

up²date

TLM.
Thüringer
Landesmedienanstalt

#02.2014 | Das Magazin der Thüringer Landesmedienanstalt

TLM2LOOK
NICHT NUR LESEN, SONDERN ERLEBEN



Radio in Thüringen

Programminnovationen - Neue Geschäftsmodelle - Zukunftsperspektiven
Lutz Kuckuck, Chef der Radiozentrale im Interview

Seite 4

Forschung

Einzigartiger Studiengang
„Experimentelles Radio“ Weimar **S. 19**

Medienwelt

Bestandsaufnahme der Digitalisierung
der Terrestrik in Thüringen **S. 7**



Programmmacher

Mobil und bürgernah:
Offener Kanal Jena **S. 16**

Inhaltsverzeichnis

- 3 Editorial
 Radiolandschaft profitiert von konvergenter Medienwelt

Kommerzieller Rundfunk

- 4 Interview
Lutz Kuckuck
Radio ist heute populärer denn je
- 7 Beitrag
Bestandsaufnahme der Digitalisierung
der Terrestrik in Thüringen
- 8 Interview
Hans-Jürgen Kratz
 Privatrado muss bei Qualität und Substanz nacharbeiten
- 10 Kurzporträt
Maximum Musik - radioTOP 40
Das Thüringer Jugendradio aus der Klassikerstadt Weimar
- 11 Porträt
Sina Peschke
 Die Stimme Thüringens
- 13 Bericht
Auch in Thüringen zugelassen...
Klassik Radio und Radio ERF

Kurz und knapp

- 14 Nachrichten

Nichtkommerzieller Rundfunk

- 16 RADIO OKJ
 Mit der „OK-Biene“ zu den Menschen

Medienbildung

- 18 Lernen durch Radio
Fortbildungen im Bereich Audio
machen fit für die Medienwelt

Standort

- 19 Porträt
Prof. Dr. Nathalie Singer
 Rundfunkversuchsstätte für das digitale Zeitalter



- 22 Interview
Werner Dieste
Der MDR, die Digitalisierung des Hörfunks
und die Konkurrenz im Markt
- 23 Interview
Prof. Dr. Frank Fechner
Novelle des Thüringer Landesmediengesetzes
- 24 Porträt
KIDS interactive
 Wenn Bilder zum Leben erwachen

Gremien

- 25 Porträts der
Versammlungsmitglieder
Der Rechtsausschuss

Radiolandschaft profitiert von konvergenter Medienwelt



Jochen Fasco

Direktor der Thüringer Landesmedienanstalt

Liebe Leserinnen und Leser,

von der Medienkonvergenz mit ihren vielen neuen und mobilen Auspielplattformen profitiert auch die hiesige Radiolandschaft. Nach wie vor gehört das Radio zu den erfolgreichsten Massenmedien. Seine Nähe und Unmittelbarkeit machen den Charme des Hörfunks aus. In Thüringen sind es neben den öffentlich-rechtlichen Wellen des MDR gerade die beiden landesweiten privaten Radioveranstalter ANTENNE THÜRINGEN und LandesWelle Thüringen, die in der Hörergunst der Menschen ganz weit oben stehen und viele Thüringerinnen und Thüringer den Tag über mit ihrem Programm begleiten.

Für Viele ist aber gerade vor Ort die im Freistaat vorhandene lebendige Bürgermedienlandschaft wichtig. Denn als Treiber für die größtmögliche Medienvielfalt und als Ort des chancengleichen und barrierefreien Zugangs aller Bürgerinnen und Bürger zum Rundfunk sind unsere nichtkommerziellen Sender besonders wertvoll für unsere Gesellschaft.

Wir wollen einen Blick auf unsere Radiolandschaft und die weitere Entwicklungen hier und über die Grenzen des Freistaats hinaus werfen und Sie auch über andere interessante Themen informieren.

Eine spannende Lektüre wünscht

Ihr Jochen Fasco

TLM-Direktor

Übrigens: Wo immer Sie dieses Zeichen "👁️" im Heft sehen, können Sie die Bilder zum Sprechen bringen, also ein kleines Video starten. Das geht ganz einfach: TLM²LOOK-APP auf Smartphone oder Tablet laden, App starten und mit dem Bild auf Ihrem Bildschirm beginnt das Video zu laufen. Viel Freude mit der „Augmented Reality“.



INTERAKTIVE VIDEOS JETZT
ÜBER DIE **TLM²LOOK-APP**
VERFÜGBAR.



DIE **TLM²LOOK-APP** KOSTENLOS
AUS DEM APPSTORE ODER VON
GOOGLE PLAY HERUNTERLADEN.



EINFACH DIE SEITEN MIT DEM
SMARTPHONE SCANNEN UND
VERSTECKTE INHALTE SEHEN.

Interview



Lutz Kuckuck, Geschäftsführer der Radiozentrale

Radio ist heute populärer denn je

Kernaufgabe der Radiozentrale ist seit Jahren das Gattungsmarketing für den privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunk. Im Interview mit Lutz Kuckuck, dem Geschäftsführer der Radiozentrale und Aufsichtsratsvorsitzenden der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (agma), hat das Medienmagazin der TLM, up²date, den Hörfunk- und Vermarktungsexperten gefragt, wie es heute um das Medium Radio in Deutschland bestellt ist, welche Zukunftsaussichten er dem Hörfunk einräumt und mit welchen Geschäftsmodellen die Radiomacher künftig Geld verdienen können.

Herr Kuckuck, die neuesten Zahlen der agma zeigen, dass knapp 80 Prozent der Deutschen tagtäglich das Radio einschalten. Was macht das Radio eigentlich nach wie vor so erfolgreich und so beliebt?

Allen Unkenrufen zum Trotz ist Radio heute populärer denn je. Das hat sicherlich zuallererst mit der Nutzungssituation als Tagesbegleiter zu tun. Radio hat im Alltag der Hörer einfach seinen festen Stellenwert: egal über welchen Weg es daherkommt, sei es terrestrisch oder per Mobilfunk über Smartphone oder im Web. Wir wissen zum Beispiel, dass mehr als die Hälfte aller Leute, die im Internet recherchieren, dabei ihr Radio laufen lassen – und sich auch hier durch uns medial begleiten lassen. Und wir wissen, dass die Surfer im Radio auf neue Informationen warten, nach denen sie dann im Internet direkt suchen können. Zusammenfassend kann man sagen, Radio ist so etwas wie ein Taktgeber und ein Navigationsgeber über den Tag.

Wie viele Radioprogramme sind in Deutschland tagtäglich on air und wie steht es um die Hörergewohnheiten?

Die Media-Analyse listet in Deutschland derzeit gut 400 vornehmlich terrestrisch verbreitete Radioprogramme. Was die Hörgewohnheiten und die Nutzungsdauer betrifft, lassen Sie es mich mit dieser eindrucksvollen Statistik ausdrücken: Hochgerechnet auf 80 Lebensjahre verbringt ein Deutscher nahezu 13 Jahre seines Lebens mit Radio. Dagegen sind es „nur“ 11,5 Jahre vor dem Fernsehgerät, 7 Jahre ist er online und rund 2,5 Jahre widmet er den Tageszeitungen. Allein 30,4 Millionen Menschen hören jeden Morgen Radio!

Welche Rolle nimmt der Hörfunk heute medienpublizistisch ein? Worin liegen seine Stärken im Vergleich zu anderen, vielleicht auch moderneren Medien und wie lassen sich sinnvolle Synergien zwischen neuen Medien und dem klassischen Rundfunk schaffen?

Lassen Sie uns zunächst einmal Radio und Fernsehen vergleichen. Die meisten Menschen können nicht beantworten, ob sie ein Lieblings-TV-Programm haben. Bei Radio sieht das dagegen ganz anders aus. Das ist diese sensationelle Hörerbindung, die erzeugt wird zwischen dem Medium und dem Nutzer – und über die kein anderes Medium so verfügt wie das Radio. Und genau diesen Punkt bedienen die Programmmacher. Denn Radio bekommen sie ja nicht im Abo, sie müssen einschalten und deshalb muss sich Radio jeden Tag erneut beweisen.

Das führt auch dazu, dass die Rolle des Radios als identitätsstiftendes Medium weiter zu nimmt. Das erklärt sich auch daraus, dass wir heutzutage von einer Fülle an Informationen aus der ganzen Welt erschlagen werden, die vielleicht in Sekundenbruchteilen schon wieder obsolet sind. Wenn Sie aber etwa wissen wollen, wann der Kindergarten in Ihrer Nähe eröffnet wird oder wo und wann in Ihrem direkten Umfeld eine Baustelle den Weg zur Arbeit versperrt, dann kommt die Stärke des schnellen und lokalstarken Mediums Radio zum Tragen. Gerade wenn es um das direkte Umfeld der Menschen geht, dann ist Lokalradio noch immer die beste, sicherste und verlässlichste Quelle. Dazu gehören auch insbesondere die Lokalnachrichten, die nach wie vor einen enormen Stellenwert für das Radio haben. Die Relevanz des Radios nimmt nicht zuletzt auch aufgrund der Tatsache zu, dass die Tageszeitungen heute nur noch ca. 60 Prozent der Bevölkerung erreichen. Und das bei abnehmender Tendenz. Wohingegen Sie heute mit Radio und seiner Tagesreichweite von 80 Prozent auch die jüngeren Zielgruppen noch gut bekommen. Wir merken das sogar daran, dass immer mehr lokale, regionale aber auch bundesweit agierende Politiker ins Radio drängen, um ihre Botschaften an das Wahlvolk zu bringen.

Trotzdem klagen heute viele private Programm-macher über einbrechende Werbegewinne. Wie können neue Werbeformate helfen, die Radiosender finanziell zu stützen. „Regionalität“ ist einer der Trends auch bei der Vermarktung. Wie kann davon der Lokalrundfunk profitieren und wie muss er sich dafür aufstellen?

Es gibt natürlich nicht den goldenen Weg, aber nach unserer Einschätzung ein ganz klares „Dreamteam“. Und zwar: Radio plus Internet! Denn bei den beiden Ausspielwegen kommen zwei ganz starke Player zusammen. Radio proklamiert und macht bekannt, und Internet hält die Informationen bereit. Zudem können Sie über webbasierte und soziale Netzwerke heute „one to one“ in den Dialog mit dem jeweiligen Programm gehen und damit ein Stück am Radiomachen partizipieren. Kurz gesagt, Radio aktiviert und ist Impulsgeber für bestimmte Internetaktivitäten und macht obendrein glücklich. In Bezug auf die künftigen Geschäftsmodelle ist mir ebenfalls nicht bange. Das geht los beim Spot für den Biergarten, der eben nur bei gutem Wetter eingesetzt wird oder für die Grillsoße, wenn das Wetter entsprechend für Outdoor-Aktivitäten geeignet ist oder ein Spot, der mich direkt und personalisiert über mein Smartphone erreicht. Die Möglichkeiten gerade für lokale Werbung sind unendlich groß und erst zu Bruchtei-

len genutzt; klar ist aber auch, dass damit der Aufwand für die Radios steigt, was bei stagnierendem Werbemarkt und wachsender Konkurrenz lokaler Online-Werbeangebote keine einfache Situation ist.

