

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Institut für Musik, Medien- und Sprechwissenschaften
Abteilung für Sprechwissenschaft und Phonetik
Veranstaltung: Medienrhetorik
Dozentin: Prof. Dr. Ines Bose
Student: Alexander Blumtritt
23.12.2020

Medienrhetorische Betrachtung einer Episode des Themen-Podcasts *Hoaxilla*

Inhalt

1	Einleitung	2
2	Mediale Analyse	2
	2.1 Das Medium <i>Podcast</i>	2
	2.2 Der Podcast <i>Hoaxilla</i>	4
	2.3 Genrespezifische Einordnung von <i>Hoaxilla</i>	6
	2.4 Aufbau und Dramaturgie	6
3	Rhetorische Analyse	7
	3.1 Zusammenfassung der untersuchten Folge	7
	3.2 Untersuchungsgegenstände	8
	3.3 Kommunikationssituation	9
	3.4 Verteilung der Redezeit	10
	3.5 Gestaltungsmittel	12
	3.6 Betrachtung einiger Ausschnitte der untersuchten Episode	13
4	Fazit	16
	Quellenverzeichnis	17

Hinweis: Bei unspezifischen Personenbezeichnungen sind stets sämtliche Geschlechter gemeint.

1 Einleitung

Podcasts gehören zu den neueren Medienformaten und erfreuen sich wachsender Verbreitung und Beliebtheit. Es handelt sich in den meisten Fällen um privat produzierte Formate, die in einer bestimmten thematischen Nische angeordnet sind. Sie haben somit nicht den Anspruch, ein möglichst breites Publikum anzusprechen, sondern richten sich gezielt an Interessenten ihres jeweiligen Themenbereichs. Da das gesprochene Wort den zentralen und oft alleinigen Inhalt von Podcasts darstellt, ist das Format hervorragend für sprechwissenschaftliche Untersuchungen geeignet. In der vorliegenden Arbeit wird einer der beliebtesten deutschen Podcasts behandelt: *Hoaxilla* beschäftigt sich mit der rationalen Erklärung von Mythen, Legenden, Verschwörungstheorien und vergleichbaren Themen. Seine Strukturierung und sein Moderatoren-duo bieten hinreichende Möglichkeiten für eine genauere Betrachtung.

2 Mediale Analyse

Um eine Basis für die darauffolgenden Untersuchungen zu schaffen, soll zunächst das Format des Podcasts allgemein (innerhalb der Medien) und *Hoaxilla* speziell (innerhalb der Podcast-Genres) eingeordnet werden.

2.1 Das Medium Podcast

Zur Herkunft des Kofferwortes „Podcast“ findet man verschiedene Angaben. Mocigemba (2006, 3) schreibt, dass es sich aus „iPod“ und „Broadcast“ zusammensetzt, also dem populären Apple-MP3-Player und dem englischen Wort für „Rundfunk“. Schreyer (2019, 1) sieht in „Pod“ die Abkürzung für „play on demand“. Der Webseite des Berliner Unternehmens *podcast.de* ist wiederum zu entnehmen, dass sich „Pod“ von „portable on demand“ und „cast“ von „Narrowcasting“ herleiten lässt (vgl. Internetquelle 1). Es sind vor allem Audio- und Videopodcasts gängig, es gibt jedoch noch weitere Spielarten (z. B. PDF-Cast oder Piccast) (vgl. ebd.). Im Wesentlichen handelt es sich bei einem Podcast um eine Serie von Audio- oder Videodateien, die von Nutzern aus dem Internet heruntergeladen werden können. Von klassischen Medien wie Radio- oder Fernsehsendungen unterscheidet sich ein Podcast vor allem darin, dass er keine festen Sendezeiten hat, sondern zu jeder beliebigen Zeit angehört bzw. angesehen werden kann. Neue Episoden werden allerdings oftmals zu festen Zeiten veröffentlicht (z. B. jeden Sonntagabend). Mocigemba (2006, 4) formuliert etwas exakter:

Es handelt sich bei Podcasts a) zumeist um privat produzierte Beiträge, die b) in Audio- oder Videoform c) automatisiert bezogen und mit einem mobilen Abspielgerät synchronisiert sowie d) zeitversetzt angehört bzw. angeschaut werden können.

Punkt a) trifft auf die heutige Situation zu, gilt jedoch nicht für die Anfänge des Podcastings. Den ersten Podcast produzierte der US-amerikanische Moderator Adam Curry im Jahr 2004 (vgl. Mocigemba 2006, 4), die ersten deutschen Podcasts wurden 2005 und 2006 ins Leben gerufen (vgl. Schreyer 2019, 2). Damals war noch eine deutliche Trennung zwischen kommerziellen Anbietern und privaten Konsumenten zu verzeichnen. Nach und nach traten aber immer mehr Dienste und Plattformen auf den Plan, die das Erstellen und Verbreiten eigener Inhalte erleichterten und eine bessere Vernetzung ermöglichten. Seit 2016 ist weltweit ein starker Anstieg an Podcasts zu verzeichnen (vgl. Schreyer 2019, 2). Heute handelt es sich bei den meisten Podcasts um Privatproduktionen. Die Sprecher und Sprecherinnen sind häufig auch diejenigen,

die ihre Medieninhalte erstellen, bearbeiten und verbreiten. *podcast.de* bezeichnet Podcasting als „ein dezentrales, internetbasiertes Medienkonzept“, das „ein neues Bewusstsein der Menschen im Umgang mit den Medien“ ausdrückt (Internetquelle 1). Jeder mit der entsprechenden technischen Ausrüstung ist theoretisch dazu in der Lage, Inhalte zu erstellen und auszustrahlen, die dann von Menschen auf dem ganzen Erdball empfangen und zeitlich wie örtlich unabhängig konsumiert werden können.

Das von Mocigemba (2006, 4) unter Punkt c) angesprochene „automatisierte Beziehen“ von Podcasts bezeichnet die Art und Weise, wie Podcasts im Netz angeboten werden. Nutzer können kostenlos ein Programm, einen sogenannten „Pod-Catcher“ (z. B. iTunes oder Winamp), herunterladen. Über den Pod-Catcher lassen sich beliebige Podcasts abonnieren. Das Programm überprüft kontinuierlich, ob neue Folgen der abonnierten Formate zur Verfügung stehen, und lädt sie automatisch herunter. Das Abonnieren und Herunterladen eines Podcasts ist immer kostenlos und geschieht entweder über die Webseite des Podcasts, über ein Podcast-Verzeichnis (z. B. www.podcast.de/kategorien) oder über die integrierte Suchfunktion des Pod-Catchers. Hat der Pod-Catcher keine solche Funktion, muss man die sogenannte RSS-Feed-Adresse des gewünschten Podcasts einmalig eintragen, um ihn zu abonnieren. Diese findet man in der Regel auf der Webseite des Podcastbetreibers. Es ist allerdings nicht zwingend notwendig, sich einen Pod-Catcher herunterzuladen. Über die Anbieterwebseiten, Medienportale wie YouTube oder über bestimmte Apps ist es ebenfalls möglich, Podcastfolgen zu konsumieren. (vgl. Internetquelle 1).

Podcasts werden von den Anbietern selbst, durch Werbung oder – bei den Formaten der öffentlich-rechtlichen Sender – durch Rundfunkgebühren finanziert (vgl. ebd.). Seitens der Themenwelt existiert heute eine sehr große Bandbreite. Schreyer (2019, 3 f.) fasst das Angebot dennoch in Kategorien zusammen (wobei zu beachten ist, dass es auch zahlreiche Mischformen gibt):

- „Corporate-Podcast“ (Werbung für ein Unternehmen),
- „Fiction-Podcast“ (klassisches Hörspiel),
- „Gesprächs-Podcast“ (zwei oder mehr Personen führen ein authentisches oder zumindest authentisch wirkendes Gespräch),
- „Medien-Podcast“ (Informationen und Kommentare zu aktuellen Nachrichten),
- „Öffentlich-rechtlicher Podcast“ (Neuverwertung von Radiomaterial, das bereits ausgestrahlt wurde),
- „People-Podcast“ (persönliche/private Inhalte rund um den Moderator),
- „Talk-Podcast“ (klassisches journalistisches Gespräch bzw. Interview),
- „Themen-Podcast“ (Abdeckung eines bestimmten Themas),
- „True-Crime-Podcast“ (Reportage über echte Kriminalfälle).

