

Stecken Sie gerade in der Planung für einen Podcast-Auftritt? – Das Schreiben von Texten, die für die Ohren bestimmt sind, ist ein ganz eigenes journalistisches Genre. Hier einige wichtige Regeln und Tipps.

Ganz klar, Lesen und Hören sind zwei völlig verschiedene Paar Schuhe. Lesen wir beispielsweise einen geschriebenen Text aus einem Newsletter, in einer Zeitung oder einem Buch, bestimmen wir das Lesetempo selbst. So kann ich bestimmte Sätze, Textstellen nochmal lesen, zurückblättern und Zusammenhänge individuell zurückverfolgen. Das alles kann der Hörer eines Textes nicht. Podcasts & Co. sind linear ausgelegte Medien, die „unaufhaltsam“ weiterlaufen. Und genau deshalb gibt es eine Reihe von Grundsätzen, die man bei der Erstellung von Hör-Botschaften unbedingt beachten sollte.

## Hören darf kein Blindflug sein

Keine Überschriften und Absätze, keine Bilder und Satzzeichen – anders als beim Lesen hat der Konsument eines Podcast keinen Überblick, was in den nächsten Minuten auf ihn zukommt.

Deshalb ist es als Texter wichtig, dem Hörer von Anfang an Orientierung zu geben und im ersten Schritt eine klare inhaltliche Struktur festzulegen.

### Aufbau und Inhalt:

- Was ist mein **Thema**? Worum geht es? Bsp.: *„Heute möchte ich Ihnen die wichtigsten Regeln und Grundsätze für das Schreiben fürs Hören....“*
  - **sinnvolle** und **nachvollziehbare Gliederung** erstellen (ein „roter Faden“ im Text hilft sowohl dem Sprecher, als auch den Zuhörern)
  - Gute Hörtexte haben eine geringere Informationsdichte als geschriebene Texte. Deshalb: nicht zu viele Informationen in einen Satz, nicht zu stark komprimieren
  - Klarer Textverlauf und Intention: nicht zwischen mehreren Aspekten hin und her springen
  - **Konzentration auf das Wichtigste** (Unwichtiges ggf. weglassen)

### Extra-Tipp:

Abgelesene Texte wirken oftmals wenig lebendig und steif. Deshalb: Erstellen Sie lieber eine Stichwortliste anstelle eines ausformulierten Textes. Wichtig dabei:

- Der Kern jeden Stichpunktes muss leicht zu finden sein,
- um wirklich authentisch formulieren zu können, sollten es eher weniger Stichworte sein,
- Verbindungen zwischen einzelnen Stichpunkten kann man z.B. mit Pfeilen kenntlich machen,
- Markierungen verwenden, um bestimmte Worte oder ganze Stichpunkte hervorzuheben (*Fett, Kursiv, Größe, Einkreisen, etc.*).

## Ein Podcast ist kein Anwärter für den Literarischen Nobelpreis

Bei Hörtexten geht es nicht darum, sich möglichst gewählt auszudrücken, sondern klare Botschaften und Inhalte zu transportieren. Schließlich müssen und sollen die Hörer\*innen den Kern bzw. die Aussage Ihrer Worte auf Anhieb und innerhalb von Sekunden verstehen. Bei Sprachstil, Wortwahl und Satzaufbau kommt es deshalb weniger auf korrekte Grammatik, als vielmehr auf die Qualität von Sprache bzw. gutes Verständnis an.

### Situierung:

- Das Gesprochene sollte an die Hörer\*innen anbinden. Heißt: Behandeln Sie den Hörer\*in wie einen guten Bekannten und benennen Sie die gemeinsame Situation (Bsp.: „*Sie kenne das ja,...*“)

### Redundanz erwünscht:

- Wiederholen Sie zentrale Begriffe und Namen,
  - eher keine sprachlichen Varianten verwenden (*nicht „der Mann“, durch der „42jährige“ ersetzen*),
  - ständig wiederkehrende Sprachmuster/Formulierungen vermeiden.

### Authentizität:

- Im eigenen Stil sprechen/schreiben,
  - keine literarisch vorformulierten Sätze.

### Anschaulichkeit:

- Originalität ist wünschenswert, darf aber nicht zu unverständlichen Sätzen führen:

„Bundesliga-Therapie gegen Pokal-Neurose: Bayern nimmt die Bayer-Pille“,

- keine Metaphern häufen
- im Zweifelsfall eher ohne Attribute schreiben (*drakonische Strafen, packender Thriller, verzweifelte Suche*),
- beim Kürzen/Zusammenfassen nicht unvereinbares verdichten (*der vierstöckige Hausbesitzer, der sechsköpfige Familienvater, der durchgebrochene Stürmer*),
- Vorsicht mit Fremdwörtern (*nur geläufige verwenden oder – falls notwendig – erklären*) und Zahlen – runden Sie auf und veranschaulichen Sie zum Beispiel durch: statt 33% lieber „ein Drittel“, statt „12 Uhr 55“ lieber „fünf Minuten vor Eins“.