Jeder von uns
verbringt nahezu 13 Jahre
seines Lebens mit Radio

Ist es da nicht ein Widerspruch, dass gerade im Osten der Republik viele private Radioveranstalter Schwierigkeiten haben. Machen etwa die beiden Privatradios LandesWelle Thüringen und ANTENNE THÜRINGEN in ihren Programmen etwas falsch?

Was die programmliche Ausrichtung betrifft, da sind die beiden Thüringer Sender sehr fit. Aber in Bezug auf die Werbung sind sie natürlich nicht alleine auf der Welt. Im Osten der Republik sind beispielsweise die Fernsehkontakte deutlich stärker als im Westen. Das wirkt sich natürlich auch auf die Bepreisung der Radiowerbung aus. Nicht zu vergessen, dass die Kaufkraft in Thüringen nicht so stark ausgeprägt ist wie im tradierten Westen. Hinzu kommt, dass die neuen Bundesländer sehr viel stärker unter der negativen demographischen Entwicklung leiden.

Wie schätzen Sie in diesem Zusammenhang den Wunsch von LandesWelle Thüringen und ANTENNE THÜRINGEN nach einem gemeinsamen Funkhaus ein?

Funkhäuser sind zunächst sinnvolle ökonomische Modelle, um die Voraussetzungen für Investitionen in die Zukunft zu schaffen. Dafür gibt es in Deutschland ja schon einige Erfolgsbeispiele, z. B. in Berlin oder Schleswig-Holstein. Und auch in Sachsen und Sachsen-Anhalt wurden Funkhäuser ermöglicht. Tatsächlich schaffen solche Bündelungen wertvolle Synergien in Punkto Technik und Know-how. Das heißt, Funkhausmodelle sind heute oft erst die Voraussetzung dafür, dass die Programme überhaupt weiter unabhängig agieren können. Von daher wäre ich eher ein Befürworter solcher Funkhausmodelle. Gerade weil es die Luft und die Ressourcen schafft, um auch ein breiter aufgestelltes Programmangebot für die Hörer liefern zu können. Was die Thüringer Situation betrifft, da haben die beiden Privatwellen



aufgrund des demographischen Wandels und der schrumpfenden werberelevanten Ziel- bzw. Bevölkerungsgruppe unter 50 Jahren tatsächlich in der aktuellen Media-Analyse Federn lassen müssen. Von daher glaube ich, dass mit der dortigen Landesregierung noch nicht das letzte Wort gesprochen ist. Ich bin zuversichtlich, dass für die beiden privaten Programme in Thüringen eine gute Lösung gefunden wird.

Gibt es generell ein Geheimrezept bzw. ganz konkrete Kriterien, wie erfolgreiches Privatrado heute funktioniert?

Für ein erfolgreiches Radioprogramm gibt es tatsächlich ganz klare Kriterien: Zu 90 Prozent ist zunächst die richtige Musikauswahl für die Zielgruppe entscheidend. Danach kommen die lokalen und regionalen Informationen und dann die Moderation, das alles wird unter dem Stichwort „Relevanz“ zusammengefasst. Ansonsten gilt es heute mehr denn je, dass sie möglichst alle Kanäle und Ausspielplattformen besetzen müssen. Trotzdem – und das macht den Erfolg von Radio aus – ist es eben auch das „Einfachmedium“, mit dem sie auch

im Thüringer Wald an Informationen kommen können, ohne dass Sie Internet oder einen Kabelanschluss brauchen. Diese Unmittelbarkeit zählt zu den größten Erfolgsgeheimnissen von Radio.

Wird demnach die terrestrische Verbreitung von Radioinhalten auch künftig eine gewichtige Rolle spielen und wie schätzen Sie die Zukunft für die digitale Terrestrik, etwa von DAB+ ein?

Ich bin ein absoluter Verfechter der Terrestrik. Denn gerade in der mobilen Nutzung ist Radio das stärkste Medium, und hier kommen wir mit einer reinen mobilfunkbasierten Technologie nicht aus. Ich glaube aber, dass die Zukunft des Radios hybrid sein wird. Das heißt, wir werden Geräte am Markt haben, in denen die verschiedenen Empfangswege integriert sind. Zumal es ja auch die Nutzer letztlich gar nicht interessiert, auf welchem Weg sie gerade ihren Radiosender empfangen. Ob DAB+ als Nachfolgestandard von UKW der richtige Weg sein wird, da gehen die Meinungen weit auseinander. Die meisten Privaten und der VPRT setzen aufgrund der eher negativen und kostenintensiven Erfahrung mit dem alten DAB-System stark auf das Internet, mit künftig noch stärkeren Bandbreiten. Schlussendlich kommt es aber darauf an, ob die Nutzer einen solchen Standard akzeptieren. Und auch die Lutz Kuckucks müssen davon erst mühsam überzeugt werden! (lacht). Soll heißen: Ich glaube einfach, dass die Radiohörer in Deutschland derzeit mit UKW noch ganz zufrieden sind. Dass alles noch viel besser sein könnte mit dem neuen DAB+, müssen Sie in Form von Mehrwert erst einmal in die Köpfe der Menschen bekommen! Dennoch dürfen wir vor allem den Handel nicht allein lassen mit dem Thema Digitalradio. Wenn wir DAB+ nach vorne bringen wollen, müssen wir das als gemeinschaftliche Aufgabe anpacken.



Radiozentrale | www.radiozentrale.de

Die Radiozentrale wurde 2005 von führenden Privatrado-Unternehmern und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gemeinsam gegründet. Sie hat ihren Sitz in Berlin und versteht sich als die gemeinsame Plattform der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender in Deutschland für den Werbeträger Radio. Sie will Bindungskraft, Glaubwürdigkeit und Leistungsfähigkeit des Werbeträgers Radio auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene nachhaltig steigern – und

den Werbepartnern bekannt machen. Die Radiozentrale entwickelt Lösungen und versorgt Werbungtreibende und Agenturen mit Forschung, Information und speziellen Tools und versetzt sie damit in die Lage, Radio so effektiv wie möglich im Media-Mix einzusetzen. Nicht zuletzt versteht sich die Institution als Botschafterin für den Werbeträger Radio im deutschsprachigen Radiomarkt. Ihre Botschaft lautet: „Radio. Geht ins Ohr. Bleibt im Kopf.“

Bereit für die neue Medienwelt

Bestandsaufnahme der Digitalisierung

der Terrestrik in Thüringen

Thüringen, das Land in der Mitte Deutschlands, tut sich mit der Digitalisierung des Hörfunks an mancher Stelle etwas schwer: Während sich der Netzausbau und die Programmvietalt in einigen Städten Thüringens wirklich sehen lassen können, halten sich im Gegensatz zu den Nachbarländern Sachsen-Anhalt, Bayern oder Hessen die privaten regionalen Programmanbieter ANTENNE THÜRINGEN und LandesWelle Thüringen mit der Ausstrahlung ihrer Programme immer noch zurück – aus wirtschaftlichen Erwägungen. Als interessantes regionales Programmangebot strahlt der MDR alle seine sechs Hörfunkprogramme im neuen Digitalradio aus, unter ihnen MDR THÜRINGEN – Das Radio. Seit 1. August 2011 werden am Senderstandort Weimar neben den landesweiten MDR-Programmen auch 13 bundesweite Hörfunkprogramme über DAB+ ausgestrahlt. Dazu zählen Absolut Radio, Deutschlandfunk, Deutschlandradio Kultur, DRadio Wissen, ENERGY, ERF Plus, Klassik Radio, Lounge.fm, RADIO BOB!, Radio Schlagerparadies, Radio Horeb und sunshine live. Diese Programme bereichern die digital-terrestrische Hörfunklandschaft in Thüringen. Für Deutschland insgesamt gesehen ist der Digitalisierungsprozess des Hörfunks in vollem Gang. Kaum jemand bestreitet noch, dass DAB+ die zukünftige Plattform für den digitalen Hörfunk sein und UKW irgendwann einmal ablösen wird. Über einen UKW-Abschaltzeitpunkt wird derzeit in Branchenkreisen wieder heftig diskutiert. Und auch die im September von TNS Infratest für den Digitalisierungsbericht der Medienanstalten erhobenen Daten belegen, dass Digitalradio schrittweise den Gerätemarkt erobert. Im ersten Halbjahr 2014 wurde demnach bereits in 7,5 Prozent der Haushalte in Deutschland mindestens ein DAB/DAB+-Radiogerät genutzt. Das sind 67 Prozent mehr Haushalte als im Vorjahr. Im MDR-Sendegebiet, zu dem auch Thüringen gehört, liegt die Marktdurchdringung bei immerhin 8,7 Prozent, also leicht über dem Durchschnitt in Deutschland. Insgesamt weist der Digitalisierungsbericht 4,9 Mio. genutz-

te Digitalradio-Empfänger in Deutschland aus. 5,4 Mio. Menschen über 14 Jahre in Deutschland nutzen ein Digitalradio. Ein weiterer wegweisender Test, der für den guten Netzausbau von Digitalradio spricht, ist der aktuelle Test der Fachzeitschrift „Connect“. Im ersten bundesweiten Stresstest für Digitalradio (DAB/DAB+) kommen die kritischen Prüfer zu dem Ergebnis: Der Netzausbau ist erstaunlich weit fortgeschritten, die Empfangslücken werden immer kleiner: Auf allen Autobahnen unter anderem auch auf der A38 in Thüringen kamen die Tester zu dem Ergebnis, dass der Empfang in der Praxis sogar besser ist als im prognostizierten Empfang auf www.digitalradio.de. Das ist ein gutes Ergebnis und ein großer Pluspunkt für den DAB+-Netzausbau.

**5,4 Mio. Menschen in Deutschland
nutzen bereits Digitalradio**

Beim Fernsehen ist die Verteilung der Übertragungswege laut aktuellem Digitalisierungsbericht derzeit weitgehend konstant. Jedoch verliert das Internetfernsehen IPTV an Schwung. Auch 2014 befinden sich Kabel und Satellit mit 46,3 bzw. 46,1 Prozent der TV-Haushalte quasi auf identischem Niveau. Drittstärkster Übertragungsweg bleibt die Terrestrik. Mit einem Anteil von 10 Prozent der TV-Haushalte wurde eine im Vergleich zum Vorjahr um einen Prozentpunkt geringere Reichweite gemessen. Mitte 2014 nutzen damit knapp 3,9 Millionen Haushalte in Deutschland terrestrische TV-Signale. Die Reichweite der Terrestrik ist jedoch auch weiterhin überall dort hoch, wo in den Kernregionen sowohl die öffentlich-rechtlichen als auch die privaten Programme verbreitet werden. Leider ist das in Thüringen nicht der Fall. Hier bleibt abzuwarten, ob das künftige DVB-T2-Fernsehen mehr Programmvietalt in den Freistaat bringt.

