DAS MAGAZIN FÜR DIE ÖSTERREICHISCHE MUSIK- & MEDIENBRANCHE

SOUND & MEDIA

Nummer 7/20. April 2001

Star-Aufgebot beim Amadeus – Austrian Music Award!

Der größte österreichische Musik-Event findet heuer am 9. Mai im Großen Sendesaal des ORF statt, die Aufzeichnung der Verleihungsshow wird am 10. Mai um 21.55 Uhr in ORF 1 gesendet.

Der Amadeus – Austrian Music Award ist eine Initiative des Verbands der Österreichischen Musikwirtschaft (IFPI Austria) und wird heuer zum zweiten Mal verliehen. Unterstützt wird die Show von der ORF Enterprise. Durch den Abend führt der Kabarettist, Moderator und Musiker Viktor Gernot. Neben der Teilnahme zahlreicher nominierter österreichischer und internationaler Künstler werden Showacts internationaler Topstars wie Lou Bega, Shaggy, Sugababes und R.E.M. den Amadeus zu einem einzigartigen Ereignis machen. Weitere nationale und internationale Überraschungen sind überdies noch in Planung. ■

Sugababes

R.E.M.

Konzertveranstalter: Diktatur oder Demokratie?

„Pop-Pate" Mario Rossori warf in seiner Kolumne in Sound & Media Nr.5/01 der PGA (Promotors Group Austria) diktatorische Methoden vor. Ein Vorwurf gegen den sich PGA-Vorsitzender Richard Hörmann heftigst zur Wehr setzt. Sound & Media lud Rossori und Hörmann zur Diskussion.

HÖRMANN: Zuallererst möchte ich klarstellen, dass ich den Begriff Diktatur für sehr gefährlich halte, noch dazu wenn er so missbräuchlich nur einer Pointe wegen verwendet wird, insbesondere Leuten gegenüber, die in einer Diktatur leben müssen. Ich glaube nicht, dass wir damit verglichen werden können.

FORTSETZUNG AUF SEITE 12

ALLROUND MUSIC
z.H.: Frau Renate A. Herzog
Gießhüblerstraße 69
2371 Hinterbrühl

Erscheinungsort 3100 St. Pölten, Verlagspostamt 3003 Gablitz, „P.b.b." „01Z021090 K", Bureau de Poste: A – 3100 St. Pölten (Autriche), Taxe percue, Zur ermäßigten Gebühr – Envoi a taxe reduite

WARNER MUSIC AUSTRIA

WARNER MEDIA NEWS
APRIL 2001

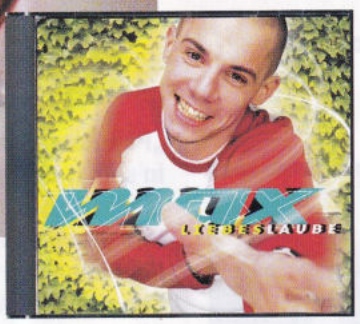
02. 04. 2001

Mr. Schnabel - "Chain Gang Slang"
Witzige Raps mit phatten Beats unterlegt. Das zur Single gehörige Album **"Is´n Schnabelding"** erscheint am 7. 05. 2001 und darf in keiner guten Hip-Hop Sammlung fehlen!

Live am 28. 04. 2001 beim Wiener Stadtfest!

02. 04. 2001

Seeed - "Dickes B"
Poplines, Dancehall-Grooves, Hip Hop und Dub Vibes - das alles verbinden Seeed in ihrer aktuellen Single **"Dickes B"**. Prädikat: Sommerhit!



