

Mit „Radio 89“ startete das aktuelle Verleger-Radio

Der „Ticker“ steht direkt neben dem Mikrofon



Pendler zwischen Isar und Elbe: Carlheinz Hollmann, Chef der neuen Radiostationen im Münchner Kabelprojekt. Unten: Zur Mannschaft gehören auch gestandene Redakteure. Ewald Lütge interviewt die Journalistin Liz Hiller

Draußen klorrte 20 Grad Kälte, im Studio dagegen beschlugen die Scheiben durch heiße Musik. Das war am 15. Januar die Sternstunde von „Radio Acht Neun“, des jüngsten Kabelkinds der Verlagshäuser Axel Springer und Burda in Zusammenarbeit mit der Kabel Media Gesellschaft (KMP).

„Radio 89“, das im Kabelprojekt München auf 89 MHz zu empfangen ist, sendet ab sechs Uhr morgens täglich 15 Stunden lang nationale und internationale Pop-Musik, gemixt mit brandaktuellen Informationen direkt aus dem Fernschreiber. Und die angeschlossene „Musikwelle Süd München“ liegt auf der Skala nur wenige Striche entfernt auf 88,1 MHz.

Chef dieser erfolversprechenden Kombination aus Musik- und Nachrichten-Welle ist Carlheinz Hollmann. Seine Mannschaft besteht aus neun Redakteuren, vor allem jungen und ganz jungen Leuten. Denn Chefredakteur Hollmann setzt nicht nur auf „erfahrene Rundfunkhasen“ wie Rolf Röpke, dem ehemaligen „Mister Morning“ von Radio Luxemburg. „Bei uns sollen Leute, die neu im Geschäft sind, lernen, wie man Radio macht“, sagt er.

Ein norddeutsch eingefärbtes Programm jedoch ist von dem Hamburger Hollmann nicht zu befürchten. Im Gegenteil: „Wir wollen so bajuwarisch wie möglich sein – ein kundenorientiertes Radio mit viel unmittelbarer Hörerbeteiligung.“ Und: Die Kabel-Kunden stehen auch im Vordergrund des täglichen Programm-Angebots.

„Unsere Hörer sollen so schnell wie möglich informiert werden. Bei uns steht der Fernschreiber gleich neben dem Mikrofon, und aktuelle



Meldungen werden sofort hinterfragt. Das hat bisher noch keiner gemacht. Dabei haben wir aber vor allem die gute und positive Nachricht im Auge“, sagt der Chef beider Hörfunk-Kanäle.

Die „Musikwelle Süd München“ ergänzt das Angebot mit sanften Klängen, vielfältigem Service, Lebenshilfe, bunter Unterhaltung, Wunschmusik und Schlagern.

Auf Rendite schaut vorerst keiner. Diese neuen Radio-Programme befinden sich noch in einer „Pilotphase“, und der Versuch läuft ohne Werbeeinnahmen.

Auch auf Spekulationen um mögliche Hörerzahlen will sich Carlheinz Hollmann nicht einlassen. Der erfahrene Medien-Mann weiß: „Wie hoch unser Anteil an den Kunden des gesamten Münchner Kabelpilotprojektes sein wird, hängt davon ab, wie gut wir sind.“

Jutta Grimm

Unsere Rubrik „Die Sender, Ihre Adressen und Frequenzen“ finden Sie im nächsten Heft wieder an dieser Stelle