

Radio Wording - Lexikon

A

AC-Format

Adult Contemporary. Musikformat mit aktueller Musik für die Zielgruppe der jungen Erwachsenen. Aus dem Englischen: “adult” = erwachsen, “contemporary” = zeitgemäß. Adult Contemporary bezeichnet ein Radio Musikformat, das ausschließlich aus Mainstream besteht.

Das Zielgruppenalter dieses Musikformats liegt zwischen 25 und 50 Jahren. Das AC Format lässt sich in verschiedene Unterkategorien aufteilen:

Oldie Based Adult Contemporary (Oldie Based AC)

Wie der Name schon vermuten lässt, spricht dieses Format vor allem die älteren Hörer an. Es besteht aus einer Variation von Oldie Hits aus den 60er, 70er und 80er Jahren. Aktuelle Titel werden mit eingestreut.

Euro Based Adult Contemporary (Euro Based AC)

Bei der Euro Based AC werden Titel aus dem Raum Europa verwendet. Englische, deutsche, französische und spanische Songs etc. Das

Sammelsurium reicht dabei von älteren Musikstücken bis zu den aktuellen Hits.

Current Based Adult Contemporary (Current Based AC)

Überwiegend aktuelle Titel, ergänzt von älteren Stücken aus den 70er bis 90er Jahren.

Hot Adult Contemporary (Hot AC)

Musikformat für jüngere Hörer. Ausschließlich aktuelle Chartmusik und Chartbreaker.

Soft Adult Contemporary (Soft AC)

Leicht zugängliches Musikprogramm mit vielen Balladen, Gewinnspielen und Hörerintegration in das bestehende Programm.

Aircheck

Mitschnitt einer Sendung, auf dem ausschließlich die Moderationen sind. Mitschnitte von Beiträgen und Moderationen, die bereits "On Air", also schon ausgestrahlt wurden. Diese werden meist bereits im hauseigenen System mitgeschnitten und dienen zur Kontrolle, als auch zum Coaching der Moderatoren. Es gibt zwei verschiedene Arten von Airchecks:

Scoped Air Checks

Bei dieser Art von Airchecks wird nur die reine Moderation mitgeschnitten, also nur wenn auch das Mikrofon des Moderators "offen" ist.

Unscoped Air Checks

Bei Unscoped Airchecks wird komplett alles mitgeschnitten. Musiken, Programminhalte und die eigentliche Moderation.

Anchor

Engl. „Anchor“ für „Anker, wichtig“. Der Anchor einer Sendung ist der wichtigste Moderator. Bei einem Morgenteam ist das die Person, um die sich alles dreht.

Ausfaden

Engl. „fade“. Steht für das Aus- oder Einblenden von Wort oder Musik.

B

Backseller

Produziertes Element, das zurückliegende Events promotet.

Zuschnitt einer gelaufenen Sendung im Radio. Man möchte damit die Hörer darauf aufmerksam machen, was sie heute verpasst haben und sie dazu bringen, am nächsten Tag das Programm einzuschalten. Um dies zu erreichen, werden beim Zusammenschnitt nur die lustigsten und gelungensten Momente einer Sendung verwertet.

Back-Timer

Musikstück (meist Instrumental), das am Ende der Stunde, die Zeit bis zum nächsten Sendeelement (News z.B.) füllt.

Back to back

Zwei Musiktitel direkt hintereinander, ohne dass dazwischen moderiert wird oder ein Jingle/sonstige Motive gespielt werden.

Beitrag/Take/Event/Stoppsset

Ein Beitrag hat eine maximale Länge von 1:30, egal ob Interview, Hörergespräch oder ein anderes Wort-Event.

Bemusterung

Viele Radiosender haben Verträge mit Industriepartnern für die Bemusterung neuester Alben und Singles aus den unterschiedlichsten Musikgenres. Bemustern heißt, potentielle Kunden mit Gratisproben zu beliefern und zu hoffen, dass diese auch gespielt werden und die Musikredaktion darauf aufmerksam wird. Heutzutage finden Bemusterungen auch immer öfter Online statt, sodass die Musik direkt auf dem PC des Musikredakteurs landet.