17. 04. 2001

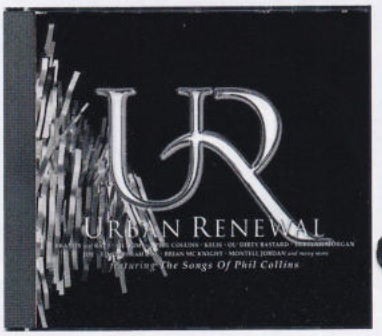
Max - "Liebeslaube"
Die neue Single des österreichischen Chartstürmers! Nach dem Gold-Erfolg seines Debut-Albums **"1-13"** lädt uns Max nun in die **"Liebeslaube"** ein und prägt dabei gleich einen neuen Musikstil: Austro Hip Pop! **"Liebeslaube"** überzeugt nicht nur durch gefühlvolle Lyrics, sondern besticht vor allem durch groovige "Hip Pop" Beats!

Brandy & Ray J - "Another Day In Paradise"

Platz 6 in den österreichischen Single Charts! Powerplay auf allen wichtigen Radiostationen!

30. 04. 2001

"Urban Renewal feat. The Songs Of Phil Collins"
Schon die erste Singleauskopplung **"Another Day In Paradise"** von **Brandy & Ray J** gibt einen kleinen Vorgeschmack auf das Album **"Urban Renewal feat. The Songs Of Phil Collins"**. Das Album hält locker, was die erste Single verspricht: Große Namen wie **Kelis**, **Ol´ Dirty Bastard**, **Brian Mc Knight**, **Debelah Morgan** etc. verpassen den **Phil Collins** Klassikern ein völlig neues, zeitgemäßes Gesicht!



14. 05. 2001

R.E.M. - "Reveal"
Das lange Warten hat bald ein Ende - am 14. Mai ist es soweit! An diesem Tag erscheint das neue Album von **R.E.M.**! Die Band hat ihre musikalische Genialität schon mit etlichen Alben unter Beweis gestellt - **"Reveal"** kann aber zu Recht als Höhepunkt ihres bisherigen musikalischen Schaffens gewertet werden! Einen Vorgeschmack darauf gibt schon die erste Singleauskopplung **"Imitation Of Life"** (VÖ 23. 04. 2001)!

Goldene Engel

angetan. Sogar kritische Geister mussten den Mädels, die über ein Reality TV-Format zu einer Band zusammen geschweisst

l-r (oben): Thomas Kiernbauer (Sales Marketing), Turid Pichler (Marketing Director), Vico Antippas (EVP/COO, President Universal Music Austria & Switzerland), Joy Berhanu (Management No Angels), Karsten Kuskop-Schulze (Financial Director Austria), Barbara Sinabell (Promotion Manager), Jens Moir (Financial Director Germany), Jannette Agregado (International Marketing Exploitation Manager Germany), Harald Kleinschek (Product Manager)
(unten): No Angles = Nadja, Jessica, Vanessa, Lucy & Sandy

Ende März beehrte die aktuellste deutsche Erfolgsformation Wien. Anlass war die Goldverleihung für das Debütalbum „Elle'ments" und die Hitsingle „Daylight In Your Eyes". Beide Veröffentlichungen brauchten nicht länger als zwei Wochen um Gold zu verkaufen. Neben einem Auftritt bei „Vera", zahlreichen Interviews und einer Autogrammstunde gaben die Damen am 29. März auch noch ein ausverkauftes Konzert in Kemmelbach. Alle, die mit den Girls zusammen trafen, zeigten sich von deren Professionalität höchst wurden, Anerkennung zollen. Ein weiteres Zeugnis, dass sie auf bestem Wege sind, ist ihr Auftritt als Vorgruppe von Eros Ramazotti in die Wr. Stadthalle am 1. Mai. Zwei Wochen später am 17. Mai sind sie zu Gast bei der ORF „Top Spot Gala". ■

Geburtstagsständchen für Whittaker

Schon längst könnte sich Roger Whittaker zur Ruhe setzen, doch war es gerade die Musik, die ihm in den letzten Jahren half, über private Schicksalsschläge hinweg zu kommen. Jetzt ist der britische Star wieder in Hochform und feierte nach seinem letzten Konzert der „Wunderbar geboren"-Tour in Wien seinen 65. Geburtstag in seinem Wiener Lieblingshotel dem Hilton Plaza. Familienmitglieder, beste Freunde aus allen Winkeln der Erde, sowie einige geladene BMG-Mitarbeiter brachten ihm ein Ständchen dar und machten diesen

