

Vom Botenjungen zum Nachrichtendienst

Der neue Audiodienst Com.Box will dpa/RUFA via Internet Konkurrenz machen. Freie Mitarbeiter und Korrespondenten werden noch gesucht.

Von Patrick Conley

Wie eine kleine, dunkle Höhle liegt das Tonstudio am Ende des langen Gangs der Büroräume mitten im Berliner Bezirk Tiergarten. Von hier aus beliefert ein neunköpfiges Team seit Mitte Juli private Radiostationen in ganz Deutschland aus einem Pool mit Kurzbeiträgen. Oda Dörffel hat das Projekt für die Berliner Datenkommunikationsfirma Com.Box aufgebaut. Die Projektmanagerin ist vom Erfolg überzeugt. „Wer will denn heute noch exklusive Journalisten?“, fragt sie – mit Blick auf die Öffentlich-Rechtlichen – provozierend und liefert die Antwort gleich mit: „Eine Radiostation, die ausschließlich Eigenproduktionen senden will, ist ein Anachronismus.“ Wenn das so ist, und daran glaubt sie, dann müssten die Sender zwangsläufig ihre Beiträge bei der neuen Hörfunkagentur Com.Box kaufen.

Der Zeitpunkt für die Neugründung von Com.Box in Berlin ist gut gewählt. Im April hat die Deutsche Presseagentur die RUFA übernommen, die nur noch bis zum Jahresende eigenständig weiterarbeitet. Dann gibt es im Audiodienstbereich für den Privatfunk nur noch einen großen Anbieter auf dem Markt. Daneben könnte Platz sein für kleinere Agenturen mit speziellen An-

geboten. Für die kirchlichen Agenturen ERN (Evangelischer Rundfunkdienst Nord) und KNA (Katholische Nachrichten Agentur) zum Beispiel, den Internationalen Audiodienst Frankfurt (IAD) und eben auch für die Berliner Com.Box.

Heller als im Tonstudio ist es im Büro des Geschäftsführers, dafür

auch lauter. Aber das Dröhnen des Verkehrs auf der Potsdamer Straße stört Werner Höppner nicht. Er konzentriert sich auf seine Arbeit – den Ausbau von Com.Box zum elektronischen Nachrichtendienst. Darin sieht der gelernte Verlagskaufmann die logische Weiterentwicklung des bisherigen Angebotes.

TIP

COM.BOX - DIE TECHNISCHEN ANFORDERUNGEN

Die technischen Anforderungen, die der Com.Box-Audiodienst an freie Journalisten stellt, richten sich nach der Art der Beiträge. Für eine selbst gesprochene Meldung reicht es aus, sich über ein tonwahlfähiges Telefon in die Voicemailbox des Audiodienstes einzuwählen und die Nachricht aufzusprechen. Beiträge, die O-Töne enthalten, erfordern dagegen den Kauf eines "Hybriden". Der Hybrid übernimmt die Rolle des Telefons und kann an eine Bandmaschine oder die Audio-Karte des PCs angeschlossen werden. Einfache Modelle sind ab 800 Mark im Handel erhältlich. Anspruchsvoller als Hybriden sind die sogenannten "7 KHz-Telefone". Die spezielle ISDN-Technik ist trotz Preisen von 3.800 Mark aufwärts bei vielen freien Hörfunkjournalisten Standard.

Ein Tip für Bastler: Mit einer einfachen Klinkenbuchse für 2,90 Mark, die

den Telefonhörer ersetzt, läßt sich die Qualität der Telefonübertragung erheblich steigern, da Nebengeräusche entfallen und statt des Hörers ein professionelles Mikrofon oder eine andere Tonquelle an den Apparat angeschlossen werden kann. Telefoninterviews lassen sich auf diese Weise zwar nicht mitschneiden, wer aber lediglich seinen fertigen Beitrag an eine Radiostation überspielen will, kann so auf den Kauf eines Hybriden verzichten. Innerhalb Deutschlands verliert das Telefon durch diesen Eingriff allerdings seine FTZ-Zulassung.

In Berlin eingetroffen, werden die Daten mit dem digitalen Schnittsystem "Digispot" bearbeitet und über ISDN an die Sender verschickt.

Kontakt: Com.Box-Audiodienst, Telefon 030/230 98 80, <http://www.combox.de>

pc

DER AUTOR:
Patrick Conley
ist freier Journalist für Hörfunk und Print in Berlin.



Foto: Ulf Salm

Sechs Com.Box-Redakteure und ein Toningenieur bearbeiten das Material, das der weltweite Korrespondentenpool aus 80 Journalisten liefert. Freie Mitarbeiter und Korrespondenten werden noch gesucht.

