

neue konkurrierende Radiosender ausgestrahlt – etwa das „Familyradio“ aus San Francisco, Radio Guin-guáda 105.9 FM aus Las Palmas und Antenne Bayern aus München. Radio aus dem Internet vorbereitet die Vielfalt. Schätzungen zufolge sind bis zu 15 000 Sender übers Web abrufbar. Darunter sind neben den klassischen Kanälen wie NDR, Antenne und fm allerhand Kanäle aus Übersee, Sportprogramme, Exoten wie der Polzeitfunk aus Canberra in Australien – und prinzipiell sogar die fürs Web freigeschalteten MP3-Sammlungen von Musikliebhabern aus aller Welt.

Nur hatte das Internetradio inagenblich bisher ein Problem: Über die Technik-szene hinaus fand es wenig Beachtung. Im Jahr 2000, als die ersten Hersteller Internetradios in die Verkaufsstellen stellten, gab es in Deutschland nur 200 000 Breitbandanschlüsse. Ohne die ist aber Webradio weder praktisch noch bezahlbar. Das ändert sich gerade. 2006 gab es schon 15 Millionen Anschlüsse, bis 2015 sollen es 30 Millionen werden.

Das hat Folgen. N-Joy etwa nimmt Hörerwünsche nicht mehr nur per Telefon entgegen. Über einen eigenen Twitter-Kanal stehen die Hamburger mit jenen Hörern in Kontakt, die den Sender im Büro am PC oder unterwegs mit einem Internetfähigen Laptop oder Handy haben. Fast in Echtzeit – die Verzögerung eines Twitterbeitrags umfasst meist nur wenige Minuten – stehen die Hörer so nicht nur mit dem Sender in Kontakt, sondern können auch untereinander Bezug nehmen.

Auch wer den NDR hört, bekommt per Web zusätzliche Möglichkeiten: Er hat alternativ zum Liveprogramm die Möglichkeit, per Knopfdruck einzelne Sendungen abzurufen – egal, was gerade wirklich läuft, per Podcast. „Die Bedeutung der Podcasts wächst“, sagt NDR-Programmdirektor Hörthunk, Joachim Knuth. Neue Zielgruppen wurden angesprochen. „Und mit Podcasts erhält das vermeintlich flüchtige Medium Radio neue Nachhaltigkeit“, sagt Knuth. Vieles davon ist dann nicht mehr live, sondern aus dem Archiv – und es ist länger abrufbar. „Wired“-Chefredakteur Chris Anderson hat diesen Effekt bereits 2004 als „The Long Tail“ bezeichnet, als den „langen Schwanz“.

Die Geräteindustrie setzt viele Hoff-

Sieht aus wie ein klassisches Radio, kann aber mehr: Das Webradio empfängt die Signale aus dem Internet.

nungen in die Attraktivität der neuen Funktionen. „Damit können wir immer mehr Radiolisten vom Internetradio überzeugen“, sagt etwa Christoph Müller von Terratec. Die Firma stellt seit Jahren Webradios her. 2009 rechnet er mit dem Durchbruch für die Geräte, die bisher eher ein Nischendasein führten.

Der Trick ist einfach: Abgespeckte PC-Technik wird zunehmend in neuartigen Kofferradios verbaut – so dass in Technikmärkten seit einiger Zeit neben den klassischen UKW-Radios diese neuen Empfänger zu bekommen sind, die das Sendesignal über ein WLAN-Funknetz oder per Ethernet-Kabel aus dem DSL-Anschluss empfangen können. Die Geräte kosten bis zu 300 Euro, sind somit also vergleichsweise teuer. Doch es geht auch günstiger, wie etwa beim Gerät „Terratec Noxon 900f“. Es kostet 149 Euro und ist ein Radiogerät, mit dem man neben 11 000 Radioprogrammen auch alle Liveübertragungen der Spiele der Fußballbundesliga live empfangen kann – ein Novum. Der Internetradiosender 900f, der übrigens auch ohne das Gerät über die Webseite sowie über ein iPhone-Programm kostenlos erhältlich ist, soll mit-

lerweile schon 500 000 regelmäßige Hörer haben.

Die meisten Webradios bieten zudem eine Funktion, die das klassische Radio nicht kann: auf die eigene digitalisierte Musiksammlung umschalten. Wer seine MP3-Musikdateien ordentlich auf dem PC sortiert hat, kann diese auch per WLAN in der Küche empfangen. Dazu muss der PC nicht einmal mehr eingeschaltet sein. Neue Speicherfestplatten lassen sich als so genanntes NAS ins Hausnetz einbinden. „NAS“, das ist eine „network-attached storage“, ein Netzwerkpeicher. Eine solche Festplatte wird beispielsweise per USB-Kabel an den Internetrouter vom DSL-Anschluss angeschlossen.