EDITORIAL

Bereits zum vierten Mal liefert Sound & Media einen handlichen Überblick über die Privatradiolandschaft Österreichs (zum Herausnehmen in der Heftmitte). Was bei der Erstellung des diesjährigen „Tabernakels" erschwerend hinzukam, war das seit 1. April neu formulierte Privatradiogesetz, welches nunmehr geänderte Rahmenbedingungen für Gesellschafter von Privatradiounternehmen beinhaltet. Wir bemühten uns redlich bis zuletzt die Daten auf den aktuellsten Stand zu bringen. Bei einigen Sendern wird sich in den kommenden Wochen die Eigentümer struktur verändern, möglicherweise auch die Namen der handelnden Personen. Im wesentlichen sollte der Privatradio-Überblick aber die nächsten Monate ein nützlicher Helfer für alle jene sein, die mit den elektronischen Medien zu tun haben. Wir überlegen eine Neuauflage des Sound & Media-Privatradio-Überblicks im Herbst dieses Jahres, wenn sich die neuen Strukturen manifestiert haben.
Das Sound & Media-Team

prime time 20.15

Machen Sie einmal was ganz Verrücktes. Schauen Sie fern.

TIV

Nämlich TIV. Tolles Fernsehen, in Wien gemacht, in aller Welt beliebt, weil wunderbar. Unglaubliche Konzertmitschnitte, globale Trends, Cineastenhighlights und überhaupt. Wer TIV noch nicht gesehen hat, enthält seinem Fernsehgerät einen wesentlichen Teil seiner Daseinsberechtigung vor.
Das musste einfach gesagt sein. Guten Abend.
Ach ja, seit April gibt's TIV mit doppelt soviel Programm!

TIV. come closer.

late night 23.00

l-r: Christoph Schmidt (Geschäftsführer BMG Entertainment GSA/EE), Jan Bolz (Geschäftsführer BMG Ariola München), Roger Whittaker, Elisabeth Angerer (A&R Marketing Schlager, VM&Comedy BMG Ariola München), Werner Lohse (Geschäftsführer BMG Ariola Austria), Klaus Schmalenbach (Catalogue Development BMG Ariola München), Gaby Sappington (BMG Int. N.Y.), Kent Otremba (A&R Marketing Schlager, VM&Comedy BMG Ariola München), Heidi Spacek (Promotion BMG Ariola Austria)

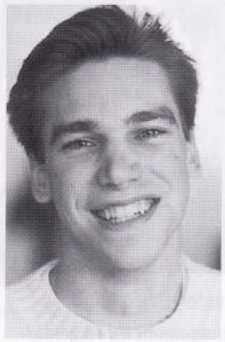
Abend zu einem wunderschönen Ereignis für alle Beteiligten. BMG nutzte sogleich die Gelegenheit um dem beliebten Schlagersänger einige Awards zu überreichen: Gold aus Deutschland für „Wunderbar geboren", Gold aus Österreich für „Schön war die Zeit" und „Goldene Erinnerungen" und Gold aus Dänemark für „From Roger Whittaker With Love". ■

Goldener Jantje

l-r: Turid Pichler (Marketing Director Universal Music Austria), Harry Gruber (Product Manager), Jantje Smit, Barbara Sinabell (Promotion Manager), Jaap de Buys (Manager von Jantje Smit)

Im Rahmen der Tour von „Wenn die Musi spielt" nutzte Universal Music Austria die Gelegenheit, Jantje Smit für sein Album „ Ein bisschen Liebe" Gold zu verleihen. ■

Kuskop-Schulze Financial Director bei Universal Music Austria



Karsten Kuskop-Schulze

Karsten Kuskop-Schulze ist mit sofortiger Wirkung neuer Financial Director von Universal Music Austria in Wien. Er übernimmt die Aufgaben von Jens Moir, der als Financial Director zu Universal Music Deutschland gewechselt ist. Dies gab Victor Antippas, President Universal Music Austria & Switzerland, Executive Vice President & COO Universal Music Deutschland bekannt.

