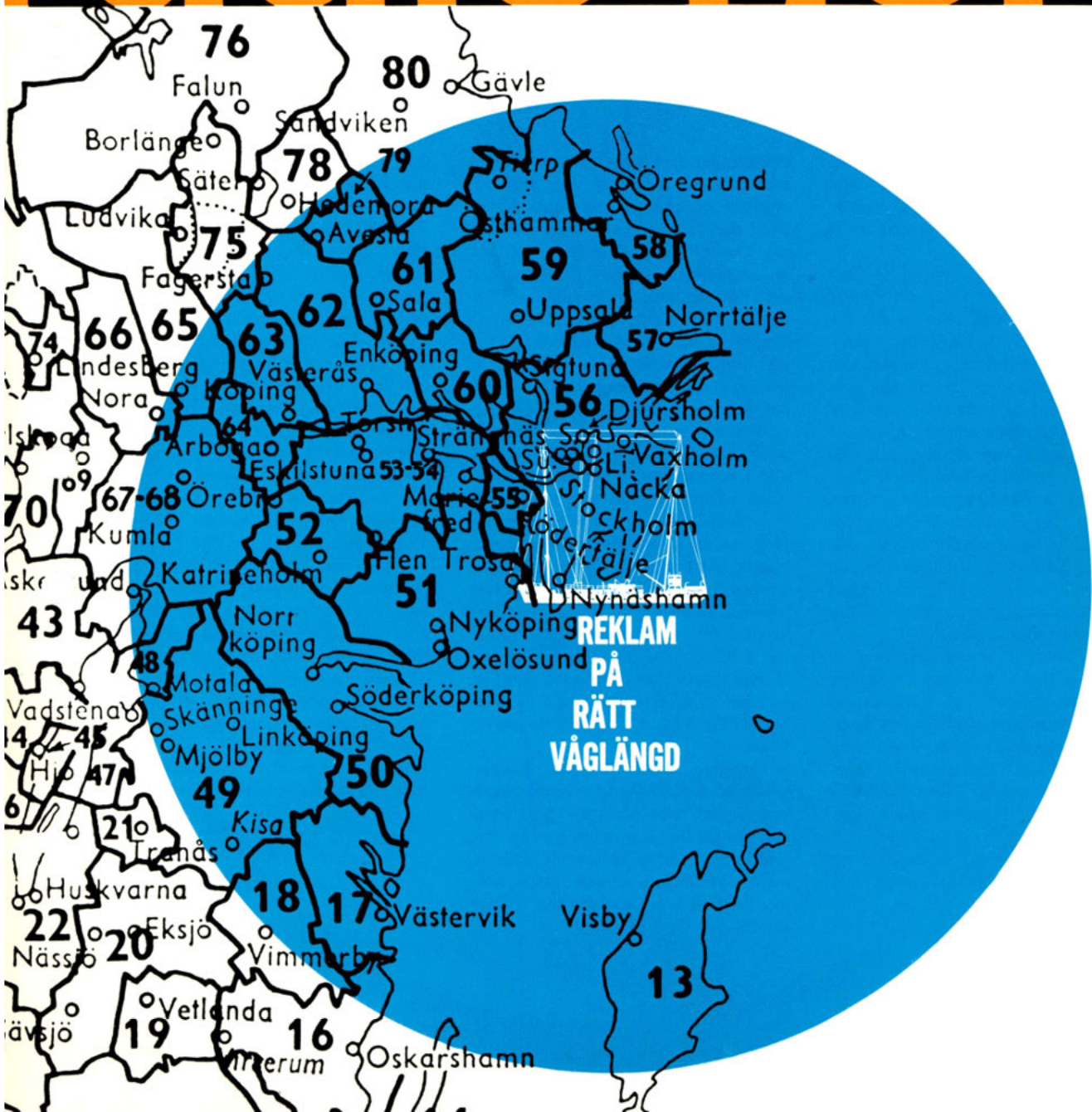
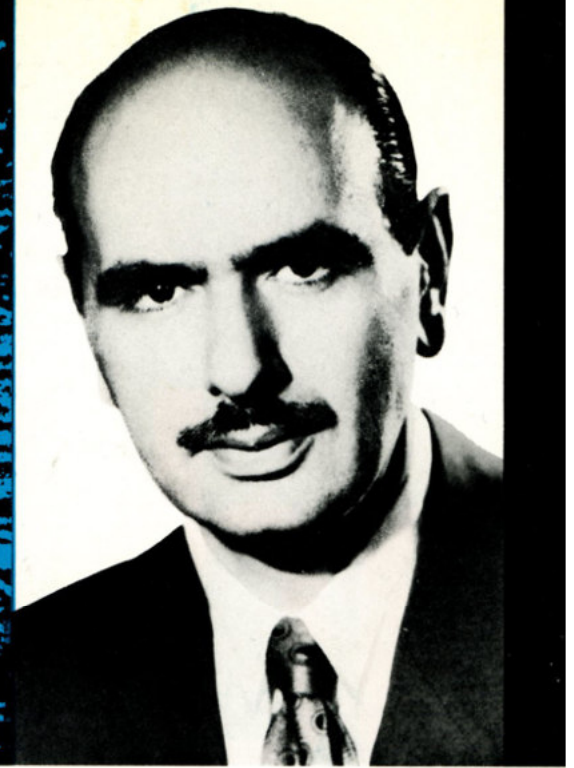