Interview



Hans-Jürgen Kratz, Geschäftsführer von ANTENNE THÜRINGEN

„Lustig lustig reicht nicht mehr“

Privatrado muss bei Qualität und Substanz nacharbeiten

Seit fast 20 Jahren sind Sie Geschäftsführer von ANTENNE THÜRINGEN, wie hat sich seitdem die Thüringer Medienlandschaft, aber auch Ihr Sender entwickelt?

Man kann heute natürlich nicht mehr Radio machen wie vor 20 Jahren, denn auch unsere Hörer sind heute andere als die von vor 20 Jahren. Was das Medienland Thüringen angeht, da muss ich eher ein großes Fragezeichen setzen, ob wir überhaupt ein Medienland sind. Selbst das Kindermedienland besteht in erster Linie aus dem KiKA. Mehr ist da nicht, wenn man mal ganz ehrlich ist. Es ist eher unsere Landespolitik, die glaubt, dass Thüringen als Medienland gut aufgestellt ist. In meinen Augen verweigernde Realität! Mitnichten können wir mit den Medienzentren Hamburg, Mün-

chen, Düsseldorf, Berlin oder Köln mithalten. Es gibt aus meiner Sicht auch keine überzeugende Leitlinie, den Medienstandort dahingehend zu entwickeln. Was man dagegen hier macht, ist eine Konzentration auf die Bürgermedien, auf Medienpädagogik und auf Medienerziehung. Das finde ich auch grundsätzlich in Ordnung, nur damit ist natürlich medienpolitisch kein Blumentopf zu gewinnen. Wir haben bei ANTENNE THÜRINGEN allein über 150.000 Hörer in der Durchschnittsstunde. Rechnet man noch die Reichweiten der Kollegen der LandesWelle Thüringen hinzu und die von radio TOP 40, kommt man auf ca. 250.000 Hörer – pro Durchschnittsstunde! Dagegen nehmen sich die 60.000 lokalen TV-Seher (pro Tag!) doch recht bescheiden aus.

Mit welchen Maßnahmen könnte die Position der privaten Radiomacher in Thüringen gestärkt werden und was fordern Sie in diesem Zusammenhang als privater Radiomacher von der Landespolitik?

Sehen Sie, wir haben in Thüringen ein massives demografisches Problem. Wir verlieren jedes Jahr ca. 20.000 – 30.000 Menschen. Und Menschen, die nicht da sind, können auch nicht als Hörer gewonnen werden. Und Hörer, die nicht existieren, können auch nicht „bepreist“ werden. Das größte Problem ist aber, dass die Werbungtreibenden noch immer an dieser Zielgruppe 14 bis 49 Jahre festhalten, obwohl wir alle wissen, dass das eigentlich „vollkommener Blödsinn“ ist. Denn erstens haben wir in Thüringen ein Mengenproblem aufgrund der demografischen Entwicklung und gleichzeitig werden wir zweitens im Schnitt immer älter. Vor 15 Jahren lagen noch etwa 75 bis 78 Prozent der Privatradiohörer in der sogenannten „werberelevanten“ Altersgruppe 14 – 49 Jahre. Heute sind es nur noch 60 bis 62 Prozent. Trotzdem werden auf Druck der Werbungtreibenden auf der Grundlage dieser perspektivisch kleiner werdenden Zielgruppe noch immer die Preise gebildet. Anderes akzeptieren sie leider nicht. Das ist aus deren Sicht allerdings rationales Verhalten, denn alles was über 49 Jahre ist, bekommen die Werbungtreibenden auf Grund der Demographie kostenlos dazu, solange sie an der Preisbildung entlang der Zielgruppe 14 – 49 Jahre festhalten.

Haben Sie deshalb einen Fusionsprozess mit der LandesWelle Thüringen, dem zweiten großen Lokalradio-Anbieter in Thüringen, angeregt und wie steht es um die Pläne?

Diese Pläne hängen auch mit der größer werdenden Konkurrenz durch die öffentlich-rechtlichen Sender zusammen. So ist MDR JUMP in seiner Zielgruppenansprache und -definition in den letzten Jahren im Schnitt 5 bis 8 Jahre älter geworden. MDR Thüringen – Das Radio wird dagegen jünger in der Anmutung. Dort wird längst kein alter deutscher Schlager mehr gespielt, sondern Popschlager vom Schlage einer Helene Fischer. Die Lücke der 20- bis 59-Jährigen wird also von JUMP von unten und von MDR Thüringen von oben kommend geschlossen. Das bedeutet für uns Private, dass das Programm der LandesWelle und unser Programm aufgrund der festzementierten Werbezielgruppe immer ähnlicher wird – mit einer Überschneidung von über 80 Prozent in der Musik. Da lautet doch die logische Konsequenz zusammenzugehen und so die Gattung Privatrado in Thüringen

zu stärken. Die Grundidee war, eine gemeinsame Gesellschaft zu gründen, um praktisch eine gemeinsame Kasse zu haben. Die bestehenden Lizenzen wollen wir dagegen in diesem Konstrukt gar nicht antasten oder gar ändern. Wir hätten also auch z. B. kein Problem mit einer Auflage gehabt, dass die LandesWelle und wir eigene Nachrichten produzieren müssen, um dem geforderten Vielfaltsgedanken Rechnung zu tragen. Ein Fusionsprozess ist aber derzeit von der Landespolitik nicht gewollt und das Resultat ist, dass es programmlich einen verstärkten Kannibalisierungswettbewerb zwischen uns und der LandesWelle geben wird und wirtschaftlich zwischen landesweitem Radio und lokalem Fernsehen, denn beide Gattungen müssen sich auch aus dem lokalen/regionalen Werbebezug finanzieren.

„Irgendwann haben wir keine Unterschiede mehr zwischen den populären öffentlich-rechtlichen Radioprogrammen und den Privaten

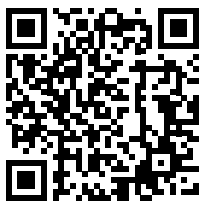
Die Gattung Privatrado in Thüringen stärken“

In einem gemeinsamen Funkhaus hätten wir die Programme auseinander dividieren können. Die ANTENNE THÜRINGEN wäre einen Tick jünger geworden, um gegen MDR JUMP antreten zu können und die LandesWelle Thüringen wäre einen Tick älter geworden, um als Gegenprogramm zu MDR Thüringen agieren zu können. Mit dem Verbot des Funkhauses hat sich die Politik in Thüringen in die Situation manövriert, dass sie als Radioprogrammfläche für Menschen über 49 Jahren in Thüringen nur den MDR Thüringen hat, mithin alternativlos von ihm abhängig ist.

Unabhängig von der programmlichen Entwicklung: Glauben Sie, dass der Hörfunk der Zukunft auch eine digitale-terrestrische Verbreitung braucht?

Ja klar, absolut! Ich glaube, dass wir in den nächsten 5 bis 8 Jahren einen Markt haben werden mit einer Terrestrik, die über verschiedene Systeme funktionieren wird. Ich denke dabei an Hybridmodelle, die dann je nach Empfangsqualität über UKW oder DAB+ und anderen Systemen hin und her switchen können.

ANTENNE THÜRINGEN



radio TOP40



Dagegen glaube ich nicht an das Märchen, dass DAB+ das Nachfolgermodell von UKW wird. Für uns ist eine DAB+-Verbreitung auch schon deshalb nicht denkbar, da wir diese selbst finanzieren müssten, wohingegen die öffentlich-rechtlichen Kollegen die Gelder von der KEF bekommen. Ein DAB+-Platz hier in Thüringen im Multiplex kostet 140.000 Euro pro Jahr. Mit radio TOP 40, unserem Spartenprogramm, wären das 280.000 Euro im Jahr, die ich für Digitalradio ausgeben müsste. Und trotzdem könnte ich ja die UKW-Verbreitung nicht einstellen, denn hier verdienen wir ja über die Hörerzahlen unser Geld. Außerdem erreiche ich über DAB+ keine neuen Hörer, sondern ich erreiche die gleichen Menschen, die ich schon über UKW habe. Die Chance auf einen Zuwachs an Reichweite, die dann zumindest die Chance böte, sie kapitalisieren zu können, gibt es also nicht. Das Problem ist doch grundsätzlich, dass eine Innovation immer nur dann akzeptiert wird, wenn sie vom Markt angenommen wird und besser ist, als das bisherige System. Ich sehe die Digitalisierung als eine gesamtwirtschaftliche Aufgabe, die auch gesamtwirtschaftlich (zum Beispiel vom Bund) finanziert werden müsste.

Was denken Sie mit Blick auf Thüringen, wie sieht die Hörfunklandschaft vor allem, die der Privaten, in 20 Jahren aus?

Ich glaube, die Bürgerradios werden auch in 20 Jahren noch existieren. Ich glaube aber nicht, dass man in Thüringen dauerhaft zwei Radio-Vollprogramme privater Art finanzieren kann, wobei wir als ANTENNE THÜRINGEN das Glück haben, der erstgeborene private Radiosender in Thüringen zu sein und mehr Reichweite zu haben als die Kollegen von der LandesWelle Thüringen. Einen Ausweg aus dem Dilemma sehe ich nur, indem wir die medienpolitischen Ziele in Thüringen anpassen und damit aufhören, einen Erhalt der beiden getrennten Gesellschaften Antenne Thüringen GmbH & Co. KG und Landeswelle Thüringen GmbH & Co. KG gegen Marktmechanismen erzwingen zu wollen. Generell denke ich, und das ist meine Theorie: Die beiden Radiolager öffentlich-rechtliches Radio und Private laufen wie zwei Gleise am Horizont zusammen. Die Öffentlich-Rechtlichen haben von den Privaten gelernt, wie modernes Radio funktioniert, sie haben sich der Stilmittel bedient und sich Mitarbeiter von dort geholt. Wir Privaten sind vor 25

Jahren angetreten, immer lustig und oberflächlich zu sein. Und jetzt müssen wir feststellen, das reicht auf Dauer nicht mehr. Die Zeit der Gewinnspiele zur Hörergewinnung ist endgültig vorbei. Also müssen wir uns als Private jetzt auch rüsten mit den Themen Glaubwürdigkeit und Kompetenz. Ich glaube einfach, dass wir irgendwann zu dem

Punkt kommen, wo wir keine Unterschiede

mehr haben zwischen den populären öffentlich-rechtlichen Radioprogrammen und den Privaten – was dann zu der spannenden Frage führen würde, wozu man dann noch solche populären öffentlich-rechtlichen Radioprogramme braucht und finanzieren soll? Aber das ist dann eine ganz andere Frage....

Mit Lupe

Maximum Musik radio TOP 40: Das Thüringer Jugendradio aus der Klassikerstadt Weimar



radio TOP 40 gilt als jung und rockig und spielt nach eigenem Bekunden ein „Maximum an Musik“ von Rock bis hin zu aktuellen Hits. Das 24-Stundenprogramm des zu ANTENNE THÜRINGEN gehörenden Programms ist denn auch auf die junge Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen abgestimmt. Neben der breiten Musikschiene gibt es nach Aussagen von Programmdirektor Tim Grunert „hier brandheiße Infos über die neusten Tracks, Trends, Tipps, coolsten Partys und alles, was sonst noch so angesagt ist“. Zum Erfolg des Thüringer Jugendradios gehört es aber auch, dass die Mannschaft von radio TOP 40 auch außerhalb des Radios sehr präsent ist: Etwa bei Open Air-, Indoorkonzerten oder DJ-Partys.

