Lokalrundfunktage 2016: Gedanken zur Zukunft des Radios

von ***Inge Seibel*** *am* ***21. Juni 2016***

Die Lokalrundfunktage 2016, deutschlandweit der größte Branchentreff für den lokalen und regionalen Rundfunk, finden am 5. und 6. Juli in Nürnberg statt. Zur zweitägigen Veranstaltung werden rund 80 nationale und internationale Referenten erwartet: ein Forum für Meinungsaustausch, Zukunftsvisionen und die Diskussion von Lösungsansätzen. Radioexpertin Inge Seibel hat ins Programm geschaut und sich Gedanken über die Zukunft des Radios gemacht.

Radio, die letzte analoge Bastion?

Wissen Sie, was mich ärgert? Die pauschale Disqualifizierung des Radios als analoger Format- und Dudelfunk. Gerade nach dem Wechsel von Jan Böhmermann und Olli Schulz vom Radio zum Streamingdienst Spotify ist Radioschelte bei den Medienkritikern scheinbar wieder sehr beliebt. Nehmen wir beispielsweise den von mir ansonsten eigentlich geschätzten Journalisten und Fernsehkritiker Hans Hoff*, der* immer sonntags auf DWDL.de über die großen und kleinen Ärgernisse und Programmperlen im TV schreibt. Kürzlich hat er sich am Radio versucht und mal so richtig auf die Pauke gehauen: „Radio Gaga: Der beste Mix auf den dümmsten Wellen.“

Als sei früher alles besser gewesen, beklagt sich Hoff über angebliches Desinteresse der Mitarbeiter am eigenen Medium und überwiegend „bescheuerte Ansagen der überkumpeligen Art“ wie „Der beste Mix“. Das Radio liegt im Sterben, meint Hoff. Eine weitere pauschale Klage mancher Kritiker, die dem Faktencheck nicht wirklich standhält: Radiosender hielten es nicht für nötig, sich auf die digitale Zukunft einzustellen.

Wirklich? Bei aller Bescheidenheit: Ich widerspreche. Mein ganz normaler Alltag besteht momentan daraus, mir für die Nominierungen des Deutschen Radiopreises von morgens bis abends Radiobeiträge aus der ganzen Republik anzuhören. Überwiegend stoße ich auf intelligente Moderationen, einfallsreiche Comedys, spannende Reportagen und ideenreiche Vor-Ort Events. Und das über Längen von weit mehr als 1.30 Minuten. Egal ob im persönlichen Gespräch, auf Medienkongressen, via Twitter oder Facebook – immer wieder treffe ich auf Radiokolleginnen und -kollegen, die nach wie vor für ihr Medium brennen und mit Spaß – im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten ihrer Sendeanstalten – an neuen Darstellungsformen experimentieren.

Jetzt glauben Sie bitte nicht, ich bin blauäugig und rede mir das Radio schön. Der Sparzwang hat gleichermaßen öffentlich-rechtliche wie private Stationen erreicht. Manchen Sender plagen Nachwuchssorgen. Natürlich gibt es viele Baustellen, die es zu beackern gilt und natürlich hat die mit enormer Geschwindigkeit voranschreitende Digitalisierung sowie die wachsende Konkurrenz neuer Player im Internet – ich sage nur Spotify und Böhmermann – einen Einfluss auf die Radioproduktion und den Zwang, neue Plattformen wie Snapchat, Youtube und Instagram bedienen zu müssen. Schließlich gilt es, sichtbar zu bleiben.

Die Stärken des Radios: Anregungen auf den Lokalrundfunktagen

Aber bitte nicht verzetteln. Radiosender sollten sich in erster Linie auf ihren Kern und ihre eigentliche Stärke besinnen: Das OnAir-Programm, live und in Farbe! Denn wie kein anderes Medium hat Radio mit UKW (oder auch DAB+…) und den millionenfach vorhandenen Empfangsgeräten einen exklusiven und auf simplen Knopfdruck zu bedienenden Kanal: ein Alleinstellungsmerkmal, das vermutlich bisher die Radiobranche als einzige Mediengattung vor der digitalen Disruption verschonte.

Darum bin ich der Ansicht: Genau so wenig, wie Video den Radiostar killte, wird das dem Internet gelingen. Unter

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

einer Voraussetzung: Nicht planlos und panisch den Internettrends hinterher hecheln, aber unbedingt rechtzeitig neue Ausspielwege mit Bedacht testen und gezielt als Promotionplattform für das ureigene Medium nutzen – nicht umgekehrt.