radio nord



JACK S. KOTSCHACK



Försök med kommersiell radio har tidigare gjorts i Skandinavien, men inget initiativ har rönt en så intensiv uppmärksamhet som förberedelserna kring Radio Nord.

Är kommersiell radio något för oss här i Sverige? Vad finns att vinna? Vad riskerar vi? Vad innebär det för radions framtid? Det är frågor som i år har blivit brännande aktuella och som pockar på svar. De försök som hittills gjorts i Skandinavien har inte haft den omfattningen att de kunnat ge underlag till en allsidig och fördomsfri belysning av problemet. Oavsett vilken inställning man har i frågan förefaller det klart att ett slutgiltigt omdöme måste anstå till dess en allvarligt syftande, rationellt driven och för den allmänna opinionen lyhörd kommersiell radiostation fått tillfälle att visa vad den förmår.

Det har talats mycket i pressen i år om Radio Nord. Braskande rubriker och långa artiklar har berättat att Stockholmsområdet skall få en kommersiell radiostation i höst. Med denna trycksak vill jag, i egenskap av representant i Sverige för Nord Establishment, officiellt bekräfta dessa uppgifter.

Radio Nord är resultatet av över ett års förberedelser och närmare 3 1/2

miljoner kronors investering. När mina medarbetare och jag nu erbjuder svenska annonsörer våra tjänster är det i den fasta förvisningen att vi är ute i ett allvarligt ärende, att vi har en angelägen uppgift att fylla och att vi är väl rustade att möta allmänhetens och annonsörernas krav på kvalitetsservice. Vårt program blir rikt på omväxling med nyheter, musik, tävlingar och mycket annat.

