

### III MEDIENTREFF 2017:

Verstehen – Vertrauen –  
Verantworten

Der NRW-Radiogipfel  
in Siegburg

## Gipfeltreffen mit Perspektiven: Debatten über Digitales & DAB+

Etwa achtzig Teilnehmer beim 9. Medientreff NRW

**Nirgendwo sonst können Medien so rasch Glaubwürdigkeit gewinnen oder verlieren wie auf lokaler Ebene. Das spürt auch die Lokalfunk-Branche in Nordrhein-Westfalen. Beim 9. Medientreff NRW, der erstmals im neuen Domizil des Katholisch-Sozialen Instituts (KSI) in Siegburg stattfand, diskutierten Programmmanager und -verantwortliche am 7. und 8. September darüber, was Lokalfunkprogramme für die digitale Zukunft krisenfest und glaubwürdig macht. Es ging um konstruktive Rezepte und darum, wie bei Zuhörern und Mitarbeitern Vertrauen gewonnen werden kann. Das Motto auf dem NRW-Radiogipfel lautete deshalb „Verstehen – Vertrauen – Verantworten“.**

Es sei eine große Herausforderung, im Zeitalter digitaler Medien angesichts von Fake News, Hate Speech oder Lügenpresse-Vorwürfen verantwortungsbewusst um Glaubwürdigkeit zu kämpfen, sagte zur Begrüßung **Stefan von der Bank**, der die Hauptabteilung Medien und Kommunikation des Erzbistums Köln leitet und stellvertretendes Mitglied der LfM-Medienkommission ist. Er betonte, Glaubwürdigkeit, Transparenz und Nähe würden „gerade im lokalen Bereich immer mehr an Bedeutung gewinnen“. Von der Bank plädierte für einen fundiert recherchierten und professionell aufbereiteten Lokaljournalismus: „Wir brauchen unabhängige kritische Medien vor Ort, vielleicht mehr denn je.“

LfM-Direktor **Dr. Tobias Schmid**, der zum Zeitpunkt der Veranstaltung Termine in London hatte, sprach im Video-Interview mit Tagungsmoderator **Thorsten Kabitz** (Chefredakteur Radio RSG) von „ganz guten Startbedingungen“ für den Lokalfunk. Die Audio-Nutzung nehme zu, Hörfunk sei in Nordrhein-Westfalen sehr präsent. Nähe und Authentizität seien große Vorteile für den Lokalfunk. Allerdings würden im Internet neue Wettbewerber wie etwa Spotify an Bedeutung gewinnen. Ähnliches hatte beim Medientreff NRW in den vergangenen beiden Jahren auch Schmid's Vorgänger Prof. Dr. Jürgen Brautmeier gesagt. Der neue LfM-Direktor aber warnte, der Hörfunkmarkt in Nordrhein-Westfalen lasse sich nicht abschotten. Während Brautmeier zuletzt vom neuen digitalen Übertragungsstandard DAB+ als Verbreitungsweg der Zukunft abgeraten hatte, äußerte sich Schmid ein wenig anders.



Im Video-Interview: LfM-Direktor Dr. Tobias Schmid

Schmid argumentierte, er sei sich zwar nicht sicher, ob DAB+ der Distributionsweg der Zukunft sei. Vielleicht sei das Verfahren aber so lange als „Brückentechnologie“ erforderlich, bis Hörfunk komplett via Internet verbreitet werde. Sollten über den zweiten bundesweiten DAB+-Multiplex neben dem Lokalfunk weitere privatwirtschaftliche Hörfunk-Programmanbieter Zugang zum nordrhein-westfälischen Hörfunkmarkt erhalten, könnte es wichtig werden, dass auch der Lokalfunk über eine DAB+-Verbreitung verfüge. Über die Kosten für eine Abbildung der nordrhein-westfälischen Lokalfunklandschaft auf das DAB+-System lägen ihm keine Zahlen vor, erklärte der LfM-Direktor. Alles in allem habe er zur DAB+-Frage „keine abschließende Antwort“. Betriebsgesellschaften, Veranstaltergemeinschaften und LfM müssten über alle möglichen Optionen diskutieren. „Wenn es eine Entscheidung dagegen gibt, dann möchte ich wenigstens, dass sie bewusst fällt und nicht aus Versehen“, warnte Schmid nachdrücklich vor passivem Abwarten.

