio).

### ***Aufgabe Radiowand***

**Beschreibe die Rechtsform eines Senders.**

## RECHERCHETIPPS

- Internetseiten und Broschüren der einzelnen Sender (z.B. [www.dradio.de](http://www.dradio.de) oder [www.radionrw.de](http://www.radionrw.de)). Häufig finden sich Angaben zu Zielgruppe, Reichweite bzw. Format im Bereich „Wir über uns“ oder „Media“ bzw. „Werbung“ (auf [www.radiokoeln.de](http://www.radiokoeln.de) gibt es z.B. ganz unten den Punkt „Hörfunkwerbung“)
- [www.reichweiten.de/](http://www.reichweiten.de/)  
Viele Daten aus der ma können auf der Seite der ARD-Werbung nachgelesen werden.
- [www.ard.de/intern/basisdaten/](http://www.ard.de/intern/basisdaten/)  
Hier finden sich weitere Daten aus der ma, auch zu bundesweiten Programmen.
- [www.lfm-nrw.de/hoerfunk/mediaanalyse/](http://www.lfm-nrw.de/hoerfunk/mediaanalyse/)  
Bei der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) finden sich Informationen zur Mediaanalyse.
- [www.wdr-mediagroup.com/](http://www.wdr-mediagroup.com/)  
Diese WDR-Seite richtet sich an die Werbewirtschaft und bietet Infos zu den WDR-Sendern.
- [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de) oder [www.rundfunkwiki.de/](http://www.rundfunkwiki.de/)  
Beide Online-Lexika bieten viele Infos zu Sendern und weitere Links.
- [www.radioszene.de](http://www.radioszene.de) oder [www.radiowoche.de/](http://www.radiowoche.de/)  
Beide Webseiten bieten viele aktuelle Infos zur deutschen Radiolandschaft.

*Bitte immer die Quelle angeben, woher eine Information stammt!*

## 4.5 SENDERLISTE

### **Lokale Sender**

z.B. Radio Köln

z.B. Kölncampus

### **landesweite Sender**

1Live

WDR 2

WDR 3

WDR 4

WDR 5

WDR Funkhaus Europa

radio NRW

### **Überregionale Sender**

Domradio

BigFM

BFBS

### **Bundesweite Sender**

Deutschlandfunk

Deutschlandradio Kultur

DRadio Wissen

Jam FM

### **Internet / Internationale Sender**

Deutsche Welle

KIRAKA

TechnoBase.FM

Last.fm

*Dies ist keine vollständige Liste der Radiosender, sondern nur eine Auswahl.*

## 4.6 DARSTELLUNGSFORMEN Seite 1

*Radioprogramm besteht aus den Bausteinen*

→ MODERATION

→ MUSIK

→ VERPACKUNG

→ BEITRÄGE

→ WERBUNG

### MODERATION

Ein Moderator gibt einer Radiosendung ein Gesicht bzw. eine Stimme. Er führt die Hörer durchs Programm. Die Persönlichkeit der Moderatoren ist bei vielen Jugend- und Popwellen besonders wichtig.

Grundsätzlich wird zwischen *Einzel- und Doppelmoderationen* unterschieden, je nachdem, wie viele Moderatoren im Studio sind. Wenn die Moderatoren auch die Technik am Mischpult übernehmen, spricht man von so genannten „*Selbstfahrern*“.

Wenn ein konkreter Beitrag angekündigt wird (s.u.), nennt sich das eine *Anmoderation*. Wenn nach dem Beitrag auch noch etwas gesagt wird, ist das folglich eine *Abmoderation*. Moderatoren machen auch gerne einmal *Zwischenmoderationen* und erzählen z.B. eine bunte Meldung oder sie nennen den Namen des Senders, die Uhrzeit und das nächste Musikstück (3 element break). Moderatoren führen auch häufig selbst Interviews durch oder unterhalten sich in der Sendung mit Kollegen (s.u.).

### MUSIK

Musik ist das bestimmende Element vieler Radiosendungen. Je nach Musikfarbe bzw. Format werden Lieder aus verschiedenen Genres gespielt.

Wenn Musik unter Wortbeiträge gelegt wird, spricht man von einem Musikbett. Häufig sprechen Moderatoren über den Anfang eines Liedes (die Ramp) und ziehen die Regler hoch, wenn der Gesang beginnt. In längeren Beiträgen können Musikstücke auch als Trenner eingespielt werden.



### VERPACKUNG

In heutigen Radiosendern werden häufig viele kurze Einspieler benutzt, um das Programm zu verpacken. Diese Einspieler werden meist mit einem einheitlichen Sounddesign vorproduziert.

#### *Jingle*

Unter dem Namen „Jingle“ laufen viele kurze Elemente einer Sendung, die meist aus Geräuscheffekten, Musik, Gesang oder Sprache bestehen. Jingles können als Opener eine Sendung ankündigen oder eine Rubrik wie die Veranstaltungshinweise beenden. Weitere Verpackungselemente sind z.B. Sounder (musikalisches Erkennungszeichen), Bridges (musikalische Untermahlung), IDs (Senderkennung, oft von einem Prominenten gesprochen) und Drops (kurzer Einwurf).

### BEITRÄGE

Es gibt viele verschiedene Sende- und Darstellungsformen im Hörfunk. Auf vielfältige Weise können so Informationen vermittelt oder Meinungen wiedergegeben werden.

#### *O-Ton*

Der Originalton ist eine aufgenommene Aussage von einer Person, meist ein Ausschnitt aus einem längeren Gespräch.

#### *Gebauter Beitrag*

Der gebaute Beitrag besteht meist aus den Elementen „O-Ton“ und „Sprechertext“, die im Wechsel zu hören sind. Zudem können auch Musik, Geräusche oder Atmo eingebaut werden. Der gebaute Beitrag wird häufig auch BmO (Beitrag mit Originaltönen) genannt.

#### *Interview*

Beim Interview kann man grundsätzlich unterscheiden, ob es zur Vorbereitung auf einen Beitrag geführt wird (um z.B. nur einzelne O-Töne aus dem Gespräch zu verwenden) oder ob es auch als Interview gesendet wird. Live-Interviews werden in einer Sendung meist von den Moderatoren geführt.

#### *Umfrage*

Beim Interview werden viele Fragen an die gleiche Person gestellt, bei der Umfrage ist es umgekehrt: Die gleiche Frage wird von vielen Personen beantwortet und die Aussagen werden pointiert zusammen geschnitten. Über die Umfrage werden häufig Meinungen wiedergegeben.



#### *Kommentar*

Auch beim Kommentar geht es um Meinungen. Journalisten nutzen diese Darstellungsform, um eine persönliche Einschätzung zu einem Sachverhalt abzugeben. Ein Kommentar muss im Programm immer ganz deutlich als solcher zu erkennen sein.

#### *Glosse*

Wenn es in einem Kommentar lustig zugeht, wird von einer Glosse gesprochen. In der Glosse wird spöttisch und überspitzt mit einem Thema umgegangen.

#### *Reportage*

Das Wort „Reportage“ stammt aus dem Lateinischen und bedeutet soviel wie „Zusammentragen“. Ein Reporter muss an den Ort eines Geschehens und berichtet über seine Erlebnisse und Beobachtungen. Eine Reportage ist live oder wird aus aufgenommenen O-Tönen, Geräuschen und Atmo gebaut.

#### *Kollegengespräch*

Häufig bekommen Moderatoren im Studio Besuch von einem Kollegen, um über ein aktuelles Thema zu sprechen. Der Kollege ist dann „Fachmann“ für dieses Thema. Um etwas zu veranschaulichen, können dabei auch O-Töne als Einspieler verwendet werden.

#### *Comedy*

Comedyformate sind für viele Jugend- und Popwellen ein fester Bestandteil des Programms. Zumeist werden hier Serien produziert.

#### *Feature*

Das Feature ist eine anspruchsvolle Darstellungsform, die ein Thema aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet. Viele Features sind eine Stunde lang und kombinieren die Elemente Reportage, O-Ton, Geräusche und Hörspiel.

#### *Hörspiel*

Aufwändige Hörspielproduktionen sind eher im Abendprogramm einiger Sender zu hören.

#### *Nachrichten / Verkehrsmeldungen / Wetter*

Aktuelle Nachrichten und Servicemeldungen gehören zu den wichtigen Einschaltkriterien für Hörer.

## 4.6 DARSTELLUNGSFORMEN Seite 4

### Teaser

Wenn ein besonderes Programm-Highlight ansteht, wird es häufig on air angeteasert, d.h. angekündigt.

### WERBUNG

Auch die Werbespots im Programm werden vorproduziert. Viele Sender arbeiten dafür mit festen Produktionsfirmen zusammen. Werbespots im Radio sind im Schnitt rund 30 Sekunden lang. Sowohl radio NRW mit seinen Lokalstationen als auch die WDR-Sender bieten so genannte Kombi-Pakete an, bei denen Werbespots auf verschiedenen Sendern laufen.

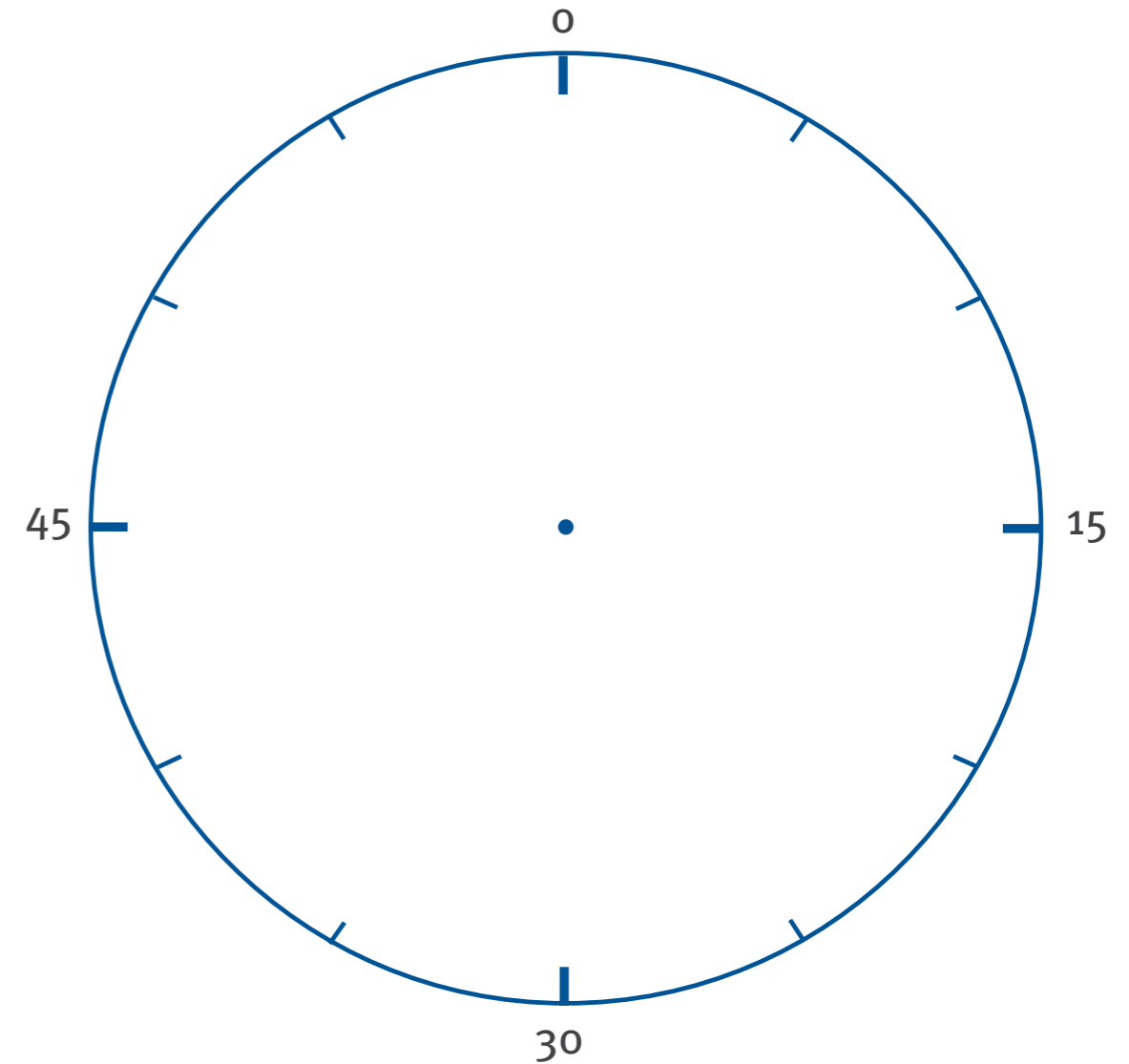
Viele Sender bieten inzwischen auch Sonderwerbeformen an, wie z.B. Gewinnspiele, bei denen jeweils ein Intro und Outro zu hören ist.

## 4.7 SENDEUHR

Radio .....

### Werde dein eigener Programmplaner!

Wie sieht eine typische Stunde in deinem Sender aus?



Die Sendeuhr ist ein Instrument, um die Inhalte einer einstündigen Sendung anschaulich einzuteilen. Füge alle Elemente deiner Sendung als Tortenstück in die Uhr ein.

## 4.8 RADIOGESCHICHTE Seite 1



### 1. DIE ENTDECKUNG

Alles begann Ende des 19. Jahrhunderts, genauer gesagt im Jahr 1886. In diesem Jahr gelang dem deutschen Physiker Heinrich Hertz der Nachweis, dass elektromagnetische Wellen ganz gezielt von einem Sender zu einem Empfänger durch die Luft geschickt werden können. Diese Entdeckung war die Grundlage dafür, um Informationen durch die Luft zu senden. Übrigens kommt der Begriff „Funk“ daher, dass bei der Apparatur von Hertz richtige Funken geschlagen wurden.

Der Italiener Guglielmo Marconi machte aus der Entdeckung von Hertz ein nutzbares Funkverfahren. Im Jahr 1899 verschickte Marconi eine Nachricht über den Ärmelkanal, 1901 schaffte es seine Morsezeichen sogar über den Atlantik.

Ohne die Nutzung von elektromagnetischen Wellen wäre unsere Welt heute eine andere. Ob Mobilfunk, WLAN oder DVB-T – all diese Funktechnologien arbeiten mit dem selben Grundprinzip: Eine Information wird so aufbereitet, dass sie von einem Sender auf einer bestimmten Frequenz (Maßeinheit: Hertz!) an einen Empfänger geschickt werden kann, um sie dort wieder in die ursprüngliche Information zurück zu wandeln.

