



**PRESSEMITTEILUNG**

28. Oktober 2020

## **MEDIENTAGE MÜNCHEN 2020 vom 24. bis 30. Oktober**

What's new? Innovationen in der Audiobranche

### **Audio mit Mehrwert**

**München** – Wie können Audioinhalte einfacher und abwechslungsreicher konsumiert, schneller produziert und gewinnbringend vermarktet werden? Bei einer Panel-Diskussion der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN stellten Audioexperten innovative Anwendungen vor.

Christian Hufnagel, Referent in der Programmdirektion Kultur und Digitalradio-Experte beim Südwestrundfunk, entwickelt im SWR audio lab Zukunftstechnologien für digitale Audio-Plattformen. „Radiohörer sind nicht mehr bereit, auf Inhalte zu warten“, war die Arbeitsthese für das Produkt, das er vorstellte. Hufnagel hat für die SWR3-App eine neuartige taktile Umgebung geschaffen. Durch das Berühren des Bildschirms kann die „Linearität beim Konsumieren von Audioinhalten“ durchbrochen werden. Dafür hat Hufnagel drei Features entwickelt: Das erste ist eine interaktive Steuerleiste zum Zurückspulen von Liedern. Das zweite Feature bezeichnete er als „Song-Skipping“ und erklärte: „Der Hörer schaltet um, wenn ihm der Song nicht gefällt.“ Der Hörer könne einen Song nun unterbrechen und bekomme drei alternative Titel zugespielt. Das dritte Feature ermögliche es, in der App Lieblingssongs und Wortbeiträge in einer Playlist zu sammeln und zu kategorisieren.

Theresa Rentsch, Leiterin des Produktmanagements bei der Deutschen Presse-Agentur (dpa), stellte den dpa-Audio Hub vor. „Das Problem, das wir lösen wollten, war, dass O-Töne für die Lebendigkeit von Audiobeiträgen wichtig sind, aber viel Arbeit machen“, erläuterte Rentsch. Daher habe ihr Team ein Baukastensystem entwickelt, in dem Original-Töne, atmosphärische Töne und historische Töne an einem Ort schnell zu finden seien. Die Zielgruppe seien „kleine Podcast-Produzenten“ und Kunden aus der Hörfunk-Branche. „Wir bieten alles aus einer Hand und die Rechtelage ist auch geklärt“, sagte Rentsch.

Digitale Lösungen ermöglichen der Audio-Welt ganz neue Optionen. Zwei Beispiele, die während der MEDIENTAGE MÜNCHEN präsentiert wurden: Der Diplom-Wirtschaftsingenieur Carl Behmer hat ein interaktives Rätselspiel für Voice-Anwendungen im Auto mit dem Namen „Drive Crime“ entwickelt. In einem „fesselnden Hörabenteuer“ können die Insassen des Fahrzeugs mit Figuren aus der Audiogeschichte kommunizieren und sich zudem an der Lösung des kriminalistischen Rätsels beteiligen. Marcel Tuljus, Leiter der Abteilungen Audio und Radio bei Konsole Labs, entwickelte eine Software, die Anbietern von Audio-Inhalten „die Monetarisierung ihrer Angebote erleichtern solle“. „Die Idee war, die Inhalte im Web hinter die Bezahlschranke zu packen“, erklärte Tuljus. Dabei unterscheidet die Software mehrere „Berechtigungsstufen“: Es gebe registrierte Nutzer, die sich Werbung anhören müssten, wenn sie Inhalte konsumierten, und es gäbe zahlende Nutzer, die werbefrei Inhalte konsumieren könnten, führte Tuljus aus.

**Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.medientage.de](http://www.medientage.de).**