

Mehr Radio, mehr Audio – die Medientage München 2014

von **Marcel Tuljus** am **1. September 2014**

Dass Radio bei der Mediennutzung eine große Rolle spielt, zeigen die Ergebnisse der Funkanalyse Bayern oder auch der Media-Analyse. Dass Radio aber auch vor großen Herausforderungen steht, wird daraus ebenso deutlich. Beides sind Gründe sich auf den Medientagen München vom 22. bis 24. Oktober 2014 sich noch intensiver mit den Themen Radio und Audio zu beschäftigen. Die BLM organisiert als Mitveranstalter mehrere Panels der #mtm14. Hier gibt es einen kurzen Überblick über die Radio- und Audiothemen.

So gibt es dieses Jahr einen Radio-Gipfel – eine reine PD-Runde. Marc Jäggi (Radio 24, Zürich), Martin Kunze (ANTENNE BAYERN), Walter Schmich (B3/BR), Karen Schmied (Fritz/rbb), Georg Spatt (Ö3, Wien) und Ina Tenz (radio ffn) diskutieren über die veränderte Radiowelt. Die mobile Nutzung, DAB+, personalisiertes Radio und auch Musik-Streaming-Dienste stellen die Programmchefs vor neue Herausforderungen in der Programmplanung. Die Radiostationen müssen dafür sorgen, dass sie und ihre Marke auf allen Kanälen für den Hörer auffindbar und empfangbar sind. Das ist Voraussetzung die jungen Hörer zu erreichen und zur Interaktion zu bewegen.

Erstmals wird im Rahmen der MEDIENTAGE der BLM und BVDW Webradiomonitor 2014, eine umfassende Marktanalyse zum Thema Internetradio und Online-Audio-Angebote in Deutschland, präsentiert. Die Studie wurde von Goldmedia im Auftrag der BLM und des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) durchgeführt und liefert eine Übersicht zu Anbietern, Inhalten, Nutzung sowie Werbeumsätzen und stellt damit Webradio- bzw. Online-Audio-Anbietern, Werbungtreibenden, Media- und Werbeagenturen sowie allen Interessierten wichtige Brancheninformationen bereit. Mehr Infos zum Webradiomonitor gibt es auch hier.

Gleich im Anschluss und passend dazu gibt Olaf Lassalle, Geschäftsführer agma einen Status Quo zum Weg der ma IP Audio zur Konvergenzwährung. Gemeinsam mit Michael Enzenauer (k2 mediasales), Henriette Hoffmann (RMS Radio Marketing Service) und Dieter K. Müller (ASS Radio) diskutiert er im Anschluss unter der Moderation von Caroline Grazé (Radio NRJ) die nächsten Schritte der Fusion aller ma-Daten in eine Konvergenzwährung. Wie sollen künftig vergleichbare Hörerzahlen in der ma Radio für alle Übertragungswege ermittelt werden?

Neue Moderationswelten

Im Panel „Moderation 2.0 – Mehr als nur on air“ zeigen Top-Moderatoren, wie sich ihr Job verändert hat, denn Moderatoren müssen in Zukunft noch mehr leisten als bisher. Social Media, Video-Content und Off Air-Präsenz gehören mittlerweile fest zur tatsächlichen Jobbeschreibung. Denis Avdič, Top-Moderator von Radio 1 aus Slowenien, wird in seiner Keynote nicht nur schildern sondern auch live zeigen, was es bedeutet eine Personality zu sein, und zwar jederzeit, überall und auf jedem Kanal. Weitere Vorträge gibt es von dem Moderatoren-Duo von N-JOY Jens Hardeland, Moderator und Andreas Kuhlage sowie von Daniel Storb von bigFM.

„Ich verstehe dein Radio nicht“ lautet der Titel eines weiteren Panels. Es beschäftigt sich mit dem Mediennutzungsverhalten Jugendlicher. Sie wollen mitmachen, gestalten und interagieren. Personalisierung, Interaktion und Flexibilität sind Schlagworte, die für die Jugend eine Grundvoraussetzung für den Medienkonsum sind. Dazu kommt die verstärkte mobile Nutzung, welche die Bedingungen für Radiostationen ändert.

Wie, wann und wo konsumieren Jugendliche Medien? Wie sehen junge Menschen das Radio und was sind ihre Bedürfnisse? Welche Schlussfolgerungen müssen die Radiostationen daraus ziehen? Die passenden Daten dazu liefert Sabine Haas von result – Institut für digitalen Wandel in Ihrem Einführungsvortrag. Im Anschluss diskutieren Dr. Wolfgang Gushurst (DASDING), Rüdiger Landgraf (KRONEHIT, Wien) und Mona Rübsamen

(FluxFM) drei Radioexperten auch mit Max Neubert von JungFM, einem 17-jährigen Gymnasiasten aus Kulmbach, der in seiner Freizeit mit Leidenschaft Radio macht.

Wie die digitale Welt Radio verändert

Den Abschluss der BLM-Radiopaneln macht „Das Radio der Zukunft – Technik und Trends“. Alexander Erk vom IRT spricht über die Entwicklung von HbbRadio. Florian Novak von Radio LoungeFM zeigt in einer Live-Demo, wie man den Missing Link zwischen Radio und Smartphone herstellen kann, um zusätzliche Dienste anzubieten.

Zusätzlich gibt es im Rahmen des Panels noch ein Spezial: Die Vorstellung des Deutschen Radioplayer nach dem Vorbild des UK Radioplayer. Michael Hill, Managing Director des UK Radioplayer und Hans-Dieter Hillmoth, Geschäftsführer & Programmdirektor Radio/Tele FFH stellen erstmals den Deutschen Radioplayer einem Fachpublikum vor.

„Radio meets Streaming Music“ beschäftigt sich mit der richtigen Strategie von Radiosendern in Sachen Streaming-Diensten – Konkurrenz, Koexistenz, Kooperation? Musik-Streamingservices boomen. Doch über ihr Verhältnis zum Radio gehen die Meinungen auseinander, von „keine Gemeinsamkeit“ bis „ernsthafte Konkurrenz“ – schließlich könnten die neuen Angebote zulasten der Radiosender erhebliche Reichweiten und eine hohe Nutzungsdauer erreichen. Und: Streaming-Dienste zielen wie Radio auf Audio-Werbebudgets. Dennoch sehen viele Experten für Radio mehr Nutzen als Bedrohung. Was beschreibt am besten das Verhältnis von Radio gegenüber Musik-Streaming-Angeboten? Was muss Radio tun, um sich künftig neben diesen Diensten klar zu positionieren?

Insgesamt 10 Radio- und Audio-Panels auf den #mtm14

Neben den Themen der BLM gibt es noch weitere spannende Panels. Die EBU spricht in „Smart Radio in Smartphones – Warum Radio mobil bleiben wird“ über die digitale und hybride Zukunft des Radios. „All Business is local? Lokaler Rundfunk 2020“ lautet der Titel der Gastveranstaltung des VBL. Und der VPRT spricht im Panel „Smart und im Ohr: Die Radio-Zukunft“ über die neue Radiowelt.

Die Medientage München finden vom 22. bis 24. Oktober 2014 im Internationalen Congress Center (ICC) in München statt.

Aktuelle Infos über die Medientage München gibt es unter www.medientage.de, aber auch bei Twitter (#mtm14) und facebook.