#### **Aufgabe**

Bereitet diesen Zeitabschnitt so vor, dass ihr einen kurzen Vortrag darüber halten könnt, der vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Warum sind elektromagnetische Wellen die Grundlage des Rundfunks?
- Was waren die wichtigsten Ereignisse bei der Entwicklung der Funktechnik?

Weitere Infos und Tonbeispiele findet ihr u.a. unter:  
[www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html)

## 4.8 RADIOGESCHICHTE Seite 2



### 2. ERSTE SENDUNG

Bevor nun wirklich Sprache und Musik zu hören waren, musste die Funktechnik weiter entwickelt werden. Anfang des 20. Jahrhunderts gab es vor allem in den USA Versuche mit einzelnen Sendungen. So wurde zum Beispiel 1910 ein Konzert des berühmten Tenors Enrico Caruso aus der New Yorker Metropolitan Oper heraus übertragen. Zu Beginn der Funktechnik war aber vorwiegend das Militär an einer Nutzung und Weiterentwicklung interessiert.

Damit aus dem Funk – von einem Sender zu einem Empfänger – der Rundfunk wurde – von einem Sender zu vielen Empfängern – waren auch neue Empfangsgeräte nötig. Und so hatte auch die Industrie Interesse an einem regelmäßigen Programmangebot, denn dadurch konnte sie neu entwickelte Radiogeräte verkaufen.

Am 29. Oktober 1923 war es dann endlich soweit. Das erste offizielle deutsche Radioprogramm ging von 20 bis 21 Uhr auf Sendung. Gesendet wurde über ein einziges Mikro live aus einem kleinen Raum im VOX-Haus in Berlin. Beim neuen „Unterhaltungsrundfunk“ wurde vor allem klassische Musik gespielt.

Die Kontrolle über das neue Medium Radio lag bei der Reichspost, der die Sendeanlagen gehörten, und dem Innenministerium.

#### **Aufgabe**

Bereitet diesen Zeitabschnitt so vor, dass ihr einen kurzen Vortrag darüber halten könnt, der vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Wann war die Geburtsstunde des Rundfunks (in Deutschland)?
- Was war im ersten offiziellen deutschen Radioprogramm zu hören?

Weitere Infos und Tonbeispiele findet ihr u.a. unter:  
[www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html)

### 3. EIN MASSENEDIUM ENTWICKELT SICH

Um in der Weimarer Republik Radio zu hören, musste man sich als Rundfunkteilnehmer offiziell anmelden und dafür auch etwas zahlen. Bis Ende 1925 gab es schon eine Million angemeldete Hörer. Viele Geräte aus dieser Zeit hatten keinen Lautsprecher, sondern es wurde über Kopfhörer gehört.

Da die Geräte recht teuer waren, haben viele Leute sich ihre Radios mit einem Bausatz selbst gebastelt. Dabei geholfen hat unter anderem auch der Arbeiter-Radio-Bund Deutschland, der den Hörfunk für die Arbeiterklasse öffnen wollte. Der Arbeiter-Radio-Bund kritisierte aber auch die politische Struktur des Rundfunks, auf den der Staat immer mehr Einfluss nahm.

Zu den Kritikern des Rundfunks gehörte auch Bertolt Brecht, der Ende der 1920er Jahre selbst beim Radio tätig war. Brecht fordert in seiner Radiotheorie, dass aus dem Rundfunk ein Kommunikationsapparat gemacht wird, in dem der Zuhörer auch etwas sagen kann. Mit der Machtübernahme der Nationalsozialisten entwickelt sich der Rundfunk genau in die andere Richtung.

#### Aufgabe

Bereitet diesen Zeitabschnitt so vor, dass ihr einen kurzen Vortrag darüber halten könnt, der vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Wann und wie wurde der Rundfunk in Deutschland zu einem Massenmedium?
- Wie hat sich Bertolt Brecht Ende der 1920er Jahre den Rundfunk gewünscht?

Weitere Infos und Tonbeispiele findet ihr u.a. unter: [www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html)

### 4. VOLKSEMPFÄNGER

1933 wird der Rundfunk in Deutschland komplett verstaatlicht. Für die Nationalsozialisten wird das Radio zu einem der wichtigsten Mittel ihrer Propaganda. Das Radio sollte zur Gleichschaltung der Bevölkerung beitragen.

Damit die Rundfunkansprachen Hitlers und die anderen kontrollierten Programminhalte möglichst viele Menschen erreichen, wurde die Industrie beauftragt, günstige Empfangsgeräte zu bauen. So entstand der Volksempfänger VE 301. Der Name wird gewählt zur Erinnerung an den Tag der Ernennung Hitlers zum Reichskanzler am 30. Januar 1933.

Der Volksempfänger wird im Sommer 1933 vorgestellt und noch im gleichen Jahr 650 000 mal verkauft. 1938 kam mit dem Kleinempfänger DKE 38 ein noch günstigeres Gerät auf den Markt, das wegen der großen Sendepresenz von Propagandaminister Göbbels auch „Göbbels Schnauze“ genannt wurde.

Auch beim Ausbruch des zweiten Weltkriegs spielte ein Radiosender eine ungewöhnliche Rolle. Am 31. August 1939 überfallen SS-Leute den deutschen Sender Gleiwitz an der polnischen Grenze. Sie tarnen sich als polnische Freiheitskämpfer, übernehmen den Sender und senden eine Ansprache. Dieser fingierte Vorfall dient der Propaganda der Nationalsozialisten, den Angriff auf Polen zu rechtfertigen.

#### Aufgabe

Bereitet diesen Zeitabschnitt so vor, dass ihr einen kurzen Vortrag darüber halten könnt, der vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Warum nutzen die Nationalsozialisten den Rundfunk für ihre Zwecke?
- Was ist ein Volksempfänger?
- Welche Rolle spielt der Rundfunk beim Ausbruch des zweiten Weltkriegs?

Weitere Infos und Tonbeispiele findet ihr u.a. unter: [www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html)

## 4.8 RADIOGESCHICHTE Seite 5

### 5. RADIO IM KRIEG

Das Frequenzspektrum der Volksempfänger war begrenzt, trotzdem war es möglich, auch ausländische Sender zu hören. Die britische BBC sendete ab 1938 sogar ein Programm in deutscher Sprache (German Service), um die Bevölkerung mit objektiven und unvoreingenommenen Nachrichten zu versorgen.

Mit dem Beginn des Krieges am 1. September 1939 wird das Abhören ausländischer Sender verboten und teilweise sogar mit dem Tod bestraft. An alle Radios musste ein „Denke daran“-Zettel angebracht werden, der auf das Verbrechen des Abhörens ausländischer Sender hingewiesen hat. Trotzdem haben Millionen von Deutschen Fremdsender eingeschaltet.

Propagandaminister Göbbels nannte das Radio eine „Waffe im Krieg“. In der Heimat wurden über die angeblichen „Heldentaten“ deutscher Soldaten berichtet. Die Soldaten an der Front sollten mit Musik und Parolen zum Durchhalten motiviert werden.

Mit dem Ende des zweiten Weltkriegs 1945 beginnt die Neuordnung der deutschen Rundfunklandschaft durch die alliierten Besatzungsmächte. Beim Aufbau neuer Strukturen achteten die Alliierten in Westdeutschland vor allem auf die Unabhängigkeit von Staat und Medien.

#### **Aufgabe**

Bereitet diesen Zeitabschnitt so vor, dass ihr einen kurzen Vortrag darüber halten könnt, der vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Welche Rolle spielte der Rundfunk während des zweiten Weltkriegs?
- Warum war es verboten, Fremdsender zu hören?

Weitere Infos und Tonbeispiele findet ihr u.a. unter:  
[www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html)

## 4.8 RADIOGESCHICHTE Seite 6

### 6. DIE ORDNUNG DER WELLEN

Weil Radiowellen auch vor Landesgrenzen nicht halt machen, müssen Sendefrequenzen international abgestimmt werden. 1948 wurde der „Kopenhagener Wellenplan“ ausgearbeitet, der Deutschland als Kriegsverlierer nur wenige Frequenzen im Lang- und Mittelwellenbereich zugesprochen hat. Die neuen Sender, die von den alliierten Kräften aufgebaut wurden, hatten also mit einer Frequenzknappheit zu kämpfen.

Weil die bisherigen Frequenzen knapp waren, hat man sich in Deutschland auf den Ausbau der Ultrakurzwellentechnik (UKW) konzentriert. Im Februar 1949 nahm der Bayerische Rundfunk den ersten UKW-Sender der Welt in Betrieb.

Die Ultrakurzwellen auf den Frequenzen 87,5 bis 108 MHz setzen sich in den 1950er Jahren weltweit zunehmend als Verbreitungsweg durch. Die Reichweiten waren zwar kleiner als bei der Mittelwelle, aber der Klang besser. In den 1960er Jahren begannen Ausstrahlungen in Stereo. Seit 2006 dürfen auch Privatpersonen UKW-Sender betreiben, allerdings nur Kleinstsender mit einer Reichweite von wenigen Metern (z.B. vom MP3-Player zum Autoradio).

#### **Aufgabe**

Bereitet diesen Zeitabschnitt so vor, dass ihr einen kurzen Vortrag darüber halten könnt, der vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Was ist der Kopenhagener Wellenplan?
- Was bedeutet UKW und wie hat sich diese Übertragungstechnik entwickelt?

Weitere Infos und Tonbeispiele findet ihr u.a. unter:  
[www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html)



## 7. ÖFFENTLICH-RECHTLICHER RUNDfunk

Nach dem zweiten Weltkrieg entsteht ein neues Rundfunksystem in Deutschland. Die alliierten Siegermächte entscheiden sich für das Modell der britischen BBC: Die Rundfunksender werden zu Anstalten des öffentlichen Rechts, um sie möglichst unabhängig vom Staat und von wirtschaftlichen Interessen zu machen. Finanziert werden die Rundfunkanstalten durch Gebühren und kontrolliert durch einen Rundfunkrat, in dem jeweils die gesellschaftlich relevanten Gruppen vertreten sind. (Eine eigene Geschichte haben die Medien in der DDR, die wieder staatlich kontrolliert wurden.)

Heute gibt es folgende Landesrundfunkanstalten in Deutschland: Bayerischer Rundfunk (BR), Hessischer Rundfunk (hr), Mitteldeutscher Rundfunk (MDR), Norddeutscher Rundfunk (NDR), Radio Bremen (RB), Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb), Saarländischer Rundfunk (SR), Südwestrundfunk (SWR) und Westdeutscher Rundfunk (WDR). Hinzu kommen das Deutschlandradio, die Deutsche Welle und das ZDF. Ihr gemeinsamer Verbund ist die „Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland“, kurz ARD.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat den Auftrag, allen Bürgern eine mediale Grundversorgung zu liefern. Dazu gehört eine unabhängige Berichterstattung und auch ein Kultur- und Bildungsauftrag.

### Aufgabe

Bereitet diesen Zeitabschnitt so vor, dass ihr einen kurzen Vortrag darüber halten könnt, der vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Wie und wann entstand der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland?
- Welchen Auftrag hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk?

Weitere Infos und Tonbeispiele findet ihr u.a. unter:  
[www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html)



## 8. PRIVATE SENDER KOMMEN DAZU

Seit Mitte der 1980er Jahre ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland nicht mehr alleine. Seitdem gibt es ein duales Rundfunksystem und es dürfen auch private Sender Programme senden.

Rundfunk ist in Deutschland Ländersache und wird über die jeweiligen Landesmediengesetze geregelt. Regelungen auf Bundesebene sind im Rundfunkstaatsvertrag beschrieben. Je nach Bundesland gibt es unterschiedliche Formen von privaten Radioangeboten, die durch die jeweiligen Landesmedienanstalten zugelassen und beaufsichtigt werden.

In NRW sind die privaten Lokalradios unter dem Dach von radio NRW über das Zwei-Säulen-Modell organisiert. Das Programm unterliegt der Verantwortung einer Veranstaltergemeinschaft (VG), in der Vertreter aus gesellschaftlich relevanten Gruppen zu finden sind. Die zweite Säule ist die Betriebsgesellschaft, die für den wirtschaftlichen Sendebetrieb zuständig sind. Laut Landesmediengesetz dürfen die ortsansässigen Zeitungsverleger 75% und die Kommunen 25% an den jeweiligen Sendern besitzen.

### Aufgabe

Bereitet diesen Zeitabschnitt so vor, dass ihr einen kurzen Vortrag darüber halten könnt, der vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Wie und wann entstand der private Rundfunk in Deutschland?
- Wie sind die privaten Lokalradios in NRW organisiert?

Weitere Infos und Tonbeispiele findet ihr u.a. unter:  
[www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html)



## 9. BÜRGER GEHEN AUF SENDUNG

Neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und den privaten Sendern könnte man die Bürgermedien als die „dritte Säule“ im deutschen Rundfunksystem sehen. Vor allem in den 1970er und 1980er Jahren gab es kritische Diskussionen über eine „Kommerzialisierung“ der Medien, gerade weil die privaten Sender auf den Markt drängten. Es gab Forderungen nach Partizipation der Bürger und dem Aufbau einer Gegenöffentlichkeit, freie Radios entstanden oder auch offene Kanäle im Fernsehen.

Heute gibt es bundesweit eine vielfältige Landschaft der Bürgermedien mit nichtkommerziellen Lokalradios, Ausbildungs- und Erprobungskanälen, Hochschulradios und anderen. Dabei sind die jeweiligen Formen von Bundesland zu Bundesland wieder unterschiedlich.

Im Landesmediengesetz NRW (LMG) ist u.a. der „Bürgerfunk im lokalen Hörfunk“ vorgesehen. Der Bürgerfunk hat laut LMG den Auftrag, das lokale Informationsangebot zu ergänzen und den Erwerb von Medienkompetenz, insbesondere von Schülern, zu ermöglichen und damit auch zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beizutragen. Deshalb müssen die lokalen Privatradios Sendezeit für den Bürgerfunk zur Verfügung stellen.

### Aufgabe

Bereitet diesen Zeitabschnitt so vor, dass ihr einen kurzen Vortrag darüber halten könnt, der vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Wie und wann entstanden die Bürgermedien in Deutschland?
- Welche Formen von Bürgermedien sind im Landesmediengesetz NRW vorgesehen?

