

Wolfgang Ferenčák

Radio 4.0 ... braucht Personality

Betrachtungen und Strategien für das Radiobusiness



Wolfgang Ferenčák

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 Selbstdurchsetzung, 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