

Turn your radio up!

Die Rock-Sender und ihr Kampf ums Format

Volkmar Kramarz 12/2001

Sie starteten mit der Idee, die deutsche Radiolandschaft gehörig zu beleben, wenn nicht gar zu revolutionieren! Und im Mittelpunkt sollte dabei die einzig wahre, natürlich handgemachte, die eben durch und durch ehrliche Rockmusik stehen. Rudolf Schenker, Gitarrist der Hannoveraner Hardrock-Legende The Scorpions und Gründungsmitglied der Deutschen Rockradio GmbH, fasste es einmal so zusammen: „Solch ein Sender darf die Hörer nicht mit seichem Einheitspop und Schlagern berieseln. Er muss die ganze Tiefe und Kraft der Rockmusik transportieren und dadurch Profil gewinnen“.

Und heute, wo *Rockland Radio* in Rheinlandpfalz bereits drei Jahre hinter sich gebracht und das ganz ähnlich strukturierte niedersächsische *Radio 21* im zweiten Jahr seines Bestehens tapfer den großen und kleinen Konkurrenten trotzt? Nun, die Zahlen sind durchweg ermutigend: Das Pirmasenser Rockland Radio verzeichnet eine Steigerung von 6,7% gegenüber der vorherigen Jahreshörerbefragung MA, und eine Nettoreichweite von 72.000 Hörern in der ersten Auswertung ist für Radio 21, das aus dem ehemaligen Rathaus in Hannover-Garbsen funkt, schon sehr ermutigend.

Der dortige Chef Adam Hahne, einstmals Geschäftsführer bei Energy Sachsen und später Radio Consultant beim Delta Radio in Hamburg, sah sich auf Grund der guten Quoten schon fast in den illustren Kundenkreis des mächtigen Hamburger Radio Marketing Service RMS und dessen „Funkkombi Nord“ aufgenommen. Langjährige Mitglieder dort sind aber mit Radio ffn und Hit-Radio Antenne zwei Sender, die gleichzeitig auch in der Gesellschafterrunde der Wellenrocker Radio 21 sind.

Doch angesichts der Tatsache, dass eine Aufnahme in die Funkkombi Nord im Vergleich zu einer Mitgliedschaft bei den seit bereits 1994 überflügelt öffentlich-rechtlichen Werbevermarktern der ARD Sales&Services AS&S eine erhebliche Verbesserung, ja sogar mehr als eine Verdoppelung der Werbeeinnahmen bedeuten würde, stellten die beiden Gesellschafter Bedingungen, harte Bedingungen.

Man möge doch mit dem Format von Radio 21 dem großen öffentlichen Konkurrenten NDR, konkret den beiden Wellen NDR 1 und 2, Hörer abjagen, und dies möglichst mit einer Musik, die in einem breiten massenverträglichen Sinne mit vielen Oldies und verträglichen Melodien daher kommen möge. Damit verbunden solle eine spürbare Erhöhung des Anteils von Songs aus den 60ern bei gleichzeitiger Reduzierung des moderneren Repertoires stattfinden. Im Prinzip Forderungen, die für Radio 21 eine mehr oder wenige radikale Abkehr vom bisherigen „guten, ehrlichen Rock“ bedeuten würden.

Doch so sehr auch ein Team wie die Crew um Adam Hahne um die wirtschaftliche Existenz geschweige denn eh um den großen Erfolg kämpfen muss, in diesem Punkt wollte der Niedersachse trotz aller Verlockungen jetzt hart bleiben:

Kein Abrücken von dem gewählten Kurs, kein Kompromiss nur des lieben Geldes willen, nein, Radio 21 will lieber auf zusätzliche Gewinne verzichten, aber dafür unbeirrt auf dem einmal eingeschlagenen Weg und damit den bisherigen Hörern treu bleiben.

Es wäre ihm wahrscheinlich auch kaum möglich, von der bisherigen Rock-Richtung allzu radikal abzuweichen, denn immerhin ist Radio 21 und dessen Programm Teil eines großangelegten Konzept-Planes, der, wenn alles einmal klappen sollte, irgendwann zu einem bundesweiten Rock-Radio-Netz führen soll.

Die deutsche Rockradio GmbH mit ihrem Geschäftsführer Jürgen Köster plante nämlich schon von Anfang an die Etablierung von Sendern, bei denen die „Rockmusik die sprichwörtlich erste Geige spielen“ soll.

Ein nächster Schritt dieses ehrgeizigen Vorhabens soll nun demnächst mit Hilfe von dem in Süddeutschland noch heute höchst populären und von seinem Haussender SWF3 einstmals so gnadenlos wegen einer Verurteilung von Konrad Adenauer gechassten Kultmoderators Elmar Hörig vollzogen werden. Ein Name ist schon gefunden: „Satisfaxion FM“ und welche Musik da gespielt werden soll, ist natürlich auch schon klar, nichts als Rock! Im kommenden März hoffen die Rockradio-Macher auf einen Zuschlag für Frequenzen im Südwesten der Nation, auch wenn sich dort bereits viele andere Mitbewerber um die heißbegehrten Lizenzen rangeln. Doch „Elmi“ ist sich völlig sicher: „Millionen von Schwaben warten auf mich, und die will ich nicht enttäuschen. Rock hat wieder Zukunft – daran werden wir anknüpfen!“