



Deutsche  
Journalisten  
Akademie

J12

# Moderieren

Stefan Wachtel und Daniel Moj

# Impressum

## **Deutsche Journalisten-Akademie**

Karmeliterweg 84  
13465 Berlin

[kontakt@djamail.de](mailto:kontakt@djamail.de)

[www.deutschejournalistenakademie.de](http://www.deutschejournalistenakademie.de)

Tel. 030 / 810036887

Fax. 030 / 810036889



# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	<b>7</b>
<b>1 Werbung um Gefolgschaft – Aufgaben der Moderation</b>	<b>9</b>
1.1 Mehr als Vorlesen – Funktionen der Moderation	9
1.2 Moderatoren sind Markenträger	12
<b>2 Planung schafft Sicherheit – Aufbau und Inhalt von Moderationen</b>	<b>16</b>
2.1 Moderationsaufbau	16
2.2 Texten von Moderationen	24
<b>3 Mut oder Vorbereitung – freie, vorgelesene und auswendig gelernte Moderationen</b>	<b>30</b>
3.1 Zwischen Freiheit und Kontrolle	30
3.2 Freie Moderationen	31
3.3 Stichwortkonzept	33
3.4 Vorgelesene Moderationen	36
3.5 Der durchsichtige Helfer – Moderation mit Teleprompter	37
3.6 Auswendig gelernte Moderationen	38
3.7 Fazit: Den eigenen Moderationsstil finden	39
<b>4 Geschriebenes erzählen – Moderationen leben von der Stimme</b>	<b>41</b>
4.1 Moderationssprechmuster	41
4.2 Stimme	43

4.3 Atmung	44
4.4 Artikulation	46
4.5 Gestaltung	48
<b>5 Moderieren ist Körperarbeit – Präsentation vor Mikrofon und Kamera</b>	<b>55</b>
5.1 Spannung	55
5.2 Werkzeuge des Körpers	56



# Moderieren

## Allgemeine Lernziele

Der Studienbrief „Moderieren“ führt in den begehrten und zugleich sehr schwer erlernbaren Beruf des Moderators vor dem Mikrofon und vor der Kamera ein. Was Sie hier lernen, lässt sich außerdem auch sehr gut für das Sprechen für andere Medien, beispielsweise Podcasts, anwenden.

Moderatoren sind Alleinunterhalter, Gesprächspartner, Informanten und nicht zuletzt auch Journalisten. Sie geben einer Hörfunksendung oder einem Podcast ein stimmliches Etikett. Im Fernsehen werden Moderatoren die optische Visitenkarte eines Magazins, einer Nachrichtensendung oder einer Talkshow. Optische Markanz, rhetorische Eloquenz, stimmliche Kraft und inhaltliche Kompetenz sind nur einige von vielen Anforderungen, die heute an Moderatoren gestellt werden. Talent gehört dazu. Aber vieles ist auch klassisches Handwerk, das erlernt werden kann.

Nach dem Durcharbeiten des Studienbriefes sollen Sie in der Lage sein,

- die Aufgaben und Anforderungen an Moderatoren beschreiben zu können,
- die typischen Methoden und den Aufbau von Moderationen erläutern zu können,
- eigene Moderationen schreiben zu können,
- unterschiedliche Moderationsformen zu beherrschen,
- die freie Moderation mit dem Stichwortkonzept vorbereiten und präsentieren zu können,
- die Vorteile und Nachteile der Moderation mit einem Teleprompter zu erläutern,
- Sprechmuster, Stimmlagen sowie Aussprache- und Betonungsregeln anwenden zu können,
- die Wirkung von Gestik und Mimik sowie die Arbeit vor der Kamera einzuschätzen und zu nutzen.

# Einleitung

Liebe Studierende, lieber Studierender,

die Moderation ist tot! Es lebe die Moderation! Diese Diskussion bewegt Radio- und Fernsehmacher seit dem Bestehen der elektronischen Medien und ist heute auch in vielen anderen Medien relevant.

Oft sind es inhaltliche Überlegungen, die Redaktionen und Verantwortliche dazu bewegen, auf Moderationen zu verzichten. Oft fehlt es an Können. Das müssten Moderatorinnen und Moderatoren lernen oder trainieren und sich aneignen. Wie hinter jedem erprobten Handwerk steht auch hier eine anerkannte Theorie – der Klassiker: Wachtel, Stefan: Sprechen und Moderieren in Hörfunk in Fernsehen. Konstanz, 6. Aufl. 2009. Dieser Studientext verwendet Motive daraus, die bis heute unverändert relevant sind und bezieht aktuelle Entwicklungen mit ein.