Benchmark

Programmrubrik, die immer zur gleichen Zeit wiederkehrt. Beispiele: Nachrichten, Comedies, Veranstaltungshinweise.

Bett (auch Musikbett)

Instrumentale Hintergrundmusik, in der Regel ohne Gesang, mit der jede Art von Break unterlegt werden kann.

Bit

Engl. „Bit“ für „Stück“. Ein Bit bezeichnet einen Beitrag, ein Show-Element, kann aber auch eine ausgedehnte Moderation sein.

Blocklänge

Beschreibt die Dauer eines Werbeblocks.

Briefing

Nicht nur speziell im Radiosektor üblich. Briefings findet man oft auch bei Medienagenturen und größeren Firmen. Das heißt, Mitarbeiter für anfallende Arbeiten zu instruieren und delegieren. Briefings beinhalten immer alle relevanten Fakten und Daten zu einem bevorstehenden Projekt.

Bumper

Das eröffnende Element bei einer Show oder Nachrichten etc. Er besteht aus der Station Voice des Radiosenders und einem Musikbett, auf das der Moderator gegebenenfalls dann auch weiter sprechen kann, Ankündigung einer Aktion/Rubrik, die unmittelbar folgt. Wird zu Beginn eines best. Wortbreaks eingesetzt, um den Inhalt hervorzuheben. Der Stinger beendet diesen Wortbreak.

z. B: Wetterverpackung

Bumper: Das Wetter + Sponsornennung

Stinger: Das Wetter +Sponsornennung

C

Call-In

Eine Telefonaktion, bei der die Hörer aufgefordert werden, im Studio bzw. im Sender anzurufen. Hier kann es sich um Gewinnspiele, Umfragen oder ähnliches handeln.

Cart

Abkürzung, engl. „Cartridge“. Eine Cart ist ein Tonträger, auf der sich ein aufgenommenes Element befindet, dass sich am Ende selbst zurückspult und dann auf Knopfdruck erneut zur Verfügung steht.

Claim

Engl. „Claim“ für „Behauptung“. Der Claim ist eine unterstützende Werbeaussage zur ID (Sendername). Werbeslogan des Senders.

CATI

Computer-Aided-Telephone-Interviewing. Aus diesen telefonisch erhobenen Daten ergeben sich die Werte der Media-Analyse.

Crunch and Roll

Engl. „Crunch“ für „Schlag“ und „Roll“ für „rollen“. Das Crunch and Roll bezeichnet eine Fahrweise beim Fahren der Sendung. Es bezieht sich dabei darauf, wie man einen Titel einstartet und darauf moderiert. So kann man auf den Schluss eines Titels moderieren und währenddessen unmerklich den nächsten Titel einfaden. Beim „Crunch and Roll“ würde

hierbei der nächste Titel nicht eingefadet, sondern in voller Power gestartet, der Moderator zieht dann relativ schnell die Musik kurz zurück und redet erst dann.

Cue

Engl. „cue“ für „einstellen“. „Eincuen“ bedeutet, z.B. den Startpunkt eines Musiktitels zu verändern. Man cued dann den Anfang weg und lässt den Titel etwas später starten, weil er sich dann vom Programmfluss her besser anhört.

Claim

Engl. „Claim“ für „Behauptung“. Der Claim ist eine unterstützende Werbeaussage zur ID (Sendername). Auch Werbeslogan des Senders.

Cold Voice

Eine Cold Voice, ist das rohe, unbearbeitete Sprachfile. Dieses kann dann nach den Wünschen des Produzenten/Kunden für Werbespots, Showopener etc. aufbereitet werden.

D

Daytime

Bezeichnet die zeitliche Spanne von 10 – 16 Uhr.

Der Three-Element-Break (3EB oder TEB)

Wichtigstes Element der Zwischenmoderation. Eine Kurzmoderation, die zumindest drei Elemente enthält wie z.B. den Namen des Moderators, die Uhrzeit und eine Musikmoderation.