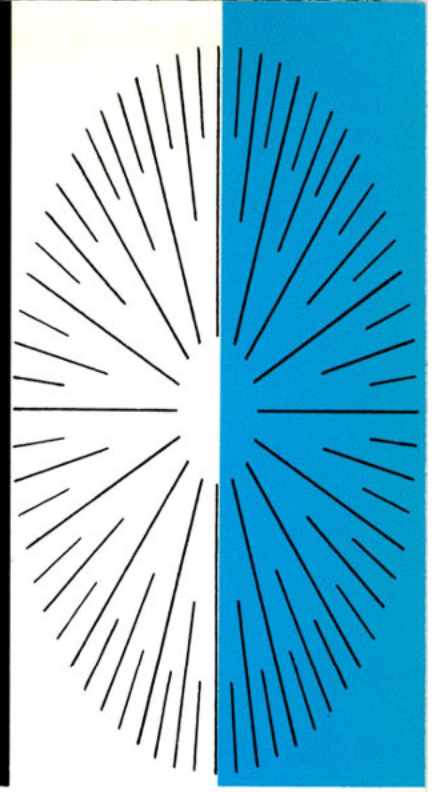
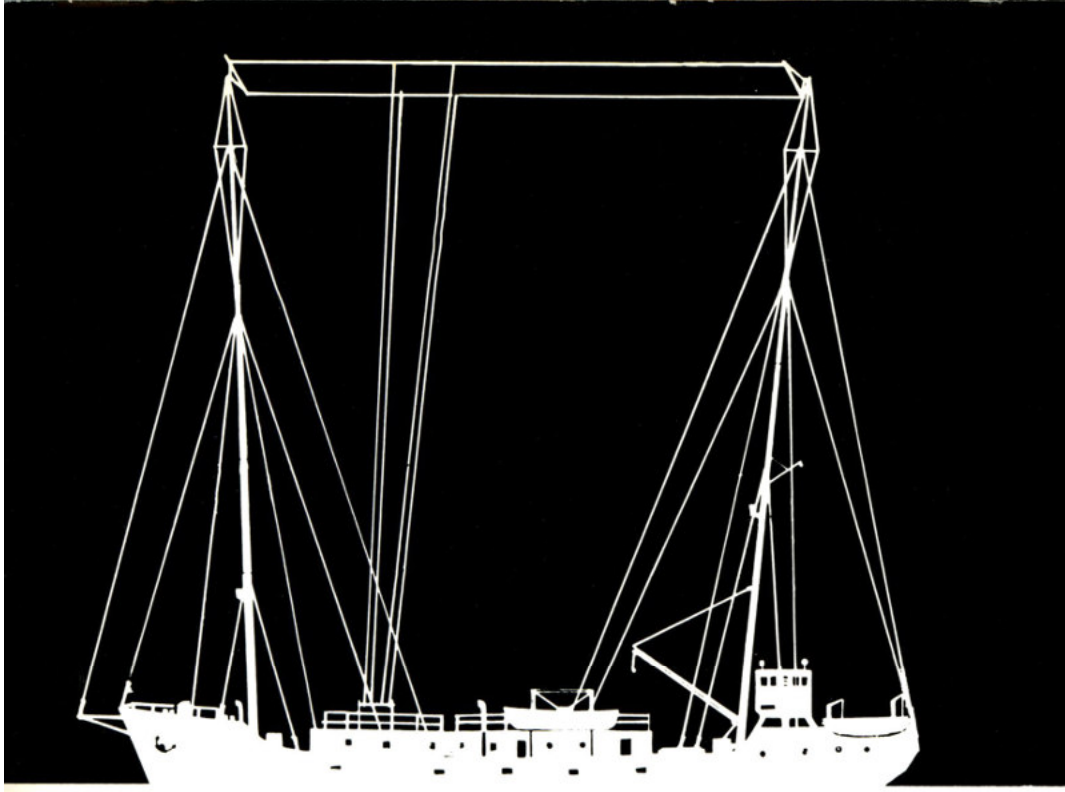
Att jag verkligen tror på framtiden visar väl bl. a. att jag har grundat ett bolag, Radio Reklam Produktion AB, vilket kommer att svara för programmens utformning. Ett modernt kontor i stadens centrum samt tre inspelningsstudios med teknisk utrustning av högsta klass står till vårt och därmed även våra kunders förfogande. På den tekniska sidan har vi försäkrat oss om toppkrafter med mångårig erfarenhet i branschen. Som studiochef har vi engagerat Per Lönn Dahl som de senaste 16 åren varit knuten till ljudavdelningen på ett av landets största filmbolag.

Effektivitet, kapacitet och kvalitet måste bli lösenorden för Radio Nords verksamhet, och på varje post kommer det att finnas en man som kan sitt jobb. I denna introduktion vill jag bara nämna ytterligare ett par krafter, som jag är glad och tacksam över — Bok Reitzel och Gert Landin.

Bok Reitzel vet säkert mer om kommersiell radio än någon annan i vårt land. Svenska annonsörer kommer att få glädje av hans stora sakkunskap. Han har varit i branschen i över 14 år, och bl. a. varit anställd som försäljningschef vid Amerikas största radioföretag, Columbia Broadcasting System. Där har han bl. a. haft hand om reklamen för Edgar Bergen Show och Jack Benny Show. Nu senast har han varit chef för den populäraste radiostationen i San Francisco.

Gert Landin hördes första gången i svensk radio 1948, då han under ett par år medverkade i ungdomsprogrammet "Fönstret". Mellan 1950 och 1955 arbetade han vid BBC i London och blev vid hemkomsten till Sverige chefredaktör för All Världens Berättare. Nu är han sedan 1957 litterär chef på Lars Hökerbergs Bokförlag. Hans journalistiska bakgrund och ingående kännedom om radions möjligheter gör honom sällsynt väl skickad för det svåra uppdraget att leda Radio Nords program.

