



## **Media.Trust.Machines; Vertrauen in der neuen Mediengesellschaft**

Unter diesem Motto fanden in München vom 24.-26. Oktober die 31. Medientage statt. Mehr als 7000 Kongress- und Messe-Besucher haben sich drei Tage mit den aktuellen Trends über die Mediengesellschaft 4.0 informieren lassen. In den acht Kongresssparten Trending Topics, Bewegtbild, Digital Media, Innovation, Medien & Gesellschaft, Medien & Netzpolitik,

Werbung & Marketing sowie Audio & Radio fanden mehr als hundert Diskussionsrunden und Vorträge mit mehr als 400 Experten statt. Auf der Agenda ganz oben standen Themen wie Digitalisierung und Algorithmen, künstliche Intelligenz und lernende Maschinen, Aufmerksamkeitsökonomie und Vertrauenskrise.

Im weiter vergrößerten Ausstellungsbereich waren nebst den üblichen Ständen viele trendige und junge Themen-Bereiche wie die Immersive Media Arena des Mediennetzwerks Bayern, Rockets & Unicorns mit networking stage und medien-campus aufgebaut. Da gab es viel zu hören, sehen und aktiv mitmachen von Mind VS Machine witch one wins (Boxing mit Journis gegen Roboter und Influencer gegen Blogger), Schülertag, Keynotes, Case Studies und Talks zu aktuellen Trends, Geschäftsmodellen und Produktinnovationen rund um VR, AR und 360° in Medienbusiness und Journalismus.

Dieser kurze «Reisebericht» konzentriert sich hauptsächlich auf «Audio & Radio» und Regulierung. Er enthält auch einzelne Ausschnitte der APR und BLM-Berichterstattung.

### **Der lange Weg von UKW zur Digitalen Migration**

Trotz deutlichem Wachstum im letzten Jahr, ist DAB+ in der BRD bei Weitem noch nicht über dem Berg. Und es bleibt dabei, wirklich vorwärts macht nur der Süden (Bayern und Baden-Württemberg) und der VPRT ist noch nicht wirklich auf dem Rückzug der totalen Ablehnung. Während des ganzen vom VPRT organisierten Panel „Die Radio-Agenda: Ready for Boarding? - 5G, UKW, DAB – Was kommt, was bleibt?“, kam das Wort «Leistungsauftrag» und ähnliches nicht ein einziges Mal vor, da geht es um die rein kommerzielle Perspektive von klassischem Rundfunk ist da nicht die Rede.

„Die Abschaltung von UKW wäre der nackte Wahnsinn“ wurde am Audiogipfel zum Thema «Shake up audio – Eine Branche erfindet sich neu» von den Privatrado-Vertretern moniert. Dies obwohl Franz Josef Pschierer (Staatssekretär im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie) schon bei der Einleitung zum Audiogipfel sagte; „Selbst Skeptiker sehen bei DAB+ den Point of no Return überschritten“. Mit einer Tagesreichweite von 22 Prozent sei DAB+ nach dem UKW-Empfang der stärkste Verbreitungsweg, noch vor Web-Radio.

Gerd Zimmer (RTL) und Klaus Schunk (VPRT) zelebrierten (wie lange noch?) eine eigentliche DAB+ Abwehrschlacht. Zimmer: «Wir haben andere Probleme als DAB+, zum Beispiel der starke Rückgang der Netto-Radio Reichweite von 4-7% jedes Jahr und ich sehe kein Refinanzierungspotential». Schunk: «Wir brauchen 500 Millionen EUR Unterstützung für eine allfällige DAB+ Migration und die - präsentierten - Zahlen zeigten, dass DAB+ durch 5G überholt werde.».

Alle Panels und Vorträge rund um Audio waren sehr gut besetzt bis überbelegt! Dies zeigt das enorme Interesse an den im Gang befindlichen erheblichen Veränderungen der Radiolandschaft. Am Rande einer der Veranstaltungen kritisierte ein «stocksaurer» Willi Schreiner die aktuelle nach seiner Meinung völlig ungenügenden DAB+ Radio Abverkaufs-Zahlen.

