

Wolfgang Gushurst

DASDING

Ein trimediales Format

DASDING bietet sein Jugendprogramm gleich über drei Medien an: als Radio- und Fernsehsendung und als Internetangebot. Angelegt auf Vielfalt statt Mainstream, ohne Agenturchinesisch, mit Blick auf einen jungen, oft unkonventionellen Zugang zum Thema hat sich DASDING in den letzten Jahren den Ruf geschaffen, authentisches Sprachrohr für die jungen Szenen zu sein.

Das ist DASDING

DASDING ist das Jugendangebot und Multimediaprojekt des Südwestrundfunks (SWR) in Radio, TV und Internet. Gemacht wird DASDING von seiner Zielgruppe selbst: von jungen Menschen zwischen 15 und 25 Jahren. Damit bilden sie die jüngste professionelle Medienredaktion Deutschlands. DASDING macht rund um die Uhr ein junges, informatives, spaßiges, spannendes, sponsor- und werbefreies Radioprogramm für Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 14 bis 24 Jahren – mit den Themen, die junge Leute beschäftigen und interessieren. Im Südwestfernsehen (»Das Dritte« in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz) sendet DASDING jeden Samstag von 10.15 bis 11.00 Uhr die interaktive Live-Fernsehshow *DASDING.tv*. Das Internetangebot von DASDING (www.dasding.de) umfasst neben dem vollständigen DASDING-Radioprogramm in MP3-Qualität permanent aktualisierte Hintergrundinformationen, Bilder von DASDING-

Events, einen Chatroom, Foren und Links zu Themen, die Jugendliche interessieren.

Wer gestaltet DASDING?

Es sind tatsächlich Jugendliche und junge Erwachsene im Alter zwischen 15 und 25 Jahren, die das Programm von DASDING gestalten. Die jungen Mitarbeiter machen ein multimediales Vollprogramm mit vielen Berichten, Reportagen und stündlichen Nachrichten – ein Radio- und Fernsehprogramm, wie sie es selber gerne hören und sehen. Sie wählen Themen aus, recherchieren und entscheiden selbst, wie die Themen umgesetzt und welche Schwerpunkte gesetzt werden. Neben Moderationen, Interviews und Terminen gehören auch die Programmplanung, die Produktion und Abmischung der Beiträge sowie die Bild- und Textredaktion des Internetauftritts zu den Aufgaben der

Redaktionsmitglieder. Für jede Sparte und jeden Beitrag wird eine akustische Verpackung produziert: Jingles und Trailer, Gags und Comedy. Sie geben dem Programm seine individuelle Klangfarbe.

Das einzigartige Konzept eines Programms »von jungen Menschen für junge Menschen« garantiert ein hohes Maß an Dynamik und Originalität. Und es hat DASDING in den vergangenen Jahren den Ruf verschafft, ein authentisches Sprachrohr für die jungen Szenen zu sein.



Cases am Berg



www.dasding.de – Übersichtsseite

Organisation – von der Redaktionskonferenz bis zum fertigen Radiobeitrag

Die Themen des Programms werden zweimal täglich in Redaktionskonferenzen diskutiert. Dabei gibt es sehr kontroverse Auseinandersetzungen, ob etwas ein Thema ist, ob man ein Thema im Radio macht oder eher im Fernsehprogramm oder in beidem/keinem. Es wird besprochen, wie der so genannte »DINGdreh«, das ist ein anderer, junger und oft unkonventioneller Zugang zum Thema, erfolgen kann. Denn eines ist den jungen Medienmachern sehr bewusst: Gerade Radio wird überwiegend als Nebenbeimedium genutzt. Die Leute hören eigentlich immer weniger zu, nette Musik als akustische Begleitung des Alltags genügt oft den Ansprüchen. Für eine Redaktion, die sich sehr stark über Wortinhalte definiert, ist das natürlich eine besondere Herausforderung.

Man braucht also einen »Earcatcher«, um Aufmerksamkeit zu erregen. Das kann beispielsweise ein besonderer Originalton oder eine provozierende Frage sein. Aber auch Effekte oder eine auffällige Soundverpackung können die Aufmerksamkeit steigern. Wenn dann das Interesse beim Zuhörer für ein bestimmtes Thema geweckt wurde, kann man im Internet unter www.dasding.de weiterführende Informationen zum jeweiligen

Award, ausgezeichnet. *DASDING* ergänzt, kommentiert und erweitert sein Programm sowie seine On-Air-Produktionen im Internet in herausragender Weise, heißt es in der Begründung der Jury.

Zunächst muss der CvD (Chef vom Dienst) die Themen in Absprache mit den Producern auf die Sendungen verteilen – am Vormittag beispielsweise eher studentische Themen, am Nachmittag eher die Schülerthemen. Azubis kann man den ganzen Tag erreichen. Viele Themen sind für alle Hörer, Zuschauer oder User von *DASDING* interessant, in der Regel sind dies Themen aus dem Unterhaltungsbereich oder solche wie Freundschaft oder Handy.

Die Producer planen gemeinsam mit dem Moderator den Ablauf einer Sendung, kümmern sich um die Vorbereitung und organisieren Interviewpartner. Anschließend werden Interviews geführt und Beiträge zusammengestellt. Bevor diese Beiträge in Sendungen laufen dürfen, müssen sie vom CvD freigegeben werden.

