Radio im Auto: Das Connected Car

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

sehr beachtet wurde auf den Medientagen München im Oktober 2024 unser Panel, das wir wieder mit dem Bayerischen Rundfunk durchführen konnten. Wir befassten uns dieses Jahr mit der Thematik, wie das Radio auch im Auto der Zukunft – dem „Connected Car" – präsent bleiben kann. Hochkarätige Experten gaben Statements ab und tauschten sich aus, so Robert Andrä von Google Play, Gwendolin Niehues vom ARD-Partnermanagement Audio und Voice, Dr. Bernd Riefler, dem Gründer von veed analytics, sowie Christian Winter von CARIAD, einer Volkswagen-Tochter. Deutlich wurde, dass Radio trotz der technischen Entwicklungen ein außerordentlich beliebtes, wenn nicht gar führendes Medium bleiben wird, getragen von der Tatsache, dass die Radionutzung weit überwiegend im Auto stattfindet. Drei Aspekte wurden also von besonderer Bedeutung markiert: Zum einen wird sich angesichts der veränderten Technologie – man denke nur an die Möglichkeiten, die sich durch KI eröffnen – das Verhalten der Hörerinnen und Hörer im Auto nachhaltig verändern, beispielhaft sei hier die Sprachsteuerung genannt. Des Weiteren ist zu erwarten, dass die großen Plattformanbieter wie Google und Apple als Gatekeeper zunehmend die Regeln bestimmen werden. Schließlich stellt sich vor dem Hintergrund der technischen Transformation die Frage, ob die bestehenden Regulierungen ausreichen, um faire Wettbewerbsbedingungen zu schaffen. Wie können die Radiosender mit allen diesen Entwicklungen Schritt halten? Eine Vielzahl von Fragen stellt sich.

In diesem Heft setzen wir die Serie „Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Diskussion" fort und präsentieren – in der Nachfolge des Beitrages im letzten Heft – einen weiteren Beitrag von Prof. Dr. Jens Müller vom ZDF, dieses Mal mit einer vertieften Fallstudie zur Frage, wie das ZDF den Deutschen Nachhaltigkeitskodex konkret umsetzt und das in seiner Berichterstattung auf den Punkt bringt. Müller verdeutlicht, wie das ZDF die Prinzipien ökologischer, sozialer und ökonomischer Verantwortung systematisch in seine Unternehmensstrategie integriert.

Als hoch interessant dürfte die Fortsetzung unserer zweiten Serie unter dem Titel „Die Macht der Internetgiganten" wahrgenommen werden. Wir konnten ein vertiefendes Interview mit Sabine Verheyen, MdEP, der Ersten Vizepräsidentin des Europäischen Parlaments, führen, der wir ähnliche Fragen vorlegten, wie wir sie beim Interview mit Tabea Rößner, MdB, der Vorsitzenden des Digitalausschusses, formulierten. Das Rößner-Interview publizierten wir in Heft 1/2024.

Prof. Dr. Martin Gläser

Hochschule der Medien, Stuttgart
glaeser@hdm-stuttgart.de

Prof. Dr. Georgios Gounalakis

Philipps-Universität Marburg
gouna@jura.uni-marburg.de

Prof. Dr. Thomas Hess

Ludwig-Maximilians-Universität München
thess@lmu.de

Prof. Dr. Frank Lobigs

Technische Universität Dortmund
frank.lobigs@udo.edu

Prof. Dr. Christoph Neuberger

Freie Universität Berlin
christoph.neuberger@fu-berlin.de

Prof. Dr. Insa Sjurts

Berufliche Hochschule Hamburg
insa.sjurts@bhh.hamburg.de

Viele weitere interessante Beiträge empfehlen wir Ihrer geschätzten Aufmerksamkeit.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!

Die Herausgeber

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2024-4-3 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY