

Ernst-Moritz-Arndt Universität Greifswald  
Institut für Politik- und Kommunikationswissenschaft  
B.A. Kommunikationswissenschaft  
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft  
Modul 8: Praxis der Kommunikationswissenschaft  
Seminar: Programmmanagement und Redaktionsarbeit  
Wintersemester 2014/2015  
Gerd Schneider  
02.03.2015

*Die Hot-Clock im Seminar  
Programmmanagement und Redaktionsarbeit.*

Adrian Breda  
Matrikelnummer: 139710  
Germanistik (5. Fachsemester) / Kommunikationswissenschaft (5. Fachsemester)  
Bachelor of Arts  
ab123072@uni-greifswald.de

# Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung.....	1
2 Die Aufgabe.....	2
3 Die Hot-Clock.....	3
4 Anhang.....	5
4.1 Programminhalt.....	5
4.2 Hot-Clock.....	5
4.3 Vorgaben.....	6

## 1 Einleitung

In dieser Hausarbeit soll dargestellt werden, auf welche Art und Weise die Teilnehmer des Seminars *Programmmanagement und Redaktionsarbeit* im Rahmen einer fingierten Redaktionskonferenz eine Hot-Clock entworfen haben. Bei einer Hot-Clock handelt es sich um eine auf Sendungsformate und Zeitspannen abstrahierte prototypische Radiostunde, über die jeder professioneller Radiosender verfügt – in modifizierten Ausführungen, je nach Uhrzeit. So verfahren Morningshows, Mittags-, Abend- und Nachtprogramme allgemein nach einem sich stündlich wiederholenden Ablaufplan bzw. -schema.

Die im Seminar zu erstellende Hot-Clock sollte für ein fiktives Campusradio konzipiert werden und die Zeit von 17 bis 18 Uhr abdecken. Neben dieser Vorgabe existierte lediglich eine weitere: Die SeminarteilnehmerInnen sollten in der fingierten Redaktionskonferenz verschiedene Rollen einnehmen. So fanden sich Redakteure und Redakteurinnen der Bereiche Politik, Forschung, Buntes, Kultur, Hochschulsport, Nachrichten, Service sowie ein Chefredakteur wieder.<sup>1</sup>

Ziel der Übung war nicht bloß eine möglichst wirklichkeitsgetreue Simulation einer tatsächlichen Redaktionskonferenz, sondern auch die Imitation einer redaktionsinternen Konkurrenz um die besten Sendeslots, erweitert um die eingeschränkten Möglichkeiten eines limitierten Budgets. Anders formuliert: Die Studierenden waren dazu aufgefordert, ihr zuvor in dem Seminar erworbenes Wissen unter authentischen Umständen zur Planung eines innovativen Campusradios zu nutzen.

---

1 Siehe Kapitel 4.3.

## **Die Aufgabe**

Das von den Studierenden zu gestaltende Programm soll jeden Freitag von 17 bis 18 Uhr, in der sogenannten „Drive-Time“, auf dem Sender „einszweidrei“ ausgestrahlt werden. Formal-inhaltlich sollte ein Info-Magazin konzipiert werden. Eine Besonderheit des Programmes liegt darin begründet, dass es sich um ein „Campus-Radio“ (so auch der Name des Formats) handelt, sich also explizit – und exklusiv? – um eine Sendung für Studierende und Mitarbeitende der Ernst-Moritz-Arndt Universität Greifswald handelt.

Unter finanziellen Gesichtspunkten betrachtet, muss darauf hingewiesen werden, dass es sich bei dem Sender „einszweidrei“ um ein sogenanntes PPP-Unternehmen handelt. Dies bedeutet, dass die Finanzierung sowohl aus öffentlichen als auch privaten Mitteln erfolgt. So übernimmt die öffentliche Hand in unserem Szenario die Grundkosten in Form von Gehältern, Betriebskosten und notwendigen Investitionen. Darüber hinaus anfallende Kosten, die sogenannten Programmkosten – beispielsweise Honorare, Rechte, Reise- und Marketingkosten – müssen eigenverantwortlich vom Sender aufgetrieben werden. Für 50 Sendungen ergab sich ein Budget von 10 000€, also 200€ pro Sendung. Diese 200€ sollten nun genutzt werden, um notwendige Posten abzudecken und verschiedene Inhalte einzukaufen. Die oben genannten Redakteure konnten dafür verschiedene Vorschläge machen. Die Bandbreite der journalistischen Darstellungsformen reichte hier von einer vergleichsweise kostengünstigen Nachricht (10€), über einen Original-Ton (15€), Textbeitrag (30€), Interview (40€), Beitrag mit Original-Ton (40%) bis hin zur Moderation, die 60€ kostete.