Was ich damit meine: Im Radio nur anteasern, was es dann in epischer Breite und mit viel Aufwand produziert im Netz zu sehen und zu hören gibt – das könnte der falsche Weg sein! Auf Social-Media- und Videokanälen emotionale Pluspunkte einsammeln, die die Radiomarke stützen und promoten: Das ist der richtige Weg.

OnAir gelten die bewährten Radiomaxime und gelerntes Handwerk wie eh und je: Glaubwürdigkeit, Personality gepaart mit Begeisterungsfähigkeit, kreative Themenvielfalt mit professioneller Hintergrundrecherche und (lokale) Nähe zum Hörer, zu der auch Gemeinschaftserlebnisse in Form von originellen Radioaktionen gehören.

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Zu all diesen Basics, die nach wie vor ein gutes Radioprogramm ausmachen, gibt es meines Erachtens eine Fülle an Anregungen, Zukunftsvisionen und Diskussionsgrundlagen bei den Lokalrundfunktagen in Nürnberg.

Snap me if you can

Einer der Referenten, für den allein sich schon eine Reise nach Nürnberg lohnen dürfte, ist Mark Kaye. Zugegeben, der weltweit wohl bekannteste Radiomoderator bei Snapchat ist nicht live vor Ort, dafür aber am 6. Juli mittags live aus Florida zugeschaltet. Zusammen mit dem Multimedia-Redakteur Daniel Fiene wird er zeigen, warum sich Snapchat und Radio so gut ergänzen und wie man mit Hilfe des neuen Dienstes sogar ganze Shows bestreiten kann.

Mark Kaye, kein Teenie mehr, sondern bereits Anfang 40, hat schon im August vor zwei Jahren, nach anfänglicher Skepsis und mehreren Wochen üben, eine Talkshow mit Prominenten via Snapchat kreiert, die sich sogar bestens vermarkten ließ. Nach nur einem halben Jahr hatte er bereits regelmäßig 25.000 Zuschauer. Damit die Haltbarkeit seiner Shows die 24 Stunden auf Snapchat übersteht, hat Kaye die Kurzvideos zur Nachhaltigkeit auch bei Youtube und Facebook eingestellt.

Snapchat, die App mit dem kleinen weißen Geist auf gelbem Hintergrund, ist schon lange keine Applikation mehr allein für Teenager. Wer jetzt meint, das sei aber doch auch nur wieder so ein Trend aus Amerika, vorübergehend und in der Anwendung viel zu kompliziert, der war im Mai nicht in Berlin auf der Digitalkonferenz re:publica.

Gleich mehrere Sessions waren dem Instant-Messaging-Dienst für Smartphones gewidmet, Überfüllung des Veranstaltungsraums garantiert. Mit Snapchat kann man u. a. Fotos und Videos an Freunde verschicken, die nur wenige Sekunden sichtbar sind und sich spätestens nach der zweiten Wiedergabe von selbst zerstören.

„Snapchat ist wichtige Brückentechnologie“

Interessant für Journalisten sind die Snapchat-Storys, deren Lebensdauer immerhin 24 Stunden beträgt. Die Zahl der Nutzer und Produzenten wächst rasant. FC-Bayern, das Weiße Haus in Washington, die Redaktion der Bildzeitung oder Lena Meyer-Landrut, sie alle snappen bereits regelmäßig und ihre Fangemeinde wächst täglich. Lohnt sich der Einsatz auch für Radiosender? Ist Snapchat gekommen, um zu bleiben?

„Das werde ich oft gefragt – wie früher bei Twitter“, sagt Richard Gutjahr, BR-Journalist mit Snapchat-Expertise. „Snapchat ist eine wichtige Brückentechnologie. Es beeinflusst journalistische Darstellungsformen nachhaltig. Natürlich kannst Du mit Snapchat auch erst in zwei Jahren anfangen, aber dann snapst Du halt alleine im Nichtschwimmerbecken.“ Auf Snapchat ist übrigens alles erlaubt, jeder kann sich ausprobieren und sein eigenes Format finden bzw. schauen, ob es bei den Zuschauern ankommt. Es gibt zwar viele Tipps im Netz, „aber noch nicht den einen Leuchtturm“, meint Gutjahr. ‚Learning by doing’: Nicht anders als Mark Kaye hat sich auch Richard Gutjahr das Snappen selbst beigebracht.

Wer Hilfe fürs Selbststudium sucht: Der Social-Media-Marketer Philipp Steuer hat Anfang 2016 ein kostenloses, 85 seitiges eBook mit dem Titel Snap Me If you Can veröffentlicht, das bereits über 10.000 mal heruntergeladen wurde.

