
Colleen Sanders
im Interview mit Aycha Riffi und Judith Kirberger

„Wir transportieren Emotionen“

Colleen, Du bist Journalistin, Moderatorin, Moderationstrainerin und seit 2017 Chefredakteurin bei Radio Lippewelle Hamm. Wie bist Du zum Radio gekommen? Wie sieht Dein beruflicher Werdegang aus?

Der ist sehr typisch: Nach meinem Abitur wollte ich in die journalistische Richtung gehen. Ich habe mich für ein geisteswissenschaftliches Studium entschieden und gleichzeitig für eine Lokalzeitung – den Westfälischen Anzeiger – geschrieben. Mein erstes Praktikum im Radio war bereits in den ersten Semesterferien und ab da war ich hoffnungslos verloren, weil mir sehr schnell klar geworden ist: Ich möchte mit Stimme arbeiten. Ich finde das direkte Gespräch, die direkte Kommunikation unheimlich stark. Für mich ist Radio das richtige Medium.

Obwohl ich mehr Radio gemacht habe, als zu studieren, habe ich das Studium in Köln abgeschlossen, dann ein paar Jahre freiberuflich für verschiedene Stationen gearbeitet, volontiert und wurde als Redakteurin eingestellt. Und tatsächlich bin ich jetzt Chefredakteurin bei dem Sender, bei dem ich im Februar 1996 mein erstes Radio-Praktikum gemacht habe – bei der Lippewelle.

Zusätzlich habe ich mich zur Moderationstrainerin im Hörfunk ausbilden lassen – als Inspiration für mich selbst und für meine Arbeit als Chefredakteurin. Ich mache das immer noch intensiv im Nebenberuf, weil es sehr interessant ist, mit Moderator*innen an der Stimme selbst zu arbeiten, am Einsatz der Stimme und daran, den richtigen Ton zu treffen.

Professionelles Arbeiten mit Stimme: Was bedeutet das für Dich im Radio-Kontext genau?

Wir haben mit unseren Stimmen unterschiedliche Aufgaben. Ganz klassisch vermitteln wir Information. Noch viel stärker transportieren wir Moderator*innen Emotionen. Wir wissen ja, dass jedes Wort, das wir sagen, eine Wirkung erzielt, und zwar

nicht nur inhaltlich, sondern eben auch dadurch, wie wir es sagen. Aktuell in dieser Zeit des Medien- und Mediennutzungs-Wandels kommt es noch mehr darauf an, eine emotionale Nähe zu schaffen und den Ton zu treffen, sodass die Anmutung zum Thema passt. Die Moderator*innen müssen sich immer sehr bewusst darüber sein, wie sie ihre Stimme einsetzen und welche Botschaften sie transportieren. In der Volontär*innenausbildung sage ich beim Moderationstraining, dass dies der Unterschied zu den anderen Disziplinen ist: „Ihr geht mit allem, was ihr seid, und allem, was ihr habt, on air – also mit eurer ganzen Persönlichkeit. Ihr seid wirklich greifbar für die Hörer*innen draußen.“

In der Moderation oder in den Formaten, in denen ich arbeite, kann man sich nicht hinter den Informationen verstecken, denn es geht auch um einen selbst – um die eigene Persönlichkeit. Und in der Kommunikation mit den Hörer*innen sind auch spontane emotionale Reaktionen auf aktuelle Themenlagen relevant: Wenn beispielsweise ein Terroranschlag verübt wird oder aber auch wenn etwas besonders Schönes passiert, dann müssen Moderator*innen mit diesen Themen umgehen können. Sie müssen in der Lage sein, eine Stimmung zu transportieren. Ich finde, das ist eine der Kernaufgaben, die wir erfüllen sollten. Gute und gut ausgebildete Moderator*innen können das.

*Würdest Du sagen, dass dies die ‚gewisse Authentizität‘ ist, die Stimme erzeugt? Und kann das jede*r mit genügend Übung, oder gibt es die Radiostimme, also so eine Art Talent zur Authentizität?*

Authentizität lernen die meisten – manche schneller, manche langsamer –, aber nicht jede*r bringt Entertainer*innen-Qualitäten mit und will auch mit der eigenen Persönlichkeit ‚raus‘. Die Stimme ist gut trainierbar, aber natürlich gibt es auch grundsätzlich ‚schöne‘ Stimmen. Die haben erst einmal größere Chancen. Interessant ist aber auch eine außergewöhnliche Stimme, die auffällt. Und dann gibt es Moderator*innen mit einer tollen Persönlichkeit, die bei den Menschen unheimlich gut ankommt, und bei denen ein hoher Wiedererkennungseffekt entsteht. Aber gefällige Stimmen haben es im Radio natürlich leichter.