Ein 3-Element-Break ist die Grundlage der Zwischenmoderation (Break = Unterbrechung) und setzt sich aus mehreren Einzelelementen zusammen. Mögliche Elemente:

- Zeit
- ID
- Intro/Outro + Titel/Interpret
- Slogan/Phraseologie
- Teaser/Hinweis
- Service: Wetter - Verkehr
- Kurzinformationen/-meldungen: Stichwortkarte
- An-/Abmoderation

Donut

Engl. „Donut“, Gebäck. Ein Donut ist ein Jingle-Element. Es beginnt beispielsweise gesungen mit „Stationsname“, es folgt ein kurzer Ausschnitt (z. B. aus einem Film, ein lustiger Satz) und es endet mit „Claim“. Der lustige Satz im falschen Zusammenhang, in dem Fall in Verbindung mit dem Sender, kann unterhaltsam sein. Wieso aber nennt man das Donut ? Bei einem Donut ist innen eine leckere Füllung, beim Radio-Donut ist es der „leckere Ausschnitt“.

Drop

Engl. „Drop“ für „fallen“. Ein „Drop“ bzw. „Drop In“ ist eine von der Station-Voice gesprochene Aussage. Es gibt unterschiedliche Dropse (oder Drop Ins), die je nach Art unterschieden werden. Ein ID-Drop (siehe auch ID) beschränkt sich auf den Namen des Senders, ein Image-Drop beinhaltet noch eine lustige Aussage, ein Musik-Drop bezieht sich auf die Musik. Und dann gibt es noch den Hörer-Drop, bei dem man einen Hörer hört, wie er den Sender lobt und damit andere dazu bewegt, den Sender ebenfalls gut zu finden. Dropse werden auf den Anfang eines Songs gelegt, bei dem noch nicht gesungen wird. Ziel: Der Hörer soll immer wissen, welchen Sender er gerade hört.

Drivetime

Hauptverkehrszeiten, Zeiten mit sehr hohen Einschaltquoten.

F

Formate

Um sich den spezifischen Marktverhältnissen noch besser stellen zu können, teilen sich Radiosender in verschiedene Formate ein. Das bedeutet, sie unterscheiden sich in Struktur, Inhalt und Präsentation. Da der Haupteinschaltgrund für das Radio die Musik ist, sind vor allem hier die unterschiedlichen Formate erkennbar.

Frontselling

Engl. „front“ für „vorne“ und „sell“ für „verkaufen“. Beim Frontselling handelt es sich also um etwas noch Erscheinendes, was dem Hörer verkauft werden soll. Das kann zum Beispiel ein Bestandteil der nächsten Morgenshow sein.

Produzierter Frontsell: Die Morgenshow-Mitglieder erzählen selbst, was sie in der nächsten Show den Hörern präsentieren.

Front-Live: Der Moderator der Mittags/Nachmittagsshow erzählt, was in der nächsten Morgenshow passiert.

G

General ID

(GID) Paket, mit dem die Sendestunde beginnt. Auf dem Musikbett kündigt der Moderator das Highlight der Stunde wie z.B. eine Promotion oder besonderen Musiktitel an, meist alles in Verbindung mit der Positionierung/Claim. Wird oft auch als Show-Opener bezeichnet.

Green Sheet

Engl. „green“ für „grün“ und „sheet“ für „Blatt“. Auf diesem grünen Blatt Papier befinden sich alle relevanten Informationen der Tages, die ein Moderator benutzen kann. Das reicht von einem Überblick des Sendeplans, über kleinere Meldungen und Witze, bis zu tagesaktuellen Informationen wie Promi-Geburtstage, etc. Grün ist es wegen seiner farblichen Auffälligkeit und so fällt es während der laufenden Show unter allen anderen Unterlagen dem Moderator sofort ins Auge.

H

Hookcollage (Hook Collage)

Eine Hookcollage ist meist ein 30 sekundiger Zusammenschnitt verschiedenster Refrains von Liedern. Er besteht also nur aus den prägnanten Teilen der Songs.

