Wolfgang Ferenčak

Radio 4.0 ... braucht Personality

Betrachtungen und Strategien für das Radiobusiness

Tectum

Wolfgang Ferenčak

Radio 4.0 … braucht Personality

Wolfgang Ferenčak

Radio 4.0 … braucht Personality

Betrachtungen und Strategien für das Radiobusiness

Tectum Verlag

Wolfgang Ferenčak

Radio 4.0 … braucht Personality. Betrachtungen und Strategien für das Radiobusiness

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2018

E-PDF: 978-3-8288-7144-1

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN 978-3-8288-4224-3 im Tectum Verlag erschienen.)

Umschlaggestaltung: Tectum Verlag, unter Verwendung des Bildes #161561795 von carloscastilla | fotolia.de

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Danksagung

Es war einiges an Überzeugungsarbeit nötig, mich hinzusetzen und meine Gedanken und Ideen zu meinem Lieblingsmedium „Radio“ und dessen Entwicklung in der Zukunft in einem Buch zusammenzufassen. Deshalb sei an dieser Stelle ein besonderer Dank an meinen Coach Andrea Zimmermann gerichtet, die solange insistiert hat, bis ich meine Selbstzweifel, die immer noch da sind, überwunden habe, so dass ich mich jetzt Autor nennen darf.

Dann sind da all die Menschen, denen ich im Laufe meiner Radiolaufbahn und drumherum begegnet sind – alle aufzuführen wäre wohl ein neues Buch, deshalb bedanke ich mich hier pauschal für alle Erfahrungen und Erkenntnisse, zu denen Ihr mir verholfen habt; positive wie negative, alle haben mich weitergebracht.

Ein paar möchte ich dennoch namentlich erwähnen. Da war ganz am Anfang Peter Niedner, mein erster PD bei Radio7, der einem hochmotivierten, jedoch völlig unbedarften Radiomaniac die Tür zum Radio und zur Moderation geöffnet hat. Dann der Mann, der mein ganzes Radioschaffen bis heute beeinflusst hat und ohne dessen unfassbare Leidenschaft ich wohl nie so intensiv hinterfragt hätte, was ich hier tue: Vielen Dank Michael (Mike) H. Haas, you inspired me. Ähnlichen Einfluss, wenn auch auf das Thema Moderation beschränkt, hatte Dan O’Day; durch ihn habe ich verstanden, was One-to-One Communication bedeutet und wie wir diese zielführend für eine erfolgreiche Moderation einsetzen.

Kati Sziuk und Wolfgang Wichmann haben sich geopfert, als Lektoren meine Arbeit zu checken, und ganz besonders danke ich Robert Bardorf, der sich mit meiner äußerst kreativen Verwendung von Satzzeichen gequält und das Ganze korrigiert hat. Ohne Euch alle gäbe es dieses Buch nicht.

Ich danke allen Mitarbeitern, die in meiner Verantwortung tätig waren, sowie allen Geschäftsführern und Programmchefs für ihr Vertrauen, die es ermöglicht haben, viele meiner Ideen erfolgreich umzu-

setzen, obwohl ich es ihnen nicht immer leicht gemacht habe. Umso mehr freue ich mich, dass einige zu langjährigen Freunden und Unterstützern wurden.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 9

Prolog 11

Streamingdienste (Spotify, Amazon, Deezer), Podcast und das Webradio 15

Visual Radio, Periscope, Snapchat und mehr… 35

Facebook, Twitter& Co. – Fluch oder Segen oder… 39

Formatradio 45

Moderation Personality vs. Durchhörbarkeit 51

Was braucht eine On-Air-Personality? 59

Personality: Wie wird man das? 65

Glaubwürdigkeit und Kompetenz. Die Stimme! 73

10 „Gebote" für On-Air-Personalities 77

Radiomoderation ist ONE-TO-ONE-Kommunikation! 81

Personality und Technik 87

Positionierung / Musikpositionierung 91

Promotions & Personality & Musik 97

Radio macht Spaß und informiert…wirklich? 103

Epilog 107

Literaturverzeichnis 109

Radiosongs 113

Einleitung

Bevor ich zum Thema komme, erst ein paar Hinweise zu diesem Buch und zu mir. Ich bin seit meinem sechsten Lebensjahr vom Radiovirus infiziert. Damals habe ich vor unserem Grundig-Röhrenradioempfänger gesessen und fasziniert Frank Elstner, Jochen Pützenbacher und Helga Guiton bei den „Vier fröhlichen Wellen von Radio Luxemburg" zugehört. Später kamen dann noch Hilversum 3 mit Ferry Maat, WDR 2 mit Mal Sondock und Dave Colman, sowie SWF3 mit Frank Laufenberg dazu.

