

FREKVENNS

Specialtidningen om radio och TV

Nr 2 1994 Årg 9

Energy chockar konkurrenterna



Stationen som lyckats med sport i Toronto

Holland får fem privata radiokanaler

Reportage om radio i Nya Zealand

Discjockeyn som inspirerat sina kolleger sedan 60-talet

Jack Armstrong är en del av den amerikanska radiohistorien. Han började sin bana på en liten radio-station i Chapel Hill 1960 och har sedan dess hörts på mer än 20 radiostationer över hela USA. Möt honom i Profilen!

Sidan 8

Ekonomiska problem för norsk närradio

De nya radiokanalerna, Petre och P4, har dragit lyssnare och reklam-pengar från närradion i Norge. Flera stationer har gått i konkurs och hela 70 % har ekonomiska problem. En lösning kan vara att minska antalet närradiotillstånd.

Sidan 6

Bandit Radio rocks



Radions lokala prägel minskar

Över ett år har vi haft kommersiell radio i Sverige. Den tydligaste trenden är att reklamradio blivit mer centralstyrd och det lokala ägandet minskat, med ett par undantag. Multinationella mediebolag har tagit över eller köpt in sig i stationer som inte gått så bra som de ursprungliga ägarerna tänkt sig. Den optimism som drev upp koncessionsavgifterna till skyhöga nivåer under de första auktionerna har efterhand svalnat. Att sända reklamradio är inte det samma som att ha en licens att trycka pengar.

Storstadsradiation stod för konkursen med stort K och Radio Rix för det mest grandiosa magplasket. Energy gjorde störst succé. Z-Radio vållade den största förvirringen, i typisk Kinnevikanda, med ideliga chefsbyten och olika besked om vad man egentligen skulle göra med sina koncessionärer. Radio City i Stockholm gav begreppet "hjärttvättarradio" en röst när man rabblade mantrat "Stockholms bästa musikmix, nya Radio City 105,9, med det bredaste urvalet av gamla och nya låtar" timme efter timme, vecka efter vecka, månad efter månad. Radio Vinyl stod för utbrytningen då man dumpade Rix-formatet och gick över till oldies.

Ett stående tema bland kritiker av reklamradio är att den inte har blivit det journalistiskt nyskapande mediet som många förväntade sig, utan radio har istället utvecklats till en jukebox där musik från nya artister har svårt att tränga sig fram bland gamla godingar och de senaste alstren från säkra kort som Phil Collins, Madonna och Elton John.

De stationer, Storstadsradiation och Radio Rix, som satsat journalistiskt gick på de största minorna. Antagligen har det varit en kombination av att man inte har förstått sig på radiomarknaden och att man har underskattat lyssnarna.

Innan någon reklamstation kom igång fanns redan två kanaler, P3 och P4, som blandade journalistiska inslag med musik. För att locka bort lyssnarna från dessa två kanaler med ungefär samma slags programuppläggning som P3 och P4 krävs en klar målsättning, professionalism och stora personella och ekonomiska resurser. Det kostar att göra journalistisk radio. Det räcker inte bara att säga att man skall göra "lokalradio" eller "riksradio" med reklam. Man måste vara minst lika bra som de två kanalerna för att ha en chans att locka över de lyssnare som tycker om P3- eller P4-formatet till sin station. Jag är tveksam om någon reklamradiostation har resurser att slå P3 och P4 på deras egen gård. Rix och Storstadsradiation försökte.

Radio Rix satte upp en stor redaktion för egna nyhetsinslag och kortare specialinslag mellan musiken, som var bredare än i P3. Men vad var man egentligen bättre på än Sveriges Radio? Radio Rix hade sämre internationell och nationell nyhetstäckning. Nyhetssvärderingen har ibland varit underlig med extrainslag mellan de ordinarie nyhetssändningarna om triviala händelser som högst skulle rendera en notis i en tidning, t.ex. om en skadad ålg som sprang in i skogen.

Radio Rix ville nå de flesta med nationell bred radio, men har inte kunnat erbjuda något som inte redan fanns i P3 eller P4.

PÅ ANDRA SIDAN

James Mollan

Storstadsradiation försökte slå P4/Radio Stockholm med sport och lokal prägel på sina program, P2 med klassisk musik på nätter och Ulf Elfving i P4 och Erik Blix i P3 på eftermiddagar med Staffan Dopping. Ja, man engagerade till och med Hasse Tellemar. Det spretade åt alla håll. Stationen hade ingen egen unik profil. Mycket lät förvillande likt Radio Stockholm/P4. När man dessutom var sämre på sport än P4 fanns det knappast någon anledning, förutom viss nyfikenhet, att skruva in Storstadsradiation framför P4 eller P3 eller P2.

Andra stationer har också försökt efterlikna Sveriges Radio genom att ta över kända namn därifrån och plagiera programkoncept. Radio Citys "Akvarium" med Lotta Bromé och Niklas Levy var en kopia av P3:s "Metropol", liksom stationens "Europasvep" var en blekare kopia av P3:s "Radio Europa". Nu är det dags för Z-Radio att köra "P3/P4-racet" med Agneta Askelöf och Ulf Elfving och ett brett musikformat för dem över 25 år. Vilken station står hämnast på tur?

Energy har tillämpat motsatt strategi; att erbjuda något som INTE fanns i P3 eller P4. Stationen spelar hits dygnet runt med minimalistiskt snack av programledarna. Energy har inga egna journalistiska ambitioner.

Vilka kommer att plagiera Energy? Många stationschefer runt om i landet har blivit nervösa av Energys framgångar. Radio City i Stockholm har lagt om sitt format sedan sommaren mot mer hits (särskilt oldies) och mindre snack.

I Stockholm pågår ett slag om 25-45-åringarna mellan Radio Megapol, Radio City och Z-Radio. Energy deltar också i slaget, men appellerar dessutom till tonåringar med rapp-, eurodisco- och rockhits – musik som de tre andra stationerna undviker. Lyssnare mellan 25 och 45 år är de som är mest benägna att spendera pengar och intressantast för annonsörer. Kan man vinna dessa lyssnare har man gjort sin lycka som radiostation. Vilken station har störst fickor?

Ny musik har fått stå tillbaka för de välkända gamla godingarna. Stockholm rider på en kraftig oldie-våg för närvarande. Under sensommaren fick huvudstadsområdet dessutom två renodlade oldie-stationer, Golden Hits och Radio Vinyl. Rockstationen Bandit Radio är minst negativ till ny (rock)musik. Övriga stationer är försiktiga (Z-Radio är minst försiktig).

Lyssnaren som alla vill nå verkar alltid vilja höra sina tio favorit-oldies den korta stund som radion står på varje dag. Är detta en korrekt tolkning av genomsnittsslyssnarens önskemål eller får man fram en sådan profil genom undersökningar med ledande frågor? Jag har också ett par låtar som jag gillar mer än andra, men det innebär inte att jag vill höra dem stup i kvarten. Då skulle jag snart tröttna på dem.

Den som vill höra ny popmusik får återvända till P3 eller P4. Grammofonbolag, som Virgin Records, har kritiserat reklamsta-

tionernas kallsinnighet inför ny musik och hotar med att sätta upp en egen kedja av radiostationer. I Storbritannien driver Virgin en nationell kommersiell rockkanal. Förvisso kan man fråga sig om en Virgin-ägd radiostation i Sverige även skulle spela nya alster från andra grammofonbolag, men det finns en tom nisch i Stockholm för en popstation med övervägande ny musik. Kanske något för Radio Hibernia?

Ute i landet positionerar sig nätverken genom att gå in i andra stationer. Energy har köpt Radio H i Halmstad och Radio Nordöst i Kristianstad och börjat ett samarbete med Radio Rix, Megapol har köpt in sig i Big Radio i Lund och SBS med rötter i amerikanska ABC har köpt in sig i ett par Citystationer.

Det intressantaste är vad som kan komma ur samarbetet mellan Rix och Energy. Rix har flest stationer runtom i landet. Energy skulle få en jackpot om man kunde komma in på Rix-nätet! Vilket slags format skall man i så fall ha på den andra stationen på orter där Energy och Rix har var sin station? Kommer Radio Vinyl att tvingas överge sitt oldieformat i en "grande plan" signerad Rix och Energy?

Hur många självständiga stationer utan bindningar till Rix/Energy, City/SRAB, Megapol eller Z-radio kommer att vara kvar? En handfull?

FREKVENNS

NR 2 1994 ÄRGÅNG 9

ISSN 0283-927X

Utgivare: Mediaföreningen RTV
Adress: Box 2081, 145 02 Norsborg
Telefon/telefax: 08 - 531 786 70
Postgiro: 16 04 81 - 8

Redaktion:

James Mollan (Chefred & ansv utg)
Kenneth Andersson, Olof Olsson, Robert Olsson, Karl-Erik Stridh och Bernt Erfjord (Norge)

Prenumeration om fyra nummer kostar 75 kr och inkluderar **stödmedlemskap** i Mediaföreningen RTV. **Aktivt medlemskap** kostar 125 kr och inkluderar fyra nummer.

Lösnummer kostar 20 kronor styck. **Äldre nummer** (86:1, 87:1,2,3, 88:1,2, 89:1, 90:1,2, 91:1, 92:1, 93:1) kostar 15 kr styck.

Vid varje betalningstillfälle via **postgiro utanför Sverige** lägg till 30 sv kr.

Tryck: Akademitryck, Edsbruk, 1994

Annonser:

1/1 sida = 500 kr, 3/4 sida = 390 kr
2/3 sida = 354 kr, 1/2 sida = 270 kr
1/3 sida = 183 kr, 1/4 sida = 140 kr
1/6 sida = 95 kr, 1/8 sida = 73 kr
Priserna avser pappersoriginal klara för tryckning.

Annonseredaktör: Kenneth Andersson, tel 08 - 16 25 67.

Rockaren Bandit Radio unik på svenska radiomarknaden

Det finns bara en radiostation i Sverige som sänder rock dygnet runt med engelskspråkiga programledare. Stationen heter Bandit Radio och ligger i Stockholm. Den startades av två amerikaner i förskingringen och har på kort tid

blivit ett begrepp i huvudstaden. Bandit Radio är ett andningshål på en radiomarknad där popoldies vevas i parti och minut. Frekvens har sökt sig till hamnkvarten i Hammarby för att ta pulsen på "banditerna".

Oddsens för Bandit Radio borde vara höga. Bara en på stationen har jobbat med kommersiell radio tidigare. Det finns inga penningstinna ägare i bakgrunden eller andra stationer i något nätverk att dela utgifterna med. Dessutom är Bandit Radio engelskspråkig.

Men rockstationen har fått en allt större publik och varit trogen sitt musikformat medan andra stationer i huvudstaden med mer pengar i fickorna har gått i konkurs eller desperat ändrat sina utbud. När ett halvt dussin stationer slåss om samma lyssnare med pop och oldies är Bandit Radio ensam om sitt rockformat. Stationen går mot trenden "mer musik och mindre prat" och tillåter programledarna att utveckla sina personligheter i sändning.

Namnet förpliktigar och man utmanar gärna den svenska radion med slogans och PR-kampanjer, som "Radio in Sweden sucks — we suck less" och "We do not care what Mrs Wibble eats for breakfast, we would rather play Mr Jones with Counting Crows".

— Vår attityd är att vara fräcka och det fungerar, säger Gene Kraut, som är delägare, programchef och programledare. Det är roligt att identifiera sig med den attityden även om den inte behöver vara en del av ens personlighet. Det ger lyssnarna något att hålla sig fast vid, och är tanken bakom riktad radio, som inte har funnits här tidigare. Det handlar inte bara om att vara en station som spelar Top 40 och erövra den största publiken; ge dom vad dom vill ha. Utmana lyssnarna lite också och ha kul när du gör det. Det är vad radio går ut på.

När Gene pratar radio med någon som bor i Sverige och som just kommit tillbaka från USA brukar de alltid skrika att "Sweden

sucks". Så varför inte använda det som en slogan. När vi närmare går in på vad det är som är så dåligt med svensk radio modifierar Gene kritiken.

— Radion var inte så dålig här, men den var aldrig som vi ville ha den. Radion var allt för begränsad när det gällde rockmusik. P3 gör bitvis ett bra jobb, men du har inte en dygnet runt station som du kan kalla din egen. Du kan inte slå Sveriges Radio i journalistisk presentation. Det är därför Storstadssradion och andra stationer, som Radio Rix, haft stora problem. De försöker göra Sveriges Radio med reklam, vilket är obegripligt. Vi har varken nyheter eller väderrapporter.

Bemannad dygnet runt

Bandit Radio är bemannad med programledare dygnet runt till skillnad från de andra reklamradiostationerna (utom Energy) i Stockholm, vilka kör automatiserat på delar av kvällar och nätter. Vore det inte enklare?

— Det skulle bli mycket tråkigt att spela jukebox på nätterna. Vi försöker identifiera oss med vår publik, och det är mycket svårt att med maskiner identifiera sig med en publik. Personlig radio kräver människor, inte maskiner, och det är personlig radio som vi gör. Vi vill utveckla nattradion. Vi har upptäckt något mycket livskraftigt här och vi har lika många lyssnare på nätterna som Radio Stockholm med våra 2,3 procent. På nätterna under helgerna har vi höga lyssnarsiffror.

"Midnight Rambler" har blivit ett stående inslag efter midnatt. Brian Laffan lämnar över till Lawrence "the Night Owl" Pearlman och deras dialog kan dra iväg en bra bit in på det nya dygnet. Första gången det hände var det oplanerat och Gene ringde in till studion och undrade vad i de i hela världen höll på med. Efterhand har småpratet utvecklats till en speciell programpunkt som helst inte bör överstiga tio minuter, men kan bli mycket längre om de två programledarna är på det humöret.

FM-radions utveckling i USA

Gene Kraut växte upp med pop- och rockradio i New York på 60- och 70-talet. Han hade förmånen att lyssna på legendariska profiler som Murray the K och Alan Freed och kunde följa FM-radions framväxt i slutet av 60- och början av 70-talet. FM-radion var inte så formaterad på den tiden. Mellanvägen drog fortfarande de flesta lyssnarna och genererade de största reklaminkomsterna. Vissa ägare visste inte riktigt vad de skulle göra för program på FM och gav programledarna en friare roll än på mellanvägen. Det var förbjudet att reläa MV-programmet på

FM. Det kom en våg av personlig och experimenterande FM-radio samtidigt som LP-skivan blev allt viktigare på bekostnad av singeln. USA fick Album Oriented Rock (AOR).

Radion förstörd av konsulter

— Jag är 42 år och har sett amerikansk FM-radio gå igenom alla dess faser, säger Gene. Och jag har sett hur den har blivit förstörd av en liten grupp av människor; formatlågare och konsulter. Deras radio dikteras mycket av skivbolagen. En slags triangel-situation.

Rockradion i USA blev under 80-talet och i början av 90-talet alltför stereotyp och förutsägbar. Under de senaste åren har Gene märkt att den amerikanska rockradion mjukat upp den strikta programformateringen och profilerade programledare är på väg tillbaka.

— Jo, de har fortfarande konsulter. Konsulterna har skapat sin egen bransch och de måste bevisa att branschen även i fortsättningen är nödvändig, men de ger konsultråd som är nästan motsatta mot vad de gav på 80-talet.

När den kommersiella rockradion varit för tråkig har det alltid funnits små oaser av stationer som inte tvekat att spela ny musik i etern. Gene syftar på de amerikanska collegestationerna, som han tycker gjort den bästa radion under de senaste tio åren. College-radio introducerade grupper som Nirvana för den amerikanska publiken och tidigare den nya engelska vägen med Police. Kommersiella stationer har nu tagit efter den mer äventyrliga college-radion.

Kan bli för mycket ego-radio

— College-radio har alltid varit en bastion för det nya som kommer. Ibland blir det för mycket ego-radio. Det måste vi stävja lite hos våra egna programledare; att förfinas dem istället för att släppa loss dem helt. Ibland går vi över gränsen med vårt språk och prat.

Gene tror dock inte på att ständigt springa in i studion och ge direktiv vad programledarna inte får säga. Han tillåter dem att blomma och odla sina egna karaktärer och vill ta fasta på deras personligheter och där efter gå vidare istället för att forma dem till något som de inte är. Han tror också att man på stationen kommer att lära sig skillnaden mellan att ha något att säga och bara prata på mellan skivorna.

Gene har upptäckt högst en handfull personliga programledare i Sverige. Han förklarar det med att de som gjort radio har haft en ganska liten programtid och därför inte kunnat profilera sig. Dessutom finns en oskri-



Dave Nerge väcker Bandits lyssnare på vardagsmorgnarna.

ven lag i Sverige att man inte skall framhäva sig själv. Bandit Radio försöker gå emot lagen utan att bli självupptagna egotrippare. Gene säger att lyssnarna vet namnen på Bandit Radios programledare till skillnad från de andra kommersiella radiostationernas medarbetare.

Rockformatet är brett på Bandit Radio och Gene ser ingen anledning att ändra det så länge som man är ensam i sin niche. Stockholmarna har inte heller gått igenom den amerikanska rockradioutvecklingen från 60-talet fram till nu.

– Det intressanta med radioklimatet i Stockholm och Sverige är att ni jämför er med den amerikanska marknaden där det finns tre eller fyra rockstationer i en stad. "Okay, då måste vi göra på samma sätt som i USA". Men klimatet är inte det samma som i USA, så varför skall vi göra som i USA?

Bredare rockformat fungerar

Stationen skulle inte vinna något på ett smalare format, som Classic Rock, AOR eller Modern Rock.

– Vi kan tillåta oss att sätta ihop en mix av alla rockformaten. Och det fantastiska med det är att det låter bra, och vi får veta att publiken är intresserad av allt vi spelar. Ja, ibland kan vi skrämman bort ett par lyssnare, men de återvänder alltid eftersom de vet att vi bryr oss om dem. Jag känner inte att vi måste göra några justeringar ännu för att definiera vilken slags rockstation vi skall vara eftersom vi har råd med att vara lite bredare, vilket är mycket roligare. Det verkar som vi hamnat rätt när det gäller den senaste radiotrenden; att föra samman den nya generationen X med de äldre lyssnarna.

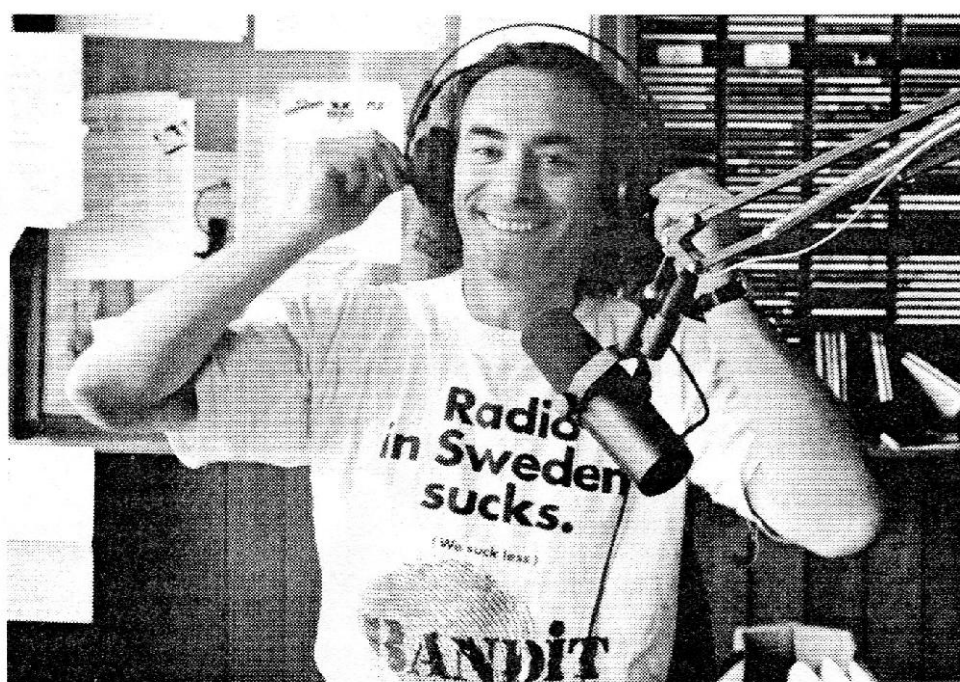
Gene hänvisar till amerikanska branschtidningar som skriver om rockstationer i USA som börjat programmera rock på samma breda sätt som Bandit Radio gör.

Stationen har en spellista på 70 låtar uppdelad i fyra kategorier; A, B, C och D. Alla låtar är nya och rotationen är högst på A-listan och lägst på D-listan (som innehåller "alternative rock"). Under ett pass på fyra till fem timmar skall programledaren spela 3-4 låtar från A-listan, 2-3 från B-listan, 1-2 från C-listan och åtminstone 1 låt från D-listan. Bandit Radio spelar ungefär tolv låtar per timme, så programledaren får själv välja fler låtar per timme utanför listan än från listan, som oldies från 50- till 90-talet, LP-spår och hits.

Stor frihet i skivvalet

Följaktligen vida ramar för programledaren, som skriver upp låtarna efterhand som de spelas. En låt från A-listan som spelas till exempel kl 12 kan inte spelas på nytt förrän tidigast efter kl 16 eller tidigast efter det att de övriga låtarna också har spelats på A-listan.

Gene har avsiktligt gett programledarna stor frihet i skivvalet. Han tycker att deras personlighet bäst manifesteras genom den musik de väljer. Men det kan bli problem med denna modell, inte minst när nästa programledare går på och skall studera de föregående programledarnas skivlistor för att veta vilka låtar han/hon kan välja från spellistan under sitt pass. Det kan bli för många låtar och listor att hålla i huvudet. Därför skall Gene gå över till det datoriserade spellisteprogrammet Selector. Han ser det som en nödvändig nack-



Gene var över i USA och pratade med Howard Sterns producenter om att sända hans radioshow i Sverige. Priset var dock för högt.

del. Programledarna måste lätt kunna se vad de andra har valt för skivor utanför spellistan annars kan vissa låtar snabbt bli utbrända, som att "You ain't seen nothin' yet" med Bachman-Turner Overdrive spelas tre gånger under två dagar, vilket inte får ske enligt Gene. Det är lätt hänt att man tjarar ut vissa skivor när ens skivarkiv inte är så stort.

Det blir en utmaning för Gene att programmera datorn på ett sätt som inte gör våld på programledarnas personliga skivval inom rockformatet.

– Jag vill inte att det bara skall bli en DJ som kommer in och fyller på med prat mellan skivorna, som någon annan har valt ut. Vi kommer att behöva en inkörningsperiod då vi lär oss att utnyttja datorn så att inte datorn utnyttjar oss.

Gjort nya grupper populära

Bandit Radio har bidragit till att nya grupper som Crash Test Dummies och Counting Crows fått sina genombrott i Sverige. stationen var tidigt ute att spela "MMM MMM MMM" och "Mister Jones". Gene nämner också andra artister som man gjort populära. Bandit väckte liv i Sheryl Crowes CD, som var stendöd. Sas Jordan är ett annat exempel där stationens exponering markant ökade försäljningssiffrorna.

– Men skivbolagen agerar ibland som skoförsäljare. Och de ställer inte upp för sina artister. De kommer med ett releaseblad, men har inte skivan i lager. Vi borde starta en skivaffär, för folk ringer till oss efter skivor som de inte kan få tag på i affärerna.

Han tar CD:n "Throwing Copper" med Live som ett annat exempel. MCA tänkte inte släppa den i Sverige förrän i augusti, men långt tidigare fanns den som import i skivaffärerna och sålde bra. Varför då inte spela skivan i radion. Annars är Gene tveksam till att plugga skivor som lyssnarna inte kan få tag på i affärerna. Fast samtidigt sätter man en press på bolagen att ta in skivorna.

Gränsen till popen och vad Bandit Radio inte skall spela kan vara lite diffus. Gene tar ett konkret exempel på en duo som faller utanför rockformatet; Roxette. Han spelar bara pop eller punk om det finns ett särskilt skäl

för att ta med just den speciella låten — den kanske belyser ett visst ämne eller berättar en historia som passar in i programmet.

I sann album radio-anda pratar aldrig programledarna i intron eller i slutet av låtarna. Man kortar nästan aldrig låtarna heller. Enda undantaget är om man ännu inte fått radioversionen eller om man tycker att låten blir bättre i en kortare upplaga.

– Något av de mest irriterande är när en DJ eller programchef bestämmer att "den här skivan skall fimpas här och jag kommer att prata över den här biten". Varför? Det tog Tom Scholtz flera år i studion att göra ett Boston-album bara så att radio-DJ:n kan prata över den utan vidare. Nej tack!

Bandit Radio saknar jinglar och sweepers. Gene förklarar det med att man i början inte hade någon produktionsstudio. Men när de kört en tid tyckte de om det rena ljudet så mycket att de beslutade sig för att fortsätta med det. De håller sig också borta från de korta hälsningar som artister brukar läsa in, "Hey, We are the ZZ Top and you are listening to Bandit 105,5", och som skivbolagen skickar till stationerna i "unika" versioner. Gene förstår inte vitsen med att spela upp hälsningarna när alla andra stationer också har dem.

En mycket trogen publik

De engelskspråkiga programledarna är den faktor som främst skiljer Bandit Radio från sina konkurrenter. Stationen kommer att fortsätta på engelska så länge det fungerar på radiomarknaden. Just nu tycker Gene det är en stor fördel eftersom det ger Bandit Radio en unik niche som ingen av de andra stationerna är intresserad av i jakten på den största och bredaste publiken. Han tror också att man kommer att få en mycket trogen publik, om än mindre.

Den speciella humorn på Bandit Radio bidrar till stationens profil. Den påminner om den humorn som odlades på offshore stationerna på Nordsjön. Gene drar själv paralleller med humorn hos de amerikanska programledare som han gillade när han växte upp.

– Om någon annan startade en rockstation på svenska så tror jag att det inte skulle på-

verka oss så mycket.

Men kan det inte vara svårt för svenskar att fatta innebörden i allt ni säger?

– Jag tror inte att några av lyssnarna har problem med vår engelska. I början var vi oroliga; kommer folk att förstå våra interna skämt och allt annat? De första gångerna kanske det kan vara svårt, men om man är en regelbunden lyssnare vänjer man sig vid vår stil och man börjar känna igen vissa saker.

En nackdel med engelskan är att reklaminslag, som skall sändas på flera stationer, blir svårare att använda på Bandit Radio. Produktionskostnaderna ökar om man skall göra en engelsk version till Bandit, vilket kan minska intresset hos annonsörerna. Det förekommer därför en del svenskspråkiga reklaminslag på Bandit.

Bandit producerar själv reklaminslag och Gene säger att deras kunder föredrar dem på engelska i stationens egen stil.

Programledarna får också läsa annonser direkt i eteren, vilket är vanligt i USA men inte här.

– Det ger oss möjligheten att göra reklaminslagen lite mer personliga och en del av programmet. Från USA har man positiva erfarenheter av detta.

Trovärdigheten ifrågasattes

Men i Sverige har det kritiserats i branschen och i pressen. Bandit Radio fick också en anmälان på sig för ett sådant reklaminslag. Gene var med på ett svensk seminarium där man spelade upp en inspelning av en radio-station i New York där en nyhetsman läste ett reklaminslag. Alla ifrågasatte genast hans trovärdighet som journalist. Gene tycker inte det är någon fråga om trovärdighet.

