

Echt cool, hey! Radio Relax 92.4 auf Yuppie-Kurs

Erfolgsorientierte
Münchner sind das
Zielpublikum des
neuen Senders

VON ANTONIO SEIDEMANN

Sophisticated“ ist ein Schlagwort, ebenso wie „cool“ oder „relaxed“. Markus Langemann kann sie nicht oft genug wiederholen, während er auf einer Pressekonferenz den neuen privaten Radiosender Relax vorstellt. Dort, wo früher die Jazzwelle Plus war, soll nun ein Stück Yuppie-Kultur entstehen. Zumindest klingt alles danach.

Das Zielpublikum besteht nämlich aus den Erfolgreichen der Stadt. So umschreibt Geschäftsführer Langemann den idealen Relax-Hörer: „Er ist zwischen 25 und 45 Jahre alt. Er lebt entweder allein, mit einem Partner, ist ledig oder geschieden. Der berufliche und soziale Aufstieg sind zentraler Lebensinhalt. Das Streben nach Anerkennung, Status und gutem Einkommen, und der Wunsch, mehr zu erreichen als der Durchschnitt, ist eines der großen Anliegen. Relax-Hörer messen den Konsumwerten große Bedeutung

bei und haben einen ausgesprochen prestigeorientierten Konsumstil.“

Das Profil paßt eher weniger zu den Partnern auf der Welle 92,4. Relax teilt sich den Platz mit Radio Lora, dem Kinderradio Maroni und Radio Feuerwerk. Dessen Geschäftsführer Norbert Erhard

blieb bei der Präsentation skeptisch. „Können Sie mit unserem Programm leben?“, fragte ihn Langemann. „Mal schauen“, war die Antwort.

Das gleiche meinte Langemann auch auf die Frage, ob man sich denn bei dem großen Anfangseinsatz überhaupt auf eine Stadt und auf ein paar Stunden beschränken könne. Bei der Rede hatte er schon als Hauptkonkurrenten seinen Ex-Arbeitgeber Radio Energy gesehen, dessen Programm er „laut, krachad und sehr jung“ nannte. Zudem hat die französische Radio-Filiale Stationen in ganz Deutschland gestreut. Langemann: „Man muß den erfolgreichsten hernehmen, und dann ein völliges Kontrastprogramm schaffen.“

Also, keine Chart-Hits, kein Rock 'n' Roll, kein Techno. Wer allerdings glaubt, daß die noch mit 38 Prozent beteiligten Jazzwelle-Anbieter Hans Ruland und Jürgen Buchholtz für experimentelleren Jazz-Anspruch sorgen, täuscht sich. „Smooth-Jazz“ ist angesagt, Stars wie Grover Washington Junior, David Sanborn oder Anita Baker. Starsaxophonist Dave Koz wird sogar seine Sendung nach München exportieren. Der Hörer soll sich zu Hause entspannen, frei nach dem amerikanischen Prinzip des „Co-cooning“: Rückzug in die eigenen vier Wände, um die schreckliche Außenwelt zu verdrängen.

Was dann draußen vor sich geht, bringt der Nachrichtengigant CNN aus Atlanta zu den Relax-Hörern. Lokale Meldungen für München werden freilich im Haus erstellt. Ob sich Relax mit dem Yuppie-Profil einen Gefallen tut, bleibt abzuwarten. Ein paar tausend Hörer dürfte Langemann für seine neue Morningshow von Radio Energy abziehen. Sein Ex-Auftraggeber sah darin einen Vertragsbruch und kündigte ihm fristlos



Nur cool, oder vielleicht zu cool:
Relax-Geschäftsführer Markus
Langemann.

K O M M E N T A R

Hörn ma mal, dann schau ma mal

Vielleicht sind die Relax-Macher einfach nur über das Ziel hinausgeschossen. In ihrem Bestreben, sich cool und professionell zu präsentieren, schufen sie eine Stimmung wie bei einem Härtekurs für japanische Führungskräfte. Mag sein, daß München voll ist mit Karriere- und konsumgeilen Singles, die auf eine Alternative zum Charts-Geplätscher anderer Sender warten. Besonders sympathisch wirkt

das Hörer-Profil trotzdem nicht. Und wer sich mit diesem Profil schmückt, wirkt entsprechend auch nicht sympathisch. Immerhin gibt Relax-Redakteur Eggolf von Lerchenfeld zu bedenken, daß die Vorbereitungszeit für die Startkampagne zu kurz war. Deshalb unser Angebot: Hören wir uns den Sender erst einmal an. Vielleicht ist er sympathischer als seine Präsentation.

Antonio Seidemann

'N Sync geben sich die
auf der Rückseite ist

Neu: Da

Praktisch, aber rertickets aus der sind wahren Liv Greuel. Schöner si ten“, meist bunt karten, die ma kann. Aber jetzt Hit. Für die 'N Sync ließ sich firma BMG m Johnny Wright, agentur Hand in cept und dem C Hersteller Cuba CD