



Ein kleines Schild an der Klippelplatte. Im dritten Stock links residiert Radio Xanadu.

mit dem Studio gehabt, er wollte unbedingt ins "Herz" Münchens, nach Schwabing. "Die Wohnung war gerade frei und ich habe sie gleich genommen" erzählt Lüders, der in nur drei Wochen die Vierzimmerwohnung in ein Radiostudio verwandeln mußte.

Ob das ein Zeichen ist: Vom Hoffenster aus blickt man umgehört auf den Münchner Fernsehturm. Dort oben ein UKW-Sender und vom Studio eine direkte Linkverbindung...?

Lüders, der viele Sendungen selbst führt, ist erst dabei, sich wieder eine Mannschaft aufzubauen. Als alten Bekannten trifft man bei ihm Jürgen von Wedel, beide starteten vor wenigen Zeiten das legendäre Radio Bavarla. Eine Art Castrolle spielt die ersten sechs Wochen lang "Hardy" Erlacher, ein Mitarbeiter der Wiener Zeitung "Kurier" und ebenfalls einer derjenigen, denen das Radiomachen schon an der Wiege gesungen wurde.

Finanziert wird das Ganze von einem Berliner, über den man aber nichts Näheres erfährt. Offiziell läuft Radio Xanadu als Radio des "deutschen Medienclub dmc", den Lüders teils

**RADIO XANADU**

deswegen, teils, um die Medienszene Deutschlands einmal unter einen Hut zu bekommen, gegründet hat. Der erste Erfolg des dmc war zumindest schon, daß die MPK eine Lizenz erteilte, die sie dem Privatmann Lüders so schnell wohl nicht gegönnt hatte.

## Programm

Natürlich steht bei allen Privatradios die Musik im Vordergrund, ganz klar. Reine Popmusiksender sind R-Xanadu und R-M1, wann immer man andröhrt, man weiß, was einen erwartet; Formatradios nach amerikanischem Muster (Pop Contempo). M1 hat hierbei selbstverständlich einen irren Vorlauf was das Belwerk betrifft, Interviews mit den Musikgroßen, Veranstaltungen hinweise u.ä. Auf diesem Gebiet ist bei Xanadu noch ziemliche Funkstille. So von Nachteil auf das allerdings nicht sein, wer das Radio nur als 24-Stunden background laufen läßt, interessiert sich sowieso nicht für Interviews. Die Moderation zwischen den Titeln ist bei beiden extrem kurz, Pointen sind knapp gehalten, die Titel werden ineinander gespielt. So ist immer Dynamik da, keine Pause, keine Statik, kein "Ausrufen" beim Zuhörer, ständige action ist gefragt.

In eine andere Richtung laufen die Programme bei der NWB und R-Aktiv. Bei der Neuen Welle Bayern hört sich das Programm überraschend bedächtig an. Vielleicht liegt's am eigenen Sendetechniker, der alle Titel exakt ausklingen läßt, bevor der nächste bzw der Sprecher loslegt. Dem Privatradio geht auf diese Weise viel verloren, diese Art Radiomachen ("damit die Hörer mitschneiden können") liefern uns die öras nun wirklich zur Genüge. Auch die magazinartigen Beiträge und die Nachrichten kennt man von den öras, allzuviel Neues kann man bei der Neuen Welle Bayern leider nicht entdecken.

Aber das soll noch kommen, denn die NWB Antenne München will sich speziell auf die Lokalberichterstattung stürzen. Ein Gebiet, das von den öras in der Tat vernachlässigt wurde, die das allerdings langsam auch entdecken. Hier wird gewiß ein ziemlicher Wettlauf einsetzen. Vorteil der NWB: ihre Schnelligkeit in der Recherche,

die ein Kolos wie der BR von haus aus nie erreichen kann.

Die Sache ist nur dies: Der BR hat jetzt schon, natürlich, seinen Hörerstamm, die NWB muß sich den ihren erst aufbauen, ihr muß es erst mal gelingen, die am Lokalgeschehen interessierten Hörer vom BR wegzulocken.

