

KLUB ANALOG – Folge 9: Rundfunk in Bremen

Für den Rundfunk steht Vernetzung auf dem Programm

Neunte Folge KLUB ANALOG: Gesprächsrunde zum Rundfunk / Radio Bremen präsentierte „Dickie Dick Dickens“ Hörspiel der 60-er Jahre

Einen Blick in die Vergangenheit und die Zukunft des Rundfunks warfen die Besucher der neunten KLUB ANALOG Veranstaltung im Club Elf²: Mit alten Kofferradios und Bandmaschinen hatte sich der Vorraum in eine „Hörspiel-Lounge“ verwandelt. Nebenan diskutierten Christoph Sodemann von center.tv, Helge Haas von Radio Bremen und Mona Rübsamen (motorFM) über Digitalisierung, Zielgruppenrelevanz und Potentiale der Sender.

Zum Rundfunkmarkt gehören Radio und Fernsehen, erläuterte Nadine Portillo als Moderatorin gleich zu Beginn der Gesprächsrunde. Dass auch Online-Medien für diese Branche zunehmend relevant werden, verdeutlichten die Gesprächsteilnehmer schnell. Mit dem neuen Funkhaus habe Radio Bremen einen Sprung „von der analogen Welt zur digitalen ganz weit nach vorne“ gemacht, sagte Helge Haas, Leiter des Radiosenders Bremen Vier und der Talkshow „3nach9“. Die Idee dabei sei, Radio, Fernsehen und Online zu vernetzen – eine Aufgabe, die laut Haas auf alle öffentlich-rechtlichen Sender zukomme, wenn sie weiterhin bestehen wollten. Allerdings: Die Sender müssen sich beschränken. „Seit es Webseiten von öffentlich-rechtlichen Medien gibt, existiert eine Diskussion darüber, was sie dürfen und was nicht“, sagte Haas. Mit dem neuesten Rundfunkstaatsvertrag müssten die öffentlich-rechtlichen Sender nun ihr Online-Angebot prüfen lassen, um nicht mit ihrem Angebot dem Geschäftsmodell privater Sender zu schaden – so auch Radio Bremen.

motorFM als Plattform für Kreativszene

Solange öffentlich-rechtliche Sender die Leute online über ihr Programm informierten, „habe ich persönlich damit überhaupt keine Probleme“, äußerte sich Mona Rübsamen, die Betreiberin des Indie-, Alternative- und Elektromusiksenders motorFM. Problematisch sei es jedoch, wenn dort Community-Ansätze betrieben würden wie sie der Berliner Radio-/TV-/Internet-Sender verfolgt. Der private Sender setzt neben zwei terrestrischen Radiofrequenzen in Berlin und Stuttgart vor allem stark auf den Online-Bereich und verfolgt das Konzept, auf lokaler Ebene musikalischen Nachwuchs zu fördern. Aber nicht nur Musiker sondern die komplette Kreativwirtschaft erhält bei motorFM eine Plattform, um sich und ihre Leistung zu präsentieren, so Rübsamen. Das sei im Prinzip auch aktive Wirtschaftsförderung. „Die Kultur- und Kreativbranche hat es verdient, eine Plattform zu bekommen – nicht nur im Nischenprogramm, sondern auch über Markenprogramme“, sagte Rübsamen.

Nischenprogramm und Markenbildung

Gutes Nährfutter für ein Nischenprogramm sei überhaupt erst die Bildung einer Marke, äußerte sich Christoph Sodemann, der Chefredakteur des jungen TV-Senders center.tv. Wenn der Sender es schaffe, sich als Marke zu profilieren, kämen auch die Werbekunden – und so könne man Sendungen ausstrahlen, die vielleicht kein Geld brächten, dafür aber bestimmte Zuschauergruppen. In der reichlich verfügbaren Sendezeit sah Sodemann ein großes Potential des lokalen Fernsehsenders: „Da kann man natürlich ganz viel anbieten für unterschiedliche Milieus und Interessensgruppen“, sagte Sodemann.

Anders dachte Helge Haas: „Ich glaube nicht, dass es funktioniert in einem Kanal, in einer Marke, so viele verschiedene Zielgruppen zu erreichen“, sagte er. „Die 14-Jährigen kriegst du nicht in ein Programm für 49-Jährige.“ Der Redakteur sprach aus eigener Erfahrung: „Wir haben im dritten Programm eine sehr alte Klientel – und das ist auf Dauer natürlich ein Problem“.

Austauschen und Eintauchen in „Dickie Dick Dickens“

Zu dem Publikum zählten Rundfunkprofis und wiederkehrende KLUB-ANALOG-Gäste. Eine Mischung, die dem Werdandi-Agenturleiter Markus Zietlow besonders gut gefiel: „Das Interessante hier ist, sich über die Grenzen hinweg auszutauschen und sich gegenseitig mit Ideen zu versorgen“. Auch Uli Baumann, die für die Veranstaltung zu den Darstellenden Künsten selbst schon auf der Podiumsbühne gesprochen hatte, zeigte sich mit dem Ergebnis zufrieden. Ihr sei die Diskussion wichtig gewesen, und die habe sie sehr spannend gefunden. Die lockere Atmosphäre und das Rahmenprogramm lobte die Entertainerin mit einem Verweis auf den DJ: „Wenn Stille wäre, würde ich jetzt gehen“. Zum Verweilen luden die Veranstalter - das sind die Clustermanagerin Nadine Portillo, die Eventagentur Buben und Dame sowie Reiner Schümer (ELZ) mit Unterstützung der WFB - an diesem Abend auch mit alten Hörfunkbeiträgen zur Kriminalsatire „Dickie Dick Dickens“ aus den 60-er Jahren ein. Der Hörspielregisseur Wolfgang Seesko und der Radio-Bremen-Redakteur Holger Rink berichteten von der Entstehung des Bremer Hörspiels, wie die Bänder verloren gegangen waren und dass die Redaktion durch einen Aufruf immerhin 25 Sendungen über Mitschnitte der Hörer wieder erlangt hatte. Die fehlenden Folgen wurden in den letzten 12 Monaten von Radio Bremen (digital!) unter anderem mit Bastian Pastewka neu produziert. Für Seesko war klar: Trotz analoger Technik gilt auch für die Anhänger von „Dickie Dick Dickens“ der Community-Begriff.

Das nächste KLUB ANALOG Treffen findet am 12. November um 19 Uhr im Clubraum Elf², Am Speicher XI, Nr.11, statt. Thema: Werbemarkt. Der Eintritt ist frei.t.