Weitere Infos und Tonbeispiele findet ihr u.a. unter:  
[www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html)



## 10. WILLKOMMEN IN DIGITALIEN

Die letzte große Revolution des Rundfunks hat mit der Entwicklung der digitalen Technik zu tun. Durch die Digitalisierung hat sich das Radio grundlegend verändert. Vor allem die Produktion der Sendungen ist heute ohne digitale Technik nicht mehr vorstellbar.

Mit der Digitalisierung gerät auch die bestehende Ordnung aus den Fugen. Denn Radioangebote werden heute nicht mehr nur über das UKW-Radio gehört, sondern auch über das Internet, als Podcast auf dem iPod oder über Satelliten. Eine Abschaltung der analogen Frequenzen ist schon länger im Gespräch, wird aber immer wieder verschoben, da der geplante Nachfolger DAB bislang wenig Freunde hat.

Neben der technischen Entwicklung hat das Radio auch immer wieder neue inhaltliche Veränderungen erlebt. In den letzten Jahrzehnten haben sich vor allem immer mehr Formatradios entwickelt, die mit einem klaren Muster jeweils bestimmte Zielgruppen ansprechen.

Das Radio hat es trotz einer langen Geschichte geschafft, immer noch zu den beliebtesten Medien zu gehören. Allerdings ist die reine Darstellungsform im Radio fast schon überholt. Alle Radiosender bieten heute auch ein umfangreiches und crossmediales Online-Angebot an und präsentieren dort neben Audiobeiträgen auch Texte, Fotos, Bewegtbilder und viele Möglichkeiten zur Interaktion.

### Aufgabe

Bereitet diesen Zeitabschnitt so vor, dass ihr einen kurzen Vortrag darüber halten könnt, der vor allem folgende Fragen beantwortet:

- Welche Veränderungen hat die Digitalisierung im Rundfunk ausgelöst?
- Wie verbinden viele Sender die klassische Darstellungsform im Radio mit Online-Angeboten?

Weitere Infos und Tonbeispiele findet ihr u.a. unter:  
[www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html](http://www.dra.de/rundfunkgeschichte/75jahreradio/start.html)



**Auszug aus dem Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland:**

**Artikel 5**

(1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

**Auszüge aus dem Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW)  
(Fassung vom 8. Dezember 2009, in Kraft getreten am 15.12.2009)**

**§ 40 Bürgermedien**

(1) Bürgermedien ermöglichen Bürgerinnen und Bürgern, sich an der Schaffung und Veröffentlichung von Inhalten in Medien zu beteiligen und tragen so zur Ausbildung ihrer Medienkompetenz bei. Bürgermedien ergänzen durch innovative, kreative und vielfältige Inhalte das publizistische Angebot für Nordrhein-Westfalen und leisten einen Beitrag zur gesellschaftlichen Meinungsbildung.

(3) Bürgermedien dürfen nicht auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb gerichtet sein und die Beiträge keine Werbung, Teleshopping und Sponsoring enthalten. In Bürgermedien finden Gewinnspiele nicht statt.

(4) Unzulässig sind Beiträge staatlicher Stellen und Beiträge, die der Öffentlichkeitsarbeit von Parteien, Wählergruppen oder an Wahlen beteiligter Vereinigungen dienen.

(7) Bei Meinungsverschiedenheiten zwischen den an den Bürgermedien Beteiligten entscheidet die LfM.

**§ 40a Bürgerfunk im lokalen Hörfunk**

(1) Der Bürgerfunk im lokalen Hörfunk dient dazu, das lokale Informationsangebot zu ergänzen und den Erwerb von Medienkompetenz, insbesondere von Schülerinnen und Schülern, zu ermöglichen und damit auch zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beizutragen.

(2) Bürgerfunk im lokalen Hörfunk wird von Gruppen betrieben, die im Verbreitungsgebiet eines lokalen Hörfunkprogramms tätig sind, über eine geeignete Qualifizierung verfügen und nicht die Befugnis zur Gründung einer Veranstaltergemeinschaft oder eine



Zulassung zur Veranstaltung von Rundfunk haben. Die Mitglieder der Gruppen müssen ihre Hauptwohnung im Verbreitungsgebiet haben. Das Nähere regelt die LfM durch Satzung. Darin ist festzuschreiben, dass eine geeignete Qualifizierung die erfolgreiche Teilnahme an einer Qualifizierungsmaßnahme erfordert.

(4) Die Veranstalter lokalen Hörfunks (§ 52) sollen in ihr Programm Programmbeiträge von Gruppen (...) von täglich höchstens 60 Minuten abzüglich der Sendezeiten für Nachrichten, Wetter- und Verkehrsmeldungen und Werbung einbeziehen. Nicht in Anspruch genommene Sendezeit kann der Veranstalter selbst nutzen. Das Nähere regelt die LfM durch Satzung.

(5) Der Bürgerfunk soll landesweit einheitlich im Programmschema der lokalen Hörfunkprogramme werktags in der Zeit zwischen 21 Uhr und 22 Uhr verbreitet werden. An Sonntagen und gesetzlichen Feiertagen soll der Bürgerfunk (...) zwischen 19 Uhr und 21 Uhr verbreitet werden. Abweichend von den Regelungen in diesem Abs. und in Abs. 4 können zur Förderung der Medienkompetenz durch Schul- und Jugendprojekte im Einvernehmen mit dem Veranstalter besondere zusätzliche Sendezeiten vereinbart werden. Das Nähere regelt die LfM durch Satzung.

**§ 40b Programmbeiträge für lokalen Hörfunk**

(1) Die Programmbeiträge (...) müssen von den Gruppen selbst hergestellt und eigenständig gestaltet werden und ausschließlich für die Ausstrahlung im Verbreitungsgebiet oder in einem Teil hiervon bestimmt sein. Die redaktionellen Inhalte der Programmbeiträge müssen einen lokalen Bezug zu dem Verbreitungsgebiet haben und sind grundsätzlich in deutscher Sprache zu gestalten. Das Nähere regelt die LfM durch Satzung.

(2) Veranstalter lokalen Hörfunks oder Mitglieder einer Veranstaltergemeinschaft oder Personen, die zu dieser oder einem Veranstalter lokalen Hörfunks in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis oder in einem arbeitnehmerähnlichen Verhältnis stehen, dürfen an der Herstellung von Programmbeiträgen nach Abs. 1 nicht mitwirken.

(3) Die Veranstalter lokalen Hörfunks sind für den Inhalt der Programmbeiträge verantwortlich. Sie haben Programmbeiträge abzulehnen, die den gesetzlichen Bestimmungen nicht entsprechen. Das Nähere regelt die LfM durch Satzung.

## 4.9 gesetzliche Grundlagen Seite 3



### Aufgabe

Stellt euch vor, ihr seid Redakteure bei dem fiktiven Sender „Radio Saubande“. Bei „Radio Saubande“ wird alles falsch gemacht, was man falsch machen kann. Alle Gesetze werden missachtet und auch der Pressekodex spielt bei diesem Sender keine Rolle.

Sucht nach möglichst praktischen Beispielen, wie ihr gegen Artikel 5 des Grundgesetzes und einzelne Absätze aus dem Landesmediengesetz NRW (LMG) verstoßen könnt.

Stellt eure Ergebnisse der Klasse vor.

Das komplette LMG findet sich auf [www.lfm-nrw.de/medienrecht/landesmediengesetz-nrw](http://www.lfm-nrw.de/medienrecht/landesmediengesetz-nrw)

## 4.10 Pressekodex Seite 1



Der Pressekodex beschreibt die „Grundregeln für faire journalistische Arbeit“. Aufgestellt und überwacht werden diese publizistischen Grundsätze vom Deutschen Presserat, in dem die vier großen deutschen Verleger- und Journalistenorganisationen vertreten sind. Der Pressekodex funktioniert als freiwillige Selbstverpflichtung. Zur Presse zählen hier vor allem Zeitungen und Zeitschriften, der Kodex ist aber auch auf Radiojournalismus übertragbar.

### Auszug aus dem Pressekodex

(Fassung vom 03.12.2008 / Quelle: [www.presserat.info/pressekodex.o.html](http://www.presserat.info/pressekodex.o.html))

#### Präambel

Die im Grundgesetz der Bundesrepublik verbürgte Pressefreiheit schließt die Unabhängigkeit und Freiheit der Information, der Meinungsäußerung und der Kritik ein. Verleger, Herausgeber und Journalisten müssen sich bei ihrer Arbeit der Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit und ihrer Verpflichtung für das Ansehen der Presse bewusst sein. Sie nehmen ihre publizistische Aufgabe fair, nach bestem Wissen und Gewissen, unbeeinflusst von persönlichen Interessen und sachfremden Beweggründen wahr. (...)

#### Ziffer 1 – Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde

Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse. Jede in der Presse tätige Person wahrt auf dieser Grundlage das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien.

#### Ziffer 2 – Sorgfalt

Recherche ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfalt. Zur Veröffentlichung bestimmte Informationen in Wort, Bild und Grafik sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen und wahrheitsgetreu wiederzugeben. (...)

#### Ziffer 3 – Richtigstellung

Veröffentlichte Nachrichten oder Behauptungen, insbesondere personenbezogener Art, die sich nachträglich als falsch erweisen, hat das Publikationsorgan, das sie gebracht hat, unverzüglich von sich aus in angemessener Weise richtig zu stellen.

#### Ziffer 4 – Grenzen der Recherche

Bei der Beschaffung von personenbezogenen Daten, Nachrichten, Informationsmaterial und Bildern dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden.



**Ziffer 5 – Berufsgeheimnis**

Die Presse wahrt das Berufsgeheimnis, macht vom Zeugnisverweigerungsrecht Gebrauch und gibt Informanten ohne deren ausdrückliche Zustimmung nicht preis. Die vereinbarte Vertraulichkeit ist grundsätzlich zu wahren.

**Ziffer 6 – Trennung von Tätigkeiten**

Journalisten und Verleger üben keine Tätigkeiten aus, die die Glaubwürdigkeit der Presse in Frage stellen könnten.

**Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion**

Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. (...)

**Ziffer 8 – Persönlichkeitsrechte**

Die Presse achtet das Privatleben und die Intimsphäre des Menschen. Berührt jedoch das private Verhalten öffentliche Interessen, so kann es im Einzelfall in der Presse erörtert werden. (...)

**Ziffer 9 – Schutz der Ehre**

Es widerspricht journalistischer Ethik, mit unangemessenen Darstellungen in Wort und Bild Menschen in ihrer Ehre zu verletzen.

**Ziffer 10 – Religion, Weltanschauung, Sitte**

Die Presse verzichtet darauf, religiöse, weltanschauliche oder sittliche Überzeugungen zu schmähen.

**Ziffer 11 – Sensationsberichterstattung, Jugendschutz**

Die Presse verzichtet auf eine unangemessene sensationelle Darstellung von Gewalt, Brutalität und Leid. Die Presse beachtet den Jugendschutz.

**Ziffer 12 – Diskriminierungen**

Niemand darf wegen seines Geschlechts, einer Behinderung oder seiner Zugehörigkeit zu einer ethnischen, religiösen, sozialen oder nationalen Gruppe diskriminiert werden.



**Ziffer 13 – Unschuldsvermutung**

Die Berichterstattung über Ermittlungsverfahren, Strafverfahren und sonstige förmliche Verfahren muss frei von Vorurteilen erfolgen. (...)

**Ziffer 14 – Medizin-Berichterstattung**

Bei Berichten über medizinische Themen ist eine unangemessen sensationelle Darstellung zu vermeiden, die unbegründete Befürchtungen oder Hoffnungen beim Leser erwecken könnte. (...)

**Ziffer 15 – Vergünstigungen**

Die Annahme von Vorteilen jeder Art, die geeignet sein könnten, die Entscheidungsfreiheit von Verlag und Redaktion zu beeinträchtigen, sind mit dem Ansehen, der Unabhängigkeit und der Aufgabe der Presse unvereinbar. (...)

**Ziffer 16 – Rügenveröffentlichung**

Es entspricht fairer Berichterstattung, vom Deutschen Presserat öffentlich ausgesprochene Rügen zu veröffentlichen, insbesondere in den betroffenen Publikationsorganen bzw. Telemedien.

**Aufgabe**

**Stellt euch vor, ihr seid Redakteure bei dem fiktiven Sender „Radio Saubande“. Bei „Radio Saubande“ wird alles falsch gemacht, was man falsch machen kann. Alle Gesetze werden missachtet und auch der Pressekodex spielt bei diesem Sender keine Rolle.**

**Sucht nach möglichst praktischen Beispielen, wie ihr gegen die Ziffern des Pressekodex verstoßen könnt.**

**Stellt eure Ergebnisse der Klasse vor.**

*Hintergründe und Fallbeispiele zum Pressekodex finden sich auch auf [www.presserat.info](http://www.presserat.info).  
Zu einem Pressekodex speziell für das Radio siehe auch [www.hoerfunker.de](http://www.hoerfunker.de) und [www.fair-radio.net](http://www.fair-radio.net).*



## 4.11 URHEBERRECHT Seite 1

### URHEBERRECHT

Ein Urheber eines geistigen Werks (zum Beispiel Text, Musik, Film oder Bild) besitzt das Urheberrecht an diesem Werk. Wenn irgendjemand das Werk nutzen will, müsste er also eigentlich direkt an den Urheber etwas zahlen. Weil aber viele Künstler sich in Gelddingen gar nicht so gut auskennen, haben sie verschiedene Verwertungsgesellschaften gegründet. Die sorgen für die Verwertung von Urheberrechten. Das Geld, was die Verwertungsgesellschaften einnehmen (die Tantiemen), zahlen sie den eigentlichen Urhebern wieder aus. Da es verschiedene Bereiche für geistige Werke gibt, gibt es auch verschiedene Verwertungsgesellschaften. Die drei Bekanntesten sind:

#### GEMA

GEMA steht für "Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte". Die GEMA vertritt die Rechte von rund 60.000 Musikern, Komponisten, Textern und Musikverlagen.

#### VG Wort

Die VG Wort verwaltet die Urheberrechte von etwa 300.000 Autoren und 7.000 Verlagen in Deutschland.

#### VG Bild-Kunst

Die VG Bild-Kunst vertritt die Rechte von Fotografen, Designern, bildenden Künstlern, Filmproduzenten, Regisseuren, Kameraleuten und anderen.