I

ID

Abkürzung, engl. „Identification“ für „Identifizierung“. Die ID ist der Sendername.

ID-Jingle

Abkürzung, engl. „Identification“ für „Identifizierung“ und „Jingle“ für „Kurz-Song“. Ein ID-Jingle ist der gesungene Sendername.

Infomercial

Verkaufter Beitrag.

Intro/Outro (Opener/Closer) siehe Bumper/Stinger.

J

Jingle

Ein sehr kurzes akustisches Element, um zwei Programmteile zu überbrücken, dies kann eine nur mehrere Sekunden lange Station-ID sein oder ein Instrumental zwischen zwei Musikstücken.

L

Liner-Card

Informationen über ein Sender-Event (Konzert, Promotion, Show) mit fester Formulierung, die vom Moderator in einem Event-Break präsentiert werden, engl. „Liner“ für „Zeilen“ und „Cards“ für „Karten“.

In früheren Zeiten befanden sich auf diesen karteikartenähnlichen Unterlagen die wichtigsten Senderaussagen, die der Moderator dann während seiner Sendung vorzulesen hatte. Heute ist das moderner und die Liners (die wichtigsten „Zeilen“) befinden sich im Computer.

Live-Reader/Live-Teaser/Live-Promo

bezeichnet das Gleiche, ist nur die englische Aussage von Reader (Lesen).

Unter einem Live-Teaser versteht man das Bewerben eines Events. Dabei kann es sich um die Werbung für eine Senderaktion, für den Inhalt der nachfolgenden Stunde, auf die Nachrichten oder auf eine nachfolgende Sendung handeln. Zur Vorbereitung nutzt man Liner aus der Liner-Card-Library.

M

Motivsplit

Für ein zu bewerbendes Produkt können verschiedene Motive für die Ausstrahlung auf verschiedenen Sendern angefertigt werden. Dies hat das Ziel, vor allem zielgruppenorientiert zu arbeiten, da die unterschiedlichen Radiostationen auch unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Somit ist eine große Kompatibilität gegeben, den Geschmack der Zielgruppen zu treffen.

Musikpositionierung

Strategischer Leitsatz, um klar zu machen, für welche Art von Musik der Radiosender steht.

O

Off Air Editing

Engl. „Off Air“ für „Nicht in der Luft“ und „Editing“ für „Schnitt“. Nicht alles muss in dem Augenblick gesendet werden, in dem es auch aufgenommen wird. Vieles kann man auch während der laufenden Sendung aufzeichnen. Der Vorteil liegt darin, dass man Versprecher nachträglich rausschneiden oder aber das ganze Gespräch (zum Beispiel einen Talk mit einem Hörer) kürzen kann.

On Air

Engl. „On Air“ für „In der Luft“. Ein Studio, das „On Air“ geschaltet ist, ist in dem Augenblick zu empfangen.

O-Ton

Abkürzung, „Original-Ton“. Wird häufig in den Nachrichten und bei redaktionellen Beiträgen verwendet und meint zum Beispiel Bestandteile von Interviews, Umfragen, etc.

Outro

Engl. „Outro“ für „Ende“. Das Outro ist das Schluss-Element. Ein Outro von einem Song wäre zum Beispiel der das Ende des Liedes.

P

Paket

Bumper mit anschl. Musikbett , ggf. folgt ein Stinger.

Pay Off

Engl. „Auszahlung“. Bezeichnung für das Gewinnergespräch. Der Höhepunkt einer Promotion, bei dem der Gewinner ermittelt und mit ihm gesprochen wird.

Penetration

Die häufige Wiederholung einer bestimmten Aussage, sehr wichtig, weil bei sich einem „Nebenbei-Medium“ die Botschaft schwieriger transportieren und behalten lässt.

Playlist

Abfolge der bei einem Musiksender gespielten Titel.

P-Ones

P1Preference Ones: Hörer, die einen Sender als ihren Lieblingssender angeben und mindestens 1 Stunde täglich hören.