Stimme kann sehr gut Authentizität schaffen. Es kann aber auch das Gegenteil passieren: Je nachdem wie man sie einsetzt, kann es auch alles andere als authentisch sein.

Unterscheidet sich die Stimme, die Du im Radio einsetzt, von derjenigen Stimme, die Du für Auftragsarbeiten wie Werbung oder Ähnliches verwendest?

Da macht tatsächlich Authentizität den Unterschied. Ich habe einmal Bahnansagen gesprochen. Im Rückblick war das skurril, weil mir gesagt wurde: „Frau Sanders, seien Sie doch nicht so freundlich. Jetzt hören Sie doch mal auf zu lächeln, Frau Sanders, Sie lächeln zu viel. Sprechen Sie das doch mal ganz normal.“ Ich habe gesprochen, wie ich es vom Radio kenne. Ich bin ohnehin ein gutgelaunter Mensch und das ist ja auch eher die Stimmungslage in einer Radiosendung – freundlich und offen, nah bei Hörerin und Hörer. Aber dort sollte ich eine automatisierte Stimme nachahmen: möglichst wenig Betonung, wenig Lächeln, wenig Emotionen in der Stimme. Aus praktischer und technischer Sicht kann ich das verstehen, denn je neutraler die Aufnahmen sind, desto leichter ist der Schnitt der Aufnahmen. Man kennt das beispielsweise vom Navigationsgerät: Wenn die Aufnahmen nicht gut geschnitten sind, ergibt sich eine ganz komische Satzmelodie. Daher sollten die Sätze so neutral wie möglich gehalten sein. Ich hatte das Gefühl, dass ich jetzt möglichst wenig authentisch sein und möglichst wenig persönlich sprechen muss – obwohl ich glaube, die Fahrgäste hätten sich auch über etwas Lächeln gefreut.

Authentizität und Emotionen sind hier die Unterschiede. Es gibt auch Auftragsarbeiten, bei denen gezielt bestimmte Emotionen gefordert sind, wenn in der Produktpräsentation eine völlig überdrehte und glückliche Stimme gefragt ist. Das erleben wir in Werbespots, die die Zuhörer*innen gewissermaßen anschreien. In der Vertonung von Nachrichten geht es hingegen um eine sachliche, wenn auch grundsätzlich freundliche, Variante oder Anmutung.

*Bekommt Ihr Feedback Eurer Hörer*innen zu den Moderationen beziehungsweise zu den Stimmen?*

Feedback ist für unsere Arbeit sehr wichtig, gerade weil es in der Natur des Radios liegt, dass die Kommunikation erst einmal einseitig in eine Richtung geht. Aber tatsächlich gibt es oft Feedback von Hörer*innen, das sich unmittelbar auf die Stimme bezieht: „Ach, Sie höre ich immer so gerne; Sie haben so eine schöne Stimme.“

Hier gibt es auch interessante Kommentare wie: „Sie sind immer so frech“ oder „Sie sind so mutig“ oder „Sie sind immer so lustig.“ Da wird von Stimme und Sprache auf die Charaktereigenschaften der Moderator*innen geschlossen. Das passt zu meiner These, dass Moderator*innen mit ihrer ganzen Persönlichkeit – die von ihren Stimmen transportiert wird – raus gehen, ob sie das wollen oder nicht. Und wenn

es gut läuft, sind Stimme und Persönlichkeit auch deckungsgleich und authentisch. Wenn nicht, dann wird man beispielsweise auf einmal für eine Zicke gehalten, obwohl man es gar nicht ist.

Da Du gerade das Beispiel „Vorwurf Zicke“ erwähnst, lass uns über unterschiedliche Reaktionen auf männliche und weibliche Stimmen sprechen. Vorweg gefragt: Werden Deine männlichen Kollegen auch mit dem Adjektiv „zickig“ konfrontiert?