Jag vill sluta med en förhoppning om gott framtida samarbete.



Radio Nord — en försäljare som aldrig sover!

Radio Nord's programuppläggning är sådan att största möjliga lyssnarintresse skall skapas och bibehållas vid varje tidpunkt inom hela det tätbefolkade täckningsområdet. Noggranna tekniska förberedelser ligger bakom. Fartyget och studiolokalerna har försetts med toppmodern teknisk utrustning för att hörbarheten skall bli bästa tänkbara. Radio Nord kommer att sända 24 timmar om dygnet — ett ständigt sällskap för hela familjen med populärmusik, täta nyhetssändningar och andra intressanta, aktuella inslag som vänder sig till en bred publik — inte bara ett litet fåtal.

Radioreklamen erbjuder många variationsmöjligheter — olika vägar som var på sitt sätt kan ge utmärkt resultat. Vill man t. ex. öka butikstäckningen hos en produkt kan annonsören i sin radioannons namnge den eller de affärer där varan finns att köpa, ge prisexempel etc. — allt för att öka efterfrågan i detaljist-ledet. Konsumtionsvaror med hög omsättningshastighet t. ex. livsmedel, tvål, tvättmedel, bensin etc. måste ständigt framhållas för konsumenterna för att hävda sig i konkurrens med andra i kvalitet ofta ganska likvärdiga produkter. De annonsörer som har behov av en mera institutionell typ av reklam kommer i Radio Nord att finna ett idealiskt medium. Där kan de i egenskap av "sponsors" för något program utveckla sina åsikter.

Gratis kvalitetskontroll

För uppdragsgivarens eget bästa kommer Radio Nord att övervaka att varje program som produceras och sänds uppfyller stränga kvalitetskrav. Varje annonsör skall alltid kunna känna sig förvissad om att just hans reklambudskap avlyssnas och uppfattas av ett maximalt antal personer samt att han dessutom från föregående

program får överta en så stor lyssnarskara som möjligt.

Medveten om att varje annonsör har sina individuella försäljningsproblem, små eller stora, erbjuder Radio Nord ett stort antal olika alternativ för reklamutskickningar i alla prislägen. För att undvika "lyssnarleda" kommer reklaminslagen att spridas så mycket som möjligt. Ett fixerat antal punktannonser beredes plats inom ramen för varje programenhet. När dessa spots är kontrakterade betraktas annonsutrymmet inom den givna programenheten som fullbokat. Reklam för konkurrerande produkter skiljas av en tidsrymd om minst 15 minuter.

Rätt program vid rätt tidpunkt

Radio Nord kommer att inrikta programmen så att de vänder sig till vissa grupper av lyssnare vid de tider på dagen då dessa i regel är anträffbara. Tidiga morgonprogram tar hänsyn till att majoriteten av lyssnare då vill ha lätt, pigg musik och nyheter — alltså program som vänder sig till hela familjen — dock med speciell inriktning på mannen. Under denna tid är det med andra ord lämpligt att göra reklam för bensin, bilar, rakblad etc. Fram till dess att skolan slutar vid 4-tiden på eftermiddagen är programmen anpassade för att tilltala husmor — ger alltså rika tillfällen att intressera "familjens inköpschef" Under ett par eftermiddagstimmar för tonåringarna och de ännu yngre vad de vill ha av sin favoritmusik m. m. Senare på kvällen då hela familjen åter samlats bredas programmen givetvis igen. Då är rätta tiden för t. ex. hushållsmaskiner, möbler, resor etc., som fordrar att hela familjen är överens vid köpbeslutet.