Poolssysteme / Datenaustausch

Schnell Daten übers Internet austauschen. Die Kunden sollen aus Ihrer Datenbank downloaden. Schneller Dateitransfer zwischen Ihnen und Ihren Geschäftspartnern. Oft als maßgeschneidertes Austauschsystem

angeboten, zum Beispiel: Sie stellen Daten ein, die per geschütztem Login von überall auf der Welt abrufbar sind. Geboten werden digitale Austausch-Systeme für Redaktionen im Radio- oder TV-Bereich. Schneller Dateiaustausch per Mausclick - das spart Zeit für lange und oft lästige Überspielungen zwischen Korrespondenten oder Sendern.

Preseller (Pre Seller)

Das genaue Gegenteil eines Backsellers. Er weist auf ein kommendes Programm hin, findet also vor einer bevorstehenden Sendung oder Show statt.

Prime Time

Bezeichnet die beste ON AIR Sendezeit, zwischen 5 – 10 Uhr.

Promo

Moderierter Programmhinweis. "Werbung" für das Programm. Die Formulierung wird vom Moderator variiert.

Punch-Line

Engl. „Punch“ für „Schlag“ und „Line“ für „Linie“. Die Punchline ist die „Pointe“ eines Witzes.

R

Ramp

Intro eines Titels, bevor gesungen wird, Vorlauf bis zum Gesang eines Stücks.

Ramptalk

Sprechen auf den Ramp eines Titels.

Reminder

Soll den vorhergegangenen Spot wieder zurück ins Gedächtnis des Hörers rufen. In der Praxis sieht das folgendermaßen aus: Der Hauptspot wird ausgestrahlt → Es folgt ein Spot dazwischen → Es folgt der Reminder zum Hauptspot. Der Reminder kann auch erst später kommen, jedoch innerhalb des Werbeblocks des Hauptspots.

Rotation

Archiv der bei einem Sender gespielten Musiktitel.

S

Showprep

Engl. "Show" für "Sendung" und „Prep“ für „Präparation“. Die Show-Preperation umschreibt die „Vorbereitung der eigenen Sendung“. Dazu gehören zum Beispiel das Überprüfen aller Elemente, die Durchsicht der Liner-Cards, das Sichten des Sendepfades und das Schreiben der Moderationstexte.

Show-Opener

Engl. "Show" für "Sendung" und „Opener“ für „Beginn“. Der Show-Opener ist die Eröffnung der neuen Show nach Wetter und Verkehr. Er ist eine stündlich wiederkehrende Senderkennung, bei der der Hörer zur nächsten Stunde begrüßt wird und dabei die wichtigsten Promotion-Inhalte verkauft werden.

Sendeplan

Für den Moderator mit das Wichtigste. Er gibt Auskunft über die Promos, geplanten Teaser und Hörer-Dropse und so weiß der Moderator genau, was in seiner Sendestunde wann laufen muss.

Soundprocessing

Beschreibt die Bearbeitung des Klangs. Damit alles etwas besser klingt, wird ein Soundprocessing zwischengeschaltet. Vor allem für die Stimmen ist das sehr wichtig, die dann voluminöser und schöner klingen.

Sing a long

Engl. "Sing a long" für "einfach lossingen". Im Unterschied zum Sound a like handelt es sich hierbei um einen selbsteingespielten Song. Er weicht ganz bewusst vom Original ab, indem er live gespielt wird, z. B. mit einer Gitarre.

Sound a like

Engl. "Sound" für "Klang" und „a like“ für „so wie“. Ein Sound a like ist ein Song, der so klingt wie das Original. In Wirklichkeit ist es allerdings eine senderbearbeitete Fassung mit promotion-relevanten Inhalten.

Souder

Nachrichten-, Wetter- und Verkehrsverpackung.

Station ID

SID - Produziertes Element (z.B. Kurzjingle), in dem das akustische Audiologo des Senders vorkommt. Station-Identification gibt den Namen der Radiostation bekannt, unterschiedlich gesprochen, zumeist mit Musik und Geräuschen unterlegt, sie dient der Wiedererkennung eines Senders.

