

SR 1
EUROPAWELLE

SR 1-Lounge

SR 3
SAARLANDWELLE

SR 3-Schlagerwelt

SR 2
KULTURRADIO

SR 2-OffBeat



UnserDing-Zukunft

Ausschließlich im Internet
verbreitete **Hörfunkprogramme**

Webchannel

SR[®]

Saarländischer
Rundfunk

Ausschließlich im Internet
verbreitete Hörfunkprogramme

Webchannel

INHALT

A. Ausgangssituation	5
B. Einleitung	5
C. Angebotsbeschreibung	6
I. UnserDing-Zukunft	7
1. Zielgruppe	7
2. Inhalt und Ausrichtung	7
3. Verweildauer	7
II. SR 1-Lounge	8
1. Zielgruppe	8
2. Inhalt und Ausrichtung	8
3. Verweildauer	8
III. SR 2-OffBeat	9
1. Zielgruppe	9
2. Inhalt und Ausrichtung	9
3. Verweildauer	10
IV. SR 3-SchlagerWelt	10
1. Zielgruppe	10
2. Inhalt und Ausrichtung	10
3. Verweildauer	11
D. Beitrag des Angebotes zur Erfüllung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft	11
I. UnserDing-Zukunft	12
II. SR 1-Lounge	12
III. SR 2-OffBeat	13
IV. SR 3-SchlagerWelt	13
E. Beitrag des Angebotes zum publizistischen Wettbewerb	13
I. Bestimmung der publizistischen Wettbewerbssituation	14
II. Beitrag zum publizistischen Wettbewerb allgemein	15
1. UnserDing-Zukunft	15
2. SR 1-Lounge	16
3. SR 2-OffBeat	17
4. SR 3-SchlagerWelt	18
F. Finanzieller Aufwand	19
G. Schlussbemerkung	20

A. Ausgangssituation

§11c Abs. 1 Satz 2 des Rundfunkstaatsvertrages (RStV) sieht für ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme die Durchführung eines Drei-Stufen-Testes nach §11f des Staatsvertrages vor. Dies gilt nach Artikel 7 Abs. 1 Satz 6 des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages (12. RÄndStV) auch für bestehende Angebote aus diesem Bereich, die über den 31. Mai 2009 hinaus fortgeführt werden sollen. Dieser Bestand ist nach den gesetzlichen Bestimmungen in Telemedienkonzepten den Ländern darzulegen.

B. Einleitung

Als maßgebliche Triebkraft der Medienentwicklung eröffnet die Digitalisierung für Individuen und Gesellschaft Dimensionen der Kommunikation, die im analogen Zeitalter unvorstellbar waren, heißt es im 2008 publizierten *Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung*. In der Tat verändert das technologische und inhaltliche digitale Zusammenwachsen der Medien rasch und nachhaltig unsere Welt. Diese Konvergenz hat Auswirkungen auf alle Lebensbereiche und erschließt neue Möglichkeiten der Vermittlung von Bildung und der Teilhabe am gesellschaftlichen und kulturellen Diskurs.

Auch für das Radio hat dieser Transformationsprozess perspektivisch große Bedeutung. Die Nutzung des ältesten elektronischen Massenmediums Hörfunk ist zwar nach wie vor sehr hoch. So hören Erwachsene täglich durchschnittlich 189 Minuten Radio.¹ Darüber hinaus gewinnt jedoch die Nutzung der Angebote des öffentlich-rechtlichen Hörfunks im Internet zunehmend an Bedeutung. Die Nutzung der linearen Radioprogramme über den Verbreitungsweg des Live-Streams im Internet hat in den letzten Jahren insbesondere in den jüngeren Zielgruppen deutlich zugenommen.

Das Internet bietet jederzeit schnell, flexibel und in hohem Maße auch individualisiert Zugang zu den Inhalten der klassischen Hörfunkprogramme. Es ist die ideale Plattform vor allem für die jungen Nutzer², für ihre Informationsansprüche, ihre Unterhaltungsbedürfnisse und auch ihre soziale Kommunikation und Interaktion. Für die Generation der „Digital Natives“, die mit der modernen Informations- und Kommunikationstechnologie aufwachsen und selbstverständlich und spielerisch deren Möglichkeiten einsetzen, ist das Internet längst das Medium, in dem sie auch die Inhalte der klassischen Massenmedien wie Hörfunk und Fernsehen erschließen. Eine Option, die unterdessen auch von der Gruppe der über 55 Jahre alten „Silver Surfer“ wahrgenommen und mit stetig wachsender Teilhabe genutzt wird.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass die öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramme diese mit der Lebenswirklichkeit vor allem der jungen Menschen fest verknüpfte Plattform nutzen müssen, um mit ihren bestehenden und speziell aufbereiteten Inhalten die jungen Zielgruppen dort zu erreichen, wo sie sich zu Hause fühlen. Insbesondere im Internet kann dem viel zitierten und zu Recht befürchteten „Generationenabriss“ entgegen gewirkt werden.

¹ vgl. ma 2009 Radio I.

² Zur besseren Lesbarkeit wird ausschließlich die männliche Form verwendet und auf die weibliche Form verzichtet. Selbstverständlich sind alle Formulierungen für beide Geschlechter gleichermaßen zutreffend.

C. Angebotsbeschreibung

Der Saarländische Rundfunk veranstaltet mit SR 1 Europawelle, SR 2 KulturRadio, SR 3 Saarlandwelle und 103.7 UnserDing vier über UKW, DAB und Live-Streaming im Internet verbreitete lineare Hörfunkprogramme. SR 1, SR 2 und SR 3 sind auch über Satellit zu empfangen. Ausschließlich über eine Mittelwellenfrequenz und DAB wird zudem das in Kooperation mit Radio France Internationale, SWR cont.ra, Deutsche Welle und PHOENIX gestaltete deutsch-französische Informationsradio antenne saar ausgestrahlt.

Die so beschriebene Hörfunkprogramm-Familie wird ergänzt durch drei so genannte Sendungsschleifen (Loops; vgl. hierzu die Ausführungen im Telemedienkonzept zur Überführung des Online-Bestandes) und vier ausschließlich im Internet verbreitete Hörfunkprogramme (so genannte Webchannels) im Sinne des § 11c Abs. 1 RStV.