Das ist interessanterweise ein Riesenthema, weil Moderatorinnen ganz anders bewertet werden als ihre männlichen Kollegen. Frauen werden oft als zu schrill, zu laut und schnell als anstrengend bezeichnet, während Männer als lustig und durchsetzungsstark, kreativ und selbstbewusst empfunden werden. Wir kennen das auch aus anderen Diskussionen und Bereichen, nur verschärft sich das hier noch mal und wird zugespitzt, weil die Zuhörer*innen ja nur die Stimme erleben. Ja, ich denke, dass Frauenstimmen anders bewertet werden.

Im Bereich der Morning Show haben wir beispielsweise folgende Erfahrung gemacht: Das Standard-Konzept ist ja eine Moderation mit einem Mann und einer Frau als gleichwertige Partner. Das funktioniert prima, und zwei Männer zusammen – sozusagen als Best Buddys – funktionieren auch sehr gut. Bei zwei Frauen wird es hingegen sofort schwieriger. Das haben wir über Jahre beobachtet. Es gibt nur wenige weibliche Doppelmoderationsteams, die wirklich von den Hörer*innen honoriert werden und deren Quoten sich positiv entwickeln. Ich kenne dies aus dem Privatrado, wo wir leider oft sehen, dass ein komplett weibliches Morning-Show-Team eher schlechter bewertet wird. Und das hat nichts mit der handwerklichen, fachlichen oder inhaltlichen Qualität zu tun. Selbst wenn es hier brillante Moderationen gab, war die Hörer*innen-Akzeptanz gering. Ich glaube, Frauen werden manchmal schnell als anstrengend, zu intensiv oder als schrill empfunden. Das ist schade.

Vielleicht liegt es auch daran, dass es ein gelerntes Klischee gibt: Wenn zwei Frauen zusammenkommen, sprechen sie automatisch über ‚Frauenthemen‘. Eine Chance, dieses Klischee oder Vorurteil aufzubrechen, könnte tatsächlich in selbstproduzierten Podcasts liegen, die vielfältige Themen behandeln und erst einmal nicht um eine Quote kämpfen müssen. Es gibt ganz tolle Beispiele von guten und erfolgreichen Podcasts, die Frauen machen.

Ja! Hier wäre meine These, dass es auch etwas mit der Hörsituation zu tun hat. Bei der Morning Show geht es darum, morgens wach zu werden und die wichtigsten Informationen zu bekommen. Radio ist hier oft ein Nebenbei-Medium. Ein Podcast ist ein On-demand-Angebot, das in der Regel in Ruhe, mit Zeit, mit ‚Kapazität im Kopf‘ gehört wird. Die Erwartungen sind oft andere als beim Radio. Das würde dafür sprechen, dass Stimmen hier eine andere Rolle spielen und nicht im Vordergrund stehen – vielleicht eher der Inhalt, der Kanal oder die Hörsituation. Das ist ein hochspannendes Thema.

Lass uns in diesem Zusammenhang auch über Diversität sprechen. Wie viel Stimm-Diversität – also männlich und weiblich, alt und jung, Dialekte, Akzente, Sprachfehler – ist im Radio möglich?

Die Kategorie „Alter“ ist schon mal ein ganz interessanter Punkt, weil das Stimmalter ja gar nicht so klar einzuschätzen ist. Oft wirken Stimmen jünger oder älter als der dazugehörige Mensch wirklich ist. Wir haben in Hamm gerade eine Produktion zusammen mit den Kirchen gemacht. Dort sind im Ehrenamt viele ältere Menschen vertreten. Wir hatten eine über 70-jährige Frau auf der Antenne, und ebenso Jugendliche – der Jüngste war um die 14 Jahre alt. Die hört man sonst selten so gemischt. Diese Stimmen waren unheimlich schön und bereichernd, weil so eine ganz andere Perspektive präsent wird. Ich glaube, wir müssen schauen, welche Diversität wir in unserem Sendegebiet haben und wo wir die entsprechenden Stimmen finden. Diese Diversität sollte dann im Radio stattfinden.