Eine Schwierigkeit, die sich bei der Erarbeitung der Hot-Clock herauskristallisierte bestand darin, dass einerseits der Kostenrahmen eingehalten werden sollte und andererseits auch nicht weit unterschritten werden sollte.

Ähnlich und doch gänzlich verschieden gestaltete sich die Situation hinsichtlich der tatsächlichen Ausgestaltung der Hot-Clock: Jede Sendeminute musste nicht nur finanziert werden, sondern auch noch richtig platziert werden. Doch damit nicht genug: Ein weiteres Problem stellte die strenge 60-Minuten-Taktung dar; sicherlich hat sich der oder die eine TeilnehmerIn gelegentlich eine Stunde mit 62 oder 58 Minuten gewünscht.

Schließlich muss noch darauf hingewiesen werden, dass eine adäquate Repräsentation der KontribuentInnen als wünschenswert angesehen wurde. Einerseits, um ein thematisch ausgeglichenes Programm gewährleisten zu können, andererseits um keine redaktionsinterne Verstimmung zu provozieren.

### **Die Hot-Clock<sup>2</sup>**

Es galt zu berücksichtigen, dass es sich bei dem von uns geplanten Programm weder um eine reine Musik-, noch reine Wortsendung handeln sollte. Die Vorgabe diesbezüglich war ein angepeilter Wortanteil von 20 (+/-1) Minuten. Weiterhin vorgegeben war eine Minute „Verpackung“, was Elemente wie den Showopener sowie die StationID beinhaltet. Die Nachrichten hingegen, insgesamt 5 Minuten pro Stunde, waren zur vollen und halben Stunde zu senden.

Auf diesem Grundgerüst aufbauend, planten wir nun weiter. Der nächste Schritt bestand darin, zwei größere Blöcke zu definieren und zu füllen. Zunächst schufen wir hierzu einen Block um 17:17 Uhr. Dieser bot sich aufgrund der eingängigen Uhrzeit und einem adäquaten Zeitabstand zu den vorherigen sowie folgenden News an. Der Schwerpunkt dieser Sendeeinheit sollte auf kontroversen Themen liegen, bei denen sich Studierende und Mitarbeitende der Universität gegebenenfalls an der Diskussion beteiligen können. Exemplarische Inhalte waren dementsprechend die Themen „Druck in der Uni“, „Sex für Noten“ und „Selbstmord“.

Der zweite größere Block bestand in einem Kulturformat, das um 17:45 Uhr gespielt werden sollte. Dieses sollte eine gewisse Serviceausrichtung haben, beispielsweise in Form von Kulturtipps, um auf diese Weise eine hohe Hörerbindung zu generieren. Besonderes Augenmerk wurde diesbezüglich darauf gelegt, dass wir unseren „Vorteil“ als Lokalsender nutzen und uns tatsächlich auf den Sende- bzw. Veranstaltungsbereich Greifswald und nächste Umgebung beschränken.

Dieses Grundgerüst (2 Nachrichtensendungen um 17:00 und 17:30, sowie ein Diskussionsslot um 17:17 und ein Kulturstopset um 17:45) füllten wir nun mit weiteren Musik- und Wortbeiträgen auf.

Es wurde versucht, weder zu viel Musik, noch zu viele Wortbeiträge in der Hot-Clock unterzubringen. Neben der Quantität der einzelnen Inhalte stand jedoch eine für die

---

<sup>2</sup> Siehe auch im Anhang: Tabellarische Aufschlüsselung der Sendungsinhalte sowie die tatsächliche Hot-Clock.