In Online-Quellen ist darüber hinaus von weiteren Kategorien wie „Solo-Podcast“, „Co-Host-Podcast“, „Storytelling-Podcast“, „Panel-Diskussion“ usw. die Rede (vgl. Internetquelle 3).

Im Jahr 2017 führte die *AS&S Radio* eine großangelegte Studie durch, bei der 3.000 Podcast-Konsumenten mit Fokus auf die Hörer und ihr Nutzungsverhalten befragt wurden. Einige der zentralen Ergebnisse (vgl. Internetquelle 4) lauten:

- Podcast-Hörer sind tendenziell jünger (31% 14–29 Jahre, 40% 30–40 Jahre),
- die Nutzung findet unregelmäßig über den ganzen Tag verteilt mit einer Ballung am Abend und am Wochenende statt,
- Podcasts werden trotz ihrer Einordnung als „Nebenbei-Medium“ häufig bis zum Ende und mit erhöhter Aufmerksamkeit verfolgt,
- Podcasts werden in den meisten Fällen (45%) über die Webseite der Anbieter abgerufen, während Streamingdienste erst auf Platz 3 liegen (25%),
- die Werbeakzeptanz der Hörer ist sehr verbreitet (>87%), was dafürspricht, dass sie für hochwertige, kostenfreie Inhalte auch Werbung in Kauf nehmen,
- die Bekanntheit des Mediums steigt stetig.

2.2 Der Podcast *Hoaxilla*

Das untersuchte Format „HOAXILLA. Der skeptische Podcast aus Hamburg“

[...] beschäftigt sich mit Modernen Sagen (Urban Legends), Medien, Kultur und Wissenschaft aus Sicht der Skeptiker-Bewegung, ohne sich dabei selbst zu ernst zu nehmen. Das Besondere an HOAXILLA ist die Paarung von Skeptizismus und soziokultureller Betrachtung von Alltagsthemen. Dabei wird es nie trocken, aber immer wissenschaftlich fundiert.

Internetquelle 5

Hoaxilla wird von dem Ehepaar Alexa und Alexander Waschkau produziert und moderiert. Der Titel ist ein Kofferwort aus „hoax“ (englisch „Falschmeldung“, „Scherz“) und – je nachdem, wer der beiden gefragt wird – entweder dem japanischen Filmmonster „Godzilla“ oder dem Internetbrowser „Mozilla“ (vgl. Internetquelle 9, 01:01–02:01). Nach seiner Gründung 2010 trug das Format zunächst den Beinamen „Der skeptische Podcast aus Münster“, später zogen die beiden Moderatoren nach Hamburg. Der Autor und Diplom-Psychologe Alexander Waschkau (vgl. Internetquelle 6) und die Autorin und Journalistin Alexa Waschkau (vgl. Internetquelle 7) produzieren *Hoaxilla* nichtkommerziell in ihren Privaträumlichkeiten. Bisher (Stand: Dezember 2020) sind 265 Folgen sowie zahlreiche Spezialbeiträge erschienen. Das hauptsächliche Themenumfeld ist rund um urbane Legenden, moderne Mythen, Verschwörungstheorien, pseudo- und parawissenschaftliche Bereiche angesiedelt und beleuchtet diese Dinge aus einem skeptischen, naturwissenschaftlichen Blickwinkel. Der Podcast richtet sich somit an Menschen jeder Altersgruppe, die sich für derartige Themen und besonders für rationale Erklärungen, also das sogenannte „Debunking“ (Entlarven) solcher Geschichten, interessieren. Beispielhafte Titel einiger Hoaxilla-Episoden lauten: „Rätsel Bermuda-Dreieck“ (Folge #10), „Spontane menschliche Selbstentzündung (#15), „Roswell, Ufo’s & Co.“ (#33), „Die Mondverschwörung“ (#44), „Chemtrails“ (#54), „Weltuntergang 2012“ (#79), „Bigfoot“ (#82), „Hitlers Schädel und die Operation Mythos“ (#95), „Präastronautik“ (#111), „Die Himmelscheibe von Nebra“ (#120), „Die Nazca-Linien“ (#131), „Parapsychologie“ (#158), „Das Sonnenwunder von Fátima“ (#187), „Stalins Affenmenschen“ (#214), „Reichsbürger und Rauchmelder“ (#220) oder „Déjà-vu Flache Erde“ (#242). (vgl. Internetquelle 16).

Zusätzlich zu dem „klassischen“ Format existieren mehrere Unterkategorien (vgl. Internetquelle 5):

- „HOAXILLA Porträt“: Ein Interview-Podcast, bei dem Gespräche mit Personen geführt werden, die der Skeptikerbewegung nahestehen.
- „HOAXILLA Crime“: Zusammen mit Experten werden historische oder aktuelle Kriminalfälle aufgearbeitet.
- „Behind the Hoax“: Ein Making-of-Podcast, in dem die Waschkau Einblicke in ihre Arbeit an *Hoaxilla* geben.

Weitere Projekte im *Hoaxilla*-Umfeld (vgl. ebd.) sind:

- „The Hoax-Files“: In unregelmäßigen Abständen erscheint im JMB-Verlag ein Buch zu einem bestimmten Schwerpunkt des Podcasts. Sachliche Inhalte werden darin in Schriftform aufgearbeitet und mit einer fiktiven Geschichte verknüpft, in denen die beiden Moderatoren die Hauptrolle spielen.
- „HOAXILLA-TV“: Von 2014 bis 2018 erschienen in dem Online-Fernsehportal *massengeschmack.tv* 100 Ausgaben eines Video-Podcasts, bei dem Alexa und Alexander Themen aus ihrem Podcast neu aufgriffen.
- „WildMics-Specials“: Die Waschkau zählen seit 2020 zur Stammbesetzung von Tommy Krappweis' Gesprächsreihe *Ferngespräch* auf dem Twitch-Kanal *WildMics*. Hauptthemenfelder sind Verschwörungstheorien, Esoterik und ähnliches. Audiofassungen dieser Gespräche werden als Podcast-Format zweitveröffentlicht.

Zum Gesamtkonzept von *Hoaxilla* gehört überdies ein Internetforum (vgl. Internetquelle 15), das Alexander Waschkau als einen „immer wichtigeren Bestandteil“ bezeichnet (GWUP 2011, 8). Im Forum finden sich alle im Podcast angesprochenen Quellen und Hintergrundinformationen. Nutzer können sich dort über die Themen austauschen und eigene Themen diskutieren. Das im Kern nur zweiköpfige *Hoaxilla*-Team wird bei der Betreuung des Forums von mehreren sogenannten Moderatoren unterstützt (vgl. ebd.).

Hoaxilla wurde mehrfach von überregionalen Medien besprochen (z. B. *taz*, *DRadio Wissen*, *Die Welt*, *NDR*; vgl. Internetquellen 10–13) und hat so stetig an Bekanntheit gewonnen. Der *Bayerische Rundfunk* listet *Hoaxilla* als einen der „besten Podcasts weltweit“ (Internetquelle 14). In den ersten beiden Jahren wurde bereits die Grenze von einer Million Downloads überschritten (vgl. Internetquelle 10). Im Jahr 2017 hatte der Podcast etwa 80.000 Abonnenten (vgl. Internetquelle 13), aktuelle Zahlen liegen nicht vor.