– Det är ett sätt att anpassa sig till vad kommersiell radio verkligen går ut på. Jag antar att det kommer att krävas lite justering på den professionella sidan. Vi verkar inte ha några problem med det bland lyssnarna. Vi får inga telefonsamtal från folk som undrar vad det var för någonting.

Det första tre månaderna saknade Bandit Radio reklaminslag. Man hann inte anställa någon reklamförsäljare förrän 2,5 månader efter starten. Den första reklamen var mest för restauranger och pubar i Stockholm. Samma slags kunder har sponsrat promotionspartyn för stationen, som "Bandits behind bars" och "A Bandit Beach Party". Bandit har flitigt gjort reklam för sig själv på stan med affischer och dekal på trafikskyltstolpar.

Sponsorer har varit viktigare än annonsörer

under våren och sommaren. Reklamförsäljningen kom inte igång ordentligt förrän under hösten. Gene tycker att Bandit har låga reklamtaxor. Det högsta priset för ett inslag på 30 sekunder är 400 kronor under rusnings-tid, och sedan sjunker priset till lägst 150 kronor. Givetvis finns det rabatter och paketpris för flera reklaminslag.

Under sommaren gav Bandit Radio ett par minuters turisttips varje heltimme sponsrade av Cykelbudet. Man ville informera om arrangemang i staden som kunde intressera såväl engelskspråkiga turister på besök som svenskar. Gene har upptäckt att svenskar och amerikaner vet ungefär lika lite om sitt eget lands historia.

Personalen på stationen uppgår till ett 15-tal. Programmen på vardagar görs av fem heltidsanställda DJ:s. Fem deltidanställda DJ:s tar hand om helgerna och hoppar in som ersättare för de ordinarie programledarna när det behövs.

Dave Nerge gör morgonpasset mellan 05.30 och 10. Gene fick reda på honom genom en vän. Dave skickade in en inspelning och Gene tyckte om det han hörde. Men han erkänner också att Dave är den programledare som ger honom mest huvudvärk. Dave är väldigt friskspråkig och pratar gärna länge under sin show. Han påminner lite om Howard Stern med mycket anspelningar på sex i skämten. Man kan aldrig riktigt veta vad Dave skall hitta på under sitt pass. Dave var i början på 80-talet sångare tillsammans med Tove Naess i popbandet Dave and the Mistakes. Nu har Dave kommit ut med ett eget album.

Psykedelisk lunchshow

Gene håller själv i lunchshowen mellan 10 och 14. Varje dag mellan 12 och 13 gör han något speciellt, lite utanför det ordinarie formatet, eftersom publiken minskar under lunchen. Ett par programinslag på 30 minuter har blivit regelbundna under lunchen. På tisdagar spelar Gene soul-musik i "Soul Kitchen", på onsdagar lägger han på ett album i "Perfect Album Side" och på torsdagar går han tillbaka till den psykedeliska eran på 60- och 70-talet i "Psychedelic Lunch". Han har också tagit med lyssnarna på bio i "Movie matiné" då han spelat filmmusik och pratat film. På fredagar under lunchen brukar Gene lägga in önskelåtar från lyssnarna.

På fredagsförmiddagar är Per Nyström från skivaffären Pet Sounds gäst hos Gene i programinslaget "Bootleg Theatre". Per spelar ovanliga rocklåtar som hamnat vid sidan

om den stora skivströmmen. I "Homegrown" på tisdagar får folk som gjort egna musikinspelningar chansen att nå ut med dem till Bandits lyssnare.

Kathy Riley tar över efter Gene kl 14 och fortsätter fram till 19. Kathy är den enda som jobbat på kommersiella radiostationer tidigare, och Gene tycker att hennes erfarenhet märks i sändning. Kathy har ett förflutet från radiostationer i Chicago, Colorado och Florida. Under hennes pass finns ett par "workforce blocks", där företag får tillägna 3 låtar till andra företag.

Blivit allt bättre

Brian Laffan har kvällspasset från 19 och lämnar över till Lawrence "The Night Owl" Pearlman vid midnatt. Bägge har erfarenheter från college-stationer i USA. De hade gjort de bästa demotapen av dem som sökte jobb på Bandit och Gene tycker att de har blivit allt bättre sedan de började på stationen. Deras improviserade prat, "Midnight Rambler", efter midnatt då Brian avlöses av Lawrence har blivit ett stående inslag och kan med god marginal överskrida 10 minuter.

Under helgerna har man testat en hel del potentiella programledare som sökt en plats på Bandit. Mot slutet av sommaren hoppades Gene att han kunde sätta samman ett fast schema under helgerna med de bästa av dem som fått chansen att göra program.

Bandit Radios personal har i Sverige tidigare haft jobb som bartenders, lärare, musiker och reklammän. De flesta är amerikaner. En är engelsman och några som testats har kommit från Australien. Det finns också en svensk bland DJ:arna.

Under lördagar och söndagar sänds ett par specialprogram som mer eller mindre avviker från det ordinarie musikformatet. "Rock Over London" är ett syndikerat program på en timme med ny rock och kortare intervjuer. "In the Studio" är också syndikerat och koncentrerar sig på klassiska rock-album. Artisterna intervjuas om hur albumet kom till, vilka influenser de hade och allt annat som kan intressera fansen.

För de yngre hårdrockarna

"Loud with Cloud" är ett eget hårdrocks-program på söndagskvällar för de yngre lyssnarna. Sådan rock med grupper som Pantera går utanför formatet och skulle skrämman bort lyssnare under vardagar. Gene vill nå dessa "headbangers" eftersom de om ett par år kommer upp i den åldersgruppen som Bandit främst vänder sig till och då kanske deras smak också blivit bredare. Programmet går mellan 20 och 21.30, innan "Headbangers Ball" på MTV.

Två andra specialprogram som Bandit gör är "Something Completely Different" med Harry Burns på lördagsförmiddagar och "Backwards and Forwards" med Izzy Young på söndagsförmiddagar. Gene lärde känna Harry i Sverige för ett par år sedan, och Izzy träffade Gene i New York.

Harry spelar en hel del folkmusik i sitt två-timmars program både från de brittiska öarna och Tredje Världen. Izzy Young har en skivaffär och tar med sig folkmusik, blues och jazz därifrån till programmet (1 timme). Ibland läser han poesi eller lägger på en Grateful Dead-inspelning. Harry är lågmäld och fåordig och Izzy mer energisk och talför. Gene sätter stort värde på deras musikval.

Forts på sidan 9



Radu Wouk i produktionsstudion, där bl.a. reklaminslag spelas in.

Närradiostationer går i konkurs

Den nya radiokanalerna, P4 och Petre, har dragit till sig en stor del av lyssnarna sedan starten i september 93. Närradiostationerna har förlorat publik och annonsintäkter. Flera stationer har gått i konkurs och många har ekonomiska problem.

Innan NRK:s Petre och den privata kommersiella P4 kom igång hade närradiostationerna under de tre första kvartalen 1993 en genomsnittlig publik på 21 procent av radiolyssnarna på vardagar (enligt RRU). NRK:s två kanaler, P1 och P2, kom tillsammans upp till 58 procent.

Förlorade en tredjedel

Siffrorna för det fjärde kvartalet visade att närradion hade förlorat en tredjedel av sin publik, från 21 till 14 procent. NRK, nu med nya Petre fick 56 procent och P4 hela 14 procent en kort tid efter starten. Närradions publik sjönk ytterligare två procentenheter till 12 procent i nästa undersökning under det första kvartalet i år. P4 ökade till 16 procent och NRK minskade till 51 procent.

En undersökning som publicerades i maj i år visar samma tendenser. Den gjordes i januari av MMI. 1.400 fick ange vilken station som de ansåg sig vara en lojal lyssnare till. Innan P4 och Petre kom i luften angav 35 procent att P1 var deras station medan P2 och närradion fick 22 procent var. Efter att de båda nya kanalerna kommit igång behöll P1 siffran 35 procent lojala lyssnare. P2 och närradiostationerna hade minskat sina lojala lyssnare till 6 respektive 14 procent.

Norsk Närradioförbund har krävt att närradiostationerna skall få konkurrera med P4 på likvärdiga tekniska villkor. Idag får närradiostationerna sända med 25 Watts effekt medan P4:s sändare runtom i Norge ligger på 10.000 Watt. Förbundet anser att det var fel att lägga P4-frekvenserna mitt i FM-bandet där närradiostationerna funnits de senaste tio åren. Man hänvisar också till att villkoret för att P4 skulle få starta, enligt Stortinget, var att kanalen inte skulle skada närradion.

Signalen når inte studion

Radio 1 Grenland i Telemark har klagat till Statens Telforvaltning (STF) att P4-sändaren på 105,2 MHz breder ut sig så kraftigt att närradiostationen inte kan ta in sina egna sändningar i B-studion, som ligger mitt i koncessionsområdet. Radio 1 Grenland sänder på tre frekvenser; 104,1, 104,2 och 105,9 MHz. Flera av lyssnare i området har klagat på att de inte får in stationen längre.

Svaret från STF var att de som klagade hade alldeles för dåliga radiomottagare. Man var inte heller villig att låta Radio 1 Grenland byta frekvenser eller få starkare sändareffekter.

Stationen är störst i Telemark och sänder dygnet runt. Den täcker städerna Skien, Porsgrunn och Bamle och ägs av 32 organisationer. På dagarna mellan 06 och 18 sänder Radio 1 Grenland en blandning av musik, lokala reportage, nyheter och riksnheter.

Mellan 18 och 20 vänder man sig till ungdomar och sportintresserade. Organisationerna får sända sina egna program under två timmar från kl 20, och kl 22 startar underhållningsradion fram till 06.

Så var det i alla fram till maj i år, då stationen gick i konkurs. Orsaken till konkursen sägs vara de sämre mottagningsförhållandena och skärpt konkurrens om lyssnare och radioreklam sedan P4 startade. Sedan P4 startade har Radio 1 Grenlands lyssnarsiffror minskat från 18 till 8 procent.

Kritiken har gett en viss effekt

Närradioförbundet har kritiserat STF för dess saktmodighet och synbara ointresse att förbättra de tekniska förutsättningarna, som frekvensbyten, för drabbade stationer. Kritiken verkar ha gett en viss effekt för i närradioförbundets eget organ "På lufta" skriver man att ett ljus kan skymtas i tunneln.

STF har börjat att försöka finna lösningar för de stationer med störst problem. I Oslo har frekvensen 98,1 MHz varit starkt störd. Koncessionsinnehavarna fick därför en ny frekvensen, 99,3 MHz.

Ett beredskapsavtal mellan NRK och närradiostationerna har antagligen bidragit till att STF blivit mer alert. Enligt lagen är närradiostationerna förpliktigade att sända meddelande från statliga myndigheter. Vid kriser kan delar av eller hela NRK bli utslaget. Då finns närradion som en säkerhet. Därför ligger det i statens intresse att närradiostationerna ger tillfredsställande täckning.

Dålig ekonomi för de flesta

Det är mycket tveksamt om enbart förbättrad sändartäckning räcker till för att lösa de ekonomiska svårigheter som många stationer tyngs av. Enligt en undersökning som kreditvärderingsbolaget Soliditet gjort för tidningen Dagens Næringsliv befinner sig 40 procent av närradiostationerna på konkursens rand medan 30 procent har ekonomiska problem. Med andra ord går bara 30 procent av landets närradiostationer tillfredsställande.

Radio 1 Grenland är en av flera stationer som nyligen gått i konkurs. Haldens största station, Radio Halden 1, gick i konkurs den 28 mars. Den delade frekvens med två kristna stationer och hade haft ekonomisk problem under en längre tid. Radio Halden 1 startade 1985.

För många på frekvensen

Stationen ger flera skäl till konkursen. Förutom dem vi tagit upp tidigare, ökad konkurrens från P3 och P4 samt svaga sändare, anger man att det fanns för många koncessionsinnehavare på frekvensen och att det därför var svårt att ge utbudet en enhetlig profil. Radio Halden efterlyser fler frekvenser till närradion för att minska blandningen av olika program på respektive frekvens. Stationen drogs också med ett gammalt underskott sedan tiden innan reklam blev tillåten i närradion.

Radio 1 Sör i Kristiansand hade förlorat 50 procent av sina lyssnare och gick i konkurs i juni med nästan 1,1 miljon norska kronor i skulder. Den var en av de första närradiostationerna när den startade för tolv år sedan. Radio 1 Sör tillhörde de största och mest kända närradiostationerna i landet.

En hetsig dragkamp

Konkursen föregicks av en hetsig dragkamp mellan lokala intressen och Allerguppen, som via Norsk Radio Utvikling A/S (NRU) driver Radio 1-stationerna. NRU, som äger 20 procent av aktiekapitalet i Radio 1 Sör, var villig att gå in med mer pengar om Radio 1 Sör renodlades till en station med musik och nyheter i linje med Radio 1-formatet. De lokala aktieägarna föredrog det ursprungliga föreningsradiokonceptet och tyckte att utbudet hade blivit för ungdomsinriktat. Skulle stationen kontrolleras från Oslo eller Kristiansand? Allt skulle avgöras på generalförsamlingen den 27 april.

Stationen har de senaste året gått med förlust. Underskottet på 133.000 norska kronor från 92 ökade med knappt en halv miljon 93 och ytterligare 461.000 kr under de fyra första månaderna i år. Norsk Radioutvikling gick hösten 93 in med 220.000 norska kronor i Radio 1 Sör och kunde tänka sig att lägga upp ytterligare 220.000 n kr under förutsättning att stationens aktiekapital skrevs ner med 70 procent. Lokala finansörer hade också sagt sig intresserade att investera en halv miljon kronor i fortsatt drift. Det skulle innebära att de ursprungliga aktieägarna, religiösa och andra organisationer, miste kontrollen över radiostationen.

Aktieägarna mot NRU

Norsk Radio Utviklings förslag lades fram av den avgående styrelsen när Nærkringkasting Sør A/S, som driver radiostationen via dotterbolaget Radio 1 Sør A/S, höll bolagsstämma. En majoritet av aktieägarna förkastade ett renodlat Radio 1-format och ville gå tillbaka till ett mer lokalt programutbud, som fanns innan NRU kom in i bilden. Musikformatet borde bli bredare och avlägsna sig från den ungdomsinriktade profilen som Radio 1 Sör fått och som påminde alltför mycket om P4. Ägarna gick emot en majoritet av stationspersonalen, som trodde på Radio 1-formatet.

Aktiekapitalet skrevs ned med 70 procent (från 1.090.000 kr till 328.000). Nya aktier skulle emitteras för en halv miljon kronor. De lokala ägarna ville inte låta NRU öka sin del från 20 till 49 procent av aktiekapitalet och begränsade därför bolagets möjlighet att satsa i stationen. Paragrafen i stadgarna om att ingen får äga mer än 20 procent av stationen stod fast.

Skulderna var emellertid för höga och i början av juni begärdes Radio 1 Sør A/S i konkurs. Det mesta tydde på att Norsk Radio Utvikling skulle försöka ta över koncessionen via det nya bolaget Radio 1 Kristiansand A/S och fortsätta driva radion efter Radio 1-

konceptet.

Ett streck i räkningen var dock att de två andra stationerna, Radio Ung och Studentradion, som sänder på frekvensen, 106,9 MHz, tog över sändningstider från Radio 1 Sör. Det skedde på det årliga frekvensmötet, och eftersom de var två mot en var det inte så svårt. Radio 1 Sör sände på vardagar mellan 06.30 och 24.00. Nu tar de två andra stationerna över klockan 15.

nerna över klockan 15.

Med kortare sändningstid blir inte koncessionen lika intressant för NRU. Radio Ung och Studentradion drivs ideellt och vill göra "nära närradio". Radio Ung kan också tänka sig att ta över Radio 1 Sörs ursprungliga uppgift som organisationsradio. Statens medieförvaltning kommer antagligen att få avgöra den nya fördelningen av tider

på frekvensen.

Från årsskiftet kommer de nya femåriga närradiokoncessionerna att gälla. Norsk Radio Utvikling har via sin administrativa direktör Alf Lande uppmanat Kulturdepartementet att minska det nuvarande antalet koncessioner på 415 st för att ge närradiostationerna bättre ekonomiska förutsättningar att verka.

Triple J spelar ny rockmusik för ungdomarna i Australien

Radiostationen Triple J vänder sig till ungdomar i åldern 13-24 år och har cirka en miljon lyssnare. Den drivs av statliga Australian Broadcasting Corporation (ABC). Fast detta framgår inte på något sätt i kanalens utbud. Triple J har egna nyheter och anropar inte med ABC:s namn.

Utbudet skiljer sig från den privata konkurrenten Triple M främst genom att Triple J satsar mycket på nya rockgrupper. Inhemska grupper som Ratcat, Yuthu Yindi och Falling Joys spelades först på Triple J.

Musikformatet är varierat och omfattar heavy metal, rap, trash, pop, rock, reggae, world och dance. Under ett år hade fem tusen australiensiska grupper utan skivkontrakt fått en chans att föra ut sin musik till lyssnarna via Triple J.

Den icke-kommersiella stationen sänder nyheter varje hel timme. Även om man producerar sina egna nyheter så har Triple J tillgång till ABC:s nyhetsbevakning, som överförs via kabel och spelas in på rullband. Inslagen från ABC är som regel färdigredigerade när de kommer till Triple J.

Från arbetslöshet till sex

Stationen har inget officiellt åtagande att ha en viss andel information och "current affairs", men satsar ändå mycket på dessa programinslag, särskilt på morgonen och midnatten. Det kan vara allt från arbetslöshet till sexualrådgivning. Då behövs det en DJ, en producent och en tekniker för att köra programmen. Under andra tider på dygnet kan DJ:n själv sköta sändningen.

Även en offentlig station som Triple J använder en spellista för att ha kontroll över musikutbudet. Spellistan omfattar cirka 120 titlar inklusive LP-spår. Producenterna väljer ut 5 spår från nya album, vilka läggs in i listan.

En enskild låt får spelas högst tre gånger per dygn. Varje DJ väljer själv låtar från spellistan. De har krav på sig att spela minst 25 procent australiensisk musik. I praktiken blir det 35 procent inhemsk musik och andelen är konstant under dygnets alla timmar. Listan ligger på data.

Triple J startade i Sydney och har sedan dess etablerat sig i samtliga delstaters huvudstäder. Stationen finns också i Newcastle i New South Wales. Någon ytterligare expansion är inte aktuell. Distributionskostnaderna skulle bli för höga. Triple J sänder uteslu-

tande på FM och i huvudsak på frekvenser över 100 MHz.

Stationen sänder från sjätte våningen i ABC:s radiohus Ultimo Centre i Sydney. Här jobbar cirka 35 för stationen. Ytterligare tio på Triple J är utspridda över hela landet.

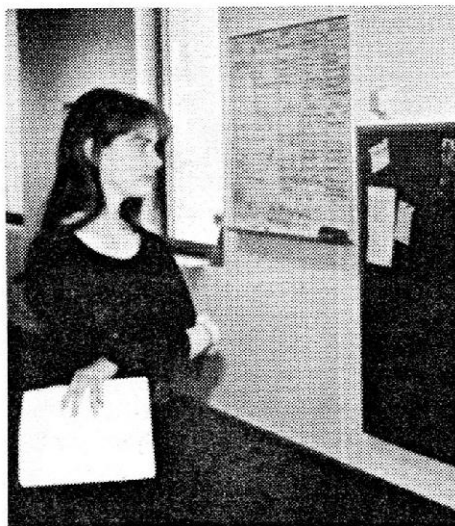
Det är en mycket modernt utrustad station. Istället för carts har man ett digitalt datasystem där alla jinglar är lagrade. Nyhetsinslagen lagras också i systemet.

Programledaren har en dataterminal på sitt kontrollbord. På terminalen beställer vederbörande de jinglar och inslag som behövs under programmets gång. Datormen letar upp respektive jingle eller inslag och talar om hur långt det är. När operatören kör ut inslaget räknar terminalen ner tiden.

Digitala system

Med sådana digitala system är det möjligt att sända dygnet runt på automatiserade stationer. Utbyggda system kan också lagra musiken och varva musik, jinglar, reklam och förinspelade påmonser.

Triple J har inte gått så långt då det inte passar med deras programformat. I stället mixar DJ:n själv och startar alla skivor och CD. Man satsar mest på CD eftersom det numera knappast går att köpa vinylskivor i landet. Ännu finns vinyl singlar, men CD-singlar kommer allt starkare. Däremot är man inte förtjust i kassettsinglar på stationen.



Jenny Oldershaw, music researcher, som även gör program på vardagar mellan kl 12 och 16.

I studiorna står bland annat två skivspelare, två CD-spelare, rullbandspelare, mixer, dataterminal för jinglar och inslag och en dataterminal för kontroll. Terminalen har bild med touchkontroller för olika apparater.

Tre studior kan användas för livesändningar. Dessutom har de en produktionsstudio och en flerkanalstudio för liveinspelningar. Programmen med livemusik går på måndagskvällar kl 20.00.

Lokalerna är ljusa. Producenterna sitter i ett rum och programledarna i ett annat rum. Varje person har ett eget bås med skrivbord, hyllor och skåp. Båsen är avdelade med skärmar.

Text och foto: Karl-Erik Stridh

Mer om radio i Australien:

Frekvens nr 2/90 - allmän presentation av radion och TV:n i landet.

Frekvens nr 1/91 - Australiens utlandsprogram.

Irländsk radio kan få musikkvoter

Irländska radiostationer kan bli tvingade att spela en viss minimiandel irländsk musik i sina sändningar, troligen mellan 20 och 40 procent. Lobbygruppen "Support Jobs In Music", som vill skapa fler irländska arbetstillfällen i musikbranschen, förespråkar 40 procent. Gruppen har lagt fram ett förslag om vad som borde betecknas som "irländskt", vilket har antagits av kulturministern Michael D. Higgins.

Tolkningen av vad som är irländskt är bred. Musiken behöver inte ha skrivits eller spelats in av irländska artister för att klassas som inhemsk. Det finns en mängd andra bakvägar; om skivan spelas in i en irländsk studio, om inspelningen leds av en irländsk producent och irländska tekniker, om samtliga CD-skivor eller kassetter för världsdistribution tillverkas i Irland, om utländska musiker, som t ex utnyttjar de irländska skatterna, har bott ett visst antal år i Irland, om ett irländsk förlag har 50 procent av de globala rättigheterna till verket och om musiken helt arrangeras av en irländare.

Ännu har inget beslut tagits om Irland skall införa någon kvot för irländsk musik i radion.

Förebild för många under Top 40-formatets bästa år

Jack "Jackson" Armstrong är 48 år och tillhör Nordamerikas legendariska Top 40-radiopersonligheter. Sedan han som fjorton-åring började i radio har han hunnit med att höras på 22 stationer, varav många tillhört de största och mest avlyssnade i Nordamerika. Detta under Top 40-formatets bästa år. Därför är det många kolleger i branschen som vuxit upp med "Jackson" som förebild.

Mitt första möte med denne hyperaktive, tuggummituggande, snabbnackande, snackglade och alltid vänlige radioveteran var 1984, då han jobbade på KKHR i Los Angeles.

Men nu till Jacks egen berättelse om sin radiobana.

– Jag började med radio på deltid när jag var 14 år och fortfarande gick i skolan. Det var 1960 i min hemstad Chapel Hill i North Carolina på WCHL.

Efter ett par år med deras beautiful music-format lämnade jag dem för mitt första jobb på en radiostation, WSSB i Durham NC. Rockformatet passade mig perfekt. Jag har alltid varit hyperaktiv, så jag bestämde mig för att satsa på rock.

De stora AM-stationerna

För att bli nationellt känd fortast möjligt bestämde jag mig för att söka jobb på de stora starka AM-stationerna. Det skulle dessutom ge en viss arbetstrygghet, trodde jag, vilket dock visade sig vara fel. Men det var en intressant teori.

Ok, jag jobbade sedan mig upp via en mängd stationer. Jag rabblar dem i följd från WCDJ i Edenton NC. Sen bar det iväg till Atlanta GA där jag jobbade på två stationer, WSME och WDJK. Därifrån åkte jag hem för att avsluta min skolgång i North Carolina, men jag övergav skolan för mitt första heltidsjobb på WCOG i Greensboro, där jag trodde jag skulle stanna för alltid (här hörde Rick Dees — då en mindre känd ung man — Jack för första gången). Efter en kort tid på WAYS i Charlotte återvände jag till WCOG som programchef.

Mitt första jobb på de stora ställena blev i Cleveland där jag var i nitton månader på två stationer, WIXY och WKYC. Den senare hördes överallt. Detta var 1966 och jag började bli känd (det var här i Cleveland då en femtonårig Bill Lee blev en av Jacksons fans. Bill refererar alltid till Jack som "min fader i radio").

Hamnade på CHUM i Toronto

Hur som helst, som vanligt, kom jag ihop mig med stationschefen, så via WMEX i Boston hamnade jag i Toronto, Kanada, på den legendariska stationen CHUM.

Efter Kanada blev det WPOP i Hartford. Därefter var jag ett år på KLTK i Denver. Nästa blev också en av de stora, WKDW i Buffalo. Dom sade att dom hade fått rappor-

ter om att denna station på 1520 kHz även kunde höras i Sverige.

Tre år senare åkte jag till Pittsburgh och WKDQ. En av de första stationerna i USA som använde siffror och bokstäver i sitt call, "13Q". WIFE i Indianapolis blev nästa anhalt. Jag var sedan borta från radio i ett år och jobbade som manager för ett diskotek som gjorde stora pengar, men tyvärr inte jag.

Min återkomst i radio blev i Los Angeles på KTNQ, "10Q", där jag samtidigt jobbade på deras systerstation, KGBS-FM, som då hade formatet country.

KGBS bytte format och blev "Top 40", KHTZ. Jag stannade i fyra månader efter att de nya ägarna tagit över. Drog sedan vidare till KFI där jag stannade i två år. KFI tillhör också de stora starka stationerna och är ensam på sin frekvens på nätterna.

Pilotprogram för MTV

Under den här perioden gjorde jag också 28 pilotprogram för vad som skulle bli MTV. De kallade dem för "pop clips" och hade gjort 65 avsnitt innan dom valde ut mig bland ett hundratal andra.

Jag fick som programledare veta att om dessa försök inte blev lyckade så skulle det inte bli någon videokanal. Därför gjorde jag verkligen mitt yttersta och lyckades. Men när dom sa, "låt oss göra MTV", så hade dom ändrat musikformatet till hårdrock, vilket inte är min stil. Därför var jag inte med när MTV startade.



Efter KFI var jag återigen borta från radio i ett år då jag var hemma hos min far som just hade genomgått en större hjärtoperation. Min far tillfrisknade och jag började på KFRC i San Francisco. Under de två åren jag var där hann jag med att ha fyra olika skift.

En oförglömlig station

KFRC var en intressant och oförglömlig station, fylld med mycket talangfulla människor, som Dr Don Rose, Bill Lee, Dave Shollin, Harry Nelson, Gery Cagle, Sandy Louie och alla de andra. Vi var som en enda stor familj. Det var en mycket intressant och lärorik tid.