Die ausschließlich im Internet verbreiteten Hörfunkprogramme sind jeweils mit den vier analogen Hörfunkwellen SR 1, SR 2, SR 3 und 103.7 UnserDing verbunden. Auf diese gemeinsame Herkunft verweisen auch die Titel der Webchannel, die jeweils auf die zugehörige Hörfunk-Marke Bezug nehmen: SR 1-Lounge, SR 2-OffBeat, SR 3-SchlagerWelt und UnserDing-Zukunft. Der Weg zu den Webchannel-Angeboten des Saarländischen Rundfunks wird über die Online-Seiten der einzelnen Hörfunkwellen gewiesen. Dort finden die Nutzer neben den Beschreibungen des inhaltlichen Profils auch die technischen Angaben zu den jeweiligen Angeboten.

Um diese nutzen zu können, kommen angebotsspezifische Player zum Einsatz. Hier legt der SR Wert darauf, keine proprietäre Software oder Software mit ausgeprägter Herstellerdominanz einzusetzen, sondern seine Inhalte in frei zugänglichen und weit verbreiteten Codierungen auszuliefern.

I. UnserDing-Zukunft

Das Radioprogramm 103.7 UnserDing richtet sich an ein junges Publikum (Kernzielgruppe zehn bis 29 Jahre), das laut Umfragen in seiner Mehrheit neue und „angesagte“ Musik vom Radioprogramm erwartet. Das Musikangebot, das im terrestrischen Programm der Jugendwelle ausgestrahlt wird, besteht zu einem sehr hohen Anteil aus Titeln, die hohe Platzierungen in den Charts, vor allem in Deutschland, England und den USA, erzielen. Zudem gibt es im Programm von 103.7 UnserDing Musikspezialsendungen, die Trends aus verschiedenen Genres besonders beleuchten. Beispiele hierfür sind die Sendungen „ClubDING“, „Lautstark“, „Schwarz“, „Starthilfe“ und „Kostprobe“. Die Aufbereitung neuer Musiktrends und die Vorstellung ambitionierter Nachwuchskünstler sind für ein junges öffentlich-rechtliches Radioprogramm „Pflicht“ und ein besonderes Anliegen.

Ergänzend stellt der Webchannel UnserDing-Zukunft Neuproduktionen vor, die die klassischen Radiohörer binden und ein neues Publikum für den SR-Hörfunk erschließen sollen. Er ist ein neues und exklusiv für das Web zusammengestelltes Format, das musikjournalistische Elemente zur Einordnung der verschiedenen Werke vorhält. Fester Bestandteil des Webchannels ist das Porträt einer Nachwuchsband aus dem Saarland bzw. der Region. Der Webchannel UnserDing-Zukunft wurde 2007 gestartet.

1. Zielgruppe

Das ausschließlich im Internet verbreitete Angebot UnserDing-Zukunft richtet sich an ein Publikum aus der 103.7 UnserDing-Zielgruppe, das an musikjournalistischen Hintergründen und Zusammenhängen besonders interessiert ist und genreunabhängige Beiträge über neue Musiktrends sucht. Insbesondere ist das Webformat auch für Musikschaffende in der jungen Generation geeignet, weil es über Produktionsbedingungen für Musik informiert und fremdsprachige Songtexte übersetzt beziehungsweise deutet und einordnet.

2. Inhalt und Ausrichtung

Moderne Musiktrends aus den gängigen Genres der Popkultur stehen im Mittelpunkt des Webformats UnserDing-Zukunft. Dabei sollen Neuproduktionen, die potenziell auch beim Mainstream-Publikum – allerdings erst zukünftig – eine tonangebende Rolle spielen, entdeckt und vorgestellt werden. Seine besondere Stellung erreicht der Webchannel z. B. durch den Service, Textinhalte aller vorgestellten Neuproduktionen einzuordnen. In jeder Ausgabe des Webchannels UnserDing-Zukunft werden Musiker aus der Region porträtiert. Die Moderation wird speziell für das Webangebot gestaltet.

3. Verweildauer

Das ausschließlich im Internet verbreitete Angebot UnserDing-Zukunft wird wöchentlich, in der Regel donnerstags, erneuert.

II. SR 1-Lounge

Getreu ihrem Programmslogan „GANZ GROSSES RADIO“ produziert SR 1 Europawelle ein breitgefächertes Wort- und Musikangebot. Neben aktueller Popmusik werden im Programm auch besondere musikalische Akzente, zum Teil in speziellen Formaten, gesetzt.

Die am Samstagabend im linearen Programm ausgestrahlte Sendereihe „SR 1-Lounge“ bietet von Chanson, Jazz und Weltmusik bis zu Elektronika, TripHop und Downbeat ein breites Spektrum jener Musikrichtungen und Stimmungsfarben, die meist in dem populären Begriff „Chill Out“ zusammengefasst werden. Die von der SR 1-Musikredaktion gestaltete exklusive Mischung richtet sich an ein anspruchsvolles Publikum, das an solchen kreativen musikalischen Grenzüberschreitungen Vergnügen findet. Neben dem Radio-Format gibt es den unverwechselbaren SR 1-Lounge-Sound auch bei öffentlichen Veranstaltungen. So wurde beim traditionsreichen PreMaBüBa („Presse-Maler-Bühnen-Ball“) in Saarbrücken ein „SR 1-Lounge-Floor“ eingerichtet. Ein Großteil der SR 1-Zielgruppe assoziiert mit dem Begriff „Lounge“ ein entspanntes Lebensgefühl. Im Sinne dieser auch bewusst urbanen Anmutung und um den Mehrwert einer noch differenzierteren Musikauswahl und musikjournalistisch tiefer lotenden Information erweitert, wird seit 2007 der Webchannel SR 1-Lounge angeboten.

