



LOKALRUNDFUNKTAGE NÜRNBERG 6. - 7. JULI 2010

PRESSEMITTEILUNG, 06. Juli 2010

Die Zukunft des Radios: Zwischen Internet und Music-on-Demand, Apps und Mobile, Lokal und Global,
13:30 – 14:30 Uhr

Die Zukunft des Radios: "Von Massenmedien zu Massen von Medien"

(sca) Gerd Leonhard gilt als Experte in Sachen Social Media, Web 2.0 und Netzgemeinschaften. Der Medienfuturist, dessen Firma MediaFuturist (www.mediafuturist.com) ihren Sitz in der Schweiz hat, konzentriert sich in seiner Arbeit auf die Zukunft der Medien und deren Inhalte. Er zeigt in seinem Vortrag neue Wege auf, wie das Radio seine Zukunft gestalten kann.

„Vernetzung muss Standard werden.“ Darin sieht Gerd Leonhard die Zukunft des Radios. Doch die Auswahl an Medien wird immer größer, die Zeit sie zu nutzen immer knapper. Da im Netz mittlerweile aus jedem Bereich der Medienlandschaft etwas geboten wird und die digitalen Medien immer mehr Zeit und Raum einnehmen, muss gefiltert werden: Wichtig sind in erster Linie die Ansprüche der User. Dabei ist der Kontext von Belang, nicht durch welches Medium er präsentiert wird.

Ausschlaggebend ist das neue Medienverhalten der User. Der Trend geht zum sogenannten „Unbundling“ (auf deutsch: „Entbündeln“), das bedeutet, dass nicht mehr nur ein Medium verwendet wird, um für Informationen und Unterhaltung zu sorgen. Der User greift bei unterschiedlichen Bedürfnissen zu unterschiedlichen Medien.

Nach Leonhard sind die relevantesten Merkmale des Radios Nachrichten, Sport und Servicemeldungen. Die Interessen der User sind jedoch viel breiter gefächert. Die Radiosender müssen sich daher anpassen und zwei Ideen vereinen: Auf der einen Seite steht der herkömmliche Radiosender, auf der anderen Seite die Verbreitung über das Internet via Livestream und sozialen Netzwerken, wie beispielsweise Facebook. Dabei ist es wichtig, „the best available screen“, also die beste und verfügbare Plattform für den jeweiligen Radiosender zu nutzen.

Schon bald wird eine totale Konvergenz zwischen Radio und Breitband entstehen. Daher sind Gerd Leonhards Empfehlungen für das Radio 2.0: Mehrwerte anbieten, engagieren und involvieren, Dialoge statt Monologe schaffen, Netzwerke bieten und das Angebot nicht nur auf Audio beschränken. Sobald Sender als Marken auf allen Plattformen präsent sind, sind sie tatsächlich wieder da, wo der Hörer ist – im Web 2.0.

Verfasserin: Simona Asam

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.lokalrundfunktage.de.