In einem Interview mit Mark und Lydia Benecke für das Magazin *SKEPTIKER* (Ausgabe 24/2011) begründet Alexander Waschkau die Entstehung des Podcasts mit dem Bedürfnis, „etwas gegen die wachsende Ausbreitung von parawissenschaftlichem Quatsch in unserer Gesellschaft zu tun“ (GWUP 2011, 5). Er benennt ihre Absicht u. a. damit, zu „zeigen, dass jeder was zur Verbreitung des kritischen Denkens beitragen kann“ (GWUP 2011, 7). Durch das Internet sei es möglich, eine große Zahl Menschen aller sozialen Schichten und Bildungsstände zu erreichen (vgl. GWUP 2011, 5). Alexa hebt die völlige Eigenverantwortung und die gestalterischen und kommunikativen Möglichkeiten hervor, die sie „mit wachsender Begeisterung“ nutzen (ebd.). Die beiden betonen, dass sie keine Professionellen seien. Ihrem im Vorfeld entwickelten Gesamtkonzept seien sie aber bis heute treu geblieben, da es sich bewährt habe und

einen Wiedererkennungswert darstelle (vgl. GWUP 2011, 7). „Zu glatt und professionell“ (ebd.) solle *Hoaxilla* ohnehin nicht wirken. Dem Podcast ist anzumerken, dass sich die Moderatoren akribisch auf jedes Thema vorbereiten.

Im Interview im SKEPTIKER-Magazin sprechen die beiden auch über die Pseudonyme „Hoaxmaster“ und „Hoaxmistress“, unter denen sie ihren Podcast veröffentlichen. Zwar machen sie aus ihrem Familiennamen kein Geheimnis und nennen sich im Podcast beim Vornamen, aber die Kunstfiguren machen es laut Alexa „einfach leichter, Job und Podcast zu trennen.“ (GWUP 2011, 9). Alexander begründet die Verwendung der Pseudonyme mit dem „ganz normalen Verwaltungsjob in einer Anstalt öffentlichen Rechts“ (ebd.), den beide ausübten. „Deshalb müssen wir aufpassen, dass unsere privaten Ansichten nicht mit offiziell dienstlichen verwechselt werden.“ (ebd.). Und schließlich hätte es sich als gutes Marketinginstrument erwiesen, „ein gewisses Mysterium vor sich her zu tragen.“ (ebd.).

2.3 Genrespezifische Einordnung von *Hoaxilla*

Bei den gewöhnlichen, meist wöchentlich erscheinenden Ausgaben von *Hoaxilla* handelt es sich um einen ganz klassischen Themen-Podcast, da pro Episode ein festgelegtes Thema besprochen wird. Eine solche Episode wird auch im Rahmen der vorliegenden Arbeit untersucht. Mit ihren weiteren Kategorien streifen die Waschkaus auch andere Genres (nach Schreyer 2019, 3 f.): „HOAXILLA Porträt“ lässt sich als Mischform aus Themen- und Talk-Podcast einordnen, „HOAXILLA Crime“ als Themen-/True-Crime-Podcast und „Behind the Hoax“ als Themen-/People-Podcast. Während „HOAXILLA-TV“ noch als Videopodcast zählt, verlassen sie mit „The Hoax-Files“ und den „WildMics Specials“ schließlich völlig den Bereich der Podcasts.

2.4 Aufbau und Dramaturgie

Klassische *Hoaxilla*-Episoden schwanken in ihrer Länge zwischen ca. 30 Minuten und ca. 2 Stunden. Die meisten liegen bei 45 bis 70 Minuten. Die Episodendauer ist also nicht festgelegt, sondern richtet sich nach dem Informationsgehalt des Themas. Der Aufbau ist stets gleich:

- *Intro und Begrüßung*: Den Jingle zum Start einer jeden Folge stellt ein rockiges Instrumentalstück von 35 Sekunden Länge dar, über das nach 22 Sekunden eine männliche Stimme (nicht Alexander Waschkau) „*Hoaxilla*. Der skeptische Podcast aus Hamburg“ spricht. Die darauffolgende Begrüßung der Zuhörer erfolgt immer nach demselben Muster und meist im selben Wortlaut, gelegentlich mit geringen Abweichungen. Episode „HMS Terror“ (#260) soll hier als Musterbeispiel dienen: Alexander eröffnet mit „Hallo und herzlich willkommen beim zweihundertsechzigsten Mal bei *Hoaxilla*, dem skeptischen Podcast aus Hamburg. Wie immer bei mir: die wunderbare Hoaxmistress Alexa“, woraufhin Alexa fortfährt: „Hallihallo ihr da draußen, und bei mir ist natürlich wie immer zum Glück der wunderbare Alexander Hoaxmaster.“ (Internetquelle 17, 00:00:34–00:00:49).
- *Trivia/Varia*: Nach der Begrüßung werden in vielen Episoden kurz Informationen vorgebracht, die mit dem Thema der Sendung noch nicht direkt zu tun haben müssen, aber durchaus darauf hinleiten können (z. B. kalendarische Hinweise, Korrektur von Fehlern aus der vergangenen Episode, Bemerkungen zu Privatreisen, Hinweise zu anderen Projekten).

- „*Story der Woche*“: Nach meist ca. 1,5–2 Minuten Laufzeit leitet ein Jingle von 13 Sekunden Länge zur „Story der Woche“ über. Dabei handelt es sich um die Erzählung einer skurrilen Begebenheit, die stets von Alexander angekündigt und von Alexa vorgetragen wird. Ihre Dauer beträgt meist etwa 1–1,5 Minuten. Bis zur Auflösung kurz vor dem Ende der Sendung bleibt offen, ob es sich um eine wahre oder eine erfundene Geschichte handelt.
- „*Thema der Woche*“: Ein 14-sekündiger Jingle markiert den Beginn des eigentlichen Episodenthemas. In recht gleichmäßig verteilten Redeanteilen führen die zwei Moderatoren durch den Hauptteil der Sendung, der zunächst einige Schilderungen von (angeblichen) Fällen, Sachverhalten und Ereignissen beinhaltet und danach zur rationalen Erklärung derselben übergeht. Einzelne Schilderungen oder Erläuterungen werden meist hauptsächlich durch eine(n) der beiden vorgetragen und danach oder währenddessen von dem/der jeweils anderen kommentiert oder ergänzt.
- *Auflösung der „Story der Woche“*: Nach dem Abschluss des Hauptthemas erfolgt (eingeleitet durch einen 15-sekündigen Jingle) die Auflösung, ob die „Story der Woche“ wahr oder erfunden ist. Erneut kündigt Alexander die Auflösung an, meist indem er die Frage direkt an Alexa richtet, welche daraufhin die Lösung verrät und noch einige Zusatzinformationen gibt. Die Auflösung geht meist in einige Sekunden Dialog zur Story über.
- *Trivia/Varia und Abschied*: Vor dem Ende der Episode öffnen die Moderatoren meist noch einmal weitere Themenfelder rund um ihren Podcast, weisen z. B. auf kommende Veranstaltungen, Projekte und Sendungen hin, besprechen Gewinnspiele oder bedanken sich bei ihren Hörern für ihre Unterstützung. Seinen letzten Satz beendet Alexander stets mit der Aufforderung „immer schön skeptisch bleiben“ (Internetquelle 17, 01:13:25–01:13:26), gefolgt von einem Abschiedswort von Alexa (meist „Tschüss“).
- *Hinweis auf Unterstützung und Outro*: In einer abschließenden Audioaufzeichnung von 20 Sekunden Länge weist Alexander (seit Folge #171) darauf hin, dass *Hoaxilla* ein kostenloses Angebot ist und bleiben wird, es aber auf verschiedenen Wegen möglich ist, die beiden in ihrer Arbeit zu unterstützen. Die Erklärung geht in den 40-sekündigen Outro-Jingle über. In vielen, nicht aber allen Episoden richtet sich dieselbe männliche Stimme, die bereits im Intro spricht, hier noch einmal an die Hörer: „Schickt Fragen, Anmerkungen oder Feedback an info@hoaxilla.de. Und wenn ihr mögt, dann bewertet uns doch bei iTunes oder einer der anderen Podcastseiten, die uns führen.“ (Internetquelle 17, 01:14:10–01:14:20).