Darüber hinaus kann aber die Frage nach der Verständlichkeit eine Rolle spielen. Ich habe vor kurzem ein Moderationsseminar gegeben, da hatte ich eine Teilnehmerin mit einem extrem starken, wunderschönen französischen Akzent und einer wirklich schönen Stimme. Ich hätte ihr stundenlang zuhören können, habe aber leider stellenweise nichts verstanden. Und das ist im Radio natürlich problematisch. Die Möglichkeiten, mit einem Akzent Programm zu machen, sind ein bisschen begrenzt, weil wir oft in einer Nebenbei-Hör-Situation sind. Da ist leichte Verständlichkeit einfach ein ganz wichtiges Kriterium. Ähnlich sehe ich das bei extremen Sprachfehlern. Ein leichtes Lispeln kann sehr charmant sein; bei einem deutlichen Sprachfehler könnten wir einfach nicht garantieren, dass die Zuhörer*innen das Gesagte noch verstehen können. Vielleicht fehlt es in der Hör-Situation dann auch an der nötigen Konzentration.

*Es gibt ja durchaus Radioprogramme mit Moderator*innen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist. Meist sind dies aber Formate, die internationale Kultur thematisieren. Warum ist das in einer Morning Show nicht möglich, was denkst Du?*

Ganz viel ist in diesem Zusammenhang Gewöhnung. Wir müssen uns da mehr trauen. Mein Job ist ja, möglichst viele Menschen in unserem Sendegebiet zu erreichen – und hier leben Menschen aus mehr als 120 verschiedenen Nationen. Wir bilden unsere Stadtgesellschaft ab. Ich hätte gerne mehr Mitarbeiter*innen mit unterschiedlicher Herkunft im Programm, auch um diversere Perspektiven auf die Themen der Stadt zu haben. Da geht es sowohl um die Inhalte und die redaktionelle Arbeit als auch um die Ansprechhaltung und die Stimmen on air. Ich sehe in der Akquirierung diverser Moderator*innen deshalb auch eine wichtige Aufgabe für uns. Wir versuchen gerade einiges, um uns diesbezüglich besser aufzustellen und weiterzuentwickeln.

*Diversität würde im Radio ja auch Nähe und Authentizität schaffen. Künstliche Stimmen sind eher nicht divers, dafür sind sie gut verständlich. Sind sie eine Konkurrenz für Radio-Moderator*innen?*

Ich denke, dass es Bereiche gibt, wo dies möglich ist, beispielsweise beim klassischen Service wie Wetter, Verkehr, Musik. Das sind Moderationen, die nicht unbedingt emotional sind. Dort steht die schlichte Information im Vordergrund. Wenn es darüber hinausgeht, wenn also Emotionen, Spontaneität und menschlicher Umgang mit Themen gefragt sind und wir diese Verschränkung zu Inhalten haben, da, glaube ich, haben es künstliche Stimmen schwer. Und ich hoffe doch, dass wir noch ganz lange bei menschlichen Moderationen bleiben. Es gibt so viele Nuancen, so viel zwischen den Zeilen und zwischen den Worten, dass ein Unterschied zwischen einer künstlichen Stimme und einer echten Person deutlich hörbar ist. Zum Glück, denn ich glaube, es gibt Bereiche, wo man uns ersetzen könnte.

Aber auch ich finde es spannend zu beobachten, welche Faszination künstliche Stimmen und Sprachassistenten haben: Der Umgang mit Smart-Speakern wie Alexa ist oft schon freundschaftlich. Man unterhält sich mit ihr. Für mich stellt sich die Frage, was diesbezüglich alles möglich sein wird: ob irgendwann der Sprachassistent die passenden Reaktionen und Emotionen beherrscht. Ich hoffe ehrlich gesagt, dass die Technologie nie so gut wird, dass sie eine echte Person gleichwertig ersetzt.

Es wäre also durchaus machbar, dass künstliche Stimmen im Radio Staumeldungen oder Wettervorhersagen übernehmen. Oft werden aber auch Staumeldungen mit persönlichen Kommentaren versehen: „Alle auf der A3 müssen jetzt stark sein.“ Siehst Du bei Euch oder anderen Radiosendern die Gefahr, dass diese Aufgaben absehbar von künstlichen Stimmen übernommen werden?

Ich glaube, das versuchen alle auch ein bisschen zu verhindern. Denn es ist ja wirklich so, dass programmiert werden kann, wenn der Stau so und so lang ist, dann sag dazu: „Ihr müsst jetzt stark sein.“ Und wenn die Temperatur unter 8 Grad ist, dann sag: „Hoffentlich habt ihr dicke Socken dabei.“ Aus dem NRW-Lokalfunk wüsste ich aber jetzt keinen Fall.