Strax innan programchefen Gery Cagle skulle sluta talade han om det för mig, så jag tog kontakt med KKHR i Los Angeles, där jag började i januari 1984 (Jack och hans show var fortfarande i etern när jag träffade honom 1985. Men när jag besökte Jack på KKHR 1986 var han mycket missnöjd med stationsledningen. Han fick inte göra sin show med drops och sin gorilla. Bara rak annonsering. Mycket tråkig radio!).

Jag skrev och föreslog CBS att ändra KKHR-formatet åt urban strax innan KPWR, Power 106, startade. Tyvärr förlorade jag och dom lät KKHR gå tillbaka till samma gamla KNX-format som förut.

Efter KKHR gick jag över till disco på heltid sex dagar i veckan. Jag gjorde också en sju till åtta TV-shower på lokal TV. "CD – California Dancing", kallade vi showerna för. Tyvärr misslyckades vi att syndikera programmet och lade ner projektet.

Fick fria händer

KBOS i Fresno bad mig komma upp och göra tre veckors prov som morgonman. Det utföll till deras belåtenhet. Men när jag talade om vad jag ville ha betalt så kom vi inte överens. Dom anställde en annan gubbe, men det höll bara i två månader. Dom ringde och ville ha upp mig igen. Den här gången var dom beredda att betala flyttningen och vad jag ville ha och ge mig fria händer angående musikval och programuppläggning. Jag började den 15 januari 1988 och det gick bra. Vi hade bra ratings.

Att göra morgnar är mycket annorlunda. Det kräver mycket stor disciplin och förbe-

redelser. Men det svåraste är att gå upp så tidigt. Jag gick upp kl 02.30, kom till stationen 04.30 och förberedde programmet fram till 05.30, då jag gick ut i luften. Förberedelserna var sällan helt klara förrän 06.15, men jag tyckte att det blev ganska bra.

Vilka förebilder hade du när du började din radiokarriär?

– Jag brukade lyssna på Dick Biondi och alla de bästa på WLS i Chicago och KDWB i Minneapolis. På den tiden var dessa två stationer klart tongivande. På klara nätter brukade jag ta in WABC och Cousin Brucie från New York, fast då var jag redan i branschen. Han och jag började ungefär samtidigt i radio.

Under så lång tid i branschen och med så många stationer bakom dig måste du ha en hel del kul minnen. kan du berätta något?

– Ja, ett av mina bästa radiominnen var när jag hade förmånen att göra den första mobila radiosändningen på KFRC. Det var en mycket speciell känsla att kunna snacka med folk i radio som man just åkte bredvid mitt i trafiken.

Sen finns det ju massor med roliga händelser, som när vi hade en man som alltid gick av sitt skift en halv timme tidigare för att hinna till sitt extraknäck. Han bandade sina övergångar som jag fick köra när han hade gått. Jag tröttnade på det och fick ett effektivt slut på fasonerna genom att gradvis speeda hans snack, lite mer för varje övergång.

Eller den gången i Cleveland. Det var en sen söndagskväll och jag trodde inte det var så många lyssnare. Jag bad dem därför att signalera om de hade vägen förbi stationen, så skulle jag hälsa. Det blev rena kaoset. Varje gång jag öppnade mikrofonen och fönstret

Profilenkassetten 3, Jack Armstrong, är en C60-kassett med airchecks från 13Q WKDQ/1973, 10Q KTNQ/1979, KFRC:s första mobila sändning 1982, KHR/1984 och KBOS B95/1987.

Kassetten kostar 75:- och kan beställas av Kenneth Andersson, postgiro nr 424 65 81-5.

blev jag överröstad av signalhorn. Det värsta var att dom kom från alla håll. Det blev totalstopp. Dom blev förbannade och hytte och skrek att jag skulle buras in. Polisen kom eftersom grannarna inte kunde sova på grund av oväsendet.

Stämningen blev så hotfull att min nyhetsman smugglade ut mig i en tvättkorg över täckt med handdukar. Han lastade in den och mig i bakluckan i sin bil och körde mig hem. Dan efter kom högste chefen och sa, "gör aldrig om det här, såvida du inte har pressen på plats innan". Det är det radio bör vara. Den skall vara kul.

Vilket råd skulle du vilja ge nykomlingar i radiobranschen?

– Man måste vara passionerat kär i mediet om man skall lyckas. Det duger inte att gå på rutin. Man måste vara passionerad.

Text och foto: Kenneth Andersson

PS. Jack slutade på KBOS 1992. Sedan dess är det ingen i branschen som vet var han är. Det har till och med varit annonser i fackpressen som efterlyst airchecks, om någon till äventyrs skulle veta var han finns.

Forts Bandit Radio fr sid 5

De breddar utbudet till musikformer som påverkat rocken sedan den slog igenom på 50-talet.

Bandit Radio startade sina sändningar den 31 januari i år kl 19.15. Första låten ut var "Roadrunner" med Jonathan Richman and the Modern Lovers på vinylskiva. Stationen skulle egentligen varit i eter klockan sju på morgonen samma dag, men man fick inte klart utrustningen förrän drygt tolv timmar senare. Veckorna före premiären var hektiska. Lokaler i södra Hammarbyhamnen fick Bandit Radio först en månad tidigare och mycket gick på improvisation i början.

Man har haft stora problem med sändaren, som stationen hyr av Teracom. Täckningen har varit dålig i stora delar av Stockholmsområdet. Det har tagit lång tid att få en bättre sändarantenn i Kaknästornet. Vid tiden för vår intervju var den nya antennen äntligen på plats och signalen når nu också lyssnare i skärgården.

Flyttade till Sverige 1989

Gene Kraut flyttade till Sverige 1989 och hade dessförinnan regelbundet besökt landet sedan 1983. Han har jobbat i musikbranschen i USA i 17-18 år för bolag som CBS och Hannibal Records och varit personlig manager för artister i USA och Europa.

När han flyttade hit blev han besviken på radion i Sverige.

– Jag såg aldrig radion som någon yrkeskarriär för mig. Jag reagerade mest som lyssnare.

Men under 1993 funderade Gene allvarligt på att ge sig in i radiobranschen när planerna på kommersiell radio i Sverige började ta form. Det verkade dock dröja länge innan politikerna kunde bestämma sig. Gene övervägde allvarligt att flytta tillbaka till USA och återvända till musikbranschen. Han flög över till New York för att sondera terrängen.

Men han kom snart på andra tankar. Gene fick veta att han skulle bli pappa på nytt, och familjen beslutade sig för att föda det andra barnet i Sverige och stanna här. Då bestämde han sig för att satsa på radio i Sverige.



Mixer och tre CD-spelare i sändningsstudio. Utanför bild står spelare för disketter och en hederlig gammal grammofon för vinylskivor.

När Gene kom tillbaka från New York låg ett brev till honom från Thomas McAlevey, som erbjöd honom att satsa i en engelskspråkig station. Gene ringde Thomas innan han packat upp och sa "Du kan inte göra detta, det är ju min idé". De träffades och kom överens om att samarbeta. Thomas var mer inne på ett Classic Rock-format medan Gene ville hade det bredare format som stationen nu har.

Utklädda till banditer

På auktionen i september hade de två klätt ut sig till banditer och de väckte stor uppmärksamhet i sina utstyrlar. Koncessionen kostade 1,7 miljoner kronor. Thomas var ensam ägare i början. Men när sändningarna startade behövde stationen mer kapital så man gick ut med en nyemission av aktier. Nu äger McAlevey 84 procent av A-aktierna Gene 10 procent och Mats Gremlund 6 procent. Ett 50-tal privatpersoner har investerat i B-aktier.

Gene kan inte tänka sig att släppa in nå-

gon större ägare om de skulle behöva mer kapital.

– Vi kommer inte att ge upp makten över stationen. Det finns inget skäl för oss att göra det. Vi kommer inte att gå under. Även om vi skulle råka ut för problem så har vi för många som tror på oss, även inom mediebranschen, för att vi skulle tillåta stationen att stänga. Vi kommer aldrig att bli nummer ett här, men vi kommer att vara mycket starka i mitten. Våra reklamtaxor kommer att vara lägre än de flesta andras och våra lyssnare kommer att vara köpstarka. Våra manliga lyssnare mellan 20 och 35 år ligger i en hög inkomstklass, kanske den högsta på någon station.

Gene skulle bli nöjd om Bandit Radio når 5 procent av lyssnarna i Stockholm. I våras hade man 2,3 procent enligt RUAB.

Text och foto: James Mollan

Intervjun med Gene Kraut gjordes den 6 juli 1994.

AVLYSSNAT

Välkommen till en ny avdelning i Frekvens. "Avlyssnat" skall ge er nyheter om de svenska radiostationerna. Allt från ägarförändringar, nya stationer och konkurser via ändrade programformat och ny personal till PR-kampanjer och ovanliga programinslag.

Eftersom spaltens redaktör befinner sig i Stockholm kan det bli ett överslag av nyheter om huvudstadens radiostationer. Men jag hoppas, att med Er hjälp, kunna bredda bevakningen till hela landet. Skriv, ring eller faxa till spalten! Lämna alltid Ert namn och telefonnummer/adress, så jag har möjlighet att kontakta Er vid oklarheter.

Storstadstradion i Stockholm på 107,5 MHz blev den första reklamradiostationen som gick i konkurs. Officiellt slutade stationen att sända fredagen den 17 juni kl 18 och Classic FM skulle därefter ta över frekvensen med klassisk musik. Men åtskilliga timmar efter Storstadstradions stängning strömmade popmusik ut på 107,5.

Tidigare på fredagseftermiddagen gick stationens chef **Christer Jungeryd** ut i eteren och tog farväl av lyssnarna. Han sade bl.a. att:

"Vi har varit för optimistiska. Vore man inte optimist och lite tokig entreprenör, då skulle man nog inte ha startat det här. Det kanske är så att Storstadstradion med den höga ambitionsnivå och den förhållandevis höga kostnad som det innebär att satsa på duktiga journalister, det är kanske så att vi kom för tidigt. Vi skall försöka i ett senare skede, när reklamradiomarknaden har växt till sig".

Storstadstradion hade en ambitiös målsättning med sport och journalistiskt inriktade program. Musikformatet på dagarna var pop med ett stort inslag oldies. Flera kända radioröster hade värvats från riks- och lokalradio, som **Gunnar Kugelberg**, **Lasse Kinch**, **Roger Burman**, **Staffan Dopping** och **Kent Granquist**. På lördagsmorgnar gjorde **Hasse Tellemar** en variant av "Ring så spelar vi" med musik för de äldre lyssnarna. På kvällar och nätter spelades klassisk musik.

Storstadstradion refererade Sveriges matcher från Ishockey-VM, vilka erbjöds till andra intresserade stationer utanför Stockholm. Z-Radio hade rättigheterna, men överlät sändningarna till Storstadstradion. Fotbolls-VM skulle också gå i radion. I slutet av juni satt fortfarande reklam uppe för fotbolls-VM i Storstadstradion på papperskorgar i Stockholm. En händelse som såg ut som en tanke.

När inte **Staffan Dopping** fick ut sin lön i maj sade han upp sig. Han menade att programformatet varit för splittrat och att marknadsföringen av kanalen och dess kända röster varit usel. Andra på stationen kritiserade ledningen för att den hade satt upp alldeles för optimistiska ekonomiska kalkyler. **Staffan Dopping** skrev om sina erfarenheter från Storstadstradion i tidningen *Resumé*, nr 37, den 15 september:

"Lyssnarna belönade inte Storstadstradions vilja att faktiskt behandla publiken som vuxna människor med behov av annat än jönseri och nojs. (...) Våra program bjöd på såväl nyhetskommentarer, artistintervjuer och klassisk musik som rena sportreferat och kommentarer. Men på bildekaler och klisterlappar (som utgjorde en stor del av den rätt torftiga PR-verksamheten) framstod programprofilen som mer begränsad: "Storstadstradion — sport, spel, nöje". Denna delvis deformierades något i den interna jargongen: Blodstradion — spott, spe, löje. Direkt från Slakthusområdet".

Dopping beklagar sig över den rådande radiotrenden i Stockholm mot "nostalgipopradio" och undrar om det bara finns reklam-pengar att hämta bland den medelålders publiken. Han tycker att programledarna har reducerats till anonyma röster:

"Kompetenta radiopratare som vill annat än bara jollra i eteren tycks inte ha något att hämta i den trendvåg som sköljer över flera av Stockholmsstationerna just nu. Här och var finns det — råkar jag veta — programledare som faktiskt har en del att säga. Men såvitt jag förstår tillåts de inte tala efter egen näbb längre. Den som pratar personligt är ett hot mot profilen — bättre då att koncentreras talet till jinglarna så att ingen avviker från den fastlagda linjen. De få meningar som sägs av riktiga människor är allt oftare upplästa från "pratkort" som radioledningen förser personalen med; — Läs innantill!"

Staffan Dopping har återvänt till Sveriges Radios P1 som programledare i samhällsmagasinet "Studio Ett"

Publiksiffrorna i de två RUAB-undersökningarna gav Storstadstradion 0,9 (Mars) och 1,7 (Maj) procent av lyssnarna i Stockholm. Med så låga siffror var det svårt att få in tillräckligt med reklamintäkter till driften av en sådan personalkrävande station. Kostnaderna för teknisk utrustning och koncessionen blev också mycket högre än vad man hade räknat med. De ursprungliga planerna på att upprätta likadana stationer i Göteborg och Malmö sprack när koncessionsavgifterna trissades upp högre än i Stockholm.

Ledningen förhandlade under våren med nya finansörer, som skulle gå in som delägare och rädda fortsatt drift. Men förhandlingarna sprack och konkurserna var ett faktum med 1,1 miljoner kronor i skulder.

Stationen ägdes till 65 procent av Future

T.A. AB. Övriga ägare vare **Jelbe Production AB** (10 %), **Stockholm Marathon/Tjejmilen** (5 %), **Stockholm Open** (5%), **Stockholms Travsällskap Solvalla** (5 %), **Svenska Fotbollsförbundet** (5 %) och **Svenska Golf-förbundet** (5 %).

Engelska Classic FM köpte Storstadstradions koncession och utrustning innan konkursen. Kort efter att Storstadstradion tystnade sände Classic FM ut fågelkvitter på frekvensen och meddelandet: "Ni lyssnar på Classic FM. Inom kort börjar vi sända världens vackraste musik 24 timmar om dygnet på frekvensen 107,5". Klassisk musik ersatte snart kvittret, men meddelandet var det samma även under augusti.

I början av september sa man att de reguljära sändningarna skulle starta samma månad och senare specificerades detta till söndagen den 25:e september. Det enda nya vi kunde upptäcka denna söndag var att vissa musikstycken annonserades. Avannonserna var väldigt formella med enbart stycke och kompositör och lät påtagligt förinspelade. Pausen till nästa musikstycke var misstänkt lång. Intrycket förstärktes av att det var olika röster som annonserade musiken. En annan röst kom ibland in och sa att Classic FM var en del av Europas största klassiska radio-kedja.

Classic FM spelar delar av klassiska stycken och symfonier, precis som förebilden i England. Där sänds Classic FM som en nationell kanal med reklam. Tidigare i år fick man koncession för en nationell kanal i Holland (se sidan 28). I Helsingfors finns också Classic FM, som nått höga lyssnarsiffror. Delägare i den finska stationen är bl.a. **Vestmanlands Läns Tidning** i Västerås.

CLASSIC RADIO

Klassisk musik dygnet runt

Den andra klassiska stationen i Stockholm, **Classic Radio**, fick bråttom att flytta fram sin premiär när Classic FM tog över 107,5 MHz. Redan den 22 juni gick Classic Radio ut med musik på 106,3 MHz. Programmen sänds också över Göteborg på 107,8 MHz. Musiken är delar av klassiska verk, som på Classic FM. På kvällar brukar längre stycken spelas. Enligt stationens egna tryckta programschema har man nyheter varje timme från 06 till 19 och tips om kulturlivet efter nyheterna på vardagsmorgnar och -kvällar.

På vardagar ser det ut så här: 06.00-09.00 "Preludium" med **Patrik Peter**, 09.00-12.00 "Romance" med **Christel Rennerfelt**, 12.00-16.00 "Kulspel" med **Gunnar Kugelberg**, 16.00-19.30 "Intermezzo" med **Åsa Winzell**, 19.30-22.30 Konsert.

Nattprogrammet är identiskt sju dagar i veckan: 22.30-00.00 Veckans CD och 00.00-06.00 "Eine kleine Nachtmusik" med **Åsa Winzell** och **Patrik Peter**.

Lördagar: 06.00-10.00 "Morgonstämning", 10.00-11.00 "Ouvertyr" med **Ellisabeth Söderström**, 11.00-12.00 "Classic Countdown" med **Gunnar Kugelberg**, 12.00-15.00 "Förstklassiskt" med **Johanna Östlund**, 15.00-18.00 "Operamani", 18.00-22.30 "Musik till midda'n".

Söndagar: 06.00-10.00 "Morgonstämning", 10.00-11.00 "Önskeklassiker" med

Lars Roos, 11.00-12.00 "Rendez-vous" med **Christel Rennerfelt**, 12.00-15.00 "Förstklassiskt" med **Johanna Östlund**, 15.00-18.00 "Operamani", 18.00-22.30 "Mästar-konsert".

Det har riktats kritik mot att programledarna inte alltid vetat vad som spelats och annonserat fel musikstycke. Har man inte gedigna kunskaper i klassisk musik kan det vara svårt att skilja den ena sviten från den andra i en symfoni. **Johan Englund** är programansvarig.

Bakom Classic Radio står artistförmedlingsbyrån Nordic Artist och Moderna Tider. Förlaget Moderna Tider ger ut tidskriften med samma namn och ägs av Jan Stenbecks Kinnevik-koncern.

Koncessionen i Stockholm ropades in av Media & Reklam i Sverige AB, som ägs av Svensk Direktreklam. Moderna Tider och Nordic Artist hyr koncessionen av Svensk Direktreklam.

Tillståndshavare för frekvensen i Göteborg är **Charlotte Gertorp** och stationen hade ursprungligen namnet Rix Rock. Det var den andra stationen som Rix ropade in i Göteborg. Det blev aldrig någon rock på frekvensen, inte ens Classic Rock.

Det var stora skillnader i pris mellan de två koncessionerna i Södertälje som auktionerades ut i april. **Jan Friedman** fick den första frekvensen, 100,8 MHz, för 795.000 kr. Rena fyndet jämfört med de tidigare beloppen! Tillståndsinnehavare är **Morneon Fastighets Invest AB**. Jan Friedman, som startade SRU/RIX-nätet men senare hoppade av, misslyckades få någon frekvens på de första auktionerna. Han tyckte prisnivåerna i t.ex. Stockholm var alldeles för höga.

Det andra tillståndet skenade iväg till 2,1 miljoner och gick formellt till **Britt-Marie Oskarsson**, fru till Claes Nydahl på Radio Nova. **Radio Megapol** kommer att sända sitt program på den här frekvensen, 104,1. Man var mycket angelägen om att få denna frekvens eftersom man är rädd för störningar på sin Stockholmsfrekvens, 104,3, från Södertälje. Men med samma program begränsas skadan.

Auktionen i Södertälje skulle ha hållits långt tidigare, men det framfördes protester mot att en av budgivarna hade ekonomisk uppbackning av kommunfullmäktige. Kommuner får inte vara delägare i reklamstationer. När det kom till kritan hade kommunen inte råd att ställa upp med tillräckligt mycket pengar.

Golden Hits heter Jan Friedmans station på 100,8 MHz i Södertälje. Den började med testsändningar onsdagen den 20 juli. Under testerna, dygnet runt, spelades ett begränsat antal oldies främst från 60-talet. Officiellt skulle stationen komma igång den 1 augusti med oldies från mitten av 50-talet fram till 1970. I augusti kom i alla fall den första reklamen på stationen. **Bengt Palmers** lägger programmet. Stationen har inga programledare. En CD-växlare och en dator styr innehållet.

Jan Friedman är missnöjd med sändartäckning och Teracoms insatser och bedriver eterlobbying. Med jämna mellanrum berättar han i ett inspelat inslag, till tonerna av

Beatles "Getting Better", att Golden Hits mottagning tyvärr är sämre jämfört med andra reklamradiostationer i Stockholmsområdet, vilket beror på att Teracom ännu inte levererat en bättre sändare.

Några dagar innan Golden Hits kom igång med sina testsändningar slutade **Radio Rix** i Stockholm på 107,1 MHz att återutsända RIX-programmen från Göteborg. Stationen gick över till ett oldieformat, men med reklam och Rix-nyheterna från Göteborg som vanligt fem i.

Stationen har fått en ny stationschef, **Stefan Nero**, som har jobbat inom Kinnevik-koncernen.

Efter omläggningen, fram till sista veckan i september, hade stationen bara ett bemannat pass, vardagsmorgnar till nio. Resten var nonstop musik, reklam, riks(x)nyheter och ett par lokala väderprognoser. Sista septemberveckan utökades de bemannade timmarna fram till kl 18. Tre programledare har varsitt pass. De är **Robban Johansson**, **Ulrika Jonsson** och **Janne Palm**.

Samma vecka hade **Radio Vinyl 107,1**, som stationen numera kallar sig, en tävling där man kunde vinna minicall-apparater om man visste registreringsnumren på Taxi Kurirs bilar. Stationen lämnade de tre första bokstäverna på en registreringsskylt och gav lyssnarna uppgiften att fylla i de tre sista siffrorna. Den första veckan i oktober, under RUAB-mätningarna, gick en tävling med resor i pris. Finalomgången hölls på nöjesmässan lördagen den 8 oktober.

Musikformatet omfattar låtar från 60- och 70-talet. Precis efter omläggningen förekom också låtar från 80-talet.

Att Stockholmsstationen överger de nationella Rix-programmen är ett hårt slag mot konceptet om ett landstäckande radionät. Stationerna i Stockholm, Malmö och Göteborg har varit strategiskt viktiga för Rix och när teoretiskt ett par miljoner lyssnare. Men lyssnarsiffrorna har varit dåliga; Stockholm 0,8 procent, Malmö 0,4 procent och Göteborg 3,7 procent.

SRU/Rix:s säljbolag med tre anställda lades ner i juli. Bolaget har sålt reklam till Rix-nätet, men varit olönsamt. **Riksmedia** tar över. Bolaget säljer bl.a. reklamtid till Energy-stationerna. Det kommer att bli ett närmare samarbete mellan Rix och Energy.

Den 10 oktober avgick **Kenny Genborg**, som var Radio Rix stationschef i Göteborg. Orsaken sägs vara samarbetet med Energy/NRJ. Tillförordnad stationschef är **Rose-Marie Olsson**. Energy har gått in som ägare (40 procent) i fyra Rix-stationer i Stockholm, Göteborg, Malmö och Eskilstuna.

Radio Hibernia i Stockholm startade med testsändningar på 106,7 MHz från Nackamasten under andra halvan av juli. Testerna bestod av non-stop-musik, med en stor andel irländsk rock/pop, och en kvinnlig röst som upplyste om frekvens och stationsnamn. Hibernia är det latinska namnet på Irland. Fast den kvinnliga rösten envisades med att säga "Herbernia".

Under oktober lades nya låtar in i band-slingan och från den sista veckan i oktober hade den kvinnliga rösten ersatts av en manlig röst med budskapet "Du lyssnar på Radio Hibernia och vi sänder ifrån Nackamasten på 106,7 MHz". De irländska artisternas låtar hade försvunnit och ersatts av en ny musikmix, nya och gamla AC-hits. Är detta en vink

om att Hibernia kommer att konkurrera med främst Radio Megapol? Det har annars spekulerats om Hibernia skulle spela dans-musik (disco, soul, dance etc) eftersom den nischen fortfarande är tom i Stockholm. När denna tidning presslades pågick fortfarande testsändningarna.

Radio Hibernia kommer att starta med reguljära sändningar i slutet av 94 eller början av 95. Nu undersöker man radiomarknaden i Stockholm. **Catherine Walsh** har blivit chef för stationen och kommer från KISS FM i Prag, vilken har samma ägare som Radio Hibernia.

Johanna Unghanse slutade i april som chef för **Z-Radio** i Stockholm och Göteborg. Hon hade inte samma syn på Z-gruppens framtid som dess ägare Kinnevik. Unghanse ville att Z-Radio, Z-TV och tidningen Z skulle rikta sig till samma slags yngre publik eftersom de alla har samma varumärke, "Z". Kinneviks styrelse gick inte med på att stöpa de tre medieföretagen i samma form utan ansåg att respektive bolag skulle fortsätta med sin egen profil.

Nu är Unghanse redaktör för Sievert Öholms program "Svar Direkt" i TV2.

Maurice Vass har sedan i våras anlitats som konsult för Z-Radio och dess nätverk. Under en period var han också chef för Z-Radio (se intervju sidan 27). Han har tidigare jobbat på Sky Radio. En av hans första åtgärder var att skära ned på personalen i Stockholm.

Loth E Ingvarsson blev i slutet av sommaren ny stationschef och programchef på Z-Radio i Stockholm. **Ulf Tjerneld** är biträdande programchef. Han har tidigare jobbat på Skärgårdsradion, som under tre somrar sänt närradio från Sandhamn i Stockholms skärgård, och varit programchef på Gold 105 i Norrköping när stationen byggdes upp.

Ingvarsson var stationschef i två månader. Hon slutade i oktober tillsammans med **Anders Bruze**, som hade varit VD för Z-Radio AB i fem månader. **Steve Nylund** utsågs till tillförordnad VD och **Pelle Råssjö**, som tidigare var nyhetsschef, blev redaktionschef.

Är **Jan Lumholdt** en hängiven Radio Megapol-lyssnare? I sitt program på Z-Radio den 12 juli kl 11.27 råkade han säga "Musik som är mer musik" mellan två skivor. En flitigt använd slogan av Radio Megapol.

Medvik med sin kedja av Z-stationer går i Radio Citys och Storstadstradions fotspår och tar över framgångsrika programkoncept och programledare från Riksradiation. **Ulf Elfving** har lämnat Riksradiation för Medvik och dess nätverk **Z-Radio/P6**. Hans avhopp från **Riksradiation** blev känt den 26 augusti, men enligt en uppgörelse med ledningen skulle han fortsätta ytterligare ett par veckor med "Efter Tre" på P4. Den 29 augusti firade han det tusende "Efter Tre"-programmet. Det sista "Efter Tre"-programmet gjorde Elfving tisdagen den 6 september.

Nästa dag höll den tillfällige ersättaren **Jens Eriksson** i programmet. Då hade han Elfving som gäst i studion. Inslaget inleddes med en inspelning av en 22-årig Ulf Elfving som gjorde ett program 1964 i en talangtävling för Sveriges Radio. Den 30 år äldre Elfving tyckte att han lät "fisförmä och skraj på en gång" i sin yngre upplaga. Av de program han gjort för Sveriges Radio ville han främst förknippas med "Efter Tre", som nu

AVLYSSNAT

är inne på sitt sjunde år. Elfving har också gjort "Svensktoppen", sport, "Radioapparaten" och "Upp till 13" på Sveriges Radio.

Två timmar senare var samne Elfving gäst i Radio Stockholms program "Stockholm Direkt". Då fick han inte nämna frekvensen på den nya station han gått över till, vilket programledaren också påpekade i sändning. Z-Radio nämndes inte heller. Vi fick i alla fall veta att det nya programmet skulle komma igång först efter nyår och att det skulle bli på två timmar. Elfving tyckte inte det var rätt när "Efter Tre" halverades till en timme i P4.