### **Wortwahl und aktiver Satzaufbau:**

- Mehr einsilbige als mehrsilbige Wörter,
  - viele, anschauliche Verben,
  - weniger Nomen,
  - Abkürzungen mindestens einmal vollständig aussprechen, im Zweifelsfall erklären oder umschreiben (oder einfach weglassen).

### **Einfache Syntax:**

- Keine langen verschachtelten Sätze,
  - ganze Sätze,
  - mehr selbstständige Satzeinheiten,
  - kürzere Sätze (max. 13 Wörter),
  - nicht nur Hauptsätze. Nebensätze immer kurz und logisch folgend,
  - keine doppelten Verneinungen.

### **Sätze verknüpfen:**

- Verwendung von Konnektoren (*dagegen, obwohl, weil, während etc.*),
  - auf im Text schon Genanntes verweisen,
  - keine Gedankensprünge,
  - alles im Text sollte leicht und logisch nachvollziehbar sein.

### **Das wichtigste an den Schluss:**

- Hören läuft auf das Satzende zu – nie weniger Wichtiges noch ans Ende des Satzes anhängen!

## On Air - Jetzt geht's los!

Stehen der geschriebene Text bzw. die Stichworte inhaltlich und formal, geht es im folgendem Schritt an das Sprechen der „Botschaft“. Und auch ein abschließender Check-up – wo und wie kann ich das Ganze noch verbessern – sollte nicht fehlen.

### Freies Sprechen:

Wie bereits oben erwähnt, kommt ein (halbwegs) frei gesprochener Text bei den Zuhörern meist besser an als reines Ablesen. Das Wichtigste dabei:

- Sprechpausen (zur Betonung, zur Kennzeichnung von neuen Sinnabschnitten, etc.)
  - eine sinnvolle, klare und natürliche Betonung

### Tipp:

Wer sich das „Freie Sprechen“ nicht zutraut, sollte einfach wie bei einem Hörbuch den kompletten Text vorlesen, einen „Mischmasch“ aus beidem auf jeden Fall vermeiden. Das wirkt nämlich meist komisch, weil man fast immer hört, welche Sätze vorgelesen und welche frei gesprochen wurden. Ausnahme: Man zitiert aus einem Buch oder ähnlichem.

### Leitfragen, um einen Sprechtext zu beurteilen und zu verbessern

- Ist der Stil dem Genre angemessen?
- Wird der Text der voraussichtlichen Hörsituation gerecht?
- Ist der Text anschaulich genug für das Hören?
- An welchen Stellen gibt es Verstehensprozesse?
- Ist der Text sprechbar?
- Führt er angemessen in das Thema ein?
- Bindet er am Anfang an die Zuhörererwartungen an?
- Ist der Text klar verständlich?
- Ist der Text originell und gibt es eine stilistische Varianz?
- Sind die Gedankengänge nachvollziehbar?
- ...

**Fazit:** Schreiben für die Ohren ist also nicht unbedingt eine leichte, journalistische Aufgabe – doch die Erstellung eines Podcast kann wirklich Spaß bringen und der werbetechnische Nutzen ist durchaus gegeben. Entscheidend beim Texten ist, dass sich diese ganz

besondere Textsorte vor allem stark an der gesprochenen Sprache orientiert. Und deshalb: Wenn Ihnen der geschriebene Text flüssig und leicht über die Lippen geht, dann geht er sicher auch bei Ihren Hörer\*innen leicht ins Ohr. Probieren Sie es einfach mal aus...

### **Quellen-/ Literaturnachweis:**

Wachtel, Stefan (5. überarb. Aufl., 2013). Schreiben fürs Hören. Trainingstexte, Regeln und Methoden. München: UVK Verlagsgesellschaft Konstanz.

Hagedorn, Brigitte (2017). Schreiben für die Ohren: Praktische Tipps für Journalisten. Fachjournalist. Fachjournalismus, Fach-PR & Fachmedien.

[www.fachjournalist.de/schreiben-fuer-die-ohren-praktische-tipps-fuer-journalisten](http://www.fachjournalist.de/schreiben-fuer-die-ohren-praktische-tipps-fuer-journalisten) [zuletzt aufgerufen am 25.5.2021]

Wrede, Stefan. Der Podcast-Blog. Relaunch von podcast.de. <https://blog.podcast.de> [zuletzt aufgerufen am 25.5.2021]