1. Zielgruppe

Ausgehend von der Sendung „SR 1-Lounge“ im Programm von SR 1 Europawelle richtet sich das ausschließlich im Internet verbreitete Angebot SR 1-Lounge an ein Publikum aus der SR 1-Zielgruppe, das an musikjournalistischen Hintergründen und Zusammenhängen besonders aus den Genres Chanson, Jazz, Weltmusik, Elektronika, TripHop und Downbeat interessiert ist.

2. Inhalt und Ausrichtung

Im Webchannel-Angebot SR 1-Lounge wird der für große Bereiche der populären Musik maßgebliche Trend zur kulturellen Konvergenz regionaler und weltmusikalischer Einflüsse dargestellt und musikjournalistisch erläutert.

Das Hintergrundwissen wird kompetent, aber nicht dozierend vermittelt. So können auch jene Hörer gleichsam beiläufig von der Information etwa über populäre oder noch unbekanntere Lounge-Plätze weltweit oder von Porträts ausgewählter Künstler profitieren, die eigentlich „nur“ mit einem angenehm vielfarbigen „Chill-Out“ entspannen wollen. Die Moderation wird speziell für das Webangebot gestaltet.

3. Verweildauer

Das ausschließlich im Internet verbreitete Angebot SR 1-Lounge wird wöchentlich, in der Regel donnerstags, erneuert.

III. SR 2-OffBeat

Im bewusst weit gesetzten Rahmen des Musikkonzepts von SR 2 KulturRadio spielt der Jazz eine bedeutende Rolle. Diese im Lauf der Zeit von New Orleans, Swing und Bebop bis zu Cool, Free, Fusion und anderen Facetten und Stilrichtungen ausgeprägte Musikfarbe ist im SR 2-Programm neben Klassik, Filmmusik, Weltmusik und anspruchsvollem Pop wichtiger Bestandteil großflächiger Cross-Over-Formate wie „MorgensMusik“, „MittagsMusik“ oder „AbendMusik“.

Dem Jazz sind des Weiteren ausführliche Spezial-Sendungen gewidmet, wie das sonntägliche Format „JazzNow“ und die seit mehr als 15 Jahren bestehende SR-Konzert-Reihe „Jazz live with friends“. Außerdem unterhält SR 2 KulturRadio traditionell enge medienpartnerschaftliche Beziehungen zu den beiden wichtigsten Jazz-Festivals des Landes in St. Ingbert und St. Wendel, deren Konzerte oft live ausgestrahlt oder für die spätere Wiedergabe aufgezeichnet werden. Über das Schaffen der erfreulich vitalen und vielfältigen saarländischen Jazz-Szene wird regelmäßig in der Sendereihe „Musik an der Saar“ informiert. Im Programm von SR 2 KulturRadio werden auch Jazz-Konzerte aus der ARD und der EBU übernommen, z. B. vom „Berliner Jazzfest“. Gelegentlich werden in der SR 2-Sendereihe „Diskurs“ Jazz-Themen unter kulturpolitischen Aspekten in Podiumsdiskussionen angesprochen.

Nicht zuletzt als Anregung eines „Runden Tisches“ mit saarländischen Jazz-Musikern wurde im Jahr 2007 der Webchannel SR 2-OffBeat gegründet. Der Titel „OffBeat“ bezieht sich auf die aus der schwarzafrikanischen Musiktradition stammende rhythmische Eigenart, die als wesentliches Stilmittel des Jazz gilt.

1. Zielgruppe

Ergänzend zu entsprechenden Formaten im Programm von SR 2 KulturRadio richtet sich das ausschließlich im Internet verbreitete Angebot SR 2-OffBeat an ein Publikum, das gerne Jazz hört und sich mit dem breiten Spektrum des Jazz näher befassen möchte.

2. Inhalt und Ausrichtung

Im Rahmen der seit Anfang der Neunziger Jahre des vorigen Jahrhunderts bestehenden SR 2-Konzert-Reihe „Jazz live with friends“ treten jeweils eine Jazz-Formation aus dem Saarland und ein überregional oder international bekanntes Ensemble auf. Die Konzerte werden im Programm von SR 2 KulturRadio in der Regel live gesendet. Aus dem Repertoire dieser Veranstaltungen werden für den Webchannel SR 2-OffBeat je zwei Konzerte ausgewählt. Die Playlist der in SR 2-OffBeat bisher gesendeten Mitschnitte ist auf der Website zu finden.

SR 2-OffBeat soll gemäß dem Wahlspruch der zugehörigen Welle von SR 2 KulturRadio „gut zu hören“ und in Anmutung und Vermittlung „anspruchsvoll, aber nicht elitär“ sein. Eine speziell gestaltete neue Moderation trägt in unprätentiöser Ansprache und mit erweiternden Informationen dazu bei, auch jene Hörer einzubeziehen, die keine Fachkenntnisse haben, die

aber gerne etwas dazu lernen möchten. Dieser Absicht trägt vor allem die speziell für den Webchannel arrangierte Kombination aus Mitschnitten der Reihe „Jazz live with friends“ und Beiträgen zur bewegten und verästelten Geschichte des Jazz Rechnung. Innerhalb der Sendung „JazzNow“ ist das exklusiv für SR 2 KulturRadio gestaltete „Jazz ABC“ zu hören. Verfasser ist Peter Michael Bitz, ein als „swingender Anwalt“ bekannter Jurist und Jazz-Experte, der über die bekannten, verkannten oder vergessenen Künstler, die verschiedenen Stilarten, die Schauplätze, Festivals und die Legenden originell zu erzählen versteht. Aus diesem unterdessen weit über 100 Folgen umfassenden tönenden Jazz-Lexikon werden im Webchannel SR 2-OffBeat einzelne Kapitel wiederholt, oft aus gegebenen Anlässen wie Jubiläen, Festivals, Konzerten oder verbunden mit Hinweisen auf aktuelle Jazz-Sendungen im Programm von SR 2 KulturRadio oder von SR 2 präsentierte Konzerte.

3. Verweildauer

Das ausschließlich im Internet verbreitete Angebot SR 2-OffBeat wird wöchentlich, in der Regel montags, erneuert.