Zum Zwei-Säulen-Modell des NRW-Lokalfunks merkte der LfM-Direktor an, die durch das System gewährleisteten Ziele der Unabhängigkeit und Vielfalt dürften nicht preisgegeben werden. Aber vielleicht müsse man über „Modifikationen des Modells“ nachdenken, die zum selben Ziel führten, um dem Medienwandel gerecht zu werden. Bei allen Veränderungsprozessen gelte es zu prüfen, wie weitere Vielfalt aus Nordrhein-Westfalen heraus entstehen könne, damit das Land nicht am Ende „willfähiges Opfer von internationalen Konzernen“ werde, während der Lokalfunk auf DAB+ verzichte. „Wenn wir keine eigenen Ideen entwickeln, kommt halt jemand anderes und hat eine Idee“, sorgte sich Schmid. Er verwies darauf, dass es im nordrhein-westfälischen Hörfunkmarkt durchaus noch Spielräume für neue Angebote an junge Zielgruppen gebe. Melde die LfM keine Ansprüche auf DAB+-Frequenzen an, stünden entsprechende Ressourcen bald nicht mehr zur Verfügung und könnten anderweitig genutzt werden.

### ► **Schalt-Report: Blick in die USA**

Traditionell präsentiert beim Medienreff NRW **Christian Schalt**, Inhaber der Beratungsfirma Next Level Audio, einen Report über aktuelle Entwicklungen auf dem internationalen Hörfunk- und Audio-Markt. In diesem Jahr standen drei zentrale Trends auf Schalts Agenda: erstens das Thema Sprachsteuerung, zweitens die Frage nach interaktiven Rückkanal-Optionen und drittens die Fragmentierung des Publikums beziehungsweise eine entsprechende Differenzierung bei der Programmarbeit. Schalt berichtete von „zwei drastischen Veränderungen“: Einerseits würden Audio-Kanäle wie Spotify den Markt umkrempeln und andererseits Sprachassistenten wie Amazons Alexa die Branche herausfordern.



Christian Schalt

Der Medienberater referierte Auszüge aus der aktuellen Studie The Smart Speaker Report von NPR und Edison Research. Demnach besitzt in den USA bereits etwa ein Drittel aller Bürger unter 35 Jahren gar kein Radiogerät mehr. Hingegen würden sich sprachgesteuerte Lautsprecher wie Amazons Modelle Alexa und Echo Dot, Google Home oder Apple HomePod so schnell verbreiten, dass für „Hands-free Listening“ ein echter Boom zu erwarten sei. Vor einem halben Jahr hätten bereits sieben Prozent aller US-Amerikaner über mindestens einen Voice-Control-Lautsprecher verfügt, informierte Schalt, wobei Alexa mit 76 Prozent der verkauften Geräte den Markt dominiere. In fast jedem vierten Smart-Speaker-Haushalt würden bereits zwei der sprachgesteuerten Soundboxen stehen. Meist gehe es den Nutzern darum, Musik zu hören. Auch Wetterbericht und Nachrichten würden bei Alexa-Kunden hoch im Kurs stehen. Schalt bezeichnete die Steuerung von elektronischen Geräten per gesprochener Anweisung als „Menüführung der Zukunft“. Die Voice-Steuerung biete „volle Radiofunktionalität“. Entsprechende Geräte befänden sich meist in Küche, Wohn- oder Schlafzimmer. Das Ergebnis: größere Audio-Verweildauer und die Nutzung mehrerer Radio-Stationen.

### ► Immer mehr Verbreitungswege

„Die intuitive Art, mit dem Radio zu reden, wird sich schnell verbreiten“, prognostizierte Schalt. Hörfunk werde über immer mehr unterschiedliche Geräte und Plattformen genutzt, konstatierte der Experte und empfahl, für die verschiedenen Empfangswege unterschiedliche Inhalte anzubieten. Simulcast-Strategien allein würden nicht ausreichen. Außerdem gehe es darum, echte Interaktion und Personalisierung einzuführen. So erlaube etwa das System des österreichischen Kronehit Radios den Hörern, Programmteile jederzeit zu wiederholen oder zu überspringen. Die Auswertung von Nutzerdaten ermögliche schließlich die Individualisierung der Inhalte. Im Grunde gehe es darum, je einen Kanal für jeden Geschmack zu realisieren, erläuterte Schalt. Deshalb biete etwa Sunshine Live 18 verschiedene elektronische Musikfarben. Das Konzept eines Hauptprogramms plus Side-Channel-Angebote führe in der Regel nicht zum Kannibalismus der eigenen Marke, sondern wirke additiv.



Medientreff-Auditorium: etwa 80 Teilnehmer in Siegburg

Dass nicht allein technische Fragen über die Zukunft des Lokalfunks entscheiden, wurde bei der ersten von drei Panel-Diskussionen des Medientreffs deutlich. **Kathrin Staiger**, Senior Consultant beim IFAK Institut, gab Einblicke in Ergebnisse der Nutzerforschung: Das Bedürfnis nach Authentizität und Glaubwürdigkeit nehme zu. Gleichzeitig wachse beim Publikum das Misstrauen. Umso wichtiger sei es, dass der Lokalfunk seinen durch große Nähe gewachsenen Vertrauensvorsprung nicht verspiele.

**Christoph Lemmer** argumentierte, Nachrichten und aktuelle Themen seien „unfassbar gefragt“. Der freie Journalist, der unter anderem für die Deutsche Presse-Agentur und Antenne Bayern arbeitet, befürwortete einen Journalismus, der alles mehr hinterfragen und offen in jeder Richtung recherchieren müsse. Es gehe nicht um „mitfühlenden Lokaljournalismus“, sondern um Fakten. **Simone Jost-Westendorf**, Geschäftsführerin der LfM-Stiftung Vor Ort NRW, betonte, Lokaljournalismus müsse gegenüber lokalen Eliten kritische Distanz wahren. Manchmal fehle Journalisten der Mut und sie gingen dann mit Gesprächspartnern zu vorsichtig um, zeigte sich **Carsten Baera**



Panel (v.l.n.r.): Thorsten Kabitz, Christoph Lemmer, Simone Jost-Westendorf, Carsten Baera, Timo Fratz, Kathrin Staiger

selbstkritisch. Der Redakteur von Radio NRW räumte außerdem ein, Emotionen und Personalisierung seien für Programme zwar wichtig. Oft aber werde „über das Ziel hinaus“ geschossen. **Timo Fratz**, Chefredakteur von Radio Bielefeld, verwies auf Beispiele, bei denen seine Redaktion alle Recherchewege veröffentlicht habe, um Transparenz zu schaffen und sich gegen Fake-News-Vorwürfe zu wappnen.

### ► Kampf um gutes Personal

Bei der zweiten Panel-Diskussion wollte Tagungsmoderatorin **Colleen Sanders** (Chefredakteurin Radio Lippe Welle Hamm) von vier Experten erfahren, wie Mitarbeiter konstruktiv gewonnen, gehalten und gefördert werden können. **Christian Pflug** thematisierte, es werde immer schwieriger, gute Volontäre zu finden. Auch für Praktika würden sich weniger Bewerber als früher melden, wies der Chefredakteur von Radio Essen auf ein Nachwuchsproblem hin.



Christian Pflug

Wer kein Geld biete, sei für viele Praktikanten unattraktiv. Für 80 bis 140 Euro, die im Lokalfunk pro Tag brutto bezahlt würden, sei es außerdem kaum möglich, dauerhaft gute freie Mitarbeiter zu binden. Medien- und Business-Trainer **Detlef Kuschka** ergänzte, dem Lokalfunk fehlten zurzeit freie Redakteursstellen für junge Journalisten. Es gebe zwar gute Volontärskurse in Nordrhein-Westfalen, für ältere Mitarbeiter aber mangle es an Fortbildung. Die Gefahr dieser Entwicklung sei ein „uraltetes Radio mit dem Charme der 90er-Jahre“. Wer seinen Mitarbeitern nicht viel Geld zahlen könne, der müsse zumindest dafür sorgen, dass das „emotionale Gehalt“ stimme, setzte sich Kuschka dafür ein, ein Redaktionsklima zu schaffen, bei dem alle Mitarbeiter die Sinnhaftigkeit ihres Tuns erleben könnten. Sie müssten ernst genommen werden, mitreden dürfen und das Programm aktiv mitgestalten können.



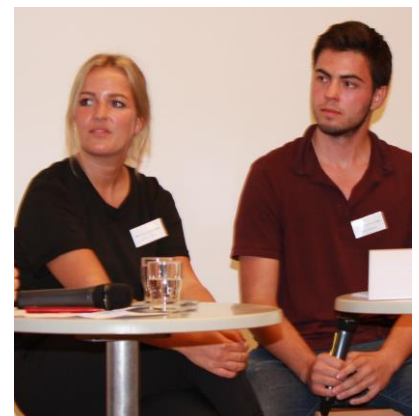
„Die gesamte Hörfunk-Branche hat ein Nachwuchsproblem“, berichtete Kuschka. Deshalb müsse mehr in den Vordergrund gestellt werden, welche Chancen Radioredaktionen bieten. Hörfunk ermögliche „den perfekten Einstieg in die Medien“, weil dort trimedial gearbeitet werde. Dies müsse angehenden Journalisten besser vermittelt werden, regte der Berater an. Zu denjenigen, die diese Chance genutzt haben, gehört **Judith Pamme**. Die junge Redakteurin von Radio Köln erzählte, sie habe bereits als Volontärin die Morning-Show moderieren und Inhalte für Social-Media-Kanäle aufbereiten dürfen. Wichtig für Berufseinsteiger seien ausreichend Vertrauen, Freiräume und konstruktives Feedback. Kuschka empfahl Redaktionsleitern eine Feedback-Kultur, bei der stets zwischen Personen- und Sachebene getrennt werden müsse und im Zweifel der Grundsatz „Klarheit vor Harmonie“ gelte.



