

08. Der Radiospot

Damit Radiospots auch wirken können, müssen vorerst einige «**Spielregeln**» bekannt sein.

Im Gegensatz zu einem Printtext ist der Spotttext ein flüchtiges, nicht kontrollierbares Informationsinstrument. Printtexte, die beim Lesen nicht verstanden werden – ob es an der Typographie, der Aussage oder am Layout liegt, ist unwichtig –, können so lange und so oft gelesen werden, bis sie verstanden werden.

**Nicht verstandene Spots
sind vergeudetes
Geld und Aufwand**

Wird der Inhalt und die Aussage eines Radiospots aus irgendwelchen Gründen nicht verstanden, so kann der Hörer daraus auch keine Information ableiten. Der Kontakt des Radiospots mit dem Hörer findet willkürlich statt und kann von ihm nicht beeinflusst werden. Der Hörer kann den nächsten Kontakt mit dem Spot weder beeinflussen noch weiss er, wann und ob er stattfinden wird.

Bei Bildern, die wir nicht sehen wollen, können wir die Augen verschliessen.

Bei Tönen, die uns stören oder die wir nicht hören wollen, können wir die Ohren nicht verschliessen, ausser wir halten die Finger in die Ohren. Wird nun das Hirn über das Ohr zu stark strapaziert und mit zuviel Information gefüttert, stellt sich das Hirn auf einfache, leicht verständliche Wahrnehmungen ein. Es verarbeitet nur noch diejenigen Informationen, die es bild-

haft umsetzen kann. Wörter oder Sätze, die nicht sofort klare Bilder entstehen lassen, werden nicht „encodiert“. Information (der Spot) wird nicht in «Verstehen» umgesetzt.

Der Spot **muss klar und verständlich** sein. Komplizierte, lange Sätze und/oder ein Chaos an Geräuschen vermindern seine Verständlichkeit enorm. **Spots mit zuviel Textinhalt**, die zusätzlich noch schnell gesprochen werden müssen, **haben kaum Erfolg**. Ein Radiospot soll und kann kein Verkaufsgespräch ersetzen.

**One medium, one message
oder:
Weniger ist mehr!**

Musik und/oder Geräusche müssen zum Produkt, zum Konzept und zum Text passen. Es ist fragwürdig, irgendeine Musik als zusätzliche Geräuschkulisse einzubauen, nur weil der gesprochene Text «ein wenig dünn» ist. Gesungene Musik und darüber gesprochener Text vertragen sich schlecht (Überreizung des Gehirns, welches zwei textliche Messages auseinanderhalten soll).

**Musik und/oder Geräusche
sowie der Text müssen
eine verständliche
Einheit bilden**