3 Rhetorische Analyse

Anschließend an die mediale Einordnung des Formates folgen nun Überlegungen zur rhetorischen Situation bei *Hoaxilla*. Zur näheren Betrachtung soll Episode #185 („Grauer Mann von Ben Macdhui“; Internetquelle 20) herangezogen und in einem ersten Schritt zusammengefasst werden.

3.1 Zusammenfassung der untersuchten Folge

Nach dem Intro-Jingle begrüßen Alexander und Alexa in ihrer üblichen Art die Zuhörer. Alexander geht direkt danach zu einer Korrektur von zwei kleinen inhaltlichen Fehlern der vergangenen Episode über. Danach wird, von einem Jingle eingeleitet, die „Story der Woche“ von

Alexa vorgetragen (01:35–03:00). Es geht um einen Waliser, der sich selbst mit der Post von Australien zurück in seine britische Heimat schicken wollte, dabei jedoch viele Stunden kopfüber in eisigen Temperaturen ausharren musste und schließlich in Los Angeles landete. Die beiden sprechen kurz über die Geschichte, dann folgt (bei 03:22) der Jingle, der den Hauptteil der Sendung einleitet. Die Moderatoren ordnen das Thema zunächst geografisch ein (Schottland), wobei sofort ein privater Bezug deutlich gemacht wird (sie waren bereits dort und empfehlen anderen, das Land zu besuchen; 03:42–03:48). Sie weisen darauf hin, dass die Thematik von einigen der Kryptozoologie zugeordnet wird, von anderen den Geistererscheinungen. Der Ort der Geschehnisse wird sodann von Alexa konkretisiert, es geht um den Berg „Ben Macdhui“ (04:13–04:56). Beide zusammen umreißen im Anschluss das fragliche Phänomen des „großen, grauen Mannes vom Ben Macdhui“, einer grauen, zottigen Gestalt, die dreimal so groß wie ein Mensch sein soll und in dieser Gegend angeblich schon von zahlreichen Bergsteigern gesehen wurde (04:57–05:42). Die topografischen Gegebenheiten des Berges allgemein und der gängigsten Sichtungsorte im Speziellen werden beschrieben (05:43–07:18), danach wird der erste und bekannteste Fall geschildert (1925 ereignet; 07:18–12:10), wobei anfangs viel Zeit darauf verwendet wird, die Aufrichtigkeit und Glaubwürdigkeit des Zeugen zu untermauern (Universitätsmitarbeiter, Präsident des Alpinclubs, Mitglied des Mount-Everest-Komitees usw.; 08:01–08:53). Seine Aussage wird sodann simultan von Alexander übersetzt und vorgetragen (09:25–10:56). Anschließend wird ein zweiter Bericht behandelt (1949 ereignet; 12:10–14:52). Er wird von Alexa übersetzt und vorgetragen (12:28–14:53). Alexander spricht kurz darüber, dass es bislang keinerlei konkrete Spuren wie Fotos, Videos oder dokumentierte Fußabdrücke des „Grauen Mannes“ gibt (14:53–15:42). Die nun folgende dritte Fallschilderung (1791 ereignet; 15:43–16:29) geht unmittelbar in die rationale Erklärung des Phänomens über: das sogenannte „Brockengespenst“. Dieser optische Effekt wird durch den Schatten des Beobachters auf einer Wolken- oder Nebelschicht hervorgerufen und führt zur Erscheinung eines vermeintlich riesigen „Schattenwesens“. Alexander gibt zum Brockengespenst und seinem Entdecker Johann Esaias Silberschlag ausführliche Informationen (17:00–22:27), aufgelockert durch einige Kommentare Alexas zum Geist der Aufklärungszeit und zu den Witterungsbedingungen am Ben Macdhui. Kurze Bemerkungen zur Schottlandreise der Moderatoren und ihren atmosphärischen Eindrücken der Landschaft (22:27–23:23) werden von einigen weiteren Erklärungsansätzen zum Phänomen gefolgt (23:23–26:29). Es wird noch einmal kurz der Zwischenfall von 1925 thematisiert, speziell der Hang des Zeugen zum Übersinnlichen (27:08–28:09). Alexander nutzt die Erwähnung des Loch-Ness-Ungeheuers für einen Verweis auf die *Hoaxilla*-Episode zu diesem Thema (28:09–28:19), schließt das Hauptthema daraufhin mit einer knappen Zusammenfassung ab und leitet zur Auflösung der „Story der Woche“ über. Ein Jingle geht Alexas Erläuterungen voraus (die Geschichte des Walisers ist wahr; 28:54–31:59). Alexander beendet die Episode mit Hinweisen zu Online-Angeboten, der letzten und der nächsten Folge *HOAXILLA-TV* sowie zur kommenden regulären Folge (32:00–32:44). Die Verabschiedung erfolgt nach dem üblichen Muster. Es folgen der Hinweis auf Unterstützungsmöglichkeiten und der Outro-Jingle.

3.2 Untersuchungsgegenstände

Da *Hoaxilla* als klassischer Podcast ein rein auditives Format darstellt, können zur rhetorischen Analyse der Kommunikationssituation und der Sprechhandlungen einige Parallelen zur Rhetorik gezogen werden. Rhetorisch zu handeln heißt, sich beim Sprechen bewusst kommunikativer Mittel zu bedienen, um eine bestimmte Wirkung zu erzielen bzw. ein bestimmtes Ziel

zu erreichen. Dies setzt theoretisches Wissen über die spezifische Kommunikationssituation voraus (*techné*). (vgl. Gutenberg 2001, 135 f.). Auch Radiomoderatoren handeln dementsprechend rhetorisch. Nach Schwarzenbach (2005) sind in der Radiorhetorik vor allem drei Untersuchungsgegenstände von Bedeutung: die Kommunikationsbedingungen, die Gestaltungsmittel und die Wirkungsmöglichkeiten.

Die Kommunikationsbedingungen im Radio werden in ganz besonderem Maße davon geprägt, dass sich Sprecher und Publikum zwar räumlich fern sind, Sprecher jedoch meist versuchen, den Eindruck von Nähe zu erwecken – also einer unmittelbaren, möglichst authentischen Kommunikationssituation. Dieses „Distanzproblem“ ist bei Podcasts nicht nur ebenfalls gegeben, sondern (im Vergleich mit Live-Radiosendungen) sogar in größerem Maße vorhanden, da Podcasts vorproduziert werden. Produktion und Rezeption finden also nicht gleichzeitig statt, was durchaus eine Wirkung auf die Zuhörer hat. In Kapitel 3.3 wird die Kommunikationssituation bei *Hoaxilla* beleuchtet.

Zu den Gestaltungsmitteln im Radio zählen der Sprach- und Sprechstil der Moderatoren und selbstverständlich ihre Stimmen. Auch ohne Gestik und Mimik hat die Stimme eines Radiosprechers eine Wirkung auf die Zuhörer und kann in ihnen durchaus einen Gesamteindruck der sprechenden Person hervorrufen (vgl. Bose 2013, 165). Obwohl Redebeiträge im Radio meist im Voraus geplant und strukturiert festgehalten werden, bedienen sich Radiomoderatoren häufig eines spontanen und informellen Sprechstils. Damit soll der Eindruck einer einseitigen Kommunikationssituation aufgebrochen werden. Dieses Inszenieren einer authentischen (Live-)Gesprächssituation bezeichnet Tolson (2006, 11 f.) als „liveliness“. Finke (2019, 30 ff.) nennt neben sprachlichen und stimmlich-artikulatorischen Gestaltungsmitteln zudem thematisch-dramaturgische Gestaltungsmittel. Diese haben insbesondere den Zweck, das Thema der Sendung oder des Beitrags hörer- und senderangemessen umzusetzen. Dabei sollen ein thematischer Spannungsbogen erzeugt und die Kommunikationsbedingungen des Formats miteinander in Einklang gebracht werden. (vgl. Finke 2019, 41). Zu den Gestaltungsmitteln auf technischer Ebene gehören beispielsweise Jingles sowie (bei mehreren Sprechern) die Panoramaverteilung der unterschiedlichen Stimmen. Auf die Gestaltungsmittel des *Hoaxilla*-Podcasts wird in Kapitel 3.5 eingegangen.