Klingeln tut es bei Radio Aktiv. Der Sender mit den meisten Anrufen ist ohne Zweifel R-Aktiv. Innerhalb von wenigen Wochen hat er sich schon eine ständig größer werdende Stammschicht erobert. Zu Beginn klangen die ständig Aufforderungen, doch bitt'schon mal anzurufen, schon fast peinlich, aber nach nur zwei Wochen haben die R-Aktiv-Macher ihr Ziel erreicht: Die Hörer betrachten dieses Radio als ihr eigenes höchstpersönliches Radio, mit dem sie zwanglos sprechen können. Und genau das ist es, was diese Art von Lokalradio ausmacht, der intensive, persönliche Kontakt.

Ein Beispiel: Peter wagte es, in der vormittäglichen Hausfrauensendung Rezepte zu verlesen. Einer Hausfrau ging das auf den Wecker, sie rief an, beschwerte sich - und sitzt seit Mitte April selbst vor dem Mikro und erklärt den zuhörenden Hausfrauen das Mittagessen. Ihre mangelnde Radioerfahrung macht sie mehr als wett dadurch, daß sie quasi von Gleich zu Gleich spricht. Hier hockt - wie übrigens die meisten R-Aktiv-Sprecher - nicht irgendein Profisprecher vor dem Mikro sondern jemand wie Du und ich.

Natürlich hat ein derartiges Programmkonzept auch seine Nachteile, ein bayerntweites Programm, wie es die NWB plant, ist auf die Tour nicht möglich. Und die Jugendlichen, wie sie M1 und Xanadu ansprechen, werden sich durch Rezepte nicht sonderlich beeindruckt lassen.

## Werbung

Der erste Spot lief bei Radio Aktiv immerhin schon am 17.4. gegen 18.00 Uhr. Es handelte sich um Schallplattenwerbung von/für CBS-Platten. Bei der Neuen Welle Bayern gab's den ersten Spot allerdings schon früher, am 12.4. um 07.57 gab's Sis-

saloh (Produkt uns unbekannt).

Die Werbeeinschaltpreise sind hübsch unterschiedlich. Am billigsten geht's bei Radio Xanadu. Die Werbesekunde ist für DM 2.- zu haben, in der Einführungsphase gar nur für DM 1.-.

Nicht sehr viel teurer geht's bei der NWB, der 30-Sekunden-Spot kostet DM 90.-, also DM 3.- je Sekunde. In ähnlichem Rahmen bewegt sich Radio Aktiv, das mit DM 4.80 je Sekunde wohl den realistischsten Preis gefunden hat. Ganz aus dem Rahmen fällt Radio M1 mit DM 15.- je Sekunde. die Frage ist halt, wie ernst diese Preise gemeint sind und wieviel Rabatt im Endeffekt gewährt wird. Hier läßt sich natürlich keiner der Sender in die Karten schauen.

Von der MPK aus sind z.Z. sieben Minuten Werbung je Stunde erlaubt, analog zu dem, was der BR darf. Später sollen es 15 Minuten sein, was darauf hinausläuft, daß es im Grunde keine Werbezeitbeschränkung gibt, da die Hörer derart viel Werbung gar nicht akzeptieren werden.

Bei der Neuen Welle Bayern hat der Hallo-Verlag die Werbeakquisition übernommen. Dieser Verlag bringt ansonsten allwöchentlich in Neuperlach und Umgebung sehr erfolgreich sein kostenloses Anzeigenblatt "Hallo"

kostenlos verteiltes Anzeigenblatt "Hallo" unter und verfügt auf diese Weise über die allerbesten Kontakte zu potentiellen Werbekunden. Diese Art von Zusammenarbeit, Anzeigenverlag und Radio, ist von Vorteil für beide Seiten, der Verlag steigt bequemer mit ins Radiogeschäft ein und das Radio spart sich den Aufbau einer eigenen Werbe-Werbung.

Bei Radio M1 hat die Werbung Walter Maier übernommen, der zuvor bei Siemens gearbeitet hatte. Der damalige Werbeleiter von M1, Karl-Heinz Wieder, hatte den Sender verlassen.

Bei R-Xanadu und bei R-Aktiv wird die Werbung noch in Handarbeit gemacht, bei beiden ist der Chef dafür zuständig.

Statt zu 50% wie die öras müssen die Privaten ja zu 100% von den Werbeeinnahmen leben. Und von den Einnahmen will neben der MPK, die je Werbe-