IV. SR 3-SchlagerWelt

SR 3-SchlagerWelt beinhaltet deutsche Schlagermusik und kombiniert sie mit Wortinhalten, die einen engen Bezug zum Saarland und zum „Mutterprogramm“ SR 3 Saarlandwelle haben.

1. Zielgruppe

Ergänzend zum Programm von SR 3 Saarlandwelle bedient SR 3-SchlagerWelt eine Zielgruppe, die gerne deutsche Schlagermusik hört, internationalen Titeln gegenüber weniger aufgeschlossen ist und eine inhaltliche Nähe zum Saarland und der Region hat oder sucht. SR 3-SchlagerWelt ist in erster Linie für über 60-Jährige attraktiv, soll aber auch jüngere Menschen, die eine ausgeprägte Vorliebe für Schlager entwickelt haben, ansprechen.

2. Inhalt und Ausrichtung

Der deutsche Schlager hat nach wie vor eine hohe Akzeptanz in der Bevölkerung. Vor allem bei älteren Erwachsenen verfügt er über eine ungebrochene Fangemeinde mit starker emotionaler Bindung an dieses Genre. Da auch die über 50-Jährigen seit einigen Jahren die Möglichkeiten des Internets immer häufiger und intensiver nutzen³, bietet SR 3-SchlagerWelt ein musikalisches Angebot, das ausschließlich deutsch gesungene Musik beinhaltet. Präsentiert werden sowohl die „Klassiker“ unter den deutschen Schlagern, die Musikgeschichte in Deutschland geschrieben haben und deren bekannteste Melodien quasi zum Kulturgut der Deutschen gehören. Darüber hinaus wird ein Schwerpunkt auf die aktuelleren Schlagerproduktionen gesetzt. Junge, in der Breite noch nicht so bekannte Interpreten werden hier ebenso berücksichtigt wie bereits etablierte Künstler mit ihren neueren Produktionen. Fester Bestandteil sind zudem Schlagertitel von Interpreten, die aus dem Saarland stammen

³ vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2008.

wie z. B. Nicole, Ingrid Peters, Michael Morgan oder Anne Karin. Ergänzt wird das musikalische Angebot durch Wortbeiträge, die in der Regel aus dem „Mutterprogramm“ SR 3 Saarlandwelle übernommen bzw. gezielt für das Angebot konfiguriert werden. Bei diesen Wortinhalten steht das Regionale im Mittelpunkt: Ob Comedy oder Mundart, ob CD-Tipps oder Künstlerporträts, stets gibt es einen engen Bezug zum Saarland und zu SR 3 Saarlandwelle.

3. Verweildauer

Das ausschließlich im Internet verbreitete Angebot SR 3-SchlagerWelt wird wöchentlich, in der Regel montags, erneuert.

D. Beitrag des Angebotes zur Erfüllung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft

Nachstehend wird dargelegt, dass die ausschließlich im Internet verbreiteten Hörfunkprogramme des Saarländischen Rundfunks den „demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft“ (§ 11f Abs. 4 Satz 2 Nr. 1 RStV) entsprechen und der Saarländische Rundfunk damit einen Beitrag zur Erfüllung seines öffentlichen Auftrags, „qualitativ hochwertige Hörfunkprogramme“ herzustellen (vgl. § 23 Abs. 1 Saarländisches Mediengesetz (SMG)), leistet.

Die beiden zitierten Auftragsnormen stellen das für die Funktionsweise eines demokratischen Gemeinwesens besonders wichtige Ziel der inhaltlichen Vielfalt heraus. Das im Telemedienkonzept SR-online.de ausführlich beschriebene veränderte Mediennutzungsverhalten in der digitalen Medienwelt macht es erforderlich, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk dem auch hinsichtlich seiner traditionellen Hörfunkprogramme Rechnung trägt. Dabei hat er in der digitalen Welt nicht ein Eins-zu-Eins-Abbild der analogen Welt, sondern ein an der Charakteristik des Internets orientiertes Gesamtangebot zu machen.

Studien und Analysen der Mediennutzungsforschung belegen, dass das Bedürfnis nach Nutzung der vielfältigen Internetangebote wächst und insbesondere in der jungen Generation der Wunsch nach jederzeitiger Verfügbarkeit und stetiger Weiterentwicklung der Kommunikationsmöglichkeiten von Medieninhalten besteht. In der Lebenswelt der jungen und jüngeren Zielgruppen hat das Internet bereits einen höheren Stellenwert als die klassischen Medien.

Laut der aktuellen *ARD/ZDF-Onlinestudie* haben mehr als 40 Prozent der Internetnutzer schon einmal die Internetseiten eines Fernsehsenders, ein gutes Drittel der Onliner bereits Internetseiten eines Radiosenders besucht. Die Mehrheit davon nutzte Live-Streaming. Aber auch Radioinhalte on Demand abzurufen, ist gefragt. Bereits vier Prozent nutzen bereits Podcastangebote zumindest gelegentlich. Vor allem hochwertige Angebote aus Kultur und Wissenschaft erreichen auf diese Weise Nutzer, die ein Radioprogramm aus zeitlichen Gründen nicht hören können.⁴

⁴ vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2008.

Neben den zum Download angebotenen Podcasts sowie eins zu eins oder unwesentlich verändert aus den analogen Hörfunkprogrammen ins Internet übernommenen Sendungsschleifen (Loopstreams) zählen seit einigen Jahren auch die so genannten Webchannel zum festen Repertoire des SR-Radio-Angebots.

Auf der Grundlage der Programme der verschiedenen Hörfunkwellen und orientiert am jeweiligen Marken-Profil geben diese Zusatzangebote den Hörern nicht nur Gelegenheit zur verlängerten Nutzung bereits bestehender und im Übrigen auch bereits gebührenfinanzierter Inhalte. Durch Kompilation thematisch passender Bestandteile verschiedener Programme, eigenständige Moderation, regional- und/oder programmspezifisch erweiternde Informationen sowie vertiefende Darstellung von aktuellen Beiträgen z. B. durch die Verwendung von Archivmaterial wird darüber hinaus ein erheblicher inhaltlicher Mehrwert geboten. Den Nutzern steht durch eine stärkere Fokussierung der Inhalte auf bestimmte Zielgruppen ein entsprechend individualisiertes Angebot zur Verfügung.