Nach erfolgreichem Studium zum Betriebswirt und gleichzeitiger kaufmännischer Ausbildung bei PolyGram begann Karsten Kuskop-Schulze seine berufliche Karriere 1995 als Assistant Controller bei Karussell Musik & Video. Zwischen 1998 und April 1999 wurde Karsten Kuskop-Schulze mit verschiedenen Projekten bei PolyGram Filmed Entertainment und im zentralen Reporting beauftragt, bevor er im Mai 1999 in den Controllingbereich zu Polymedia wechselte. Seit November 1999 war Karsten Kuskop-Schulze schließlich als Financial Controller für Mercury Records verantwortlich.

Victor Antippas: „Karsten hat bei Mercury Records in Germany sein Talent im Finanzbereich bewiesen, aber auch Verständnis für die Zusammenhänge und Prioritäten in unserem Geschäft. Er wird ein wichtiges Mitglied des österreichischen Management Teams."

Karsten Kuskop-Schulze: „Als mir die Position des Financial Director bei Universal Music Österreich angeboten wurde, habe ich die neue Herausforderung mit Freude angenommen. Ich freue mich auf ein tolles und motiviertes Team, eine vibrierende Stadt und einen interessanten, lebendigen Markt." ■

Stiller Erfolg in den Bergen

Bei einer Vertriebstagung des auf Wellness- und Weltmusik spezialisierten Musikverlages Polyglobe Music-Austria wurde in der Schweiz die tibetische Sängerin Dechen Shak-Dagsay für 10.000 Stk. verkaufte CDs ihres Debut-Albums Dewache: The healing power of tibetan mantras (Polylgobe) geehrt.

Mit ihrer wundervollen Stimme intoniert die Künstlerin in ihrer stillen Art ruhige

l-r: Dr. Kalsang Shak (Arzt), Stefan Ackermann (Polyglobe Music), Dechen Shak-Dagsay (Sängerin), Markus Heeb (Inh. Grammophone Heeb AG. Schweiz), Max Regli (Verkaufsleitung Schweiz), vorne: Astrid Ackermann-Rassi, (Marketing, A&R, Polyglobe Music)

und einfühlsame Mantras aus ihrer Heimat Tibet. Dechen Shak-Dagsay, die Tochter eines hohen Lamas, lebt in der Schweiz und feierte zuletzt bei ihren Auftritten in Porto (Portugal), Istanbul (Türkei) und in Santiago di Compostella (Spanien) mit Rosella Rosselini und Bob Wilson grosse Erfolge mit ihrer Interpretation der heiligen, tibetischen Silben.

„10.000 Stk. verkaufte CDs in nur einem

KURT OSTBAHN
& DIE KOMBO
OHJO

OHJO - DIE NEUE CD

von Kurt Ostbahn inkl. OHJO-Brettspiel
und vü sochn fian Heimcomputa!

DIE SINGLE - 57 ENGELN

nur auf dieser Single WOS RED I

158 946-2

159 400-2

www.ostbahn.at

3 top 40
UNIVERSAL

Jahr sind für dieses besondere Produkt - weitab vom Mainstream - ein beachtlicher Erfolg", sagte Stefan Ackermann, Produzent und Inhaber der in Tirol ansässigen Firma Polyglobe Music, „der allen beteiligten Personen zu verdanken ist. Einer hervorragenden Künstlerin, dem Ehegatten der Künstlerin, Dr. Kalsang Shak und Lama Dagsay Tulku, dem Vater der Künstlerin, für ihre fachliche Beratung bei der CD-Produktion. Für den grossen vertrieblichen Einsatz gilt mein Dank dem Schweizer Branchenkenner Max Regli und unseren Vertriebspartnern: Grammophone Heeb (Schweiz), Town Music (Deutschland), Lotus Records (Österreich), Oreade (Holland, Belgien), Fünix Music (Dänemark, Schweden) und den Fachhändlern, die Mut und Herz für aussergewöhnliche Produkte zeigen. Dabei ist das erst der Anfang, der Markt ist offen, um mit diesem Produkt am europäischen Markt und in Übersee Steigerungen um ein Mehrfaches zu erzielen." ■