Auf Sendung ging radio TOP 40 erstmals am 28. April 1997 im Rahmen eines DAB-Pilotprojektes – seinerzeit ein Gemeinschaftsprojekt von Radio SAW, ANTENNE THÜRINGEN und Radio PSR. Ein Neustart erfolgte dann am 1. April 2000

in Weimar unter Federführung von ANTENNE THÜRINGEN. Bereits seit Herbst 2008 existiert ein zusätzlicher radio TOP 40 ELECTRO Stream, auf dem Teile des traditionellen Musikprogramms unmoderiert als Webchannel angeboten werden.

Im Gegensatz zu den anderen Privatsendern im Freistaat Thüringen wird die Reichweite bzw. der Marktanteil von radio TOP 40 nicht direkt publiziert, da die Vermarktung über ANTENNE THÜRINGEN in Form der sogenannten „Radio-Kombi Thüringen“ gesteuert wird. Beide Sender erreichen derzeit stündlich gut 171.000 Hörer.

Empfangen werden kann das Programm von radio TOP 40 in den Thüringer Ballungsräumen über 17 UKW Frequenzen sowie landesweit über Kabel. Zudem ist radio TOP 40 auch über Satellit und weltweit im Internet zu hören.



Sina Peschke, LandesWelle Thüringen

Die Stimme Thüringens

Warum die LandesWelle Thüringen-Moderatorin Sina Peschke zu den erfolgreichsten Moderatorinnen im Privatrado zählt

Traktor fahren oder Kühe melken gehören eigentlich nicht zu den alltäglichen Aufgaben von Sina Peschke. Schließlich ist sie im richtigen Leben eine der erfolgreichsten und beliebtesten Moderatorinnen auch über Thüringen hinaus, die mindestens genauso bekannt ist, wie die derzeitige Ministerpräsidentin Christine Lieberknecht. Jeden Morgen begleitet Sina Peschke die Menschen im Freistaat mit dem LandesWelle FrühstücksClub in den Tag. „Im September haben wir eine Woche lang live von verschiedenen Bauernhöfen gesendet“, so erzählt die Moderatorin mit ihrer markanten Radiostimme, „wir wollten einfach mal wissen, wie moderne Landwirtschaft heute funktioniert. Es gab in dieser Woche so viele schöne und interessante Geschichten und Themen rund um das Thema Landwirtschaft.“ Für diese Aktion haben Sina Peschke und ihr Team insgesamt fünf Agrarbetriebe in ganz Thüringen besucht. Natürlich musste sie auch selbst mit anpacken.

Hörerbindung dank „Storytelling“

Mit solchen Aktionen möchte LandesWelle Thüringen die Hörer noch intensiver an das Programm binden. Wichtig ist es, die Geschichten aus der jeweiligen Region zu entdecken und im Radio weiterzuerzählen. Für diese Art von Radiomachen gibt es den aus den USA stammenden Begriff des „Storytelling“, der bei LandesWelle Thüringen konsequent umgesetzt wird. Dafür hat der private Sender einen Leitfaden entwickelt, wie man aus allgemeinen Themen fokussierte Radiogeschichten kreiert und diese dann spannend erzählt. Um den Leitfaden umzusetzen, sollen Redakteure und Moderatoren möglichst nach direkten Anknüpfungspunkten zum Hörer suchen. Das sind Ereignisse, die einen Hörer faszinieren und ihn direkt am Geschehen beteiligen.

Ungeschminkt moderieren dank privatem Sendestudio

Nah an den Menschen zu sein und mit anpacken ist etwas, das zu Sina Peschke bestens passt. Denn genauso wie auch bei Landwirten beginnt

12 Kommerzieller Rundfunk

ihr Arbeitstag sehr, sehr früh. Bereits um 5 Uhr heißt es für die Radiofrau, gut gelaunt vor dem Mikrofon zu sitzen. Dann nämlich beginnt ihr Arbeitstag mit dem LandesWelle FrühstücksClub. Bis 10 Uhr moderiert sie zusammen mit ihrem Kollegen Olli Eichhorn aus dem Erfurter Funkhaus in der Mehringstraße 5 die tägliche Morgensendung. Allerdings sitzt Sina Peschke nicht jeden Morgen direkt neben ihrem Kollegen, denn die heute 47-jährige Familienmutter hat zu Hause in Weimar ein komplett eingerichtetes Studio, in dem sie auch mal „ungeschminkt und im Morgenmantel moderieren kann“. Für Peschke ist das eine enorme Erleichterung, mit der sie Beruf und Familie viel besser in Einklang bringen kann. Zumal ihr Arbeitstag nach der morgendlichen Moderation noch längst nicht beendet ist. Schließlich gilt es dann schon wieder Themen und Geschichten für den nächsten Tag zu finden.

Öffentlich-rechtliche und private Programmerfahrung

Bereits seit 1990 ist Sina Peschke beim Radio aktiv. Nachdem sie an der Akademie für Neue Medi-

en in Kulmbach studiert hatte, startete sie zunächst bei MDR Life. 1993 übernahm sie bei ANTENNE THÜRINGEN zusammen mit Frank Brachvogel die Morgensendung. Schon fünf Jahre später war sie hier auch Programmchefin und verhalf dem Sender zu einem starken Reichweitenwachstum und einem bis heute nicht übertrommenen „Allzeithoch“ von über 300.000 Hörern. Nach einer auch familiär bedingten Auszeit wechselte Sina Peschke 2005 zur „Konkurrenz“, LandesWelle Thüringen, wo sie seit 2012 ihre aktuelle Morgensendung hat. Im gleichen Jahr wurde Sina Peschke mit dem Deutschen Radiopreis als beste Moderatorin ausgezeichnet. Selbst auf nationaler Bühne macht Sina Peschke eine ausgezeichnete Figur. Etwa bei der Gala zum Deutschen Radiopreis, die sie auch dieses Jahr live von einem gläsernen Studio für die Radiohörer moderiert hat. Und wo habe man schon die Chance, auf Künstler wie eines Robbie Williams zu treffen, erzählt Peschke. Trotzdem nimmt man der sympathischen Moderatorin gern ab, dass sie mit der gleichen Begeisterung früh um 5 Uhr mit dem Traktor über die Felder düst...

LandesWelle
Thüringen



Lars Gerdau, Geschäftsführer von LandesWelle Thüringen, hat sich im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit mit dem Thema „Storytelling im Radio“ beschäftigt und einen Leitfaden für das Radio entwickelt. Dafür hat Gerdau insgesamt 5 Stationen einer sogenannten „Heldenreise“ definiert, mit dem Ziel, im Radio richtige Geschichten zu erzählen.



Michael Klein und Katja Völkl von Radio ERF



Besuchertag bei Radio ERF

Auch in Thüringen zugelassen

Die zwei erfolgreichen Radioprogramme Klassik Radio & Radio ERF

Zur Radiolandschaft Thüringen gehören auch zwei Programme, die man nicht unbedingt mit der hiesigen Region verbindet. Trotzdem haben die zwei bundesweit erfolgreichen privaten Hörfunkwellen, das Klassik Radio und das kirchliche Radio ERF eine Verbindung hierher. Denn im Januar 2010 erhielt die Klassik Radio GmbH & Co. KG eine Zulassung der TLM zur Veranstaltung eines vierundzwanzigstündigen Musikspartenprogramms mit dem Schwerpunkt „Klassische Musik“. Am 1. September 2010 erfolgte der Sendestart über die ersten Städtefrequenzen in Thüringen. In der Zwischenzeit ist Klassik Radio über 11 UKW-Frequenzen sowie über Digitalradio im Freistaat zu empfangen. Vor zwei Jahren kam die Zulassung der bundesweiten Hörfunkprogramme ERF Plus und ERF Pop mit Sitz in Wetzlar dazu. Zu hören sind die religiösen Spartenprogramme in Thüringen unter anderem im landesweiten DAB+-Multiplex.

Klassik-Radio passt gut hierher, denn kaum eine Region in Deutschland kann mehr Musiktradition vorweisen als Thüringen. Schließlich hat hier die weitverbreitete Musikerfamilie Bach ihren Ursprung, dessen

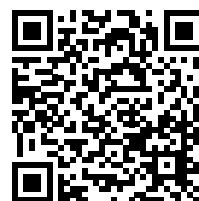
berühmtester Spross Johann Sebastian Bach im thüringischen Eisenach das Licht der Welt erblickt hat. Im Übrigen lebt noch heute am Stammsitz der Familie Bach in Wechmar ein Nachkomme aus der Komponisten-Dynastie. Kaum verwunderlich, dass es in vielen thüringischen Städten, wie Arnstadt, Mühlhausen oder Weimar, regelmäßige Musikfeste gibt, die diese lange Musiktradition widerspiegeln. Berichtet wird darüber nun auch im Programm von Klassik Radio. Wer beispielsweise über die Thüringer Bachwochen informiert werden will, ist durchaus richtig beim Klassik Radio. Unter anderem ist das Programm auch Mediapartner beim Bach-Festival in Arnstadt.

Für Johannes Haak, Vertreter der Evangelischen Kirchen und Vorsitzender der Versammlung der TLM, passt das Programm hervorragend zur traditionell kirchlich geprägten Region Thüringen. So hat die auch für Thüringen zuständige Evangelische Kirche Mitteldeutschland über 881.000 Mitglieder in über 3.000 Kirchengemeinden und 38 Kirchenkreisen. Schon deshalb begrüßt Haak, dass es Programme im Radio gibt, die die Werte der Kirche in besonderem Maße transportieren.

Radio ERF



Klassik Radio



Mit Lupen

www.erf.de/radio/20

www.klassikradio.de

Im Augsburger Hotelerturm sitzt
auch das Klassik Radio



Nachrichten



Rundfunkpreis Mitteldeutschland

Zum zehnten Mal lobten die drei mitteldeutschen Landesmedienanstalten gemeinsam ihren Rundfunkpreis Mitteldeutschland aus. Der Preis wird jährlich in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen in den Sparten Fernsehen, Hörfunk und Bürgermedien verliehen. Ausgezeichnet wurden hervorragende Programmbeiträge privater Hörfunk- und Fernsehproduzenten aus den drei Bundesländern mit Preisgeldern in Höhe von insgesamt 34.000 Euro. Die engagierte Berichterstattung, die journalistischen Leistungen der Macher sowie die Originalität der Beiträge und die Professionalität der Umsetzung werden gewürdigt. Der Hörfunkpreis wurde am 10. Juli in Halle, der Bürgermedienspreis am 5. September in Jena und der Fernsehpreis am 24. Oktober in Leipzig verliehen.