3.3 Kommunikationssituation

Dass Podcasts in vielen Fällen in Privaträumlichkeiten produziert werden und man dies als Hörer gelegentlich bemerkt, kann dazu beitragen, dass die gefühlte Distanz zu den Sprechern kleiner wird – etwa, wenn Alexander und Alexa Waschkau während der Aufnahme von ihren Katzen besucht werden und dies auch kommentieren (vgl. Internetquelle 18; 18:34–18:42), oder wenn Alexa darauf hinweist, dass sie „gerade auf ihrem Bonbon rumkaut“ (vgl. Internetquelle 18; 00:42–00:45), was ein Radiosprecher selbstverständlich nicht vor dem Mikrofon täte. In der untersuchten Episode kommt es jedoch zu keinen Zwischenfällen dieser Art. Die Kommunikationssituation zeichnet sich im Wesentlichen dadurch aus, dass zwei sich sehr vertraute Personen – ein Ehepaar – zuhause vor ihren Mikrofonen sitzen und eine unbestimmte Anzahl von nicht anwesenden Zuhörern über ein Thema informieren möchten, das zuvor gründlich recherchiert wurde (im Beispiel der „graue Mann von Ben Macdhui“). Dies geschieht mithilfe von Notizen, aber auch gelegentlichem Nachlesen im Internet. Die Moderatoren schildern Details zum Ort der Geschehnisse, Sichtungsfälle und Erklärungsansätze für ihr (zunächst noch) imaginäres Publikum und sprechen dieses auch gelegentlich direkt an („Ich hätt euch ja noch gerne

länger im Unklaren gelassen“ (Internetquelle 20; 16:56–16:58) / „Ihr könnt uns, wenn ihr mögt, auf unserer Homepage noch erleben bei unserem Vortrag in Köln“ (Internetquelle 20; 32:03–32:10)). Sie treten während der Episode aber auch immer wieder in dialogischen Austausch miteinander. Dass die beiden Sprecher gleichberechtigte Rollen in der Moderation spielen, zeigt sich schon durch einen Abgleich ihrer Redeanteile: Von der reinen Redezeit der untersuchten Folge fallen 44,47% auf Alexander und 55,53% auf Alexa. Lässt man die „Story der Woche“, die jedes Mal von Alexa vorgetragen wird, außen vor, ergibt sich sogar ein Verhältnis von 50,58% (Alexander) zu 49,15% (Alexa). Diese ungefähre 50/50-Verteilung (+/- ≈10%) zeigt sich auch bei einer Redezeit-Auszählung anderer Episoden (siehe Kapitel 3.4). Alexander Waschkau ist in den meisten Fällen zwar der Stimmführende bei den ein- und ausleitenden Worten von *Hoaxilla*, dennoch führen Alexas Redebeiträge selbst ohne Berücksichtigung der „Story der Woche“ – zumindest bei den untersuchten Episoden – zu diesem annähernden Gleichstand.

3.4 Verteilung der Redezeit

Um das Verhältnis der Rededauer beider Moderatoren zu ermitteln, wurden drei Episoden von *Hoaxilla* heruntergeladen und mit der Audio-Bearbeitungssoftware *MAGIX Samplitude 15* untersucht. Bei Jingles und Rednerwechseln wurden die Aufnahmen getrennt und in drei Spuren sortiert (Jingles / Alexander / Alexa), sodass der Redeanteil beider Sprecher übersichtlich dargestellt und ausgemessen werden konnte. Die fünf Jingles einer Folge dauern zusammen 120 Sekunden, dies trifft auf alle untersuchten Episoden zu. Die Gesamtdauer abzüglich 120 Sekunden Jingledauer ergibt also die reine Redezeit. In Folge #185 erklingt vor dem Abschlussjingle ein zuvor aufgezeichneter Hinweis zur Finanzierung des Podcasts, dieser wurde zur Ermittlung der reinen Redezeit ebenfalls nicht mit eingerechnet. Die „Story der Woche“ mitsamt ihrer Auflösung nach dem Hauptteil der Sendung wird immer von Alexa vorgetragen, was den Redeanteil zugunsten der Moderatorin verschiebt. Deshalb wurden zu jeder Folge zwei Redeanteil-Werte ermittelt: einer, der die „Story der Woche“ mit einbezieht, und einer, der sie außen vor lässt. Dass die Redeanteile beider Sprecher zusammen nicht exakt 100% ergeben, liegt in gelegentlichen Überlappungen begründet (gleichzeitiges Sprechen).

Im Folgenden werden die Ergebnisse für die drei Folgen ausführlich in Textform sowie reduziert in Kreisdiagrammform dargestellt.

Episode #103: „Picnic at Hanging Rock“

Inhalt:	das geheimnisvolle Verschwinden dreier Schülerinnen und ihrer Lehrerin im Februar 1900 am „Hanging Rock“ südlich von Melbourne (vgl. Internetquelle 18)
Gesamtdauer:	1959 Sekunden (32 Minuten 39 Sekunden)
Reine Redezeit:	1839 Sekunden
Redezeit Alexander:	673 Sekunden (36,6% der Gesamtredezeit, 41,91% der Redezeit ohne „Story der Woche“)
Redezeit Alexa:	1207 Sekunden, davon 233 Sekunden „Story der Woche“ (65,63% der Gesamtredezeit, 60,65% der Redezeit ohne „Story der Woche“)

Episode #169: „John Titor“

Inhalt: im Internet aufgetauchte Forenbeiträge eines „John Titor“, der sich als zeitreisender Soldat aus der Zukunft ausgibt (vgl. Internetquelle 19)

Gesamtdauer: 1925 Sekunden (32 Minuten 5 Sekunden)

Reine Redezeit: 1805 Sekunden

Redezeit Alexander: 978 Sekunden (54,18% der Gesamtredezeit, 58,04% der Redezeit ohne „Story der Woche“)

Redezeit Alexa: 838 Sekunden, davon 120 Sekunden „Story der Woche“ (46,43% der Gesamtredezeit, 42,61% der Redezeit ohne „Story der Woche“)