Detlef Kuschka

### ► **Fehlende Sendeplätze für Ausbildungsradio**

Judith Pamme bestätigte, Feedback-Gespräche und regelmäßige Airchecks seien für Berufseinsteiger sehr wichtig. „Man muss lernen, mit Kritik umzugehen“, blickte sie auf ihren Karrierestart zurück. Christian Pflug gab zu bedenken, gutes Feedback sei „ganz, ganz schwer“. Da seien Einfühlungsvermögen, Psychologie und Pädagogik gefragt, um Wertschätzung und Motivation zu vermitteln. Um Nachwuchsjournalisten häufiger Chancen geben zu können, fehle es an Sendeplätzen für ein „Ausbildungsradio“. Wie wichtig es für junge Hörfunkjournalisten ist, selbst Programm machen zu dürfen, beschrieb **Marco Stoever**. Der Ausbildungsleiter der Münsteraner Campus-Redaktion von Radio Q unterstrich die Bedeutung der Möglichkeit, eigene Sendungen gestalten und moderieren zu dürfen. Nicht das Medium Hörfunk an sich sei für Bewerber ausschlaggebend, sondern die Möglichkeit, in einem Team eigenverantwortlich Medieninhalte zu produzieren. Wer bei Radio Q in Münster mitmachen wolle, lerne die Grundlagen ein Semester lang in einer Kompaktausbildung. Der Essener Chefredakteur Pflug lobte, die Campus-Radio-Ausbildung sei in der Regel besser als die meisten Lokalfunk-Schulungen für freie Mitarbeiter. Allerdings könnten nur wenige Studierende aus den Campus-Radio-Redaktionen für eine Mitarbeit im Lokalfunk gewonnen werden. Das liege meist an einer schlechten Bezahlung und daran, dass Studierende im Lokalfunk zu wenig selbst machen dürften, entgegnete Marco Stoever.



Judith Pamme, Marco Stoever

Am zweiten Tag des Medientreffs NRW erarbeiteten Teilnehmer in vier Workshops praktische Grundlagen für die Redaktionsarbeit und diskutierten über Rahmenbedingungen für den Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen. Christian Pflug sammelte in einem Workshop, der sich mit der Personalentwicklung und der Rekrutierung von journalistischem Nachwuchs beschäftigte, Vorschläge, die helfen sollen, Volontäre zu finden und ältere Redaktionsmitglieder zu motivieren. Eine gute Mitarbeiterführung, so stellte sich heraus, verlange Zeit, Offenheit, Optimismus, Mut, Wertschätzung, Coaching, Kommunikation auf Augenhöhe und einen verlässlichen redaktionellen Organisationsrahmen. Wer neue Mitarbeiter gewinnen wolle, müsse für ein besseres Image und eine größere Bekanntheit der journalistischen Ausbildung im Lokalfunk sorgen. Dazu könnten Facebook-Initiativen, eine enge Zusammenarbeit mit Campus-Radio-Redaktionen oder Angebote wie Schülerredaktionen oder Hörfunk-Jugendcamps beitragen, wie sie zum Beispiel bei Radio Essen bereits getestet werden.

### ► Suche nach Social-Media-Strategien

**Matthias Dröge**, der als freier Mitarbeiter die Social-Media-Aktivitäten von Radio Lippe Welle Hamm betreut, leitete einen Workshop zu Potenzialen von sozialen Online-Netzwerken. „Vieles in diesem Bereich läuft noch durcheinander“, lautete Dröges Fazit. Es fehle oft an Mut und an Strategien, aber vor allem an Zeit, Personal, Geld und auch an geeigneten Honorar-Modellen für diejenigen, die rund um die Uhr nicht nur eigene Beiträge erstellen, sondern auch fremde Einträge und Kommentare kontrollieren müssen. Noch haben längst nicht alle Lokalfunk-Redaktionen in Nordrhein-Westfalen Experten, die sich vor allem um Facebook, Instagram oder Twitter kümmern. Vieles im Bereich Social Media ist improvisiert und von Zufällen oder dem Engagement einzelner Redaktionsmitglieder abhängig. Für Konzepte, so wurde beim Workshop deutlich, fehlen häufig Knowhow und Erfahrungen.