### **WEBRADIO-Monitor /Thesen zur Entwicklung des Online Audiomarktes**

Klaus Goldhammer präsentierte im Rahmen des Radio-Panels zum 8. mal den WEB-Radio Monitor 2017 für Deutschland. Die wesentlichen Ergebnisse:

- Mit 2.400 Webradios und 9.500 kuratierten Playlists gibt es 2017 rund 12.000 Online-Audio-Angebote in Deutschland
- Kein „Age Gap“ mehr: Radio- und Musikkonsum über das Internet wächst im Prinzip in allen Altersgruppen zwischen 14 und 59 Jahren
- Klassische Radiomarken liegen bei der Nutzung deutlich vorn
- Radio- und Musikkonsum im Auto erfolgt 2017 bereits auch schon häufig via Internet: 44% hören Musik-Streaming-Dienste und 28% Online-Radio
- Radio-Audio-Währung: 44% der werbefinanzierten Anbieter glauben an Verbesserung der Vermarktungsmöglichkeiten, ein Drittel jedoch nicht
- Programmatic Advertising ist marktreif, skalierbar und gewinnt Marktanteile: 2017 erfolgen 9% der Buchungen über Programmatic
- Starkes Wachstum im Werbemarkt: Vervielfachung zwischen 2015 und 2019 von 17 auf 63 Mio EUR . Dies sind pro «Programm» aber immer noch äusserst bescheidene Einnahmen! Nur 27% der Anbieter im Online-Audio-Markt arbeiten bereits kostendeckend, 12% erwarten dies in Kürze, 60% verlieren Geld.

##### **5 «Goldhammer» Thesen zur Entwicklung des Online-Audiomarktes:**

- In einem vielfältigen Online Audiomarkt sind klassische Radiomarken stark
- Online-Audio erweitert die Primetime von Radio
- Sprachsteuerung revolutioniert den Audio-Kanal
- Podcasts können immer und überall genutzt werden und Podcast entwickelt sich zu Mainstream

Die detaillierten Ergebnisse der Web-Radio-Monitor-Studie können [hier](#) «abgeholt» werden.

##### **Smart Speakers, Programmatic und Podcast überfallen die Radios schlagartig!**

Sprachgesteuerte Assistenten mischen die Audioszene gehörig auf. Dank Alexa, Google Home und HomePod kommt Bewegung in den Audiomarkt, denn durch die Sprachsteuerung ergeben sich für Audioanbieter neue Chancen, aber auch zusätzliche Kanäle, die bedient werden müssen. Sprachassistenten sind das „next big thing“. Dass sie nicht nur eine Seifenblase sind, zeigen erste Studien und Nutzungszahlen, die sehr vielversprechend ist.

«TIME TO THINK SCREEN- and Knob LESS» sagte Jonas Bedford-Strohm (Team Lead Alexa, Bayerischer Rundfunk) beim Thema Voicecontrol und Smart Speaker. Recht hat er, es sieht wirklich danach aus, dass gerade auch im Radiobereich diese Umwälzung innert weniger Jahre von grosser Bedeutung sein wird. Somit wird wohl auch die mögliche Zusammenarbeit mit der globalen Initiative der Radioplayer-Organisation noch wichtiger. Ein Alleingang von einzelnen des ohnehin kleinen Schweizer Radiomarktes wird nicht zu den notwendigen Implementierungen führen und schon gar nicht kostengünstig. Es gibt auch noch «Schweiz spezifische» offene Fragen wie «fällt der Radioplayer unter FDA's (Fernmeldediensteanbieter), oder wieso gibt es keine AMAZON.ch Site (ohne das geht Alexa nicht). Eine gute, ergänzende Informationsquelle zum Thema Voicecontrol bietet das englische [Radiocentre](#).

In erster Linie werden anfänglich primär IP-Radio Anwendungen mit Sprachassistenten versehen, und dann Hybride Anwendungen für das Auto. Dies kann vorübergehend zu einer kleinen zusätzlichen «DAB+ Ausbau Erschwernis» führen, da DAB+ Empfänger erst etwas später mit Sprachassistenten auf dem Markt vorhanden sein werden. Immerhin hat der grösste DAB+ Chips Hersteller (Frontier Silicon) für nächste IFA «Sprachassistent-taugliche Chips» in Aussicht gestellt.

Ein besonderes Panel mit Präsentationen gab es auch zum Thema **Programmatic**, mit dem Titel «**Wie gut funktioniert Programmatic für (Online-)Audio?**»

Die Dynamik des Themas Daten hat auch den Audio-Bereich voll erreicht. UKW und DAB+ erfordern dabei andere Lösungen als Online Audio. Das Ziel ist aber immer dasselbe: die Veredlung der Audio-Werbemittelkontakte in Echtzeit durch Anreicherung um (individuelle) Daten. Die Vermarkter arbeiten mit Hochdruck an entsprechenden Programmatic-Ansätzen. Einige sind bereits im Regelbetrieb.