### MUSIK AUS DEM RADIO

Radiosender zahlen ebenfalls Gebühren an die GEMA für die Ausstrahlung von Musik. Auch mit jedem Kauf einer Kassette oder eines CD-Rohlings geht eine kleine Abgabe an die Urheber. Diese Gebühr ist dafür fällig, dass auf dem Tonträger Musik gespeichert werden könnte. Und so ist es laut Urheberrechtsgesetz legal, Musik aus dem Radio aufzunehmen und Privatkopien anzufertigen. Diesen Umstand nutzt das gemeinnützige Projekt TauschNix und bietet eine legale Software zum Mitschneiden von Internetradios an: [www.tauschnix.de](http://www.tauschnix.de)

### CREATIVE COMMONS

Viele Künstler und Autoren wollen ihre Werke kostenlos zur Verfügung stellen und mit anderen austauschen. Sie veröffentlichen ihre Arbeiten unter einer so genannten Creative Commons-



## 4.11 URHEBERRECHT Seite 2

Lizenz. Creative Commons ist eine gemeinnützige Organisation, die rechtsverbindliche Lizenzvereinbarungen zur Verfügung stellt. Mit wenigen Schritten können Künstler so ihre Musik, Filme, Texte oder Bilder schützen. Dann dürfen andere diese Werke kostenlos nutzen, müssen aber immer den Namen des Urhebers angeben. Mehr Infos zu den verschiedenen CC-Lizenzen: <http://de.creativecommons.org/>

### IRIGHTS.INFO

Verständliche Infos zum Urheberrecht in der digitalen Welt: [www.iRights.info](http://www.iRights.info)

## 4.12 exposee

### DEIN exposee

Um ein Haus zu bauen, braucht man einen Bauplan. Dieser Plan beschreibt wie das Haus aussehen soll. Bei einem Radiobeitrag ist das ganz ähnlich. Allerdings wird der Plan für einen Beitrag „Exposee“ genannt.

Das Exposee ist ein Entwurf bzw. eine Skizze für einen Beitrag und beantwortet im Kern die Frage „Worum geht es eigentlich?“. Im Exposee wird kurz und knackig beschrieben, was der Radiohörer erfahren soll.

Um ein Exposee zu schreiben, muss man sich mit dem Thema seines Beitrags auseinandersetzen und dazu recherchieren. Je klarer die Vorstellung vom Thema ist, desto einfacher ist das Schreiben. Ganz wichtig dabei ist, den Kern einer Geschichte zu finden und das Unnötige wegzulassen.

Ein Exposee wird häufig dazu benutzt, um ein Thema in einer Redaktion vorzustellen und anzubieten. Deshalb sollte es einfach zu verstehen sein und Interesse wecken. Es gibt keine einheitliche und feste Form für ein Exposee. Stell dir vor, du würdest einem Freund von dem Beitrag erzählen und möchtest ihn neugierig machen.

### Aufgabe

**Schreibe ein Exposee für einen Radiobeitrag zu deinem Thema!**

*Bei deinem Exposee bzw. Themenvorschlag solltest du die folgenden Punkte beachten*

- Denk dir eine griffige Überschrift aus! (*Gib deinem Beitrag einen Namen.*)
- Beschreibe den geplanten Inhalt des Beitrags! (*Worum geht's?*)
- Nenne mindestens einen möglichen Interviewpartner! (*Wer soll dazu etwas sagen?*)
- Gib mindestens eine Quelle für deine Recherchen an! (*z.B. eine Internetadresse oder eine Pressemitteilung*)
- Das Exposee soll maximal eine DIN-A4-Seite lang sein! (*Bring es auf den Punkt.*)
- Schreibe deinen Namen und das Datum auf die Seite!  
(*Alle wichtigen Infos auf einen Blick*)

## 4.13 INTERVIEW Seite 1

### DAS INTERVIEW

Wie spät ist es? Wie geht's? Gefällt dir meine Mütze? ...

Jeden Tag reden wir mit anderen Menschen, stellen dabei unzählige Fragen und bekommen hoffentlich auch die passenden Antworten. Ein „gutes“ Gespräch lebt davon, dass wir Interesse am Gegenüber haben und genau Zuhören. Das lässt sich auf das Radio übertragen. Interviews im Hörfunk sind vor allem deshalb beliebt, weil sie lebensnah sind und Menschen mit ihren Geschichten zu Wort kommen. Für die Hörer ist es dabei besonders angenehm, wenn Interviewer und Interviewpartner natürlich und authentisch klingen. Die Kunst der Interviewführung besteht darin, das nötige „Handwerkszeug“ zu kennen und gleichzeitig echt und spontan zu agieren.

### Formen des Interviews

Grundsätzlich kann zwischen zwei Interviewformen unterschieden werden:

#### O-Ton-/Recherche-Interview

Das Interview wird geführt und aufgezeichnet, um einen Beitrag vorzubereiten. Entweder werden O-Töne für einen gebauten Beitrag eingeholt (aus den Antworten des Interviewpartners werden nur Ausschnitte gesendet) oder das Interview dient nur der Recherche.

#### Interview als eigene Darstellungsform

Das Interview wird als solches gesendet (häufig live). Der Interviewer führt durch das Gespräch und ist dabei der Stellvertreter des Hörers. Er sollte die Fragen stellen, die den Hörer interessieren. Zudem können Interviews verschiedene inhaltliche Ausrichtungen haben.

### Interview ...

#### ... zur Sache

Die Kernfrage bezieht sich auf einen bestimmten Sachverhalt. Der Interviewpartner ist ein Experte zu diesem Thema. Seine Person oder seine Meinung sind dabei nicht wichtig. Es geht um Fakten!

#### ... zur Person

Die Kernfrage hat mit der Person des Interviewpartners zu tun. Es geht um persönliche Inhalte. Der Gesprächspartner steht als Mensch im Vordergrund und berichtet über sein Leben.

#### .. zur Meinung

Die Meinung steht im Vordergrund. Der Interviewpartner soll ein bestimmtes Ereignis oder einen Sachverhalt bewerten und einschätzen.

## VORBEREITUNG EINES INTERVIEWS

### *Klares Ziel formulieren*

Worum geht es? Als wichtigste Vorbereitung auf ein Interview solltest du dir darüber klar werden, worauf du im Gespräch hinaus willst. Je konkreter du ein Thema eingrenzen kannst, desto besser.

- Recherchiere zu deinem Thema und grenze die Fragestellung ein.
- Reflektiere deine eigene Haltung zum Thema.
- Versuche das Ziel des Interviews in einer Kernfrage zu benennen.
- Wähle einen Interviewpartner aus, der zu deinem Thema passt.

### *Vorgespräch führen*

Nimm Kontakt auf! Zu einer guten Vorbereitung gehört ein Vorgespräch mit deinem Interviewpartner, das in der Regel am Telefon geführt wird. Sprache mit der Person, die du interviewen willst, alles Nötige ab, ohne zu sehr ins Detail zu gehen.

- Nimm Kontakt mit deinem Interviewpartner auf und führe ein Vorgespräch.
- Kläre die organisatorischen Eckdaten zum Interview-Hintergrund (Schulradioprojekt FuSch, Bürgerfunk bei Radio Köln)
- Termin (Wann kann das Interview stattfinden? Wie lang wird das Gespräch etwa dauern?)
- Sendeform (Wird Interview als solches gesendet? Sollen nur Auszüge als O-Ton genutzt werden?)
- Sprache die geplanten Inhalte ab.
- Teile deinem Interviewpartner mit, über welches konkrete Thema du mit ihm sprechen möchtest. (Eingrenzung des Themas deutlich machen!)
- Gehe dabei nicht alle Fragen im Einzelnen durch. Das Interview soll ein möglichst natürliches Gespräch werden. (Deshalb solltest du dem Interviewpartner deinen Fragenkatalog möglichst nicht zuschicken.)
- Wenn du nach konkreten Daten und Zahlen fragen willst, muss dein Interviewpartner dies jedoch vorher wissen. (Damit er die Fakten vor dem Interview nachschauen kann.) Vielleicht ergibt sich durch das Vorgespräch noch ein neuer Aspekt.

### *Gesprächsaufbau planen*

Der Aufbau eines Gesprächs ist vor allem dann wichtig, wenn das Interview als solches gesendet werden soll. Aber auch bei O-Ton-Interviews hilft eine klare Struktur dem Interviewpartner bei seinen Antworten.

- Plane den Aufbau des Interviews. (Setze klare Akzente.)
- Notiere dir konkrete Fragen oder Stichpunkte. (Hier gibt es keine feste Form. Jeder braucht etwas anderes, um sich im Gespräch wohl zu fühlen.)

## DURCHFÜHRUNG EINES INTERVIEWS

### *Technik im Blick haben*

Auch das spannendste Gespräch der Welt wird keinen Radiohörer erreichen, wenn die Aufnahmetechnik nicht stimmt. Deshalb muss vor dem Gespräch sichergestellt werden, dass die Technik läuft.

Erster Technikcheck beim Einpacken des Aufnahmegeräts. (Ist das Gerät vollständig? Ist der Akku aufgeladen? Gibt es genügend Speicherplatz?)

Zweiter Technikcheck direkt vor dem Gespräch. (Ist das Gerät richtig zusammgebaut? Stimmt der Aufnahmepegel? Läuft die Aufnahme?)

Im Gespräch selbst darauf achten, dass das Mikrofon immer den richtigen Abstand zum jeweiligen Sprecher hat.

Um sich auf den Interviewpartner konzentrieren zu können, kann es hilfreich sein, wenn sich eine Person nur um das Aufnahmegerät kümmert und jemand anderes die Fragen stellt und das Mikro hält.

### *Angenehme Atmosphäre schaffen*

Eine gute Gesprächsatmosphäre überträgt sich auf den Hörer. Es ist also wichtig, dass sich Interviewer und Interviewpartner wohl fühlen.

- Versuche durch freundliches Auftreten und etwas „Small-Talk“ schon vor der Aufnahme eine gesprächige und entspannte Atmosphäre zu schaffen.
- Wähle einen bequemen Platz für dich und den Interviewpartner. Denk daran, dass ein Mikrofon ganz schön schwer werden kann, wenn du es länger mit ausgestreckten Arm hältst.
- Gib das Mikrofon während des Gesprächs nicht aus der Hand!
- Halte Blickkontakt, sei ansprechbar und nehme durch Mimik und Gestik am Gespräch teil.
- Führe ein richtiges Gespräch. (Lies die Fragen nicht einfach ab und bleibe flexibel.)
- Hör gut zu! Frag nach, wenn du etwas nicht verstehst.

## Frageart

### Offene Frage

Eine offene Frage gibt dem Interviewpartner viel Freiraum für seine Antwort. Wer, Wie, Was, Wieso, Weshalb, Warum – die offene Frage lädt ein zum Erzählen und Hintergründe zu erklären. Aber auch eine offene Frage sollte nicht zu „groß“ sein, sondern aufs Thema abzielen.

### Geschlossene Frage

Anders als die offene Frage kann die geschlossene Frage mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden. Vom Interviewpartner wird eine klare Aussage gefordert. Wenn man Glück hat, kommen Vielredner durch eine geschlossene Frage auf den Punkt – wenn man Pech hat, sagen Wenigredner gar nichts mehr.

### Alternativfrage

Als weitere Form der geschlossenen Frage gibt die Alternativfrage dem Interviewpartner zwei Antworten vor, zwischen denen er entscheiden soll. Wenn noch mehr Antwortmöglichkeiten vorgegeben werden, spricht man von einer Skala-Frage.

### Balkonfrage

Manchmal erklärt ein Interviewer selbst einen Sachverhalt, um darauf aufbauend seine Frage zu stellen. Er baut sich also mit einer bestimmten Information einen kleinen Balkon. Die Balkonfrage ist beliebt, um ein Thema zu wechseln. Gefährlich wird es dann, wenn die Information falsch ist und der Balkon „abstürzt“.

### Suggestivfrage

Die Suggestivfrage unterstellt dem Gegenüber eine bestimmte Aussage, die er bestätigen soll. Diese Fragen sollte man in der Regel vermeiden, da sie unfair und provozierend wirken können.

### Beispiele

Ein Interviewer muss nicht nur Fragen stellen. Auch ein Aussagesatz kann ein Gespräch in Gang halten oder die Aufforderung an den Interviewpartner, ein praktisches Beispiel zu erzählen, das zu seiner letzten Aussage passt.

### Nachfragen

Zuhören und Nachfragen sind wesentlich für jedes Interview. Wenn schon der Interviewer etwas nicht versteht, dann versteht es der Hörer auch nicht.

## RADIOSPRACHE

Wie funktioniert Radiosprache? Eigentlich ganz einfach! Damit wir Texte verstehen, die wir nur hören, müssen sie klar und logisch aufgebaut sein. Die Anforderungen an Radiosprache werden deutlich, wenn man sich die Unterschiede zwischen LESEN und HÖREN bewusst macht.

### Lesen

• Das Auge liest den Text. Lesen erfordert unsere volle Konzentration und ist meist eine Hauptbeschäftigung.

• Ein Leser bestimmt den Zeitpunkt und die Geschwindigkeit, in der er etwas liest. Er kann im Text vor und zurück springen oder eine Stelle mehrfach lesen, wenn er sie nicht versteht.

• Ein Leser hat einen ständigen Überblick über einen Text.

• Ein Text wird durch Schrifttypen, Überschriften und Aufmachung strukturiert. Beim Lesen helfen z.B. Satzzeichen und Anführungszeichen bei der Orientierung.

### HÖREN

• Das Ohr hört einen Beitrag. Radio wird oft nebenbei gehört.

• Ein Radiobeitrag wird zu einer bestimmten Sendezeit ausgestrahlt. Der Hörer muss sich nach der Geschwindigkeit des Sprechers richten. Er hört jedes Wort nur einmal oder schaltet vielleicht erst ein, wenn der Beitrag schon läuft.

• Ein gesprochener Text wird durch Betonungen, Pausen und akustische Mittel strukturiert. Im Radio sind Menschen mit ihren Stimmen zu hören.

## 4.14 SCHREIBEN FÜRS HÖREN

Radiosprache ist gesprochene Sprache. Darauf muss beim Schreiben von Texten für das Radio geachtet werden. Dabei helfen einige Tipps:

### *Kurze und klare Sätze*

Schreibe in möglichst einfachen Sätzen, die logisch aufeinander aufbauen. Ein Hörer muss Schritt für Schritt informiert werden. Deshalb reicht ein Gedanke pro Satz. Verzichte auf komplizierte und verschachtelte Nebensätze.

