



LOKALRUNDFUNKTAGE NÜRNBERG 6. - 7. JULI 2010

PRESSEMITTEILUNG, 06. Juli 2010

Herausforderungen für das Radio: Kreativer Content entscheidet, 16:30 – 17:30 Uhr

“Talk of the Town and the village”

(ses) Das Fazit aus dem Workshop „Herausforderung für das Radio: Kreativer Content entscheidet“ war eindeutig: Redaktionell aufbereitete Hörerbeteiligung und lokale Geschichten aus dem Sendegebiet sind die Grundlagen für jeden kreativen Content im Radio.

Andreas Kramer, Chefredakteur von Radio Kiepenkerl in Westfalen, betonte vor allem die Bedeutung lokaler Information. Dabei geht es nicht unbedingt darum, das Rad neu zu erfinden sondern klassische Formate und Ideen durch eine gewitzte redaktionelle Aufbereitung für den Hörer interessant zu machen. So würden in der Rubrik „Schlaumeier“ Straßennamen und andere lokale Gegebenheiten durch den Schlaumeier auf interessante Weise erklärt werden. Den Kontakt zum Hörer sucht Radio Kiepenkerl mit der Frequenzpolizei, bei der ein Reporter unterhaltsame Geschichten aus dem Alltag der Hörer berichtet.

Wolfgang Subirge, der bei Charivari in Regensburg die Morning-Show präsentiert, setzt ebenfalls auf Mobilisierung der Hörer. Das Lokalradio, mit seinem heterogenen Sendegebiet, mit Städten wie Regensburg und ländlichen Gebieten des bayerischen Waldes, lobt dafür insgesamt 50 000 Euro Preisgeld aus. Das Geld ging allerdings nicht an einen Einzelgewinner, sondern an die Gemeinde, deren Bewohner sich am häufigsten bei Charivari über Telefon oder Internet meldeten. „Da waren wir dann ganz tief drin und hatten Anteil am Leben der Menschen. Wir waren Talk of the town and the village.“, berichtete Wolfgang Subirge.

DIE NEUE 107,7 setzt vor allem auf die clevere Einbindung des Hörers mit Hilfe von Musik. Das Radio aus Stuttgart, definiert sich vor allem als Rocksender. Dominik Harsch, der leitende Morningshow-Redakteur und seine Crew entwickelten das Konzept der Rockbotschaft. Hörer können sich mit dringenden Botschaften für Bekannte, Verwandte und Kollegen an den Sender wenden, der diese dann neu textet und musikalisch gestaltet. Die Adressaten der Botschaft werden dann per Telefonanruf mit den Nachrichten konfrontiert. Da wird einer aufdringlichen Verehrerin schon einmal deutlich gemacht, dass sie Ihre Bemühungen einstellen sollte. „Wir kriegen natürlich gefühlte 70 000 Emails und Anrufe bei denen es darum geht, dem Schatz zu sagen, dass man ihn ganz toll lieb hat. Das ist natürlich langweilig. Wir nehmen uns dann aber die Zeit und telefonieren mit den Leuten, manchmal eine halbe Stunde und dann findet man die interessanten Geschichten,“ erzählte Dominik Harsch. „Man merkt da steckt einfach Arbeit drin“, kommentierte Moderator Philipp von Martius.

Verfasser: Sebastian Strube

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.lokalrundfunktage.de.