

Uppdaterad 2 dec 2006 00:00



I ett stenvalv under ett hyreshus på Östermalm i Stockholm sitter Mikael Andersson framför två datorskärmar och demonstrerar hur enkelt det kan vara att göra radio.

Foto: Paul Hansen

## Datorn är den nya radion

**För en månad sedan lade Sveriges Radio ut alla sina program för efterhandslyssning på nätet. Dessutom finns tusentals unika webbradiostationer. Ändå ligger den stora webbradioboomen framför oss.**

**I ETT STENVALV UNDER** ett hyreshus på Östermalm i Stockholm sitter en man framför två datorskärmar och demonstrerar hur enkelt det kan vara att göra radio. Egentligen skulle han lika gärna kunna ligga hemma i sängen, med en laptop i knät. Och det skulle jag också. Och du med.

Mannen framför skärmarna heter Mikael Andersson. Han har ett förflutet inom kommersiell radio men tjänar numera sitt levebröd i telebranschen. På fritiden blir han ung på nytt som ordförande i den ideella föreningen Seven Broadcasting som driver Radioseven - Sveriges största webbradiostation som inte finns representerad i FM-nätet.

Stenvalvet är det närmaste föreningen kommer ett traditionellt högkvarter, men majoriteten av de fyrtio medlemmarna har aldrig varit här. De sitter utspridda framför datorer över hela landet. Många av dem har inte ens träffats öga mot öga. Det hindrade inte Radioakademin från att i våras ge Stora radiopriset, i kategorin Årets specialpris, till Radioseven.

**MOTIVERINGEN VAR ATT** den lilla stationen "med glöd, engagemang och knappa resurser" använt den nya tekniken för att skapa en kanal där ungdomar själva kan göra radio hemifrån.

- Vårt övergripande mål är att ungdomar ska bli intresserade av radio igen, säger Mikael Andersson. Transistorradion håller på att dö ut. Många tankar bara ned låtar. Men vi vill föra vidare det häftiga med liveradio till en ny generation genom att röra oss på en arena

där de känner sig hemma - på nätet.

Historien om Radioseven löper jämsides med historien om webbradions framväxt - från en småskalig hobbyverksamhet bland nätnördar, via den omfattande bredbandsutbyggnaden och de tekniska framstegen när det kommer till att "strömma" ljud, fram till dagens jätteindustri där webben blivit ett lika påkostat som självklart komplement till redan etablerade varumärken i FM-nätet, samtidigt som det dykt upp tusentals unika webbradiostationer, ofta tydligt nischade mot särskilda intressen och musikstilar.

**DET TALAS MYCKET OM "on demand"**. Mats Åkerlund, chef för Nya medier på Sveriges Radio (SR), framhåller att man för första gången i radions historia kan tala om "frihet i tid och rum". Den uppkopplade lyssnaren är geografiskt oberoende och väljer själv när han eller hon ska lyssna på program i stationernas arkiv eller som nedladdningsbara filer till datorn och mp3-spelaren (podradio).

Han talar i egen sak, förstås. För några veckor sedan lade SR ut allt sitt samlade material för efterhandslyssning i trettio dagar. Parallellt strömmar de sina fyrtio (40) enskilda radiokanaler live på nätet, varav ett dussin är unika webbradiostationer. Sammanlagt lyssnar 600.000 svenskar på SR på nätet varje vecka, exklusive potentiella öron utomlands.

Mats Åkerlund kan även stolt konstatera att företagets satsning på podradio fallit väl ut med uppskattningsvis sju miljoner nedladdningar i år. I veckan låg tio SR-program på iTunes topp 20-lista.

- Rent teoretiskt kan man tänka sig att webben tar lyssnare från FM-nätet, men det finns en påtaglig risk att FM-lyssnandet minskar i vilket fall. Köksradion är inte längre det första du köper när du flyttar hemifrån. Den nya tekniken är den gamla radions bästa vän!

**SAMMA UNGDOMAR** som SR numera försöker locka till sig ute på nätet ligger själva bakom den rådande utvecklingen. Sveriges första webbradiostation Radioseven föddes rent av i ett chattrum. Under andra hälften av 90-talet började en av deltagarna spela musik och dra anekdoter mellan låtarna för de andra chattarna.

För fyra år sedan bytte man namn från 7 Up Radio till Radioseven. I samma veva höjdes kvalitetskraven avsevärt. Från att "i stort sett vem som helst fick sända" inledde man en kontinuerlig interaktiv programledarutbildning via nätet. Dessutom nischade man sig tidigt mot elektronisk dansmusik.

Numera har Radioseven tusentals besökare dygnet runt som lyssnar i genomsnitt fyra timmar i sträck. Den ideella föreningen håller sig flytande ekonomiskt med hjälp av sponsring från bredbandsbolag och annonser på hemsidan. Inkomsterna sväljs av Stim och upphovsrättsorganisationen Ifpi. Målsättningen är dock att på sikt bygga upp en ekonomisk buffert och starta fler kanaler. Liknande försök har tidigare stupat på för höga rättighetskostnader.

