

SkyRadio Hessen - Interview mit Geschäftsführer Tom Adams

Volkmar Kramarz

MB: Der Start von SkyRadio als UKW-Sender in Hessen mit Schwergewicht auf den Großraum Kassel hat jetzt zu Beginn des Jahres stattgefunden. War das erst der Anfang und soll da noch viel mehr, nicht zuletzt an Sendereichweite kommen?

TA: Ja, auf jeden Fall! Unser erstes Ziel ist eine möglichst landesweite Verbreitung, dem dann noch mehr folgen könnte. Aber man muß die Reihenfolge einhalten: Wir sind lizenziert als bundesweites Satelliten-Radio mit Sitz in Hessen, und nach den Landesmedien-Richtlinien können einem bundesweiten Sat-Programm auch UKW-Frequenzen zusätzlich zugeteilt werden. Davon haben wir jetzt schon die erste in Kassel, zwei weitere werden in nächster Zukunft folgen.

MB: Noch sind das nur kleine Inseln auf der Landkarte, aber Sie haben vor, sich erheblich erheblich weiter zu verbreiten?

TA: Ich hoffe ja! Wir werden uns zumindest auf jede Frequenz, die da ausgeschrieben wird, bewerben. Also: Ziel ist die landesweite Verbreitung in Hessen, da machen wir kein Hehl daraus, und vor allem, das ist ganz klar, sind wir natürlich an den Ballungsräumen und dem Rhein-Main-Gebiet interessiert. Interessanterweise bekommen wir von dort auch die meisten Anrufe und Anfragen von Leuten, die in der Zeitung gelesen haben, dass es uns jetzt in Kassel gibt und die wissen wollen, wann wir denn auch etwa im Frankfurter Raum zu empfangen sind. Viele kennen uns beispielsweise vom Urlaub in Holland, wo sie mit Vorliebe SkyRadio gehört haben, und fragen daher an, warum denn der Sender nicht auch in Wiesbaden oder sonstwo in Hessen zu empfangen ist!

MB: Sie profitieren also schon von der Bekanntheit der großen „SkyRadio-Mutter“?

TA: Nun, das erste Mal haben wir das bereits intern gemerkt, als wir zum Beginn unserer Aktivitäten eine Anzeige, eine einzige Anzeige in der hiesigen Tageszeitung geschaltet haben – und 1000 Bewerbungen bekamen! Gut, wir suchten gleich 20 Leute auf einen Schlag, von Technik bis Marketing, was schon einen recht komfortablen Start ermöglichte – aber da waren wir nun wirklich erschlagen von der Menge der Anfragen. Früher, bei anderen Radiostationen, habe ich immer nur erlebt, dass es höchstens fünf oder im besten Falle 10 Bewerbungen gab, aber hier, bei so vielen Kandidaten, hatten wir eine riesige Auswahl und konnten für alle Bereiche wirklich gute Leute herausuchen. Und in den Schreiben der Bewerber bemerkten wir dabei immer wieder, dass die Leute dort sagten:“ SkyRadio? Klar, kenne ich von meinem letzten Urlaub in Holland, super Sender!“.

MB: Ist SkyRadio Hessen nur ein reines Imitat des großen Vorbildes aus Holland?

TA: Natürlich gab es Abänderungen, weil man ja auf die Bedürfnisse hier am Markt eingehen will. Die holländischen Kollegen wollten uns nie ihr erfolgreiches Konzept einfach überstülpen, aber klar ist, dass die Marke SkyRadio für etwas steht. In Holland ist dieser Sender seit 7 Jahren in Folge Marktführer, und das erstaunlicherweise nicht nur in der anvisierten Zielgruppe – female und um die 30 Jahre- , sondern selbst in der Jugendgruppe 10 – 19 Jahre sind sie ganz vorne, wobei dort SkyRadio auch noch über weitere Programme verfügt. Hier in Deutschland ist es stärker Oldie-orientiert und wir legen ausdrücklich Wert auf Melodie. Ins-

gesamt soll es ein melodisches und anregendes, aber nicht aufregendes Musikformat sein. Natürlich finden sich dabei auch Songs, die nur in Deutschland bekannt sind und in Holland kaum einer kennt. Man hat einfach von vorneherein erkannt, dass man für uns eine andere Musikplanung erstellen muss.

MB: Im Prinzip sprechen sie also die gleiche Hörschaft wie die Kollegen in den Niederlanden an, nur müssen sie halt oftmals andere Titel einsetzen, um eine vergleichbare Wirkung zu erzielen?

TA: Ja, denn wir machen ein Programm in hessen für Hessen! Bei uns kommt dann noch dazu, dass wir eben immer bemüht sind, eine Lücke zu finden, sie zu schließen und die Angebotsvielfalt auch auf der UKW-Skala zu erweitern. Andere vergleichbare Stationen sind meist viel jünger, viel mehr „hot“ als wir, auch in ihrer Präsentationsform. Nicht nur die Musik ist heißer, sondern auch die gesamt Verpackung, was sich übrigens auch auf die Nachrichten erstreckt. Wir bieten keine schnell-unterhaltsam geschnittene News-Show an, wir machen einfach „nur“ gute Nachrichten, ohne O-Töne und ohne Unterleg-Musik. Und das weitgehend international-englischsprachige SkyRadio-Jingle-Paket haben wir im großen und ganzen unverändert, gelegentlich angepasst auf unsere Station-Voice, von den Kollegen aus Holland übernommen; hier denkt SkyRadio ganz pan-europäisch.

MB: Der größte Unterschied zu den Konkurrenz-Programmen ist aber doch der, dass im laufenden Programm überhaupt keine Moderatoren auftauchen?

TA: Genau, und das war für einige unserer neuen Mitarbeiter anfangs auch fast ein wenig irritierend. Aber man gewöhnt sich ziemlich schnell daran, man kann dabei wunderbar relaxen und gerade beim Autofahren ist es ideal.

MB: Und es gab keine Probleme bei der Lizenzvergabe mit der zuständigen Landesmedienanstalt, die vielleicht auf einem gewissen Wortanteil pochte?

TA: Nein, denn von Anfang an stand SkyRadio für solch ein Konzept eines Musiksenders: Keine Moderatoren und schöne Songs. Gleichzeitig bringen ja aber auch zwei Mal pro Stunde Nachrichten, die wir hier selbst in unserer eigenen Redaktion recherchieren und redigieren und die komplett von eigenen Redakteuren erstellt und auch präsentiert werden. Demnächst werden wir sogar wieder Mitarbeiter suchen, diesmal speziell Reporter aus den Regionen, wo bald ebenfalls terrestrisch ausgestrahlt werden wird und die vor Ort direkt berichten können.

MB: Ist das Konzept SkyRadio denn in Hessen schon so überzeugend eingeführt, dass sie damit wirtschaftlich gewinnen können? Haben Sie bereits genügend Werbekunden?

TA: Noch nicht mit der augenblicklichen terrestrischen Reichweite auf den bald drei UKW-Frequenzen: Das ist zu Viel zum Sterben und zu Wenig zum Überleben. Das ist einfach eine momentane Durststrecke und es ist ganz klar, dass wir mehr technische Reichweite brauchen, damit sich dieses sehr professionelle Engagement, das wir hier in Hessen angefangen haben, irgendwann auch einmal wirklich rechnet. Das Mindeste sollte sein, dass sich das Programm selbst tragen kann, aber selbst das schaffen wir auf keinen Fall mit nur drei Kanälen. Wir benötigen daher ganz dringend mehr Frequenzen und damit mehr Verbreitungsmöglichkeiten, um all unser Können und all unsere Möglichkeiten voll ausspielen und präsentieren zu können!