



Presseinformation

laut.de, Tiscali Business und InLiMedia starten Internet-Radio „laut.fm“

Konstanz/Hamburg, 15. Juni 2005. Es wird LAUT im Internet: Das Online-Musikmagazin laut.de startet heute in Zusammenarbeit mit dem Internet Service Provider Tiscali Business und der Digital-Content-Agentur InLiMedia den Online-Radiosender **laut.fm**. Unter der Internet-Adresse www.laut.fm finden Musikbegeisterte ab sofort rund um die Uhr ein innovatives Musikprogramm abseits ausgetretener Dudelfunk-Pfade. Offizieller Sendebeginn ist um 15 Uhr.

laut.fm spielt Alternative-Rock und Indie-Pop, versetzt mit einer Prise Elektronika und einem guten Schuss Hip Hop. Radiomusik mit Anspruch oder, in der Sprache der Rundfunkprofis: **Hot Adult Alternative**. laut.fm will dem gleichförmigen Musikbrei der Mainstream-Sender eine neue Qualität entgegensetzen. Darum gibt es auf laut.fm neben Indie-Klassikern wie Oasis, Placebo, Nine Inch Nails oder Tocotronic auch viel Platz für frische Musik junger Bands wie Maximo Park, The Bravery, Monta oder Anajo. Mehr als 60 Prozent der gespielten Titel sind nicht älter als ein Jahr. Viele Gelegenheiten also, um neue Lieblingsbands zu entdecken.

Dabei verzichtet laut.fm auf überflüssige Worte. Keine nervigen Morning-Moderatoren, keine Comedy-Witzigkeiten. Nur Musik. Doch die journalistische Begleitung kommt keineswegs zu kurz. Zu jedem gespielten Titel gibt es on demand vertiefende **Artist-Infos**. Biografien zu mehr als 3.000 angesagten Bands und Künstlern, aktuelle CD-Kritiken, Events und Tickets, Interviews und tägliche News & Stories machen laut.de schon heute zur ultimativen one-stop-source für Musikinfos. Verknüpft mit diesen bereits bekannten und beliebten, gerne auch mal streitbaren Inhalten bietet laut.fm eine einzigartige Informationstiefe. Spätabendliche Spartensendungen aus spannenden musikalischen Nischen werden folgen.

Rainer Henze, Vorstand der **LAUT AG**: „Online-Radio hat das Potential, die Dudelfunklandschaft in Deutschland grundlegend zu verändern. Die Verbreitung von Radioprogrammen jenseits knapper und kostspieliger UKW-Kanäle bietet enorme Chancen für eine bislang ungekannte Musikvielfalt im Radio - spätestens wenn wir im nächsten Schritt, über UMTS den Weg auf mobile Endgeräte finden und man laut.fm so jederzeit und überall hören kann.“

Andreas Sallam, Managing Director **InLiMedia**: „Mit der Verbindung von verschiedensten Informationsdiensten und der Möglichkeit, Musik die einem gefällt, auch direkt aus dem laufenden Radioprogramm zu kaufen, geht für mich ein schon lang gehegter Wunsch in Erfüllung.“

Uwe Schnepf, Director New Media **Tiscali Business**: „Wir freuen uns sehr, im Rahmen dieses innovativen Projektes unsere Flexibilität und Leistungsfähigkeit unter Beweis stellen zu können. Wir erhoffen uns von diesem neuen Musikangebot starke Impulse auf die generelle Weiterentwicklung des digitalen Content-Marktes.“

laut.de ist mit monatlich 10 Millionen Seitenabrufen bei mehr als 2 Millionen Besuchen laut IVW das populärste Musikmagazin im deutschsprachigen Internet. Gestartet wurde laut.de 1998, zu Zeiten des Dotcom-Hypes, jedoch ohne Businessplan, Risikokapital oder Werbebudget, aus reiner Musikbegeisterung. Heute hat sich die zwischenzeitlich gegründete LAUT AG trotz Musikindustrie-Krise zu einem viatlen kleinen Unternehmen entwickelt. Der Start von laut.fm ist dabei ein wichtiger Schritt zu einem Multichannel-Medienunternehmen. „Und endlich“, so Henze, „machen wir auch unserem Namen alle Ehre.“

Kontakt: LAUT AG
Rainer Henze
rainer@laut.de
07531/6923800

InLiMedia Ltd.
Andreas Sallam
andreas.sallam@inlimedia.com
040/4019000

Tiscali Deutschland
Uwe Schnepf
uwe.schnepf@de.tiscali.com
06103/916380