Künftig lassen sich zudem immer mehr Handys mit mobilen Internetanschlüssen auf Empfang der Webradios einstellen – vorausgesetzt, man ist per WLAN-Funknetz eingebucht oder verfügt über eine Flatrate (monatliche Pauschale) für die Nutzung großer Datenmengen an einem schnellen mobilen Internetanschluss. Die Studie „Deutschland online“ erwartet, dass bis 2015 rund 20 Millionen mobile Internetgeräte im Umlauf sind. Ähnliches

Deutsche kaufen Musik gern online

Eft Millionen Deutsche haben schon einmal Musik im Internet gekauft. Damit be-stellt jeder vierte Internetnutzer online Mu-sik-CDs und DVDs oder lädt Lieder herunter, wie eine am Mittwoch veröffentlichte Umfrage im Auftrag des Branchenverban-des Bitkom ergab. Am beliebtesten ist der Musikkauf demnach bei den 30- bis 49-Jäh-rigen, von denen laut Umfrage fast ein Drit-tel im Internet Musik kaufte. Beliebte sei-diese Möglichkeit aber auch bei den surfer-

den Senioren: Ein Viertel der Rentner mit Internetzugang kaufte laut Bitkom online CDs oder lud Musik herunter.

Mit 19 Prozent kaufen junge Menschen bis 29 Jahre am wenigsten Musik im Inter-net. „Jugendliche nutzen offenkundig mehr Privatkopien oder Tauschbörsen“, in-terpretierte Bitkom-Vizepräsident Achim Berg die Ergebnisse: Es müsse gelingen, ei-nen Bewusstseinswandel hin zu legalen An-geboten zu erreichen, forderte er. dpa

Ein weiterer Trend ist dabei, dass sogenannte Streams die alten MP3-Sammlungen ersetzen. Früher besaß man Musik entweder auf Vinyl, auf CD oder zumindest halbwegs physisch als Datei auf der eigenen Festplatte. Im Zerkal-ter der Musik 2.0 umfasst der priva-te „Besitz“ wertgeschätzter Musik mit der wir Erinnerungen und Gefüh-le verbinden, zunehmend lediglich noch die Mitgliedschaft in einem Web-dienst samt Abspieldisposition gespel-cherter Playlists. Das ist nicht ungeläh-lich, wie kürzlich bei zum Beispiel b1p im erlebt: Da hat man sich über die Monate kostenlose Abspieldispositionen seiner bevorzugten Musik zusammengesammelt, auf Basis der Empfehlungen von Gleich-gesinnten neue Musikwelten erschlossen – und dann steht plötzlich ohne Angabe von Gründen der einzelne Song nicht mehr zur Verfügung.

Wer weniger auf den einzelnen Musik-titel Wert legt, sondern auf eine besonde-re musikalische Farbe oder vorgelesene Nachrichten als Begleitmedium, dürfte mit Diensten wie radio.de den Überblick behalten und in eine Fundgrube eintra-chen. Der Dienst sortiert Radiosender aus aller Welt nach Genre, Herkunft, Bewer-tung anderer und Relevanz. Da finden sich durchaus Funkeistücke: etwa Ni-schensender wie servicecomputer radio, de (ein Angebot von WDR 5 mit vorgele-senen Computernachrichten) oder „MHH – Medizin-Podcast“, der neue Behand-lungsmethoden und medizinische For-schung aus der Medizinischen Hochschule Hannover vorstellt. In Kürze wird ra-dio.de auch auf Handys abrufbar sein: Ei-ne Anwendung fürs iPhone ist kurz vor der Fertigstellung.

Weitere, gesonderte Webradios zeigen viel versprechende Konzepte: wie zum Beispiel Spotify, der einen Dienst anbietet, der wie das Apple-eigene iTunes aus-sieht und entsprechend einfach zu bedie-nen ist – oder das jüngst preisgekrönte Rocaculture, das ebenfalls neue Modelle entwickelt und feintunet. Klassisches Ra-dio und private MP3-Datensammlung werden so zwar nicht ersetzt, verlieren aber an Bedeutung – zugunsten der neuen Streaming-Dienste, für die der Branche nur leider noch kein besseres Wort als „Webradio“ eingefallen ist.