

Positionsbestimmung nach einem Vierteljahrhundert Lokalfunk

Mehr als 80 Teilnehmer beim 7. Medientreff NRW

Gefragt sind neue Impulse und innovative Ideen, aber auch Kooperationsbereitschaft und Kurskorrekturen. Ein Vierteljahrhundert nach dem Start des Lokalfunks in Nordrhein-Westfalen zogen Medienexperten, Programmverantwortliche und -macher beim 7. Medientreff NRW in Bad Honnef eine Zwischenbilanz. Darüber hinaus diskutierten sie am 3. und 4. September im Katholisch-Sozialen Institut (KSI), wie das Zwei-Säulen-Modell trotz aller tektonischen Verschiebungen der Medienbranche für die Zukunft stabilisiert werden kann. Das Motto für alle Vorträge, Workshops und Diskussionen hieß in diesem Jahr schlicht: „Läuft bei uns! 25 Jahre Lokalradio in NRW“.

„Radio lebt und ist weiterhin ein wichtiges Begleitmedium im Alltag“, lautete die Bestandsaufnahme von **Stefan von der Bank**. Doch der Leiter des KSI-MedienkompetenzZentrums, der auch stellvertretendes Mitglied der LfM-Medienkommission ist, warnte bei seiner Begrüßung zugleich, dass in den vergangenen fünf Jahren zwar die Hörfunk-Reichweite stabil geblieben sei, zugleich aber die Nutzung des mobilen Internets im selben Zeitraum um 86 Prozent zugenommen habe. Auf den Bedeutungszuwachs des Internets wies auch der nordrhein-westfälische Medien-Staatssekretär **Dr. Marc Jan Eumann** hin. Er mahnte deshalb, der Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen müsse schneller auf die Herausforderungen des Online-Zeitalters reagieren. Wenn sich nichts ändere, sei „die Perspektive der Hörfunk-Landschaft insgesamt nicht so rosig“.

Eumann forderte die nordrhein-westfälische Lokalfunk-Branche auf, geschlossen und selbstbewusst aufzutreten. Dazu müssten alle Akteure gemeinsam an einem Strang ziehen und das Lobbying verbessert werden. Von Seiten der Landesregierung sei der Lokalfunk zuletzt durch das im neuen Landesmediengesetz verankerte Verbot regionalisierter TV-Werbung gestärkt worden. Handlungsbedarf formulierte Eumann in Bezug auf die Macht der großen Media-Agenturen. Diese kaufen zunehmend Werbeflächen bzw. -zeit von Medien auf eigene Rechnung ein, die sie dann mit einem Aufschlag an Werbungtreibende verkaufen. Dieses Vorgehen, so warnte der nordrhein-westfälische Medien-Staatssekretär, „saugte ganze Budgets auf“.



Stefan von der Bank



Dr. Marc Jan Eumann

Hatte Eumann noch vor zwei Jahren an gleicher Stelle angekündigt, im neuen WDR-Gesetz werde festgelegt, dass der Westdeutsche Rundfunk (WDR) den Umfang der Radiowerbung reduzieren müsse, räumte er nun beim Medientreff NRW ein, dass es dazu vorerst nicht kommen werde. Vielmehr werde eine „staatsvertragliche Veränderung“ angestrebt, erklärte Eumann. Die Ministerpräsidenten der Bundesländer hatten im Juni eine Entscheidung zu diesem Thema auf das kommende Frühjahr vertagt. Der Staatssekretär argumentierte, es fehle ihm an einer einheitlichen Haltung der Werbekunden, von denen offenbar viele nicht auf eine Werbung im WDR verzichten wollten.

► Diskussion über WDR-Gesetz

LfM-Direktor **Dr. Jürgen Brautmeier** hingegen wandte sich entschieden dagegen, den WDR-Hörfunkprogrammen auch weiterhin von Montag bis Samstag täglich neunzig Minuten Werbung einzuräumen. Er erinnerte an den rot-grünen Koalitionsvertrag in Nordrhein-Westfalen. Dieser sieht vor, dass sich beide Parteien dafür einsetzen, beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf Werbung und Sponsoring zu verzichten. Brautmeier wünschte sich, dass Nordrhein-Westfalen das NDR-Modell übernehme, also die werktägliche Werbezeit im Hörfunk des WDR auf sechzig Minuten reduziere. Ähnlich wie Eumann forderte auch der LfM-Direktor die Lokalfunk-Branche auf, „mehr unternehmerisch“ zu planen. „Ob wir in fünf Jahren noch mit der aktuellen Konstellation zurechtkommen, das wage ich zu bezweifeln“, sagte Brautmeier einen intensiveren digitalen Wettbewerb voraus.