Die Moderation ist tot! Oder wenigstens billig! Meist ist es ganz einfach der Kostendruck, der auf Radio- und TV-Stationen lastet. Daher stoßen wir beim Zappen durch die unterschiedlichen Kanäle immer wieder auf unmoderierte Formate. Trailer, Musikelemente oder Textgrafiken übernehmen dann die Aufgabe, von einem Beitrag in den nächsten zu überführen. Ohne Ausnahme bleibt dabei die wesentliche Kernaufgabe der Moderation auf der Strecke: das journalistische Einordnen. Und ein Medium wie Podcasts wiederum funktioniert gar nicht ohne Menschen, die etwas zu sagen haben.

Stellvertretend für die Redakteure, Autoren und Reporter übernehmen Moderatoren die Funktion, die Zuhörer und Zuschauer für ein Thema zu sensibilisieren. Sie schaffen den Rahmen für Informationen und Unterhaltung. Sie binden das Publikum ein und werben um Gefolgschaft.

Und hier beginnt ein massives Missverständnis: Moderationen sollen „informieren“, möglichst

noch „neutral“. Das ist Quatsch. Es geht um Beeinflussung. Der Zuhörer oder Zuschauer soll unterhalten werden. Er soll an den Sender oder die Sendung gebunden werden.

Im Kapitel 1 dieses Studienbriefes geht es darum, wie diese Gefolgschaft gewonnen werden kann. Der Moderator erfüllt vor allem zwei Funktionen: Zum einen ist er der Informationsvermittler. Das heißt, er gibt die Texte wieder, die vor der Sendung vorbereitet wurden. Zum anderen schlüpft er als Kommunikator bei Interviews und Gesprächen in die Rolle des Sprachrohrs für die Zuschauer und Zuhörer. Das bedeutet, er stellt stellvertretend für sie die Fragen, bei denen er davon ausgeht, dass sie den größten Teil seines Publikums interessieren. Erfolgreiche Moderatoren heben sich dabei von den einstudierten und durchgängigen Sprachmustern und Präsentationsformen ab. Sie werden zur Marke für den Sender und vor allem für die Sendung.

Als Moderator vor dem Mikrophon und der Kamera agieren zu können, ist die eine Seite. Die zweite Seite bedeutet, Moderationen vorbereiten und schreiben zu können. Diese Arbeit beinhaltet vor allem, komplizierte Sachverhalte in einen hörverständlichen Sprechtext zu verwandeln.

Die Fernsehmoderatoren schreiben ihre Moderationen größtenteils selbst. Die sogenannten „Anchormen“ werden zum Beispiel bei der Nachrichtensendung „RTL aktuell“ eingesetzt. Nur wenn der Zeitdruck groß ist oder die anfallenden Moderationen zu zahlreich sind, helfen die Redakteure mit Moderationsvorschlägen aus. Das Handwerk dazu wird im Kapitel 2 erarbeitet.

Aber: Die Moderation ist etwas anderes als das Schreiben und Lesen von Texten. Es genügt nicht, eine klare Vorstellung vom „Inhalt“ zu haben, obwohl das eine Voraussetzung ist.

Erst wenn der Moderator eine klare Vorstellung über den Zuhörer oder Zuschauer hat, kann er eine Ansprechhaltung entwickeln. Sie verbindet Sprecher, Text und Zuhörer.

Kapitel 3 schafft einen Überblick über drei Formen des Sprechens: frei Sprechen, Vorlesen und auswendig gelerntes Wiedergeben. Ob wir auf diese oder jene Weise sprechen, ist in Hörfunk, Fernsehen und für Podcasts besonders folgenreich. Sprechen findet in den Medien meist als Monolog statt. Weil im Monolog ein direktes Feedback der Zuhörer ausbleibt, klingt das Gesprochene oft merkwürdig. Frei sprechen ist leider immer noch selten, die „Reden“ in den Medien werden meist vorher schriftlich fixiert. Die Texte werden entweder abgelesen oder sogar auswendig gelernt und „aufgesagt“.

