



Gert Zimmer, CEO RTL Radio Deutschland GmbH

# Radio der Zukunft – Anything, Anywhere, Anytime.

Das Mediennutzungsverhalten der Menschen verändert sich. Sie schalten zwar annähernd so häufig das Radio ein wie in früheren, rein analogen Zeiten – aufgrund des veränderten Wettbewerbsumfelds können sie aber aus einer unendlichen Vielfalt an Angeboten auswählen. Neue Dienste drängen auf den Markt, die Interaktion, Information und Unterhaltung bieten. Die Menschen greifen zudem weniger auf kuratierte lineare Angebote zurück, stellen sich ihre Inhalte lieber eigenständig zusammen und nutzen sie verstärkt mobil. Gleichzeitig besteht eine endliche Aufmerksamkeitsspanne in der Mediennutzung.



Das heißt für Radioveranstalter, über alle relevanten Netze und auf den vielfältigen digitalen Plattformen verfügbar zu sein, neue digitale Angebotsformen zu schaffen und sich damit einem Kulturwandel zu unterziehen.

Mit einem digitalen Fußabdruck sowie Investitionen in die Programmqualität und das Personal wird es auch in Zukunft gelingen, das relevante regionale Medium zu bleiben – und aus dieser Marktstellung angemessene Erlöse zu erzielen.

Sicher werden hierfür auch die medienpolitischen Rahmenbedingungen entscheidend sein. Hier stehen Netz- und Plattformneutralität, ein ausgewogenes Wettbewerbsverhältnis mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, die freie Wahl der Verbreitungswege und der Abbau der Beschränkungen aus rein analogen Zeiten im Vordergrund. Letzteres ist zur wichtigen Chancengleichheit mit Digitalunternehmen bei der Beteiligung am Hörfunk dringend erforderlich.