



PRESSEMITTEILUNG

laut.fm: User Generated Radio™

Webradio handgemacht und fair!

Im Web sein eigenes Radio machen und dabei fair mit Urheberrechten umgehen? Ja, das geht! Das neue User Generated Radio™ von laut.de macht erstmals nutzerdefiniertes und zugleich urhebergerechtes Online-Radio möglich - und dazu gratis.

*"If you don't like what's on corporate radio - make your own!"
- Jello Biafra für laut.fm*

Konstanz, 30.04.2008 Wer den im Äther allgegenwärtigen Dudelfunk nicht mehr erträgt, findet seit längerem Erlösung im Internet. Doch die ungezählten Webradios stellen noch nicht jeden Nutzer zufrieden. Darum gilt ab sofort: Macht's doch besser!

Denn beim Webradio von laut.de mischen jetzt die Hörer mit, laut.fm wird zum User Generated Radio™ (UGR). Dieser Radiodienst ist dabei, zur gefragten Plattform für individuelles Online-Radio zu werden - mit bislang einzigartigen Möglichkeiten. Denn unter www.laut.fm kann jeder als Radio-DJ seine Station mit eigenem Radioprogramm unter eigener Adresse kostenlos zusammenstellen. Er kann auch seine Songs ganz legal spielen, ohne sich um Urheberrechte kümmern zu müssen.

Handgemachtes Webradio für alle - gratis und simpel

So einfach kann Webradio sein: anmelden, eigene Musik als Mp3 hochladen oder aus dem großen laut.fm-Pool auswählen, Playlist erstellen und senden. GEMA-Gebühren, Abgaben an die Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (GVL) sowie Streamingkosten trägt die Laut AG. Im Gegenzug darf Laut in den laut.fm-Streams der Nutzer Werbung schalten.

"Mit dem UGR™ fügen wir bestehenden Musikdiensten im Web 2.0 ein völlig neues Konzept hinzu, indem wir wirklich handgemachtes Radio im Internet als kostenlosen Service anbieten und den Nutzern urheberrechtlich sicheres Terrain garantieren", erklärt Laut AG-Vorstand Rainer Henze. Mit einem nutzerverträglichen Vermarktungskonzept finanziert Laut diesen kostenlosen Service. "Dieser wäre für den einzelnen User privat wohl unbezahlbar", meint Henze.

Nach nur fünf Wochen Testbetrieb senden auf laut.fm bereits mehr als 300 aktive Stationen. Diese spielen genau das, was Dudelfunk meistens nicht bietet: alles von Indiepop bis Deutschrapp, von Stoner-Rock bis Gothic und was es ansonsten zwischen Jazz, Ska, Freakbeat, Dubstep und Black Metal gibt. Die erste Beta-Einladungsrunde zum Testen des UGR konnte im März 2008 abgeschlossen werden. Bereits jetzt verzeichnet laut.fm wöchentlich mehr als 50.000 Streamabrufe. Die Tendenz ist stark steigend.

Fairer Deal für User, Künstler und Musik-Labels

Mit dem UGR™ antwortet laut.de auf den Paradigmenwechsel von der tonträgerbasierten zur digitalen Verbreitung von Musik. Spätestens seit es Web 2.0 gibt, sind Radiostreams für jedermann nutzbar. Songs lassen sich nicht mehr alleine auf Tonträger bannen. Während die Musikindustrie Umsatzeinbußen verzeichnet, beklagen Künstler immer häufiger die Verletzung ihrer Urheberrechte wie jüngst in Form einer bundesweiten Protestinitiative und einem offenen Brief an Bundeskanzlerin Angela Merkel.



Aber auch unter vielen Nutzern webbasierter Radiodienste herrscht immer noch ein Klima der Unsicherheit, was die legale Handhabung von Radiostreams anbelangt.

Mit dem UGR™ bietet laut.fm kreative Lösungen an und führt die Interessen von Usern, Urhebern und Musik-Labels in einem "fairen Deal" zusammen. "Nutzer bekommen mit dem UGR™ einen Radiodienst, den sie mit gutem Gewissen benutzen können, denn Künstler und Hersteller von Tonträgern werden für die gespielte Musik entlohnt", sagt Henze. Darüber hinaus könnte das neue Webradio beispielgebend für innovative Internetservices und deren Finanzierung durch nutzerverträgliche Vermarktung sein. Denn nicht zuletzt erschließt die Laut AG zur Finanzierung der monatlich zu entrichtenden GEMA- und GVL-Gebühren neue Vermarktungskanäle für die Distribution kommerzieller Inhalte.

Mit ihrem neuen Konzept möchte die Laut AG die Autonomie jedes einzelnen Radio-DJ am Webradio steigern. "Schließlich ist handgemachtes Radio spannender als die mittlerweile zahlreich gewordenen Angebote mit personalisierten, aber eben automatisch erstellten Radiostreams", meint Rainer Henze. "Menschen verstehen Musik einfach immer noch besser als Computer."

-Ende-

Rückfragen:

LAUT AG

Mike Wichert
Presse
Robert-Gerwig-Straße 10-12
78467 Konstanz
Tel. +49 (0) 177 / 8649263
E-Mail: mike@laut.de

Über laut.de: Der Internet-Musikkanal laut.de ist mit 11 Millionen Seitenabrufen im Monat bei 2,3 Millionen Besuchen (IVW, Mai 2007) die populärste Musik- und Jugend-Plattform im deutschen Web. Das mit dem baden-württembergischen Landesmedienpreis "Online-Redaktion 2002" ausgezeichnete Redaktionsteam betreut neben dem eigenen Portal laut.de und dem Internetradiosender laut.fm auch die Musikseiten weiterer großer Portale und Music-Shops in Internet und Mobile.