Oberstufenreform statt Rentenreform – die Themenauswahl

Was sind nun die Themen für *DASDING*? Worin unterscheidet sich ein öffentlich-rechtliches Jugendangebot von kommerziellen Musikabspielsta-

tionen ohne Inhalte? Entscheidend, ob ein Thema in das Programm gebracht wird oder nicht, ist die Relevanz für die jugendliche Zielgruppe. Für die Nachrichtensendung *DINGschau* sind Meldungen wie beispielsweise eine Oberstufenreform wesentlich wichtiger als für Nachrichtensendungen in älteren Programmen. Die Auswahl der Themen erfolgt nach den Kriterien Gesprächswert, Neuigkeitwert, Nutzwert. Weltpolitische Themen werden natürlich auch in den Nachrichtensendungen berücksichtigt. Sie werden bewusst gesetzt, um Jugendlichen einen Überblick über die allgemeine Nachrichtenlage zu geben. Im Unterschied zu anderen Programmen wird aber auch hier sehr großer Wert auf eine einfache, natürliche und erklärende Sprache gelegt. Die Meldungen sollen nicht in einem »Agenturchinesisch« verfasst sein, sondern von den Zuhörern verstanden werden können. Beispielsweise wird innerhalb einer Meldung auch noch einmal kurz erklärt, was die NATO eigentlich ist.

Eine wichtige Hilfe für die Themenauswahl ist für *DASDING* als interaktive Plattform das Feedback der Hörer, Zuschauer und User: Via E-Mail, Telefon und in verschiedenen Foren können sie ihre Meinung artikulieren.

Ein Kernstück des Wortprogramms ist *DASDING der Woche*. Das wöchentlich wechselnde Schwerpunktthema bei *DASDING* zieht sich nicht nur sieben Tage lang durch das Radioprogramm, sondern wird – Stichwort »trimediale Verknüpfung« – auch im



Produktion im Studio



Im Studio

Internet und in der Fernsehshow *DASDING.tv* aufgegriffen.

Die Themen des *DASDING der Woche* sind vielfältig – von »Kommunalwahl« und »Führerschein« bis »Punkrock« oder »Erste Liebe«. *DASDING* legt auch hier besonderen Wert auf Informationen aus dem Bereich Schule und Ausbildung.

Zum Konzept von *DASDING* gehört ein innovatives Musikprogramm: »Vielfalt statt Mainstream« lautet das Motto – und deshalb bietet *DASDING* mit seinen Spezialsendungen den verschiedensten Musikrichtungen von Hip-hop, R&B, Alternative-Rock bis zu Dance ein Forum. Spezielle Aktionstage, Live-Konzerte und DJ-Sendungen ergänzen dieses Konzept.

Daneben gibt es alternative Unterhaltungsangebote wie junge Hörspiele am Abend oder die Sendung *Mixtape*: Hörer oder Prominente können eine Stunde lang ihre Lieblingsmusik zusammenstellen und ihre persönlichen Geschichten dazu erzählen.

***KlasseDING* – Workshops in Schulen**

Als öffentlich-rechtliches Jugendprogramm fördert *DASDING* gezielt

die Medienkompetenz von Jugendlichen. Deshalb engagiert sich das SWR-Jugendangebot bereits seit sechs Jahren auch außerhalb der eigenen vier Studiowände in der Medienpädagogik. Seit Herbst 1998 ist das *KlasseDING*-Team mit einem viertägigen, für die Schulen kostenlosen Workshop-Programm an Schulen und in Jugendzentren in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz unterwegs. Der *KlasseDING*-Workshop zeigt den Schülern, wie Radio gemacht wird, und vermittelt erste journalistische Grundkenntnisse. Er animiert die Teilnehmer, über ihre eigene Mediennutzung nachzudenken, und fördert ihre Medienkompetenz, indem er sie kritischer gegenüber Darstellungen in den Medien macht. Ein Angebot, mit dem *DASDING* aktiv zur Medienerziehung an Schulen beiträgt.

Die Teilnehmer lernen drei Tage lang, wie ein Radiobeitrag entsteht. Sie recherchieren, machen selbst Aufnahmen, schneiden und produzieren gemeinsam Sendebeiträge. Außerdem lernen sie, Internetinhalte zu gestalten. Am vierten Tag des Workshops besuchen die neuen *KlasseDING*-Reporter *DASDING* in Baden-Baden, wo sie die Redaktion und das Sende-

studio besichtigen können. Die fertigen Beiträge der *KlasseDING*-Reporter sind in der Regel zwei bis drei Minuten lang und werden im Rahmen des regulären Radioprogramms von *DASDING* ausgestrahlt. Meist erleben die Teilnehmer die Ausstrahlung ihrer Beiträge sogar live im Sendestudio in Baden-Baden.

Wenn eine Klasse den Zuschlag für einen Workshop erhält, kommt ein Team aus vier *KlasseDING*-Reportern mit einer vollständigen Multimedia-Ausstattung an die Schule. Der *KlasseDING*-Workshop beginnt mit einer Redaktionskonferenz, in der ein geeignetes Thema gewählt wird. Die Teilnehmer arbeiten in Gruppen von fünf bis zehn Personen an einem Beitrag. Sie entscheiden selbst, wie sie das Thema angehen und umsetzen. Dazu können sie zwischen verschiedenen Genres wie Reportage, Collage oder Umfrage wählen. Das *KlasseDING*-Team hilft ihnen, den Beitrag zu planen. Die Teilnehmer müssen selbst entscheiden, wen sie befragen und interviewen möchten. Dann stimmen sie die Termine ab und nehmen die O-Töne auf. Die Beiträge werden mit moderner Audio-Schnittsoftware auf den *DASDING*-Rechnern gebaut und abgemischt. Der ständig steigende Zuspruch für *DASDING* beweist: Ein vielfältiges und qualitativ hochwertiges Programm, das sich bewusst vom inhaltsleeren Mainstream-Allerlei anderer Jugendsender abhebt, kommt bei jungen Menschen an. ■

DER AUTOR

Wolfgang Gushurst, Dr. phil., ist Leiter von *DASDING*, dem Jugendmultimedien des Südwestrundfunks, Baden-Baden.