Am Anfang war die Mailbox. Im Dezember 1984 als Mailbox für Journalisten gegründet, hat sich Com.Box längst als Schnittstelle zwischen Zeitungskorrespondenten und ihren Redaktionen etabliert. Die Berliner Firma übernimmt die technische Aufbereitung der Texte und speist diese direkt in die Redaktionssysteme der Verlagshäuser ein. Seit Anfang 1995 ist Com.Box außerdem als Internet-Provider tätig. „Was lag näher“, sagt Werner Höppner, „als mit den neuen Möglichkeiten der Digitalisierung und Vernetzung in Zukunft nicht nur Texte, sondern auch Tonmaterial zu übertragen.“ Bei der Abstimmung mit möglichen Interessenten entstand daraus die Idee, eine eigene Presseagentur zu gründen.

Com.Box kann auf einen weltweiten Stamm von 500 Journalisten zurückgreifen. Von denen hat man für die Gründungsphase des Audiodienstes 80 Hörfunk-Erfahrene zu einem Korrespondentenpool zusammengefaßt. Was sie liefern, wird von sechs Redakteuren bearbeitet. Ein Toningenieur, ein Programmierer und die Projektleiterin runden das Team ab. Die Radiostationen sollen nicht nur das Angebot abrufen, sondern auch eigene Wünsche anmelden können. „Was der Kunde haben will, kriegt er“, sagt Werner Höppner, und mit Blick auf dpa fügt er

hinzu: „Wir sind klein genug, um das zu können“.

Daneben bastelt die Com.Box an einem Sender-zu-Sender-Angebot. Die teilnehmenden Radiostationen sollen die Möglichkeit haben, über Com.Box ihre eigenen Beiträge zu „vertickern“. Georg Diedenhofen, Chefredakteur von Antenne Bayern, findet die Idee spannend, auf diese Weise für private Radiostationen eine Art Programmaustausch zu organisieren. Bei der ARD würde das schließlich seit Jahren mit Erfolg praktiziert. Andererseits schätzt er an der RUFA, mit der er zur Zeit zusammenarbeitet, gerade die Exklusivität der Beiträge. Neulich, gerät Diedenhofen ins Schwärmen, habe die Bonner Agentur auf

Anregung von Antenne Bayern Bundestagsabgeordnete nach ihren Kenntnissen der Maastricht-Kriterien befragt. Der Beitrag habe ihm ausgezeichnet gefallen. Auch in anderen Fällen sei die RUFA den Wünschen seines Senders kompetent nachgekommen. Daß dpa, bereits im Printbereich quasi Monopolist, den kleineren Konkurrenten geschluckt hat, darüber ist der Antenne Bayern-Chefredakteur „eher unglücklich“.

„Eine Radiostation, die ausschließlich Eigenproduktionen senden will, ist ein Anachronismus.“

Com.Box-Projektmanagerin Oda Dörffel

Häppchen fürs Nebenbeihören.

Während bei den Privatsendern reges Interesse an dem neuen Audiodienst herrscht, ist noch offen, ob Com.Box auch mit den öffentlich-rechtlichen Sendern ins Geschäft kommt. Oda Dörffel spricht von zwei Interessenten, der stellvertretende ARD-Pressesprecher, Frank-Thomas Suppé, reagiert auf die Frage nach einer möglichen Zusammenarbeit dagegen leicht gereizt. Die ARD verfüge über einen ausreichenden Informationspool, ist die knappe Antwort.

Im übrigen dürfte die journalistische Grundeinstellung der Com.Box nur zu wenigen ARD-Wellen passen. Oda Dörffel definiert Radio als Anreißer – „Häppchenjournalismus“ fürs Nebenbeihören im Büro oder im Auto. Sie hat die Regellänge der Beiträge auf 90 Sekunden gesetzt und verlangt von den Autoren möglichst noch eine 30 Sekunden-Kurzfassung. „So ein Newsbit verkauft sich immer.“

Nutzen ohne Bürokratie. Die Com.Box preist ihren neuen Dienst als Vorteil für beide Seiten: Radiostationen und Journalisten sollen von ihm profitieren. Die Sender ersparen sich damit

den bürokratischen Aufwand und die Betreuung eines eigenen Journalisten-

pools. Die Autoren erreichen mehr Redaktionen als sie einzeln ansprechen können und brauchen ihren Honoraren nicht hinterherzulaufen. Der technische Aufwand soll gering gehalten werden: Die Titel der einzelnen Beiträge werden nach Gruppen sortiert auf die Com.Box-Seiten ins Internet gestellt. Die Redakteure der zugangsberechtigten Radiostationen können dort in jeden Beitrag Reinhören. Bestellen sie den Beitrag, kommt er via ISDN. Für die Erst-