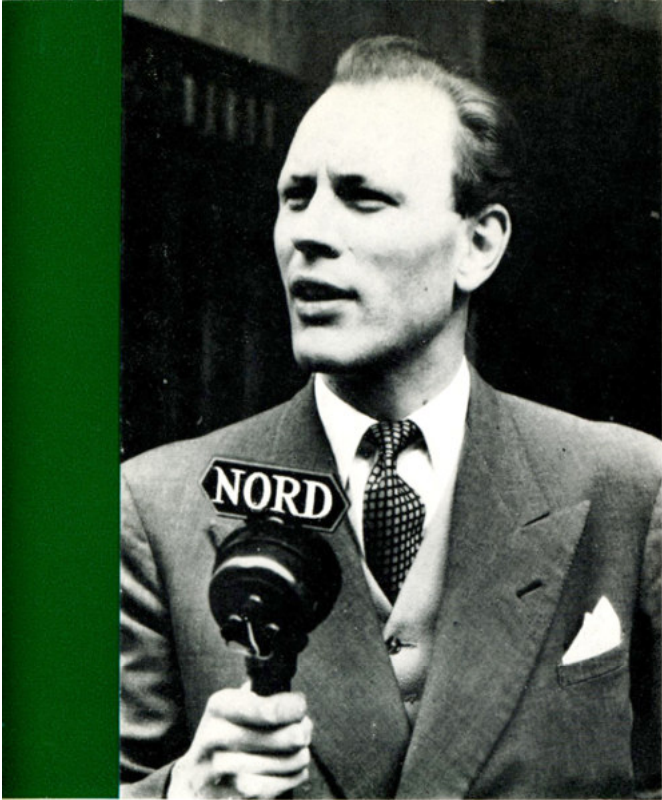
Att skriva copy till framgångsrika radio-

annonser sker i allmänhet enligt samma regler som gäller för andra reklammedia. Varje radioannons måste ha ett omedelbart uppmärksamhetsvärde — dvs. genast fånga lyssnarnas intresse. Budskapet skall vara lätt att förstå och komma ihåg och inte fyllt med många data eller detaljer. Annonsen skall vara lätt att identifiera med produkten och ha en konsekvent utformning så att den arbetar sig in i konsumenternas medvetande på ungefär samma sätt som en god annonsillustration, rubrik eller slogan i tryck.

Hallå-män ger Er good-will

Vad som i Amerika kallas "live copy", dvs. annonser som inflätas i programmen läses direkt av Radio Nord's hallå-män, vilket i de flesta fall ger annonsören den bästa servicen. Dessa hallå-män är särskilt utvalda och har mångårig mikrofonvana. Genom dem får annonsörens budskap karaktären av en personlig rekommendation, som tack vare det förtroliga samspelet mellan hallåman och lyssnare får ständigt ökat värde. För denna service debiteras annonsören ingen extra kostnad och detta ger möjlighet att lägga upp kortvariga kampanjer utan höga produktionskostnader. Det finns alltså rika tillfällen även för mindre annonsörer att (inom rimliga gränser) göra effektivt bruk av Radio Nord's tjänst.

Annonsörer och annonsbyråer är alltid välkomna att diskutera produktion av speciella program eller övriga idéer beträffande utnyttjandet av detta nya medium. Radio Nord står alltid till Er tjänst för utformning och inspelning av radio-program. Tag gärna in en offert. Idéer kostar ingenting hos Radio Nord. Tag kontakt med oss redan när en kampanj är under planering — det är då vi kan göra den största nyttan.



GERT LANDIN



Det är en fascinerande uppgift vi står inför på Radio Nord och vi tror och hoppas att vi skall kunna klara den. Vi räknar med att kunna starta mot slutet av september, men innan dess har vi åtskilligt med planeringsarbete framför oss. Vår avsikt är att hålla sändaren öppen dygnet runt, och att fylla 24 timmars program kontinuerligt kräver självfallet omfattande förberedelser. I stora drag är vi på det klara

med hur detta skall ske, men de enskilda detaljerna i programenheter ligger knappast klara förrän tidigast ett par veckor före starten.

Vi hoppas kunna presentera en varierad nyhetsservice dygnet runt och dessemellan ge plats för fylligare reportage och features. Den lättare underhållningen och musiken kommer givetvis att få en framträdande plats, och vi skall sträva efter att presentera den med stil och smak. Radio Nord skall bli en station med en egen profil,

en egen personlighet — när det gäller att avgöra ett radioprograms värde är det personligheten som räknas. "People make news" säger amerikanerna. Hos Radio Nord kommer Ni att finna detta nyhetens behag — personlighet och personligheter.