- Vi arbetar mycket med att etablera direktkontakt med lyssnarna, och då är nätet idealiskt, säger Mikael Andersson. Dessutom har vi inga reklamavbrott, vilket gör att många stannar kvar. Vårt mest avancerade pr-grepp hittills är en banderoll

**I HELGEN ÄR RADIOSEVEN** "officiell mediekanal" på Dreamhack - världens största LAN-party som hålls i Jönköping där tusentals dataentusiaster kopplar upp sig mot varandra.

- Det är viktigt för vår återbyggnad att visa upp oss där, säger Mikael Andersson. Men jag har även varit i klädaffärer där de spelar Radioseven. Och *det* är talande. Tidigare var det nästan bara Riks och P 3. Men de senaste tre åren har webbradiolyssnandet

skjutit i höjden. Inte minst på arbetstid då många sitter bänkade framför datorn.

En annan aktör som varit med från ruta ett är IT-företaget Spray. I oktober 1999, drygt två månader efter 7 Up Radio, lanserades sajten Spraydio. Här önskar lyssnarna sina favoritlåtar i olika musikgenrer som sedan integreras i spellistorna.

**GREPPET BLEV STILBILDANDE.** Parallellt med de etablerade FM-kanalernas webbsändningar löper "jukebox-tanken" som en röd tråd genom cyberrymden. Populära stationer som Pandora och Launchcast har gjort konceptet ännu mer individanpassat med unika spellistor utifrån varje enskild lyssnares önskemål.

- Vi var länge störst i Europa med interaktiv webbradio. En pionjär, faktiskt. Vi kom ju inte från radiohållet utan utgick från nätets möjligheter, säger Joakim Jansson, nyttillträdd affärsområdesdirektör på Spray, med ett förflutet som operativ chef på Spraydio.

- Vi ville bort från reklamradiokonceptet med roterande hitlåtar. Och det lyckades vi med. Men rent ekonomiskt var det en katastrof. Vi hade 300 lyssnare och 300.000 kronor i bredbandskostnader. Dessutom satt de flesta användarna fortfarande med modem. Det krävdes ett nästan omänskligt tålamod för att nyttja tjänsten.

**VÅREN 2001 FICK IT-optimisterna** på Spray plåster på såren när branschtidningen Resumé utsåg Spraydio till Årets bästa internetjänst. Men Joakim Jansson sticker inte under stol med att deras webbradio varit grovt försummad på senare år. Som nyttillträdd chef antyder han dock att Spraydio kan få en ansiktslyftning inom kort.

- Det är ju andra tider nu, säger han. Kostnaderna har sjunkit och teknologin blivit bättre. Man når bredare målgrupper, vilket gjort annonsmarknaden mer attraktiv. Alla medieaktörer vill att folk ska stanna på deras hemsidor, och radio är ett effektivt medel för att nå det målet. Det är ingen slump att många tidningar börjar med webbradio på nätet.

Häromveckan anordnade NAB (National Association of Broadcasters) en omfattande radiomässa i Rom. Där lyfte man fram just "den skraddarsydda radiokanalen" - som exempelvis Pandora - som en viktig del av webbradios framtid. Men alla är inte frälsta.

- När lyssnaren själv väljer musiken blir formatet för förutsägbart. Dessutom har du ingen som håller dig sällskap, ingen som pratar. Och det är en av de viktigaste aspekterna med radio, säger Christer Modig, programdirektör på MTG Radio och programchef för Rix FM - den största svenska radiokanalen, både i FM-nätet och på internet, med 40.000 "strömmar" om dagen. För varje år har deras webblyssnande fördubblats.

- Nyckeln är det starka varumärket. Om man inte har en basplattform att stå på drunknar man bland alla alternativ. Men vi kan slussa in våra lyssnare till nätet med hjälp av tävlingar och programledarbloggar. Dessutom kan våra storstadsstationer, som Bandit och Energy, åka snålskjuts på Rix FM och vinna nya lyssnare runt om i landet via webben.

**ALLA FRÅN MIKAEL ANDERSSON** på Radioseven och Joakim Jansson på Spray till Mats Åkerlund på SR och Christer Modig på MTG Radio är rörande överens om att den stora webbradioboomen ännu ligger framför oss.

- Det trådlösa bredbandet kommer att få avgörande betydelse, säger Mats Åkerlund. Redan i dag säljer elektronikbolagen särskilda radioapparater som kopplar upp sig mot nätet. Dessutom kommer mobiltelefonen att bli allt viktigare som mottagare. Vi satsar redan på sport, nyheter och sketcher direkt i mobilen.

**REDAN TILL MARS SKA** företaget BeeNet förse Södermalm i Stockholm med trådlöst nätverk som ett första steg i en massiv satsning, enligt Aftonbladet. Webbradioaktörerna är dock eniga om att marknätet - som på sikt sannolikt blir digitalt - kommer att samexistera med nätet även i framtiden.

- Det kan nog bli ännu mer växelverkan eftersom webbradion ständigt ökar i status, säger Mikael Andersson. Vi förhandlar redan med stora FM-stationer om att sända Radioseven på deras lediga slottar. Och SR lägger ju redan i dag ut program från sina egna webbkanaler på FM-nätet ...

Han låter blicken vandra över stenvalvet och tillägger med ett leende:

- Tror jag. Eller ... jag är verkligen inte säker. Jag äger faktiskt ingen vanlig radio.

Henrik Arvidsson, kultur@dn.se

---

© Detta material är skyddat enligt lagen om upphovsrätt.