### *Aktiv formulieren*

Schreibe aktiv und nicht passiv. Hole das Verb in einem Satz möglichst weit nach vorne. Vermeide einen Nominal-Stil mit allzu vielen Substantiven. Besser sind immer aktive Formulierungen mit vielen Verben. (Vorsicht vor allem bei Worten mit „ung“. In diesen Begriffen sind oftmals Verben „versteckt“.)

### *Wiederholungen willkommen*

Wichtige Begriffe können wiederholt werden, weil der Hörer sich daran orientiert. Versuche, auf Synonyme oder Abwandlungen von zentralen Begriffen zu verzichten.

### *Anschauliche Sprache*

Benutze möglichst wenige Fremdworte, damit kein Hörer „abgehängt“ wird. Zahlen sollten aufgerundet oder veranschaulicht werden. Wenn es um „100 Quadratmeter“ geht, kannst du also besser von der „Fläche eines Fußballfeldes“ sprechen. Auch bei der Nennung von Terminen besteht die Gefahr, dass ein Hörer abgelenkt wird.

### *Gesprochene Sprache*

Schreib wie du sprichst! Beim Texten fürs Radio ist vieles erlaubt, was in der sonstigen Schriftsprache ungewöhnlich oder nicht erlaubt ist. Zum Sprechstil gehören zum Beispiel auch unvollständige Sätze, Anhänge nach einem Satz oder die Verwendung von Doppelpunkten.

### *Vorlesen*

Damit die geschriebene Sprache wirklich wie gesprochene Sprache klingt, kommt hier der wichtigste Tipp: Lies dir deinen Text während des Schreibens immer wieder laut vor!

### **Aufgabe**

**Schreib einen Radio-Kommentar zum Thema „Schule ohne Noten“!**

**Ein Kommentar ist nie ausgewogen, sondern immer eine subjektive Sicht. Such dir einen**

**Aspekt aus dem Thema „Schule ohne Noten“, zu dem du eine eigene Meinung hast.**

**Mach deine Meinung in einem kurzen Radiobeitrag deutlich.**

## 4.15 testfragen Seite 1

### *Schreiben fürs Hören*

1. Radio gehört in Deutschland zu den beliebtesten Medien. Wie lang ist die durchschnittliche tägliche Hördauer (bei den Deutschen und hier lebenden EU-Ausländern ab zehn Jahren)?

ca. 100 Minuten

ca. 200 Minuten

ca. 300 Minuten

2. Die Musik ist für viele Hörer der wichtigste Einschaltfaktor. Deshalb bestimmen Radiosender ihre Musikfarbe. Beschreibe beispielhaft die Musikfarbe eines Senders deiner Wahl!

3. Das Radioprogramm kann auf verschiedenen technischen Wegen die Hörer erreichen. Nenne mindestens zwei Verbreitungswege für das Radiosignal!

4. In Deutschland gibt es öffentlich-rechtliche und private Sender. Hinzu kommen verschiedene Formen der Bürgermedien. Nenne jeweils einen öffentlich-rechtlichen und einen privaten Sender!

5. Wer einen Beitrag für das Radioprogramm produziert, muss sich für eine Darstellungsform entscheiden. Nenne drei verschiedene Beitragsformen und beschreibe sie kurz!

6. Wann entdeckte Heinrich Hertz die elektromagnetischen Wellen (und lieferte damit die technische Grundlage für die Entwicklung des Radios)?

1886

1901

1923

7. Wann ging das erste offizielle deutsche Radioprogramm auf Sendung?

10. Oktober 1910

29. Oktober 1923

30. Januar 1933

#### 4.15 testfragen Seite 2

8. Während der Nazizeit wuchs die Zahl der Radioempfangsgeräte in Deutschland. Warum?

9. Welchen Auftrag hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk heute?  
(Mehrfachnennungen möglich)

- mediale Grundversorgung
- Kultur- und Bildungsauftrag
- unabhängige Berichterstattung
- 

10. Seit wann gibt es privaten Rundfunk in Deutschland?

11. Mit dem Aufkommen der privaten Sender wurden auch zunehmend Bürgermedien eingeführt. Je nach Bundesland gibt es verschiedene Formen der Bürgermedien. In NRW müssen die lokalen Privatradios Bürgern Sendezeit zur Verfügung stellen, das ist über das Landesmediengesetz NRW (LMG) geregelt. Welchen Auftrag hat der Bürgerfunk laut LMG?  
(Mehrfachnennungen möglich)

- Förderung von Medienkompetenz
- Ergänzung des lokalen Informationsangebotes
- Sprachrohr bieten für politische Gruppen
- 

12. Darf man Musik aus dem Radio aufnehmen und sich davon Privatkopien anfertigen?  
Wenn „Ja“, warum? Wenn „Nein“, warum nicht?

#### 4.15 testfragen Seite 3

13. Stell dir vor, du würdest mit einem Prominenten deiner Wahl ein „Interview zur Person“ führen. Formuliere eine offene Frage zum Einstieg in das Gespräch!

14. Hier ein Auszug aus dem Schulgesetz NRW:

##### *§ 2 / Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule*

(4) Die Schule vermittelt die zur Erfüllung ihres Bildungs- und Erziehungsauftrags erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten, Fertigkeiten und Werthaltungen und berücksichtigt dabei die individuellen Voraussetzungen der Schülerinnen und Schüler. Sie fördert die Entfaltung der Person, die Selbstständigkeit ihrer Entscheidungen und Handlungen und das Verantwortungsbewusstsein für das Gemeinwohl, die Natur und die Umwelt. Schülerinnen und Schüler werden befähigt, verantwortlich am sozialen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, beruflichen, kulturellen und politischen Leben teilzunehmen und ihr eigenes Leben zu gestalten. Schülerinnen und Schüler werden in der Regel gemeinsam unterrichtet und erzogen (Koedukation).

Formuliere diesen Text für das Radio um. Beachte dabei die Regeln, die beim Schreiben fürs Hören wichtig sind (z.B. kurze und klare Sätze, aktive Formulierungen, anschauliche Sprache).

#### 4.15.1 testfragen mit Lösungsvorschlag Seite 1



*Neben einem Lösungsvorschlag findet sich bei jeder Frage ein Verweis auf ein Arbeitsblatt aus diesem Reader, auf dem die Lösung und weitere Hintergründe zu finden sind.*

1. Radio gehört in Deutschland zu den beliebtesten Medien. Wie lang ist die durchschnittliche tägliche Hördauer (bei den Deutschen und hier lebenden EU-Ausländern ab zehn Jahren)?

ca. 100 Minuten     ca. 200 Minuten     ca. 300 Minuten  
→ siehe AB 4 Radiowand

2. Die Musik ist für viele Hörer der wichtigste Einschaltfaktor. Deshalb bestimmen Radiosender ihre Musikfarbe. Beschreibe beispielhaft die Musikfarbe eines Senders deiner Wahl!

radioNRW: AC (Adult Contemporary)

→ siehe AB 4 Radiowand

3. Das Radioprogramm kann auf verschiedenen technischen Wegen die Hörer erreichen. Nenne mindestens zwei Verbreitungswege für das Radiosignal!

UKW (analoges Funksignal) / Livestream im Internet

→ siehe AB 4 Radiowand und AB 8 Radiogeschichte

4. In Deutschland gibt es öffentlich-rechtliche und private Sender. Hinzu kommen verschiedene Formen der Bürgermedien. Nenne jeweils einen öffentlich-rechtlichen und einen privaten Sender!

WDR 2 (öffentlich-rechtlich) / Radio Köln (Privat)

→ siehe AB 4 Radiowand und AB 8 Radiogeschichte

#### 4.15.1 testfragen mit Lösungsvorschlag Seite 2



5. Wer einen Beitrag für das Radioprogramm produziert, muss sich für eine Darstellungsform entscheiden. Nenne drei verschiedene Beitragsformen und beschreibe sie kurz!

Beitrag mit O-Ton (gebauter Beitrag): O-Töne und Sprechertext wechseln sich ab.

Umfrage: Eine Frage wird vielen Personen gestellt.

Reportage: Ein Reporter berichtet vom Ort eines Geschehens.

→ siehe AB 6 Darstellungsformen

6. Wann entdeckte Heinrich Hertz die elektromagnetischen Wellen (und lieferte damit die technische Grundlage für die Entwicklung des Radios)?

1886     1901     1923

→ siehe AB 8 Radiogeschichte

7. Wann ging das erste offizielle deutsche Radioprogramm auf Sendung?

10. Oktober 1910     29. Oktober 1923     30. Januar 1933

→ siehe AB 8 Radiogeschichte

8. Während der Nazizeit wuchs die Zahl der Radioempfangsgeräte in Deutschland. Warum?

Nationalsozialisten setzen Rundfunk zu Propagandazwecken ein und entwickeln und verbreiten Volksempfänger.

→ siehe AB 8 Radiogeschichte

#### 4.15.1 testfragen mit Lösungsvorschlag Seite 3



9. Welchen Auftrag hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk heute?  
(Mehrfachnennungen möglich)

- mediale Grundversorgung
- Kultur- und Bildungsauftrag
- unabhängige Berichterstattung

→ siehe AB 8 Radiogeschichte

10. Seit wann gibt es privaten Rundfunk in Deutschland?

Seit Mitte der 1980er Jahre

→ siehe AB 8 Radiogeschichte

11. Mit dem Aufkommen der privaten Sender wurden auch zunehmend Bürgermedien eingeführt. Je nach Bundesland gibt es verschiedene Formen der Bürgermedien. In NRW müssen die lokalen Privatradios Bürgern Sendezeit zur Verfügung stellen, das ist über das Landesmediengesetz NRW (LMG) geregelt. Welchen Auftrag hat der Bürgerfunk laut LMG? (Mehrfachnennungen möglich)

- Förderung von Medienkompetenz
- Ergänzung des lokalen Informationsangebotes
- Sprachrohr bieten für politische Gruppen

→ siehe AB 8 Radiogeschichte und AB 9 Gesetzliche Grundlagen

12. Darf man Musik aus dem Radio aufnehmen und sich davon Privatkopien anfertigen? Wenn „Ja“, warum? Wenn „Nein“, warum nicht?

#### 4.15.1 testfragen mit Lösungsvorschlag Seite 4



Ja, denn laut Urheberrechtsgesetz gilt dies als Privatkopie. Die GEMA-Gebühren wurden durch den Radiosender gezahlt.

→ siehe AB 11 Urheberrechte

13. Stell dir vor, du würdest mit einem Prominenten deiner Wahl ein „Interview zur Person“ führen. Formuliere eine offene Frage zum Einstieg in das Gespräch!

Liebe Heidi Klum, warum gibt es eine neue Folge von GNTM?

→ siehe AB 13 Interview

14. Hier ein Auszug aus dem Schulgesetz NRW:

##### § 2 / Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule

(4) Die Schule vermittelt die zur Erfüllung ihres Bildungs- und Erziehungsauftrags erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten, Fertigkeiten und Werthaltungen und berücksichtigt dabei die individuellen Voraussetzungen der Schülerinnen und Schüler. Sie fördert die Entfaltung der Person, die Selbstständigkeit ihrer Entscheidungen und Handlungen und das Verantwortungsbewusstsein für das Gemeinwohl, die Natur und die Umwelt. Schülerinnen und Schüler werden befähigt, verantwortlich am sozialen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, beruflichen, kulturellen und politischen Leben teilzunehmen und ihr eigenes Leben zu gestalten. Schülerinnen und Schüler werden in der Regel gemeinsam unterrichtet und erzogen (Koedukation).

Formuliere diesen Text für das Radio um. Beachte dabei die Regeln, die beim Schreiben fürs Hören wichtig sind (z.B. kurze und klare Sätze, aktive Formulierungen, anschauliche Sprache).

Die Schule hat einen Auftrag, nämlich Schülerinnen und Schüler zu bilden und zu erziehen. Sie vermittelt dafür Kenntnisse, Fähigkeiten und auch Werthaltungen. Dabei geht sie auf die Voraussetzungen der einzelnen Schüler ein. Schule hilft den Schülern ihre Person zu entfalten und selbstständig zu handeln. Sie fördert das Verantwortungsbewusstsein für das Gemeinwohl, die Natur und die Umwelt. Alle Schüler werden befähigt, ihr eigenes Leben zu gestalten. Sie sollen am öffentlichen, beruflichen, kulturellen und politischen Leben teilnehmen. Mädchen und Jungen werden gemeinsam unterrichtet.

→ siehe AB 14 Schreiben fürs Hören

# 5. RADIOPRAXIS

## 5.1 DURCHFÜHRUNG VON RADIOPROJEKTEN

Wer Radioprojekte mit SchülerInnen durchführt braucht unterschiedliche Kompetenzen. Neben methodischen und sozialen Kompetenzen für die Arbeit mit der entsprechenden Zielgruppe sind vor allem solide fachliche Kompetenzen nötig. Die Produktion von Radiobeiträgen erfordert journalistisches und technisches Know How – gepaart mit einem gehörigen Maß an Kreativität. Und in der Arbeit mit SchülerInnen sind häufig schnelle Entscheidungen nötig, bei denen der rote Faden eines Themas, die Umsetzbarkeit in der vorhandenen Zeit, die technischen Ressourcen und die Kompetenzen der SchülerInnen miteinander abgewogen werden müssen.

Die folgende Übersicht bietet daher nur einen ersten Einblick in die praktische Radioarbeit. Wer tiefer in die Materie einsteigen will, sollte selber zum Mikrofon greifen und in einem Kurs Erfahrungen sammeln und vertiefen. Es lohnt sich, denn Radiomachen macht Spaß!

### **Themenfindung**

Themen gibt es wie Sand am Meer. Aber welches Thema eignet sich für die Umsetzung im Radio? Mit der Themenfindung sollte man sich Zeit lassen, um ein Thema möglichst konkret und greifbar zu machen. Deshalb müssen SchülerInnen möglichst viel über ihr Thema sprechen. Sie sollen in möglichst wenigen Sätzen erklären, worum es geht. Ist das spannend? Ist es für Hörer interessant? Manchmal beginnt die Themenfindung mit einem großen Thema (z.B. Musik) und wird dann nach und nach heruntergebrochen (z.B. Veränderung der Technoszene in Köln). Auch wenn ein Radioprojekt eine thematische Vorgabe hat, braucht die konkrete Themenfindung Zeit und Auseinandersetzung. Hier kann eine erste Redaktionssitzung mit den SchülerInnen stattfinden, auf der sich alle einbringen können.