PER LÖNNDAHL

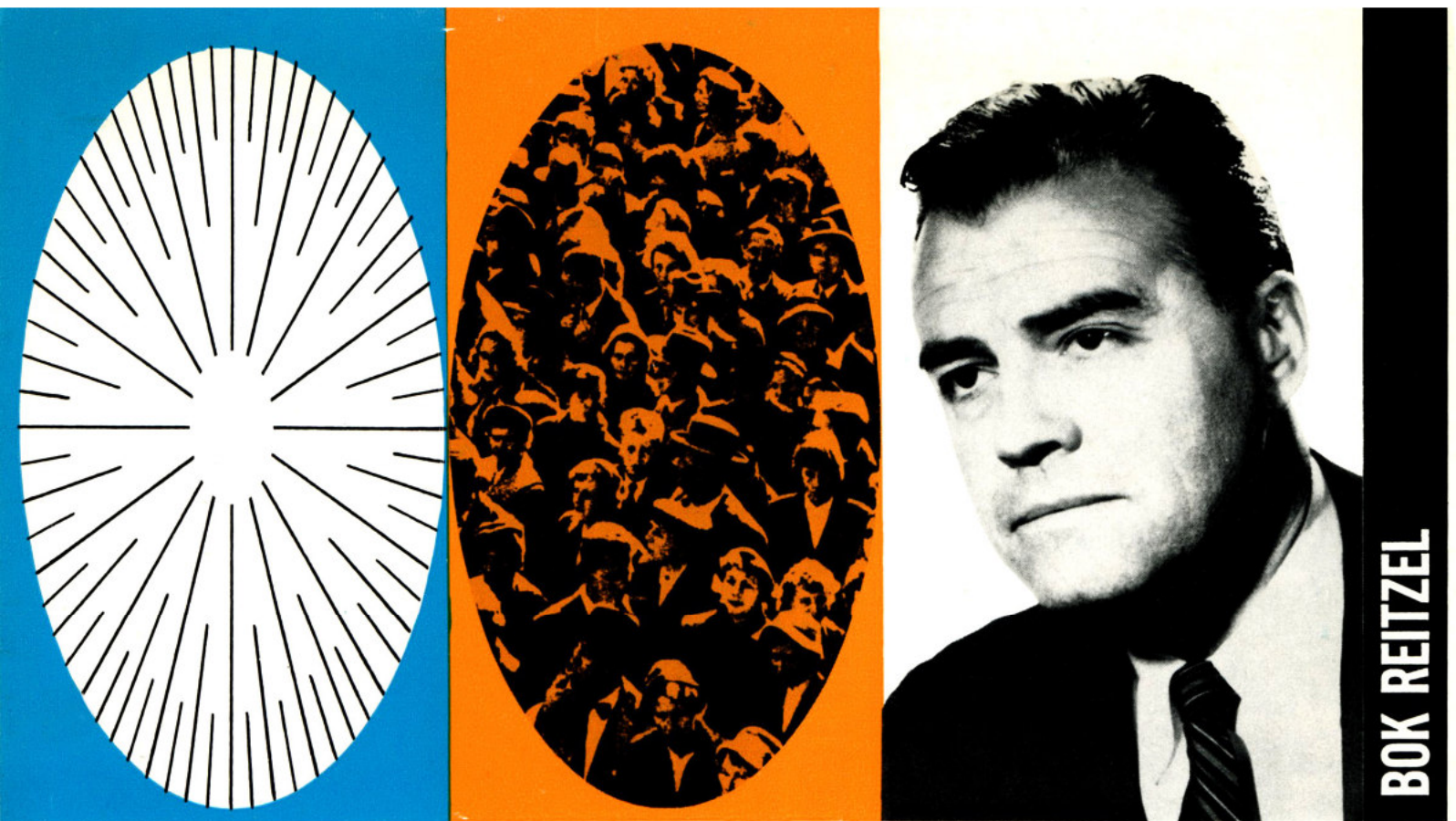


Per Lönn Dahl kommer att fungera som studiochef. Hans erfarenheter som ljudtekniker under sexton års tjänstgöring inom svensk film kommer nu Radio Nord till nytta.

Radio Nords "Chief Announcer" kommer att bli en välkänd röst för alla radiolyssnare. Helt naturligt vill man då veta något om personen bakom rösten. De senaste fem åren har Nils F. Nygren varit sysselsatt med radioarbete av olika slag. Han är en mångsidig herre — skriver visor och lyrik, komponerar, och sjunger till eget ackompanjemang. Säkert kommer Ni att få mycken glädje av honom.

NILS F. NYGREN





Under de två år vi hållit på att undersöka möjligheterna för Radio Nord i Sverige har vi blivit mer och mer övertygade om den kommersiella radions utomordentliga möjligheter att framgångsrikt förstärka och bredda även svenska annonsörers reklamkampanjer. Redan det faktum att en annonsör genom Radio Nord har möjlighet att föra ut sitt budskap till närmare en miljon hushåll eller över två och en halv miljoner konsumenter gör denna nya reklamform enastående tacksam att arbeta med. Radio Nord kommer att bearbeta konsumenterna dygnet

runt och annonsören når dem just när de är som mest mottagliga för reklambudskapet, som framförs med den känsla och övertygelse som bara den mänskliga rösten kan ge.

Vi har gjort avsevärda investeringar och kommer inte att sky någon möda för att, på basis av tidigare omfattande erfarenhet från kommersiell radio göra programmen verkligt slagkraftiga. Vi har redan nu knutit kontakt med erkänt skickliga producenter, hallåmän, musiker och artister — allt för att skapa och bibehålla den största "upplaga" som någonsin varje ögonblick dygnet runt, kunnat erbjudas svenska annonsörer.

Radion är ett mäktigt reklammedel som om det utnyttjas med eftertanke och planmässighet samtidigt är mycket ekonomiskt. Radio Nord kommer med säkerhet kunna ge förvånansvärt fina försäljningsresultat för lång tid framåt. Jag betraktar det som en stor förmån att få verka som "reklamrådgivare" för Radio Nords uppdragsgivare och är glad att få hjälpa svenska annonsörer att få ut mesta möjliga effekt av detta för Sverige helt nya medium — radioreklam.

Bok Reitzel



NORD ESTABLISHMENT

REPR.
JACK S. KOTSCHACK
KAMMAKARGATAN 46
STOCKHOLM C
TEL. 23 12 90

Radio Nords täckningsområde

TS område	Folkmängd antal 1.1.1959	Bostadshushåll antal 1.1.1959	Medelinkomst (fysiska inkomst- tagare) 1958 Kronor	Personbilar antal 1.1.1959	Personbilar per 100 hushåll antal 1.1.1959	Detaljhandelns butiker 1951
13 Visby	55 701	16 155	8 332	7 336	45,4	551
17 Västervik	42 744	14 826	9 659	4 958	33,4	390
48 Motala	29 390	10 744	10 955	4 260	39,7	296
49 Linköping	155 252	52 603	10 377	21 695	41,2	1 451
50 Norrköping	157 310	56 813	10 453	19 291	34,0	1 608
51 Nyköping	63 732	22 460	10 621	8 640	38,5	514
52 Katrineholm	39 500	14 146	9 846	5 474	38,7	354
53—54 Eskilstuna- Strängnäs	123 464	44 733	10 727	17 302	38,7	1 100
55 Södertälje	33 527	11 594	13 339	5 041	43,5	272
56 Stockholm	1 159 299	432 069	14 300	139 027	32,2	11 514
57 Norrtälje	27 642	9 762	8 740	4 025	41,2	255
58 Östhammar	16 811	5 836	8 939	2 076	35,6	164
59 Uppsala	125 843	44 583	10 651	17 388	39,0	1 025
60 Enköping	28 713	9 639	9 285	4 523	46,9	265
61 Sala	30 335	10 505	8 951	4 675	44,5	304
62 Västerås	141 773	50 249	11 512	20 456	40,7	1 075
63 Köping	32 706	11 393	10 764	4 975	43,7	267
64 Arboga	13 939	4 756	10 996	2 256	47,4	132
67 Örebro	156 237	56 062	10 737	23 120	41,2	1 578
68 Askersund	9 168	3 576	9 495	1 133	31,7	96
79 Avesta	28 524	10 111	10 923	3 813	37,7	277
80 Gävle	159 671	56 643	10 934	20 070	35,4	1 399
	<u>2 631 281</u>	<u>949 258</u>	<u>12 268</u>	<u>41 534</u>	<u>36,0</u>	<u>24 887</u>