Die ausschließlich im Internet verbreiteten Hörfunkprogramme bilden mit Blick auf Internet-affine Hörer einen elementaren Bestandteil der zielgruppenspezifischen Hörfunkverbreitung. Sie leisten damit einen wesentlichen Beitrag zur Profilierung einer Hörfunk-Marke in der digitalen Welt und verweisen zugleich auf das Programm als Ganzes mit all seinen Facetten. Im Internet runden sie damit das Angebot einer Programmfamilie ab und tragen zur Erweiterung des inhaltlichen Spektrums bei.

I. UnserDing-Zukunft

UnserDing-Zukunft versteht sich als Kultur förderndes Format. Es werden regelmäßig Produktionen überwiegend junger Künstler präsentiert, die jenseits einer Fixierung auf den Mainstream komponieren, texten und veröffentlichen. Dabei wird großer Wert darauf gelegt, die regionale Künstlerszene abzubilden und damit zu fördern. So werden Einblicke in den Zeitgeist dieser Musikszene möglich. Dieses Webformat soll auch Anreiz für die Hörer sein, selbst musikalisch kreativ zu werden. UnserDing-Zukunft befriedigt hiermit das Bedürfnis sowohl nach Orientierung auf dem Feld neuer Musikströmungen als auch nach Inspiration für den Musikkonsum und womöglich auch für die Musikproduktion.

II. SR 1-Lounge

SR 1-Lounge begreift sich als Wegweiser für ein am weitgefächerten Musikrepertoire interessiertes Publikum. An außergewöhnlichen und qualitativ hochwertigen Produktionen wird beispielhaft aufgezeigt, wie kulturelle Grenzen aufgehoben werden und Traditionen sich vermischen (vgl. § 23 Abs. 1 und 2 SMG). Immer wieder sind Werke, die in hiesigen Plattengeschäften gar nicht zum Kauf angeboten werden, in der SR 1-Lounge vertreten. SR 1-Lounge bietet dem musikinteressierten Publikum die Möglichkeit, sich über Entwicklungen moderner, innovativer Produktionen, auch solcher, die jenseits der Charts Bedeutung haben, zu informieren. Die musikjournalistische Einordnung durch die SR 1-Musikredaktion sowie Porträts ambitionierter Musiker sind für eine ARD-Popwelle unerlässlich und finden gerade im Webformat breiten

Raum. Überdies ist gerade im Saarland in den vergangenen Jahren im Umfeld des Electricity-Festival eine Gruppe ehrgeiziger Elektropop-DJs herangewachsen, deren Programm in SR 1-Lounge Berücksichtigung findet. SR 1-Lounge erfüllt das Bedürfnis nach Hintergrundinformationen über eine Musikszene, die Brücken sowohl zwischen verschiedenen Musikstilen als auch über regionale und nationale Grenzen hinweg baut.

III. SR 2-OffBeat

SR 2-OffBeat verschafft einem an der Jazz-Kultur interessierten Publikum die Möglichkeit, in Premium-Qualität produzierte Aufnahmen hochrangiger Konzerte erstmals wahrzunehmen oder wiederzuhören. In Ergänzung der über viele Jahre auf SR 2 KulturRadio live ausgestrahlten Konzertreihe „Jazz live with friends“ trägt SR 2-OffBeat in besonderer Weise dazu bei, Jazz-Künstlern aus der Großregion SaarLorLux ein Forum zu eröffnen, das via world wide web weit-hin wahrgenommen werden kann. SR 2-OffBeat hilft damit, den Bekanntheitsgrad der heimischen Jazz-Szene überregional zu steigern und damit das Interesse der Jazz-Fangemeinde nach regionaler Vielfalt und neuen Produktionen zu befriedigen. Die wöchentlich redaktionell gestaltete Kompilation von Konzertmitschnitten und „Jazz ABC“ gestattet einen in Form und Inhalt einzigartigen Einblick in die Welt des Jazz und trägt zum vertieften Verständnis dieser reichen Musikkultur bei. Damit kommt SR 2-OffBeat der Erwartung des Publikums nach, sich auf unterhaltsame und bildende Art und Weise mit dem Thema Jazz zu beschäftigen.

IV. SR 3-SchlagerWelt

Die SR 3-SchlagerWelt bietet einem an deutschen Schlagern interessierten Publikum die Möglichkeit, ein entsprechend professionell und kompetent zusammengestelltes Musikprogramm über den Weg Internet zu hören. Angereichert wird dieses Musikprogramm mit regionalspezifischen Wörtelementen. Mit dieser besonderen Mischung kommt SR 3-SchlagerWelt dem Bedürfnis der Hörer nach emotionaler und sozialer Bindung an das Saarland nach. Da der deutsche Schlager ein Kulturgut ist, das sich in der öffentlichen Wahrnehmung eher in der Defensive befindet, leistet SR 3-SchlagerWelt mit diesem Konzept nicht zuletzt auch einen Beitrag zum Erhalt musikalischer Vielfalt und kultureller Identität sowohl im Saarland als auch überregional.

E. Beitrag des Angebotes zum publizistischen Wettbewerb

Gemäß § 11f Abs. 4 RStV sind für die Bestimmung des publizistischen Wettbewerbs die Quantität und Qualität der vorhandenen, frei zugänglichen Angebote zu berücksichtigen. Dabei gilt es eigentlich zu klären, wie sich die Wettbewerbssituation zum Zeitpunkt des Starts der Angebote dargestellt hat und welchen Beitrag das in Rede stehende Angebot zur publizistischen Vielfalt leistet. Da diese Rückwärtsbetrachtung faktisch ausscheidet, wird hilfsweise die augenblickliche Wettbewerbssituation evaluiert.

I. Bestimmung der publizistischen Wettbewerbssituation

Um die publizistische Wettbewerbssituation für an spezifischen Musikrichtungen orientierte Webchannel-Angebote im Internet zielgerichtet und nachvollziehbar beschreiben zu können, wurde ein systematisiertes, mehrstufiges und am Nutzerverhalten orientiertes Vorgehen gewählt. Ausgehend von der Annahme, dass Nutzer für ihre Recherche im Internet meist Suchmaschinen nutzen und sie die Angebote dort ohne großen Aufwand finden müssen, wurde im ersten Schritt auf die Suchmaschinen google.de und de.yahoo.com zugegriffen. Neben der inhaltlichen Ausrichtung (Musik-Genres, z. B. Jazz) wurden dabei mediale Bezüge (z. B. Radio) berücksichtigt.

Zur Bestimmung der Wettbewerber wurden dementsprechend die Suchbegriffe „Audio“ plus Genre des Webchannels (z. B. Audio Jazz), „Webchannel“ plus Genre des Webchannels und „Radio“ plus Genre des Webchannels verwendet. Es wurden die jeweils ersten drei Trefferseiten ausgewertet. Die Ergebnisse wurden in einer Tabelle erfasst, die anschließend mit Hilfe der Kriterien Doppelungen und Relevanz bereinigt wurde.

Eine zweite Recherche erfolgte über die bekanntesten Radioportale radio.de, surfmusik.de und phonostar.de, die Audioangebote im Netz bündeln. Hier wurden die gelisteten Angebote nach Genre und Land überprüft. Exemplarisch für die Nutzung der WLAN-Radios wurden entsprechende publizistische Wettbewerber mit Hilfe des vom Internetradio NOXON benutzten Link-Providers www.radio567.com ermittelt.

Die Suche wurde in der 20. Kalenderwoche 2009 durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Recherche wurden detailliert erfasst und mehrfach genannte Angebote pro Recherche nur einmal aufgenommen.

Insgesamt bündeln die einzelnen Radioportale eine Vielzahl von Audioangeboten, die zu einem Teil von privaten und öffentlich-rechtlichen Radioanbietern aus der analogen Welt stammen und zum anderen Teil originäre Internetangebote darstellen. Die Radioplattform radio.de kommt beispielsweise auf 1184 Angebote (Stand: April 2008). NOXON verzeichnet weltweit mehr als 13.200 Stationen, aus Deutschland sind dort zurzeit 810 Audioangebote recherchierbar (Stand: Mai 2009). Tatsächlich beläuft sich die Zahl der deutschen Internetradios schätzungsweise auf über 2500. Zum Vergleich: In einer Erhebung von Internetradios Anfang 2007 waren 737 deutsche Internetradios registriert.

Für das Saarland konnte bei den Radioportalseiten folgende Anzahl an Audioangeboten ermittelt werden: radio.de weist 22 Angebote⁵ aus, surfmusik.de acht Internet-Streams und phonostar listet für das Saarland 26 Angebote.⁵

⁵ Diese Angebote beinhalten sowohl Live-Streams als auch Webchannel und Podcasts.

II. Beitrag zum publizistischen Wettbewerb allgemein

Das Internet allgemein und die Vielzahl von Internet-, Webradios und Webchannel in all ihren Ausprägungen machen eine Orientierung an tradierten journalistischen Maßstäben wie Glaubwürdigkeit, Verlässlichkeit, Nachhaltigkeit oder Seriosität schwierig. Das Angebot wird von Tag zu Tag größer und damit auch unübersichtlicher.

Die ARD und der Saarländische Rundfunk sind für viele Bürger glaubwürdige und zuverlässige Institutionen, ihre Sendungen sind dem Publikum über Jahre zu verlässlichen Begleitern geworden. Die Dachmarke „SR“ und die Marken der Hörfunkwellen dienen dabei als Qualitätssiegel für die unterschiedlichsten thematischen Segmente. Vertraute Marken wie SR 1 Europawelle, SR 2 KulturRadio, SR 3 Saarlandwelle und 103.7 UnserDing garantieren einen Zugang zu verlässlichen Inhalten in einer unübersichtlicheren und immer mehr von kommerziellen Interessen geprägten Internetwelt.

In dieser Situation bietet der Saarländische Rundfunk ein Gesamtangebot bestehend aus der Eins-zu-Eins-Übernahme seiner Hörfunkwellen im Streaming und vier ausschließlich im Internet verbreiteten Hörfunkprogrammen, die an die jeweiligen Hörfunkprogramme anknüpfen. Als Gesamtangebot bedienen sie wechselnde Minder- und Mehrheiten. Damit wird die Medium- und Faktorfunktion des Radios in die Internetwelt transponiert.

1. UnserDing-Zukunft

Neu- und Newcomerproduktionen, die in den Verkaufscharts noch nicht gelistet sind, finden schwer eine Plattform. Die ARD-Jugendwellen bieten hier in speziellen Angeboten ausgewählten Produkten Raum.

Die Recherchen nach potenziellen Konkurrenzangeboten für den Webchannel UnserDing-Zukunft ergaben mit den Suchbegriffen „Hits von morgen“, „brandneu“ und „topaktuell“ in den Suchmaschinen de.yahoo.com und google.de drei Treffer, nämlich „Radio Hamburg music update – die hits von morgen“, „FFH digital – future“ und „saw Musikwelt – Neuheiten“. Diese Channel sind im Gegensatz zu UnserDing-Zukunft unmoderiert. Zudem handelt es sich bei „FFH digital – future“ und „Radio Hamburg music update – die hits von morgen“ um weitgehend identische Angebote, die sich im Wesentlichen nur durch die Angebotskennung unterscheiden.

Die drei bekannten Radioportale radio.de, surfmusik.de und phonostar.de wiesen 43 Angebote unter den Suchbegriffen „Hits von morgen“, „brandneu“ und „topaktuell“ aus. Im Portal radio.de waren es 28 Formate und im Portal phonostar.de 15. Nach diesem einheitlichen Raster gaben sich keine Treffer im Portal surfmusik.de. Beispiele für gefundene Angebote waren „krock.radio“, „slow radio“ und „heart.fm“. Insgesamt kamen 16 Angebote aus Deutschland, z. B. „mojo.radio.de“. Sieben Treffer ergab die beschriebene Suche auf dem Internet-Portal radio567.com. Zwei Formate kamen hier aus Deutschland.