### **Beitragsplanung**

Ein Thema kann in vielen verschiedenen Beitragsformen bearbeitet werden. Zum Thema „Junge Künstler in Köln“ kann eine Umfrage durchgeführt werden mit der Frage „Würden sie sich trauen, als Künstler zu leben?“. Ein Interview mit einem Galeristen oder einem Künstler kann dann über den Berufsalltag informieren. Wenn jedoch beide Positionen in einem Beitrag zur Sprache kommen sollen, werden die Interviews nicht als solche gesendet, sondern nur O-Töne daraus in einem gebauten Beitrag verwendet. Mit einem Kommentar können SchülerInnen ihre Meinung zur



Kunstszene einbringen. Und mit einer Reportage können Eindrücke einer Ausstellung vermittelt werden. Wenn das Thema und die Beitragsform klar sind, kann der Entwurf für einen Beitrag in einem Exposee festgehalten werden.

### **Aufnahmen machen**

Um einen (gebauten) Beitrag zu produzieren, werden in der Regel ein oder zwei Interviews geführt. SchülerInnen brauchen dafür ein digitales Aufnahmegerät (s.u.). Bei den Aufnahmen macht es Sinn, wenn sich ein SchülerIn auf die Technik konzentriert und der/die andere die Fragen stellt. Denn wenn die Technik versagt und die Aufnahmen unbrauchbar sind, stockt die weitere Arbeit am Beitrag. Die Durchführung von Interviews braucht Übung, deshalb sollten die SchülerInnen möglichst viel Zeit zum Ausprobieren bekommen. Je nach Alter und Kompetenzen der SchülerInnen können sie die Anfrage bei einem Interviewpartner selbst durchführen und auch die Planung des Interviews übernehmen.

Auch wenn eine Umfrage oder eine Reportage produziert wird, müssen „draußen“ Aufnahmen gemacht und entsprechend vorbereitet werden.

### **Digitaler Schnitt**

Als Schnittrechner können heute gängige Computer mit entsprechender Software genutzt werden (s.u.). SchülerInnen der Sekundarstufe I und II sind heute in der Regel geübt im Umgang mit dem Computer, so dass sie nach einer kurzen Einführung relativ eigenständig am Schnittcomputer arbeiten können.

Die Aufnahmen werden auf einen Computer übertragen und können dort bearbeitet werden. Das bedeutet als erstes, dass die Aufnahmen

angehört werden. Damit die SchülerInnen hier nicht von ihren eigenen Materialien „erschlagen“ werden, sollten sie nicht zu lange Interviews führen (maximal zehn Minuten) und auch nicht zu viele Antworten für eine Umfrage sammeln (maximal 20 aussagekräftige Antworten).

Umfragen können direkt am Rechner fertig produziert werden. Aus einem Interview werden als Nächstes markante Originaltöne ausgesucht und auf einer eigenen Tonspur abgelegt. Aus diesen Bausteinen wird dann gemeinsam mit dem Sprechertext der gebaute Beitrag.

### **Manuskripte schreiben**

Die ausgesuchten O-Töne werden transkribiert und in eine Reihenfolge gebracht. Für den gebauten Beitrag fehlt jetzt noch der Sprechertext, der alle wesentlichen Informationen liefert und die O-Töne miteinander verbindet. Bei der Arbeit am Manuskript sollten die Regeln der Radiosprache befolgt werden. Beim Schreiben des Textes sollte man versuchen, möglichst elegante Verbindungen zu den einzelnen O-Tönen zu schaffen. Dafür kann es evtl. hilfreich sein O-Töne zu kürzen oder wegzulassen, um die jeweiligen Informationen in den Sprechertext einzubauen. Aber Vorsicht: Um einen O-Ton zu kürzen, muss man ihn hören. Denn in der gesprochenen Sprachen können Sätze oder Wörter untrennbar miteinander verbunden sein.

### **Beitragsproduktion**

Wenn die O-Töne geschnitten und der Sprechertext geschrieben sind, kann der Beitrag produziert werden. Dafür muss der Text von einem/einer SchülerIn eingesprochen werden. Damit die Aufnahme des Sprechertextes gut klingt und sich von den O-Tönen abhebt, sollte sie im Radiostudio erfolgen.

Die SchülerInnen müssen sich auf ihre Aufgabe als Sprecher vorbereiten. Sie sollten ihren Text dafür mehrfach laut lesen und können sich auch mit einigen Atemübungen warm machen. Hilfreich ist es z.B., wenn die SchülerInnen den Text mit einem Korken zwischen den Zähnen lesen. Das lockert die Mundmuskulatur. Um Atmung, Intonation und Stimmbildung zu verbessern, können noch weitere Übungen gemacht werden, die aber entsprechende Qualifikationen der betreuenden LehrerInnen oder MedientrainerInnen voraussetzen. Solche Sprechübungen haben das Ziel, dass auch abgelesene Texte nicht abgelesen klingen.



Wenn der Sprechertext aufgenommen wurde wird er am Schnittcomputer mit den O-Tönen zusammen arrangiert. Bei Bedarf können nun auch Musik oder Geräusche untergemischt werden. Fertig ist der Beitrag!

### **Produktion einer Sendung**

Häufig entstehen in Schulradioprojekten nicht nur einzelne Beiträge, sondern komplette Radiosendungen. Dann gibt es noch mehrere Aufgaben, die auch von SchülerInnen übernommen werden können.

### **Musikredaktion**

In einer Stunde Radioprogramm werden (je nach Wort-/Musik-Anteil) etwa zwölf Musiktitel gespielt. Die SchülerInnen können diese Titel auswählen und evtl. auch auf einem Tonträger zur Verfügung stellen. Wenn eine Sendung für den lokalen Bürgerfunk produziert wird, sollte man sich mit den Titeln an dem Musikformat des jeweiligen Senders annähern, um Abschalten zu vermeiden. Vielleicht kann die Auswahl der Musiktitel auch an die jeweiligen Themen der Beiträge andocken. Für die Liste der Musiktitel sollten neben Interpret und Titel auch die Länge des Tracks und evtl. die Länge der Rampe (bis der Gesang anfängt) notiert werden.

### **Sendeplanung**

Alle produzierten Beiträge müssen in eine sinnvolle Reihenfolge gebracht und auch die Musiktitel müssen entsprechend platziert werden. Zusammen mit der Moderation und den Jingles ergibt sich so ein Sendeablaufplan, der von SchülerInnen in der Funktion als CvD (Chef vom Dienst) erstellt werden kann.

### **Moderation**

Durch eine Sendung führen ein oder zwei ModeratorInnen. Sie begrüßen die Hörer und

kündigen die verschiedenen Beiträge an. Die Moderation kann von SchülerInnen übernommen werden, die sich dafür gesondert vorbereiten müssen. Zu jedem vorproduzierten Beitrag bekommen die ModeratorInnen einen Vorschlag zur Anmoderation und bei Bedarf auch zur Abmoderation. Der Vorschlag muss also jeweils auch von den SchülerInnen verfasst werden, die einen Beitrag produziert haben. Die ModeratorInnen bearbeiten diese Vorschläge jedoch so, dass sie zu ihnen passen. Die Moderation einer Sendung sollte möglichst natürlich und echt klingen.

### **Jingle erstellen**

Jede Sendung startet mit einem Jingle als Opener. Das kann ein Jingle einer Radiowerkstatt oder einer anderen kooperierenden Einrichtung sein. Es kann aber auch sein, dass die SchülerInnen einen eigenen Jingle als Wiedererkennungsmerkmal erstellen. Jingles können innerhalb der Sendung frei platziert werden und z.B. auch zwischen zwei Musikstücken laufen. Für die Produktion eines Jingles ist eine gute Idee und ein wenig technisches Geschick am Schnittcomputer oder mit einer Musiksoftware nötig.

### **Sendeproduktion**

Wenn alle Elemente der Sendung stehen (Beiträge produziert, Musik ausgesucht und vorhanden, Moderationen vorbereitet, Jingles erstellt, Sendelaufplan erstellt), kann die Sendung produziert werden. Die SchülerInnen könnten jetzt „live“ auf Sendung gehen und die Moderationen direkt einsprechen, wenn sie zum Beispiel über die Lautsprecher der Schule zu hören sind. In der Regel werden die Sendungen jedoch aufgezeichnet. Die ModeratorInnen haben also die Möglichkeit, einen Take nach einem Versprecher zu wiederholen.



### **Technik**

Durch die Digitalisierung ist die Technik bei der Radioarbeit sehr viel einfacher in der Bedienung und kostengünstiger in der Anschaffung geworden.

### **Aufnahmegeräte**

Nach Tonband, Tape, DAT und Mini-Disc haben heute Festplattenrekorder in der Radioarbeit Einzug gehalten. Professionelle Geräte kosten etwa 800 bis 1000 Euro, aber es gibt auch semiprofessionelle Aufnahmegeräte für etwa 200 bis 400 Euro. Robuste Aufnahmegeräte mit guten Mikrofonen sind in der Regel über lokale Medienwerkstätten zu leihen.

Auch einfache Diktiergeräte oder Handys eignen sich für Tonaufnahmen. Sofern ein Radioprojekt „nur“ das Ziel hat, Beiträge für die Schulhomepage zu veröffentlichen, können auch einfache Geräte genutzt werden.

### **Schnittplätze**

Die Bearbeitung von Audiodateien stellt für heutige Computer keine große Herausforderung mehr dar. Mit der passenden Software können auch einfache Computer zu digitalen Schnittplätzen umgerüstet werden.

Die einfachste und kostengünstigste Lösung bietet das freie Open Source-Programm „Audacity“, das kostenlos aus dem Internet heruntergeladen werden kann ([www.audacity.de](http://www.audacity.de)). Die Bedienbarkeit und der Funktionsumfang verlangen jedoch eine sorgsame Einarbeitung.

Intuitiver in der Bedienung und speziell für Radioproduktionen ausgelegt sind semiprofessionelle Programme wie „trackcaster“ von Drenkelfort oder „Samplitude“ von Magix. Je nach Funktionsumfang und Anzahl der Lizenzen sind hier mit Kosten von etwa 50 bis 500 Euro pro Arbeitsplatz zu rechnen.

Wenn extra ein Computer für die Radioarbeit angeschafft wird, kann auf entsprechende Hardware (Soundkarte, Audio-Anschlüsse, Lautsprecherboxen) geachtet werden.

### **Studiotechnik**

Wer tiefer in die Radioarbeit einsteigen will und ein eigenes Radiostudio aufbauen möchte, braucht weiteres Equipment. Neben mindestens zwei guten Mikrofonen sind ein Schnittcomputer, ein bis zwei CD-Player und ein Mischpult, in dem alles zusammenläuft, die Basisausstattung. Die Preisspannen für diese Geräte variieren erheblich. Eine einfache

Lösung ist für einige hundert Euro zu haben – aber Ausgaben im vierstelligen Bereich sind eher zu erwarten. Damit die Sprachaufnahmen gut klingen, sollte eine entsprechende schallgeschützte Kabine errichtet werden. Als einfache und mobile Lösung können nackte Wände auch mit Decken verhangen werden, damit der Schall nicht reflektiert wird.

Zur Veranschaulichung der praktischen Radioarbeit folgen nun ein Beispiel-Exposee, drei Manuskripte von Beiträgen, die von SchülerInnen erstellt wurden und eine Liste der Hörbeispiele, die im Rahmen von FuSch zur Verfügung gestellt werden.

## 5.2 BEISPIEL-exposee

Matthias Felling / 06. Februar 2003

### *Gegen den Krieg hilft keine Mail – Falschmeldungen verunsichern Internetnutzer*

In immer mehr E-Mail-Postfächern ist in den letzten Wochen eine UN-Petition gegen einen bevorstehenden Irak-Krieg gelandet. Der Empfänger des Kettenbriefs wurde aufgefordert, seinen Namen unter die Anti-Kriegs-Erklärung zu setzen und sie dann an möglichst viele Menschen weiter zu schicken. Sobald 500 Unterschriften gesammelt sind, soll die Petition direkt an die Vereinten Nationen geschickt werden. Und da nicht nur die deutsche Regierung gegen einen Krieg ist, zieht der Kettenbrief immer weitere Kreise. Aber: Die angebliche UN-Petition ist eine Fälschung. Die Vereinten Nationen haben sich auf ihrer offiziellen Webseite ausdrücklich von dieser Erklärung distanziert. Eingegangene Mails werden sofort gelöscht.

Immer häufiger kursieren Falschmeldungen im Internet, so genannte Hoaxes (engl. für Jux, Scherz). Mal wird vor angeblichen Viren gewarnt, dann werden Gerüchte verbreitet oder es wird im Falle des aktuellen Kettenbriefs mit der Angst der Computernutzer gespielt.

Um sich vor diesen Fälschungen zu schützen, sollten angegebene Quellen überprüft werden. Zudem helfen seriöse Internetseiten, die über häufige Muster eines Hoax aufklären. Solch einen Service bietet die TU Berlin an und überprüft regelmäßig Rundmails auf ihren Wahrheitsgehalt.

### *Links zum Thema*

<http://www.hoax-info.de>

Infoseite von der TU Berlin zu Falschmeldungen / Hoaxes.

<http://www.unicwash.org>

Webseite der Vereinten Nationen, die sich von Erklärung distanzieren.

### *Möglicher Interviewpartner*

Frank Ziemann – Betreiber des Hoax-Info-Service an der TU Berlin.

## 5.3 MANUSKRIFTBEISPIELE

### *„Kultur in Köln“*

Die erste Unterrichtsreihe zum Thema „Kultur in Köln“ ist mit Hilfe von gebauten Beiträgen umgesetzt und verfolgte das Ziel, eine zwei-stündige Sendung im Rahmen des Bürgerfunks zu produzieren. Dazu stellen wir drei Manuskripte von Beiträgen, die von SchülerInnen erstellt wurden, vor. Ferner eine Übersicht der Hörbeispiele der erstellten Sendung zu dem Thema.

Die folgenden ausgewählten Beispiele aus der U-Reihe „Kultur in Köln“ geben einen Einblick in die Radioarbeit der Schülerinnen und Schüler. Diese gebauten Beiträge sind aus einer fertig erstellten Sendung (vgl. 5.4) entnommen. Die An- und Abmoderation als Verklammerung der Beiträge verdeutlicht, welche Facetten die Erstellung einer Sendung, hier einer Bürgerfunksendung im Lokalsender Radio Köln ausgestrahlt, über die Beitragsarbeit hinaus erfordert.

### 5.3.1 BEITRAG FILMMUSIK

#### *Anmoderation*

**Solomon:** Alina, wie wichtig ist dir eigentlich die Musik im Film?

**Alina:** Ja, die ist natürlich wichtig, für die Spannung.

**Solomon:** Ja, denn viele Leute realisieren gar nicht, wie wichtig sie eigentlich ist. Und mit diesem spannenden Thema haben sich Philipp, Oliver und Marlon befasst. Sie liefern euch jetzt einen Beitrag zur jährlichen European Talent Competition. Dort werden junge Komponisten für Filmmusik ausgezeichnet.

#### *Skript*

Die European Talent Competition ist ein Wettbewerb, der für junge Nachwuchskünstler und Komponisten veranstaltet wird. 2004 hat SoundTrack\_Cologne mit Unterstützung des WDR und vieler anderer Sponsoren, das Projekt ins Leben gerufen. Seit dem wurde der Wettbewerb zur jährlichen Tradition. Die Aufgabe besteht darin, einen ausgewählten Kurzfilm komplett neu zu vertonen und so dem Film damit jedes Mal eine völlig neue Stimmung zu geben.

**O-Ton** Wir stellen einen stummgeschalteten Film zur Verfügung und die Teilnehmer des Wettbewerbs haben die Aufgabe den vollständig neu zu vertonen. Und es ist eine ungemein spannende Veranstaltung, in der dann die Ergebnisse vorgestellt werden und man merkt ganz deutlich, dass Filme sich total verändern, wenn man die Musik verändert.

Der Wettbewerb ist international zugänglich und die Ergebnisse, die von überall herkommen können, landen letztendlich hier in Köln und werden hier ausgewertet. Die Jury besteht aus einem kleinem Team von SoundTrack\_Cologne. Die Idee dahinter ist es, die Kontaktaufnahme zwischen talentierten Amateuren und echten eingefleischten Profis zu ermöglichen.

**O-Ton** Unsere Idee war, dass wir nicht nur Studenten, sondern auch den ganzen Quereinsteigern irgendeinen Zugang zu einem professionellen Forum anbieten wollten, wo sie dann mit Profis umgehen und ein Feedback von Profis kriegen. Und wir wollten auf die Weise sozusagen eine Möglichkeit herstellen, dass man unter professionellen Bedingungen, aber als Nachwuchs, arbeiten kann.

Dem Gewinner winkt ein ganzer Tag mit dem WDR-Orchester um seine Ideen und Kompositionen zu verwirklichen. Herr Hornschuh, einer der Veranstalter, ist der Meinung: „Dieser Preis ist weitaus wichtiger für einen Neuankömmling in der Branche als eine Geldprämie.“ Im Vordergrund der Aktion steht schließlich das Künstlerische, das Element Musik ohne das der Film nicht auskommen würde. Das Projekt bringt einem die Bedeutung der richtigen Vertonung für den Film nah.

**O-Ton** Ich bin der festen Überzeugung, dass man sich total vertut, wenn man glaubt, Musik wird immer nur drüber gegossen über einen fertigen Film. Also, der Film verändert sich so fundamental und tiefgreifend in dem Moment, wo Musik hinzukommt, dass wenn man den fertigen Film dann sieht und hört, dass man überhaupt nicht mehr sagen kann, was zuerst da war, die Musik oder der Film.

Der Wettbewerb wird jährlich veranstaltet. Ein genauerer Termin ist noch nicht bekannt, wird aber vermutlich in den Herbst diesen Jahres fallen. Falls man Interesse hat, ist das Projekt über die Website [www.Soundtrackcologne.de/Award.htm](http://www.Soundtrackcologne.de/Award.htm) zu erreichen.

#### **Abmoderation**

Wer mehr Interesse hat, findet weitere Informationen unter der Website [www.Soundtrackcologne.de](http://www.Soundtrackcologne.de)

### 5.3.2 BEITRAG FILMCLUB 813

#### **Anmoderation**

**Solomon:** Alina, wann gehst du eigentlich mal wieder ins Kino?

**Alina:** Aah, im Kino laufen doch immer wieder

die gleichen langweiligen Filme.

**Solomon:** Du stehst nicht so auf Mainstream, oder was?

**Alina:** Nee, eher nicht.

**Solomon:** Dann hätte ich die perfekte Alternative für dich, und zwar der Filmclub 813, aber dazu können dir jetzt Moritz und Lennart mehr sagen.

#### **Beitrag der Schüler**

Bernhard Marsch ist einer der Gründer vom Filmclub 813. Er wird auch das wandelnde Filmlexikon genannt. Ein Resultat aus seiner langjährigen Liebe zum Film.

**O-Ton** Seit ich 16 bin, ging ich so viel es ging in irgendwelche Kinos, Filme in meiner Heimatstadt, in Bonn, in Köln, und dadurch hat sich so eine Liebe zum Kino entwickelt.

Und diese Liebe zum Film hat sich sogar soweit ausgeprägt, dass er vor gut 19 Jahren sein Hobby zum Beruf gemacht hat. Was man dazu braucht: ein paar gute Freunde mit der gleichen Leidenschaft, ein ausgeprägtes Filmwissen und ein Konzept. Die Geburtsstunde des Filmclubs 813. Die Idee war einfach und gut: den Leuten den Zugang zum Film zu erleichtern. Wohingegen der Name einen durchaus verzwickten Hintergrund hat...

**O-Ton** Francois Truffaut, der, der berühmte französische Regisseur, der hat diese Zahl immer in seine Filme eingebaut. Und dann hat jemand den Vorschlag gemacht: Warum nicht Filmclub 813? Dann hatten wir uns darauf geeinigt. Und so stell ich jetzt meinen Wecker immer auf 8:13 Uhr oder 8:31

Die Umsetzung der Idee war jedoch schwieriger als gedacht. Denn bis zum Sommer 1995

musste der Filmclub ständig die Veranstaltungsorte wechseln. Seitdem befindet sich der Filmclub im Herzen der Kölner Innenstadt. Im Gebäude: DIE BRÜCKE

**O-Ton** Das Kino an der Brücke, das ist unser eigenes Kino. Uns gehört das ganze Equipment, der Saal selber nicht, das ist städtisches Gebäude. Aber das ganze Kinoinventar gehört uns und wir können hier noch 25 Jahre Kino machen, so wie wir wollen.

Diese 25 Jahre müssen natürlich mit genügend Filmmaterial gefüllt werden. Auch hierbei geht der Filmclub nach seinem ganz eigenen Schema vor.

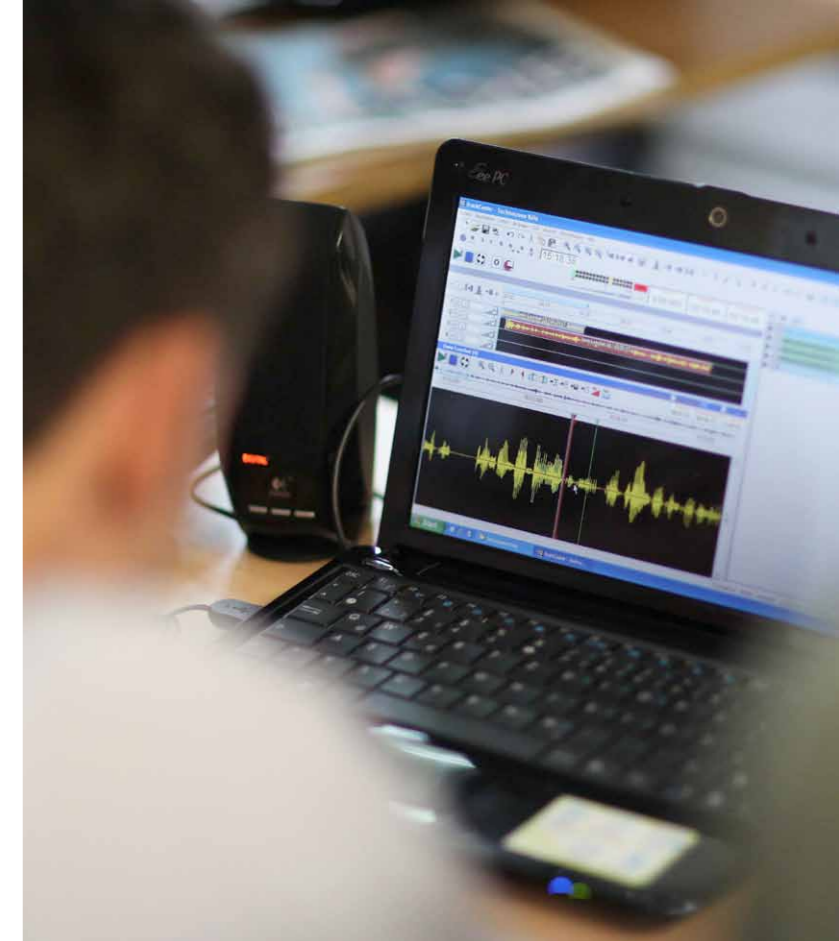
**O-Ton** Entweder sucht man sich Filme aus, die man selber noch nicht gesehen hat, wo man weiß oder hofft, dass sie sehr gut sind. Oder manchmal kriegen wir auch Filmreihen angeboten, die wir von anderen Kinos nachspielen oder wo Institutionen Filme anbieten.

Bernhard Marsch zeigt nicht nur Filme. Er hat auch viele Kurzfilme aus verschiedenen Genres produziert. Es ist jedoch nicht so, dass ihm die Ideen förmlich zugeflogen kommen.

**O-Ton** Ich sag mal so: Man hat vielleicht alle 2 Jahre eine gute Idee, wo es sich lohnt dann auch dran zu arbeiten und was zu machen. Also das ist wirklich eine Frage der Inspiration.

#### **Abmoderation**

Am besten ist, man macht sich selbst ein Bild vom Filmclub 813. Und vor allem gibt es für Schüler und SchülerInnen einen Superpreis, und zwar 2,5,- pro Nase. Ein Besuch lohnt sich daher garantiert.





### 5.3.3 TECHNOSZENE KÖLN

#### Anmoderation

**Alina:** Solli, hörst du eigentlich Techno?

**Solomon:** Ist das nicht diese Bum-bum-bum-Musik? Gibt es das überhaupt noch?

**Alina:** Natürlich! In Köln gibt es sogar eine sehr lebendige Szene seit vielen Jahren. Hugo, Luca und Maxi waren in dieser Szene unterwegs.

#### Beitrag der Schüler

Irwin Leschet ist ein im Raum Köln bekannter DJ und Produzent. Er ist unter anderem durch die Silberschweinparty bekannt. Er hat besonders im Bezug auf die Organisation von Partys Veränderungen festgestellt.

**O-Ton** Meiner Meinung, die grundlegendste Veränderung ist eigentlich durchs Internet passiert, also grade was Information, Marketing von Veranstaltungen angeht. Früher musste man Flyer machen, hat viele Plakate gemacht, hat Leute angerufen -kommt zur Party und so- und heute läuft das fast ausschließlich über Facebook und MySpace und das hat echt großen Einfluss auf die Partys gehabt.

Gesa Winkelmann ist vor etwa 20 Jahren in der Kölner Technoszene als Feiernde aktiv gewesen und erzählt, dass es schwierig war gute Szenepartys zu finden.

**O-Ton** Die meisten richtig guten Clubs waren alle illegal. Das waren irgendwelche Dinger, die haben aufgemacht, für ein paar Monate. Auf irgendeiner Schutthalde war dann hinten so ein kleines blaues Licht und da ist man wirklich auf Händen und Füßen hin gekrabbelt

und da gab's dann irgendwelche alten Keller, die waren teilweise auch eingestürzt und da waren dann die Leute und es lief alles über Mundpropaganda. Und das wusste auch keiner und es gab auch keine Plakate oder sowas, sondern es gab ganz viele kleine Flyer, die unter der Hand verteilt wurden.

Die organisatorischen Aspekte sind jedoch nicht die einzigen auffälligen Veränderungen. Auch die Technik und das Publikum haben sich verändert. Irwin Leschet spricht nicht von DER Technoszene, dafür seien die Geschmäcker zu verschieden.

**O-Ton** Also, man kann sicher einerseits sagen, es hat sich technisch sehr verändert, die Produktionsmöglichkeiten sind einfach viel geiler und es hat sich auch ein bisschen diversifiziert. Das heißt, früher gab es halt Techno oder House, heute gibt es viele die sagen ich geh jetzt zu ner Progressiv-House Party oder zu ner Minimal Party. Ich find, die Leute sind da son bisschen eigener geworden. Die Leute, die früher zu Partys gegangen sind, hatten ein breiteres Spektrum aber die Musik an sich war natürlich noch nicht so gut produziert wie heute.

Als Gesa Winkelmann auf Technopartys gegangen ist, war die Szene noch nicht so kommerziell. Auch das Alter des Publikums hat sich verändert.

**O-Ton** Die, die feiern gehen, sind viel viel jünger geworden, aber ich glaube das ist für die heute genauso wie das für uns war. Das ist toll, man feiert halt. Ich glaube, da ist kein großer Unterschied außer, dass das jetzt, was die Technoszene angeht, sehr viel kommerzieller geworden ist. Das war auch nicht teuer. Hier in Köln zum Beispiel kannst du ja zwischen

den einzelnen Clubs gar nicht wechseln, weil du jedes Mal 20 Euro oder sowas bezahlst. Damals hat das gekostet, ich weiß nicht, 3 Euro Eintritt oder 3 Mark noch.

Irwin Leschet legt seit 18 Jahren regelmäßig auf diversen Partys in verschiedenen Clubs auf. Auch er merkt, dass das Publikum immer jünger wird.

**O-Ton** Bei der Silberschweinparty hab ich es schon so ein bisschen gemerkt. 2004 da hätte ich gedacht, dass das Durchschnittsalter so eher 25-30 ist. Heute gehen die Leute halt so ab 20 feiern. Wenn ich mir die Like-Love Partys anschau, da ist das Publikum teilweise auch U20.

Aus der einstigen Untergrundbewegung ist eine immer größer werdende und kommerzialisierte Welle geworden. Heutzutage sind also nicht mehr nur die Partys für junge Menschen interessanter, sondern auch die Möglichkeiten selber musikalisch tätig zu werden sind weitaus größer geworden.

### 5.4 BEITRAGSÜBERSICHT ZUR SENDUNG „KULTUR IN KÖLN“

Diese Beitragsübersicht zeigt beispielhaft die inhaltlichen Aspekte, die sich thematisch für eine solche Unterrichtsreihe anbieten. Die drei Beiträge zuvor sind diesen Sendungen entnommen.

