



Und dann kam Apple und erfand das Radio nicht neu

„Wie sieht die Zukunft des Radios aus?“ – Kaum eine Phrase ist in den gängigen Radio-Fachzeitschriften, Online-Branchendiensten sowie auf Medienkongressen stärker überstrapaziert worden als diese. Während in diversen Funkhäusern über das Für und Wider einer UKW-Abschaltung zugunsten von DAB+ oder klassischen Onlinestreams debattiert wurde, entwickelten sich im Web Musikangebote, die den klassischen Hörfunk obsolet machen könnten: Streaming-Dienste wie das in Schweden gegründete *Spotify* liefern den Nutzern auf Wunsch fast jeden Song, jedes Album, egal aus welchem Genre, ganz legal. Rund 75 Millionen Menschen weltweit hören Musik über *Spotify*, gibt das Unternehmen an. Und wer sich von Werbeeinblendungen nicht stören lässt, muss noch nicht mal einen Cent zahlen – sofern eine Internetverbindung besteht. Für weniger als 10 Euro im Monat lassen sich ganze Alben oder Playlists sogar offline hören, das heißt auch problemlos im Auto, Flugzeug oder in der Einöde, wo es kein Handynetzt gibt (*Spotify* entwickelte auch eine passable Handy-App). Und wer sich seine persönliche Musikauswahl nicht selbst zusammenstellen will, lässt *Spotify* die Arbeit übernehmen: Abgestimmt auf die Interessen des Nutzers spielt die Software einen „Radiosender“ ab, eine Playlist, die sich stetig verbessert, je mehr Lieder positiv vom Nutzer bewertet oder genervt weggeklickt werden. Aktuell experimentieren diverse Rundfunksender damit, darunter auch *ARD* und *Deutschlandradio*, ihre Hörfunk-

Bild oben: Julie Adenuga, Ebro Darden und Zane Lowe sind die kreativen Köpfe hinter *Beats 1*.

beiträge in *Spotify* zu integrieren. Klappert das und findet es anklang, ist lineares Radio, bei dem ein Moderator oder eine Redaktion die Musik starr vorgibt, die die Hörer gefälligst hören müssen, überflüssig. Was soll das noch, wenn eine Software mit gigantischem Computergehirn und ebenso gigantischem Wissen über seine Hörer das Radioprogramm viel besser gestalten kann? Für jeden Nutzer einzeln personalisiert?

Unangepasst und ungezähmt

Die Sache mit dem Musikstreaming wurde so beliebt, dass auch Apple sich einen entsprechenden Dienst erschuf, der alles konnte, was auch das Eingangs erwähnte *Spotify* beherrschte. Aber nicht nur das: Zum neuen Angebot „Apple Music“ kam auch ein eigener Online-Radiosender dazu: *Beats 1*. Jeder kann ihn hören, egal ob er ein Apple-Produkt besitzt oder nicht, egal ob er für den Musikstreamingdienst von Apple bezahlt oder nicht. Notwendig ist einzig die neueste Version von Apples kostenfreier Software *iTunes* (<http://www.apple.com/itunes>, alternativ die „Apple Music“-Smartphone-App) und ein entsprechendes Benutzerkonto. Im Menüpunkt „Radio“ findet sich dann entsprechend prominent platziert ein Play-Button. Und tatsächlich ist *Beats 1* keine seelenlose Playlist. Es gibt Moderatoren, die (nach Angaben von Apple) live moderieren, die die Musik aussuchen, die zwischendurch plaudern. All das, was das traditionelle Radio auch schon konnte, nur dass es jetzt wieder cool ist. Man holte sich klassische Radioleute: Zane

Lowe moderierte jahrelang bei *BBC Radio 1*, Julie Adenuga war bei einer Privatstation in London on air, Ebro Darden ist bekannter Radiomoderator aus New York. Alle moderieren auf Englisch und richten sich an ein Millionenpublikum in den verschiedensten Ländern. Hinzu kommen Gast-DJs, manche von ihnen äußerst prominent, Elton John stellt in seiner „Rocket Hour“ etwa seine persönlichen Lieblingssongs vor.

Anstrengend. Und gut

Die Musikauswahl klingt urban und für deutsche Hörer fast schon etwas anstrengend, da sie nicht so angepasst und weichgespült ist, wie bei den meisten Stationen hierzulande, die versuchen, so viele Abschaltimpulse zu vermeiden wie möglich. Bei *Beats 1* landen neben Songs aus den Pop-Charts auch Titel aus den Genres Elektro oder Hip-Hop im Programm. Das mag nicht jedermanns Sache sein, klingt aber cool und ein bisschen ungezähmt.

Die Moderatoren bemühen sich hörbar darum, ein klassisches Radiogefühl zu transportieren: Da wird vorgelesen, von wo auf der Welt gerade zugehört wird, was die Hörer aus Indien, Deutschland, Großbritannien oder den USA gerade schreiben oder zu welchen Konzerten sie unterwegs sind. Wer *Beats 1* hört, gehört zur *Beats 1*-Gemeinschaft, ist so cool wie *Beats 1* auch. Ein Gefühl, das einst Stationen wie *Radio Luxemburg* oder *SWF 3* vermittelt haben – und das bei vielen Radiostationen inzwischen verblasst ist.

Kommen wir also auf die leidige Frage vom Anfang zurück, die mit der Radiozukunft. Die ist so lächerlich wie simpel beantwortet: Die Zukunft des Radios liegt in gutem Radio: Persönliche Ansprache, Reaktionen auf aktuelle Ereignisse oder Infos zur Musik, die gleich gespielt wird und das „Radiogemeinschaftsgefühl“. Das kann kein Streaminganbieter mit einer zusammengewürfelten Playlist leisten, so gut sie auch auf die Nutzerwünsche abgestimmt sein mag. Das mag gute Musik sein. Gutes Radio aber ist persönlich und sympathisch – im Idealfall.

So sehr man gegenüber Apple und der pseudo-religiösen Aura um dieses Unternehmen herum Aversionen hegen mag: *Beats 1* ist gut, die Ideen dahinter aber nicht neu. Nur hat eben ein Unternehmen sie gerade wiederentdeckt, das selbst die entsprechende Coolness mitbringt, die manche Hörfunkmarken längst verloren haben. Auf dass viele Radiomacher diese alten Ideen ebenso wiederentdecken mögen.

Daniel Kähler