Episode #185: „Grauer Mann von Ben Macdhui“

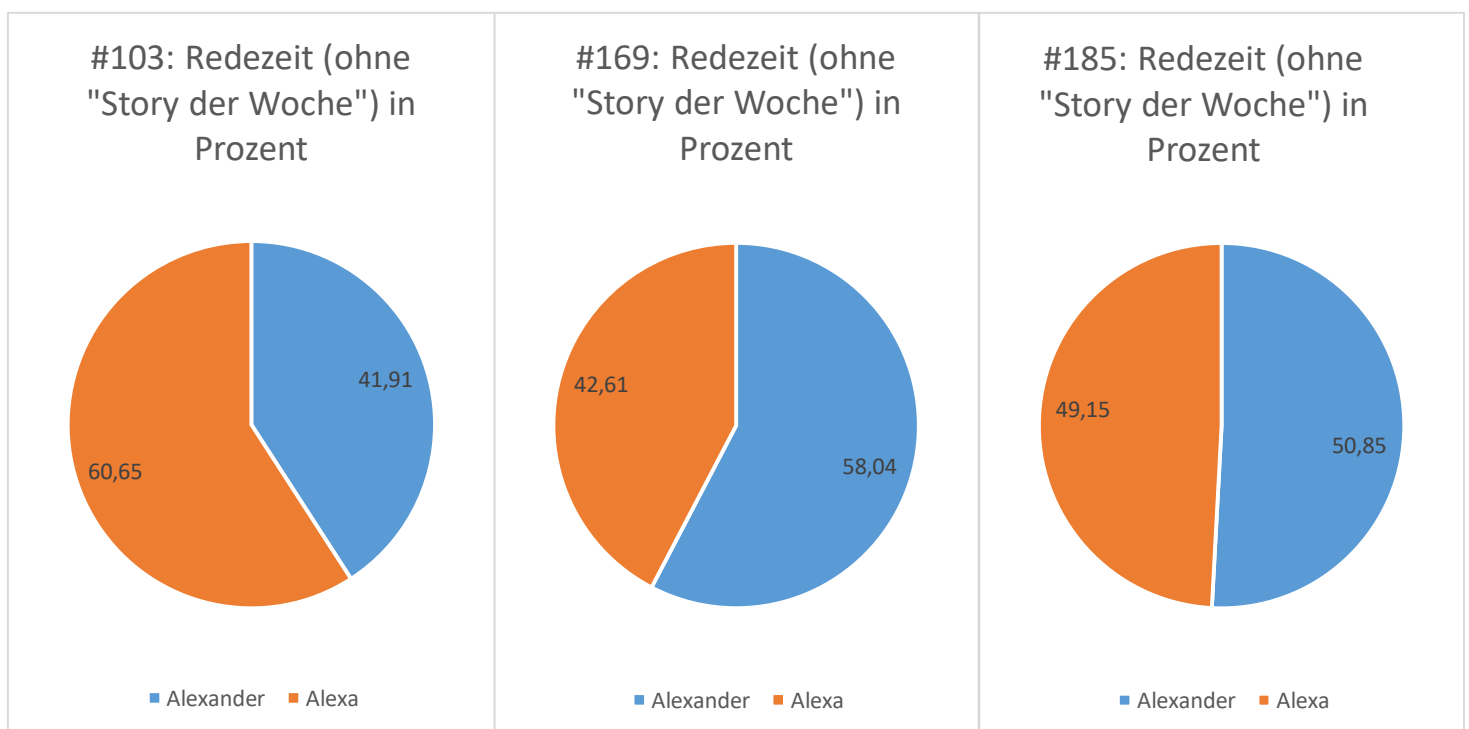
Inhalt: Berichte über eine schattenhafte, übergroße Gestalt, der Wanderer rund um einen schottischen Berg begegnet sein wollen (vgl. Internetquelle 20)

Gesamtdauer: 2033 Sekunden (33 Minuten 53 Sekunden)

Reine Redezeit: 1873 Sekunden

Redezeit Alexander: 833 Sekunden (44,47% der Gesamtredezeit, 50,85% der Redezeit ohne „Story der Woche“)

Redezeit Alexa: 1040 Sekunden, davon 235 Sekunden „Story der Woche“ (55,53% der Gesamtredezeit, 49,15% der Redezeit ohne „Story der Woche“)



3.5 Gestaltungsmittel

Zur technischen Gestaltung werden verschiedene Jingles herangezogen, um die verschiedenen Teile der Sendungen voneinander zu trennen (Intro, „Story der Woche“, „Thema der Woche“, „Story der Woche – Die Auflösung“ und Outro). Die beiden Jingles zur „Story der Woche“ sind mit Ausnahme der begleitenden Worte identisch und haben nicht den rockigen Charakter der übrigen Jingles. Obwohl die beiden Moderatoren während der Aufzeichnung in ihr jeweils eigenes Mikrofon sprechen, werden die fertigen Episoden als Mono-Mix veröffentlicht. Beide Stimmen, alle Jingles usw. sind also in der akustischen Mitte angeordnet. Dies ist bei Podcastproduktionen recht üblich und vor allem aus zwei Gründen sinnvoll:

- Stereo-Dateien sind zum Teil erheblich größer als Mono-Dateien,
- Stereo kann die Verständlichkeit beeinträchtigen, wenn Hörer beispielsweise mit nur einem Kopfhörer im Ohr zuhören, sie (im Auto o. ä.) eine der Lautsprecherboxen schlechter hören können oder eine der Boxen defekt ist.

Monoproduktionen sind also „barrierefrei“, bieten allerdings auch Nachteile. Schon eine leichte Links-Rechts-Verteilung bewirkt bei Gesprächen eine bessere Trennung der Stimmen und einen offeneren Klang. Musik und Einspieler profitieren ebenfalls von Stereo, indem sie „freier“ und professioneller wirken.

Zur sprechsprachlichen Gestaltung der ausgewählten Folge (aber auch aller anderen *Hoaxilla*-Episoden) lässt sich die hohe Alltagsnähe hervorheben. Die Moderatoren haben keine ausformulierten Texte vor sich, sondern wahrscheinlich Stichwortkonzepte und Quelltexte. Fallschilderungen („Story der Woche“, „Grauer Mann“-Sichtungen) ist meist anzuhören, dass sie spontan in eigene Worte gefasst werden. Englischsprachige Originalzitate werden simultan übersetzt, was zwar durch das teils stockende Sprechen deutlich bemerkbar ist, aber ausreichend flüssig geschieht, um als Hörer am Ball zu bleiben (vgl. Internetquelle 20; 09:27–10:56). Immer wieder reden die Moderatoren auch miteinander, führen ihre Sätze gegenseitig fort, sprechen kurz gleichzeitig oder unterbrechen sich (fast immer konstruktiv).

Artikulationspräzision und Sprechspannung sind durchgehend auf mittlerer Höhe angesiedelt, wobei Alexander bei beidem etwas niedriger als Alexa ausfällt, meist deutlich schneller spricht als sie und dabei oft Silben verschluckt. Das tut einem entspannten, angenehmen Höreindruck jedoch keinen Abbruch.

Begrüßung und Verabschiedung werden häufig im exakt selben Wortlaut gehalten (siehe Kapitel 2.4), was dem Wiedererkennungswert dienlich ist und die Distanz zu regelmäßigen Zuhörern verringert. Diese können sich auf einen bestimmten Ablauf verlassen; eine gewisse Vertrautheit mit dem Podcast und seinen Moderatoren entwickelt sich. Die stets an gleicher Stelle vorgetragene „Story der Woche“ sowie die Jingles erzielen dieselbe Wirkung.

3.6 Betrachtung einiger Ausschnitte der untersuchten Episode

In den folgenden Transkripten wird Alexander Waschkau mit „Am“ (für „Alexander, männlich“) bezeichnet, Alexa Waschkau mit „Aw“ (für „Alexa, weiblich“).

Beispiel 1: Gelungene, flüssige Satzübernahme (Internetquelle 20; 05:27–05:45)

- 1 **Aw** man WEISS nicht so genau / wie ich schon sagte / ob es sich jetzt wirklich so um eine art ähm schottischen äh BIGfoot oder <<lachend> was> auch immer handelt / oder eben ein geSPENST //
- 2 **Am** was diesen berggipfel HEIMsucht // lass uns vielleicht zuNÄCHST einmal diesen berggipfel von ben macdhui beSCHREIben //

Alexanders gut getimte Fortsetzung von Alexas Satz wäre unter grammatikalischen oder syntaktischen Gesichtspunkten nicht notwendig gewesen, schließt aber sauber an und dient Alexander zugleich als Überleitung zum nächsten Thema, das er unmittelbar anspricht: die Beschreibung des Berggipfels.

Beispiel 2: Fehlerhafte Satzübernahme, missglückter Satz (Internetquelle 20; 26:16–26:49)

- 1 **Aw** und es hat sich heRAUSgestellt dass diese einfach durch NIEderschlag dann sich gebildet haben / also auch DA äh eher eine natürliche erklärung als irgendwas ÜBERnatürliches //
- 2 **Am** wahrgenommen hat //
- 3 **Aw** <<stimmlos> tja>
- 4 **Am** JA also GREY man von ben macdhui / eine SCHÖne geSCHICHte / ein eine eine mmm geschichte die entweder im bereich der kryptozoologie oder der der GEISTer äh öh [((schnaubt amüsiert))]
- 5 **Aw** [der GHOST club] hatn relativ langen artikel über ähm den grey man / äh kann man auf der entsprechenden seite finden /

Basierend auf der Vermutung, dass Alexa in Zeile 1 „*eher* eine natürliche Erklärung“ sagt (statt „*er* eine natürliche Erklärung“), kann die Passage wie folgt interpretiert werden: Alexa formuliert einen Teilsatz, der syntaktisch zwar nicht vollständig, aber dennoch verständlich ist (der Zuhörer kann das fehlende Prädikat aus dem Zusammenhang erschließen; 1). Alexander versteht Alexas „*eher*“ als „*er*“, nimmt den Satz als unvollständig wahr und beendet ihn mit einem Nachschub, der eigentlich nicht zu Alexas Satz passt (2). Ihr stimmloses „*tja*“ (3) ist eine Reaktion, die viel Interpretationsspielraum lässt; möglicherweise hat sie Alexanders Irrtum bemerkt, möchte ihn aber nicht thematisieren, weil er im Grunde irrelevant ist, und stattdessen einfach mit irgendetwas reagieren. Was folgt, ist ein recht missglückter Satz von Alexander (4), der durch Planungsschwierigkeiten und zahlreiche Häsitationen den Eindruck erweckt, Alexander wäre mit seinen Gedanken nicht ganz bei der Sache – vielleicht ist ihm seine Fehleinschätzung des vorherigen Satzes aufgefallen. Als Alexa ihn durch eine weiterführende Bemerkung ablöst („*rettet*“; 5), signalisiert Alexander durch amüsiert schnaubende Geräusche, seinen misslungenen Satz zu belächeln.