Schürzenjäger - weit weg

Schürzenjäger

Nach wie vor erfreuen sich die Schürzenjäger ungebrochener Beliebtheit. Nachdem sie zehn Jahre ununterbrochen unterwegs waren, gönnten sie sich in den letzten beiden Jahren eine kreative Pause. Die ist abgelaufen und so befinden sich die Tiroler auf ausgedehnter Deutschland/Österreich-Tournee, die mit dem finalen Höhepunkt - dem legendären Open-Air-Konzert in Finkenberg am 4.8. - endet. In der Natur daheim fühlt sich die Band nicht nur in Österreich, sondern auch in Kanada. Das ZDF sendete am 12. 4. ein Special mit dem Titel: „Die Schürzenjäger: Draußen in der Heimat. Auf der Suche nach dem verlorenen Paradies", das die Mitglieder hauptsächlich in ihrer zweiten Heimat in Nordamerika zeigte. Die Einschaltziffern gaben den Verantwortlichen Recht. Die Schürzenjäger und deren aktuelles Album „Treff' ma uns in der Mitt' n" (Koch) sind eine Topformation, die keiner Mode unterworfen ist. ■

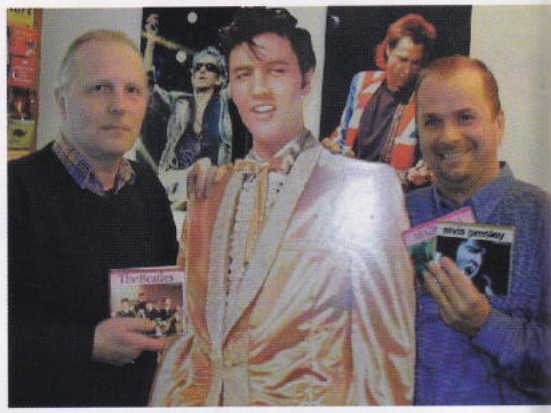
Mariah Carey: neu bei Virgin!

Mariah Carey

Die amerikanische Sängerin zeigt sich mit ihrem unbefristeten, Multi-Millionen-Vertrag mit Virgin Records hochzufrieden: „Ich freue mich wirklich meinen Beitrag in dieser wunderbaren kreativen Umgebung leisten zu dürfen. Hallelujah!!" Grund dieses Jubels dürfte die nette Summe von 352 Millionen Schilling für jedes der nächsten fünf Alben sein. Warum sie soviel wert ist, erklärt Ken Berry, President& CEO von EMI Recorded Music damit, dass Maria Carey bei Virgin Records neue Massstäbe sowohl für ihre persönliche Arbeit als auch für die Popmusik gesamt schreiben wird.
Mariah Carey ist die best verkaufende Künstlerin aller Zeiten, die weltweit mehr als 140 Millionen Alben und Singles verkaufte und alleine in den USA 84 Gold- Platin- und Multiplatin-(RIAA)Auszeichnungen erhielt. Seitdem sie 1990 ihre Karriere begann, hatte sie jedes Jahr mindestens einen No.1 - Hit, insgesamt hält sie mit 15 an der Zahl die Spitze der weiblichen Musikverkaufsrekorde. ■

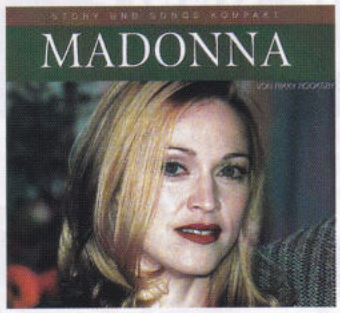
Story und Songs kompakt

Mit drei Ausgaben über The Beatles, Elvis Presley und Madonna startet der Bosworth Verlag seine neue Musikbuch-



