

# Lokalrundfunktage 2024 in Nürnberg

Klares Bekenntnis zum Wert des lokalen Journalismus: Diverse Sessions der 32. LOKALRUNDFUNKTAGE am 25. und 26. Juni 2024 in Nürnberg haben das Fernsehen und Radio vor Ort als Bastion gegen Deepfakes und Demokratie-Skepsis in den Mittelpunkt gestellt. Mehr als 80 Expertinnen und Experten aus dem In- und Ausland zeichneten bei der Konferenz das Bild von einem zukunftsfähigen lokalen Rundfunk.



© Benjamin Brückner / Ludwig Olah

**Petra Schwegler**

MedienNetzwerk Bayern  
Vernetzung // Kommunikation  
p.schwegler@mediennetzwerk.bayern.de

## Schlüsselbegriffe: Lokal-Radio | Lokal-TV | Gesellschaft



© Medien Bayern GmbH / Ludwig Olah / Benjamin Brückner

### Foyer NCC Mitte

Die Menschen, die lokales Radio und TV machen, ihr gesellschaftlicher Auftrag, ihre Arbeit in den Sendern vor Ort, ihre Zukunft mit Anwendungen der Künstlichen Intelligenz und neuen Kooperationen: Viele drängende Fragen haben die LOKALRUNDFUNKTAGE 2024 in Nürnberg zur Diskussion gestellt.

Professor Christof Seeger von der Hochschule der Medien Stuttgart machte zunächst einmal Mut. Der Medienwissenschaftler attestierte den lokalen Medien Heimatgefühl, Service, Orientierung und Glaubwürdigkeit. Sein Fazit:

„Lokal ist nicht egal!“ Den positiven Zuschreibungen schob er drei Herausforderungen hinterher, um den Status-quo halten zu können: Wie kann man weiterhin junge Talente finden? Welche Inhalte müssen produziert werden, um junge Zielgruppen anzusprechen? Und wie können sich Medienhäuser finanzieren, damit genügend Spielraum für Innovation bleibt?

Immer wieder wurde die Pattsituation des Lokaljournalismus deutlich: Transformation kostet, doch ein echtes Erlösmodell für digitale Angebote ist noch nicht gefunden. Letztlich ist mehr Aufwand nötig, um Menschen bei immer mehr Konkurrenz im Netz bei den klassischen Medienmarken zu halten. Ein Denkmodell lieferte bei der Nürnberger Konferenz Till Coenen als Senderchef von Radio Arabella sowie 95.5 Charivari in München und Teil des Vorstands im Lokalfunkverband VBL. Er hob im Rahmen einer Diskussion rund um die „Audiostrategie 2025“ der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) hervor: „Die Zukunft unseres Geschäftsmodells liegt einerseits in vermarktbaren Reichweiten, andererseits aber auch in Kooperationen, damit sich die Lokalsender auf ihre Kernkompetenzen, nämlich lokale Themen, konzentrieren können.“

Der für Medien zuständige bayerische Staatsminister Dr. Florian Herrmann zeigte sich vom Nutzen einer stärkeren Zusammenarbeit überzeugt. Alte Denkschranken müssten überwunden werden, schon weil die Bedrohung durch internationale Plattformen immer größer werde, so der CSU-Politiker. Annette Kümmel von der MEDIASCHOOL BAYERN und Alexander Woldrich von Radio Fantasy machten

sich für gemeinsame Ziele der Branche für mehr Nachhaltigkeit, Verantwortung und die Stärkung des lokalen Journalismus stark. Kümmel: „Wir sind an einem Punkt angelangt, an dem blanke Nachrichten einfach nicht mehr reichen und an dem es unsere Aufgabe als Medien ist, mehr zu tun.“

Der Faktor Mensch wurde in Nürnberg groß geschrieben. In seinem Plädoyer vermittelte US-Audiokenner Dennis Clark: Menschen sind die Zukunft des Radios, denn sie sind das Bindeglied zu den Hörerinnen und Hörern. Der Vice President of Talent Development von iHeart Radio sah Radio Hosts in der Influencer-Rolle – im Sinne von Identifikationsfiguren für die jeweiligen Zielgruppen.