Beispiel 3: Unterbrechen, gleichzeitiges Sprechen (Internetquelle 20; 03:48–04:12)

- 1 **Am** ähm und werden uns diesmal einem THEma wieder widmen / ähm äh das
aus dem äh bereich der [KRYPTozooloGIE im weitesten sinne]
- 2 **Aw** [°hh ()] WEISS
ich nicht / weil also äh TEILweise sagen [die leute hehehehehe]
- 3 **Am** [jetzt widerSPRICHT sie
mir hier schon wieder //]
- 4 **Aw** es gibt beRICHTe die verweisen das son bisschen in den bereich der
KRYPTozologie / es gibt aber auch ANDere berichte nach denen ist
es dann eher wieder so ein thema fürs GHOSThunting / man WEISS es
nicht genau //

Hier zeigt sich möglicherweise, dass die beiden Moderatoren sich dem Thema aus verschiedenen Richtungen genähert haben, vielleicht auf Grundlage ihrer persönlichen Vorlieben (Alexa Waschkau hat beispielsweise bereits ein Buch namens „Ghosthunting“ mitveröffentlicht; vgl. Internetquelle 24). Durch Alexas Lachen und Alexanders gespielter entrüsteter Kommentar zur Unterbrechung (3) werden das lockere Verhältnis der beiden zueinander und die alltagsnahe, informelle Rhetorik deutlich, die den gesamten Podcast prägen. Zugleich wird die relevante Information gegeben, dass es grundverschiedene Theorien zum Thema gibt.

In der Episode fallen einige Stellen auf, die als kleinere Diskrepanzen bezüglich der Dramaturgie bezeichnet werden können. Solche Ereignisse zeigen, dass im Vorfeld der Aufzeichnung keine genauen Absprachen zur zeitlichen Abfolge der Themenkomplexe getroffen wurden. Wann und auf welche Art von einem Punkt zum nächsten übergeleitet wird, ist von einer gewissen Spontaneität geprägt.

Beispiel 4: Diskrepanz in Dramaturgie, gleichzeitiges Sprechen (Internetquelle 20; 16:32–16:59)

- 1 **Aw** äh er hat <<lachend>(xxx xxx)> festgestellt dass ein GANZ
bestimmtes phänOMEN ähm dahintersteckte / ähm das wahrSCHEINlich für
eine VIELzahl von ähm grey man of ben macdhui erfahrungen
verANTwortlich zu machen ist / wenn auch nicht für ALle / ähm weil
nicht alle haben ja auch ne merkwürdige gestalt geSEHN / äh und die
rede ist hier vom BROCKengespenst //
- 2 **Am** meine frau möchte schon AUFLklären // [ich hätt euch ja noch gerne
länger im unklaren gelassen] // JA das BROCKengeSPENST
- 3 **Aw** [<<drängend> ja_a> hehehehehe]

Alexa leitet in Minute 16 von 34 (nach ca. 47% der Sendezeit) zur Auflösung des besprochenen Phänomens über, indem sie eine Beobachtung schildert, für die der Zeuge selbst eine Erklärung finden konnte (1). Alexander hätte diese Phase der Sendung offenbar aus dramaturgischen Gründen erst etwas später eingeleitet (2). Ein Vergleich mit einigen anderen Episoden zeigt, dass der Startzeitpunkt des „Debunkings“ Schwankungen unterlegen ist und sich offenbar nach dem Informationsgehalt des Themas richtet. Zudem ist es mal Alexa, die das Debunking einleitet, mal Alexander.

• #103 („Picnic at Hanging Rock“): Minute 11 von 32 durch Alexa (nach ca. 34% der Sendezeit) (vgl. Internetquelle 18)

• #117 („Alien Big Cats“): Minute 24 von 35 durch Alexander (nach ca. 53%) (vgl. Internetquelle 21)

- #119 („Orbs“): Minute 17 von 47 durch Alexander (nach ca. 36%) (vgl. Internetquelle 22)
- #169 („John Titor“): Minute 23 von 32 durch Alexa (nach ca. 72%) (vgl. Internetquelle 19)
- #209 („Der Todesnebel von London“): Minute 13 von 38 durch Alexander (nach ca. 34%) (vgl. Internetquelle 23)

Bei den Episoden #103, #119 und #209 wird etwa nach dem ersten Drittel der Sendezeit aufgeklärt, also noch früher als in der untersuchten Folge #185. Dass Alexander den Zeitpunkt des Debunkings als zu früh empfindet, obwohl bereits gut die Hälfte der Sendung verstrichen ist, ist vermutlich damit zu erklären, dass das Thema – zumindest nach Alexanders Meinung – genug Gehalt geboten hätte, den Spannungsbogen noch etwas weiter auszureizen.

Beispiel 5: Diskrepanz in Dramaturgie, Unterbrechen und gleichzeitiges Sprechen (Internetquelle 20; 11:42–12:14)

- 1 **Aw** wir können ja nochn ZWEITen bericht äh uns mal VORnehmen /
 2 **Am** was man allerdings sagen kann ist dass dieser bericht von
 neunzehnhundertfünfundzwanzig so als [DER !ZEN!trale bericht über
 den grauen mann von ben macdhui] GILT //
 3 **Aw** [mhm / ja / waRUM das sagen
 wir auch gleich nochmal] //
 4 **Am** und äh was vielleicht AUFFÄLLT an der stelle / das kann man
 vielleicht auch nochmal sagen / ist dass er nicht davon berichtet
 dass er etwas geSEHN [hat] //
 5 **Aw** [genau das] ähm würd ich nämlich äh nachher
 auch nochmal zusammenfassen was für elemente in diesen berichten
 eigentlich MEISTens ne rollen spielen // aber vorher können wir ja
 nochmal ähm zu SPRECHen kommen auf einen BERGsteiger namens
 alexander tewnion /

Hier möchte Alexa mit einem zweiten Augenzeugenbericht fortfahren (1), wird jedoch von Alexander unterbrochen, weil dieser noch eine Anmerkung zum zuvor geschilderten Fall machen will (2). Mit dieser Bemerkung scheint er etwas vorwegzunehmen, was Alexa zu einem späteren Zeitpunkt selbst zu thematisieren beabsichtigt. Sie signalisiert diese Störung mit den bestätigenden Interjektionen „mhm“ und „ja“ und weist, während Alexander spricht, darauf hin, dass darauf „gleich“ noch eingegangen wird (3). Alexander fährt unbeirrt in seiner Rede fort, die darauf abzielt, dass der Zeuge des ersten Falles gar nichts gesehen hat (nur gehört; 4). Alexa unterbricht ihn mit einem etwas hastigen, durch Häitationen geprägten neuerlichen Verweis darauf, dass sie „nachher“ die Aspekte besprechen wird, die Alexander jetzt schon ins Feld führen will (5). Dieses Ereignis ist ein weiteres Zeichen dafür, dass die Sendungen nicht bis ins Detail durchgeplant sind und die Themenreihenfolge nicht verbindlich abgesprochen ist.