Michael Ohst (GF Bossworth Deutschland) & Manfred Langner (Autor)

Reihe „Story und Songs kompakt." Die Bücher beschäftigen sich mit der Historie und vor allem mit den Songs der populärsten Bands und Musiker aus der Pop- und Rockmusik. Michael Ohst, Geschäftsführer von Bosworth Deutschland, mit Sitz in Frechen bei Köln sieht für seine neue Reihe gute Absatzchancen: „Unsere Story-und-Songs-kompakt-Bücher, die sich mit der Musik der Stars beschäftigten sind nicht nur für die Fans interessant. Die Bosworth-Bücher werden im Format einer CD erscheinen und sind daher ideal in das Regal mit der entsprechenden Musik-CD zu stellen. Die Musik-Bücher



gehören zu einer Reihe, die über 20 weitere Titel von den Rolling Stones, Doors, Nirvana, Bob Dylan, Michael Jackson bis zu den Sex Pistols umfasst. Nach den Beatles, Elvis und Madonna sollen bis zur Frankfurter Buchmesse weitere Übersetzungen folgen. ■

Apple schätzt auch coole Laute

Sofa Surfers

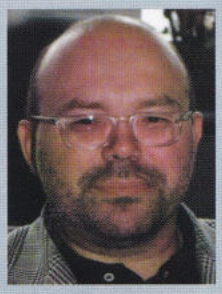
Die Apple-Gemeinde weiss es natürlich schon lange, die Meldung ist jedoch so exorbitant cool, dass es auch die übrige Computergemeinschaft erfahren soll. Das neue Betriebssystem OS X von Apple Computers wird mit „Sofa Rockers", einem Stück der Sofa Surfers im Remix von Richard Dorfmeister eingeleitet. So macht Arbeit Spass: Computer an, relaxter Groove und schon fliegen die Finger nur so über die Tasten. ■

Damenwahl

Jubel um die „Ursprung Buam"

Nach den beiden Goldalben „Aufgeigt weacht" und „I bin der Teufelsgeigerbua" setzt die Firma MCP berechtigte Erwartungen in das aktuelle Album der Ursprung Buam. „Damenwahl hamma heit" wurde der Fachöffentlichkeit im Goglhof in Fügenberg/Zillertal präsentiert und zeigt die drei Burschen in Höchstform. Auf der einen Seite sind sie Musikanten zum Anfassen geblieben, auf der anderen Seite beherrschen sie ihre Instrumente und ihre Musik gekonnt und souverän. Nicht umsonst wurden sie schon zum zweiten Mal für den „Amadeus" nominiert, wo sie sich in Gesellschaft der Topgruppen in der Klasse Volksmusik-Schlager in Österreich befinden. Karl Krajic, Vorstand von MCP: „Aufgrund der hervorragenden Nachfrage beim Publikum gehen wir bereits nach einer Woche im Handel mit großen Schritten auf die Goldmarke zu."
Ein besonderer Tag war die CD-Präsentation sicher auch für den 82jährigen Großvater von Martin und Andreas Brugger, Lois Höllwarth. Als kleines Dankeschön für die Entdeckung der Ursprung Buam erhielt er aus den Händen von MCP-Boss Karl Krajic ein Präsent und ließ es sich anschließend nicht nehmen, mit seinen Ursprung Buam aufzugeigen. ■