Dr. Jürgen Brautmeier

Mit Blick auf die Zukunft des Lokalfunks warf Staatssekretär Eumann zwei zentrale Fragen auf: Einerseits müsse überdacht werden, ob der Bürgerfunk noch zum Lokalfunk-Modell gehöre oder künftig über andere Plattformen (Internet) verbreitet werden könne. Andererseits gelte es zu entscheiden, ob der Hörfunk in der digitalen Zukunft auf einen eigenständigen Verbreitungsweg verzichten könne. Dies wäre dann der Fall, sollten sich die Programmanbieter gegen eine Ausstrahlung über DAB+ entscheiden. LfM-Direktor Brautmeier verwies in diesem Zusammenhang auf eine entsprechende Bedarfsabfrage der Landesanstalt. DAB+ erlaube in Nordrhein-Westfalen außer neun bis elf regionalen auch kleinräumigere Versorgungsgebiete, betonte Brautmeier und versicherte: „Mit DAB+ könnten wir jetzt auch den Lokalfunk abdecken.“



Thorsten Kabitz (Mitte) moderierte die Auftakt-Diskussion

Dass sich das Zwei-Säulen-Modell an eine veränderte Medienlandschaft anpassen muss, empfahlen alle Experten beim führenden Lokalfunk-Branchentreff in Nordrhein-Westfalen, der in diesem Jahr erneut von **Colleen Sanders** (Radio Lippe Welle Hamm) und **Thorsten Kabitz** (Radio RSG) moderiert wurde. **Dr. Klaus Klenke**, der als Gründungsprogrammndirektor von radio NRW den Lokalfunk vor 25 Jahren entscheidend geprägt hatte, forderte ein Drei-Säulen-Modell mit einer stärkeren Position des Rahmenprogramms. Zugleich beklagte er eine Verflachung des Programms und warnte angesichts des finanziellen Drucks und der technologischen Entwicklungen vor einer Schiefelage.

Helmut G. Bauer, der als Gründungsgeschäftsführer die Geschicke von radio NRW bis 1996 gelenkt hatte, forderte ein Bekenntnis zum „Ein-Säulen-Modell“, das allein nach Marktprinzipien auszurichten sei. Darüber hinaus plädierte er für die Abschaffung des Bürgerfunks, weil dessen Funktion als „Sprachrohr der Bürger“ längst das Internet übernommen habe. Für die Entwicklung neuer Angebote in der Online-Welt empfahl Bauer, radio NRW solle als Pionier innovative Konzepte für den Lokalfunk vorbereiten. Auch Klenke forderte radio NRW dazu auf, mehr Impulse zu geben. Unisono wünschten sich Klenke und Bauer mehr Gespräche und Kooperation zwischen allen Beteiligten im nordrhein-westfälischen Lokalfunk. „Ihr müsst mehr miteinander sprechen“, lautete Klenkes Appell.



Helmut G. Bauer, Dr. Klaus Klenke

► **Rezepte für mehr Innovationen**

Der Innovationsexperte **Henryk Mioskowski** erklärte, wie sich für den Lokalfunk neue Ideen entwickeln lassen könnten. Es gehe darum, die Hörer zu überraschen und aus der Reserve zu locken, lautete die Empfehlung des Ideen-Trainers. Dafür sei Kreativität erforderlich, die zu ungewöhnlichen Problemlösungen beitragen könne. Als Barrieren auf dem Weg zu neuen Ideen nannte Mioskowski Gewohnheit, Erfahrung und das Einhalten starrer Regeln. Spontane Einfälle würden oft auch aus Angst vor kritischen Reaktionen nicht geäußert. Solche Hindernisse gelte es zu überwinden, lautete Mioskowskis Ratschlag. Er regte an, künftig gemeinsam, regelmäßig und systematisch im Lokalfunk-Verbund nach Ideen für die Zukunft zu suchen.



Henryk Mioskowski

Welche Gefahr Audio-Dienste aus dem Internet für den Hörfunk darstellen, machte **Christian Schalt** klar. Der Inhaber der Beratungsfirma Next Level Audio zeigte das starke Wachstum von Apps wie Spotify und Pandora auf. Diese erlauben es, sich ein Musikprogramm nach eigenen Wünschen zusammenzustellen. Pandora ist inzwischen das größte Internetradioprogramm in den USA und ermöglicht es, die Musikauswahl an den individuellen Geschmack anzupassen. Schalt referierte, in den USA werde das Thema Online-Radio durch die großen Media-Agenturen vorangetrieben. Für den Erfolg einzelner Projekte seien außer dem Einrichten von Favoriten-Listen auch die technische Qualität des Streamings entscheidend sowie die Möglichkeit des Zurückspulens (Skipping). Damit der Hörfunk weiterhin von möglichst vielen wahrgenommen werde, schlug Schalt vor, Radio-Reichweiten und Social-Media-Kampagnen zu kombinieren.



Christian Schalt

► Mehr Online-Engagement gefragt

„Das NRW-Lokalfunksystem ruht sich wahnsinnig auf seinem Lokaljournalismus aus“, urteilte Schalt bei einer Panel-Diskussion zum Abschluss des ersten Konferenztages. Und **Nick D. Maloney**, Gründer und Geschäftsführer des Beratungsunternehmens brandingfirst, warnte, junge Hörer dürften nicht an die Online-Welt verloren werden. Schließlich gingen die Werbekunden dorthin, „wo sich die Hörer tummeln“. Also sei es wichtig, im Internet alte Hörer-Kontakte zu pflegen und neue herzustellen. Dafür müsse eine Redaktion täglich viral wertvolle Inhalte online veröffentlichen. Alle Aktivitäten müssten auf ein emotionales und lokales Personality-Radio zielen, und zwar on air, off air und online. Maloney kritisierte auch die Werbeberater. Meist wüssten sie zu wenig über die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden. Das gelte es zu ändern. Schließlich müssten auch Werbemodule verkauft werden, „die mit UKW gar nichts mehr zu tun haben“, ermutigte der Berater zu mehr Engagement auf dem Online-Werbemarkt.



Nick D. Maloney

Ingo Tölle, seit Ende April Programmleiter von radio NRW, versprach für die Zukunft „mehr Austausch“ mit den Lokalfunkstationen.



Colleen Sanders (Mitte) moderierte die zweite Panel-Diskussion

„Linearer Rundfunk allein reicht nicht mehr“, konstatierte Tölle, der als ehemaliger Chefredakteur von Radio Leverkusen und Radio Westfalica die Probleme nordrhein-westfälischer Lokalfunkstationen sehr gut kennt. Gemeinsam müsse man sich auf die Suche nach Tools und Innovationen machen, um die digitalen Potenziale des Hörfunks ausschöpfen zu können. Noch sei etwa die Frage der Rekapitalisierung von Online-Inhalten ungeklärt. Um solche Probleme zu lösen, wünschte sich der radio-NRW-Programmdirektor Mitarbeiter und Redakteure mit unternehmerischen Denken.



Ingo Tölle und Andrea Donat

„Ich empfinde im Moment schon eine Aufbruchstimmung.“ So begrüßte **Andrea Donat** Tölles aktuelles Gesprächsangebot. Die Chefredakteurin von Radio Bochum beklagte, das System beschäftige sich zu sehr mit sich selbst, und appellierte an alle Beteiligten, das große Reporter-Netzwerk des Lokalfunks in Nordrhein-Westfalen besser zu nutzen. Außerdem müssten technische Lösungen einfacher werden und besser funktionieren, damit Lokalfunkstationen online aktiver werden können.

► Teamarbeit & Workshops

Am zweiten Tag des 7. Medientreffs NRW standen bei drei Workshops konkrete Ideen für den Lokalfunk 2.0 auf dem Programm. Henryk Mioskowski ermunterte die Teilnehmer zu unkonventionellen Methoden. Dabei entstanden in Teamarbeit kreative Ansätze, mit denen der Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen seine Potenziale als Netzwerk und Marke, als Audio-Spezialist und Crossmedia-Produkt besser ausschöpfen soll. Die konkreten Vorschläge reichten schließlich von Claims wie „Gemeinsam vielfältig“ über individualisierbare Audio-Apps bis zur Reporter-Community, die aus Hörern besteht.

Markus Adomeit, Geschäftsführer des Beratungsunternehmens MAS Partners, gewährte Workshop-Teilnehmern spannende Einblicke in Daten über die Reichweiten von Radioprogrammen. Außer den Zahlen der Elektronischen Medienanalyse NRW (E.M.A. NRW) und der Media-Analyse (MA) wurden dabei auch Daten aus Tracking- und Logfile-Analysen herangezogen. Anhand konkreter Beispiele erläuterte Adomeit, was es bedeutet, wenn etwa der weiteste Hörerkreis wächst, aber dennoch die Reichweite sinkt, weil gleichzeitig die Zahl der Stammhörer zurückgeht. Der Statistik-Fachmann nannte auch Beispiele, bei denen Gewinnspiele nur kurzfristig zu mehr Reichweite, langfristig aber zum Verlust von Stammhörern führen könnten. Als Vorteil von Online-Nutzungsdaten beispielsweise für Streams nannte Adomeit die Möglichkeit, dass solche Zahlenwerte schnell zur Verfügung stehen und so eine rasche Reaktion auf Nutzungstrends ermöglichen.



Markus Adomeit

Der dritte Workshop beschäftigte sich mit dem komplexen Genre der Hörfunknachrichten. **Bastian Sorge**, als Chef vom Dienst für die Nachrichten des SWR-Jugendradioprogramms Das Ding verantwortlich, ermutigte die Teilnehmer, die strengen News-Regeln zugunsten von mehr Verständlichkeit und Hörer-Nähe aufzubrechen. Dabei gehe es nicht nur darum, kurze Sätze umgangssprachlich zu formulieren oder Nominalstil und Passiv-Konstruktionen zu vermeiden, sondern auch um eine lockere Präsentation, um die Integration von O-Tönen oder Gesprächen mit Reportern und Moderatoren. Sorge präsentierte Beispiele, die bei den Tagungsteilnehmern auf unterschiedliche Reaktionen stießen. Während einige um die Objektivität der Nachrichten fürchteten, regten andere an, die Trennung zwischen News-Sendungen und der übrigen Programmflächen komplett aufzuheben.



Bastian Sorge

Text: Dr. Matthias Kurp/Fotos: Medientreff NRW



Der Medientreff NRW wird vom Katholisch-Sozialen Institut (KSI) und 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).