

DIE MORGENSHOW

**Eine Anleitung für die
Königsdisziplin im Radio**

Yvonne Malak

Praktischer Journalismus 106

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISSN: 1617-3570

ISBN (Print): 978-3-86962-431-0

ISBN (PDF): 978-3-86962-432-7

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und
Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des
Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm
oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung
des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer
Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, verviel-
fältigt oder verbreitet werden.

In diesem Buch werden überwiegend männliche und weibliche Ge-
schlechterformen verwendet. Wo dies aus Gründen des Leseflusses
nicht möglich war, sind immer beide Formen gemeint.

© 2020 by Herbert von Halem Verlag, Köln

Umschlaggestaltung und Satz: Bureau Heintz, Stuttgart

Lektorat: Lena Serov, Rüdiger Steiner

Druck: FINIDR, S.R.O., Tschechische Republik

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Schanzenstr. 22 · D-51063 Köln

E-Mail: info@halem-verlag.de

Tel.: 0221-92 58 29-0 · Fax: 0221-92 58 29 29

www.halem-verlag.de

INHALT

VORWORT	8
A PLOT, CHARAKTER, MARKENKERN	11
A1 Der Markenkern	12
A2 Der Plot	13
A3 Das Puzzle beginnt – der Anchor	15
A4 Die Co-Stars und die Zielgruppe	18
A5 Die Protagonisten und ihre Aufgaben	33
A6 Einführung und Entwicklung der Charaktere	44
B DIE SHOW	51
B1 Das Design der Show	53
B2 Namen und Claim der Show	56
B3 Aufbau und Uhren der Show	58
B4 Erkenntnisse aus 25 Jahren Marktforschung	62
B5 Musik in der Morgenshow	64
C BENCHMARKS, PFLICHTINHALTE UND DIE KÜR	67
C1 Benchmarks – der Allrounder	70
C2 Warum Geschichten alles sind	81
C3 Die Heldenreise im Radio	90
C4 Themen finden und kreativ umsetzen	95
C5 Sex, Geld, Gesundheit	107
C6 Umsetzungsvarianten	109

C7	Themen on air bringen	116
C8	Nachrichten und Service	119
D	ARNO MÜLLERS TOP-TIPPS	127
E	REDAKTIONSKONFERENZ UND SHOWPREP	137
E1	Eckdaten für die Redaktionskonferenz	139
E2	Ablauf der Redaktionskonferenz	142
E3	Showprep	146
E4	Kenneth Alan Maples Tipps Für Line-Producer	149
E5	Besondere Situationen	152
F	PERSÖNLICHES	155
F1	Persönliche Geschichten	157
F2	Was eignet sich für Personality-Geschichten?	161
F3	Emotion und Empathie	167
G	TEASING	171
G1	Gründe fürs Teasing	173
G2	Formen des Teasings	177
H	AIRCHECKS UND KONTROLLE DER SHOW	185
I	MORGENSHOW – SO SOCIAL	195
	Von Robert Kindermann	
J	JUNGE SENDER ÜBER IHRE MORGENSHOWS	205
K	ELEMENTE IN DER SHOW UND FÜR DIE SHOW	217
K1	Morgenshow-Promos immer mit Verabredung	220
K2	Einsatz von Soundeffekten und Musikbetten	222

L	DIE WICHTIGSTEN TIPPS FÜR MODERATOREN DER MORGENSHOW	225
L1	Die Dos für die Moderation	227
L2	Die Don'ts für die Moderation	232
L3	Lebt!	236
X	ANHANG	239
X1	Glossar	240
X2	Bildnachweis	248
X3	Literatur und Links	250
X4	Index	253