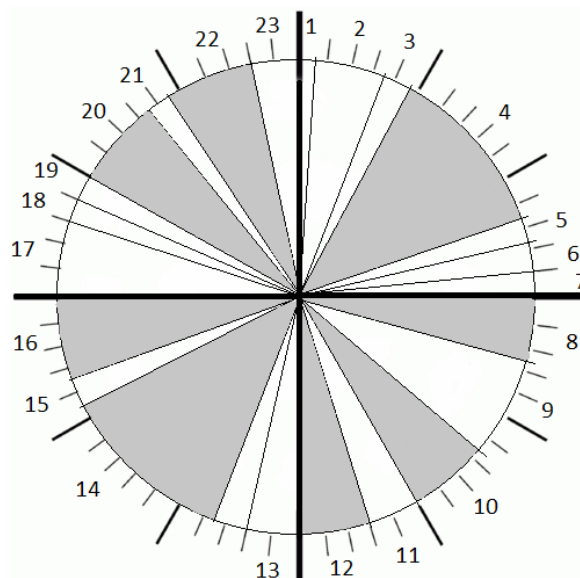
Rezipientenschaft angenehme Taktung im Vordergrund unseres Interesse: Häufungen jedweder Art sollten unbedingt vermieden werden. (Die Extremform wäre hier sicherlich eine glatte Zweiteilung: Ein 20-minütiger Wortbeitrag, gefolgt von 40 Minuten Musik.)

## Anhang:

### 1) Programminhalt

Einheit	Zeit	Dauer	Inhalt	Kosten
1	17:00:00	00:30	Showopener	
2	17:00:30	03:00	Nachrichten (BaßfG, Namensabstimmung, Bachelorreform, Transplantation, Handball, Essensstreik)	
3	17:03:30	01:00	Moderation (Radiopreis, Special)	60,00 €
4	17:04:30	07:00	2 Songs	
5	17:11:30	01:00	Werbung	
6	17:12:30	01:30	Stoppset (Gewinnspiel, 20 neue Stellen, Wohnungsüberblick)	
7	17:14:00	03:30	1 Song	
8	17:17:30	04:00	Stoppset (Druck in der Uni, Selbstmord, Sex für Noten)	10,00 €
9	17:21:30	03:30	1 Song	
10	17:25:00	02:00	Stoppset inkl. Moderation (Pinnwand)	
11	17:27:00	03:00	1 Song	
12	17:30:00	02:00	Nachrichten (Nachrichten (BaßfG, Bachelorreform, MRT, Siemens-Sponsoring)	
13	17:32:00	01:30	Stoppset (Nationalismus)	
14	17:33:30	07:00	2 Songs	
15	17:40:30	01:00	Stoppset (W-LAN)	
16	17:41:30	03:30	1 Song	
17	17:45:00	03:00	Stoppset (Kulturpass und -tips)	
18	17:48:00	01:00	Werbung	
19	17:49:00	01:30	Moderation (Gewinnspiel)	
20	17:50:00	03:30	Song	
21	17:53:30	01:00	Moderation (Abmoderation)	
22	17:54:30	03:30	1 Song	
23	17:58:00	02:00	Puffer / Song	

### 2) Hot-Clock



(In den Grau unterlegten Einheiten wird Musik gespielt.)

### 3) Vorgaben

Der Sender "einszweidrei" ist ein PPP-Unternehmen. Die Grundkosten werden von der öffentlichen Hand getragen (Gehälter, Betriebskosten, Investitionen), die reinen Programmkosten (Honorare, Rechte, Reisekosten, Marketing usw.) müssen erwirtschaftet werden.

Der Sender strahlt freitags von 17 bis 18 Uhr ein Campus-Radio aus, das sich speziell an Studenten und Unimitarbeiter richtet. Im Jahr sind 50 Sendungen vorgesehen. Dafür stehen 10 000€ zur Verfügung (pro Sendung 200€).

Die Sendung steht unter Quotendruck, soll eingestellt werden. Die Redaktion möchte die Sendung erhalten und bemüht sich um ein attraktives Programm.

Die Redaktionskonferenz berät und entscheidet das Programm des Tages.

Sie hat sich an das Format/Programm zur halten ( in dieser Stunde 20 Minuten Wort)

Der Kostenrahmen ist einzuhalten.

Die inhaltlichen Angebote liegen vor, sie sind zum Teil kostenpflichtig. Grundsätzlich wird die Sendung von einem freien Mitarbeiter moderiert.

#### **An der Redaktionskonferenz nehmen teil:**

Chefredakteur

Nachrichtenredakteur

Redakteur für Politik

Redakteur für Forschungsbereich

Redakteur für Service und Aktionen

Redakteur für Buntes

Redakteur für kulturelle Angelegenheiten

Redakteur für Hochschulsport

#### **Die Honorarrahmen**

Moderation 60

Interview 40

Textbeitrag 30

Beitrag mit O-Ton 40

Nachricht 10

O-Ton- 15