Chefen för P4, **Mie Jernbeck**, har inte lika hård linje gentemot radioröster som går till konkurrerande stationer som P3-chefen **Lisa Söderberg**. När det blev känt att **Niklas Levy** och **Staffan Dopping** skulle börja jobba på Radio City respektive Storstadstradions lyfdes de ur etern. Lisa Söderberg ville inte att de skulle få göra reklam för sig (och de nya stationerna) genom att fortsätta sända sina program tills deras anställningar upphörde.

Det har uppstått en kontrovers kring namnet "Efter Tre". Ulf Elfving registrerade namnet som varumärke på Patent- och Registreringsverket i början av augusti och vill ta med sig det till Medvik. Men P4 vägrar att släppa namnet och menar att man har äganderätt till det, liksom till andra program som går i kanalen. Mie Jernbeck är beredd att processa om namnet.

Ulf Elfving har tillsammans med Kinnevik och sin producent från P4, **Monika Sandberg**, bildat ett produktionsbolag som främst skall arbeta för Medviks nätverk med tio anslutna stationer. Förebilden till nätverket är hämtad från Norges P4 (se Frekvens nr 1/94).

Michael P Lekberg är Ulf Elfving efterträdare i Efter Tre. Han tog över programmet från inhopparen **Jens Eriksson** den 19 september. Lekberg kommer från Växjö och har både vikarierat för Elfving under ett par somrar och producerat "Efter Tre". Senast har han gjort ungdomsprogram för SvT i Växjö. Jens Eriksson producerar nu "Efter Tre".

Z-Radio inledde sina nationella sändningar måndagen den 6 oktober över tio stationer. Tre Z-stationer sände sedan tidigare i Stockholm, Göteborg och Sundsvall. De nya orterna som kom igång var Eskilstuna, Helsingborg, Jönköping, Karlstad, Kristianstad, Nyköping och Växjö. Man hade tekniska problem i starten med bland annat Sirius-satelliten, som används för överföringen till stationerna ute i landet. Det blev åtskilliga avbrott i programmen från 5-10 sekunder upp till två minuter, främst under reklamblocken.

Vardagspassen hade följande bemanning den första veckan: 06-09 **Johan Robertsson**, 09-12 **Agnetha Askelöf** (måndag-torsdag); 12-16 **Anna Telgfors**; 16-20 **Gordon Eriksson**. Efter kl 20 kunde vi höra en anonym röst komma in mellan låtarna, vilken har låtit påtagligt förinspelad.

Agnetha Askelöf har tidigare jobbat på Radio Stockholm och TV4 där hon ledde det kontroversiella programmet "Förlåt" i vilket personer bad släkt och (o)vänner om förlåt för diverse oförrätter. Askelöf tar in telefonsamtal från lyssnare under sina tre timmar

och pratar om allt möjligt.

Den första veckan höll Z-Radio tävlingar på vardagar. Under dagen kunde man varje timme vinna mellan 800 och 1.100:- som låg i "Jackpotten". Programledaren avslöjade efter nyheterna hur stor summan var och gav en lösen, till exempel "Z-Radio det självklara valet". När ett ljud (mynt som rasslade) lades ut i etern under den kommande timmen skulle lyssnarna ringa och uppges summan plus lösen. Den som kom ut i etern vann jackpotsumman.

Under passet på eftermiddagen fick bilister möjlighet att under en halvtimme tanka fritt på en namngiven bensinmack i Sverige om de kunde säga lösenorden, till exempel "Z-Radio kramas i trafiken", som Z-Radio gav när man avslöjade bensinmackens läge. Tävlingarna gick samma vecka (40) som RUAB:s publikundersökning genomfördes.

Fler kända namn har knutits till Z-Radio. **Sven Hallberg** gör en topplista (efter GLF-listan) på torsdagskvällar mellan 18 och 20 med repris på söndagar kl 11. Premiären på listprogrammet begicks den 13 oktober. Då var listan en timme längre och började kl 17. Sven räknar ner och spelar albumlistan, Topp 40, och tar också med hitlåtar från tidigare år. Kinnevikkoncernen ger sedan tidigare ut musik/radio-tidningen med samma namn, Top 40.

Kaj Kindvall protesterade mot Z-Radios planer och menade att han hade ensamrätt på att sända topplistan i radio. Han gör ett sammandrag av den i sitt program på onsdagskvällar i P3. Men GLF hade ingenting att invända emot att även Z-Radio baserade sitt program på GLF:s topplista.

Adam Alsing från TV3 skall göra inslag till stationen och **Ylva Maria Thompson** skall leda ett "mjukt erotiskt program" på två timmar i veckan. Hon är värd för porrfilmer på TV 1000. Alla tre jobbar sedan tidigare inom Kinnevik-koncernen.

Det har rätt viss förvirring om nätverket skall heta Z-Radio eller P6. Inför starten på nätverket har bägge namnen förekommit och i ett direktutskick till hushållen stod det för säkerhets skull Z-Radio/P6. Vissa inom nätverket förordar Z-Radio medan andra vill ha P6, som Ulf Elfving. I sändning har jag bara hört "Z-Radio".

Televerket hade blandat ihop siffrorna när Z-Radio i Helsingborg började testsända på

Premiär för din nya radiokanal

Radio City har valt att sända sina program på Z-Radio. Detta innebär att du kan höra alla Z-Radios program på Radio City. Detta innebär att du kan höra alla Z-Radios program på Radio City.



Z-RADIO/P6
GÖR SOM ELFVING - BYT KANAL
101,9

Stockholm / Västerås: 101,5, Göteborg: 101,8, Helsingborg: 101,6, Jönköping: 106,0, Karlstad: 104,4, Kristianstad: 107,3, Nyköping: 101,7, Södertälje/Härnäs: 106,6, Skövde: 101,9, Västerås: 101,3

Tävla och vinn med Ulf Elfving.

Fr o m januari -95 kan du höra Elfving efter tre i Z-RADIO.

TOPPLISTAN

Den officiella svenska försäljningslistan.

Alltid först.

Onsdagar efter 19.

Hälsningar
Kaj Kindvall



Annons som dök upp veckan efter **Sven Hallbergs** topplista startade på Z-Radio.

"sin" frekvens i september. Under någon dag gick testtonerna ut på 106,7 istället för 107,6 MHz. Vår redaktör, **Robert Olsson**, ringde och påpekade felet. Han bemöttes som mindre vetande och fick beskedet att han måste ha fått in någon dansk närradio istället. Sällan, med den styrkan och den riktning varifrån signalerna kom, replikerade han. Mannen på televerket blev nu osäker och återkom i luren efter ett tag med beskedet "Det kan nog ligga någonting i det du säger". Tonerna kom sedan på rätt frekvens.

Radio City i Stockholm blev uppenbarligen nervösa av att Energy fick allt högre lyssnarsiffror medan Citys sjönk. Konsulter anlätades och från juni har programformatet ändrats radikalt. Mycket av det som var radiostationens profil vid starten förra hösten har försvunnit.

Personalen har fått sina löner sänkta och av programledarna har **Gordon Eriksson** slutat. Han gjorde ett gästspel på Z-Radio under sommaren och är nu anställd på stationen där han främst gör program på vardagar. **Maria Forsén** slutade redan i vintras. Hon gjorde morgonprogrammen tillsammans med **Tobias Heldt**. Maria gick över till Radio Megapol och dess morgonshow.

Spellistan bantades ordentligt. Oldies har ökat på bekostnad av nya skivor. Men antalet oldies har inte blivit större, istället spelas ett färre antal oldies oftare, framför allt från 80-talet. Bland favoriterna finns "Hotel California" med Eagles, "Every Breath You Take" med Police, "I want to know what love is" med Foreigner, "Turn, Turn, Turn" och "Mr Tambourine Man" med Byrds och ett antal Simply Red-låtar. Simply Red är ett bra exempel på den sorts musik nya Radio City bjuder på; snyggt producerade låtar, perfekta för radion. Musikkämsigt har Radio City närmast sig Radio Megapol och dess adult contemporary-format.

Det smala oldieutbudet efter omläggningen i juni började att breddas under hösten. Vi hörde t.ex inte "Hotel California" och Simply Red lika ofta som vi gjorde under sommarmånaderna. En helg i oktober ägnades åt 70-tals hits och första helgen i november åt "Classic Rock". I november uppmanade Radio City lyssnarna att rösta fram en Topp 500-lista över de populäraste låtarna.

Eurodisco och rapp-låtar lyser med sin frånvaro, som den musiken även tidigare gjorde i vardagsprogrammen på dagtid. Undantaget var fredags- och lördags-kvällar och -nätter då Radio City hade flera timmars dansmusik. Dessa upphörde tidigare i år, inklusive

direktsändningarna från Café Opera. I mitten av september startade "Jukebox" på lördagskvällar mellan kl 18 och 24. Då spelas uteslutande oldies, eller "partyhits" som man själv kallar dem, från 60- och 70-talet. Musiken omfattar också disco från senare halvan av 70-talet och går nonstop utan programledare. En omläggning som ännu starkare understryker stationens satsning på en äldre lyssnarkrets.

"Europasvepet" med **Lydia Capolicchio** gick fram till början av sommaren. Ursprungligen kom programmet till för att sponsora Träffpunkt Europa, som var för ett svenskt EU-medlemskap, betalade ett pris som Radio City inte kunde motstå.

"Akvarium" gjorde ett uppehåll på några veckor i juli och augusti. Höstpremiären begicks fredagen den 26 augusti. Programledarna **Niklas Levy** och **Lotta Bromé** hade fått dra ner på pratet, både egna insatser och intervjuer med gäster, till fördel för mer musik. Ganska snart gick det rykten om att de bägge programledarna var missnöjda med den nya uppläggningsen. En månad senare hoppade de av programmet. Avhoppet skedde abrupt. I början av vecka 38 gick trailers med Bromé för "Akvarium" på fredagen. I samma vecka, någon dag innan sändningen den 23 september, meddelade de sitt beslut eftersom stationsledningen inkräktat på deras journalistiska integritet. Enligt våra uppgifter skedde avhoppet på ett sammanträde som de båda hastigt lämnade.

Jesse Wallin och **Ina Jönsson** fick hoppa in som ersättare. De två gör normalt morgonprogrammen på vardagar. Sändningen hade också flyttats från restaurang Akvarium till Radio Citys lokaler.

Vardagsschemat har stuvats om ordenligt och antalet timmar nonstopmusik ökades under sommaren. Tidigare sände Radio City nonstop mellan 02.00 och 06.00 på vardagsnätterna. Nonstopmusiken, eller "Musikmarathon" som stationen själva kallar passen, startade fyra timmar tidigare, kl 22.00. **Rickard Kellors** nattpass (22-02) upphörde från juni fram till slutet av september. Den sista veckan i september återkom Keilor med kvällspass fram till kl 03, men nu med betydligt mindre prat och inga av de telefonsamtal som han hade tidigare.

Jesse Wallin och **Ina Jönsson** gör morgonpassen mellan 06 och 10. Här pratas det lite mer än under de övriga passen på dagarna, där pratet skurits ner till ett minimum; avannonseringar av spelade låtar och promotion för tävlingar. Under morgnarna går Jesse och Ina in mellan varje låt, även om det bara är för att säga "Stockholms bästa musikmix, nya Radio City, 105,9" (en standardfras), låt, artist och klockslag. Efter nio blir de verbala inhoppen mer sporadiska.

Ett stående inslag i morgonpassen är "Unga snillen spekulerar" där man klippt ihop ett collage av små barns svar på olika frågor, som "Vem lagar bäst mat av mamma av och pappa?" eller "Vad skulle dina föräldrar göra om de fick mycket pengar?". Det korta collaget återkommer senare under morgonen. I "Dagens fråga" får lyssnarna besvara en fråga, som "Vem är Sveriges sexigaste man eller kvinna?". Dessa svar klipps också ihop

DIN RADIO BEHÖVER DIG!

Hjälpt att göra Radio City 105,9, Stockholms bästa musikmix, ännu bättre. Genom att svara på frågorna i formulär nedan ger du oss **ÖVVERLIGT TIPS** om hur vi ska göra vår station ytterligare. Klipp ur sidan med dina svar och skicka till oss före 17 juni så har du chansen att vinna **FEM PRIMA TUSENLAPPAR**. Förutom 5.000 kronor kontant till först draget vinnare lottas vi också ut Radio Citys nya samplingskiva **Summer in the City 3** till tio lyckliga lyssnare. De första tio inskickade formulären belönas dessutom med en **EXKLUSIV T-SHIRT** från Radio City 105,9.

1. VILKEN SVARTMUSIK Vilken låt har du som är din favorit på Radio City? A. _____ B. _____ C. _____ D. _____ E. _____	2. VILKEN SÅNG HAR DU Vilken sång har du som är din favorit på Radio City? A. _____ B. _____ C. _____ D. _____ E. _____	3. RADIO PERSONALISER Vilken låt vill du ha som är din favorit på Radio City? A. _____ B. _____ C. _____ D. _____ E. _____
4. JAG KÄLLAR FÖR Vilken låt har du som är din favorit på Radio City? A. _____ B. _____ C. _____ D. _____ E. _____	5. JAG VILL HA Vilken låt vill du ha som är din favorit på Radio City? A. _____ B. _____ C. _____ D. _____ E. _____	6. INFORMATION JAG Vilken låt vill du ha som är din favorit på Radio City? A. _____ B. _____ C. _____ D. _____ E. _____

7. VILKEN SVARTMUSIK
Vilken låt har du som är din favorit på Radio City?

A. _____
B. _____
C. _____
D. _____
E. _____

Annons i samband med Radio Citys formatomläggning i juni.

till ett kort collage.

Trafikbevakningen med nya **Mita Lindahl** är kvar under morgonen och påannonseras alltid med sloganen "Tidsbesparande trafik". **Caroline Åslund** gör trafiken på eftermiddagar. Ett nytt inslag på morgnar är två minuters Stockholmsnyheter och lokalt väder av **Linda Nyberg** efter TT-Nyheter på hel- och halvtimmen.

Klockan nio spelas alltid "nio klassiker klockan nio", som understryker Radio Citys satsning på oldies. Stationen är ytterst försiktig med att spela de nyaste låtarna. Det där att Radio City alltid skulle vara först med det senaste är historia.

Hasse Eriksson (tidigare 18-22) tar över kl 10 och **Tobias Heldt** fortsätter från 14 till 18. Då tar **Jocke Ljungberg** vid fram till 22. Tobias hade tidigare morgonpassen. En topplista på 20 låtar som lyssnarna röstat fram under dagen spelas på vardagskvällar från kl 20.

En komplett ändring av schemat (se Frekvens nr 1/94). De tidigare tretimmarspassen fram till 18 har förlängts till fyratimmarspass. Under juni-september har programledarna växlat mellan de olika passen på vardagar och helger.

Programledarna pratar inte längre i intron och mindre ofta i uttoningar. Tidigare kom de in mellan nästan varje skiva. Nu spelas gärna flera skivor i rad efter morgonpasset.

Gamla jinglar och sweepers har skrotats. Istället för att höra att t.ex. Radio Citys skivarkiv är större än andras stationer är det stående budskapet nu "Med det bredaste urvalet av gamla och nya låtar, Stockholms bästa musikmix, nya Radio City 105,9" i olika varianter.

I juni annonserade Radio City i dags- och kvällspress och bad lyssnarna/läsarna att fylla i ett formulär med synpunkter på radio i allmänhet och Radio City i synnerhet. En lyssnarlinje står öppen dygnet runt där lyssnarna får säga vad de tycker om nya Radio City. En del av lyssnarnas samtal spelas upp i programmen följt av sloganen "Vi lyssnar

på Er eftersom Ni lyssnar på oss". Så här uttrycker sig två av lyssnarna: "När man lyssnar på Energy kommer bara de här jävla technolåtarna hela tiden" och "Jag har bytt från Energy till Radio City. Jag förstår inte varför jag lyssnat på Energy tidigare". Det är inte svårt att se vilken station som Radio City ser som sin huvudkonkurrent.

Man lägger ibland in inspelningar av telefonsamtal från lyssnare där de hälsar till bekanta och önskar en speciell skiva. Det viktigaste budskapet Radio City har under dygnet är att utbudet formas av lyssnarna.

På helgerna har vi hört **Jocke Ljungberg**, **Jeppe Gross**, **Christer Granberg**, **Peter Borossy**, **Niklas Ehrling**, **Marla Franceschi**, **Jakob Gravestam** och **Fredrik Bojerud**. Fredrik jobbade tidigare på Z-Radio i Stockholm. "Önskelinjen" med **Martin Loogna** har upphört. Några av dessa programledare har också kört på vardagar.

I korta drag kan formatomläggningen beskrivas enligt följande; färre antal låtar (= tätare spellista), större andel oldies, mindre andel nya hits, radikal minskning av pratet och lugnare tempo (mer AC och mindre CHR).

I september började Radio City med tävlingen "Summan i kassavalvet" där en lyssnare varje timme under dagtid kunde vinna 10.000 kr. Efter nyheterna talade programledarna om hur många ören utöver de 10.000 kronorna som "Kassavalvet" den kommande timmen innehöll. Ett par minuter före hel-timmen, cirka 55 minuter senare, ringde man till en slumpvisst vald Stockholmare och undrade om han/hon visste hur många ören som fanns i valvet. Den som angav rätt antal ören vann de 10.000 kronorna. Öresbeloppet ändrades varje timme. Tävlingen pågick fortfarande vid pressläggningen, med tillägget att lyssnarna också skulle besvara en följdfråga om de angav riktigt belopp. Ytterst få har vunnit.

I mitten av september startade nästa tävling, "Superfemman", med 50.000 kr som högsta pris. Någon gång före den 9 oktober skulle stationen spela fem namngivna låtar efter varandra i en viss ordning. Den 50:e lyssnaren som kom fram till stationen efter denna svit på fem låtar skulle vinna de 50.000 kronorna. Man kunde också vinna lägre penningssummor efter att färre låtar spelats i sviten. Den sista veckan på tävlingen sammanföll med RUAB:s mätning av radiopubliken (vecka 40).

Claes af Gelferstam började i september att sända ett program, "Rakt över disk — The Compaq Computer Show", över stationerna i SRAB-nätverket på lördagar mellan kl 17 och 20. Han sänder direkt från sin egen studio. Programmet går inte ut över Radio City i Stockholm eftersom ledningen inte tycker att musikformatet passar stationens nuvarande profil.

Radio Megapol har tagit upp slogan-tävlingen med Radio City och kallar sitt utbud för "Sveriges bästa musik" och "Musiken du känner igen". Vi får också veta att stationen varje vecka ringer till 500 svenskar för att ta reda på vad lyssnarna vill höra; "Vi spelar musiken du vill höra". Trafikrapporterna kallas för "Den korrekta trafiken". Måndagen den 26 september drog man igång en tävling på vardagar mellan 09 och 15 med priser på 1.000 kronor i timmen, vilken fortsatte till och med vecka 40 då det var

publikmätning i Stockholm.

Radio Megapol började i höstas med ett nytt program, "På Väg Mot Gryningen", mellan kl 22 och 02.30 från söndagar till torsdagar. Det leds av **Johan Larsson** och **Anna Pilotti** och riktar sig till dem som jobbar på natten. Programmet har en del stående inslag förutom musik och småprat mellan Johan och Anna. Två "heta ämnen" behandlas varje natt. Lyssnarna får säga vad de tycker om t.ex. EU-valet, proffs i svenska ishockeylag, rattfylleri och ungdomsvåldet.

Vi får rapporter om trafiken och reportage från arbetsplatser. Kvart i ett berättar Svenska Dagbladet vad man kommer att ha för nyheter i morgonens tidning och kvart över ett lämnar "Klasse" en redogörelse för de stora nyheterna i DN, Dagens Industri och SvD. Samme man gjorde tidigare ett likadant inslag på nätterna för Radio City innan stationen ändrade programformat. "På Väg Mot Gryningen" sponsras av transportföretaget ASG.

Lasse Lundeberg i Hollywood, USA, gör ett specialinslag varje dag till Radio Megapol kl 11.45 med repris 18.45. Lasse berättar bakgrunden om en popklassiker och spelar därefter låten.

Radio Megapol har köpt 20 procent i ljudstationen **Big Radio**. Huvudägare är **Lars Morgan** och **Tommy Malm**.

Fllesbergs Sport utnyttjade aldrig sin radiokoncession i Skellefteå som man ropade in förra året. Avgiften betalades under ett halvår, men då man aldrig kom ut i eteren har koncessionen gått tillbaka till Radio- och TV-Verket (tidigare Styrelsen för lokalradiotillstånd) och kommer att auktioneras ut på nytt i höst.

Tommy Thuvesson har sålt sina två radiokoncessioner i Halmstad, **Radio H** på 107,2 Mhz, och **Kristianstad**, **Radio Nordöst** på 105,9 Mhz, till **Energy**. I slutet av september började Energys Stockholmsprogram att sändas över dessa två stationer.

SBS, Scandinavian Broadcasting System, har köpt **Svenska Medialntressenters** aktier i **Radio City** i Stockholm, i **Svensk Radiobokning**, **SRAB**, och i de sex stationer i **SRAB-nätet** där Svenska Medialntressenter var delägare i Malmö, Helsingborg, Borås, Jönköping, Linköping och Karlstad. SBS äger nu 65 procent av Radio City, Stockholm, och 25 procent av **SRAB**.

SBS, som är baserat i Luxemburg och har amerikanska ABC som största ägare med 23,4 procent av aktierna, är majoritetsägare (75 procent) i TV-kanalen Femman och har mindre poster i TV Stockholm, Kanal Göteborg och TV 21.

Radio City i Malmö (koncessionen gäller Lund) har också börjat lägga om sitt program och musikformat efter modellen i Stockholm. Samma röst används till inspelade slogans i Malmö och Stockholm. Vi kan vänta oss att andra **SRAB**-stationer följer efter. SBS hade i september ett möte med **SRAB**-stationernas VD:ar där **Tom Hardy** presenterade bolagets radio- och programfilosofi.

Radio City i Karlstad föreslog i somras att man skulle ha en gemensam musikchef för de sju stationer som ägs (helt eller delvis) av **Stiftelsen Fria Medias Moder** i Jön-

köping. Enligt förslaget borde en central spelista distribueras till stationerna, men CD-skivorna skulle spelas lokalt på respektive station.

Ett steg på vägen mot harmonisering av musiken på de sju stationerna är att använda samma dator-program till musikprogrammeringen. Det finns ett förslag om att stationerna borde gå över till Selector och slänga ut de befintliga programmen. **Radio Stella** i Helsingborg har använt det lokalt utvecklade Musicpro medan Powerplay funnits på de andra stationerna. Förutom Radio Stella och **Radio City** i Karlstad rör detta **Radio City** i Borås, **Radio FM** i Linköping, **City FM** i Gävle och **Radio Match** i Jönköping. **Radio City** i Stockholm gick tidigare över från Powerplay till Selector i samband med att SBS blev ny delägare och programformatet ändrades.

Radio Nova i Linköping har gått med i Stiftelsen Fria Medias Moders nätverk, vilket i sin tur ingår i **SRAB**-nätverket.

Jarl Mared i Jönköping har anmält **Z-Radio** i Jönköping för brott mot Lokalradiolagen paragraf 22 om lokalt producerade program till Styrelsen för Lokalradiotillstånd (numera Radio- och TV-Verket) och Telestyrelsen. Enligt paragrafen måste en radiostation under minst en tredjedel av dygnet sända program som framställts för den egna verksamheten. Mared hävdar att så inte är fallet på **Z-Radio** i Jönköping, som reläer det centrala programmet från **Z-Radio** i Stockholm. Mared är styrelseledamot i Stiftelsen Fria Medias Moder och Fria Media i Jönköping AB, som äger **Radio Match** i Jönköping.

Svenska Dagbladet är delägare i **Radio City** och **SRAB**, men i den restaurang som fungerar som personalmatsal har undertecknad kunnat lyssna på **Energy** ur högtalarna. **Maries Skaferi** har tagit över efter restaurang **Marginalen** i SvD-huset efter en genomgripande renovering av byggnaden. Är **Energy** ett led i renoveringen? Senare har **Radio Stockholms** program strömmat ut i restaurangen.

Under sommaren har **Energy** satsat på en massiv affischkampanj i Stockholm, både på gator och i tunnelbanan. En uppföljning av stationens fina lyssnarsiffror i den sista publikundersökningen under våren.

Däremot kan det vara lite si och så med programledarnas musikkunskaper på stationen. Några minuter före sju på kvällen den 8 september efter låten "One More Night" med **Phil Collins** sade programledaren: "Ni har lyssnat på... Ja, vad heter han nu. Han är i alla fall inte speciellt känd." Finns det någon artist som spelas oftare i reklamradion än **Phil Collins**?

Minoritetsägaren **Hanser & Co** har sålt sitt aktieinnehav på 10 procent i **Energy Stockholm** till de franska huvudägarna, **NRJ SA**.

Energy passade också på att dela ut pengar till lyssnarna under publikmätningen i vecka 40. Den 105:e lyssnaren som kom fram på telefon vann 105.000 kr. Stationen lottade också ut en motorcykel.

Radio Stella i Helsingborg hör till de mer framgångrika stationerna i landet med 15,6 procent av lyssnarna i sitt primära sändningsområde enligt RUABs undersökning från mars. I början av juni slutade stationschefen och delägaren **Nils Ingelmark** på **Radio Stella** och ersattes av **Torbjörn Falk** med ett förflutet från bl.a. Smålandsposten. Ingel-

mark kom på kollisionsskurs med personal och ägare. Han hade 5 procent av aktierna i stationen. **Nils Ingelmark** var en av dem som 1991 startade närradiostationen **Radio Stella** i Höganäs.

Tidigare i år slutade **Radio Stellas** musikchef, **Henrik Schumacher**, och efterträddes av **Robert Olsson** som haft tjänsten på deltid sedan dess. Han har varit aktiv i Helsingborgs närradio sedan den startade 1983 och har gjort program för **Radio Öresund**, **Studio 99**, **Radio FMN**, **KRAM 89** (från Helsingör), **KRAM 99**, **KRBW Blue Wave** och **Radio Stella** innan den fick sin koncession. **Robert Olsson** är också redaktör i den här tidningen. Han kommer att sluta som musikchef den 30 november. Arbetsbelastningen blev för hög eftersom han har ett annat heltidsjobb att sköta.

Radio Q i Stockholm har begärt ekonomiskt stöd från regeringen för att kunna överleva. Kvinnostationen skrev ett brev till kulturminister (före valet) **Birgit Friggebo**. Man ville diskutera om det var möjligt att ge **Radio Q** en slags distributionsstöd för de kulturella satsningar som stationen gör. Koncessionsavgiften blev mycket högre än man räknat med, publiken är liten och mottagningen är bristfällig på många ställen i Stockholm.

Anders Stening, som tidigare var ordförande i Styrelsen för lokalradiotillstånd, har blivit styrelseledamot i **Radio Q**.

Fler delar av Sverige kommer att få reklamradio med ett till två tillstånd per område/stad. **Radio- och TV-verket** har delat in de nya orterna i tre grupper: "Omgång 3", "Omgång 3a" och "Omgång 4".