Martin Baumgartner (Swiss Radioworld) präsentierte die Schweizer Lösung und zeigte deutlich auf, dass Programmatic auch schon für UKW und DAB+ sinnvoll möglich sei. Dies indem man zum Beispiel die Zeit und das Wetter als Parameter einsetzt.

Die Schweiz ist, mindestens bisher, kein **Podcast** Land. Auf Grund der an den Medientagen vorgestellten Ergebnisse von Befragungen und Untersuchungen (siehe auch Webradiomonitor) darf man annehmen, dass sich demnächst die nähere Betrachtung dieses Themas auch in der Schweiz aufdrängen könnte. Auch bei diesem Thema erscheint eine gemeinsame Branchenlösung unumgänglich zu sein, falls man je an kommerziellen Erfolg von Podcast glaubt.

### **Medien-Regulierung: EU gegen FANG und Privat gegen Öffentlich-rechtliche!**

Alle reden neuerdings von «Smart Regulierung» für das Internet. Das sei notwendig, aber die Gegner sagen das bringe das Internet um, ohne dass Befürworter und Gegner schon sehr spezifisch die Lösung präsentieren können.

FANG (Face Book, Amazon, Netflix, Google) und «Smart Regulierung» sind aktuell die grossen Schlagwörter zum Thema. Nachfolgend einige Kernaussagen aus den verschiedenen Regulierungs-Key-Notes, Panels und den Panels des Europatages, organisiert durch EMR:

**Ilse Aigner** (Bayrische Medienministerin): Fairen Wettbewerb zwischen öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Programmanbietern ist essentiell. ARD, ZDF und Deutschlandradio müssten zur Wirtschaftlichkeit verpflichtet werden und sich auf die Mediengattungen Fernsehen und Hörfunk konzentrieren. Im Internet dürften öffentlich-rechtliche Angebote nicht den Printmedien "das Wasser abgraben".

**Anke Schäferkordt** (RTL-Chefin): Sprach von einer "Dominanz der Plattform-Ökonomie" und warnte vor deren geschlossenen Ökosystemen. Wenn deutsche Unternehmen in diesem Wettbewerb mithalten wollten, sei eine schnelle Entscheidung in puncto Plattformregulierung erforderlich. So sei es beispielsweise geradezu grotesk, wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk den USA-Plattformen (FANG) die Inhalte gratis zur Verfügung stellen, während die Privaten um (Abgeltungs-) Verträge für die BRD mit diesen Plattformen kämpfen. «Wo Werte geschaffen werden muss auch Wertschöpfung ermöglicht werden».

### **Tobias Schmid (LFM):**

- Blödsinn zu sagen Internet geht kaputt mit Plattform-Regeln
- Auch die Regulierung muss Vektor-unabhängig sein.
- Das Herkunftsland-Prinzip geht so nicht, muss aber beibehalten werden. Es braucht ein neues Recht in den Ländern.
- FANG muss Steuern zahlen und die kommerzielle Nutzung lizenzieren
- Privilegierte Auffindbarkeit ist ein Thema, aber wir haben es noch nicht geschafft, kommt hoffentlich im 22. Rundfunkstaatsvertrag
- Social M-Bots sind eine Gefahr für die Demokratie
- Amazon ist der grosse zukünftige Medien-Mitbewerber
- Datenschutz bei Medien ist nicht gleichzusetzen mit Industrie 4.0
- Die Definition ab wann ein Plattformbetreiber ein Medienunternehmen ist, haben wir noch nicht gefunden.

**Klaus Schunk**, Vorsitzender des Fachbereichs Radio und Audiodienste im VPRT und Geschäftsführer von Radio Regenbogen: „Wer sich Radiovielfalt wünscht, muss auch den richtigen ordnungspolitischen Rahmen dafür schaffen“, so Schunk. Dieser müsse unter anderem den Zugang und die Auffindbarkeit für Radio auf digitalen und mobilen Plattformen und ein digitales „must carry“ umfassen