Es gilt aktuell als Standard-Lektüre für alle, die Snapchat besser verstehen wollen. Das Kapitel „Snapchat für Journalisten. Hype oder Hoffnung“ hat Richard Gutjahr beigesteuert. Es kann auch einzeln hier abgerufen werden.

Sichtbar werden: Das virtuelle Radio-Studio kommt

Ein Trend, der sich dieses Jahr im Radio abzeichnet: Visuelles Radio aus einem Virtuellen Studio. Einige

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

öffentlich-rechtliche Radiostationen sind bereits mitten in der Planungsphase. In Deutschland könnte vermutlich das Vorzeigeradio des Rundfunks Berlin-Brandenburg (rbb), radioeins, im Herbst mit dem ersten professionell ausgebauten virtuellen Studio auf Sendung gehen.

Auch für den Sender SRF Virus aus der Schweiz macht Radio zum Anschauen so viel Sinn, dass er ein "Visual-Radio-Studio" bauen ließ, das im Gegensatz zu den Berlinern bereits voll funktioniert. Christoph Aebersold, seit März dieses Jahres Leiter Strategie & Angebote im Bereich Junge Zielgruppen des Schweizer Radio und Fernsehen SRF, wird auf den Nürnberger Lokalrundfunktagen berichten, was das Studio im Live-Betrieb alles kann.

Radio SRF Virus ist für ein junges Publikum konzipiert und spielt nach eigenen Angaben Musik abseits des Mainstreams. Das Programm hat keine UKW-Frequenzen, es ist über DAB+, Kabel, Satellit und als Webstream zu empfangen. Der Sender setzt stark auf Social Media-Elemente und Interaktion mit dem Publikum.

Lokale Radiostationen müssen jetzt bitte nicht verzagen nach dem Motto: Ohnehin alles zu teuer. Wen es interessiert, wie auch kleine Redaktionen online sichtbar werden können – ohne aufwändige Live-Streams und ausproduzierte Videobeiträge, sollte sich in Nürnberg am 5. Juli den Vortrag von Aeneas Rooch anhören, Journalist und Solution Manager bei der Firma SCISYS.

Von der Aufnahme bis zum Ausspiel stellt er praktische Ideen vor, wie sich das Radioprogramm bebildern lässt: Wie kommen Fotos und Videos in die Redaktion? Was wird auf DAB+ gezeigt, wenn Musik läuft? Wie präsentiert man Sendungen und Beiträge auf Facebook?

Der Wissenschaftsjournalist macht über die Hälfte seines Lebens Radio. Er liebt es, komplizierte Dinge so zu erklären und zu erzählen, dass Menschen sie verstehen. Außerdem beschäftigt er sich seit Jahren mit den neuen Möglichkeiten, die sich durch Mobilgeräte, Internet und Big Data für modernen Journalismus ergeben. Lange Jahre arbeitete Rooch für den Lokalsender Radio Bochum, für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk entwickelt er neue Sendekonzepte und hat feste Sendeschienen beim WDR und BR.

Mobile First?

Online First war gestern. Angesichts der Dichte und des Siegeszug der Smartphones heißt es jetzt für alle, die auch im Netz publizieren müssen: Mobile First. Inhalte für das Netz müssen so aufbereitet werden, dass sie zur veränderten Art des Medienkonsums passen. Das heißt: snackable und shareable; für den kleinen Bildschirm und nicht mehr überwiegend für den Desktop. Aber „Mobile first" bedeutet nicht „Mobile only", schon mal gar nicht beim Radio, das trotz der Konkurrenten aus dem Internet immer noch zu den schnellsten Medien zählt.

Hannes Mehring, Founder und CEO von CrowdRadio aus Erfurt, warnt davor, den gedanklichen Umstieg auf die überwiegende Nutzung durch mobile Bildschirme zu verschlafen. Konkurrenz komme nicht nur von anderen Radiosendern, sondern vor allem durch Influencer auf YouTube, Instagram & Co.

„Der Empfang von Onlineradio findet immer mehr über mobile Geräte statt", weiß Mehring aus diversen Online-Nutzungsstudien. „Wenn das OnAir-Programm also künftig ohnehin verstärkt auf mobilen Plattformen gehört wird, dann liegt die Verknüpfung des Online-Streams mit dem multimedialen Second Channel auf einer mobilen Plattform nahe."

Damit Radiosender mit der veränderten Mediennutzung ihrer Hörer Schritt halten können, verspricht der CrowdRadio-Gründer auf den Lokalrundfunktagen in Nürnberg am 5. Juli einen praxisnahen Vortrag mit vielen anschaulichen Beispielen zum Mitschreiben und Nachahmen.