I "Omgång 3" ingår **Kalmar/Öland**, **Gotland**, **Norra Bohuslän**, **Trestadsområdet**, **Skövde/Skaraborg**, **Falun/Borlänge**, **Hudiksvall**, **Östersund/Äre**, **Örnsköldsvik**, **Karlskrona** och **Mora/Sälen**.

"Omgång 3a" omfattar **Ludvika/Västerbergslagen**, **Arlanda/Norra Storstockholm**, **Västra Småland** och **Tranås/Eksjö**.

"Omgång 4" består av **Hässleholm/Osby**, **Ystad**, **Norrälje** och **Nordmarken/Ärjäng**.

En auktion skulle hållas i september, men har blivit framflyttad till mitten av november eftersom telestyrelsen inte kommit överens med telemyndigheterna på andra sidan Östersjön om lämpliga frekvenser på ett par orter.

Den här auktionen kan stoppas. Det är i alla fall den nye kulturministern **Margot Wallströms** mål. Hon har engagerat jurister för att snabbtreda om auktionen kan ställas in. **Wallström** vill inte ha auktioner som medel att fördela radiokoncessioner. Hon förordar istället ett system där koncessioner delas ut till stationer med de bästa programidéerna. De som redan har fått koncession efter de gamla reglerna skall få fortsätta sända till utgången av år 2000, som de ursprungliga reglerna stipulerar. Men vi kan vänta oss att den nya kulturministern närmare kommer att syna tendenser till ägarkoncentration och centrala sändningar som bryter mot reglerna.

Programbyrån fick en ny VD, **Anders Leirup**, den 15 september. Han har tidigare haft egen konsultverksamhet och varit arbetande styrelseordförande i Radioutgivningsföreningen. Han drev **Radio AF** i Lund 1991. **Leirup** är vice ordförande i Sveriges **RadioAkademi**.

Forts på sidan 25

Nytt FM-band öppnas 1996

I slutet av maj beslutade den brittiska radio-myndigheten, Radio Authority (RA), vilka slags stationer som 1996 skall få tillgång till det nya FM-bandet mellan 105 och 108 MHz. Det kommer inte att hysa en ny nationell privat radiokanal, som främst Virgin Radios ord-förande, Richard Branson, propagerat för under våren. Istället kommer bandet att öppnas för lokala, regionala och community stationer, främst i de befolkningstäta delarna av landet.

I grova drag skall bandet delas i tre delar:

- 105-106 MHz — Regionala stationer för områden som t.ex. East Anglia, sydöstra England, Wales, södra Yorkshire, Nordirland, östra Midlands och Wales. Myndigheten tror att regionala stationer starkt kan bidra till att öka valmöjligheterna för lyssnarna.

- 107-108 MHz — Community stationer eller mindre lokalstationer. Det kan bli omkring 100 sådana nya stationer.

- 106-107 MHz — Antingen till en större eller mindre station i varje region/storstadsområde beroende på radioutbud och intresse.

Beslutet sköts upp

Egentligen skulle RA ha tagit ett beslut i januari hurvida bandet skulle användas antingen till en ny nationell kanal eller minst tre nya lokalstationer i storstadsområden. Men man sköt upp beslutet ett par månader och gav branschen möjlighet att föra fram sina egna förslag till myndigheten.

Inför beslutet i januari hade RA fått stark kritik från the Association of Independent Radio Companies (AIRC) mot planerna att låta ytterligare lokalstationer få starta i storstäderna. AIRC påstod att fler lokalstationer skulle allvarligt skada de existerande stationerna. Istället ville AIRC att de ny frekvenserna skulle ges till lokalstationernas mellanvägsservice, som oftast är ett oldie-format. En ägare skulle då ha två FM-statio-

ner i samma stad, vilket idag är förbjudet. AIRC ansåg därför att denna begränsning borde avskaffas.

Fyra olika modeller

Radiomyndigheten lade fram fyra tänkbara modeller i februari hur det nya bandet kunde användas:

1. En fjärde nationell privat kanal som skulle täcka 90 procent av landet.

2. Ytterligare en kommersiell lokalstation i de nuvarande ILR-områdena (ILR = Independent Local Radio) med samma geografiska täckning.

3. En ny grupp av lokalstationer med ett annorlunda täckningsområde än de nuvarande ILR-stationerna. De kunde ha ett täckningsområde från t.ex. 10 och upp till 40 km i radie.

4. Nya stationer i och kring städer och tätbefolkade områden, vilka skulle kunna bindas samman till nätverk/nationella kanaler som skulle nå 60 procent av lyssnarna i landet. Upp till tre sådana stationer skulle kunna sättas upp i de större städerna.

Richard Branson drog igång en massiv kampanj i början av året för att hans Virgin 1215 skulle få flytta till en eventuell fjärde nationell radiokanal på FM-bandet. Virgin Radio är en nationell rock-station som sänder på mellanväg. På ett slutet radioseminarium sade Branson att Virgin Radio kunde tvingas läggas ned om en Top 40- eller adult contemporary-station skulle få tillståndet att driva den fjärde kanalen. Han klagade också på dålig mottagning i sin bil av Virgin 1215.

Dessa uttalanden skakade om radio-branschen. Några ansåg att Branson slagit undan benen för Virgin 1215. Att säga att det är dålig mottagning på mellanväg när man själv sänder på bandet är inte särskilt klyftigt, vilket även drabbar alla de oldie-program som

ILR-stationer sänder på mellanväg. Det visar att Virgin inte på allvar är intresserat av att driva mellanväggsstationen Virgin 1215. Kanske RA borde ha gett licensen till någon seriösare operatör.

Försökte släta över

Branson försökte släta över sina uttalanden när de blev offentligt kända. Han försäkrade att Virgin kommer att driva Virgin 1215 oavsett om man får flytta till FM-bandet eller inte. Han skyllde på att han uttalat sig vårdslöst och blivit missförstådd.

Kampanjen drevs främst i Virgins egna program under slagordet "Let's get Virgin on FM". Lyssnarna uppmunrades att höra av sig till RA och kräva att Virgin skulle få en nationell kanal på FM. Hela 600.000 lyssnare skrev under Virgins upprop. Men radiomyndigheten tog större intryck av dem inom radiobranschen som var negativa till en ny nationell pop/rock-kanal.

Nyhetsstation i London får ny ägare

London News Radio (LNR) har tagits över till 100 procent av nyhetsbyrån Reuters. London News Radio vann förra hösten budgivningen om London Broadcasting Companys (LBC) MV- och FM-koncession i London och tar över frekvenserna i oktober (se Frekvens nr 1/94).

Roger Parry, Peter Thornton och Ron Onions bildade LNR och hade endast en finanssör, affärsbanken Guinness Mahon som garanterade 4 miljoner pund. Onions och Thornton hade tidigare jobbat på LBC. Sedan man fick koncessionen av Radio Authority har Thornton, Parry och Onions försökt få andra att investera i stationen utan framgång. Nu har man sålt hela bolaget till en av intressenterna bakom London Radio Company (LRC), som misslyckades få LBC-koncessionen i kamp med bland annat LNR. LRC var på papperet en tungviktare med flera stora inom mediebranschen som finanssör; Reuters, ITN, Associated Newspapers, SelecTV och GWR.

Hur detta kommer att påverka det planerade programutbudet är osäkert. Antagligen kan det bli mer direktsända nyheter. LNR kommer att ta över LBC:s lokaler och utrustning och även en stor del av dess personal när de två olika programmen på FM och MV kommer i eter i oktober. På detta sätt undviker man ett sändningsuppehåll på frekvenserna när LBC slutar sin verksamhet efter 20 år.

RÄTTELSE: London News Radio tar över London Broadcasting Companys MV- och FM-frekvens i oktober och inte i januari, som vi skrev i förra numret.

Radio Caroline åter i etern

Radio Caroline hade stora besvär när stationen i våras fick en tillfällig licens att sända på FM-bandet under fyra veckor. Den tilldelade frekvensen, 87,7 MHz, stördes av nyttrafik på bandet och av andra radiostationer. Dessutom låg frekvensen så långt ner på bandet att många äldre FM-apparater inte kunde ta in signalen.

Den tidigare offshore-stationen hade fått en Restricted Service Licens under 28 dagar i Essex. Grupper kan få söka om att sända radio under en kortare tid med låg effekt i ett mindre område. Det är inte särskilt billigt. Radio Caroline fick betala över 3.600 pund till myndigheter och upphovsrättsorganisationer under de fyra veckorna i etern.

När stationen kom i etern fick man de ena obehagliga överraskningen efter den andra. Störningar kom från nyttrafik som använder frekvenser under 88 MHz. Thanet Local Radio i närheten hade fått en liknande licens under samma period och störde Radio

Caroline. Störningar kom också från piraten Rythm FM i östra London.

Den första veckandan dränktes Radio Caroline av en signal från någon med en mycket starkare sändare till sitt förfogande. Myndigheten, Department of Trade and Industry (DTI), som jagar illegala sändare, har inte öppnat på helger och kan därför inte rycka ut förrän man tagit emot klagomål på vardagar. Radio Caroline fick själva pejla in och stänga störsändaren.

Varken Radio Authority eller DTI gick med på att sänka avgifterna när Caroline krävde detta på grund av försämrad mottagning. Inte heller beviljades man en förlängning av licensen, vilket dock Thanet Local Radio fick.

Trots de stora mottagningsproblemen uppmärksammades sändningarna stort i området. Fast nu planerar en annan grupp att dra nytta av Radio Carolines program och sända Restricted Service Radio under namnet Carolina FM i samma område.

Talk Radio startar nästa år

Talk Radio fick koncessionen den 2 juni för Storbritanniens tredje nationella privata radiokanal, INR3. Talk Radio bjöd högst, 3,82 miljoner pund, vilket antogs av Radio Authority (RA). De två tidigare nationella radiokanalerna, Classic FM och Virgin 1215, har inte gått till de högsta budgivarna eftersom RA ansett att buden varit orealistiskt höga.

Villkoret är att minst 51 procent av programutbudet skall bestå av prat och att den eventuella musiken inte får konkurrera med det som Classic FM och Virgin 1215 spelar. Fast Talk Radio siktar ännu högre, 97 procent prat.

20 miljoner lyssnare

Stationen planerar att komma i eter i början av 1995 och räknar med att omedelbart kunna nå 60 procent av invånarna i landet. Målgruppen är 25- till 45-åringar. Talk Radio tror på 20 miljoner lyssnare per vecka i starten, vilket kan fördubblas till 40 miljoner mot slutet av koncessionstiden.

Koncessionen gäller under en period på åtta år och avgiften på 3,82 miljoner pund skall betalas varje år. Till detta kommer en licensavgift på 350.000 pund. Talk Radio räknar med intäkter på mellan 9 och 10 miljoner pund 1995 och att verksamheten skall gå runt från och med 1977. De förväntade reklamintäkterna är mycket högre än vad Classic FM

och Virgin 1215 lyckats dra in.

Flera inom branschen har sagt att Talk Radios bud är alldeles för högt för att stationen skall ha en chans att överleva. Speciellt då Talk Radio i sin ansökan angett telefonprogram som en bärande del av utbudet. Program som är billiga att göra, men som främst lockar lyssnare med lägre lön, och att det därför skulle vara svårt för stationen att sälja reklamtid.

Talk Radio har senare sagt att telefonprogram inte kommer att dominera utbudet. Skilda bud från Talk Radio före och efter att man fick koncessionen.

BBC distribuerar programmen

Talk Radio bjöd en miljon mer än den närmaste budgivaren. Stationen hävdar att det var möjligt eftersom man kommer att spara in en miljon om året på sändningskostnaderna genom att låta BBC sköta distributionen och utsändningen av Talk Radio. Det blir mycket billigare än om Talk Radio själva skulle göra det.

Stationen kommer att sända på de mellanvågsfrekvenser, 1053 och 1089 kHz, som BBC Radio One tidigare använde. Sändarnätet finns redan på plats.

Talk Radio kommer att ha en liten personal på omkring 50 medarbetare. Programmen skall bestå av bland annat debatter, telefonprogram, drama, dokumentärer, studio-dis-

kussioner, frågetävlingar, sport och nyheter. Flera av programmen, som nyheterna, skall levereras av fristående producenter.

Bakom Talk Radio står Media Ventures (31 procent), CanWest Global Communications och Emmis Broadcasting (vilka delar på 49 procent), Hambros Group Investment (15 procent) och Radio Investment (5 procent).

Budgivarna som förlorade

De andra buden var:

London Broadcasting Company, 2,756 miljoner pund. Programformat: dagsaktuella frågor, nyheter, information, debatt, lyssnaråsikter och musik. Finansiär: LBC (som nyligen förlorade sin Londonlicens till London News Radio).

Newstalk UK, 2,756 miljoner pund. Programformat: Diskussioner, nyheter och information. Finansiär: Associated Newspapers, Reuters och SelectTV.

Apollo Radio, 2,277 miljoner pund. Programformat: information, nyheter, sport, nyheter och soft adult contemporary musik. Finansiär: Chiltern Radio.

First National Entertainment Radio, 1,545 miljoner pund. Programformat: information, nyheter och muntlig underhållning med personliga programledare. Finansiär: EMAP.

Jim Black Broadcasting, 1,040 miljoner pund. Programformat: Muntlig underhållning för ungdomar mellan 10 och 24 år.

Dialekter retar upp Radio 3-lyssnare

BBC:s tredje radiokanal, Radio 3, borde popularisera presentationen för att möta konkurrensen från Classic FM. Släpp in dialekter från olika delar av Storbritannien och tonar ner den högtidliga stilen, som är ett arv från den tiden då programledare var smokingklädda när de framträdde i radio.

Detta förslag från Liz Forgan har retat många trogna Radio 3-lyssnare. Forgan är chef för BBC:s nationella kanaler (managing director of network radio) och framförde sina tankar på en träff med journalister i slutet av januari.

Hon sade att Radio 3 inte funnit en presentationsstil som är tillräckligt energisk, kärnfull och bejakande. Hur oklanderligt än programledarnas uttal är, är det inget värt om det hindrar lyssnarna från att njuta av musiken. Programledarnas röster måste mer överensstämma med de röster som lyssnarna hör i vardagen. Forgan kan även tänka sig presentatörer med Birminghamdialekt ("brummie" på engelska, vilken brukar tas fram som ett exempel på en bred dialekt).

Hon betonar dock att Radio 3 inte skall apa efter Classic FM. Radio 3 spelar klassisk musik och är BBC:s motsvarighet till P2.

Den kände politikern, och Radio 3-lyssnaren, Roy Hattersley skriver ett indignerat inlägg i Daily Mail den 28 januari med anledning av Liz Forgans förslag. Han är själv från Birmingham.

Hattersley är mycket förtörnad över den nedlåtande attityd som Liz Forgan har till lyssnare med distinkta dialekter. Att påstå att dessa lyssnare skulle skrämmas bort av programledarnas uttal är verkligen att förolämpa dem.

Hattersley har inget emot ett gradvist införande av vissa regionala (ej lokala) dialekter, som skotska, men han anser att BBC har ett ansvar att värda det engelska språket i en tid när slang och svordomar breder ut sig i massmedierna.

Radio 5 Live överger de yngsta

Radio 5 blev den 28 mars Radio 5 Live, BBC:s nya sport- och nyhetsstation (se bakgrund Frekvens nr 1/94). Musikprogrammen lades ner liksom flera specialprogram och dramautbudet för barn och ungdomar. Skol- och utbildningsprogram har flyttats till Radio 3 och Radio 4. De yngsta barnen får istället en kvart om dagen på Radio 4.

Nedskärningen av barn- och ungdomsprogrammen, som tidigare fanns på Radio 5, har mött en del kritik bland radiokrönikörerna i England. Kritikerna menar att BBC inte har ansträngt sig för att göra sina barn- och ungdomsproduktioner i radio kända bland allmänheten.

Nu kapitulerar man för televisionen och låter den ensam producera dylika program. Ett av de starkaste officiella skälen till att göra om Radio 5 var att BBC hade misslyckats att locka tillräckligt många lyssnare till dramaprogrammen för de yngsta.

De nya programmen på Radio 5 Live tar

upp sådana ämnen som datorer, ekonomi och resor. På dagen ligger lite mer personliga program på ett par timmar var: kl 12.00 Midday with Mair, kl 14.05 Ruscoe on Five och kl 16.00 John Inverdale Nationwide. Nattsändningarna är nya på Radio 5 Live där bl.a. Rhod Sharp och Richard Dallyn har hand om passet mellan kl 02 och 05.

Huvudutbudet är nyheter och sport främst på kvällar och helger. Sporten har fått mer tid på tisdags- och fredagskvällar. Kanalen sänder dygnet runt på 693 och 909 kHz.

Nystarten föregicks av en reklamkampanj på 1 miljon pund riktad till lyssnare främst utanför syd-östra England. Kanalen vill nå nya lyssnargrupper i andra delar av landet, vilka enligt BBC inte har lika bra nationell nyhetsservice som syd-östra England. Traditionellt har BBC:s talade radiokanaler haft flest lyssnare i syd-östra England, där medelinkomsten och utbildningsnivån är högre än i övriga landet.

Hitstation med franska rötter har chockat konkurrenterna

NRJ har utvecklats till en av Frankrikes och Europas största kedjor av radiostationer. Sedan drygt ett år tillbaka sänder NRJ/Energy i Stockholm på 105,1 Mhz. Stationen har chockat

sina kommersiella konkurrenter och lämnat dem en bra bit bakom sig. Vi har intervjuat stationschefen Bertil Damberg om NRJ:s framgångsrika koncept.

Hur märker man då att NRJ Stockholm och Paris är samma station? Lyssnar man på Parisstationen får man snarast uppfattningen att formatet i Sverige är mycket aggressivt jämfört med franska NRJ, som kör mycket mer softat (AC) och en hel del inhemska produkter.

– Lyssnarsiffrorna skryter Damberg. NRJ är en produkt som utvecklats under ett antal år, men som startade under blygsamma omständigheter i ett studentrum med en sändare i ett badkar. Under många år hade stationen en ledande position i landet. Stationen är fortfarande nummer ett i Paris på FM, men stationer som Europe 1 och RMC är fortfarande stora på långväg i Parisområdet.

En tuff radiomarknad

– Man har varit tvungen att anpassa sig på en tuff marknad med 40 reklamradiostationer och åtta miljoner människor. Det är ett av de få gäng som utvecklats från blygsamma omständigheter till ett av de starkaste mediaföretagen i Europa. För att ytterligare svara på frågan så märks det på att vi har tagit in det "know how" de utvecklats och översatt till Stockholm, Göteborg och Malmö och det fungerar.

Damberg vill inte hålla med om att inriktningen skulle vara annorlunda i Frankrike än vad den är här.

– NRJ är i Stockholm som i alla de övriga 200 städerna i Europa där den finns, ett aggressivt framtidsinriktat ungt format kallat EHR — European Hit Radio. Det softa AC-formatet är något helt annat. Jag kan hålla med om att det kan upplevas olika.

För att illustrera det senare pekar Damberg med illa dold stolthet på en radiokrönika av Pelle Bergendahl i GP som skriver mycket positivt om stationen.

Hög rotation på hitsen

– Det är glädjande när folk som jobbat med media i många år känner igen de professionella delarna. Bergendahl skriver att han upplever det som att det är en regel på stationen att inte spela ny musik. Det är lite överraskande när en medelålders rutinerad media-kille skriver så med tanke på att EHR är ett extremt hitinriktat format. Vi rullar i alla fall 50 av de senaste hitsen med hög rotation. Men vi mixar det totala urvalet på ett sådant sätt att tillsammans med gamla monsterhits blir den totala upplevelsen helt annorlunda.

– När mixen innehåller så mycket igenkännbart material då kanske man inte "stud-sar" så mycket över att t.ex. Erasurs nyaste (Always) faktiskt är en alldeles ny låt. Vår

målgrupp i Paris är dock exakt densamma som här.

Vad är det då som gör NRJ så speciell? EHR-formatet är ju inget särskilt unikt utan finns på ett stort antal stationer runt om i Europa. Det måste vara något mer som gör NRJ till en så pass framgångsrik station som den har blivit på den korta tid som man varit verksam i Sverige

– Om du är på jakt efter företags-hemligheterna så ska du inte tro att jag berättar dem. Men, nej det är egentligen en mycket enkel hemlighet: NRJ spelar inte musik "så här" (Damberg knäpper med fingrarna). Vi spelar inte musik som vi tycker är bra eller som rullar av någon annan tillfällighet, som efter de senaste telefonsamtalen från grammofonbolagen.

Flera jobbar med musiken

– Musiken är mycket målmedvetet vald. Vi jobbar varje dag oerhört ambitiöst med musiken, och de vägval när det gäller vilken musik vi skall spela bygger helt på publikundersökningar. Vi jobbar professionellt med mätningar av marknadens krav varje dag. Vi har en fyra till fem man som jobbar med musiken hela tiden.

Finns det någon konflikt i att rulla de senaste hitsen samtidigt som monsterhitsen spelas "en masse"? Risken att man skrämer bort äldre lyssnare med nyare tung mu-

sik som sticker ut, och att de yngre kan ha svårt att finna sig tillrätta med det gamla oldie-materialet, torde ju vara uppenbar. Med begreppet "monsterhits" menar Damberg oldies som har blivit så kända att de etsat sig fast i folks medvetande.

Bevisar sin enorma slagkraft

– Våra lyssnarsiffror tyder ju inte på det, skrockar han. Teori och praktik är två helt olika saker. Det viktigaste är att allting måste bevisas i verkligheten också i Stockholm. I varje ny stad som NRJ dyker upp bevisar man sin enorma slagkraft.

– Det är fel att påstå att vi skulle ha musik som "sticker ut" på det sättet som du menar. En stor låt är alltid en stor låt, men varje låt har sin speciella livscykel. Tack vare att vi blandar de senaste hitsen med de största låtarna från alla tider finner lyssnarna sig tillrätta.

– Ta dansmusiken, som ju har den tendensen att det som är populärt just nu ligger på listorna. Danslåtar i sig har väldigt svårt att bli monsterhits medan en gammal poplåt som "Yesterday" kommer att leva för alltid.

Damberg sammanfattar detta i följande axiom:

– "A good song is always a good song", och nya generationer upptäcker gång på gång det som är stor musik. Det är precis som med stor konst och klassisk musik. Att vissa av



Bertil Damberg driver den mest framgångsrika privata radiokedjan i Sverige. Energy etablerar sig nu också utanför storstadsområdena.

de gamla klassikerna har levt så länge som de har gjort (ta Beethovens femma eller Mozarts pianokonsorter) beror ju inte på att någon har lyckats marknadsföra dem på ett slagkraftigt sätt. Mozart, Beethovens och Liszts musik kommer tillbaka i varje ny generation och väcker samma känslor på grund av sin egen inneboende kvalitet. Precis samma sak är det med populärmusik.

Kvalificerat bullshit

– Ett klassiskt misstag jag har hört konkurrenter göra i exempelvis önskeprogram, är när 17-åriga tjejer ringer in och vill höra "Yesterday". Då börjar discjockeyn i sändning föra en ganska lång och konstig dialog där man undrar varför den här tjejen vill höra Yesterday. "Den skall ju inte du tycka om — möjligen dina föräldrar". Detta är kvalificerat bullshit! utropar Damberg.

– Hon har upptäckt "Yesterday" och vill höra den och då är det att slå ned på den enskilda människans integritet och val av favoriter att ifrågasätta detta. Vad fan är det som säger att en låt är för gammal?! Det går musik nu som munkar skrev på 900-talet. Det är ju detta som är den stora tjugningen och det som är underbart med mänskliga upplevelser, att varje människa skall ha rätt till sina egna upplevelser och relatera till det inspelade verket. Det är som med Mona Lisa eller vilket annat konstverk som helst, att musik, hur gammal den är, så är den till syvende och sist en personlig erfarenhet.

Musik som tavlor i ett galleri

– Musiken i NRJ är som tavlorna i ett tavelgalleri. När Whitney Houston går in och spelar in en låt har en kompositör fått inspiration till musiken, en textförfattare har skrivit texten och en arrangör har slitit sitt hår för att få det att låta exakt som han vill tillsammans med duktiga musiker. Slutligen så läggs det här på en CD som antingen erövrar världen eller så gör den det inte. När vi sänder ut "I will Always Love You" är den ett konstverk som redan skapats och kommer på ett eller annat sätt att leva i all framtid. Vi hävdar då att vi försöker återge det bästa kvalitetsmässiga vi kan hitta och det funkar som om man går och tittar på kända tavlor. Då skulle det ju vara för jävligt om man hade en guide med sig som stod och talade om för en vad man skall uppleva när man ser Mona Lisa!

– Kontentan av detta är att när man lyckas skapa någon sorts kompromiss eller genomsnitt så är man inne på helt fel väg. Jag brukar beskriva oss som en musikkanal som väljer musiken utifrån varje låts kvalitet. Ingen låt får gå förrän den har bevisat sin kvalitet. Det finns inte en låt som går av en slump utan marknadsundersökningar och andra instrument.

Får prata 90 sekunder

– För oss är musiken och konstverken sig själv nog. Därför har våra jockeys 90 sekunder i timmen att prata på. Deras uppgift är framförallt inte att gå in och skriva lyssnarna på näsan vad de skall känna och tycka när de hör en låt. Folk vill leva med sina egna minnen och sina egna upplevelser. Det har de redan gjort en gång och så kommer vi in och gör en sådan där dålig västgötaklimax efter varenda låt, och det är lite grand den svenska dj-kulturen. Det är djävligt skönt att man som

lyssnare får den känslan att man är värderad och respekterad

Är satsningen att nå särskilt yngre lyssnare, med tanke på stationens framgång bland dessa grupper, ett medvetet val?

Damberg vill inte riktigt hålla med om att de skulle satsa speciellt på de unga lyssnarna utan menar att lyssnarsiffrorna pekar på att man lyckats attrahera även de äldre.

– Vi är en EHR station. EHR står för "European Hit Radio", vilket i sig är ett ungt format. Först och främst handlar det om vilken andel färsk musik man spelar i ett format. Du rullar ju inte Clawfinger i ett soft AC format och även om vi inte gillar låten så går den hos oss för att den har bevisat sin kvalitet.

Backar inte för eurodisco

NRJ är, som vi har uppfattat det, den enda station som inte backar för att spela eurodisco av alla slag, medan konkurrenterna antingen anser att det är lägre kvalitet på eurodisco eller att sådan musik skrämmar bort de äldre lyssnarna. Hur uppfattar ni det?

– Det är vi totalt okänsliga för. Här gör var och en sin grej och det gäller bara att respektera det. Kravet på mångfald och finkultur, det där får andra tjafsa om. Vårt mål är att tillhandahålla den bästa radioproducten och tjäna mest pengar. Får vi bara en jävla framgång kan de få sitta i sina jävla källare och tycka att vi är dåliga, vi bryr oss inte!

Är det en medveten strategi att spela samma oldie om och om igen flera gånger i veckan? Låtar som "Hotel California", "A whiter shade of Pale" och "House of the Rising Sun" kan ibland snurra flera gånger på bara ett par dagar.

Kan spelas hur ofta som helst

– Så länge det bara är en hit kan vi spela den hur ofta som helst. Hemligheten är att veta vad folk vill ha! Det kan du inte få fram om du inte jobbar hårt med det. Vi har en tre-fyra personer som varje dag bara jobbar inom detta område. Vad gör det om du hör "Hotel California" flera gånger om dagen. Det är ju en HIT!