Zwei Tage lang haben sich über 900 Teilnehmende aus lokalen Radio- und Fernsehstationen im deutschsprachigen Raum in Workshops und Masterclasses im NCC Mitte in Nürnberg informiert und ausgetauscht. Deutlich wurde, dass Lokaljournalismus eine tragende Rolle für eine funktionierende Demokratie spielt.

Bereits zum Auftakt der diesjährigen LOKALRUNDFUNK-TAGE hob BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege den Wert von Radio und Fernsehen für die Menschen vor Ort hervor. Studien würden belegen, dass sich in Gebieten ohne lokale Medien radikale Tendenzen verstärken würden. Dabei richtete der bayerische Medienwächter den Blick nicht nur auf die USA. Auch hierzulande würde „Demokratie-Skepsis in Filterblasen im Netz“ um sich greifen. Er betonte: „Lokalfunk spielt eine unverzichtbare Rolle für eine vielfältige und ausgewogene Meinungsbildung. Weil er auch mal Brücken baut. Spaltung entgegenwirkt.“

© Medien.Bayern GmbH / Ludwig Olah / Benjamin Brückner



**Dr. Florian Herrmann**

© Medien.Bayern GmbH / Ludwig Olah / Benjamin Brückner



**Annette Kümmel**

© Medien.Bayern GmbH / Ludwig Olah / Benjamin Brückner



**Dr. Thorsten Schmiege**

# Medien-Marken



Das Magazin für  
Markenführung  
[www.markenartikel-magazin.de](http://www.markenartikel-magazin.de)



Das Fachmagazin für  
Pharma-Marketing  
[www.healthcaremarketing.eu](http://www.healthcaremarketing.eu)



Das Magazin für Kommunikation  
im öffentlichen Sektor  
[www.publicmarketing.eu](http://www.publicmarketing.eu)



Das Fachmagazin für Presse,  
Tabak und Convenience  
[www.presse-report.de](http://www.presse-report.de)



Das Magazin für  
Content Marketing  
[www.cp-monitor.de](http://www.cp-monitor.de)



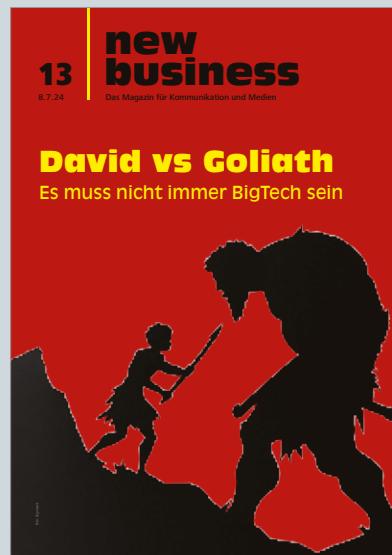
Das Fachmagazin für Medien-  
management und -ökonomie  
[www.medienwirtschaft-online.de](http://www.medienwirtschaft-online.de)

# für Entscheider



Das Magazin für Pressevertrieb und Content-Erlöse

[www.dnv-online.net](http://www.dnv-online.net)



Das Magazin für Kommunikation und Medien

[www.new-business.de](http://www.new-business.de)



Das Fachmagazin für Kabel, Satellit, Breitband und Digital-TV

[www.cablevision-europe.de](http://www.cablevision-europe.de)



Das Fachmagazin für Dental Marketing

[www.dentalmarketing-magazin.de](http://www.dentalmarketing-magazin.de)



Das Magazin für Kommunikation und Markenmanagement

[www.transfer-zeitschrift.net](http://www.transfer-zeitschrift.net)



Connecting Creative Professionals

[www.redbox.de](http://www.redbox.de)