Die Recherche ergab kein Konkurrenzangebot aus dem Saarland und auch nicht aus den unmittelbaren Nachbarregionen. Formate, die Neuproduktionen anboten, waren allesamt unmoderiert. Die „Musik nonstop“-Angebote wurden allenfalls für Stationskennungen und Trailer zur Eigenwerbung unterbrochen. Hintergrundinformationen zu Titeln und/oder zu Künstlern wurden nicht transportiert. Überdies hatten viele der vorgestellten Titel bereits Chartpositionen inne.

Die Recherche ergab, dass kein zum Webchannel UnserDing-Zukunft vergleichbares Format auszumachen war, was die musikalische Einordnung von Titeln, die Erklärung der Songtexte und das Präsentieren von Nachwuchsbands aus dem Saarland anbelangt.

2. SR 1-Lounge

„Lounge“- und „Chill-Out“-Musik hat in den vergangenen 15 Jahren gerade durch CD-Sampler-Produktionen wie „Café del Mar“ oder auch „Buddha Bar“ ein breites Publikum gefunden. Über UKW verbreitete Programme haben hingegen Sendungen, die Chanson, Jazz, Weltmusik und TripHop vereinen, kaum in ihrem Portfolio. Im Zuge der Recherchen nach potenziellen Konkurrenzangeboten im Web konnten unter den Suchbegriffen „Lounge“ und „Chill Out“ in den Suchmaschinen de.yahoo.com und google.de 53 Formate ermittelt werden. Beispiele waren „DELUXE LOUNGE RADIO“, „Rautemusik-City.radio.de“ oder auch „somafm.com“.

Die drei bekanntesten Radioportale radio.de, surfmusik.de und phonostar.de listeten unter den genannten Suchbegriffen 347 Angebote auf. 148 im Portal radio.de, 41 Angebote im Portal surfmusik.de und 158 im Portal phonostar.de. Insgesamt kamen dabei 63 Formate aus Deutschland. 55 „Chill Out“- bzw. „Lounge“-Treffer waren auf dem Internet-Portal radio567.com zu verzeichnen. Vier Formate waren deutscher Herkunft.

In der Regel beinhalten die ermittelten Angebote „Musik nonstop“, kaum einmal waren Zwischenmoderationen und/oder musikjournalistische Informationen zu hören. Überdies fokussieren die meisten Angebote jeweils nur ein Musikgenre und sind im Gegensatz zu SR 1-Lounge Spartenangebote.

Der Anbieter RMNRelax streamt vom saarländischen Kleinblittersdorf aus und ist das einzige vergleichbare Konkurrenzangebot im Saarland. In diesem Format waren Musiktitel aus Downbeat und Elektronika zu finden. Allerdings gibt es keine Seiten- bzw. Hintergrundinformationen über die Playlist hinaus, weder in schriftlicher noch in moderierter Form.

SR 1-Lounge hingegen ordnet globale Entwicklungen anhand einer DJ-Szene inklusive ihrer saarländischen Vertreter ein und bereitet sie erklärend auf. Das Konzept von SR 1-Lounge, moderne Weltmusik als „Gemütsgenerator“ zu transportieren und ein musikjournalistisches Premiumprodukt aufzulegen, ist auf dem saarländischen und dem angrenzenden Markt einmalig.

3. SR 2-OffBeat

Auf dem weltweit viele tausend Angebote umfassenden Feld der Webradios nimmt die Musikgattung Jazz durchaus breiten Raum ein. Das ist nur auf den ersten Blick erstaunlich.

Entgegen einer lange und hartnäckig verbreiteten Auffassung, dass es sich beim Jazz überwiegend um komplexe und in manchen Spielarten geradezu akademisch kompliziert gestaltete Kunstwerke handele, die sich eher einer elitären Gemeinde von Eingeweihten und Experten als einem breiteren Publikum erschließen, sind zumindest die mit dem Bereich der Pop-Musik verwobenen Varianten wie z. B. der seit einigen Jahren sehr erfolgreiche „Smooth-Jazz“ wichtiger Teil eines popmusikalischen Mainstreams.

Beidem, dem etwa als kreativer Soundtrack zu einem eher kontemplativen Lebensgefühl gefragten Pop-Jazz wie auch dem in vielerlei Formen nach wie vor sehr vitalen „klassischen“ Jazz für die Kenner und Liebhaber des Genres, werden in der formal und inhaltlich differenziereten und Grenzen überschreitenden Welt der Webradios interessante Spielräume eröffnet.

Im Rahmen der Recherche zur Bestimmung der Wettbewerber im Bereich der Webchannel-Angebote konnten beim Zugriff auf die Suchmaschinen google.de und de.yahoo.com unter den Suchbegriffen „Audio“ und „Jazz“, „Webchannel“ und „Jazz“ sowie „Radio“ und „Jazz“ 27 Angebote identifiziert werden.

Über die drei bekanntesten Radioportale radio.de, surfmusik.de und phonostar.de wurden die dort gelisteten Audioangebote nach der Gattung Jazz und dem Herkunftsland der Anbieter überprüft. Die Abfrage wies insgesamt 548 Angebote aus, davon bei radio.de 231, bei surfmusik.de 94 und bei phonostar.de 223. Das Internetradio-Portal www.radio567.com ergab unter dem Suchbegriff Jazz 257 Einträge.

Insgesamt ist auffällig, dass im angelsächsischen Sprachraum und namentlich in den USA sowohl kommerzielle Stationen und Networks wie Lagniappe Jazz (New Orleans) als auch z. B. von Colleges und Universitäten betriebene Sender wie z. B. KBEM Minneapolis dem Jazz allgemein und vielen seiner Spielarten eigene Spartenprogramme widmen wie z. B. Insidejazzcontemporary in Los Angeles. Über radio.de wurden bei der Suchabfrage über 50 Einträge erfasst.

Gemessen an der geografischen Größe des nordamerikanischen Raumes ist auch die Fülle und Vielfalt der laut Suchergebnis über radio.de mehr als 70 in Deutschland im Web verbreiteten Jazz-Angebote wie ganymed.radio.de (Göttingen) oder jazz.radio.de (Hamburg) bemerkenswert und im Sinne der Wahrnehmung des Jazz auf diesem Weg erfreulich.

