

Entspannen statt genervt werden

Der Privatradiosender LoungeFM ging am 29. Mai in Linz und Umgebung auf UKW on air. BESTSELLER sprach mit LoungeFM-Geschäftsführer Florian Novak über dessen Ziele, die Musikfarbe und das Potenzial für Privatradios. **TEXT CLEMENS COUDENHOVE**

LoungeFM-Geschäftsführer Florian Novak vor dem Sendemast in Linz: „Wir begreifen uns als Premium-Produkt.“



Listen & Relax. Das Motto des Privatradiosenders LoungeFM, das bereits seit 2005 im Internet (über lounge.fm beziehungsweise seit 1. April über derstandard.at/radio) zu hören ist, soll seit 29. Mai auch Hörern in Teilen Oberösterreichs schmackhaft gemacht werden. Und zwar auf den Frequenzen 102.0 MHz (Linz), 99.4 MHz (Steyr), 95.8 MHz (Wels) sowie über den Kabelnetzbetreiber Liwest auf 102.9 MHz. Seit 6. Juni 2008 ist auch der dritte Verbreitungsweg des Senders in Funktion. Über die Funktechnologie DVB-H ist der Sender, der auf Lounge-Musik, Downbeat, NewAge und Chillout-Sound setzt, über entsprechende Endgeräte (One, 3 und A1) zu empfangen. Eine „vierjährige emotionale Durststrecke“ sei laut LoungeFM-Geschäftsführer Florian Novak mit diesem Schritt zu Ende gegangen.

Bereits 2004 hat sich der Sender um eine Frequenz in Linz beworben, musste sich damals aber knapp Arabella geschlagen geben. Die heiß begehrte Wiener Privatradiofrequenz 98,3 MHz wurde vergangenes Jahr bekanntlich an Superfly (Sunshine Enterprises) vergeben, „obwohl wir eine Empfehlung der Wiener Landesregierung hatten“, wie Novak betont, der sich nun aber voll auf die Zukunft konzentrieren will.

Viel mehr als Café del Mar

Als Lücke, die im bisherigen Radioprogramm bislang eindeutig zu kurz kam, bezeichnet LoungeFM-Chef Florian Novak das Musikangebot des Senders. Viel mehr als nur die Musik, die durch die „Café del Mar“-Compilationserie schon vor über 20 Jahren weltweit bekannt wurde, könne man auf LoungeFM entdecken. „Downtempo-Beats, Ambient und Trance, Schwebeklänge, die die Grenzen zwischen U- und E-, zwischen Avantgarde- und Funktionsmusik überschreiten“, beschreibt Novak das Angebot und betont, dass es sich um Musik abseits

des Mainstreams handelt, mit der man sich einfach entspannen kann. „Die Downbeat-Szene ist größer als man glaubt“, unterstreicht Novak und ergänzt: „Was wir tun, gibt es in ganz Europa nicht. Es gibt keinen Sendern, an dem wir uns orientieren.“

Außerdem besitze Österreich gerade in Sachen elektronischer Musik mit niedriger Beat-Drehzahl Dutzende wenn nicht sogar Hunderte Künstler, Urheber und Interpreten von Weltruf wie etwa Kruder & Dorfmeister. Rund die Hälfte der Musikstücke auf LoungeFM kämen aus Österreich. „Wir sind nicht zuletzt dank unserer Musik unterscheidbar und dadurch wahrnehmbar“, ist Novak überzeugt. Special Guest und Vorzeigekünstler beim LoungeFM-Kick-Off am 29. Mai war übrigens Parovoz Stelar (Marcus Füreder) aus Linz. Stelar war 2005 und 2006 für den Amadeus Award in der Kategorie Alternative Act nominiert und sampelt Jazztraditionen mit sanft gebrochener Rhythmik. Einzelne Stücke des ehemaligen Grafikers sind auf über hundert verschiedenen Compilations zu hören.

