

Pressemitteilung

IHM empfiehlt Vergabe der Innenstadt-UKW-Frequenz an Sender mit musikjournalistischem Fokus

Hamburg, 21.08.2019

Mit Blick auf die bevorstehende Neuvergabe von UKW-Übertragungskapazitäten durch die Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein empfiehlt die Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V. (IHM), die Frequenz im Versorgungsgebiet „Hamburg Innenstadt“ an ein Unternehmen zu vergeben, das moderiertes musikjournalistisches Radio mit lokalem Bezug anbietet.

Die private Hamburger Radiolandschaft ist von Formatradios mit schwer unterscheidbaren Klangfarben geprägt, deren Musikauswahl in erster Linie auf Erkenntnissen der Marktforschung und dem Prinzip der „Durchhörbarkeit“ basiert. Auch der Großteil der öffentlich-rechtlichen Programme wird mittlerweile diesem Prinzip untergeordnet. An Sendern, die als Begleitmedium geeignet sind, mangelt es also nicht. Hinsichtlich musikjournalistischer Inhalte klafft dagegen seit vielen Jahren – insbesondere im Tagesprogramm – eine Versorgungslücke.

Ein musikjournalistisches Radio für Hamburg hat einerseits das Potenzial, diejenigen Hörer*innen, die sich im Laufe der Jahre vom „Dudelfunk“ abgewendet haben, wieder für das Medium zu begeistern. Andererseits kann ein solcher Sender auch dazu beitragen, das Radio für die „Generation Spotify“ attraktiver zu machen, denn bei der Wahl der Musikmedien standen bei den jüngeren Mediennutzern zwischen 12 und 19 Jahren im vergangenen Jahr Musik-Streaming-Dienste mit 62 Prozent regelmäßiger Nutzung erstmals auf Platz 1 vor der Live-Musiknutzung bei Radiosendern mit 57 Prozent (JIM-Studie 2018). Ein Sender mit musikjournalistischer Fachkompetenz und Verbundenheit zu den regionalen Musikszene kann einen wichtigen Beitrag dazu leisten, dass das Medium Radio bei Hörer*innen aller Altersklassen in und um Hamburg einen hohen Stellenwert auch als Musikmedium behält.

Ein regionales musikjournalistisches Radio kann Funktionen erfüllen, die weder Musikstreamingdienste mit Hilfe von Algorithmen noch Formatradios mit Mitteln der Marktforschung erfüllen können: Es bietet von Expert*innen kuratierten und aufbereiteten Content, der einerseits den Interessen der Hörer*innen Rechnung trägt und andererseits auch die Auseinandersetzung mit bisher unbekanntem Künstler*innen und Musikgenres anstoßen kann. Moderator*innen mit Verbindungen in die regionale Musikszene können aktuelle Trends schneller als jede Playliste abbilden sowie vertiefende Informationen und Hintergründe liefern, die nicht oder kaum selbst recherchiert werden können. Regionale Künstler, die es bei Formatradios schwer haben, in die oft nur 200-400 Songs umfassende Rotation zu kommen, fänden hier eine Bühne. Darüber hinaus wäre ein solcher Sender auch als Informationsmedium zum Thema Konzertveranstaltungen und Festivals von großem Wert für die Musikszene und -wirtschaft der Stadt.

Die IHM ist der Überzeugung, dass qualitativer Musikjournalismus kein Auslaufmodell sein

darf, sondern stattdessen die Infrastruktur hierfür ausgebaut werden muss. Die Frequenzvergabe an ein musikjournalistisches Radio wäre dabei ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Das Thema „Schaffung und Bewahrung einer vielfältigen Musikmedienlandschaft für die Musikstadt Hamburg“ wird am 19. September auch Thema des „Soundcheck Hamburg“ sein, eines politischen Frühstücks, das die IHM gemeinsam mit der Kulturbehörde im Rahmen des Reeperbahn Festivals organisiert.

„Hamburgerinnen und Hamburgern, die wie ich das Medium Radio lieben, wird auffallen, dass dieser Stadt etwas fehlt. Ein Radiosender, der Musik spielt, die nicht nur plärrt, quäkt und dudelt, sondern von uns genossen werden kann, der uns begeistert und uns verbunden mit einer journalistischen Umrahmung klüger und schöner macht. Ich wünsche mir sehr, dass die Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein die neue Frequenz in diesem Sinne vergibt.“

Jan Müller, Tocotronic

*„In einer Zeit, in der der digitale Ozean an neuer Musik kontinuierlich wächst, etablierte Medien wegbrechen und zunehmend Algorithmen darüber entscheiden, welche Musik wir als nächstes hören, ist engagierter Musikjournalismus unerlässlich. Mit Expertise auf neue spannende Acts aufmerksam zu machen und für die Hörer*innen die künstlerischen Hintergründe und Anliegen erlebbar zu machen, kann keine Playlist der Welt bieten. Nicht nur für die Hamburger Medienlandschaft ist ein musikjournalistischer Sender eine absolute Notwendigkeit.“*

Karsten Jahnke, Karsten Jahnke Konzertdirektion GmbH

„Eine vielfältige Radio- und Kreativlandschaft ist für die herausragende Standortattraktivität Hamburgs unabdingbar. Sie wird in ihrer Bedeutung in den kommenden Jahren weiter wachsen, da sie auch der hiesigen Wirtschaft ihre Suche nach Fach- und Führungskräften erleichtert. Gründe genug, sich für eine abwechslungsreiche Radiolandschaft einzusetzen und einen Rahmen zu schaffen, der das Wachstum innovativer Branchen am Standort Hamburg auch in Zukunft begünstigt. Denn auch in Zeiten von Algorithmen haben die automatischen Empfehlungen, allen Zweiflern zum Trotz, den Beruf des Musikjournalisten nicht hinfällig werden lassen – ganz im Gegenteil. Der Musikjournalist bringt neben seiner Expertise Leidenschaft ins Spiel, die seine Hörer im besten Falle dazu anstiftet, auch solchen Titeln eine Chance zu geben, die keinerlei Ähnlichkeiten mit bisherigen Vorlieben aufweisen. Denn mit guter Musik verhält es sich wie mit gutem Essen: Sie benötigt eine feine Auswahl der Zutaten und Zeit, um beim Hörer anzukommen. Deshalb spreche ich mich auch weiterhin deutlich für ein musikjournalistisches Radio in Hamburg aus.“

Bernd Dopp, CEO Warner Music Central Europe

Über die IHM

Die Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V. (IHM) ist Deutschlands erster und Europas größter regionaler Musikwirtschafts-Zusammenschluss mit mehr als 100 Mitgliedsunternehmen. Die IHM wurde im März 2004 mit dem Zweck gegründet, den Musik- und Musikwirtschaftsstandort Hamburg zu fördern und mitzugestalten. Sie ist das Netzwerk

der Musikwirtschaft in Hamburg. Grundziel ist die Schaffung struktureller Rahmenbedingungen für erfolgreiches und unabhängiges Wirtschaften im Bereich der Musik mittels Vernetzung, Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit. Aktuelle Projekte sind u.a.: Music Business Summer School, Music Cities Network, Hamburg Haus @ Reeperbahn Festival, Hamburg @ SXSW.

Weitere Informationen sowie Logos und Fotos stellen wir Ihnen auf Anfrage gern zur Verfügung.

Pressekontakt:

IHM e.V.

Norman Müller

Telefon: 040 431 795 929

norman.mueller@musikwirtschaft.org