Bei den über radio.de zum Suchbegriff „Jazz“ aufgefundenen öffentlich-rechtlichen Angeboten handelt es sich wie bei bayern2.radio.de oder mdrfigaro.radio.de um Live-Streaming des jeweiligen linearen Radioprogramms, das u. a. auch Jazz-Sendungen beinhaltet.

Im Umfeld nicht nur der nationalen Jazz-Webradio-Angebote agiert das ausschließlich im Internet verbreitete Angebot SR 2-OffBeat konkurrenzlos, da die hier angebotenen Kern-Inhalte einzig dem Saarländischen Rundfunk zur Verfügung stehen. Sowohl die Konzerte der Reihe „Jazz live with friends“ als auch die Beiträge der Reihe „Jazz ABC“ sind exklusive Produktionen, deren Senderechte allein beim SR liegen.

4. SR 3-SchlagerWelt

Die Schlagermusik nimmt, obwohl sie vor allem bei älteren Erwachsenen eine hohe Akzeptanz genießt, in den vorwiegend über UKW verbreiteten Radioprogrammen in Deutschland eine vergleichsweise untergeordnete Bedeutung ein, die zudem in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich rückläufig ist. Schlagermusik eignet sich in Deutschland kaum, um ein Vollprogramm zu erstellen und zu verbreiten, das sich ausschließlich über Werbung finanziert. Entsprechend gibt es nahezu keine kommerziellen Radiostationen, die Schlagerprogramme ökonomisch erfolgreich betreiben.

Innerhalb der Recherche über mögliche Webchannelkonkurrenzen unter den Suchbegriffen „Audio“ und „Schlager“ sowie „Radio“ und „Schlager“ in den beiden großen Suchmaschinenportale de.yahoo.com und google.de ließen sich 33 Angebote identifizieren.

Eine Abfrage unter den drei großen Radiosuchmaschinen (radio.de, surfmusik.de und phonostar.de) wies insgesamt 450 Angebote aus (198 Ergebnisse bei radio.de, 74 Ergebnisse unter surfmusik.de und 178 Ergebnisse unter phonostar.de). Die mit Abstand meisten Angebote kommen aus dem deutschsprachigen Raum. Das Internetradio-Portal radio567.com listete unter dem Suchbegriff „Schlager“ 14 Stationen auf.

Während die meisten Anbieter von Schlagermusik, die über das Internet abrufbar sind, geografisch im mitteleuropäischen Raum angesiedelt sind, ließen sich auch einige Exoten identifizieren wie „radiosiam“ – „Deutsches Radio Thailand“.

Gemeinsam ist den Stationen, dass lediglich musikalische Mainstream-Inhalte – ergänzt um Stationskennungen und Jingles – transportiert werden.

Das saarländische Angebot „Radio Salü Schlagerparty“ ergänzt seine deutschsprachigen musikalischen Inhalte durch Klassiker der internationalen Szene wie z. B. Musik der Beatles. Der zweite saarländische Webchannel „RMNSchlagerhölle“ bietet in den Nachtstunden Musik aus den Bereichen „Chill Out“ und „Techno“ an.

In diesem Umfeld hebt sich SR 3-SchlagerWelt deutlich ab: Gerade die Kombination von Schlagermusik mit regionalen, saarländischen Musik- und Wortinhalten und -bezügen ist einmalig. Ob Comedy oder Mundart, CD-Tipps und Künstlerporträts, stets gibt es einen Bezug zum Saarland und zu SR 3 Saarlandwelle. In dieser Form und Qualität trägt SR 3-SchlagerWelt zur publizistischen Vielfalt im Saarland und in Deutschland bei.

F. Finanzieller Aufwand

Der finanzielle Aufwand für diese ausschließlich im Internet verbreiteten Hörfunkprogramme des SR wird 2009 insgesamt 75 T€ betragen, 2010 wird mit einem Aufwand von 79 T€ gerechnet. In der Folge ist mit leicht steigendem Aufwand aufgrund allgemeiner Preis- und Tarifsteigerungen sowie der voraussichtlich steigenden Nachfrage zu rechnen. Für die sich anschließenden beiden Jahre bis 2012 wird mit durchschnittlich 84 T€ p. a. gerechnet. Diese Beträge umfassen alle Aufwendungen, die dem Angebot verursachungsgerecht zugeordnet werden können. Dabei handelt es sich um eine vollständige Erfassung der im Zusammenhang mit dem Angebot anfallenden Personal-, Programm- und Sachaufwendungen sowie der Verbreitungskosten.

Die Kosten wurden gemäß einer von den Landesrundfunkanstalten der ARD, dem ZDF und dem Deutschlandradio erarbeiteten sowie mit der KEF besprochenen Methodik erhoben. Damit ist eine Vergleichbarkeit der Kostendarstellung gewährleistet. Es werden in den Kosten auch anteilige Kosten im Bereich der Redaktionen, in der IT und in der Programmverbreitung berücksichtigt, wobei zum Teil sachgerechte Schätzungen vorgenommen wurden. Mit einer differenzierten Kostenerhebung ist eine Nachprüfung des Finanzbedarfs durch die KEF gewährleistet.

Die Finanzierung des Angebots erfolgt für die Jahre 2009 bis 2012 (laufende Gebührenperiode) im Rahmen der jeweiligen Wirtschaftspläne. Es entsteht kein zusätzlicher Finanzbedarf.

G. Schlussbemerkung

Der SR ist überzeugt, dass er mit seinen ausschließlich im Internet verbreiteten Hörfunkprogrammen im Konzert mit seinen im Internet gestreamten Hörfunkwellen zum publizistischen Wettbewerb in der Region beiträgt. Die Angebote fördern die demokratische Meinungsbildung und insbesondere die kulturelle Vielfalt und Identität im Sendegebiet. Mit diesen Angeboten erfüllt der SR seinen Auftrag. Der SR bittet den Rundfunkrat um Zustimmung zu dieser Angebotsbeschreibung.