Hade NRJ haft samma filosofi med ett annat format, som AC? Skulle man då köra låtarna lika hårt som man gör nu?

– Det kan man givetvis inte göra. AC är inget hitformat i sig utan det här formatet som vi kör, EHR, "drabbar" ungdomar mest. Dessutom är ungdomarna oerhört effektiva ambassadörer. De drar med sig även sina för-



Hasse Johansson ansvarar för promotion och olika projekt.

äldrar, vilket innebär att om ungdomarna upptäcker stationen så är halva slaget vunnit. Detta är oerhört viktigt. Vi har inte annonserat en enda gång i Stockholm, Göteborg och Malmö. Jämför med Z som har eldat som fan i Göteborg och ändå går vi om dem. Det beror på produkten; de unga hittar oss och så går löpelden.

Större än P3 och R Stockholm

– Enligt SIFO är vi i åldersgruppen 15-29 större än P3 och Radio Stockholm i Stockholm. I åldersgruppen 15-24 år har vi 40 procent, vilket innebär att vi är det starkaste mediet totalt i den gruppen. Enligt RUAB är vi större i åldersgruppen 9-34 år än Radio Stockholm. Lite skrämmande siffror med tanke på P3 som skulle lägga sig från 37 år och nedåt. P3 har vi dock lämnat bakom oss. Nu är det de andra stationerna vi vill åt!

Stämmer det som Jesse Wallin sagt, att förklaringen till att NRJ spelar samma oldies om och om igen är att man bara har 300 oldies i sitt arkiv? Damberg skrattar sarkastiskt.

– Någon får väl ta fram papper och penna och räkna. Vi spelar låtar som man känner igen. Man kan vända på det och säga att det är mycket skit som de inte plockar bort på andra ställen. Till syvende och sist beror det på vad man gör för typ av radio. Det är typiskt Jesse Wallin. Det räcker att jämföra hans lyssnarsiffror med våra.

Lägger papperna på bordet

Damberg rusar iväg efter några papper med de senaste lyssnarsiffrorna och kommer tillbaks och lägger upp papperna på bordet.

– Där har vi Bosse Johander på NRJ som kom in på A-kassa (40 procent), där har vi Jesse Wallin (15 procent) i kategorin 15-29 år. Det är musikurvalet som gör det!

En viktig beståndsdel i urvalet är recurrents. Låtar som precis har varit stora men som fortfarande har kvar sin hitpotential. Enligt vår uppfattning är NRJ en av de få nya kommersiella stationerna som utnyttjar potentialen i sina recurrents. Ligger det någon särskild tanke bakom det?

– Recurrents är oerhört viktiga. De finns där. Det viktiga är att det fortfarande är en låt som lever. Även monsterhits kan somna in och försvinna, väckas till liv och komma tillbaks igen. En monsterhit är en låt med hög igenkänningsgrad från 1990 och bakåt.

När vi diskuterar City 105 och jämför med NRJ kunde vi konstatera att City var mycket mer uppsplittrade med variationer av formatet över dygnets olika timmar s.k. "dayparting" på fackspråk. Finns det liknande variationer i NRJ och i så fall hur ser de ut?

Tillämpar viss dayparting

– Visst tillämpar vi dayparting, men inte på det sättet. City har alldeles för stora variationer för att det skall vara någorlunda konsekvent. Det rimliga är att lyssnarna skall veta ungefär vad de kan förvänta sig höra när de slår på radion över dygnets olika timmar. NRJ är mer än en radiokanal; vi utgör en relation mellan lyssnarna och oss själva som bygger på ett förtroende som måste upprätthållas. Vi är till för lyssnarna, inte för oss själva, och vi är måna om den imagen.

– När som helst du trycker in knappen måste det vara samma produkt du får ut. Det betyder inte att stationen är tråkig, men bygger på ett igenkännande. Stationens jinglar

är i huvudsak producerade i Paris. Det är samma jinglar på alla NRJ-stationer utom i Tyskland.

Samma resonemang ligger till grund för ställningstagandet att ha bemannade sändningar dygnet runt, vilket stationen är ensam om i Stockholm tillsammans med Bandit Radio.

– Det är en förtroendefråga, vi har inte CD-växlare och vill inte ha det. Det är riktigt att man kan påstå att det är väldigt få som lyssnar, men det som gör en station framgångsrik är trogna lyssnare. Vi är fem anställda för att köra 24 timmar om dygnet och det är klart att det knakar litet, men vi är väldigt noga när vi plockar in nytt folk, och till skillnad från våra konkurrenter så plockar vi in nytt folk hela tiden. Men vi är nog med att det är samma teamkänsla hela tiden. Ingen är här för att bygga upp en egen stjärnposition — sådan konkurrens finns inte. Det som är viktigt är att känna en jävla glädje i ett gäng som lyckas.

Fransmän och personligheter

Ingen bygger upp en stjärnposition säger du, innebär det att ni medvetet underlåter att satsa på personligheter? Vi har hört att fransmännen lägger sig i hur presentatörerna låter. Ett rykte sa att de hade kommit upp till Stockholm och inte gillade vad de hörde, varpå de ringde några telefonsamtal och kort tid därefter var det nya jocks i etern!

Damberg skrattar till och utropar:

– Bullshit! Men det är alldeles riktigt att vi inte satsar på personligheter, vilket dock inte innebär att det är oviktigt vem som står bakom mikrofonen; rösterna måste kännas igen. Läs Pelle Bergendahl i GP som skriver att förutom musiken tycker han att det är befriande att höra presentatörerna; hur de spelar stationens musik och uttrycker sig. Det duger inte med det gamla vanliga DJ-konceptet. De sitter där med självklarhetens fulla rätt och behöver inte "bevisa sig" något hela tiden, vilket gör att man slipper den där genererande känslan av att den här programledaren varken är säker på sig själv eller på det han håller på med.

– På det hela taget och rakt igenom det vi gör så handlar det om hur jävla svårt det är att göra det enkla och inte konstruera till det. Jag tror att vi i Sverige har en tradition av att det finns så många som tror de vet hur det skall gå till, eller som huvudägaren i Frankrike brukar säga "you just have to keep to the rules". Varför skall vi ändra på reglerna? Som fotbollsspelare kommer man inte in i Milan på första träningspasset utan ser till att man får en fast plats i A-laget på lång sikt. Vi kan utbyta erfarenheter inom hela koncernen. Ett exempel är våra marknadsföringsmodeller, som vi nu kommer att exportera till resten av Europa.

Drömmar kommit på skam

– Men det är många som kommer att få tvätta sin uppfattning om hur radio egentligen skall låta — de drömmar som finns om hur man blir bäst i radio har kommit på skam.

– Ett viktigt inslag är självklart vårt sätt att jobba med jockarna. Precis som Pelle Bergendahl har insett så har våra jockeys inte till uppgift att stå och orera. Vi har inte köpt dem för deras "standup kapacitet". Det får andra hålla på med. Du har t.ex. väldigt duktiga "standups" på P3 och Radio Stockholm



Hasse Johansson och musikchefen Christine Ramstedt i Energy-studion.

där det förutsätts att när de drar upp mikregeln skall de berätta något bra — de skall säga något som drar publik. Vi tror det är fel väg att gå för en musikkanal.

Inte främst programledare

– Våra jockeys har andra arbetsuppgifter och är inte programledare i egentlig bemärkelse utan de utgör en viktig del av vår promotionverksamhet. Som exempel kan nämnas att nu är de flesta engagerade i äventyrmässan. Det kommer att bli en höjare; vi har 1500 råa ägg och 10 hårdkokta. Besökarna får gå upp på en scen och dänga ägget i pannan. Är det hårdkokt vinner du en resa till Thailand, i annat fall är inte upplevelsen lika behaglig.

– Våra jocks jobbar mer som projektledare med olika projekt. Vi vill inte hålla på och skapa nischer för olika programledare, för att få ihop stationen personellt. På andra stationer får alla gå och härja som de vill på olika ställen. Här har vi liksom satt en färdriktning som alla hänger med på. Vi har inga direktsändningar från restauranger vissa kvällar i veckan och så vidare.

Gör stationen aldrig något avsteg från den gyllene regeln att aldrig spela en ny låt förrän den på något sätt bevisat sin kvalitet. Damberg erkänner att stationen faktiskt har gjort ett avsteg från den principen. En princip som Damberg påpekar att även skivbolagen börjar respektera eftersom stationen faktiskt påverkar försäljningssiffrorna.

Lägger själv upp strategin

– Det fanns en period när de försökte tala om för oss vilken musik vi skulle spela och hur vi skulle göra radio. Vi gjorde klart för dem att vi inte accepterade detta, att vi som en station med 14 års erfarenhet och 300 stationer över hela Europa i ryggen — vi kör nämligen både NRJ och Cheri som är vårt AC-format i Frankrike och över hela kontinenten — själv lägger upp vår strategi.

– Men vi har gjort ett undantag från regeln och det är Dr Feelgood (med Cool James och Black Teacher). Jag är stolt över att kunna säga att det är vi som har breakat låten. Jag lovade en gammal polare, Ola Håkansson, att hjälpa till. Han tyckte nämligen, och han har rätt i det fallet, att vad NRJ kan bjuda på,

vilket ingen av våra konkurrenter kan, det är export. Vi kan hjälpa till att "sätta" Roxettes nya album och hjälpa till att lansera nya svenska artister utomlands. Så vi gjorde ett undantag och vi har inte ångrat oss. Den var en garanterad hit och nu ligger den väl för fjärde veckan som nummer ett på danslistan.

Självklara hits som Roxette måste väl ändå vara ännu ett undantag från regeln? Ta t.ex. albumet "Crash Boom Bang" som alla stationer spelade när den kom ut. Damberg skakar på huvudet och återupprepar stationens grundfilosofi.

Respektera lyssnarna

– Andra ser det som en självklarhet att direkt lägga in Roxettes nya album, men vi jobbar inte på det sättet. Det är viktigt att respektera lyssnarna. Så fort det kommer en ny låt måste du introducera den på ett snyggt sätt för dem. Du kan inte klatscha in en helt ny låt bara för det är Roxette. Den måste få växa till sig i folks medvetande, annars blir det en pina.

– Givetvis lägger vi in Roxettes material när de blivit hits, men först då. Vi tackade t.o.m. nej till en intervju med Per Gessle, men sa att han var välkommen som gästdiscjockey med påföljden att han gjorde en kvart och lottade ut ett antal signerade album. Han var jätteglad för det. Han vill inte låta sig intervjuas simpelt. Det är vi som genomför de här grejerna som väcker uppmärksamhet och är lite kreativt och framåt!

Genomslag bland de yngre

Det är ett obestridligt faktum att NRJ har fått ett starkt genomslag bland de yngre lyssnarna och att de i viss mån drar med sig de äldre. I Stockholmsregionen gör befolkningstätheten att andelen yngre lyssnare är så stor att det med framgång går att utforma ett EHR-format som appellerar till dessa. Kanske det inte fungerar likadant i övriga landet?

– Det är möjligtvis en förhoppning våra konkurrenter skulle kunna ha. Men RUAB-undersökningen i vecka sex i Göteborg och Malmö visar snarare att det inte är så. I Göteborg hade vi en analog monosignal ned från satelliten när mätningen gjordes och i Malmö mättes vi efter tre dagars sändningar. På dessa tre dagar hade vi lyckats plocka ihop ett

veckolyssnande på 35.000 och ett dagslyssnande på 5.000.

– I Malmö vecka nio sände vi fortfarande mono och analogt med dålig räckvidd och höll på att trimma grejerna. Ändå var vi tvåa i Malmöhus och fyra i Helsingborg. Sedan dess har det gått några veckor. NRJ fungerar i Bryssel, Paris, Marseille och Stockholm. Varför skulle det inte fungera i Göteborg och Malmö?

Avsikten är att NRJ även fortsättningsvis skall vara en i huvudsak centralt producerad musikstation. Sändningarna från Stockholm kablas ut över Göteborg och Malmö 16 timmar per dygn. Övrig tid är lokalt producerad med CD-växlare eller lokala discjockeys. Vad betyder detta för NRJ då idén med lokal musikradio riskerar att bli något förfelad med dylik centralt producerad radio.

Musiken framför lokal prägel

– Det är mycket som är upp och nedvända världen när jag pratar med stationerna lokalt om det här med lokala och centralproducerade sändningar. Om man tror att en radiostation i Göteborg blir lokal för att det står en jockey och pratar där så är jag tyvärr tvungen att göra de lokala jockarna besvikna genom att påpeka, att så funkade det inte och att det är inte så en station blir lokal. Man gillar musiken. Det är därför man lyssnar. Man gillar möjligtvis den höga promotionnivå vi har – att det händer något hela tiden mellan låtarna där det ska hända. Man är van vid tempot och vi har en hög underhållningsgrad.

– Men sammanfattningsvis är det dock så att om jockeyn står i Malmö, Båstad eller Kiruna det spelar tyvärr väldigt liten roll. Det som verkligen kommer att göra Göteborg och Malmö till stationer som uppfattas av lyssnarna som lokala är inte lokala inslag eller lokala nyheter, att rösten har skånsk eller annan accent, utan det är helt och hållet beroende av säljarna och om de har förmågan att få in lokala annonsörer.

Jinglar och populära låtar

I Stockholm, Göteborg och Malmö läggs under vissa block in promo-jinglar för NRJ ihopmixade med populära låtar: "NRJ har nått Malmö. För dig som kör omkring på Malmös gator; lyssna på NRJ!" alltmedan bitar av "Streets of Philadelphia med Bruce Springsteen spelas upp. I en annan promo spelas "Return to Innocence" av Enigma och en röst insisterar att "NRJ har nått DIG!". Vilket syfte tjänar dessa band?

– Detta är ett inslag av vår strävan att ge

stationerna en lokal prägel. Visserligen är vi medvetna om att det låter för jävligt, men eftersom det är under just dessa segment som det är meningen att lokal reklam skall sändas, så är banden en påminnelse till de lokala säljarna att de skall anstränga sig. Alla tycker att det där inte låter bra och då vet stationen att de har kniven på strupen med en hälsning till säljarna.

Rykten om för hög effekt

Stämmer det att ni sänt med högre effekt än vad som är tillåtet? Det har gått rykten om detta i Stockholm. NRJ i Paris överskred också i början effektgränsen.

– Bullshit! Detta är ytterligare ett uttryck för den berömda Jantelagen som jag anser vara förhärskande inte minst bland radiofolk i Sverige. Går det bra för någon så är man genast en pirat eller sysslar med andra oegentligheter. Jag brukar jämföra det med att när Sverige får stryk i OS i skidor. Då utgår man genast från att det är något fel med medtävlarna, som att norrmännen skulle vara dopade.

– Att våra sändare hörs bra beror på att vi anlitat killar med hög kompetens och bred erfarenhet. Varför det låter bra kanske man skulle ta och fundera över. Vi har 300 sändare runt om i Europa och man har från början förstått hur viktigt det är i en konkurrenssituation att stationen åtnjuter god hörbarhet. Ta en stad som Paris med 44 konkurrenter; givetvis har vi kapat åt oss bäst sändarplacering och bäst utrustning.

En av Europas största

– En annan aspekt är den höga tekniska kompetensen inom koncernen. Vi är en av Europas största upphandlare, vilket ger oss de högsta rabatterna, som i sin tur lett till att man har kunnat köpa de bästa grejerna. Den tekniska kompetensen har man skaffat sig genom att man hela tiden har skrivat isär grejerna, analyserat dem och förbättrat dem. Ljudprocessingen, den s.k. "black box", är framtagen i Paris.

– Att vi inte utnyttjade Teracom (tidigare Televerket Radio) har givetvis retat dem. Men vi litar inte på dem. Så länge de hade monopol var allt gott och väl. Vi är den första entreprenören utifrån som har utmanat dem och det är klart att det är surt som fan för dem.

I ljuset av framgången för stationen kommer man osökt att tänka på Bertil Damberg själv och hans egen roll i det hela. Vilken bakgrund har du?

– Från början är jag en lärare som gick över till mer samhällsorienterade ämnen. Jag jobbade som ombudsman inom folkets husrörelsen en period. Kom via arbetarrörelsen in i socialdemokraternas ungdomssatsning på närradio, Radio Fotfolket, och var delaktig i uppbyggnaden av den stationen. Var dessutom med och byggde upp Fryshuset i Landskrona och har jobbat mycket runt om i Sverige.

Fotfolket mot Radio City

För att bemöta SAF:s Radio City var man ett kollektiv som 1988 drog igång Fotfolket. Efter ett tag kändes namnet mossigt, så 1991 bytte man namn till Radio Ett. Basen i NRJ/Stockholm består fortfarande till stora delar av folket från den tiden.

– De första kontakterna med NRJ togs för två år sedan. Det var jag som ringde dem och

inte de som ringde oss. Deras öppningsreplik var "VAD KOSTAR NI?". De hade varit i Sverige och "scoutat", träffat våra konkurrenter men inte varit nöjda med attityden de träffade på. Det var uppenbart att alla visste vilka vi var. För vår del var vi inte ute efter att hitta pengar, vi hade redan en stark ägargrupp. Det vi sökte och söker i NRJ-gruppen är "know how".

– När alla andra traditionellt sneglar västerut åt England kan man konstatera att de inte har lyckats alls. USA-radio är en krisbransch, men på andra sidan engelska kanalen har de skapat en guldgruva. När man kommer till Frankrike och tittar ser man att elektroniska medier i Frankrike har lyckats för att de har kunskapen, det "know how" som behövs.

Saknar limousinevana

– Min roll är att försöka hålla ihop det här. Vi kommer från små omständigheter, ingen vana ifrån att sitta i limousiner eller att använda en massa mobiltelefoner. Flera från Fotfolket är fortfarande med här. Jag tror inte att någon som jobbar inom ledningsfunktionen här stämmer in på bilden av vad man normalt förväntar sig av folk på ledningsnivå.

Jeean Paul Baudecroix, som grundade NRJ, kommer från socialistkretsar och Damberg kommer från arbetarrörelsen, vilket är en intressant parallell men ingenting mer, menar han.

– Kanske väcker det ytterligare irritation att en person som jag lyckats medan de som kaxigt hävdar att de skulle cementera marknaden inte har gjort det. Som affärsföretag är vi neutrala och ser konsumentkooperationen som en tillgång med 400.000 medlemmar, vilket gör dem till en intressant partner, men givetvis är stationen i övrigt helt partipolitiskt obunden.

Damberg erkänner att han aldrig lyssnat på NRJ Frankrike innan han ringde sitt samtal men det var inte det viktigaste. Det räckte att veta att de hade lyckats.

Mycket att lära i Frankrike

– Det var uppenbart att det fanns mycket att lära i Frankrike. Alla har ju pratat om Capital Radio i London, men de sitter bara där och tjänar inga pengar. Uppfatta inte det som vi sitter och skryter, men det är klart att det är svårt att beskriva ett supernationellt företag av den här magnituden. Fördelen är att vi bara jobbar med radio och inte håller på med en massa annat, vilket gör att vi kan fatta beslut oerhört snabbt och effektivt.

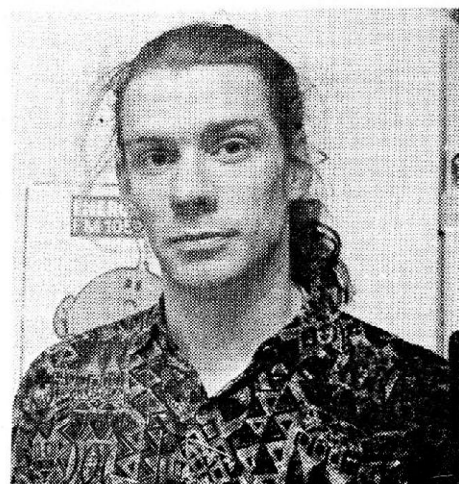
– Vi ser det som ett fotbollslag som lär upp oss, typ Milan, och vi suger upp all kunskap som vi behöver. Samtidigt jobbar vi väldigt intensivt över generationsgränserna. Vi vet hur vi vill ha det och vår självständighet från Frankrike är total så länge vi bara håller oss till grundreglerna.

– Det är ett koncept ungefär som Coca Cola eller McDonalds. Produkten är definierad. Det är ungefär som att göra champagne eller laga mat; det är ett recept. Sedan krävs det bra råvaror, bra kockar och vi är väldigt måna om att understryka detta. Receptet är givet. Vi tar inga order utan relationen liknar mer ett professionellt samarbete med Paris.

Text: Robert Olsson

Foto: Olof Olsson

Intervjun med Bertil Damberg gjordes den 4 maj 1994.



Bosse Johander är en av rösterna.

Sportradio gör succé i Toronto

Sedan hösten 92 har flera mellanvågsstationer i Toronto gått över från musik till prat. Två format, "all news" och sport, är unika i Kanada och utvecklingen i staden bevakas noggrant eftersom Toronto är landets ledande radiomarknad.

I september 92 gick CJCL (1430) över till sport dygnet runt och började kalla sig "The Fan". Även tidigare sände stationen Toronto Maple Leafs ishockeymatcher och Toronto Blue Jays baseball-matcher. Men under resten av tiden spelade man middle of the road-musik. Det formatet placerade station på en blygsam placering bland Torontos radiostationer.

Klättrade till tredje plats

Det nya sportformatet gav omedelbar utdelning. Lyssnarsiffrorna ökade från 500.000 till 616.000 i september 92. The Fan vänder sig främst till män i åldern 25-54 år och i den här kategorin klättrade stationen från sjunde till tredje plats i staden. Publiken består av 80 procent män och 20 procent kvinnor; många med välbetalda jobb och mycket sportkunniga. Stationen kan ta bra betalt för reklamtiden eftersom annonsörerna får en väl definierad målgrupp med gott om pengar. Annonsörerna vet vad de får för sina dollar. Det är viktigare än om stationen är nummer ett eller två i staden.

Det är inte matchreferaten som sådana eller rena sportnyheter som lockar flest lyssnare utan pratshowerna på morgnar och eftermiddagar. Shower med prat om sport; expertröster, lyssnaråsikter, analyser och all slags information man kan tänka sig om främst Torontolagens förehavanden. Fast inte enbart sport utan också mer allmänna nyheter och samtalsämnen. Det skulle bli för smalt med bara sportsnack. Det är på väg till och från jobbet som lyssnarna i målgruppen har möjlighet att lyssna på stationen.

Bob McCown leder morgonpasset, "Breakfast Flakes" tillsammans med Barb DiGuilio (som också rapporterar om trafiken), en nyhetsreporter och en sportreporter. McCown var programledare i TV-programmet "Sportsline" och ledde också CJCL:s "Prime Time Sports" när stationen började sända det i slutet av 80-talet. Han var friskspråkig och konfronterade gärna gäster och lyssnare i eteren. Han har tonat den aggressiva stilen han hade då, men backar inte för att ifrågasätta åsikter och analyser som han inte delar.

Initierade medarbetare

Även om stationen tar in lyssnare i eteren under vissa tider på dygnet, så prioriterar The Fan inslag från kunniga reportrar, experter och välkända sportprofiler. Det är sådant lyssnarna främst vill höra eftersom de själva är väl insatta i sport. Man kan skrämja bort dem om nivån på sportpratet läggs för lågt. Men pratinslagen måste alltid vara underhållande.

Det krävs mycket mer personal att driva en sportstation än en musikstation. CJCL har

fått utöka med sex nya heltidstjänster, fler deltidare och krydda med frilansare och stringers. Stationen är gynnad eftersom det i Toronto finns många välkända sportjournalister från press och TV som kan medverka i programmen.

Man skulle kunna tro att ishockeyn är störst i Toronto eftersom det är nationalsporten i Kanada. Men här på gränsen till USA är det baseball som drar flest lyssnare. Till och med ishockeylagets playoff-matcher (utslags-turneringen på våren som avslutar säsongen) får maka på sig när baseball-laget spelar sina försäsongsmatcher. Då får en annan Toronto-station sända ishockeyn.

Basebollen är en mer radiovänlig sport än ishockey. Ishockeyn spelas huvudsakligen under den kallare tiden på åren då folk helst är inomhus och tittar på TV. Under baseball-

säsongen vill folk vara ute i solen, och med en radio behöver de inte missa matcherna.

Sporternas olika tempo är en annan viktig faktor. Basebollens tempo är lugnare och en bra reporter kan bygga upp en elektrifierad stämning inför nästa kast. Reportern har mycket större möjlighet att målande beskriva allt som händer på planen. I ishockey är det svårt att hinna med att referera alla situationer på rinken. Det går så fort och lyssnaren är medveten om att han inte får veta allt.

Ännu har inte Toronto något amerikanskt fotbollslag i den största ligan, NBA. Konkurrentstationen CFRB får nöja sig med att sända Toronto Argonauts matcher i CFL. Om NBA kommer till staden blir det säkert huggsexa om radiorättigheterna.

Förändrades över en natt

Top 40-stationen CFTR, "All Hits 680", förändrades över en natt den 7 juni förra året till nyheter, trafik, sport och väder. Ett format med rullande nyheter i 20-minuters segment.

Målet är att ha 70 procent lokala nyheter och man räknar med att formatet behöver ett par års inkörning i Toronto. Det baseras på New York-stationen WINS koncept. Ett nyhetsformat som man inte lyssnar på hela tiden, utan skruvar in när man vill veta det senaste. En informationskanal som är tillgänglig 24 timmar om dygnet.

Exakt tre månader senare när skolterminen började, den 7:e september, hoppade CHOG (640 kHz) på pratvågen med två nya program mitt på dagen; "Toronto Talks" och "Touch Tone".

"AM 640" eller "The Beat of Toronto" har ett originellt format med hitlåtar på morgnar och eftermiddagar och däremellan de två pratprogrammen. Stationen har påverkats på flera sätt av CFTR:s formatbyte.

Tre gick till konkurrenten

CHOG, som då hade ett "dance/rock"-format, såg chansen att ta över publiken som lyssnat på CFTR:s hitmusik. Musikformatet blev mer hitinriktat och CHOG anställde tre programledare från CFTR; morgonmännen Jesse och Gene och Tarzan Dan, som ledde eftermiddagspasset.

CHOG var nu ensamma om att vända sig till tonåringarna med hitformatet. Förvisso är tonåringar inte någon ekonomiskt stark publikgrupp. De spenderar pengar mest på snabbmat, nöjen, kläder och musik. Men är man tämligen ensam om att vända sig till dem kan man ändå få det att gå ihop.

Efter ett par veckor märkte CHOG att fler lyssnare än beräknat slutade lyssna på stationen kl 09.00 när morgonshowen var slut och ett ordinärt Top 40-pass började. Att man skulle förlora tonåringarna var förutsägbart eftersom de då är i skolan, men varför slutade andra också att lyssna?