Neues Thüringer Landesmediengesetz | ThürLMG

Am 30. Juli 2014 ist das neue Thüringer Landesmediengesetz (ThürLMG) in Kraft getreten. Kern der Novelle ist die Neuordnung der Bürgermedien in Thüringen. Besondere Bedeutung schreibt der Gesetzgeber dem Thüringer Medienbildungszentrum der TLM und den Bürgerradios zu. Mit der gesetzlichen Fixierung des Thüringer Medienbildungszentrums erhält die TLM einen weitergehenden Medienbildungsauftrag. Das Landesmediengesetz wurde u. a. durch die verfahrensrechtliche Trennung

Thüringer Mediengesprächsreihe zur Kommunikation in der Bürgergesellschaft

Politik- und Medienexperten von Zeitung, Radio, Fernsehen und Internet diskutierten am 4. November 2014 in Erfurt gemeinsam mit Erfurterinnen und Erfurtern über die rasante Medienentwicklung und ihre Chancen und Risiken für die weitere Entwicklung der Landeshauptstadt. Im Thüringer Mediengespräch „Kommunikation in der Bürgergesellschaft – Veränderungsprozesse einer digitalen Medienwelt“ der TLM, das in Zusammenarbeit mit der Landeszentrale für politische Bildung (LZT) an allen

Thüringer Bürgermediestandorten veranstaltet wurde, ging es darum, wie neue Technologien und digitale Möglichkeiten das Miteinander in der Kommune verändern. In den verschiedenen Orten im Freistaat wurden ganz unterschiedliche Diskussionsrunden gebildet. Mit der Abschlussveranstaltung in Erfurt wurde von den Veranstaltern ein Fazit gezogen, aber auch ein Blick auf die Entwicklung und die Perspektiven dieser Thematik in der gesamten Bundesrepublik und darüber hinaus geworfen.

Uni-Seminar „Medienpädagogik im schulischen Kontext“

Der Bedarf an der Vermittlung medienpolitischer Inhalte wird immer größer. Daher unterstützt die TLM bereits zum 2. Mal das Seminar „Medienpädagogik im schulischen Kontext“ für Lehramtsstudierende an der Friedrich-Schiller-Universität in Jena. Zunächst gibt es eine ausführliche Einweisung zum Jugendmedienschutz. Daran anschließend erstellen die Studierenden, unterstützt von den Medienpädagoginnen und Medienpädagogen des Thüringer Medienbildungszentrums der TLM, ein eigenes medienpraktisches Produkt.





12. Schulkinowocher Thüringen/Sachsen-Anhalt

In diesem Jahr engagiert sich das Thüringer Medienbildungszentrum der TLM erneut bei der Schulkinowocher Thüringen/Sachsen-Anhalt mit einem Projekt zur medienpädagogischen Filmarbeit. Vom 17. bis 21. November werfen Schülerinnen und Schüler unter Anleitung der

Medienpädagoginnen und Medienpädagogen einen Blick hinter die Kulissen des Filmemachens. Sie schreiben ein eigenes Drehbuch, filmen ihre Geschichte, schauspielern und schneiden zum Schluss ihren Film selbst.



Mit dem „KOMPASS“ durch das Medienmeer

Am 2. Dezember vergibt die TLM im Zeiss-Planetarium Jena ihren Kinder- und Jugendmedienpreis „KOMPASS“ für die besten medienpädagogischen Projekte mit und von Thüringer Kindern und Jugendlichen bis 18 Jahre aus dem letzten Schuljahr. Mitmachen konnten Schulen, Freizeiteinrichtungen, Kindertagesstätten sowie Vereine und Initiativen aus ganz Thüringen. Der langjährige Medienpreis wird ergänzt durch einen Sonderpreis der Thüringer Staatskanzlei für die beste Medienproduk-

tion. Insgesamt werden Preisgelder in Höhe von 7.000 Euro vergeben. Mit dem Preis werden die Förderung von Medienkompetenz in Thüringen unterstützt, herausragende und beispielhafte medienpädagogische und medienpraktische Initiativen gewürdigt und die Entwicklung neuer Projekte und Produktionen mit und von Kindern angeregt. Der Preis soll wie ein Kompass wegweisend für die Förderung der Medienkompetenz in Bildungseinrichtungen sein.

Landesfilmfestival FILMthuer.2014

Das Landesfilmfestival "10. FILMthuer. 2014" feiert am 21. und 22. November 2014 in Jena sein 10-jähriges Jubiläum. Bewerben konnten sich nichtkommerzielle Filmemacher aus ganz Thüringen. Schülerfilme und spezielle Medienpädagogikprojekte waren hier gefragt. FILMthuer spürt talentierte Jungregisseure auf und versteht sich als Türöffner für den Nachwuchsfilm. Die besten Kurzfilme werden auf einer Großleinwand im Volksbad Jena gezeigt und von Fachjuroren öffentlich diskutiert und bewertet. Als Hauptpreis winkt die „Goldene FILMthuer“. Die Besten qualifizieren sich für Bundesfilmfestivals. Seit 2005 ist FILMthuer eine Erfolgsgeschichte.



„Quo vadis, Kindermedienland?“

Ist Thüringen ein „Kindermedienland“ geworden? Der Aufbruch ins Kindermedienland vor Jahren war mit großer Euphorie verbunden. Vieles ist erreicht worden, doch der Eindruck vieler Akteure im Bereich Kindermedien zurzeit ist: In der Entwicklung des Kindermedienlandes Thüringen ist seit einiger Zeit Stillstand eingetreten. Was ist vom ursprünglichen Konzept umgesetzt worden und wie steht es heute um das Kindermedienland? Die dreiteilige Veranstaltungsreihe „Quo vadis, Kindermedienland?“ ist eine Kooperation von TLM, Evangelischer Akademie Thüringen, Fraunhofer IDMT und Universität Erfurt.

Radio OKJ



Torsten Cott:
Der Macher von Radio OKJ

Mit der „OK-Biene“ zu den Menschen



Der Offene Kanal Jena und sein Leiter Torsten Cott setzen auf mobilen Übertragungswagen, große Bürgernähe und niedrigschwelligen Zugang

Wenn man Torsten Cott nach einem Durchschnittstag bei seinem Offenen Hörfunkkanal Jena, kurz RADIO OKJ befragt, erntet man nur freundliches Kopfschütteln. Denn Cott und sein Team kennen keinen normalen Radioalltag. Nicht selten passiert es, dass sie von früh 7 Uhr bis in die Nacht hinein noch Beiträge sichten, schneiden oder vertonen. „Eine wirkliche Routine gibt es bei uns nicht, denn wenn wir z. B. im Rahmen von „RABATZ“, einem Projekt zur Intensivierung der medienpädagogischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen, in die Schulen oder Kindergärten gehen, geht es meist gleich früh los.“ Grundsätzlich ist aber die Kernzeit bei OKJ nach Aussagen des Radiomachers von 8 bis 20 Uhr. Dann kommen Interessierte in das Medienzentrum Schillerhof und machen Radio von Bürgern/innen für Bürger/innen.

**Kleiner gehts nicht: mobiler
Übertragungswagen „OK-Biene“**



Jochen Fasco mit Vertretern
des Offenen Kanals Jena



Hohe Bekanntheit dank fehlender Mitmachhürden

Seit 2001 ist Cott OK-Leiter in Jena und hat das 1998 gegründete Bürgerradio in der Saalestadt mittlerweile so etabliert, dass es für viele Menschen nicht mehr wegzudenken ist. Immerhin kennen nach der aktuellen Funkanalyse Thüringen 94.000 Personen, ab 14 Jahren das Programm von OKJ. Eine außergewöhnliche Leistung bei knapp 110.000 Einwohnerinnen und Einwohnern in der Saalestadt. Doch dafür hat sich die Mannschaft um den OK-Leiter auch etwas ganz Besonderes ausgedacht. Mit Hilfe eines kleinen und mobilen Übertragungswagens der sogenannten „OK-Biene“ geht der OKJ direkt dahin, wo die Menschen etwas zu sagen haben, nämlich auf die Straße. „Denn“, wie Cott erzählt, „wir haben gemerkt, dass wir mit unseren Studioangeboten nicht alle Menschen erreichen und viele Bürgerinnen und Bürger aus Berührungsängsten nicht den Weg zu uns in die Humboldtstraße 1 finden“. Mit der OK-Biene ist das nach Aussagen Cotts ganz anders. „Hier sind wir direkt vor Ort und bieten ein Podium, um von Sorgen und Nöten, aber auch von kleinen und großen Erfolgen berichten zu können. Dieser „niedrigschwellige“ Ansatz vom OKJ ist gleichzeitig beson-

ders nachhaltig, „denn nicht wenige, die einfach nur mal meckern wollten, konnten wir so zum Radio bringen und dauerhaft für das Medium Hörfunk begeistern“, so Cott weiter.

Mit der OK-Biene in den Wald

Als echte Erfolgsgeschichte haben sich in diesem Jahr für den Sender die Berichterstattungen rund um die Jenaer Kulturarena erwiesen. Viele Künstler, die am Abend noch auf der Bühne standen, haben nur wenig später direkt an der mobilen Sendeeinheit von ihren Erlebnissen erzählt. Produziert wurden aber auch vor Ort kleine Beiträge von interessierten Bürgerinnen und Bürgern. Als kleine Gegenleistung konnten die freiwilligen Freizeitjournalisten/innen dann kostenlos die Konzerte besuchen und hatten zudem die Möglichkeit, die Künstlerinnen und Künstler backstage kennenzulernen. Demnächst will Cott die OK-Biene sogar noch unabhängiger und mobiler machen. Dafür hat er einen kleinen Benzengenerator angeschafft, der es dem Mini-Sendestudio erlaubt, auch ohne Strom zu arbeiten. „Jetzt können wir auch aus den Wäldern rund um die Kernberge senden“, so der schmunzelnde OKJ-Leiter.

RADIO OKJ



Mit Lupen

Erfolgsmodell Thüringer Bürgerrundfunk

Laut der aktuellen Funkanalyse Thüringen ist die Zahl der Thüringerinnen und Thüringer, die einen Bürgersender kennen und nutzen können, seit der letzten Analyse deutlich gestiegen. Aktuell kennt jeder Dritte im Freistaat einen Bürgersender und knapp 20 Prozent können auch selbst einen solchen Sender empfangen. In absoluten Zahlen entspricht das rund 420.000 potenziellen Nutzern. Die Bürgersender in Thüringen erreichen damit annähernd die gleiche Zahl von Menschen wie die kommerziellen Lokalsender. Die Ergebnisse der Funkanalyse Thüringen sind Teil einer Reichweitenstudie zum

ortsnahe Fernsehen in Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, die im Auftrag der fünf ostdeutschen Landesmedienanstalten von der INFO Markt- und Meinungsforschung GmbH Berlin durchgeführt wurde. Im Rahmen der repräsentativen Telefonbefragung wurden in Thüringen 3.079 Interviews geführt (davon 599 Interviews mit potenziellen Nutzern von Bürgermedien). Auf dieser Basis können die wichtigsten Empfangs- und Nutzungsdaten auch für einzelne Sender zuverlässig hochgerechnet werden.

