

Tagungsbericht: Lokalrundfunktage 2022 in Nürnberg

Der lokale Rundfunk ist relevant für die Menschen, er sorgt für Medienvielfalt und Ausgewogenheit. Das machen die herausfordernden Zeiten mit Pandemie, Krieg und Krisen besonders deutlich. Was ist zu tun, dass Radio und Fernsehen vor Ort ihren Auftrag auch künftig bestmöglich erfüllen können? Zum 30. Jubiläum der Lokalrundfunktage, die am 5. und 6. Juli 2022 nach zwei Jahren mit digitalen Events in die Messe Nürnberg zurückgekehrt sind, diskutierten mehr als 70 Expert:innen über die Zukunft des Lokalfunks in der digitalen Welt.



© Medientage München

Petra Schwegler

Medientage München
Kommunikation
petra.schwegler@medientage.de

Schlüsselbegriffe: Lokal-TV | Lokal-Radio | Kooperation | Innovation | Gesellschaft



© Ludwig Olan

Für die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) und ihren Präsidenten Dr. Thorsten Schmiege steht fest: „Lokaler Rundfunk bleibt relevant und hat im Herzen der Menschen einen festen Platz.“ Der BLM-Chef richtete bei den Lokalrundfunktagen in Nürnberg den Blick nach vorne: „Wenn die Lokalen diese Erfolgsgeschichte weiterschreiben und in der digitalen Welt relevant bleiben wollen, dürfen sie nicht stehenbleiben.“

Deutlich wurde in verschiedenen Workshops der #LRFT22: Die Konkurrenz lauert vor allem im Globalen. Lokale Medien stellen das bedeutsame Gegengewicht für die Menschen dar. Doch sie alle brauchen Förderung, um Bestand haben zu können. Dass Lokaljournalismus jeglicher Couleur wichtiger denn je ist für die Demokratie und immer mehr die Finanzierung dieser Angebote im Raum steht, machte stellvertretend Thomas Eckl deutlich. Die technische und inhaltliche Förderung in Bayern sei ein Mittel, so der Niederbayern-TV-Chef.

**Die Lokalrundfunktage kehrten nach zwei Pandemie-
jahren in die Messe Nürnberg zurück**



© Ludwig Oltah

Anmoderiert von Larissa Schütz und Paul Klinzig wirkte Ministerpräsident Dr. Markus Söder als Laudator der diesjährigen BLM-Lokalfunkpreise

Daneben setzten sich Teilnehmende für Eigeninitiativen der Medienhäuser ein: Innovationen in den Unternehmen und Kooperationen mit anderen würden helfen, Ressourcen zu sparen, die anderweitig benötigt würden, betonte Barbara Zinecker aus der Chefredaktion der Nürnberger Nachrichten. Johannes Ott, Geschäftsführer von Radio Gong 96,3, mahnte im Rahmen des Radio Summits der Lokalfunktage, es sei nicht die Zukunft, dass jeder Lokalsender seine eigene App mache. So laufe der Markt Gefahr, „viele nicht gute Apps“ in den Umlauf zu bringen, die User eher verschrecken als animieren könnten. Otts Appell: „Lasst uns eine Anwendung gemeinsam planen. Dann können wir etwas Großes machen – weil Innovation uns alle Geld kostet.“

Wie Zusammenarbeit für Lokalsender aussehen könnte, verdeutlichte im weiteren Verlauf der Konferenz Andreas Lang, Geschäftsführer von Studio Gong: „Wir brauchen Kooperationen mit Plattformen wie Tuneln. Niemand diskutiert ernsthaft mehr darüber, ob man überhaupt auf Drittplattformen stattfinden sollte.“ Der Live-Radio- und Audio-on-Demand-Streaming-Dienst stellt eine globale Plattform für Radios aller Art zur Verfügung. Darunter sind nach Angaben von Stefan Zilch, General Manager Germany, rund 100.000 Lokalstationen.

BLM-Präsident Schmiege rief vor allem in Fragen des Nachwuchses und der Gewinnung junger Talente zum Schulterschluss auf. Auch im TV-Track der Nürnberger Konferenz war der Wunsch nach Kooperation zu spüren. In einer Diskussion zum lokalen Fernsehwerbemarkt fand die Idee großen Anklang, dass Gattungsmarketing für mehr Bekanntheit der Sender bei Bevölkerung und Werbungtreibenden sorgen könnte.

Nicht nur über Rezepte, Denkanstöße und Erfahrungen haben sich die rund 700 Teilnehmenden in Workshops und Masterclasses ausgetauscht. Auf dem Programm stand auch das gemeinsame Feiern in Nürnberg: Im Rahmen der Lokalfunktage wurden die BLM-Hörfunk- und Lokalfernsehpreise 2022 an 26 Medienschaffende verliehen. Anlass für Dr. Thorsten Schmiege, ein Resümée der #LRFT22 zu ziehen: „Lokalradio und Lokalfernsehen stehen vor großen Herausforderungen: Digitalisierung, Fachkräftemangel und die Unsicherheit durch Pandemie und Krieg. Für die Sender ist es wichtig, eine klare Strategie zu haben: Nur, wer konsequent auf lokale Inhalte und Authentizität durch ein starkes Team vor Ort setzt, ist erfolgreich.“