Einmal der Mann im Radio sein – das war mein Traum. Dieser Traum sollte dann mit dem Start des Privatradios in Baden-Württemberg 1987 und einem Engagement als Privatradiopionier und Moderator bei Radio 7 in Ulm und Radio Donau 3 in Neu-Ulm wahr werden. Seither bin ich – noch mehr – eben diesem Radiovirus erlegen.

Jetzt sind 30 Jahre vergangen, mit unterschiedlichen Stationen wie Antenne Bayern, RTL-Radio oder dem mdr und mit vielen Herausforderungen, denen ich mich gestellt habe, wie Musikredakteur, Programmchef oder Geschäftsführer. Ich war auch als einer der ersten offiziellen Syndicationanbieter in Deutschland erfolgreich. So habe ich mit der *European Syndication Entertainment* unterschiedliche Formate für bis zu 100 Radiostationen in Deutschland, Österreich, Belgien und Polen realisiert. Zu meinen Kunden zählten unter anderem alle Major Labels in Deutschland, einige Musikverlage, Seagrams und RTL-TV.

In all den Jahren und mit allen Erfahrungen und Erkenntnissen, die ich gewinnen durfte, ist eines geblieben: die Faszination und die Liebe zum Medium Radio.

Was ist meine Motivation, gerade jetzt ein Buch für mein Lieblingsmedium zu verfassen?

Die digitale Zeitenwende. Der Paradigmenwechsel in der Mediennutzung. Die Herausforderung des digitalen Wandels, vor der alle „klassischen" Medien, also auch Radio, stehen.

Ich möchte allen Radiomachern Mut machen: Wir sind gut und relevant genug, um auch im Medienmix des 21. Jahrhunderts zu bestehen. Wie das gelingen kann, dazu findet Ihr hier einige Anregungen und Gedanken, die ich zu Papier (oder ins Ebook) gebracht habe.

Ich werde in diesem Buch nicht ständig die männliche und die weibliche Form parallel verwenden, glaubt mir: Es sind alle gemeint und angesprochen, Weiblein, Männlein, Transgender, Hetero- und Homosexuelle, Schwarze, Weiße, Gelbe, Rote und alle Mischformen. Es nervt mich nur, immer darüber nachzudenken, was gerade politisch korrekt ist; denn das einzige, was zählt ist, wie korrekt man gegenüber Menschen ist. In diesem Sinne: viel Spaß!

Prolog

Radio 4.0: Der Weg zum Besseren – nicht zum perfekten – Radioprogramm

Beim Sammeln von Inhalten für dieses Buch wurde mir sehr schnell klar, dass es schon etliche Handbücher für Radiomacher gibt. Da gibt es gute, sehr gute, weniger gute, wie bei allem im Leben; wer hier welches Buch oder welchen Autor wie bewertet, ist subjektiv. Eines jedoch ist allen gemeinsam: Sie sollen Ihnen als Leser den Weg zum perfekten Radio weisen.

Wozu sollte ich Sie mit einem weiteren Fachbuch belästigen, das Ihnen erklärt, wie Sie perfekte Nachrichten, eine perfekte Moderation oder die perfekte Musikplanung hinbekommen? Das haben fähige Kollegen bereits hinlänglich und mehr oder weniger gut erledigt.

Womit sich jedoch meines Wissens kaum jemand beschäftigt hat, ist die Frage: „Wie machen wir *für den Hörer* besseres Radio?“ Genau an dieser Stelle möchte ich ansetzen. Dazu habe ich Freunde und Kollegen befragt, was sie besser machen würden, wenn sie frei entscheiden könnten. Ich habe mich mit Hörern unterhalten und zugehört; sie nicht aktiv befragt, sondern versucht (wie es ein guter Interviewer macht), ihre Vorstellungen und Kritikpunkte am Radio der Gegenwart heraus zu kitzeln. Der erste Kritikpunkt, der bei Hörern, Radiomachern und Medienprofis übereinstimmend kam, war…

…“Radiosender klingen alle gleich oder ähnlich.“