

**Dienstag, 11. Juni 2002**

**Internet**

**15.30 - 17.00 Uhr** **<medium="internet";content="radio">**

---

### **Konzepte nach dem Internet-Boom**

Hauptsache Homepage - damit ist es auch nach dem Internet - Boom nicht getan. Um der Konkurrenz dabei immer einen Click voraus zu sein, sind neue Ideen gefragt. Das Internet entwickelt sich sogar immer mehr zum Begleitmedium für Radio, Print und TV, und bietet insbesondere für reichweitenstarke Medien großen Zusatznutzen

### **Über ihre Internetkonzepte berichten:**

---



Till Coenen  
Radio Galaxy, Regensburg



Andreas Ksionek  
Radio Regenbogen, Mannheim



Rainer Tief  
Bayerischer Rundfunk

Simon Ward  
koko.com. London (angefragt)

### **Moderation**

---



Thomas Aigner  
AME Aigner Media & Entertainment GmbH, München

[Pressemitteilung](#)

[ZUM DRUCKEN HIER KLICKEN](#)

[ZURÜCK NACH OBEN ↑](#)

# Pressemitteilung

---



- L8/2002 -  
11.06.2002

## **Mehr Erfolgsrezept für Content-Angebote nach dem Internet-Boom: Wie bei der Fußball-WM: Mit verringerter Mannschaft 2:0 gewinnen.**

Internet-Workshop liefert Konzepte für Erfolg trotz Sparsamkeit

Hauptsache Homepage - damit ist es für Radio- und Fernsehanbieter nicht getan. Auch nicht nach dem Internet-Boom. Während der Lokalrundfunktage in Nürnberg trafen sich deshalb erfolgreiche Gestalter von Radiowebsites zum Informationsaustausch. Ihre Empfehlung: "Genau überlegen, was die Zielgruppe wirklich will und dann das machen, was der Geldbeutel zulässt." Ein einheitliches Patentrezept gibt es aber nicht, das machte die Runde, moderiert von Thomas Aigner, deutlich. Strategie und Umsetzung hängen nämlich in der Praxis von ganz unterschiedlichen Vorgaben ab.

Eine interessante Low-Budget-Lösung stellte Till Coenen für das Radio-Galaxy-Netzwerk vor. 1 - 2 Mitarbeiter stemmen hier eine Homepage mit aktuellen Informationen für derzeit 6 Radio-Galaxy-Standorte. Der Clou: Trotz zentraler Pflege in Regensburg kann der Nutzer auch Informationen aus und über sein Sendegebiet abrufen. Hierbei helfen die Galaxy-Redaktionen vor Ort; sie füttern das Galaxy-Portal auch mit lokalen Informationen. Der Effekt: ein einheitlicher Markenauftritt, große Synergien durch einen zentralen Mantel und zusätzliche Attraktivität durch den Trumpf Lokalität.

Rund eine halbe Million Euro hat Andreas Ksionsek von Radio Regenbogen aus Baden-Württemberg für einen erfolgreichen Internetauftritt zur Verfügung. Das sind rund 25 Prozent weniger als bisher für den Webauftritt verwendet wurden, reicht aber um aktuell pro Monat ca. 3,5 Millionen Page-Impressions und zudem einen Preis als beste Online-Redaktion des Jahres abzusahnen. Sein Konzept unterscheidet sich wesentlich vom Galaxy-Netzwerk. Denn 75 Prozent des Inhalts haben mit dem Programm von Radio Regenbogen nichts zu tun. Immer aber gilt: "Wichtig ist Unterhaltung!" Denn für Nachrichten wählen die Nutzer andere Portale.

In einer ganz anderen Liga spielt Rainer Tief, Leiter der Hauptabteilung Multimedia des Bayerischen Rundfunks. Rund 60 Mitarbeiter in seiner Abteilung betreuen weit über 100.000 Internetseiten. Am meisten werden, so Tief, Nachrichten und Reiseinformationen nachgefragt, aber auch weitere aktuelle Informationen aus Deutschland und den Regionen sind wichtig. Sehr hohe Zugriffe gibt es auch bei Live-Streams, z.B. momentan bei Übertragungen der Fußball-WM auf B 5 aktuell. An Kostendeckung ist beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk jedoch noch weniger zu denken als bei privaten Veranstaltern. Nicht nur des betriebenen Aufwands wegen, sondern auch wegen hoher Kosten für Rechte und weil Werbung und Sponsoring im Internet beim BR nicht stattfinden.

Rückfragen:

11./12. Juni 2002 Telefon: 0911 / 8606-4637

Rückfragen:

11./12. Juni 2002 Telefon: 0911 / 8606-4637

[ZUM DRUCKEN HIER KLICKEN](#)

[ZURÜCK NACH OBEN](#)