Station Voice

Die Stimme(n), die fast alle produzierten Elemente spricht/sprechen, um dem Sender ein einheitliches Klangbild zu verschaffen. Das sprachlich markante und wiedererkennbare Aushängeschild einer Radiostation. Von der Stationvoice werden so gut wie alle angebotenen Shows und Programme des Radiosenders gesprochen und vertont. Im besten Fall ist eine Stationvoice kein Moderator vom gleichen Sender und kommt sonst auch nicht in anderen Programmen vor, sodass sie sich sprachlich klar vom Rest abheben kann.

Stinger (auch Abbinder)

Beendet eine Moderation/Aktion, die per Bumper oder Paket eingeleitet wurde. Vorproduziertes abschließendes Element, das eine Moderation beendet, und meist noch einmal den von der Stationvoice gesprochenen Sendernamen und die Positionierung enthält. Nur dann sinnvoll, wenn der folgende Titel nicht für eine Rampmoderation genutzt wird.

T

Talkover

Sprechen über das musikalische Intro eines Musiktitels, siehe Ramp.

Tandemspot

Ein Werbemittel, bei dem zwei inhaltlich gleiche Werbespots innerhalb eines Werbeblocks ausgestrahlt werden, um die Werbewirksamkeit beim Endkunden zu erhöhen.

Tausend-Kontakt-Preis

Aus dem Werbeverkauf und betitelt einen Basiswert, um die Kontaktkosten einzelner Radiostationen vergleichen zu können. Der „TKP“ (abgekürzt) wird also verwendet, um die Kosten für 1.000 Kontakte vergleichen zu können.

Tease

Engl. „Tease“ für „Reizen“. Um Hörer dazu zu bewegen, noch länger am Radio zu bleiben oder zu einer bestimmten Zeit einzuschalten, bedienen sich die Moderatoren eines „Teasers“.

Teaser

Engl. „to tease“ = „vorantreiben“. Moderierte oder produzierte Vorankündigung, die den Hörer zum Dranbleiben oder zum Wiedereinschalten animieren soll.

Teasing

Ein Teasing oder ein Teaser sind eine Vorankündigung, ein Hinweis auf das gleich oder später folgende Programm.

Time spent Listening

Damit ist die durchschnittliche Hördauer gemeint. Je länger die Hördauer ist, desto größer ist die Gelegenheit, durch Penetration das Hörerpotential zu erweitern.

Trailer

Produzierter Werbespot, der ein wichtiges eigenes Programm-Event bewirbt. Dabei handelt es sich meist um die Präsentation von Konzerten, Promotions, Parties oder Dayparts. Ideale Länge - 30 und 45 Sekunden.

Transition

„Brücke“ zwischen einzelnen Elementen, verbindet unterschiedliche Anmutungen und Tempi, kann als Verpackungselement verproduziert sein, erhöht den Flow.

U

Uhr

Bei formatierten Radioprogrammen gleichen sich alle Sendungen und es gibt lediglich Unterschiede zwischen der Morgensendung, dem Tages- und Nachtprogramm und dem Wochenende. Damit das Programm noch formatierter wirkt, bedient man sich einer „Programmuhr“, die einem genau zeigt, wann die Nachrichten laufen, wie viele Titel bis zum

nächsten Werbeblock laufen und wann man einen Whisper/Shouter spielen muss, etc.

V

Verpackung

Die Summe aller produzierten Elemente, die den akustischen Gesamteindruck des Senders ausmachen.

W

Whisper/Shouter

Engl. "Whisper" für "Flüstern, Hauchen" und „Shouter“ für „Schrei,Laut“ . Hierbei handelt es sich um Verpackungselemente, die man auf einen Ramp bzw. vor einem Song einsetzen kann. Sie sind recht kurz und haben meistens nur die Sender-ID, den Namen des Senders zum Inhalt.

Z

Zielgruppe

Die Zielgruppe umfasst die Hörergruppe, die man ansprechen will. Sie ist von Sender zu Sender unterschiedlich, kann sich aber auch in bestimmten Bereichen überschneiden.