

Bruttoeinnahmen der Radiostationen sind eingebrochen

Nachrichtenagentur hilft Radiosendern sparen

HANDELSBLATT, 23.1.2003

DÜSSELDORF. Private Radiosender setzen zunehmend auf Nachrichtenzulieferungen für ihr Programm, um auf diese Weise Geld zu sparen. In Schleswig-Holstein und Hamburg ist jetzt die regionale Hörfunk-Nachrichtenagentur Ravion an den Start gegangen, die zunächst die privaten Hörfunksender Klassik-Radio und Nord-Ostsee-Radio mit fertigen Radiobeiträgen aus der Region versorgt.

Die Agentur, die einer Tochter von Radio Schleswig-Holstein und der TV-Produktionsfirma a+m gehört, will auch Sender in Niedersachsen und den neuen Bundesländern als Kunden gewinnen. Radio Schleswig-Holstein gehört mit täglich 950 000 Hörern und weiteren Radiobeteiligungen zu den größten Hörfunkveranstaltern Norddeutschlands.

Mit der Mehrfachverwertung von Nachrichten könnten Sender sparen, so Ravion-Gesellschafter und Produzent Klaus-Dieter Müller.

Auch Radiosender leiden unter starken Werbe-Rückgängen: Laut Nielsen Media Research sind die Brutto-Werbeeinnahmen der Radiostationen 2002 um 3,9 % auf 897 Mill. Euro zurückgegangen. Durch den Einkauf sparen die Sender eine eigene teure Nachrichtenredaktion.

Auch die Agenturen BLR und Radio Dienst Audio Syndication Network, an denen Bayerische Zeitungsverleger beteiligt sind, verzeichnen bei ihren 120 Radio-Kunden wachsende Nachfrage nach vorgefertigten Nachrichten. „Wir profitieren von den Sparzwängen der Sender“, so der Radio-Dienst-Sprecher Alfons Lauströer.

Gleichzeitig setzt sich die Konsolidierungswelle unter den mehreren hundert privaten Stationen fort. RTL Radio Deutschland ist jüngst mit dem Kauf von acht Radiobeteiligungen zum größten Radiogesellschafter in Deutschland aufgestiegen. Branchenkreise berichten, dass auch andere Radiogesellschafter Zusammenschlüsse planen.