"Wir wollen auch im Web mitbestimmen, was auf der letzten Webradio-Meile hin zum Hörer passiert."

von ***Marcel Tuljus*** *am* ***8. September 2014***

Vor über drei Jahren wurde in Großbritanien der UK Radioplayer gelauncht – ein Gemeinschaftsprojekt der BBC und der privaten Radiostationen. Seitdem wird die Entwicklung ständig vorangetrieben und immer mehr Features für den Nutzer und die Radiostationen wurden eingebaut. In Deutschland hingegen war man lange Zeit skeptisch. Ein gemeinsamer Weg der Radiostationen scheint nun geebnet, um den bereits existierenden Aggregatoren auf dem Markt Konkurrenz zu machen. Hans-Dieter Hillmoth, Geschäftsführer & Programmdirektor Radio/Tele FFH, ist Mitinitiator des Deutschen Radioplayers. Auf den Medientagen München (22.-24. Oktober 2014) stellt er das deutsche Pendant des UK Radioplayers der Öffentlichkeit vor. BLMplus hat sich im Vorfeld mit ihm darüber unterhalten.

BLMplus: Herr Hillmoth, was ist der Status Quo des Deutschen Radioplayers?

Hans-Dieter Hillmoth: Im April haben sich die deutschen Radiosender in Frankfurt getroffen, um über eine gemeinsame, rein technische Webradio-Plattform, einen Aggregator, zu unterhalten. Dafür wurde vor wenigen Tagen die Deutsche Radioplayer GmbH gegründet, die das rechtliche Gefäß für die Aktivitäten sein wird. Wir arbeiten zusammen mit den Radiokollegen in Großbritannien, die den UK-Radioplayer betreiben – eine Gemeinschaftsaktion von BBC und privaten Radios.

Wie viele Radiostationen wird der Player zum Start vorweisen können?

Wir gehen davon aus, dass es mindestens 140 Sender sein werden. Wir wollen das Angebot für den Hörer übersichtlich halten und uns auf die Angebote aus Deutschland beschränken.

Woran liegt es, dass die ARD und manche private Stationen momentan noch zögern?

Rom wurde auch nicht an einem Tag erbaut. Und auch bei den Privaten gab´s intern einigen Abstimmungsbedarf. Genauso ist es bei der ARD. Gut Ding will Weile haben.

Warum ist ein gemeinsamer Player der Radiostationen notwendig?

Die deutschen Radiosender wollen ein Angebot machen, was das Radiohören auch im Digitalen fördert. Da gibt es schon erfolgreiche Aggregatoren – aber keinen, den die Radios selber machen. Um es auf den Punkt zu bringen: Wir wollen auch im Web mit-bestimmen, was auf der letzten Webradio-Meile hin zum Hörer passiert.

Wo sehen Sie denn die Vorteile eines gemeinsamen Players gegenüber anderer Aggregatoren für die Sender und Nutzer?

Wir wollen noch nicht zu viel verraten, das wollen wir dann im Oktober tun bei den Münchner Medientagen. Die Non-Profit-Plattform radioplayer.de ist aber auch bemerkenswert dahingehend, dass es zu glücken scheint hoffentlich alle deutschen Radios zum gemeinsamen Handeln zu bewegen. Das kam ja bisher auch nicht so oft vor.

Die gegründete GmbH ist quasi eine Non-Profit-Organisation. Profit soll und kann es den beteiligten Stationen aber trotzdem bringen. Was sind die Vermarktungsmöglichkeiten, die der Player bringt?

Die Plattform soll vor allem dazu dienen, das Hören von Radio weiter zu fördern. Die ARD darf ihre Webradio-

© 2026 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Angebote nicht vermarkten, die Privaten versuchen dies mit zunehmendem Erfolg. Der Radioplayer kann beide Notwendigkeiten abbilden. Das haben die Briten vorgemacht.

Wie sieht der Fahrplan momentan aus? Wann wird es erste Blicke auf den Radioplayer geben?

Wir werden in diesen Tagen den Vertrag mit UK-Radioplayer unterschreiben, dann bedarf es einiger Vorbereitungen. Anfang des Jahres werden die ersten Radiosender „on air“ sein. Und es wird von den einzelnen Radiosendern abhängen, welchen Content sie in den Radioplayer stellen – einfach nur ihr Logo oder richtig viel Service-Inhalte. Darum müssen sich die Sender selbst kümmern.

Weitere Infos:
Medientage München – Panel: Das Radio der Zukunft – Technik und Trends

© 2026 Bayerische Landeszentrale für neue Medien