#### 1. Sendung (03. Juni 2010)

„Interview mit Christa Schulte zu FuSch – Funk und Schule“  
von Alina Graf und Solomon Kaiser

## „Interview zum Thema Kultur in Köln mit Kulturdezernent Dr. Georg Quander“

von Arno Werle, Maren Pielka

„Theaterzeitschrift AKT“ von Luis Weissenberg, Milan Dung, Tobias Richter

## „Interimstanzhaus in Köln-Mühlheim“

von Natalie Krause, Alina Graf

## „Filmclub 813 – Interview mit Bernhard Marsch“

von Moritz Oleknavicius, Lennart Enderer

### 2. Sendung (06. Juni 2010)

## „Minna von Barnhelm im Freien Werkstatt Theater Köln“

von Solomon Kaiser, Muhammet Ari, Max Müller

## „Arturo Schauspielschule Köln“

von Alina Kutscheidt, Danica Weiher

## „Förderung junger Künstler in Köln“

von Lorena Bretz, Lea Baltes, Clara Schaefer

## „Filmmusik – Soundtrack Cologne“

von Philipp Kreuzer, Marlon Rademacher, Oliver Wagner

## „Technoszene Köln“

von Maximilian von Schewyck, Hugo Palka, Lucas Mirsberger

## 5.5 ZUR UNTERRICHTSREIHE „KULTUR DES TODES“

Eine weitere Unterrichtsreihe zum Thema „Kultur des Todes“ bietet sich ganz besonders bei SchülerInnen unterschiedlicher Herkunft an. Es ermöglicht die Darstellung unterschiedlicher kultureller Bestattungsriten auf der Basis von einminütigen Aufsammlern. Der Schüler selbst ist der Experte und stellt den ihm bekannten Bestattungsritus vor (vgl. Hörbeispiel Aufsammler). Hier wird das Thema als Block dargestellt ohne eine Einspielung eines O-Tons. Auch können hier Umfragen zum Thema erstellt werden und ebenso Interviews.

### 5.5.1 HÖRBEISPIELE

**Beerdigungsrituale** – Aufsammler von Felix Stihl und Marc Pfister

**Sarggestaltung** – Interview mit Niklas Brings

**Der letzte Wunsch** – Umfrage in der Fußgängerzone der Kölner Innenstadt

## 5.6 ZUR UNTERRICHTSREIHE „Lit.kid.COLOGNE“

Diese Unterrichtsreihe befasst sich mit dem literarischen Angebot der Lit.kid.COLOGNE, das Jugendprogramm der LitCologne Kölns. Dieses setzt voraus, dass man sich zunächst mit dem Programm beschäftigt. Die Autoren und die von ihnen vorgestellten Bücher werden zur Grundlage der Unterrichtsreihe gemacht. Die SchülerInnen müssen sich mit der Autorenpersönlichkeit sowie dem vorzustellenden Roman befassen und zum Experten werden. Die SchülerInnen interviewen den Autor, die Besucher (Kinder wie Eltern) und ggf. auch die Macher der Lit.kid.COLOGNE. Sie erstellen einen moderierten Beitrag, d.h. selektieren O-Töne und fügen diese in eine Moderation ein. Diese Form des Beitrages ist zeitlich schnell realisierbar.

### 5.6.1 HÖRBEISPIELE

#### Darstellungsform Moderation mit O-Ton

Autor Ulf Nilsson

„Die besten Beerdigungen der Welt“

Autor Axel Brüggemann

„Wie Krach zur Musik wird – Die etwas andere Musikgeschichte.“

### 5.6.2 INTERVIEWFRAGEN AN VERANSTALTER

Anbei ein beispielhafter Fragenkatalog an die Veranstalter der lit.kid.COLOGNE. Ein solcher Fragenkatalog dient als Grundlage für den Moderationstext, in dem nur wenige der O-Töne verwendet werden.

### Fragen an die Veranstalterinnen der lit.kid.COLOGNE

#### Angela Maas

- Warum engagieren Sie sich so für die lit.kid.COLOGNE?/ Wie sind Sie zur lit.kid.COLOGNE gekommen?
- Welche Rolle spielt Literatur in Ihrem Leben?
- Sie sind vor allem für das Kinderprogramm, die lit.kid.COLOGNE verantwortlich – warum ist Ihnen das so wichtig?
- Kommt Literatur ihrer Meinung nach heutzutage in der Kinderwelt zu kurz? – Wenn ja, warum?
- Was sollen die Kinder aus den Veranstaltungen mitnehmen?
- Warum glauben Sie, sind die Kinder-Veranstaltungen so beliebt?
- Wonach wählen Sie die Bücher aus?
- Manchmal lesen ja auch nicht die Autoren selbst, sondern Prominente vor – wonach werden diese ausgewählt?
- Was ist das Hauptziel, was Sie sich für dieses Jahr bei der lit.kid.COLOGNE gesteckt haben?

#### Christiane Labonté

- Warum engagieren Sie und Ihr Mann sich so stark für die lit.kid.COLOGNE?
- Welche Rolle spielt Literatur in Ihrem Leben?
- Sie haben selbst Kinder – welche Rolle spielt Literatur in deren Leben?
- Glauben Sie, dass Sie das Verhältnis Ihrer Kinder zur Literatur beeinflusst haben? Wenn ja, wie?
- Was ist für Sie in diesem Jahr DIE Veranstaltung bei der lit.kid.COLOGNE und warum?
- Wie haben Sie die Bücher und Leser ausgewählt?



# 6. Literatur UND LINKS

## 6.1 Literatur ZUR RADIOPRAXIS (IN DER SCHULE)

### **Radio-Journalismus**

Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk

Walter von LaRoche / Axel Buchholz (Hrsg.)  
Econ Verlag in Ullstein Buchverlage GmbH,  
Journalistische Praxis, Berlin 2009 (9. Auflage)  
ISBN 978-3-430-20076-9, 460 Seiten, 23,- Euro  
www.journalistische-praxis.de

Standardwerk des klassischen Hörfunkjournalismus bietet einen Überblick über Programme und Arbeitsfelder im professionellen Radio.

In der Reihe „Journalistische Praxis“ aus dem Econ Verlag sind weitere praxisnahe Bücher erschienen.

### **ABC des Hörfunks**

Bernd-Peter Arnold  
UVK Medien  
Praktischer Journalismus, Band 14, 1999  
(2., überarbeitete Auflage)  
ISBN 978-3-89669-261-0, 340 Seiten,  
22,90 Euro, www.uvk.de

Dieses praxisorientierte Handbuch informiert über alles, was man zum „Radio-Handwerk“ wissen sollte.

In der Reihe „Praktischer Journalismus“ vom Verlag UVK sind einige weitere Bücher zur Radioarbeit erschienen.

### **Junges Radio**

#### **Kinder und Jugendliche machen Radio**

Michael Bloech / Fabian Fiedler / Klaus Lutz (Hrsg.), kopaed, Materialien zur Medienpädagogik Band 5, München 2005  
ISBN 3-938028-28-9, 143 Seiten, 12,- Euro  
www.kopaed.de

Theorie und Praxis der pädagogischen Radioarbeit werden in diesem Buch anschaulich und beispielhaft vermittelt.

### **3, 2, 1 on Air!**

Ein Handbuch für junge RadiomacherInnen  
*School's Out!-radio* (Hrsg.)

kopaed, München 2006  
ISBN 3-938028-45-9, 60 Seiten, 9,- Euro  
www.kopaed.de

Praktisches Handbuch für die Radioarbeit mit und von Kindern und Jugendlichen.

### **Arbeitsbuch Medienkompetenz.**

#### **Radio, Fernsehen, Internet und was dahintersteckt**

Arbeitsbuch mit Unterrichtsmaterialien für die Sekundarstufe II

Netzwerk Medienkompetenz des WDR  
WDR, Köln 2007  
252 Seiten plus CD-ROM, DVD und Audio-CD  
direkt bestellbar beim WDR: www.schlauer.wdr.de

Das Arbeitsbuch behandelt verschiedene Themen aus dem Medienbereich und bietet auch zum Thema Radio praktische Übungen und Beispiele.

## 6.2 LINKLISTE

### **Radiolandschaft**

<http://www.hoerfunker.de/>

Die Plattform der Bundeszentrale für politische Bildung setzt sich mit aktuellen Berichten für einen Radiokodex ein.

<http://www.radioszene.de>

<http://www.radiowoche.de/>

Zwei Webseiten mit vielen aktuellen Infos zur deutschen Radiolandschaft (und teilweise auch mit Hörbeispielen).

<http://www.dra.de/>

Auf den Seiten des Deutschen Rundfunkarchivs finden sich viele Hintergründe und Tonbeiträge zur Geschichte des Radios.

### **Bürgermedien**

<http://www.medienkompetenz-nrw.de/>  
Auf diesem Portal der Landesanstalt für Medien finden sich praxisnahe Infos.

<http://www.connex-magazin.de/>  
Das Infomagazin vom Bildungszentrum BürgerMedien informiert über bundesweite Entwicklungen.

<http://www.bvbam.de/>  
Homepage vom Bundesverband Bürger- und Ausbildungsmedien (bvbam)

### **Medienkompetenz**

<http://www.lfm-nrw.de/>  
Auf der Homepage der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) finden sich auch aktuelle Dokumente und Ausschreibungen aus dem Bereich Bürgermedien.

<http://www.klicksafe.de/>  
Die EU-Initiative klicksafe bietet einen Überblick zu bundesweiten medienpädagogischen Angeboten und Initiativen.

<http://www.mekonet.de/>  
Der Newsletter vom Medienkompetenz-Netzwerk NRW erscheint etwa alle zwei Monate und bietet – wie auch die Webseite – einen umfangreichen Überblick rund um das Thema Medienkompetenz.

<http://www.schulen-ans-netz.de/>  
Der Verein „Schulen ans Netz e.V.“ bietet einen monatlichen kostenlosen Newsletter an. Der Fokus der Themen liegt hier auf dem Bereich Medienkompetenz in der Schule, aber daneben werden auch allgemeinere medienpädagogische Themen behandelt.

### **Hörerforschung**

<http://www.reichweiten.de/>  
Viele Daten aus der Media-Analyse (ma) können auf der Seite der ARD-Werbung nachgelesen werden.

<http://www.ard.de/intern/basisdaten>  
Hier finden sich weitere Daten aus der ma, auch zu bundesweiten Programmen.

<http://www.lfm-nrw.de/hoerfunk/mediaanalyse>  
Auch bei der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) finden sich Informationen zur Media-Analyse.

<http://www.radionrw.de/>  
Angaben zu Zielgruppe und Reichweite finden sich im Bereich „Media“. Auf den Internetseiten der einzelnen Lokalsender gibt es meist ähnliche Rubriken.

<http://www.wdr-mediagroup.com/>  
Diese WDR-Seite richtet sich an die Werbewirtschaft und bietet Hintergrundinformationen zu den WDR-Sendern.

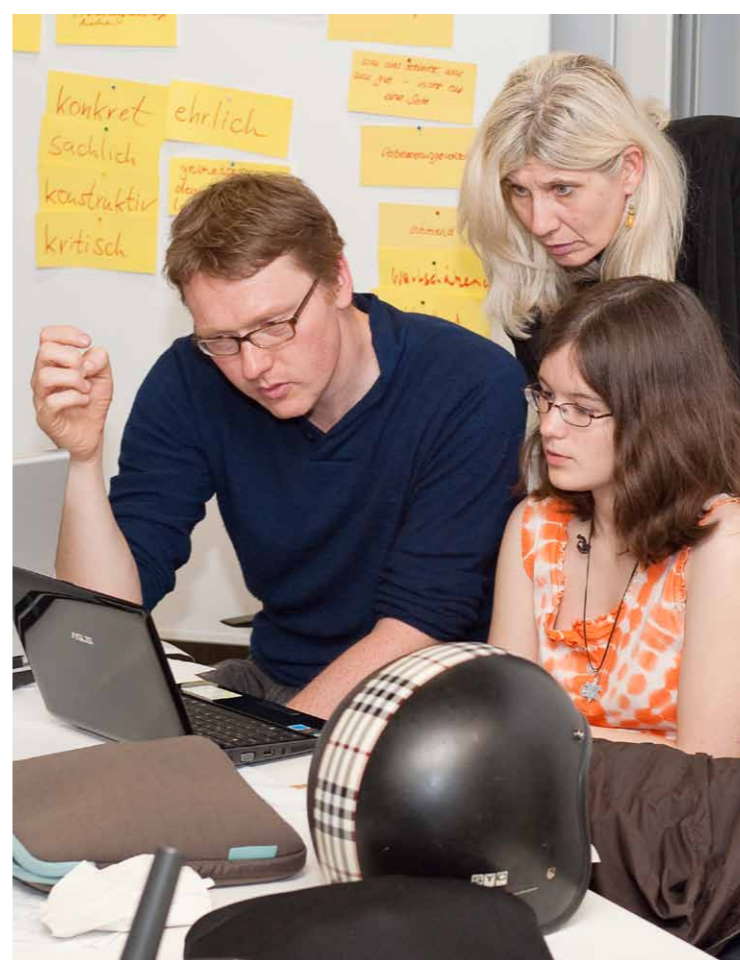
<http://www.mpfs.de/>  
Auf der Seite des Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest können die Studien KIM und JIM heruntergeladen oder kostenlos bestellt werden.

### **Hörbeispiele**

<http://www.jugendradio-nrw.de/>  
Die LAG Lokale Medienarbeit veranstaltet alle zwei Jahre den Wettbewerb „Jugend macht Radio“. Auf der o.g. Webseite sind die Gewinnerbeiträge der letzten 20 Jahre zu hören.

<http://www.radiopannen.de/>  
Die private Webseite (einer der Betreiber ist Max Schautzer) hat kuriose Radiomomente gesammelt.

<http://www.lfm-nrw.de/hoerfunk/buergermedienpreis>  
Die Preisträger vom Bürgermedienpreis und vom Campus-Radio-Preis sind auf der Webseite der Landesanstalt für Medien NRW nachzuhören.



# fuSCH BY KULTCROSSING

KultCrossing gemeinnützige GmbH  
Amsterdamer Straße 192  
50735 Köln  
Ruf: 0221 – 224 – 2771  
Fax: 0221 – 224 – 2775  
Email: kontakt@kultcrossing.de

**Text**  
Matthias Felling  
Medienpädagoge und Journalist

**Fotograf**  
Nabil Hanano

**Gestaltung**  
ligatur – Kommunikation & Design  
www.ligatur.net