„Less is more“

Mit LoungeFM will Florian Novak eine Lücke schließen und Leute, die sich zum Teil vom Medium Radio verabschiedet haben, zurückholen. „Genießer und Musikliebhaber, die die ewiggleiche Musik auf der Frequenzskala ihres Radios genauso satt haben wie launige Moderatoren mit ihren penetranten Gewinnspielen“, bezeichnet der LoungeFM-Gründer die Zielgruppe, die man keineswegs mit Alterssegmenten beschreiben könne. Eher so: „Leute, die sich zu alt für FM4 und zu jung für Ö1 fühlen, zwar mit Radio groß geworden sind, sich aber vom bestehenden Radioangebot teilweise genervt fühlen.“

Novak spricht von einem riesigen Musikprogramm, das für genügend Abwechslung sorgt. „Ich würde auf keinen Fall ein

Jazzradio machen, das polarisiert“, stellt Novak klar und unterstreicht, dass es sich bei LoungeFM keinesfalls um eine „Mission“, sondern um ein hochkommerzielles Angebot handelt, das kompromisslos im Dienst der Werbewirtschaft steht. Keinesfalls werde es Claims wie „Die besten Hits der 80er, 90er, etc.“ geben. Entspannung und Entschleunigung wolle man den stressgeplagten Menschen in einem unübersichtlichen Medienschungel bieten.

„Opinionleader und Trendsetter hauptsächlich im urbanen Raum“, konkretisiert Novak die potenziellen Hörer, die über hohe Kaufkraft verfügen und Medien selektiv nutzen würden. Außerdem handle es sich um Leute, die schwer zu erreichen seien und zum Teil auch aus TV-Verweigerern bestünden. „Less is more“ lautet die Devise in Sachen News beziehungsweise Wortanteil. „Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat in Österreich eine hohe Nachrichtenkompetenz, mit der wir uns nicht matchen wollen“, sagt Florian Novak. Kurze Infobits aus der Welt des potenziellen Hörers, die er oder sie bei weiterführendem Informationsbedarf sofort im Web nachrecherchieren kann, sowie Lokalnachrichten aus Oberösterreich stehen auf dem Programm. Auf Printnutzer umgelegt decken sich die LoungeFM-Hörer teilweise mit den Lesern der *Standard*-Beilage *Rondo*.

Kreative angepeilt

Seit 2006 habe sich die Hörerzahl über den Verbreitungsweg des Internets Novak zufolge kontinuierlich gesteigert. Die Ko-



Höhepunkt der Pressekonferenz am 29. Mai war der Kick-Off für den UKW-Betrieb von LoungeFM in Linz und Umgebung: Florian Novak, der Musiker Parov Stelar, Moderator Florian Pollack, Programmchef Markus Langemann und Musikchef Walter Gröbchen.

operation mit derstandard.at Anfang des Jahres habe dieser Entwicklung noch einmal einen ordentlichen Schub verliehen, sodass heute rund 40.000 Personen durchschnittlich 40 Minuten pro Tag LoungeFM hören. „derstandard.at gehört nicht nur zu den meistbesuchten österreichischen Portalen, sondern wird auch stark von der Medien- und Kreativszene genutzt“, sagt Novak.

Zu den geplanten Rubriken gehört deshalb auch der „Medien Monitor“, in dem Aktuelles aus der Welt der Medien, Agenturen und Kreativen berichtet wird. Novak bemüht sich um Kooperationen mit Fachmedien und -portalen. Weitere Rubriken sind „Gröbchens Groove“ (Infos aus der Musik mit Oberösterreich-Schwerpunkten), „Net-News“ (WWW, Technik und Tücken, Tipps und Tricks), „Bookmark“ (Surftipp des Tages), „ListeningLounge“ (Musiktipp für die Generation), „LeseLounge“ (vom Hörbuch über das eBook bis hin zum Hardcover) sowie „Spartacus“ (Bewegung, ausgewogene Ernährung).

