

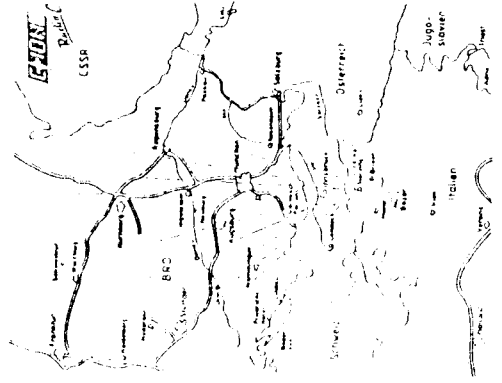
Radio C -- Ein neuer Stern am Radiohimmel

Der Hauptunterschied zu bisherigen Programmangeboten anderer Sender ist die Tatsache, daß bei Radio C der Hörer das Programm bestimmen kann und wird. Umfangreiche Hörerbefragungen (bisher 7.000 Rücksendungen) bestimmen über die Anteile und Inhalte von redaktioneller Berichterstattung, Moderation und Musik. Nach ersten Auswertungen wollen ca 70 Prozent der Hörer möglichst wenig Moderation. Die genaue Auswertung wird von Zeit zu Zeit veröffentlicht werden. Die Programmplanung geht derzeit von einem moderierten Anteil von 20% der Sendezeit aus. Maximal stehen in Zukunft 7 Minuten pro Stunde für Werbung zur Verfügung, wobei auch bei Radio C keine Werbung für Zigarettensponsoren, sondern speziell jugendgefährdende Artikel gesendet werden.

Die Auswahl der Moderatoren erfolgt analog der oben beschriebenen Zielsetzung. So wird besonders darauf Wert gelegt, daß nicht eine Profilierung der einzelnen Moderatoren, sondern eine Profilierung des Senders im Vordergrund steht. Die Umsetzung der Hörerwünsche muß also auch von dem Moderatorenteam getragen werden. Daher ist Radio C auch ständig - heute und später - bestrebt, neue, junge, engagierte Nachwuchsmoderatoren

zu fördern, die bereit sind, neue Wege der Rundfunkgestaltung zu gehen.

Radio C wird sich - um den eingeschlagenen Weg strikt einzuhalten - nicht drängen lassen, sog. "Schnellschüsse" bei dem Aufbau von Redaktion und Moderation zu machen. Der bisherige Erfolg, der sich in Tausenden von Zuschriften und Anrufen von begeisterten Hörern, aber auch in dem hervorragenden Ergebnis im Verkauf der Werbespots (Verkauf erfolgt über die Münchener Unternehmensberatungsgesellschaft imc-GmbH unterstützt durch die PR-Aktivitäten der PR-Agentur PR/Contact, München-Bonn) dokumentiert, spricht für sich: Radio C scheint mit dem Entdecken der Marktnische auf dem richtigen Weg zu einem vollen Erfolg zu sein.



Radio C gründet Partnerschaft in USA

München. Radio C Pressesprecher Axel Thos Krell gab unlängst bei einem Pressegespräch im "John Benton Restaurant" zu verstehen, daß Radio C mit seinen annähernd 470 000 Hörern in vielem ein Wegbereiter im Aufbau der Möglichkeiten sei, die ein Privatsender haben soll-

te. Ein wahrer Durchbruch sei nun gelungen, als nach langen Verhandlungen durch die den Sender betreuende Spezial-Agentur PR/Contact mit der ABC-Gruppe in Houston/Texas eine Partnerschaft entstehen konnte. Beide Radiostationen, Radio C und "97 Rock" werden in Zukunft einen weitreichenden Austausch von Programm, Personal, aber auch Hörern vornehmen.



Pressesprecher Axel Thos Krell und Schauspieler Langer (Mitte) mit Vertretern von Radio C sowie 97 Rock (Houston).

WOHIN ZWISCHEN UND NACH DEN VORLESUNGEN ??

EIN HEIßER ESPRESSO, EIN ECHT ITAL. CAPUCCINO,
EIN GLÄSCHEN WEIN ÜBERWINDET DEN UNI-STREß.

VERSTÄNDNIS DAFÜR HAT IHRE HEIDI IM

CAFE PHILLIES, GLEICH HINTER IHRER UNI (AMALIENPASSAGE)

TÜRKENSTRASSE 90 8000 MÜNCHEN 40 TEL. 280 95 88