Social-Media-Workshop mit Matthias Dröge (l.)

Matthias Dröge kritisierte, es bestehe zwar eine Facebook-Gruppe für die Social-Media-Aktivitäten im Lokalfunk. Diese werde aber wenig genutzt. Die Workshop-Mitglieder schlugen deshalb eine systematische Sammlung von Social-Media-Aktivitäten im nordrhein-westfälischen Lokalfunk vor und machten gleich einen Anfang: Beim Vergleich unterschiedlicher Ansätze im Umgang mit Social Communitys stellte sich beispielsweise heraus, dass Videos und Live-Elemente bei Facebook rasch zu größeren Reichweiten führen können. Twitter hingegen eigne sich vor allem für Links, die auf die eigene Homepage oder zu YouTube-Angeboten führen sollten.

Wie sich digitale Tools und Mobilfunk-Apps im redaktionellen Lokalfunk-Alltag kosten- und zeitsparend einsetzen lassen, vermittelte in einem weiteren Workshop **Michael Mennicken**. Der Trainer und Berater der FM Online Factory führte etwa vor, dass sich einige Smartphone-Applikationen gratis zur Bildbearbeitung (z.B. Snappseed), zum Videoschnitt (z.B. VivaVideo) oder als Audio-Aufnahmegerät (z.B. WavePad) einsetzen lassen. Wie das funktioniert, konnten Teilnehmer gleich während des Workshops ausprobieren. Das Smartphone sei ein ideales Werkzeug für Crossmedia-Reporter, die ihre Lokalfunk-Inhalte im Internet mit Fotos und Videos anreichern müssten, hob Mennicken hervor. Alles Visuelle sei bei Social Media wichtig, um wahrgenommen zu werden. Soziale Online-Netzwerke könnten die Reichweite erhöhen, Emotionen schaffen und sogar Live-Streaming ermöglichen.



Mobile-Reporting-Workshop mit Michael Mennicken

### ► **DAB+:** „Es kommt mit Macht auf uns zu...“

Im vierten Workshop des Medientreffs NRW debattierten Teilnehmer darüber, ob der Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen künftig auf DAB+ verzichten kann. **Timo Naumann**, Geschäftsführer des Verbandes Lokaler Rundfunk in Nordrhein-Westfalen, zeigte Daten aus dem aktuellen Digitalisierungsbericht der Landesmedienanstalten und wies darauf hin, Internetradios würden zurzeit etwa doppelt so häufig genutzt wie DAB+-Geräte. Fast siebenzig Prozent der Radionutzung entfielen noch immer auf die analoge UKW-Technologie. „Wir kriegen DAB+ nicht aufgehoben“, wandte **Uwe Peltzer** vom Verband der Betriebsgesellschaft in Nordrhein-Westfalen ein und forderte die Veranstaltergemeinschaften



Finale Präsentation der Workshop-Ergebnisse (v.l.n.r.): Colleen Sanders, Michael Mennicken, Christian Pflug, Matthias Dröge, Timo Naumann, Thorsten Kabitz

zur Zusammenarbeit auf. „Es kommt mit Macht auf uns zu“, stand schließlich auf einem gemeinsam erstellten Workshop-Chart.



„Da passiert etwas, aber wir nehmen derzeit nicht teil an dieser Entwicklung“, fasste Timo Naumann die Diskussion zusammen. Wie die Landesregierung im Rahmen ihrer Gesamtstrategie „Radio in NRW 2022“ den Lokalfunk für das digitale Zeitalter zukunftsfähig und wirtschaftlich tragfähig machen wolle, stehe noch nicht fest. Deshalb müsse die Lokalfunk-Branche nun selbst rasch ein entsprechendes Papier vorlegen, schlug Naumann am Ende des Medientreffs NRW in Siegburg vor.

**Text:** Dr. Matthias Kurp (Professor an der HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft in Köln)

**Fotos:** Markus Saager (KSI)



Der Medientreff NRW wird vom Katholisch-Sozialen Institut (KSI) in Kooperation mit der MedienQualifizierung GmbH veranstaltet, unterstützt von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Radio NRW, den Dachverbänden der Veranstaltergemeinschaften und Betriebsgesellschaften des nordrhein-westfälischen Lokalfunks sowie dem Deutschen Journalisten-Verband (DJV).