Lernen durch Radio



Fortbildungen im Bereich Audio machen fit für die Medienwelt

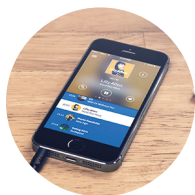
Hannes liebt Medien und gute Musik und ist ein Garant für frische Ideen: Eine gute Expertise, um eine Agentur zu gründen, die sich mit dem Radio der Zukunft beschäftigt. Vor 10 Jahren gründete Hannes Mehring seine Ideenschmiede frisch in Erfurt. Auch um zu beweisen, dass das gute alte Radio trotz der neuen Möglichkeiten, die das Web 2.0 mit sich bringt, immer ein beliebter Begleiter im Alltag vieler Menschen bleiben wird. Dafür hat das Team um den jungen Geschäftsführer jetzt eine CrowdRadio Smartphone-App entwickelt, um Hörer in das Radioprogramm zu integrieren. Damit können künftig Hörer zu Reportern werden und ihr Radio selbst mitgestalten. Erste Radiosender, wie das Internet-radio detektor.fm aus Leipzig haben die Entwicklung aus Erfurt bereits im Praxisbetrieb und damit on air. Dafür erhielt detektor.fm 2012 den Deutschen Radiopreis in der Kategorie Beste Innovation.



Hannes Mehring,
Kopf von CrowdRadio

Doch jede neue Innovation braucht Köpfe und Treiber, um die multimedialen und sozialen Technikwelten und Netzwerke mit Leben zu füllen. Dafür hat die TLM einen breiten Ansatz von Fortbildungen mit vielen Säulen entwickelt. Neben den Aus- und Fortbildungsangeboten für Erwachsene im Bereich der Medien – die alle interessierten Bürger des Landes nutzen können – geht es vor allem darum, bereits die Jüngsten der Gesellschaft medienkompetent zu machen. Dank der einzigartigen Bürgermedienlandschaft in Thüringen können bereits Kinder erste Erfahrungen mit dem Hörfunk machen, echte Ra-

dioluft schnuppern und sogar live auf Sendung sein! Eine weitere Säule der Medienbildung ist die schulische Verankerung des Themas. So gibt es mittlerweile an allen Schulen in Thüringen den Kurs Medienkunde. Das erfordert natürlich auch ein breites System an Fortbildungen für die Lehrerinnen und Lehrer. Deshalb bietet die TLM Fortbildungsangebote in Kooperation mit dem Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien (Thillm) und den Thüringer Bürgersendern an. Inzwischen wurden in medienpädagogischen Seminaren und Kursen schon hunderte Lehrerinnen und Lehrer für die medienpraktische Projektarbeit fit gemacht. Besuchen können die Pädagoginnen und Pädagogen medienpraktische Schulungen in allen Medienbereichen. Und gleich nach der Theorie kommt die Praxis: Denn im Anschluss an die Kurse realisieren sie, mit Unterstützung erfahrener Medienpädagoginnen und Medienpädagogen der TLM, ein eigenes medienpraktisches Projekt an ihrer Schule. Denn von den fitten Lehrerinnen und Lehrern profitieren schließlich die Kinder und Jugendlichen. Und wer weiß, vielleicht keimen unter ihnen schon wieder neue Ideen für innovative Radioprojekte der Zukunft, wie sie ein gewisser Hannes Mehring heute schon mit seiner Agentur umsetzt.



Interaktion dank
Smartphone und Co.

Mit Lupen

www.tlm.de/tlm/fortbildung/lehrerfortbildung/index.php

Porträt

Rundfunkversuchsstätte für das digitale Zeitalter

Wie eine Professorin das weltweit einzigartige Institut für Experimentelles Radio an der Bauhaus-Universität Weimar führt



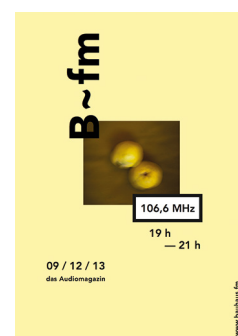
Prof. Dr. Nathalie Singer

Nathalie Singer liebt es, über die Autobahn zu fahren und Radio zu hören. Ganz besonders sinnlich findet sie es, wenn das Rauschen über UKW stetig anschwillt und sich irgendwann zwei ortsfremde Programme überlappen. „Dann“, so sagt die Radiofrau – die unter anderem fünf Jahre als Redakteurin für Deutschlandradio Kultur gearbeitet hat und heute als Professorin für Experimentelles Radio an der Bauhaus-Universität Weimar lehrt – „kann man das Phänomen der Hörräume als akustische Realität wahrnehmen“. Doch eigentlich ist die 45-jährige Lehrstuhlinhaberin des weltweit einzigartigen Studiengangs für „Experimentelles Radio“ längst im Digitalzeitalter angekommen. Augenzwinkernd bezeichnet sie ihr Institut gern als Rundfunkversuchsstätte für das digitale Zeitalter. Denn in ihrem Fach, das zu einem von acht Studiengängen im Bereich Medienkunst Mediengestaltung gehört, können sich die Studentinnen und Studenten mit möglichen und unmöglichen radiokünstlerischen Formaten im digitalen Zeitalter auseinandersetzen. Das geht nach Aussagen der Professorin bei künstlerischen Hörspielfeatures und Hörtheater los und hört bei gps-gesteuerten Hörspielen oder einem akustisch gesteuerten Wetterbericht auf.

Mit den Studenten up to date bleiben

Zusammen mit der unter den Studenten sehr beliebten Hochschullehrerin sollen die Nachwuchs-Radioteile lernen, was Radio außerhalb des klassischen Radios im öffentlich-rechtlichen und im privaten Sek-

tor leisten kann. „Bei uns“, so die Professorin, „geht es nicht vordergründig darum, dass man Ton oder Schnitt lernt, auch wenn das Teil unserer Ausbildung ist, sondern es geht vor allem um das Ausloten neuer Formate und die kritische Auseinandersetzung mit den Medien“. Singers Studenten sollen vor allem immer wieder auch kritisch hinterfragen, was Radio oder Fernsehen im digitalen Zeitalter ausmacht und wie es um Inhalte und Formate in Zeiten konvergenter Medien steht. Besonders spannend findet es Singer zudem, dass sie mit ihren Studenten immer weiter mitlernen kann und so „up to date“ bleibt, wie sie es ausdrückt. „Denn gerade die Studenten kommen mit ihren Hörgewohnheiten und ihren Erfahrungen aus dem Netz voller cooler Blogs zu uns an die Universität, die wir hier dann radiokünstlerisch weiterentwickeln oder aufbrechen können“. Auch wenn das die Wissenschaftlerin und Radiofrau eigentlich nicht so gern hört, können natürlich auch die Studierenden von ihrer Expertise profitieren. Schließlich kennt Singer das oft knallharte Radiogeschäft mit seinen Entscheidern aus dem Effeff. Gerade ihre eigenen Erfahrungen als Radiofrau bei Deutschlandradio Kultur kann sie immer wieder nutzbringend in die eigene Lehre einbringen. Lieber spricht Singer allerdings über das Miteinander mit ihrem studentischen Nachwuchs. „Ich sehe die Studenten und die Professoren als eine Art neuronales Netzwerk“. „Vielleicht“, so die sympathische Wissenschaftlerin weiter, „ist daran meine Herkunft aus einer neurowissenschaftlichen Familie schuld“. In der Vorstellung der Pro-



Hochschuleigenes BauhausFM

fessorin sind die Lehrkräfte die hochspezialisierten Zellen, mit deren Hilfe sich die Studenten in weitverzweigten und interdisziplinären Netzwerken vollkommen neu orientieren können. „So können sie sich von überall her Expertise holen und dadurch neue hochwertige Formate entstehen lassen.“ Und so treffen denn tatsächlich in Singers Studiengang Interface und Webseitendesign auf Hörspiel und Interaction wird mit Design und Soundscape verbunden. Eingebunden in die Netzwerke der Professorin sind zudem immer wieder fachfremde Experten, wie Regisseure, Theaterleute oder Musiker.

Neue Ideen für das öffentlich-rechtliche Radio

Mittlerweile hat sich der Studiengang „Experimentelles Radio“ auch einen hervorragenden Ruf außerhalb der Landesgrenzen Thüringen erworben. Das liegt nach Aussagen Singers auch daran, „dass wir mit unseren Produktionen viel unterwegs wa-

ren“. Im Resultat kommen heute immer mehr Studenten aus anderen Hochschulen nach Weimar, um hier ihren Master zu machen. Darunter sind viele Theaterleute, DJs und Komponisten, die an anderen Hochschulen nicht studieren können, da diese klassisch ausgerichtet sind. „Wir dagegen haben erkannt, dass wir heute eher eine beatorientierte Generation mit tollen Einfällen haben“, so die Professorin. Aber auch die unmittelbare Szene in Weimar und Jena hat längst mitbekommen, was an der Bauhaus-Universität auch im Bereich der Subkulturen geleistet wird und dass man hier zeitgemäß studieren- und sogar Hip-Hop-Hörspiele machen kann. Nach Ansicht Singers lassen sich so auch wieder neue, innovative und zielgruppengenaue Formate aufsetzen, die für die öffentlich-rechtlichen Programmacher interessant sind. „Zumal die traditionellen Funkhäuser nicht einen solch intensiven Kontakt mit der jungen Szene pflegen können, wie wir das tun.“

Nathalie Singer Professorin
für Experimentelles Radio
an der Bauhaus-Universität
Weimar



Renaissance einer längst verloren geglaubten Ära?

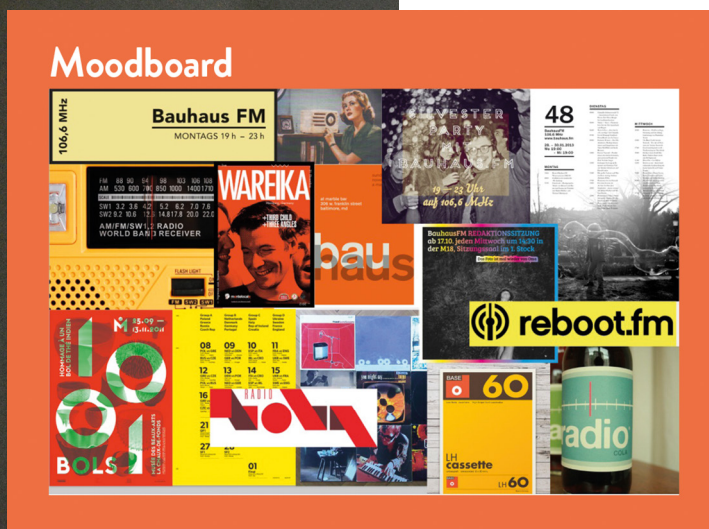
Der Weimarer Studiengang speist sich aber nicht nur aus hippen und interdisziplinären Ideen, sondern er ist auch eine Referenz an eine längst verloren geglaubte Ära der Radiokunst geboren in den 1920er Jahren. Für Singer ist der Studiengang „Experimentelles Radio“ auch eine Art Renaissance der sogenannten Rundfunkversuchsstätten in Köln, München und Berlin, die seinerzeit untersucht haben, was mit der Musik und mit der menschlichen Stimme im Radio passiert. Größen, wie die Komponisten Paul Hindemith und Ernst Toch forschten damals am gerade neu entstandenen Medium Radio. „Das waren extrem experimentelle Einrichtungen, in denen Leute von den Rundfunkstationen und den Universitäten bezahlt wurden, um sich kritisch und experimentell mit dem Radio auseinanderzusetzen.“ Heute mache das keiner mehr, sagt Singer. Schuld daran haben nach ihrer Aussage vor allem der Quoten- und Kostendruck bei den Programmen,

der kaum noch Freiräume zulasse. Umso stolzer ist die Radiojournalistin und Wissenschaftlerin, dass man in Weimar jetzt das fortsetzt, was einst die Ahnen in Gang brachten. Eine Rundfunkversuchsstelle des digitalen Zeitalters!