Aber selbst, wenn die freie Moderation gelingt, verfallen viele Moderatoren in eingeübte und vorgegebene Sprechmuster. Diesen Sprechmustern einen individuellen Schliff zu verleihen, ist Aufgabe des Kapitels 4. Mit der richtigen Aussprache und Betonung können Moderatoren ihre Zuhörer und Zuschauer gewinnen und begeistern. Die stimmlichen Fähigkeiten wer-

den zudem deutlich durch die Präsentation des Moderators unterstützt. Moderieren heißt schauspielern. Und das gilt natürlich für die Arbeit vor der Kamera, aber auch und eigentlich ganz besonders für die Arbeit in der reinen Tonaufnahme. Innere Überzeugung und Spannung, Mimik und Gestik und einfach jede Bewegung werden auch mit der Stimme transportiert.

Im abschließenden Kapitel 5 werden Hinweise und Regeln für die Präsentation vor der Kamera entwickelt.

Die Moderation lebt: Inhalte sind durch Menschen besser zu transportieren. Keine erfolgreiche Sendung kommt ohne die Einordnung, die Führung und das Identifikationspotenzial eines Moderators aus. Aber es gibt gute und schlechte Moderationen. Und klar ist auch: Einem schlechten Moderator ist die Faktentafel (TV) oder ein Info-Komprimat (Hörfunk) vorzuziehen.

Viel Erfolg und Freude beim Durcharbeiten dieses Studienbriefs

Stefan Wachtel und Daniel Moj





# 1 Werbung um Gefolgschaft – Aufgaben der Moderation

## Lernziele

Dieses Kapitel des Studienbriefes setzt sich mit den grundsätzlichen Funktionen der journalistischen Moderation auseinander. Dabei werden die Aufgaben der Moderation vorgestellt und es wird erläutert, warum Moderatoren zu Markenträgern ihrer Sendung werden und welche Anforderungen an den Moderator gestellt werden.

Nach dem Durcharbeiten des Kapitels sollen Sie in der Lage sein,

- die grundlegenden Funktionen von Moderationen beschreiben zu können,
- die grundsätzliche Struktur von Moderationen zu erläutern,
- begründen zu können, warum ein Moderator zum Markenträger einer Sendung werden kann und welche Voraussetzungen er dafür erfüllen muss,
- die Aufgaben herzuleiten, die von der Moderation übernommen werden,
- die Anforderungen an den Beruf Moderator zu nennen.

## 1.1 Mehr als Vorlesen – Funktionen der Moderation

Moderieren kommt aus dem Lateinischen und heißt „mäßigen“. „Mäßig“ muss vor allem die Menge sein. Der zeitliche Richtwert für eine Moderation ist eine halbe Minute. Danach wird es schwer, die Aufmerksamkeit des Publikums zu erhalten. Mäßigung bedeutet aber nicht unbedingt Abschwächung. *Die Moderation muss zuspitzen können.* Tatsachen, Interpretationen und Hintergründe sollte der Moderator so formulieren und anordnen, dass sie die Aufmerksamkeit vieler Zuhörer oder Zuschauer wecken. *Das Moderate in der journalistischen Moderation ist die Anbindung der Inhalte an die Situation* von Zuhörern und Zuschauern und die Hinführung zu journalistischen Produkten.

Die Magazinmoderation für Hörfunk und Fernsehen, die in diesem Studienbrief Paradigma ist, soll

- eine angenehme Atmosphäre schaffen,
- für Beiträge interessieren,
- keine wesentlichen Aussagen der Beiträge vorwegnehmen,
- auf das Wesentliche hin zuspitzen,
- Strittiges aufzeigen, aber offen lassen,
- in Einzelfällen Meinung einbringen.

### Merksatz

**Moderieren bedeutet, in kurzer Zeit Inhalte auf den Punkt zu bringen, um die Aufmerksamkeit des Publikums zu wecken.**

Moderation ist das Genre, das dem Gespräch am nächsten kommt. *Sprach- und Sprechstil müssen deswegen authentisch und der Alltagsrede ähnlich sein.* Das bedeutet aber nicht, alle Ungereimtheiten alltäglichen Redens vor Mikrofon und Kamera zuzulassen. Authentisch sprechen heißt ebenso nicht anbiedern oder belehren.