Es besteht die Möglichkeit, echte Stimmen aufzuzeichnen und zeitversetzt einzuspielen, für Sendestunden oder auch bei den Sprachanteilen der Station Voice – das ist eine echte Stimme, die neutrale Elemente spricht oder auch eine Botschaft im Trailer. Mir ist aber nicht bekannt, dass in unserer Branche aktuell künstliche Stimmen als Ersatz für eine Moderation zum Einsatz kommen. Was wir jedoch ausprobiert haben, ist, Alexa gezielt als Gag-Element einzusetzen. Wir hatten einen Morning-Show-Trailer, der ging ungefähr so: „Alexa, koch mir mal einen Kaffee.“ Und Alexa antwortet dem Moderator: „Koch dir deinen Kaffee doch selber.“ So etwas kann mal eingebaut werden. Aber im Moment bezahlen wir noch Menschen dafür, dass sie die Verkehrsmeldungen sprechen.

Das heißt für Dich als Chefredakteurin oder als Moderationstrainerin, dass Du weiter Menschen trainieren und nicht Computer füttern willst. Und wie siehst Du die Entwicklung: interessiert, ängstlich, freudig?

Schon mit einem gewissen Selbstbewusstsein. Auf jeden Fall auch interessiert – und wir nutzen ja zum Beispiel Alexa mit einem eigenen Skill für unser Programm. Wir probieren neue Technik aus, und dazu zähle ich jetzt auch Sprachassistenten und Smart-Speaker. Vielleicht machen wir einmal eine verrückte Kampagne und Alexa liest unseren Verkehrsservice für einen Monat. So können wir uns mal anhören, wie das klingt. Aber außer Kosten einzusparen weiß ich nicht, was es bringen soll. Die meisten Aufgaben müssen auch weiterhin von echten Menschen erledigt werden. Was die künstlichen Stimmen auch nicht ersetzen können, was aber in unserer Arbeit enorm wichtig ist: Wir Radiomacher*innen sind ja überall präsent und können im ‚echten Leben‘ auf Veranstaltungen angesprochen werden. Gerade für lokale Sender ist das wichtig.

*In Zeiten von Kontaktbeschränkungen durch die Corona-Pandemie kann ich mir gut vorstellen, dass diese Beziehung zwischen Moderator*in und Zuhörer*in nochmal intensiver wird für viele Menschen. Ich denke da beispielsweise an Menschen, die alleine leben.*

Wir sind auf jeden Fall hilfreich bei Einsamkeit, weil wir für die Menschen vertraute echte Stimmen sind und auch Persönlichkeiten, die man über die Jahre kennenlernt. Das Radio ist trotz seiner einseitigen Kommunikation sehr dialogisch angelegt. Wir arbeiten mit unserer Community, mit Social Media oder mit Call-Ins. Wir führen Umfragen und die Hörer*innen können sich beteiligen – zum Beispiel zu aktuellen Themen etwas sagen, Themen vorschlagen und so Teil des Programms werden. Auch wenn wir nur Reaktionen auf Facebook präsentieren oder WhatsApp-Töne einspielen und nicht im direkten Gespräch sind, ist das auch eine Art von Kommunikation und Teilhabe am Programm. Radio ist ein Community-Medium.

Durch die Digitalisierung und soziale Medien seid Ihr Radiomenschen ja tatsächlich viel sichtbarer.

Ja, wir sind beispielsweise nach der Sendung auf diversen Social-Media-Plattformen vertreten. Und auf unserer Homepage gibt es Fotos: dort gibt es ein Gesicht zu der vertrauten Stimme.

Das ist mir sehr wichtig: Authentizität, Einsatz der Stimme und Persönlichkeit on air. Ich glaube, dass dies das Erfolgsgeheimnis ist. So bleibt Radio uns auch als Medium erhalten: mit echter Emotion, echter Reaktion und echter Spontaneität. Das wird so schnell nicht programmierbar sein.

Der vorliegende Aufsatz entstammt der Publikation

Marcus Erbe / Aycha Riffi / Wolfgang Zielinski (Hrsg.)

Mediale Stimmwürfe

Perspectives of Media Voice Designs

Schriftenreihe Digitale Gesellschaft NRW, Bd. 7

Kopaed Verlag, 2022

ISBN 978-3-96848-642-0