Jo, man kom fram till att många lyssnade på morgonen för att de uppskattade Jesses och Genes personliga show — det var inte hitsen som drog i första hand. Även om man

Stationer i Toronto

Mellanvåg

kHz	kW	
530	01	CIAO Flerspråkig
590	50	CKYC Country
640	50	CHOG CHR och prat
680	50	CFTR Nyheter
740	50	CBL Icke-kommersiell CBC-station, multiformat
860	50	CJBC Franskspråkig, multiformat, icke-kommersiell SRC-station
1010	50	CFRB Nyheter, information, prat
1050	50	CHUM Oldies
1430	50	CJCL Sport
1540	50	CHIN Flerspråkig för etniska grupper (30 kW på natten)

VHF-bandet

MHz	kW	
91,1	40	CJRT-FM Utbildning, Public Service, Klassisk musik, Jazz, folkmusik, blues - icke-kommersiell
92,5	?	CISS-FM Country
94,1	38	CBL-FM Icke-kommersiell CBC-station, multiformat
96,3	100	CFMX-FM Klassisk musik
97,3	4	CJEZ-FM Classic Rock
98,1	44	CHFI-FM AC
99,9	40	CKFM Adult Top 40
100,7	8,5	CHIN-FM Flerspråkig för etniska grupper
102,1	35	CFNY-FM Modern rock
103,1	86,2	CFMX-FM Klassisk musik
104,5	40	CHUM-FM AC
105,5	50	CHRY-FM Alternative och Community
107,1	100	CILQ-FM AOR

I Torontoområdet bor omkring 3,2 miljoner invånare. Staden är en smältdegel med 70 etniska grupper och över 100 olika språk. Två tredjedelar av invånarna är födda utanför Kanada. Toronto är Kanadas ekonomiska centrum.

passerat tonåren så kan man fortfarande identifiera sig med den gruppen och de ämnen som morgonshoven tar upp.

Vad göra för att inte förlora de andra lyssnarna när ungdomarna ändå var i skolan och oförmögna att lyssna på CHOG? Jo, man lade in två pratprogram mitt på dagen efter klockan 9, "Toronto Talks" och "Touch Tone", och gick tillbaka till hitmusiken när ungdomarna kom hem från skolan. Bägge pratshower tar upp ämnen som kan intressera de unga lyssnarna.

Den ledande stationen, CFRB (1010 kHz), i Toronto och Kanada fick plötsligt tre nya konkurrenter som försökte slå CFRB med dess eget trumfkort; prat, nyheter och sport.

När CFTR blev all news den 7 juni fick CFRB bråttom att lägga in nya program och justera sitt format på några dagar. Ledningen på CFRB hade förutsett konkurrens från en ny pratstation, men hade planerat att gradvis finjustera sitt format under ett par månader fram till mitten av augusti.

Stationens målgrupp är lyssnare i åldern 35 till 49 år. Folk som är mitt uppe i sin yrkeskarriär, ofta med ungdomar i familjen, och som kan ha ont om tid att lyssna på radio. Därför kräver de att få höra det viktigaste utan onödiga utsvävningar när de skruvar in sin station.

Kan man attrahera denna grupp så har man gjort sin lycka som radiostation eftersom lyss-

narna har hyggligt med pengar att spendera och fortfarande strävar efter högre materiell standard.

CFRB tog bort musiken under de viktiga morgon- och eftermiddagspassen (drive time) och lade in mer prat och information. Det tidiga eftermiddagspasset (från 12) fick fler nyhets-, väder- och trafikrapporter samt ett telefonprogram som leds av ett äkta par. Ett musikprogram med åtskilliga år i etern, "Owls Nest" med Fred Napoli, skrotades.

Det är kostsamt att driva en station som CFRB med en personalstyrka kring 100. Därför måste man reagera snabbt på nya konkurrenter så att inte publiken och annonsintäkterna minskar.

Radio Öresund blev utan koncession

Inför auktionen på de två koncessionerna i Helsingborg hade Radio Öresund inlett ett samarbete med franska NRJ. Närradiostationen hoppades därför ha det finansiella stöd som behövdes för att ropa in en av frekvenserna. Men man kunde inte hänga med i budgivningen när prisnivån rusade upp till otroliga 2,15 respektive 2,8 miljoner kronor.

Frågan är om två radiostationer i Helsingborg med koncessionsavgifter i den storleksordningen någonsin kommer att bli lönsamma, säger Radio Öresunds stationschef Magnus Englund. Det är beklagligt att vi inte fick en av frekvenserna. Tillvaron i närradion är på sikt omöjlig.

NRJ sträckte sig till en miljon

Radio Öresund hade fullmakt från NRJ att endast bjuda upp till en miljon kronor. Högre än så hade man inte räknat med att behöva gå för att få en frekvens i staden. NRJ var i första hand intresserad av att ta hem en koncession i Malmö, och när priset blev så högt där (2,2 milj) kunde man inte tänja på en miljon-gränsen i Helsingborg.

Radio Öresund har haft ett rykte om sig att ha discjockeys med mindre seriös eller professionell framtoning. Kan detta ha bidragit till att stationen inte tog hem en koncession?

Magnus Englund tar lätt på det resonemanget och har inte själv uppfattat att stationen skulle ha något dåligt rykte. Det har i så fall konkurrenterna spridit ut. Programledarna har förvisso en annan framtoning än kollegerna på till exempel City-stationerna eller Radio Stella, men det är en medveten satsning på en mer action-betonad radio.

City-stationerna en dålig kopia

Magnus anser att City-stationerna inriktning är lite väl försiktig; de satsar på säkra kort och mycket pengar på produktionen. Men det blir inte bättre för det eftersom de låter i mångt och mycket som en dålig kopia av Radio Malmöhus.

Radio Öresunds programformat bygger mycket på lyssnarnas telefonmedverkan. Telefonen tas ut direkt i etern. I undantagsfall förbandas enstaka inslag och det är sällan som dessa inspelningar redigeras innan de tas med

i programmet. Magnus tycker att man kan använda telefonen ganska mycket innan det blir störande, fast han påpekar att det kräver en viss finess av programledaren. Tyvärr är det väl inte alla på stationen som behärskar tekniken.

Stolt över piratradiobakgrund

Radio Öresund började sända den 13 januari 1983 när närradion i Helsingborg startade. Innan dess hade stationen fört en tillvaro som piratradiostation med mobila sändare. Ett arv som man är stolt över och som man också använt sig av i sin marknadsföring.

Stationens lokaler ligger sedan något åt tillbaka på Järnväggsgatan mitt i centrum av Helsingborg. Tidigare var Radio Öresund inhytt i Svalans DX-Clubs lokal på Drottninghög i norra delen av staden.

Radio Öresund är den största stationen i närradion och fungerar som publikdragare till 99,1 MHz. På vardagarna sänder Radio Öresund ett morgonpass från kl 06 till 08 (som nu skall utökas till 09) och ett eftermiddagspass mellan kl 15/16 och 18.

Utöver dessa strategiskt viktiga tider har stationen sändningstid på kvällar och helger med program som Fredagsflax, Nattskiftet, topplistan, Lördagspuls och Soul Show. Soul Show med Bengt Ahlqvist som programledare är det äldsta programmet. Det har körts ända sedan starten.

Enligt en lyssnarundersökning som annonsbyrån Fredmans i Helsingborg gjort har stationen 40.000 lyssnare per vecka.

Fredag bästa dagen

Morgonprogrammen har flest lyssnare med eftermiddagspassen på andra plats. Bästa dagen är fredagar.

Problemet att sända i närradion är att program från andra föreningar går in och bryter under dygnet, vilket gör det omöjligt att skapa en kontinuitet i lyssnandet. Dessutom kan man aldrig vara riktigt säker på att få behålla sina sändningstider eftersom andra föreningar kan kräva mer tid. Det gör tillvaron i närradion högst osäker.

Magnus tycker att Radio Öresund åstadkommit ganska mycket under sin tid i etern.

Helsingborg har framför allt etablerats som en av de stora radiostäderna i landet efter Stockholm, Göteborg och Malmö. Intresset för radio är stort om man ser till invånarantalet och Helsingborgs proportionella andel av den totala marknaden. Ett uttryck för detta intresse är de höga koncessionsavgifterna för lokalradio i staden.

Inspirerat andra

Radio Öresund har etablerats som en framåt station med en tuff, snabb och "uptempo" profil. Magnus tror att man kan se Radio Stella som ett barn av Radio Öresund, som har inspirerat många att själv börja med radio. En process som pågått under hela tiden som stationen varit i etern.

Radio Öresund har också utbildat ett stort antal programledare som nu finns på andra stationer.

Den tekniska utrustningen är enkel. Radiomixern, ett hemmabygge, är densamma sedan starten 1983. På grund av den ålderstigna utrustningen måste discjockeyn vara mer uppmärksam under sitt kör eftersom det är lättare att göra fel med den här äldre typen av teknik.

Ny teknik ingen garanti

Magnus hävdar att det dock inte är tekniken som avgör om man gör bra program. Saknas radiokultur och känsla kan du ha hur fin utrustning som helst utan att det låter ett dugg bättre för det. Visst hade det hjälpt om man hade fått en koncession och kunnat investera i modern utrustning, men enbart moderna grejor är ingen garanti för framgång.

Radio Öresund har inte förändrat programformatet sedan man släppte in reklamen i etern för två år sedan. Det är samma vinnande koncept som tidigare. Kanske har man försökt göra lite bättre och mer välbalanserad radio än tidigare. En annan faktor är att en del personer hoppade av stationen i protest mot reklam i programmen.

I framtiden hoppas Radio Öresund kunna köpa nyheter från TT och utöka sändningstiderna. Nu har man bara en heltidsanställd person för reklamförsäljning. All annan verksamhet sker på ideell väg.

Robert Olsson

Nya Zeeland har ett brett utbud av radio- och TV-stationer i förhållande till sin folkmängd på 3,5 miljoner. Utöver de statliga kanalerna finns kommersiella stationer och radio som specialiserar sig på religion, hästtävlingar och lyssnare med lässvårigheter. Två radiostationer med museal utrustning lever kvar i den gamla tiden

och gör program som de lät för flera decennier sedan. Utlandsradion drivs med små medel och har trots den knappa personalstyrkan blivit en välkänd röst på öarna i Stilla Havet.

Karl-Erik Stridh rapporterar från en rundresa i Nya Zeeland.

Svårt att skilja mellan statlig och privatägd lokalradio

Radioutbudet i Nya Zeeland är lite speciellt då den statliga radion, Radio New Zealand, förutom två nationella radiokanaler, driver ett stort antal kommersiella musikbaserade lokalstationer. Det finns därför inte samma klara gränslinje mellan statlig och privat radio som i andra länder. Ofta är det bara vid nyhetssändningarna som man märker om det är en statlig station som man lyssnar på. Stationerna är inte tvingade att ha fullständiga anrop med namn och ort på heltimmen.

På sikt kommer antagligen Radio New Zealands lokalstationer att säljas till privata ägare. En sådan affär skulle tillföra det skuldtyngda bolaget behövt kapital. Det första steget på väg mot utförsäljning av de lokala stationerna togs våren 1993 då Radio New Zealand gick igenom en större omorganisation. Regeringen skiljde då bolagets kommersiella stationer från riksprogrammet Radio National.

När radion ett par år tidigare avreglerades förvandlades Radio New Zealand till ett helt statligt bolag. Det gamla Broadcasting Corporation of New Zealand blev tre bolag; Television New Zealand, Radio New Zealand och Broadcasting Communications Ltd, som sköter sändare och annan teknik.

Lade anbud på frekvenserna

De privata stationerna fick lägga anbud på sina frekvenser och inget hindrar dem från att sända parallellt på mellanvåg och FM. Det stora flertalet av radiostationerna har ett mjukt musikutbud med en mycket stor andel oldies. Radio Hauraki i Auckland bryter av mest som rockstation med mycket Album Rock. Morgonprogrammet har det passade namnet The Morning Pirates. Radio Hauraki började som offshorestation innan man fick en koncession på land.

Ett udda inslag är den kristna radiokedjan Radio Rhema med bas i Christchurch. Kedjan har bjudit på och köpt MV-frekvenser när kommersiella stationer har gått över till FM. Med ett tiotal sändare når Radio Rhema en stor del av befolkningen. Verksamheten är icke-kommersiell med ett stort inslag av public service-program.

Radio Pacific är ett annat nät med pratprogram och mycket hästtävlingar. Nätet är

baserat i Auckland. Dess station i Wellington har egna program under drivetime.

Universitetsstationen Action Radio i Wellington spelar mycket reggae. Staden har också en maoristation på mellanvåg med avslappnad och informell presentation, till största delen på engelska. Stationen har haft ekonomiska problem och varit borta ur etern under en period.

Radio for the print handicapped sänder på mellanvåg 1602 kHz och även på kortvåg. Anledningen till att de hamnade på 3935 kHz var att deras tidigare teknik var intresserad av kortvåg och till varje pris ville starta landets första legala privata kortvågsstation.

I licensansökan skrev teknikern att läskunnigheten minskade i landet och att stationen därför behövde täcka hela landet. Ett svepskäl för få sända på kortvåg, men myndigheterna accepterade ansökan. Teknikern har slutat på stationen och kortvågssändningarna har fortsatt trots att de frivilliga krafterna på stationen egentligen inte är intresserade av att använda 3935 kHz.

BBC har mellanvågsstationer i Wellington och Auckland, vilka matas med en satellitsignal som plockas ned i Australien och vidarebefordras via telenätet.

Radio New Zealand producerar två nationella radiokanaler; Concert Programme och

National Programme. Concert Programme är en renodlad kanal för klassisk musik. National Programme har en hög andel nyheter, pratprogram och ofta sponsrade produktioner. Kanalen påminner mycket om RTE Radio One i Irland.

I Wellington sänder Radio New Zealand dessutom ett Parliamentary Programme och en Access Radio, bägge på mellanvåg. Den första direktsänder parlamentsdebatterna och den senare motsvarar de försök som gjordes med allemansradio i Sverige.

De flesta av Radio New Zealand's lokala radiostationer återutsänder de nyheter som produceras centralt på heltimmen. En del av lokalstationerna vill dock ha en annan version och därför överför man en alternativ nyhetsupplaga fem minuter före heltimmen. Denna upplaga bandas ute i landet och spelas upp på heltimmen.

Två rikstäckande TV-kanaler

Radio New Zealand driver två rikstäckande TV-kanaler med namnen Television One och Television Two. Det är utpräglat kommersiella kanaler trots att man även har mottagaravgift. Vid de egenproducerade programmen har man en vinjett med innebörden: "Detta program var gjort med medel från TV-licensen som ger er mer Nya Zeeland i TV". Television Two har en vinjett med två clownar som snurrar ringar till melodin "It takes two".

Privata TV3 konkurrerar om tittarna med Radio New Zealand. TV3 är kommersiell och ännu inte rikstäckande, men strävar ditåt. Alla tre TV-kanaler sänds på VHF, vilket nordiska frekvensplanerare inte klarar av på våra breddgrader.

I grevskapet Canterbury runt Christchurch sänder regionalstationen Canterbury TV på UHF. Ytterligare regionalstationer på UHF planeras. De skall vara privata och ha lokala program med diskussioner och nyheter.

Radio New Zealand är delägare i Sky Television. Denna station har därför reklamspots i de två statliga TV-kanalerna. Sky TV sänder tre olika program med kodning på UHF — marksändningar trots namnet. Den första kanalen bjuder på långfilmer, den andra på sport och den tredje är en nyhetskanal, som i praktiken är ett direktrelä av CNN.



Del av radiostationen 4ZA:s byggnad i Invercargill. En av Radio New Zealands lokalstationer.

Utlandsradion med öarna i Stilla Havet på sin bakgård

Utlandsradion i Nya Zeeland är en lilleput på kortvågsbandet. Med en ensam sändare och studior i källaren kan man dock uträtta mycket.

Ett tjugotal medarbetare, inklusive administrationen, sköter utlandsprogrammet. Personalen måste arbeta dubbelt så hårt som kollegerna på BBC och andra större utlands-sändare. Programledarna får även agera tekniker eftersom man praktiserar självkör. På kvällarna på- och avannonserar tekniker programmen. Många inslag ligger på carts, vilket underlättar programproduktionen.

Ger en bättre bild av sitt land

Radio New Zealand (RNZI) ger nog en bättre bild av sitt land än vad många andra utlandssändare gör. Delvis är detta en följd av stationens knappa ekonomiska resurser. För att spara pengar måste man basera en stor del av sändningstiden på relä av hemma-programmen.

Därför kan lyssnarna i utlandet få höra tidningskrönikor, dagskursen på frukt och grönsaker, landskamper i cricket, folkmusik, reportage om pionjärfamiljer, Roundup of Maori Events och regionalnyheter från öarna i Stilla Havet. Den språkkunnige kan avnjuta nyheter på språken tonga, bislama och fiji eller maoriprogrammen "Te Puna", "Wai Korero" och "Tagata Atu Motu". Program som ger stationen en unik lokalfärg.

Många av stationerna i Stilla Havet relä-sänder nyheterna från RNZI och Radio Australia. Nyheterna tar de in på vanliga Kenwood kortvågsmottagare. Förhållandet är mycket gott mellan dessa två viktiga regionala stationer, och man försöker koordinera sina frekvensval så man inte stör varandra i Stilla Havsområdet.

Schweizaren Walter Zweifel är en av RNZI:s två nyhetsredaktörer, som sammanställer och läser nyheterna. Underlaget från Söderhavsoarna får de på band och fax.

Då Olof Palme sköts

Walter Zweifel har tidigare jobbat för Swizz Radio International och BBC. Efter fyra år i Stockholm talade han en utmärkt svenska. Han hade turen att lyssna på Radio Sweden den natten (i Sverige) då Olof Palme sköts till döds i februari 1986. Det var en ren slump eftersom han sällan lyssnar på kortvåg. Ett av de mer udda reportagen han gjort var när han refererade sitt eget bungy jump.

De utländska lyssnarna och dx-arna har ett eget brevlådeprogram där RNZI svarar breven med musik från en speciell östat i varje program. Arthur Cushens DX-rapport inkluderar också i programmet. Den sex minuter långa dx-rapporten talar Cushen in på telefon från sitt hem i Invercargill på Sydön. Stationsledningen ville halvera inslaget till tre minuter och önskade ensamrätt på innehållet. Cushen medverkar nämligen också i

andra radiostationers DX-program. De veckor brevlådeprogrammet inte sänds går i stället turistprogrammet Travel Pacific på samma tid.

Under lång tid var det Tony King som höll i brevlådeprogrammet och som även besvarade dx-arnas lyssnarrapporter. Han har nu tvingats lämna stationen på grund av nedskärningar. Tony var deltidanställd och ägnade sin övriga tid åt sitt eget tryckeri. Tack vare hans insatser kunde stationen hålla en mycket god brevservice till sina utländska lyssnare. Han tryckte en stor del av de saker som stationen behövde, som kuvert och verifikationstexten på de vykort som används till QSL-kort.

Flitiga japanska lyssnare

Utlandsprogrammet gjorde ett kort försök med sändningar på japanska. Det kom tusen rapporter från lyssnare i Japan. Men det visade sig snabbt att det bara var omkring 300 japanska DX-are som lyssnade på programmen och som skrev upprepade rapporter. En del skrev tio gånger! Enligt en japansk DX-are skall det vara artigt för att visa att man fortsätter att lyssna på programmen.

Tony lärde sig snart att känna igen en del av namnen och slutade sända svar till dem. Den japanska satsningen blev ett misslyckande då man inte fick någon stor publik och personalen blev överhopad av arbete. Det enda positiva var att man fick ett stort överskott på IRC (internationell svarskupong som kan växlas in mot det egna landets frimärken).

Stationen kräver 3 IRC från sina lyssnare för att skicka ett QSL och tar 20 US dollar för en T-tröja. Det är otroligt hur mycket RNZI kan klämma ned i sina till synes oansenliga kuvert. Dessa kan rymma QSL, turistbroschyr, karta, sändningsschema, reklam för T-tröjan och kort på maorifolkets lyckoamulett tiki.

Studior i källarvåningen

Radiohuset ligger centralt i Wellington bland regeringsbyggnaderna. Utlandsprogrammet har sina studior och kontor i källarvåningen. Det finns ingen passerkontroll med kortläsare som man måste ta sig förbi för att komma in i hjärtat av stationen. En återspeglings av den låga brottsligheten i landet.

Intill kortvågsavdelningen ligger den centrala programkontrollen; Master Control. Här står den dataterminal som styr kortvågs-sändaren. Varje gång sändaranläggningen och datorn är i kontakt med varandra får sändaranläggningens dataterminal en uppdatering av sin klocka. Vid sändaren står en Optimod kompressor för att putsa ljudet. Från Master Control går också ljudledningarna till lokalradiostationerna för överföring av nyheter.

I rummet finns ljudkontrollerna för de båda riksprogrammen. På Concert programme är

det ingen kompression utan det är noisegaten som arbetar. På National Programme har man en låg grad av kompression. Här står också bandspelaren som kontinuerligt spelar in samtliga kanaler. Dessa referensband sparas bara ett par månader. Ett band täcker ett dygn med de olika programmen inspelade parallellt på skilda spår.

Sändare på vulkanisk mark

Sändaren är placerad vid Rangataiki nära Taupo i mitten av Nordön, 34 mil från Wellington. Här är marken vulkanisk och täckt av ett centimetertunt jordlager ovanpå pimpstenen. Marken tillhör en jordbrukskola och tjänstgör även som färhage. Vid mitt besök vallades en flock får förbi masterna från en hage till en annan.

Från sändarbyggnaden går matarledningen till en grupp master, som är samlade i en rektangel. Mellan dessa master är stationens två ridåntenner upphängda. För ett år sedan byggde man två nya master och kunde utöka arbetsområdet för antennerna ned till 6 MHz för att kompensera för fallande solfläckstal. Antennerna är horisontellt polariserade med fyra stackade dipoler för bredbandsbruk. Signalerna lämnar antennerna med en vinkel på 10 grader och förstärks till cirka en MegaWatt ERP.

En vägg av relektorer bakom de båda antennerna förbättrar deras riktverkan. Den ena antenntakningen på 35 grader täcker sydvästra Söderhavet, Nordamerika och Europa. Den andra antenntakningen på 325 grader täcker sydvästra Söderhavet, Australien, Japan och Kina. Denna antenn användes också för specialsändningar till Saudiarabien.

Obemannad sändaranläggning

Sändarstationen är obemannad. Programmen från Wellington överföres via mikrovågs-länk. Dataterminalen i Wellington styr när sändaren skall öppnas och stängas och när de relativt få frekvensbytena skall göras. Den franskspråkiga sändaren kan genom frekvenssyntesen arbeta på valfri kortvågsfrekvens. Hundra frekvenser går att lagra i minnet. Sändaren kan arbeta med flera modulations-typer, som SSB och AM stereo.

Med ett nytt system, Dynamic Amplitude Carrier Modulation, kan man dra ner på strömförbrukningen och spara mellan 25 och 40 procent av elutgifterna beroende på programtyp. Systemet minskar effekten på bärvågen till det minimum som krävs för att lyssnarna i målområdet skall kunna höra sändningen. Samtidigt har man hög modulationsgrad i slutsteget med hjälp av Duration Modulated Pulses. Två ångkylda och ett luftkyld sändarrör sitter i sändaren. Den är i drift 18 timmar om dagen.

Den gamla sändaren på 7,5 kW var placerad utanför Wellington. Masterna står fortfarande kvar, cirka en halvmil från mellanvågsmasterna.

Här duger bara gammal utrustning

Två radiostationer skiljer sig markant från de andra i Nya Zeeland. Bägge stationer använder ålderstigen utrustning, spelar skivor från den gamla goda tiden och anlitar äldre presentatörer. Allt för att återskapa radioutbudet som det lät för flera decennier sedan.

Dessa två så kallade "historiska radiostationer" är 1XT Village Radio på 1368 kHz i Tauranga på Nordön och 3XP Radio Ferrymead på 1413 kHz i Christchurch på Sydön.

1XT finns på hembygds museet the Historic Village i Tauranga och sänder till lyssnare i området kring Bay of Plenty. Idén till stationen föddes i början av 80-talet, men först den 13 april 1984 kunde sändningarna komma igång lagom till den unga stadens 21-årsjubileum.

Fick ta över en sändare

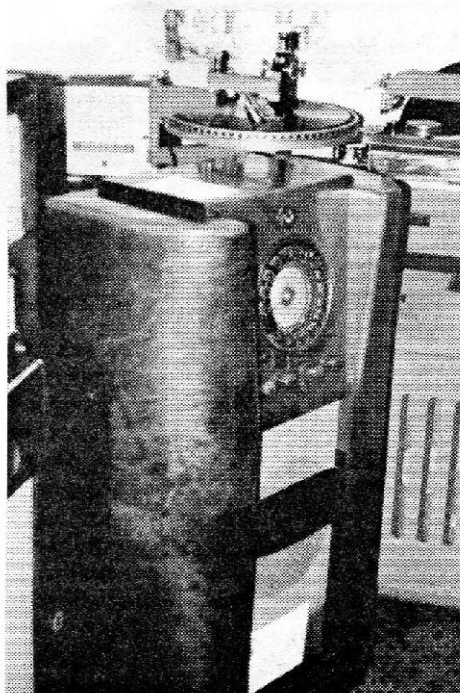
Stationen fick ett gammalt mixerbord från Otumotai College, som i sin tur hade tagit över det från Radio 1ZD (föregångaren till 95 BOP FM). Radio New Zealand donerade en sändare som tagits ur bruk sedan man moderniserat sändaranläggningen vid Paengaroa.

Ursprungligen hade stationen en modern uppläggning av studion med en DJ som själv skötte tekniken. Men efter ett tag beslöt man sig för att löpa linan ut för att återskapa en gammal radiostation med en DJ och en tekniker i studion. Nu har man 13 DJ:s, nio tekniker och ytterligare fyra medhjälpare. Många

kommer från radiobranschen eller har arbetat som tekniker på Telecom.

Musikutbudet omfattar perioden från 1920 till 1960-talet och skivarkivet består till 90 procent av donerade skivor. De 30.000 spårerna är registrerade på en dator så att programmakarna lätt skall kunna finna önskelåtar.

Målgruppen är lyssnare från 40 år och



Renoverade radlomottagare och en apparat för skivgraving.

uppåt. Många sätter på sina gamla radiomottagare kl 08.45 för att apparaterna skall hinna bli varma i god tid inför programstarten kl 09.00.

3XP Radio Ferrymead har tagit sitt namn efter Ferrymead Historic Park, som är en kombination av hembygds museum och tekniskt museum. Ferrymead ligger i utkanten av Christchurch mellan stranden och bergen. På ett stort område finns bland annat en gammal brandstation och äldre skolbyggnader sammanknutna av veteranjärnväg och veteranspårsväg. En av byggnaderna hyser en stor samling äldre radioapparater som samlats in och restaurerats av The Radio Preservation Society of New Zealand.

I anknäring till radiosamlingen finns radiostationen, som består av en liten studio och ett mindre rum med skivarkivet. Vid mitt besök sände man på 1413 kHz med 100 Watt.

Kan höras i hela landet

Sändarbyggnaden är ett litet skjul som mest liknar ett höns hus. Intill detta står den vertikala masten. Maströret är rostigt och böjt. Stationen kan höras över hela landet av dx-are då den är ensam på sin frekvens.

I ett större utrymme bakom studion höll man på att restaurera en australiensisk A.W.A.-sändare på 1 kW. Sändaren är mycket skrymmande.