Beispiel 6: Metakommunikation über Wortwahl (Internetquelle 20; 02:58–03:08)

- 1 **Aw** wenn die geschichte STIMMT die ich euch [erzählt habe] //
 2 **Am** [((schnaubt amüsiert))
 (xxx) schön dass es ein waLIser ist / ich weiß nicht warum ich die
 die einleitung mit EIN waLIser so schön finde] //
 3 **Aw** [<<lachend>(xxx xxx)>
 hehehehehehehehehehehehe waRUM denn NICHT hehehehehe]

Beispiel 7: Metakommunikation über Artikulation (Internetquelle 20; 04:23–04:43)

- 1 **Aw** und äh ben macDHUI ist teil der cairnGORMS / das ist so ne
geBIRGSkette äh und äh [die]
- 2 **Am** [du] rollst gar nicht genügend das ER /
(xxx xxx) [CAIRRRNGORRRMS heißen]
- 3 **Aw** [ja SOLL ich ja nicht] / es HAM auch leute gesagt ich
soll das nicht tun weil ich keine SCHOTTin bin // man wird ja für
ALles geSCHOLten <<lachend>(irgendwie)> [hehehe] //
- 4 **Am** [ich find das aber so
SCHÖN] wenn du das machst //
- 5 **Aw** also die cairnGORRRMS hehehehe / [genau] //
- 6 **Am** [genau] //

In der untersuchten Folge kommt es außerdem an zwei Stellen zu auffälligen metakommunikativen Bemerkungen. Beide werden von Alexander gemacht und beziehen sich auf Alexas Sprache bzw. Wortwahl (Beispiel 6) und ihre Sprechweise bzw. Artikulation (Beispiel 7). Beide Passagen heben erneut die informelle Kommunikationsweise hervor, die während der Aufnahme der Podcast-Episoden vorherrscht. Die Kommunikationssituation erlaubt durchaus kürzere Abschweifungen zum Thema der Kommunikation an sich.

4 Fazit

Bei *Hoaxilla* handelt es sich um einen privat produzierten Themen-Podcast, der einen festen Aufbau hat und von seinen beiden Moderatoren akribisch vorbereitet wird, aber trotzdem immer wieder von Spontaneität geprägt ist. Verbindliche Absprachen zur Dramaturgie einer Episode scheinen nicht oder nicht immer getroffen zu werden. Häufig kommt es zu Unterbrechungen, überlappendem oder gleichzeitigem Sprechen; ebenso treten gelegentliche kurze Bemerkungen zu eher privaten Angelegenheiten sowie metakommunikative Beiträge auf. Das Publikum wird direkt angesprochen. Der Redeanteil beider Sprecher ist im Mittel recht ausgeglichen. Die alltagsnahe und informelle, dabei aber durchweg publikums- und themenangemessene Sprache sowie die angenehmen Stimmen der Moderatoren ermöglichen ein entspanntes Zuhören und sind sicherlich neben der Themenwelt einer der Gründe für die Beliebtheit des Podcasts. Die Rhetorik von *Hoaxilla* erinnert an zu zweit moderierte Sendungen im Privatrado mit eher jugendlicher Zielgruppe. Bose (2013, 171) sieht die Kompetenzen eines Radiogesprächsmoderators in angemessenem, zielorientiertem und effektivem sprechsprachlichem Handeln, situationsangemessener Gesprächsorganisation, zielbezogener Themenbearbeitung und einer Gestaltung der Beziehung zum Gesprächspartner und dem Publikum auf eine Weise, die Verständigung ermöglicht. Alle diese Kompetenzen können bei den *Hoaxilla*-Moderatoren als gegeben betrachtet werden.

Quellenverzeichnis

Literatur

- Bose, Ines: Medienrhetorik. In: Bose, Ines / Hirschfeld, Ursula / Neuber, Baldur / Stock, Eberhard: Einführung in die Sprechwissenschaft. Phonetik, Rhetorik, Sprechkunst. Narr Tübingen 2013.
- Finke, Clara Luise: Senderidentität und Alltagsästhetik. Radiomoderationen in der Primetime. Vol. 17. Frank & Timme Verlag Berlin 2019.
- Gutenberg, Norbert: Einführung in die Sprechwissenschaft und Sprecherziehung. Europäischer Verlag der Wissenschaften Frankfurt am Main 2001.
- GWUP (Hrsg.): SKEPTIKER Magazin 24. TZ-Verlag und Print GmbH Roßdorf 2011, 5–9.
<http://pictures.hoaxilla.de/pr/Interview_Hoaxilla.pdf> (11.10.2020)
- Mocigemba, Dennis: Warum sie selber senden. Eine Typologie von Sendemodi im Podcasting. kommunikation @ gesellschaft 7, 1–29.
<<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0228-200607051>> (15.10.2020)
- Schreyer, Stephan: Podcast. In: Podcasts in der Unternehmenskommunikation. Springer Gabler Wiesbaden 2019.
- Schwarzenbach, Rudolf: Radiorhetorik. In: Historisches Wörterbuch der Rhetorik Online. De Gruyter Berlin / Boston 2005.
<<https://db.degruyter.com/view/HWRO/radiorhetorik>> (19.10.2020)
- Tolson, Andrew: Media Talk. Spoken Discourse in TV and Radio. In: Edinburgh University Press 2006.

Internetquellen

- 1: <https://www.podcast.de/faq/antwort-4-Was+ist+ein+Podcast%3F/> (26.10.2020)
- 2: <https://www.podcast.de/kategorien/> (26.10.2020)
- 3: <https://podcastwonder.com/podcast-formate/#Panel%20Diskussion> (26.10.2020)
- 4: <http://www.radiozentrale.de/studien-und-daten/studien-pool/spot-on-podcast-studie-ass/> (26.10.2020)
- 5: <https://www.hoaxilla.com/> (27.10.2020)
- 6: <https://www.hoaxilla.com/team/hoaxmaster/> (27.10.2020)
- 7: <https://www.hoaxilla.com/team/hoaxmistress/> (27.10.2020)
- 9: <https://www.hoaxilla.com/hoaxilla-1-cokelore/> (27.10.2020)
- 10: <https://taz.de/Radiosendung-zu-Uebersinnlichem/!5093063/> (27.10.2020)

- 11: <https://www.deutschlandfunknova.de/beitrag/hoaxilla-der-skeptische-podcast-deckt-fakes-auf> (27.10.2020)
- 12: <https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article116076771/Podcast-macht-Jagd-auf-Ver-schwoerungstheorien.html> (27.10.2020)
- 13: <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/medienpolitik/Hoax-als-Hobby-Ein-Ehe-paar-kaempft-gegen-Fakes,hoaxilla108.html> (27.10.2020)
- 14: <https://www.br.de/radio/bayern1/service/podcast-tipps100.html> (27.10.2020)
- 15: <https://www.hoaxilla.com/tag/forum/> (27.10.2020)
- 16: <https://www.hoaxilla.com/episoden/> (27.10.2020)
- 17: <https://www.youtube.com/watch?v=OmERdUuedPo> (30.10.2020)
- 18: <https://www.hoaxilla.com/hoaxilla-103-picnic-at-hangingrock/> (30.10.2020)
- 19: <https://www.hoaxilla.com/hoaxilla-169-john-titor/> (30.10.2020)
- 20: <https://www.hoaxilla.com/hoaxilla-185-grauer-mann-von-ben-macdhui/> (30.10.2020)
- 21: <https://www.hoaxilla.com/hoaxilla-117-alien-big-cats/> (30.10.2020)
- 22: <https://www.hoaxilla.com/hoaxilla-119-orbs/> (30.10.2020)
- 23: <https://www.hoaxilla.com/hoaxilla-209-der-todesnebel-von-london/> (30.10.2020)
- 24: https://www.buecher.de/shop/geister/ghosthunting/bartoschek-sebastian-waschkau-alexa/products_products/detail/prod_id/38509026/ (23.12.2020)