**VBRA** (Vereinigung Bayerischer Rundfunkanbieter): Gutachten sieht Finanzierung der Privatradios in Gefahr - Auswirkungen der politischen Vorgaben. "Hörfunk 2022 in Bayern" - so lautet die neue Studie, die die (VBRA) bei ihrem Panel der Medientage München vorgestellt hat. Alexander Kahlmann, Partner der beauftragten Unternehmensberatung Schickler, zeichnete dabei ein pessimistisches Bild. Mit einem Umsatzrückgang zwischen 40 und 54 Prozent, so Kahlmann, müsse der private Hörfunk in Bayern in den nächsten fünf Jahren rechnen. Ausschlaggebend hierfür seien nicht nur neue, digitale Wettbewerber wie Spotify und ein sich änderndes Mediennutzungsverhalten, sondern vor allem die stetige Kommerzialisierung des BR. Hier sei vor allem die geplante Aufschaltung des Jugendsenders Puls eine ernst zu nehmende Gefahr. Dieser Gefahr müssten die privaten Sender durch zunehmende Konsolidierung und Kooperation und ein gutes Programm begegnen. Aber auch die Medienpolitik sei hier gefordert, das Gleichgewicht im dualen Rundfunksystem zu bewahren.

**Sonst noch «Bemerkenswertes» gehört in den Vorträgen/Panels:**

- «Man redet nie über Radio, das ist einfach da» (Gruppendiskussion Köln)
- Markt muss man erobern, nicht besetzen (Willi Schreiner)
- Man kann nicht Medien im 21. Jahrhundert mit Regeln aus dem 20. Jahrhundert regulieren! (Patrick Walker, FB)
- „Die Blockierer von Digitalradio laufen Gefahr, im Rückblick eher mit Honecker als mit Gorbatschow verglichen zu werden“ (Lutz Kuckuck Radiozentrale)
- „Es ist für das System DAB+ völlig unerheblich, ob sich der ORF dafür entscheidet, oder nicht.“ (Kuckuck)
- Netzwerkdurchsetzungsrecht, das ist eine Verzweiflungsregulierung (EMR Panel)
- Es sind Meldepflichten für alle Streaming Angebote vorgesehen!

Die nächsten Medientage-München finden vom 20. bis 22. November 2018 (später als üblich!) statt. Alles zum Nachhören, Nachsehen und Lesen gibt es in der Mediathek von BLM hier.

**Zum Autor:**

Markus Ruoss (geboren 1947) war von 1982 bis 2011 Gründer und Mehrheitsaktionär von Radio Sunshine in Rotkreuz. Als ausgebildeter Elektro- und Fernmelde-Ingenieur HTL übt er seit vielen Jahren eine Beratungstätigkeit im Bereich Medien und Kommunikationsnetztechnologie aus. Er besucht jedes Jahr zahlreiche Fachmessen und Kongresse. Markus Ruoss ist in verschiedenen Verwaltungsräten, ist Mitglied der Eidgenössischen Medienkommission und gehört dem Vorstand des Verbands Schweizer Privatradios (VSP) an.

30. Oktober 2017 MRU

## Ausgewählte Bildimpressionen von den Medientagen 2017:



**Der BLM Präsident eröffnet die Medientage mit dem Mediengipfel. (Leider ohne den wie üblicherweise vorgesehenen bayrischen Ministerpräsidenten)**

**Bild: MRU**



**Die bayrische Staatsministerin für Medien wirbt für angemessene Aufgabenteilung zwischen Privatem und Öffentlich rechtlichem Rundfunk**

**Bild: MRU**



**Deutliche Worte zur Situation der Privaten in der BRD vom CEO der RTL Gruppe**

**Bild: MRU**



Ernsthafte Gesichter beim einem der vielen Regulierungspanels

Bild: MRU



Rainer Müller (BLM) führt durch das DAB+ Panel

Bild: MRU



Martin Baumgartner (Swiss Radioworld) stellt «Programmatic a la SRW» vor Bild: MRU



### TV needs Apps: Wenn Marken zu Sendern am Big Screen werden

Einführung: Smart TV Trends  
• Martin C. Körner, MEKmedia

Keynote  
• Peter Christmann, Goldbach Germany

Diskussion  
• Jan Möllendorf, DEFACTO X  
• Wolfgang Rother, Audi  
• Malte Hildebrandt, B1 Smart TV  
• Gerd Weiner, MEKmedia  
• Dr. Robert Niemann, Oliver Kahn Management

Moderation: Tatjana Nuding, MEKmedia



#mtm17

Spannende Panelrunde zur aktuellen Smart-TV Entwicklung und HbbTV-2

Bild: MRU