

25 Jahre Lokalrundfunktage: Wie Daten der Programmoptimierung nützen

von **Beate Hones** am **13. Juni 2017**

Programm, Marketing, Technik – was gibt es Neues im lokalen Rundfunk? Was sind die innovativen Ideen? Und in welche Richtung entwickeln sich die lokalen Radio- und TV-Sender? Das wird seit 25 Jahren auf den Lokalrundfunktagen in Nürnberg diskutiert, dieses Jahr vom 4. bis 5. Juli im Messezentrum Nürnberg. Zu den Schwerpunktthemen gehört die Frage, welchen Nutzen Moderatoren und Programm-Macher aus der Unmenge an Daten ziehen können, die ihnen zur Verfügung stehen.

Was gibt's Neues im lokalen Rundfunk? 25 Jahre Lokalrundfunktage

Die Rundfunkbranche entwickelt sich ständig weiter. Permanent gibt es neue Technologien, Programminnovationen werden entwickelt, Radio und Fernsehen sind im digitalen Wandel. Auf dem ersten Lokalrundfunktag 1993 drehte sich alles um die die Kernthemen des Radios: Moderation, lokale Programmkonzepte und Ausbildung im Rundfunk. 2017 geht es zusätzlich um die digitalen Kanäle, also wie Radio- und TV-Stationen Social Media oder Personal Assistants optimal nutzen können, um ihre Inhalte mit möglichst hoher Reichweite zu verbreiten? Das ist nur eine der Fragen, die am 4. und 5. Juli diskutiert werden.

Mehr als Musik

In Zeiten von Spotify und Streaming-Diensten muss sich Radio über mehr definieren als nur über Musik. Und die Moderatoren sind mehr als nur „Musikabspieler“. Denn sonst sind die Sender einfach nur austauschbar. Wie aber können sich die Stationen – gerade auch die lokalen – in Unikate verwandeln?

Radio-Urgestein Viktor Worms hält die Positionierung eines Senders durch Menschen für besonders wichtig. Er ist überzeugt, dass wir mehr als nur Moderatoren brauchen, die Slogans unfallfrei herunterbeten können. Wir brauchen vielmehr Talente, die uns Geschichten erzählen, die uns berühren, die uns zum Lachen bringen!

Genau darüber diskutiert er auf den Lokalrundfunktagen u.a. mit dem österreichischen Radiomoderator Robert Kratky, der den Ö3-Wecker moderiert und das ist, was man einen Radiostar nennt – mit Ecken und Kanten, aber eben einer, der Geschichten erzählen kann.

Daten für die Programmoptimierung einsetzen

Woher aber wissen die Radiomacher, welche Geschichten die Zuhörer bewegen, welche Themen interessieren? Erfahrungswerte, Kalendereinträge oder Brainstorming in der Redaktionskonferenz haben bislang das Programm beeinflusst. Heute liefern allein die verschiedenen Social Media-Portale eine Unmenge an Daten, die Radio für sich nutzen kann.

Dabei ist das amerikanische Sendernetzwerk NPR Vorreiter. Joel Sucherman, Director of Digital Products bei NPR, zeigt, wie Daten zum Beispiel für die Programmoptimierung eingesetzt werden können. Und Timo Fratz von Radio Bielefeld stellt vor, wie er die Interaktion auf Facebook nutzt, um Inhalte zu generieren.

Aktuell und authentisch

Lokales Fernsehen ist wieder auf dem Vormarsch. Vor allem jetzt, wo der Begriff „Fake News“ allgegenwärtig und das Vertrauen in die Medien mehr schlecht als recht ist, können die „Lokalen“ punkten. Sie sind aktuell, authentisch und vor Ort. Ilka Meierhofer von TV Aktuell Ostbayern in Regensburg erzählt bei den Lokalfunktagen, wie sie und ihre Kollegen den Zuschauern Vertrauen entgegenbringen, damit diese das Vertrauen in die Medien wieder gewinnen.

Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

Mehr erfahren

Video laden

YouTube immer entsperren

Auch beim Fernsehen sind neue Plattformen wie Amazon Fire TV, Apple TV oder Android TV allgegenwärtig und werden immer stärker. Die neuen Kanäle bieten viele Vorteile, die Zuschauer zielgruppengerecht zu erreichen. Welche Tools die besten sind und welche Möglichkeiten lokale Stationen haben, zeigen Christian Dutz von Web1TV und Ralf Kühnl vom Rhein-Neckar-Fernsehen mit Beispielen aus der Praxis.

Emotionen und Programmatic Advertising

Emotionen sind Trumpf – auch in der Werbung! Wie diese über's Ohr ins Herz geht, ist Gegenstand einer Studie vom Beratungsunternehmen september Strategie & Forschung. Sie belegt die unsichtbare emotionale Reaktion auf verschiedene Radiospots und zeigt, welchen Effekt diese auf das emotionale Profil der beworbenen Marken haben.

Im Marketing spielen auch Daten eine entscheidende Rolle. Programmatic Advertising ist das Stichwort. Nutzerdaten sind hier ein essentieller Bestandteil. Ohne ihren Einsatz ist Programmatic Advertising lediglich eine Automation des Buchungsvorgangs. Warum wir im Jahr 2017 nicht nur eine Kommunikations- sondern auch eine Datenstrategie brauchen, stellen u.a. Dirk Ritters und Frank Nolte auf den Lokalfunktagen vor.

Local Web Conference erstmals in die Lokalfunktage integriert

Erstmals findet auch die Local Web Conference im Rahmen der Lokalfunktage statt, bei der auch das Thema Daten eine große Rolle spielt. Am 5. Juli, dem zweiten Tag der Lokalfunktage, gibt es ein spannendes Programm rund um Strategien und Innovationen von Medienhäusern.

Mehr Infos

... zum Programm der Lokalfunktage und der Local Web Conference sowie die Möglichkeit zur Online-Anmeldung sind auf den beiden Websites zu finden.