Weitere Highlights im Programm der Lokalrundfunktage: Sender aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

präsentieren ihre erfolgreichsten Radioaktionen. Die Moderatorengeneration der heute 20- bis 30-Jährigen präsentiert ihre Vorstellung von modernem Radio, darunter Julia Bamberg von Bremen Vier, die 2015 den Deutschen Radiopreis in der Kategorie „Newcomer“ gewann.

Programmberaterin Yvonne Malak wird ihre Erfahrungen vom ersten Radio-Casting-Day Ende Juni in Sachsen schildern, vielleicht auch ein Modell für andere Bundesländer. Und Redakteure vom lokalen Radio und Fernsehen diskutieren mit Dennis Horn über den richtigen Umgang mit der Community, wenn Shitstorm und Kommentarflut auf Plattformen wie Facebook drohen.

Zum guten Schluss: Content wins the battle

Guter Content ist das A und O auch beim Radio. Versäumen sollte man daher nicht die Diskussion in Nürnberg über Inhalte mit Experten aus den unterschiedlichsten Radiostationen. Die zentrale Frage lautet: Welche Inhalte muss Radio heute liefern, um sich im Wettbewerb zu behaupten? Auf keinen Fall Belangloses und Austauschbares, denn jetzt lauert auch im Bereich Wort die Konkurrenz im Netz.

Streamingdienste wie „Spotify“ setzen nicht mehr nur auf Musik, sie werben bereits Moderatoren und ganze Sendungsinhalte ab. Die Amazontochter „Audible“ veranstaltet unter dem Motto „Call for Papers“ einen Wettbewerb für Podcastkonzepte und das renommierte amerikanische Radionetzwerk NPR wirkt seit dem Frühjahr angesichts der wachsenden Konkurrenz aus dem Netz nervös: Moderatoren und Nachrichtensprechern wurde vom Nachrichtenchef untersagt, Podcasts, App und Website weiter OnAir zu bewerben – die Hörer sollen am Radiogerät bleiben.

Podcasts: eine Gefahr für das Radio?

In Amerika scheinen Podcasts tatsächlich zu boomen und Medienkonzerne nehmen für die Produktion richtig Geld in die Hand. Ein Blick über den Teich auf den US-Markt zeigt: Kaum ein etabliertes Medium, das nicht auch an Audio bastelt und eigene Teams dazu abstellt. „Das Wall Street Journal hat inzwischen genauso eine Podcast-Abteilung wie der US-Ableger des Guardian und der Sportsender ESPN“, hat der in New York lebende Journalist Christian Fahrenbach für das Mediummagazin recherchiert.

Sind Podcasts eine Gefahr fürs Radio? Jein, möchte ich antworten. Podcasts sind Konserven, Radio ist live und damit Gemeinschaftserlebnis. Diesen Vorteil gilt es zu erhalten. Schluss daher mit übermäßigem Voice-Tracking – bei einigen Sendern, nicht immer den kleinsten, übernimmt mittlerweile bereits ab 18 Uhr der Kollege Computer. Eigentlich ein No-Go.

Derzeit werden die deutschen Hitlisten diverser Podcastcharts eindeutig von Radioproduktionen beherrscht, die in der Regel eine Zweitverwertung des Programms sind. Damit das so bleibt, sollten Radiomanager darüber nachdenken, ob sie den Rotstift weiter im Programm ansetzen. Audio ist sexy – hey, Radio ist Audio!

Veranstaltungshinweis

Die 24. Lokalrundfunktage in Nürnberg sind deutschlandweit der größte Branchentreff für den lokalen und regionalen Rundfunk: Rund 1200 Teilnehmer aus der Rundfunk- und Medienwelt informieren sich über neue Trends, Technologien und Produkte im Fernseh- und Radiomarkt. Das Programm der Lokalrundfunktage umfasst Workshops, Diskussionsrunden und Vorträge von rund 80 nationalen und internationalen Referenten. Eine Anmeldung ist noch möglich. Auf der Eröffnungsveranstaltung der Lokalrundfunktage werden die BLM Hörfunk- und Lokalfernsehpreise verliehen und die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern 2016 präsentiert.

Termin: Dienstag, 05. Juli 2016 von 9.00 bis 17.30 Uhr und Mittwoch, 06. Juli 2016 von 9.00 bis 16.00 Uhr

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Ort: NCC Ost der MesseNürnberg, Ebene 1-3

© 2024 Bayerische Landeszentrale für neue Medien