Radiokunst live im Radio

Ein Teil dessen, was die Studenten in Singers Studiengang erdenken und produzieren, wird sogar mithilfe des Studentenradios BauhausFM live oder in Aufzeichnungen über den Äther geschickt. „Wir bauen also keineswegs Elfenbeintürme unter Ausschluss der Öffentlichkeit“, so die Professorin. „Vielmehr können auch die Weimarer montags von 19 bis 23 Uhr über die UKW-Frequenz 106,6 MHz hören, was wir so in der Bauhaus-Universität treiben.“ Im Programm laufen zumeist Hörspiele und Radio-Features aber auch Jam-Sessions, die von anderen „Locations“ live übertragen werden. Daneben gibt es zahlreiche experimentelle Formate. Zudem arbeitet der Sender auch mit vielen nationalen und internationalen Radios bis nach New York und Montréal zusammen.

Experimentelles Radio



Auf BauhausFM sind die Subkulturen zu Hause

Brücke zu den „Piefsendern“

Vielseitige Kooperationen gab es in der Vergangenheit aber vor allem auch mit dem Deutschlandradio. „Gerade weil ich von dort komme, bin ich oft die Brücke zu den Sendern“, so Singer. „Und am Ende gibts dann doch nichts größeres für die Studenten als bei Deutschlandradio Kultur gesendet zu werden, auch wenn vorher gemostert wird über die öffentlich-rechtliche und muffige Piefmusik. Sobald unsere Beiträge dort laufen, ist die Kritik vergessen und die Studenten finden das einfach nur toll....“

Interview

Das Publikum ist ein scheues Reh

Der MDR, die Digitalisierung des Hörfunks und die Konkurrenz im Markt

Herr Dieste, MDR THÜRINGEN – Das Radio, zählt zu den beliebtesten Sendern im Freistaat. Worauf fußt dieser Erfolg?

Weil die Hörerinnen und Hörer uns einschalten. Wenn wir sie fragen – warum hört Ihr MDR THÜRINGEN? Dann sagen sie: weil ihr gute Musik spielt, gute Nachrichten habt, aus der Region informiert, weil man mit euch gut aufstehen kann, weil der Wetterbericht (meistens) stimmt und die Blitzer auch. Vielleicht liegt es auch daran, dass wir das Lebensgefühl unserer Hörerinnen und Hörer ganz gut treffen.

Welchen Auftrag verbinden Sie mit diesem positiven Hörerecho?

Informieren, beraten und unterhalten – das ist der Auftrag von öffentlich-rechtlichem Rundfunk. MDR THÜRINGEN investiert in die journalistische Kompetenz: In Gera, Suhl, Heiligenstadt, Weimar, Saalfeld, Sondershausen, Jena, Eisenach, Schmalkalden und in Erfurt leben und arbeiten unsere Korrespondentinnen und Korrespondenten – diese Nähe müssen wir pflegen. Wir investieren in Recherche und haben damit immer wieder spannende Geschichten direkt von vor Ort zu erzählen.

Welche Konzepte haben Sie für das Programm, um es künftig in der digitalen Welt noch besser ausrichten zu können?

„Multimedialität“ ist hier ein Stichwort: Bei MDR THÜRINGEN arbeiten Radio, Fernsehen und Online eng zusammen, entwickeln gemeinsam Konzepte und tauschen Inhalte aus. Die Trends aus Nutzersicht sind „Mobilität“ und „zeit- und ortsunabhängige Nutzung“: Um jederzeit und überall mit unseren Inhalten da zu sein, nutzen wir verschiedene Ausspielwege, Plattformen und Netzwerke: MDR THÜRINGEN hat auch Mails aus Lateinamerika und Australien bekommen, wir waren mit den Ersten mit der Länder-App „MDR THÜRINGEN“. Der MDR ist bei Youtube und anderswo. Die Menschen, die uns kennen und schätzen, finden uns. Die, die vielleicht noch keinen Kontakt zu uns hatten, sich aber für die Inhalte interessieren, die finden wir und machen ihnen ein Angebot.

Schließlich „Inhalte“: Alle Konzepte nützen nichts, wenn die Inhalte die Menschen nicht interessieren. Wir müssen etwas bieten, dass andere nicht oder so nicht haben: Der MDR THÜRINGEN berichtet im Radio, Fernsehen und Online aus Thüringen für Thüringen – das machen nicht viele Medien so intensiv.

Welche Rolle spielt in diesen künftigen Multimedia-Konzepten das klassische Radio über DAB+ oder wandert künftig alles ins Netz und auf mobile Endgeräte?

Der MDR misst der digital-terrestrischen Hörfunkverbreitung über DAB+ generell einen hohen Stellenwert bei. Mit Digitalradio kann der MDR sein gesamtes Hörfunk-Programmangebot terrestrisch übertragen. Ein klarer Vorteil gegenüber der Verbreitung durch (mobiles) Internet liegt dabei in der Möglichkeit des anonymen Zugangs ohne Einschränkung in puncto Netzneutralität und Volumenbegrenzung. Internet kann die Hörfunkverbreitung ergänzen, ist jedoch keine geeignete Alternative als Hauptverbreitungsweg. Die ARD befindet sich derzeit in einem Prozess der strategischen Positionierung bezüglich Digitalradio über DAB+. MDR-Intendantin Prof. Dr. Karola Wille leitet eine Lenkungsgruppe, die die ARD-Entscheidung vorbereitet.

Wie stellen Sie sich die Thüringer Hörfunklandschaft in 20 Jahren vor? Haben wir auch dann noch einen gesunden dualen Rundfunk?

Das Publikum ist ein scheues Reh. Wenn es sich von uns abwendet, weil andere Spieler im Medienmarkt attraktiver zu sein scheinen, dann sehe ich schwarz. Aber es liegt ja auch an den jetzt Handelnden, die Weichen so zu stellen, dass die Hörerinnen und Hörer uns vermissen würden...



Werner Dieste, Direktor des
LANDESFUNKHAUSES THÜRINGEN



Interview

Prof. Dr. Frank Fechner, Technische Universität Ilmenau

Novelle des Thüringer Landesmediengesetzes

Herr Prof. Fechner, wie zufrieden sind Sie mit der aktuellen Novelle des Landesmediengesetzes?

Mit dem neuen Landesmediengesetz bin ich sehr zufrieden. Ich denke, es ist eine konsequente Fortentwicklung dessen, was bisher schon da war. Eine Novellierung des vorhergehenden Gesetzes war auch aus europarechtlicher Hinsicht nötig, um bestimmte Anpassungen vorzunehmen. Was neu ist – und insofern ist Thüringen ganz vorn dabei – ist das Thema Netzneutralität. Als erstes Bundesland hat jetzt Thüringen die Netzneutralität fest geschrieben. Insofern ein ganz interessanter Punkt, da möglicherweise schon bald andere Bundesländer und der Bund mit einer ähnlichen Regelung nachziehen könnten. Sehr löblich ist auch die Einführung eines neuen Bürgermedienmodells.

Was hätten Sie sich im Rahmen der Novelle gewünscht, was noch nicht umgesetzt wurde?

Ich persönlich hätte mir ein Mediengesetz gewünscht, das alle unterschiedlichen Medienformen im Hinblick auf die zunehmende Konvergenz der Medien gesetzgeberisch einheitlich berücksichtigt. Was mir aber besonders nachteilig auffällt, ist die Tatsache, dass die besonderen Pflichten und Rechte der Radio-Veranstalter, die in §§ 24 ff. aufgeführt sind, nicht klar auch im Hinblick auf die Telemedienanbieter formuliert wurden. Insofern bleibt auch für künftige Landtage noch genügend Gestaltungsspielraum.

Was spricht aus Ihrer Sicht gegen ein Funkhausmodell in Thüringen, wie es ANTENNE THÜRINGEN und die LandesWelle Thüringen favorisiert haben?

Dagegen sind in erster Linie verfassungsrechtliche Gründe ins Feld zu führen, die aus der in Artikel 5 Abs. 1 des Grundgesetzes normierten Rundfunkfreiheit abgeleitet werden. So hat das Bundesverfassungsgericht

sehr genau festgelegt, welche Vorgaben der Gesetzgeber im Bereich des Rundfunks zu beachten hat. Letztlich kommt es juristisch weniger auf die Angebotsvielfalt als auf die Anbietervielfalt an. Um es konkret für Thüringen zu sagen, es darf gesetzgeberisch nicht das Ziel sein, in einem gemeinsamen Funkhaus zwei Programme zu veranstalten, sondern es muss gewährleis-

Entscheidend ist die Anbietervielfalt und nicht die Angebotsvielfalt

tet werden, dass verschiedene Anbieter die Inhalte generieren. Es ist die elementare Aufgabe der Medien in unserer Demokratie, unterschiedliche Auffassungen wiederzugeben, die Menschen müssen sich aus unabhängigen Medien informieren können. Unsere Medien haben eine ausgeprägte „Wachhundfunktion“, um Missstände in der Gesellschaft oder Politik aufzudecken. Oder denken Sie an die Wahlen, auch hier brauchen wir eine Anbietervielfalt unterschiedlicher Couleur, gerade auch im Sinne des Tendenzschutzes. Nachvollziehbar sind natürlich die finanziellen Argumente und Belastungen der beiden privaten Radiohäuser in Thüringen, vor denen auch der Jurist die Augen nicht verschließen kann. Aber das hat der Landesgesetzgeber auch gar nicht getan und durchaus die Möglichkeit geschaffen, dass man hier künftig in einer Art Bürogemeinschaft kooperieren kann. Thüringen hat ganz einfach das Problem bei einem Verschmelzungsprozess zu einem Funkhaus, schlussendlich nur noch einen privatwirtschaftlichen Radioanbieter zu haben. Das ist natürlich mit der geforderten Anbietervielfalt nicht vereinbar.