VOM BOTENJUNGEN ZUM NACHRICHTEN-DIENST

anforderung erhält der Autor 75 Prozent, für jede weitere Order 50 Prozent des ausgehandelten Honorars. Die Bestellung wird offen vermarktet. Für alle Teilnehmer ist sichtbar vermerkt, welche Station den Beitrag bereits bestellt hat, so daß die Redakteure entscheiden können, ob sie ihn auch als Zweit- oder Drittverwerter ausstrahlen wollen.

Von der Konkurrenz beäugt. dpa nimmt den neuen Konkurrenten ernst. Als Com.Box Anfang Juni den dpa-Basisdienst abonnieren wollte, verhängten die Hamburger bereits vor Sendestart eine Sperre. „Da wir selber einen Audiodienst produzieren, sind wir zu dem Schluß gekommen, daß wir wegen der offen-

Das aktuelle Angebot - Netscape

File Edit View Go Communicator Help

Back Forward Reload Home Search Guide Images Print Security Stop

Bookmarks Location <http://audio.combox.de/cgi-bin/angebote.pl>

COM.BOX AUDIO

Das aktuelle Angebot

Aus technischen Gründen ist das Abspielen zur Zeit nicht möglich!

Länge	Rubrik	Headline	Zeit	Journalist	Play	Ord.
48	Vermischtes/Frankreich	Nationalfeiertag in Paris	14:48:23	Rosemarie Gratz	▶	□
Anmoderation: Mit einer großen Militärparade auf der Pariser Prachtstraße Champs-Élysées hat Frankreich heute seinen Nationalfeiertag begangen. Zum Auftakt zeichnete die Kunstflugstaffel der französischen Luftwaffe über der Hauptstadt die Landesfarben blau-weiß-rot in den Himmel.						
37	Politik / Spanien	Proteste gegen ETA in Spanien	13:17:41	Reinhold Drolshagen	▶	□
Anmoderation: Nach der brutalen Ermordung des 29-jährigen Miguel Angel Blanco durch die ETA reißen die Proteste in der spanischen Bevölkerung nicht ab. Tausende versammeln sich im ganzen Land, um Solidarität mit der Familie des Opfers zu zeigen.						

Document Done

Das Com.Box-Angebot steht nach Themen sortiert im Internet. Die Redakteure der zugangsberechtigten Radiosender können in jeden Beitrag hineinhören (wenn die Technik ihre Anfangsschwierigkeiten überwunden hat). Geliefert wird über ISDN.

kundigen Konkurrenzsituation von einer Belieferung Ihres Hauses absehen müssen“, heißt es in dem Schreiben lapidar. Im Gespräch schiebt Matthias Hardt, Geschäftsführer von dpa, Zweifel am Konzept des Konkurrenten nach: „Für

mich stellt die Redaktionsarbeit den Dreh- und Angelpunkt einer Nachrichtenagentur dar. Am wichtigsten ist Zuverlässigkeit.“ Die technische Umsetzung sei dabei das geringste Problem. Den Modus der Einzelabrechnung hält man bei dpa für zu

kostenintensiv, und statt des Schnupperangebots im Internet wollen die Hamburger die Audiodaten in Zukunft via Satellit als Komplettpaket an ihre Kunden verschicken. Natürlich habe jede Radiostation ihre eigenen Wünsche. „Aber kaum eine Station will dafür auch die entsprechenden Mittel bereitstellen“, dämpft Matthias Hardt die Hoffnung von Com.Box. Seine Zukunftsprognose für den neuen Audiodienst formuliert er entsprechend zurückhaltend: „Es ist sehr schwer, einen angemessenen Marktanteil zu erreichen, wie sich an der RUFA gezeigt hat.“

DIE SPEZIALISTEN FÜR Personalvermittlung

IN DER PROFESSIONELLEN
AUDIO-VIDEO-BRANCHE

Arbeitgeber finden über uns geeignete Mitarbeiter und für Arbeitnehmer suchen wir interessante Arbeitsplätze.



FIRMEN- & PERSONAL- PROFIL
ROTH · PROFENIUS oHG

61284 Bad Homburg - Postfach 14 17 - TEL 06172-96 28 0 - FAX 06172-96 28 23
Internetadresse: <http://www.avb-forum.com/fpp>