Radio Ferrymead sänder på söndagar och helgdagar mellan kl 10.00 och 18.00 lokal tid. Programmen är korta och baseras på olika teman, som country & Western, filmmusik,

AVLYSSNAT

Fortsättning från sidan 14

Programbyrån producerar sedan 91 program för Sveriges Radio och sedan 93 också för de privata stationerna. Programbyråns inslag hörs idag på ett 25-tal stationer och bland rösterna finns bland annat Lelle Prin- ter, Pernilla Wahlgren och Arne Thorén.

Bandit Radio i Stockholm har ett namn som förpliktar. Morgonmannen Dave Nerge gör sitt bästa för att chocka lyssnarna i bästa/värsta Howard Stern-stil. Skämtet hamnar ofta i nivå med underlivet. En natt ringde han in till stationen och påstod att han just då hade samlag med en latinsk kvinna. I etern kunde vi höra mycket naturtroga skrik och flämtanden från kvinnan som på spansk brytning bad om mer sex. Inslaget varade i flera minuter.

Dave Nerge har ett förflutet i popgruppen "Dave and the Mistakes", som var populära i Sverige i början på 80-talet. Han har också spelat Benny i musiken om ABBA. Nu satsar han på en ny musikkariär. I september kom CD-skivan "The Return of Mr Nasty" med Daves nya grupp Dave Nerge's Bulldog. Stationen gjorde mycket reklam för ett release-party för skivan på restaurang Hål i

Väggen. Lyssnare kunde vinna gratisbiljetter till partyt. Radioreklamen för partyt var givetvis också fräck och spelade på likheter mellan munkar (doughnuts), kvinnor och Hål i Väggen.

Vid midnatt på Bandit Radio lämnar Brian Laffan över till Lawrence "the Nightowl" Pearlman och då vidtar "Midnight Rambler", som brukar pågå från 10 och upp till 30 minuter då Brian och Lawrence håller låda om allt som faller dem in. Veckan innan Lawrence skulle sluta på stationen för att flytta till Spanien blev han och Brians verbala inslag extra långa. I samma veva skulle Brian åka på en månads semester till USA, så uppbrottet från Sverige var ett genomgående tema i nattsacket.

Lyssnarna uppmanades skicka in farväl- presenter till Lawrence och de två programledarna var i fin form då de sjöng ledmotiven från olika TV-serier och hade allsång till Doug Sahms låt om det förlista Wasa-skeppet. Natten mellan den 16:e och 17 september var Lawrence i mindre fin form. Han hade slagit sig och varit tvungen att uppsöka sjukhuset, men var ändå med på telefon för ett förkortat Midnight Rambler.

Lawrence gjorde sitt avskedsprogram på valkvällen den 18 september. Han tog in lyssnarsamtal i programmet och spelade gitarr och sjöng i etern.

RUAB:s publikundersökning i Stockholm under vecka 40 gav följande siffror (de som lyssnat minst fem minuter under ett dygn):

Sveriges Radio:

Radio Stockholm 103,3	21,2 procent
P1	16,4 procent
P3	14,4 procent
P4 Stockholm	14,1 procent
P2	2,4 procent
Radio Sweden	0,6 procent

Privata stationer:

Energy	14,0 procent
Radio City	10,2 procent
Radio Megapol	6,3 procent
Radio Vinyl 107	3,0 procent
Bandit Radio	2,5 procent
Z-Radio	2,5 procent
Classic Radio	1,3 procent
Golden Hits	0,9 procent

Radio Öresund i Helsingborg har fått problem. Magnus Englund (se intervju sidan 22) har lämnat närradiostationen. I sändning ber man intresserade ta kontakt med stationen eftersom man saknar DJ:s. Det har tutat på många av stationens sändningstider. Radio Öresund sänder också gamla band i repris eller spelar musik nonstop. Veteranen Bengt Ahlqvist förekommer väldigt ofta som programledare.

Pressläggning 5/11-94 James Mollan

Svenska reklamradiostationer

Tretton nya stationer finns med i den andra upplagan av vår lista över svenska reklamradiostationer. I nästa nummer kommer vi att publicera en större lista. Hur stor den blir beror på hur många stationer som kommer att fylla i och returnera vårt formulär. Hittills har 25 av de 57 stationer vi kontaktat hört av sig till vår uppmaning. Listan baseras på radiostationernas egna uppgifter.

Borås

107,1 – Rix 107,1 Borås

P: Box 224, 501 04 Borås

B: Allégatan 71

T: 033-141500 F: 033-140330

Ä: Rix Borås KB (som ägs av Net Programproduktion AB 50% och Produktionsbolaget Ett Göteborg 50%)

K: 1.650.000:- Sä: 24 tim D: 17/1-94 E: 1 kW A: Häglared (Teracom mast)

Au/Sc: Kjell Åke Dahlin

Re: Malin Bergkvist, Kjell Åke Dahlin

Nä: Rix Ny: Rix och egna nyheter Ab: SRU-Rix

Pf: AC, nyhetsinriktad underhållningsradio Må: 20-50 år

Göteborg

107,5 – City 107

P/B: Gamlestadsvägen 9, Göteborg

T: 031-388000 F: 031-388107

Ä: GE City Radio

K: 2.200.000:- Sä: 24 tim E: 1 kW A: Brudaremsan

Sc: Gert Eklund Pc: Mårten Söderström

Mc: Lars Bodin Mac: Henric Roldin Ct: Mats Olsson

Re: Mats Olsson

Pl: Mårten Söderström, Claes Magnusson, Carina Nording, Henric Bäckström, Freddy Hahn

Nä: SRAB Ny: TT

Eskilstuna

107,3 – Rix 107,3 Eskilstuna

P: c/o Eskilstuna Kuriren, Box 120, 631 02 Eskilstuna

B: Tryckeriet Hagersberg

T: 016-156311 F: 016-136476

Ä: Radio National D022 AB

K: 469.000:- Sä: 24 tim D: 15/3-94 E: 3 kW

Au: Matz Augustsson Sc: Stefan Toll Mc: Peter Källström Nc: Erik Räf Ct: Jan Almström

Nä: Rix Ab: SRU/Rix

Pf: AC Må: 25-45 år

Jönköping

105,1 – Radio Match

P: Box 2103, 550 02 Jönköping

B: Östra Storgatan 34

T: 036-168050 F: 036-168650

26

A = Antennens placering, Ab = Annonssbokningsbyrå, Ac = Annonsschef, Au = Ansvarig utgivare, B = Besöksadress, Ct = Chefstekniker, D = Premiärdatum på koncessionsfrekvensen E = Sändareffekt, F = Faxnummer, K = Koncessionsavgift per år, Mac = Marknadschef, Mc = Musikchef, Må = Målgrupp, Nc = Nyhetschef, Ny = Nyhetsleverantör, Nä = Nätverk, P = Postadress, Pc = Programchef, Pf = Programformat, Pl = Programledare, Re = Reporter, Sc = Stationschef, Sä = Sändningstider, T = Telefonnummer, Å = Ågare

Ä: Fria Media i Jönköping AB, Svenska Dagbladet, Svenska Mediantressenter K: 1.750.000:- Sä: 24 tim D: 24/1-94 E: 5 kW A: Bondberget

Au/Sc/Pc/Mac/Ac: Kurt Hård Mc: Christer Smedberg Nc: Gunilla Bonnvik Ct: Henrik Keim

Re: Gunilla Bonnvik

Pl: Erica Levén, Christer Smedberg

Nä: SRAB Ny: TT Ab: SRAB

Må: 20-45 år

Luleå

105,6 – Rix 105,6 Luleå

P: 971 81 Luleå

B: Stationsgatan 36

T: 0920-37669 F: 0920-16543

Ä: Radio National AB

K: 52.100:- Sä: 24 tim D: 22/4-94 E: 2 kW A: Sinkssundsberget

Au: Matz Augustsson Sc/Ac: Ann-Heleen Lindbäck Mc: Peter Källström Nc:

Erik Räf Ct: Jan Almström

Nä: Rix Ab: SRU/Rix

Pf: AC Må: 25-45 år

Lund

107,0 – City 107

P: Box 4417, 203 15 Malmö

B: Skomakaregatan 5, 211 34 Malmö

T: 040-352700 F: 040-352711

Ä: Gert Eklund majoritetsägare

K: 1.200.000:- Sä: 24 tim D: 1/2-94 E: 1 kW A: Staffanstorps

Au/Sc/Ct: Patrick Larsson Pc: Per Scholander Mc: Fredrik Hellström Nc: Richard Bjällstrand Mac: Sverker Haraldsson Ac: Stefan Nilsson

Re: Sven Andrae

Pl: Jan Fexman, Per Scholander, Karin Mannerström, Roger Jönsson, Joakim Forsell

Nä: SRAB Ny: TT Ab: SRAB

Pf: Musikbaserad station med lokal förankring Må: 20-45 år

Anmärkning: Stationen har koncession för Lund men täcker också Malmö.

Malmö

106,7 – Rix 106,7 Malmö

P/B: Gustav Adolfs Torg 8B, 211 39 MALMÖ

T: 040-306012 F: 040-306087

Ä: SRF Förvaltning AB majoritetsägare

K: 1.800.000:- Sä: 24 tim D: 15/3-94 E:

1 kW A: Jägersrotornet

Au: Matz Augustsson Sc/Ct: Zammy

Chenawi Pc: Per-Håkan Armbäck Mc:

Peter Källström Ac: Lars Holst

Pl: Johnny Ekström, Per-Håkan Armbäck

Frekvens och effekt

Mhz	kW	P	Stad/Station
92,4	3	h	Skellefteå, Radio Rix
100,8	3	v	Södertälje, Golden Hits
101,9	3	v	Stockholm, Z-Radio
104,1	3	h	Södertälje, Radio Megapol
104,2	1	h	Halmstad, Radio Rix
104,2	15	h	Umeå, Radio Rix
104,3	3	h	Linköping, Radio FM
104,3	1	v	Stockholm, Radio Megapol
104,3	2	v	Växjö, Z Radio
104,4	5	v	Karlstad, Z Radio
104,5	3	h	Eskilstuna, Radio Air
104,7	1	h	Stockholm, Radio Q
104,7	2	v	Örebro, Radio Megapol
104,8	1	h	Göteborg, Z Radio
104,9	1	h	Gävle, Radio Rix
104,9	3	h	Norrköping, East FM
105,1	5	v	Jönköping, Radio Match
105,1	1	v	Stockholm, Energy
105,2	1	v	Malmö, Energy
105,3	1	v	Göteborg, Energy
105,3	4	h	Uppsala, Livets Ord
105,4	5	h	Karlstad, Radio City
105,5	1	h	Borås, Z Radio
105,5	1	v	Stockholm, Bandit Radio
105,5	5	h	Sundsvall, Radio Rix
105,6	2	v	Luleå, Radio Rix
105,7	4	v	Nyköping, Radio Nova
105,8	2	h	Växjö, Radio Hit FM
105,9	1	h	Göteborg, Radio Rix
105,9	1	v	Kristianstad, Energy
105,9	1	v	Stockholm, Radio City
106,0	1	h	Helsingborg, Radio Stella
106,0	5	v	Jönköping, Z Radio
106,1	1	v	Lund, Big Radio
106,1	1	v	Västerås, Radio Rix
106,2	5	h	Umeå, Radio Rix
106,3	2	h	Luleå, Kalix Radio
106,3	1	h	Stockholm, Classic Radio
106,3	2	v	Örebro, Radio Rix
106,5	3	v	Norrköping, East FM
106,5	4	h	Uppsala, Radio 1
106,6	5	h	Sundsvall, Z Radio
106,7	1	h	Gävle, City FM
106,7	1	h	Malmö, Radio Rix
106,7	30	h	Skellefteå
106,7	1	v	Stockholm, Radio Hibernia
106,9	3	h	Linköping, Radio Megapol
106,9	1	v	Västerås, Radio Megapol
107,0	1	v	Lund, City Radio
107,1	1	h	Borås, Radio Rix
107,1	1	h	Stockholm, Radio Rix
107,2	1	h	Halmstad, Energy
107,3	3	h	Eskilstuna, Radio Rix
107,3	1	h	Göteborg, Classic Radio
107,3	1	v	Kristianstad, Z Radio
107,5	1	v	Stockholm, Classic FM
107,6	1	v	Helsingborg, Z Radio
107,7	4	v	Nyköping, Z Radio
107,8	1	v	Göteborg, Radio Rix

kW = Maximalt antal kilowatt Erp på sändaren. P = Antennens polarisation; v = Vertikal, h = Horisontell

Nä: Rix Ny: Rix och egna nyheter
Pf: ACE Må: 25-45 år

Norrköping

104,9 – GOLD 105

P: 601 86 Norrköping
B: S:t Persgatan 19, Pronova
T: 011-105558 F: 011-128022
Å: GOLD 105 AB
K: 1.200.000:- Sä: 24 tim D: 6/12-93 E: 3 kW A: Hollsta Udde
Au/Sc: Peter Bernström Pc/Mc: Dan Grossman
Nac/Ac: Martin Ahrend Ct: Mikael Bergwall
Pl: Lollo Carlsson, Peter Ljungberg
Ny: TT Ab: Riksmedia
Pf: Gold Må: 35-55 år

106,5 – East FM 106 å en halv

P: 601 86 Norrköping
B: S:t Persgatan 19, Pronova
T: 011-105558 F: 011-128022
Å: David Olsson i Norrköping AB
K: 1.100.000:- Sä: 24 tim D: 29/11-93 E: 3 kW A: Hollsta Udde
Au/Sc: David Olsson Pc/Mc: Dan Grossman
Mac/Ac: Martin Ahrend
Ct: Mikael Bergwall
Pl: Markus Önnestam, Lasse Fredriksson, John Lindh, Christan Muda, Sebastian Voght
Ny: TT Ab: Riksmedia
Pf: Top 40 Må: 19-35 år

Skellefteå

92,4 – Rix Skellefteå

P: C/o Norra Västerbotten, Box 58, 931 21 Skellefteå
B: Kanalgratan 59
T: 0910-14000 F: 0910-85457
Å: Radio National Skellefteå AB
K: 146.000:- Sä: 24 tim D: 18/4-94 E: 3 kW
Au: Matz Augustsson Sc: Christer Berggren
Mc: Peter Källström Ne: Erik Räf
Ac: Christer Berggren, Robert Brännström
Ct: Jan Almström
Nä: Rix Ab: SRU/Rix
Pf: AC Må: 25-45 år

Stockholm

105,5 – Bandit 105,5

P/B: Hammarby Kajväg 18, 120 30 Stockholm
T: 08-6418500 F: 08-6414150
Å: Bandit Communications AB
K: 1.700.000:- Sä: 24 tim D: 31/1-94 E: 1 kW A: Kaknästornet
Au/Pc/Mc: Gene Kraut Sc: Thomas Mcalvey
Ac: Danny Winter-Hall Ct: Radu Wouk
Pl: Dave Nerge, Gene Kraut, Kathy Riley, Brian Laffan, Lawrence Pearlman
Ab: Rabalder Annonsbyrå AB
Pf: AOR. Radio med nutida och äldre kvalitetsrock, med en spännvidd från

independentband till etablerade band.
Må: 18-44 år

Sundsvall

106,6 – Z Radio

P: Myre Centrum, 860 20 Njurunda
T: 060-30350 F: 060-30330
Å: Urban Åberg, Ulf Gunnarsson
K: 625.000:- Sä: 24 tim D: 18/2-94 E: 5 kW A: Södra Berget
Au/Sc/Pc/Mc: Urban Åberg, Ulf Gunnarsson
Mc: Urban Åberg Ct: Jonas Henning, Anders Nilsson
Nä: Z Radio Ny: Z Radio, Stockholm
Pf: Melodisk populärmusik från 60-talet till idag. Må: 20-50 år

Växjö

105,8 – Radio Hit FM

P: Klostergatan 2, 352 30 Växjö
T: 0470-20600 F: 0470-45045
Å: Smålandsposten, Fria Medias Moder, Göran Milton, Johan Milton, Daniel Kristiansson, Benny Carlsson, Magnus Hall, Srefan Bengtsson, Göthberg Produktion AB
K: 1.000.000:- Sä: 24 tim D: 10/1-94 E: 2 kW
Au/Sc: Johan Milton Mc: Benny Carlsson
Mac: Maria Turesson
Nä: SRAB Ny: TT Ab: SRAB
Pf: AC/Hits Må: 20-45 år

Maurice Vass gav Z-Radio ett mer storstadsinriktat musikformat

Engelsmannen Maurice Vass var chef för Z-Radio i Stockholm under en tid efter att Johanna Ughanse slutat på stationen i våras. Vass är kvar som konsult på Z-Radio. Han har tidigare jobbat på Atlantic 252 och Sky Radio. Frekvens intervjuade honom i början av juli för att få hans synpunkter på Z-radio och dess programformat. Då höll man på att planera nätverket inför starten till hösten.

Vid intervju-tillfället var det bara Göteborg och Stockholm som var i luften med live-sändningar. På Z-Radio i Sundsvall stod en CD-växlare för musiken. Stationen i Sundsvall hade på kort tid blivit populär trots konkurrens från Radio Rix.

Ett joint venture

Det är inte helt korrekt att säga att det är Z som äger frekvenserna de ropat in utan formellt sett är det bolaget SDR som äger dem. Kinnevik och SDR har gått in i ett joint venture för att starta ett nätverk av Z-stationer i Helsingborg, Kristianstad, Jönköping, Eskilstuna, Karlstad, Nyköping och Växjö förutom i de tre orter som redan var i etern.

Ett slutavtal mellan de båda aktörerna slöts så sent som veckan innan vi pratade med Vass och planeringen av det nya nätverket hade nätt och jämt kommit igång. Därför kunde han inte närmare gå in på hur nätverkets program skulle se ut förutom att man strävade

efter en bra och levande radio med bemaning från kl 06 till minst 18 på vardagarna.

Undgått NRJ-hysterin

Vi diskuterade istället Z-Radio generellt och undrade om de på något sätt har drabbats av den allmänna NRJ-hysterin.

Nej, det har man inte, enligt Vass. Z-Radio försöker inte anpassa sig till konkurrensen från NRJ eller de andra stationerna:

– Vi känner att vi har lyckats perfekt med att nå precis de lyssnare som vi har avsett med formatet, säger Maurice Vass. Av den anledningen skrämmar inte NRJ:s framgångar oss nämnvärt.

– Dessutom har de en helt annat målgrupp än vi. Vi inriktar oss på 25-45-årsgruppen. Jag brukar skämtsamt säga att "Visst måste arbetslösa ungdomar också ha en station att lyssna till".

Det första han gjorde på Z-Radio var att minska personalstyrkan.

– Det var alldeles för många anställda här. Alla var medvetna om det, men ingen vågade ta i det. Min egen erfarenhet av radio är snarast den att ju mer folk du har anställda desto sämre radio blir det. Vi har därför krympt vår organisation med drygt tolv tjänster.

När det gäller stationens nuvarande musikformat berättar han länge och gärna om hur

han tänker.

– Jag försöker göra stationen mera urban inriktad, eller översatt till svenska, till ett mera storstadsinriktat format. Våra nya klockor har vi fyllt med:

- * två golden oldies av superkvalitet
- * två svenska låtar
- * fyra låtar från slutet av 70-talet eller början av 80-talet
- * två helt nya låtar eller aktuellt material (inklusive nuvarande superhits).

Den här klockan behåller man i möjligaste mån över hela dagen.

I sitt val av oldies försöker man välja material av mycket hög klass, men som inte är utslitet för lyssnarna. Dessa oldies skall finnas någonstans i bakhuvudet hos lyssnarna.

Misshandlar oldies

– Jag vill inte göra samma misstag som de andra stationerna, med NRJ i spetsen, gjort till "comme il faut" här; att medvetet misshandla gamla fina oldies genom att spela sönder dem som om de vore nyutgivna hitlåtar. Det gör mig ont att se en gammal låt som t.ex. "Bridge over troubled water" misshandlas genom spelningar stup i kvarten. Sådana låtar skall man sätta högt på en piedestal och i stället långt i förväg annonsera för lyssnarna att "exakt vid den tidpunkten kommer vi att spela den här låten".

Robert Olsson

Holland:

Privat radio får sända till hela landet

Fem privata radiostationer fick koncessioner av regeringen att sända nationella program i Holland den 21 januari i år. Tidigare har inga privata radiostationer fått sända till hela landet.

Två som blev utan koncession, Sky Radio och Radio 538, har starkt kritiserat urvals-förfarandet och anklagat regeringen för att ha valt ut stationer med sådant programformat som minst skulle skada den offentliga radion. Stationer med holländsk musik, klassisk musik och nyheter kommer enligt Sky Radio och Radio 538 inte att locka till sig så många lyssnare som deras egna pop- och hit-format skulle ha gjort.

Kulturdepartementet och vatten- och transportdepartementet fattade beslutet om koncessionsinnehavare. Här var det inte tal om någon auktion som i Sverige. Kulturministern, Hedy D'Acona, hade ställt upp ett antal kriterier. Det viktigaste var att de blivande stationernas program snarare skulle komplettera än konkurrera med de offentliga radiokanalernas utbud. Musikformaten borde erbjuda något som inte redan fanns i de nationella kanalerna.

Holländsk musik premieras

Sky Radio och Radio 538 har överklagat regeringens beslut. Man menar att kulturministern bryter mot EU-regler genom att premiera vissa programformat. Den Englandsbaserade Sky Radio tycker det är konstigt att man måste spela holländsk musik för att få en nationell licens i Holland. Kulturministern har tillbakavisat kravet om att skjuta fram startdatum för radiokoncessionerna tills målet har tagits upp i domstol. Ett sådant förfarande skulle ha lett till skadeståndsanspråk från de stationer som fått tillstånd.

De fem koncessionsinnehavarna är Classic FM, Radio Noordzee International, Holland FM, AM Nieuws och Radio 10 Gold. Classic FM och Radio Noordzee International har fått treåriga koncessioner på FM-bandet och de tre andra fem-åriga koncessioner

på mellanvågsbandet.

Classic FM är baserat i Storbritannien och sänder där nationella klassiska musikprogram till de brittiska lyssnarna. De holländska FM-sändarna ger stationen tillgång till 10 miljoner potentiella lyssnare. Programmen i Holland kommer att bestå av 60 procent klassisk musik och 40 procent jazz.

Radio Noordzee International når 90 procent, 13 miljoner, av den holländska befolkningen med sina FM-sändare. Stationen sän-

der sedan tidigare i kabelnät. Musiken utgörs till 100 procent av holländsk musik, ett brett spektrum från dans/house, rock, pop och country till schlager, kabaret-musik och jazz.

Holland FM finns också på kabel och siktede in sig på en FM-koncession, men får nöja sig med mellanvåg. Kanske stationen får byta ut "FM" mot "AM". Målgruppen är lyssnare över 45 år och musiken består av populära inhemska låtar.

Sändare på offshore-båt

För offshorefantaster kan det vara kul att lyssna på 1224 kHz eftersom Holland FM skall sända på den frekvensen från båten MV Communicator, ankrad i innanhavet IJsselmeer. Communicator var tidigare sändarbåt för offshorestationen Laser 558 utanför den brittiska kusten.

Men varför en båt när man nu legalt får sända från land? Jo, det skulle kunna ta ett år innan man byggt en landbaserad sändare. Båten finns ju redan med antennmaster. En annan fördel med en sändarbåt är att vattnet runtomkring förstärker radiovågorna.

Efter upprustning, montering av sändare (som ägs av den holländska radiomyndigheten NOZEMA) och förflyttning av båten från Portugal räknade Holland FM att kunna sända från Communicator i mitten av juli, vilket var väl optimistiskt. Det kommer att ta längre tid innan sändningarna startar från båten.

Störningar från Albanien

AM Nieuws skall sända prat och nyheter. Finansierar är magasinet Quote och den holländska pressgruppen Dagbladunie, som ger ut Algemeen Dagblad och NRC Handelsblad. Starten har försenats eftersom frekvensen 1395 kHz störs av Radio Tirana som har en stark sändare på samma frekvens sedan lång tid tillbaka.

Radio 10 Gold har fått den gamla frekvensen, 675 kHz, som den tredje nationella kanalen, NOS 3, tidigare sände på. Följaktligen har stationen ändrat namn till 675 Radio 10 Gold. Man kom igång på frekvensen några dagar efter koncessionen delades ut. Musikformatet är oldies från 1955 och framåt.

Temporära FM-frekvenser

Stationen har sedan juni 92 fått sända på tillfälliga FM-frekvenser i norra Holland, vilka den fick lämna den 1:a april i år. Den ingår i Radio 10-gruppen, som driver ytterligare två radiostationer, Love Radio och Concert Radio. Love Radio spelar ballader, "kärlekssånger" och Concert Radio klassisk musik. Alla tre stationer finns på kabel och Radio 10 Gold har blivit den populäraste kommersiella radiostationen med 10 procent av lyssnarna.

Radio 10 startade redan i december 1987 via satellit och har under åren processat för kommersiell radio i Holland. I augusti 90 ändrades formatet till nuvarande gold-format. I april 91 kom Concert Radio igång och i oktober 91 Power FM (se Frekvens nr 1/93), som i mars 1993 lades ner och återuppstod som Love Radio.

James Mollan

Frekvenser i Holland

Classic FM

93,0	0,5 kW	Middelburg
93,2	2 kW	Leeuwarden
93,7	2 kW	Zwollerkerpsel
99,1	1 kW	Hoogezand
101,2	10 kW	Haarlem
102,5	5 kW	Wieringermeer

Radio Noordzee International

89,5	1 kW	Utrecht
90,7	2 kW	Gouda
91,1	0,2 kW	Alkmaar
100,4	50 kW	Irnsrum
102,7	50 kW	Rotterdam

Radio 10 Gold

675 kHz	120 kW	Lopik
---------	--------	-------

AM Nieuws

1395 kHz	550 kW	Lopik
----------	--------	-------

Holland FM

828 kHz	2 kW	Rotterdam
1035 kHz	2,2 kW	Haag
1224 kHz	23 kW	MV Communicator i IJsselmeer
1332 kHz	2,2 kW	Utrecht
1485 kHz	1,25 kW	Haag
1485 kHz	1,25 kW	Tilburg
1557 kHz	2,2 kW	Amsterdam
1602 kHz	1,25 kW	Leeuwarden

TROS och Veronica vill inte dela tid med andra stationer

De två populäraste organisationerna, Veronica och TROS, inom den offentliga radion och TV:n överväger att lämna den för att starta kommersiella sändningar i egen regi. Under de senaste fem åren har den offentliga radion och TV:n förlorat en stor del av sin publik till kommersiella stationer, som RTL4 (TV).

Inom det offentliga radio- och TV-systemet delar nio organisationer på sändningstiden i flera kanaler, ungefär som den svenska närradion fast i nationell skala. Veronica och TROS drar störst publik till sändningarna och menar att de skulle få ännu större publik om inte deras program blandades med andra organisationers program i samma kanal.

De funderar på att starta egna radio- och TV-sändningar på kabel, men vill samtidigt behålla sina sändningstider i de offentliga kanalerna.

Förra gången TROS och Veronica hotade att med att starta eget sade kulturministern att de fick göra det på egen risk. De skulle inte räkna med att få fortsätta sända på de nationella frekvenserna eller få medel till sin verksamhet.

Kulturministern vill att organisationerna som ingår i det offentliga radio- och TV-systemet skall skriva på en koncession under tio år. Veronica och TROS undersöker om det finns några alternativ till det offentliga systemet under det kommande decenniet.