Porträt

Wenn Bilder zum Leben erwachen

Erfurter Agentur KIDS interactive entwickelt „Augmented Reality-Applikation“ für Videos auf Papier



Ungemein realistisch schlägt das 3D-Modell eines menschlichen Herzens. Was eben noch als bloße Zeichnung in einem Buch quasi zweidimensional zu sehen war, hat sich dank eines Smartphones mit dem man über die Abbildung fährt in eine dreidimensionale Welt verwandelt. Jetzt kann die menschliche Schaltzentrale durch Drehen des Hefts von allen Seiten betrachtet werden. Was nach Science Fiction klingt, ist tatsächlich heute möglich und nennt sich Augmented Reality. Also das digitale Erweitern realer Objekte, beispielsweise von Fotos auf Papier. Ganz vorn dabei in der Entwicklung solcher multimedialer Zusatzdienste ist die Erfurter Agentur KIDS interactive, die mit der Applikation App2Look für Smartphones und Tablets einen Dienst entwickelt hat, mit dem sich gedruckte Bilder oder Grafiken mit zusätzlichen Multimedia-Elementen wie Videos, Zusatzinfos oder 3D Animationen virtuell ergänzen lassen. Die App2Look Technologie erkennt dabei anhand der konkreten Bildeigenschaften, um welche Inhalte es sich handelt und blendet anschließend die hinterlegten Inhalte direkt auf der Buch- oder Heftseite ein. Glaubt man Joerg Michel, dem Geschäftsführer von KIDS interactive, wird sich mit seiner Entwicklung schon bald das Lernumfeld an den Schulen grundsätzlich ändern. Bereits heute entwickelt Michels Agentur im Auftrag des Schulbuchverlages Dieterweg eine App, mit deren Hilfe Schulbücher mit zahlreichen multimedialen Inhalten angereichert wurden. Das Handling ist kinderleicht: Per Smartphone-Kamera scannt der Schüler eine beliebige Schulbuchseite, wodurch die App zunächst das Seitenlayout anhand von markanten Bildelementen erkennt. Anschließend werden Videos, Lernwörter, Dialoge und Vokabeln in einem



eigenen Menü eingeblendet und können dort abgespielt werden.

Genutzt werden kann die App, die sowohl für Android-Smartphones als auch für das iPhone erhältlich ist, nicht nur für Schulbücher, sondern auch für Kataloge, Museumsführer oder Printwerbemittel. Angetan zeigt sich von Michels Entwicklung sogar die Thüringer Landespolitik. So hat KIDS interactive begleitend zur Jahreskonferenz der Chefs der Staatskanzleien für den Freistaat Thüringen die offizielle App zum Programmheft produziert. Die Teilnehmer der Konferenz wurden schließlich mit einer persönlichen Videoansprache der einladenden Ministerin sowie verschiedenen Filme über Land und Leute überrascht.

Mit Lupe

KIDS interactive

KIDS interactive ist auf die Konzeption und Realisierung interaktiver Lern- und Spielmedien und Unterhaltungsformaten für Kinder spezialisiert. Bei KIDS interactive entwickelt und produziert ein professionelles Team aus Konzeptern, Designern und Programmierern spannende und lehrreiche Kindermedien für alle Bereiche und kann dabei auf langjährige professionelle Produktionserfahrungen zurückgreifen. Die Kompetenzen reichen dabei von komplexen Edutainment- und E-Learning-Projekten für den Schulunterricht bis hin

zu anspruchsvollen Kinder-Webseiten für Organisationen, Unternehmen und Produkte. Durch zahlreiche pädagogische Projekte im schulischen Umfeld verfügt KIDS interactive über eine besonders umfangreiche Expertise auf dem Gebiet der interaktiven didaktischen Wissensvermittlung. In Kombination mit vielfältigen Erfahrungen aus dem narrativen Bereich bei der Entwicklung von Trickfilm-Serien für Kinder gelingt der Erfurter Mannschaft eine qualitativ hochwertige Mischung aus nützlichem Wissen und spannender Unterhaltung.

Porträts der Versammlungsmitglieder

Der Rechtsausschuss

Der Rechtsausschuss ist zuständig für die rechtlich relevanten Aspekte der Medienaufsicht der TLM und bereitet Satzungen und Richtlinien sowie Beschlussvorlagen zu rechtlich relevanten Problemstellungen für die Versammlung vor.

Nachgefragt ...

1. zu Aufgaben im Rechtsausschuss.

2. zum ausgeübten Beruf.

3. zur privaten Mediennutzung und Freizeitgestaltung.

Thomas Damm

Vorsitzender des Rechtsausschusses
und Vertreter der Verbraucherschutzverbände in der Versammlung



- 1.** Thomas Damm leitet den Rechtsausschuss.
- 2.** Damm ist Jurist und stellvertretender Vorsitzender der Verbraucherzentrale Thüringen.
- 3.** Er bezeichnet sich als Büchernarr und Cineast. Hört regelmäßig Radio. Besonders erfreut ihn die Entwicklung der Bürgermedien.

Ilona Helena Eisner

Stellvertretende Vorsitzende des Rechtsausschusses und Vertreterin der Frauenverbände in der Versammlung



- 1.** Vertritt als stellvertretende Vorsitzende des Rechtsausschusses Thomas Damm, wenn er die Sitzungsleitung des Ausschusses nicht wahrnehmen kann.
- 2.** Eisner ist die Leiterin der Elternakademie bei der Thüringer Stiftung FamilienSinn. Das Ehrenamt bereitet ihr großes Vergnügen, „auch wenn es manchmal eine Art zweiter Beruf und eine Herausforderung ist“.
- 3.** Privat nutzt sie vorrangig das Radio und das Internet als Informationsquelle. Zudem bezeichnet sie sich als absoluten Kino-Fan und nutzt dafür in ihrer Freizeit jede Gelegenheit. Als noch eine liebste Freizeitbeschäftigung nennt sie: „Einfach auf dem Sofa sitzen und auf neudeutsch ‚chillen‘“.

Peter Hoffmann

Vertreter der Handwerksverbände
in der Versammlung



1. Der Jurist Peter Hoffmann hat gemeinsam mit dem Ausschussvorsitzenden den Vorteil, auf dem Gebiet des Rechts zu Hause zu sein. Er berät mit allen Mitgliedern gemeinsam die Themen, die nach der Zuständigkeitsordnung dem Ausschuss zugewiesen werden.
2. Hoffmann ist als Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Südthüringen tätig. Davor war er als Rechtsanwalt und Fachanwalt tätig.
3. Privat bevorzugt der Familienvater das Internet, „weil es den umfassendsten Informationsspool für mich bereit hält“. Nach Aussagen Hoffmanns sind dort alle anderen Medien auch verfügbar. Doch die liebste Freizeitbeschäftigung ist für ihn seine Familie.

Dr. Claus Dieter Junker

Vertreter der Verbände der Kriegsoffer,
Wehrdienstgeschädigten und
Sozialrentner in der Versammlung



1. Dr. Junker wurde 2004 erstmals die Versammlung der TLM entsandt. Er bereichert die Arbeit im Rechtsausschuss durch sein Wissen und seine langjährigen Erfahrungen.
2. Gehörte vor seinem Ruhestand dem Sozialverband VdK in Thüringen an. Heute übt er keinen Beruf mehr aus und ist Rentner.
3. In seiner Freizeit liest und schnitzt Dr. Junker gern. Als tägliche Informationsquellen nutzt er das Internet, die Printmedien (vor allem die Süddeutsche Zeitung) und das Fernsehen.

Wolfgang M. Nossen

Vertreter der Jüdischen Gemeinden
in der Versammlung



1. Nossen ist seit 1999 Mitglied in der Versammlung der TLM. Im Rechtsausschuss bringt er sein Wissen und seine langjährigen Erfahrungen ein.
2. Er war 17 Jahre Vorsitzender der Jüdischen Landesgemeinde Thüringen und ist seit seinem Ruhestand Ehrenvorsitzender der Landesgemeinde.
3. Seine Freizeit verbringt Nossen überwiegend am PC. Zudem informiert er sich täglich über das Nachrichtengeschehen im Fernsehen und Radio. Dabei favorisiert er die nichtkommerziellen Radio-Sender.

Egon Primas MdL

Vertreter des Bundes der Vertriebenen –
Landesverband Thüringen



1. Primas bringt seine langjährige politische Erfahrung in den Rechtsausschuss ein.
2. Seit 1990 ist Primas durchgängig Mitglied des Thüringer Landtags. Bis heute zog er bereits zum sechsten Mal als direkt gewählter Abgeordneter aus dem Wahlkreis Nordhausen in den Landtag ein. Vor seiner politischen Karriere war Primas unter anderem als Produktionsleiter im Straßenwesen tätig.
3. Beruflich und privat nutzt Primas täglich mobile Endgeräte, wie Smartphones und Tablets. Zu Hause informiert sich der Berufspolitiker zudem im Fernsehen und im Radio über das neueste Geschehen. Die größte Leidenschaft für den Naturfreund ist es, auf die Jagd zu gehen.

Impressum

Herausgeber	Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) Steigerstraße 10 · 99096 Erfurt Tel.: 0361 21177-0 · Fax: 0361 2117755 mail@tlm.de · www.tlm.de
Verantwortlich	Jochen Fasco, TLM
Inhalt	Barthel Marquardt – Strategiebüro für Pressearbeit, Leipzig, TLM
Texte	Nikola Marquardt, Alexander Hiller
Gestaltung, Satz & Layout	<i-D> internet + Design GmbH & Co. KG, Weimar
Druck	City Druck & Verlag GmbH, Erfurt
©November 2014	

Bildnachweis

1	Lexon www.lexon-design.com	15	TLM; c:istockfoto.com
3	TLM	16	Radio OKJ
4–6	RADIOZENTRALE GmbH	17	TLM
7	©Dreaming Andy/Fotolia.com	18	TLM; CrowdArchitects GmbH
8–10	Uwe Schimunek	19–21	Uwe Schimunek; BauhausFM
11	LandesWelle Thüringen	22	MDR LANDESFUNKHAUS THÜRINGEN
12	Uwe Schimunek	23	Technische Universität Ilmenau
13	ERF Medien e. V.; Klassik Radio	24	Christiane Fritsch
14	TLM	25–26	TLM

TLM.

2look

up²date

TLM.
Thüringer
Landesmedienanstalt

#02.2014 | Das Magazin der Thüringer Landesmedienanstalt

NICHT NUR LESEN SONDERN ERLEBEN
TLM2LOOK
QR CODE

up²date

#02.2014 | Das Magazin der Thüringer Landesmedienanstalt

8 Kommerzieller Rundfunk

Interview



Jürgen Kratz, Geschäftsführer von ANTE NNE THÜRINGEN

stia lustig

Radio

Programminnovation
Lutz Kr

Forschung

Einzigartiger S

"Experimentell



Jürgen Kratz, Geschäftsführer von ANTE NNE THÜRINGEN

stia lustig

SO FUNKTIONIERT DIE TLM²LOOK:



DIE TLM²LOOK
AUS DEM APPSTORE ODER VON
GOOGLE PLAY HERUNTERLADEN



DIE GEKENNZEICHNETEN
SEITEN MIT DEM
SMARTPHONE SCANNEN



VERSTECKTE INHALTE
ANSEHEN

