

dem verzögerten Start der neuen Münchner Plauderwelle eine harte Konfrontation hinter den Kulissen. Ingolf Glabatz wollte mit seinem Team ein Low-Budget-Radio verwirklichen. Ihm trat Henri Zix, Chefredakteur des ambitionierten Münchner Kleinsenders „Radio Soundtrack“ mit einem qualitativ anspruchsvollen High-Budget-Konzept gegenüber. Er wollte den Konkurrenten „Gong 2000“ und „Charivari“ ihre besten Leute abwerben und somit deren Hörerschaft auf die neue Frequenz ziehen. Für diese Strategie wußte Zix den Filmproduzenten und Geldgeber von „Radio Soundtrack“ Herbert Kloiber hinter sich, sowie den Tele 5-Gesellschafter Wolfgang Fischer (KMP), der diesmal ganz persönlich Anbieter auf der 93,3 ist und hinter dem man guten Gewissens ebenfalls Herrn Kloiber als Finanzier vermuten darf.

Die Billiglösung

Für Glabatz' Billiglösung sprachen sich von vornherein die Conrad Electronics/Hirschau mit ihrem „Radio C“ und „Radio 44“ aus. Letzteres befindet sich derzeit noch im Besitz eines nebulösen Konsortiums im fernen Australien und wird hierzulande vertreten durch Claudia Braun aus der Kanzlei Heussen Braun. Diese sah sich übrigens außerstande, etwas zu den Besitzverhältnissen bei „Radio 44“ zu sagen. Wankelmütig in ihrer Entscheidung zeigten sich anfangs der Regenbogenpresse-Zar Andreas von Ferency mit seinem „Radio F“ und der Namenspatron der Frequenz „Radio Xanadu“, welches der Neue-Medien-Tochter der rechts-bürgerlichen Passauer Neuen Presse gehört. Den Showdown gewann letztlich Ingolf Glabatz. Henri Zix zog sich mit seiner Crew in die Schellingstraße zurück, wo er mit Michael Stachels grollend einen qualitativ hochwertigen, jedoch wenig erfolgreichen „Filmprogrammservice“ für lokale und überregionale Sender betreibt. Sollte eine Programmzulieferung für die „Antenne Bayern“ ebenfalls scheitern, will sich Henri Zix aus der Radio-Szene endgültig verabschieden.

Doch auch Ingolf Glabatz hatte nicht gerade viel von seinem Sieg. Zum 1. Juli verließ er „Radio Xanadu“, nachdem die wenigen Radio 1-Leute des Senders von der „Antenne Bayern“ abgeworben worden waren. Günther Löffler, Ex-Verlagskaufmann



„Wir haben ein Produkt für die Kasse.“ Mike Tembusch, Günther Löffler und Ingo Paternoster (v.l.)

bei Ringier, Readers Digest und Gong und neuer Geschäftsführer von „Radio Xanadu“ steht nun also vor den Trümmern der „City

Welle München“, die angetreten war, dem Marktführer „Gong 2000“ seine Claims abspenstig zu machen. Konzipiert war „Xana-

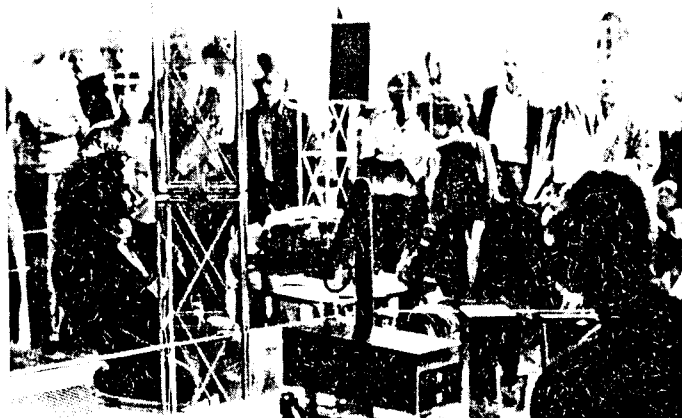
du“ als ein streng reglementiertes Format-Radio, doch das läßt sich in München angeblich nicht durchsetzen, obwohl „Charivari“ gute Geschäfte damit macht (wir kommen nächstes Mal darauf zu sprechen). Informationen sollten durch ein gut geschultes Nachrichten-Team in den Vordergrund gerückt werden, allerdings besteht „der Zwang im Glashaus ein optisch interessantes Programm“ (Tembusch) zu machen, was den Sender zum konturlösen Plauder- und Plausch-Funk verkommen läßt. Mögen die Nachrichten noch so gut sein, ein Exklusiv-Bericht des eigenen Korrespondenten aus dem Landtag klingt in diesem Rahmen eher wie eine Kaffeekränzchen-Geschichte. Hierin fügt sich auch die Musik, die laut Ingo Paternoster aus der Sparte „Top 40 und Soft-Rock“ stammt. Mindestens zwei bis drei Titel sollen hintereinander gespielt werden „um den Wortanteil auf das geringste zu reduzieren“.

Günther Löffler sieht seine Zielgruppe „eher bei den Jüngeren als den Älteren“ und wünscht sich „über 24 Stunden ein möglichst buntes Publikum“. Konkreter wird Ingo Paternoster: „Wir haben ein Produkt für die Masse.“ Ob sich aber mit einem dermaßen undifferenzierten „Ois und Nix“ begehrte Markenartikel-Werbung ködern läßt, dürfte bezweifelt werden, und wer die Masse sucht, geht gleich zum Marktführer „Gong 2000“.

Martin Semmler

„XANADU“-STECKBRIEF

Frequenz: 93.3 Mhz seit 18.4.88
 Sendezeit: 24 Stunden, 9 - 16 Uhr aus dem Glashaus am Dom
 Anbieter:
 „Radio Xanadu“ (Passauer Neue Presse)
 „Radio 44“ (austral. Konsortium)
 „Radio C“ (Conrad Electronics)
 „Radio F“ (Presseagentur Ferency)
 „Radio Soundtrack“ (Herbert Kloiber) Wolfgang Fischer
 Betriebskosten: - keine Angaben -
 „wesentlich weniger als Gong“ (Löffler)
 Personal: 20 Feste und feste Freie, ca. 30-Stundenkräfte
 Musik: Top 40 und Soft-Rock
 Zielgruppe: 16 bis 39 Jahre, im Kaufverhalten eher mobilere
 Profil: Plauder-Sender mit viel „optischem Programm“
 Hörertelefon: 23 19 077 (Redaktion)
 26 33 39 (Glashaus)
 Anschrift: Pestalozzistraße 23, 8000 München 5



Ein optisch interessantes Programm im gläsernen Käfig