„Österreichweite Radiomärke“

Vermarktet wird LoungeFM ab Juli von der RMS Austria, zusätzlich kümmert sich ein

eigenes Team in Linz um den Verkauf. Ein Werbekunde, der ideal zu LoungeFM passe, sei die Wellness-Marke Vamed Vitality World, die als presenting sponsor der Webplattform in Erscheinung tritt. „Ich könnte mir zum Beispiel gut vorstellen, einen Weinproduzenten zu finden, der den „Feinschmecker“-Podcast sponsert. Natürlich könne man laute und schrille Radiospots nicht verhindern, eine intelligente Einbindung von Sponsoren und Kunden etwa mit themenbezogenen Patronanzen sei Novak zufolge aber erwünscht. „Wir wünschen uns Kunden, die bislang nicht im Radio geworben haben, denn wir können ihnen ein exklusives Umfeld bieten“, sagt Novak.

In Sachen Eigenvermarktung setzt der Sender auf eine bekannte Stimme, nämlich jene von Carrie aus der US-Erfolgsserie „Sex and the City“. „Romantik geht nicht ohne richtig gute Musik“, haucht Sarah Jessica Parker's Synchronstimme über den Äther. In Oberösterreich wird es eine Plakatkampagne (Agentur: upart) geben, sonst setzt Novak auf virales Marketing. Und Novaks mittelfristige Ziele? „Wir wollen im Radiotest als österreichweit empfangbarer Sender geführt werden, denn über DVB-H sind wir in ganz Österreich und nicht nur im Großraum Linz terrestrisch zu empfangen“, stellt Novak klar. Zwar sei Linz und Umgebung mit einer technischen Reichweite von 620.000 Hörern das nach Wien zweitgrößte Sendegebiet, als Lokalsender könne man jedoch sicher nicht bezeichnet werden. In fünf Jahren soll LoungeFM als „österreichweite Radiomärke“ wahrgenommen werden. „UKW wird noch lange der Königsweg im Radio bleiben. Jeder Mensch hat durchschnittlich vier Radios, wir werden uns in Salzburg, Graz, Wien und St. Pölten weiterhin um Frequenzen bemühen“, kündigt Novak an. Und das schönste Feedback von Kundenseite bisher? Novak: „Ein Werbekunde aus der Tourismusbranche hat mir Folgendes gesagt: ‚Mit Ö3 mache ich die Betten voll, mit LoungeFM erziele ich einen guten Preis.‘ Wir verstehen uns eben auch als Premiumprodukt.“

Hinter jeder Marke stehen Menschen
Profis machen LoungeFM

Programmgeschäftsführer von LoungeFM ist **Markus Langemann**: Seit den 90er-Jahren ist er Geschäftsführer der Villa Media GmbH, die TV-Shows und den Sender Radio Deluxe in München betreibt. Mit der Morgenshow „Langemann & die Morgencrew“ gelang ihm gemeinsam mit Bully Herbig der Durchbruch. Nach einem Wechsel von Studio Gong zu Radio Energy München etablierte sich die Morgenshow als erfolgreichstes deutsches Morgenformat. Danach leitete Langemann Relax FM 92,4 sowie ab 2001 das F.A.Z. Business Radio.

Als Musikchef fungiert **Walter Gröbchen**, ehemaliger Redakteur und Programmentwickler bei Ö3 („MusicBox“, „Nachtradio“, „Freizeichen“ und „Nachtradio“). Als A&R-Berater war Gröbchen für Universal, Warner und BMG in Hamburg, Berlin und Wien tätig. Heute betreibt Gröbchen die Musik/Medienagentur monkey.music und schreibt als freier Journalist etwa für *Die Zeit*, *Weltwoche*, *profil*, *Falter*, *ME/Sounds*, *Rolling Stone*, *Sound+Media* und *Telepolis*.

LoungeFM-Sprecher ist **Dieter Moor**, der in Österreich als Präsentator der ORF-Sendung *Kunststücke* bekannt wurde. Auf Ö3 moderierte Moor die Call-In-Sendung „Talk Radio“, dem deutschen und dem schweizerischen Publikum ist der Schweizer Schauspieler durch zahlreiche TV-Serien und Radioformate ein Begriff.



Als Programmchef fungiert Markus Langemann, Geschäftsführer der Villa Media GmbH.



Verantwortlich für die Musikauswahl ist Walter Gröbchen (monkey.music).



Der Moderator und vielseitige Schauspieler Dieter Moor leiht LoungeFM seine Stimme.