DER POP PATE



Mario Rossori

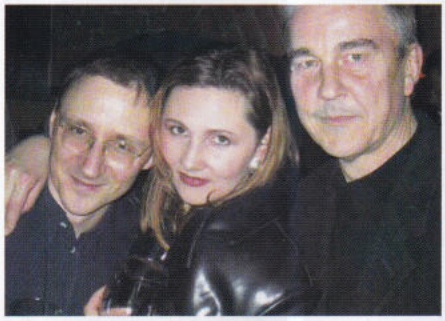
In dieser Ausgabe des S&M finden Sie den Abdruck des Gesprächs zwischen Richard Hörmann (PGA) und mir, über den möglichen Einfluss der Promotors Group Austria auf die österreichische Veranstalterszene, falls er besteht. Ich möchte noch einmal darauf hinweisen, dass, wie bei anderen derartig massiven Zusammenschlüssen, auch diese neue Organisation von der Kartellbehörde geprüft werden muss. Ihr alleine wird es obliegen, ob ein geschätzter 80% Markanteil im Veranstaltertum in der Popmusik genehmigt werden kann oder nicht. Richard Hörmann ist zuversichtlich, dass diese Prüfung gut verläuft und auch andere Branchenkenner schließen sich diesem Urteil an. Denn die Kartellbehörde vergleicht die PGA nur mit dem Gesamtmarkt und unterscheidet dabei nicht in verschiedene Musiksparten. Und zum Gesamtvolumen, summiert über alle Musikrichtungen, liegt der Marktanteil der PGA nur bei ca. 5%. Vielleicht ist dies auch einer der Gründe, warum die PGA so unterschiedliche Tätigkeiten mit ihren Einzelfirmen durchführt. Wir werden es erleben.
Es gibt aber auch von anderen „Zusammenschlüssen" aktuelle Neuigkeiten zu berichten: die Gemeinschaftsstände auf den internationalen Musikmessen Popkomm / Köln und Midem / Cannes. Zuerst einmal die Popkomm, die heuer vom 16. - 18.August stattfinden wird. Die GFÖM (AKM Förderorganisation) hat das Budget für diese Messe zugesichert und als Attraktion wird, wie im letzten Jahr, ein Würstelstand die Besucher in den 120m2 großen Stand locken und sie mit Käsekrainer, aber auch mit guter österreichischer Musik verwöhnen. Als weitere Standgestaltung werden wir auch eine eigene „Chill Out Zone" oder einfach übersetzt [PPS ;-)], eine gemütliche Sitzecke zum Ausrasten einrichten.
Für die Midem 2002 hat sich nach anfänglichen Kommunikationsschwierigkeiten, durch die tolle Zusammenarbeit von Prof. Dr. Elmar A. Peterlunger (Fachverband der Audiovisions und Filmindustrie) und Frau Mag. Sabrina Stepanian (Außenwirtschaft Österreich), eine für alle Beteiligten machbare Lösung ergeben. Sie werden in den nächsten Tagen, die neuen Anmelderichtlinien per Post erhalten. Zusätzlich wird es auch wieder das große „Cafehaus" geben. Jetzt heißt es gemeinsam agieren und wir werden wieder so einen tollen Messeauftritt in Cannes habe wie heuer.
Für beide Messen gilt aber trotzdem: je mehr Firmen sich anmelden, desto besser können wir die österreichische Musikszene abbilden und zeigen, dass das Musikland Österreich kein Mythos ist, sondern ein Wirtschaftsfaktor. Dazu mehr am 6.6.2001 beim vom ÖMR organisierten Symposium.

Mario Rossori ist Musikmanager

Universal expandiert im Netz

Nachdem Universal vor zwei Wochen gemeinsam mit Sony die Zusammenarbeit im Online-Musikhandel mit Yahoo bekannt gegeben hat, wurde nun auch der an der Nasdaq notierte online-Musikhändler Emusic übernommen. Bei ersterem Deal ist ab kommendem Sommer der Start eines gemeinsamen kostenpflichtigen MP3-Dienstes geplant, beim Deal mit Emusic sei Universal der Überzeugung, dass Emusic die bisherigen Internet-Aktivitäten auf ideale Art und Weise ergänze. Die 1998 gegründete Emusic hält derzeit die Rechte auf rund 13.000 Alben von über 600 verschiedenen Labels und hat rund 10.000 zahlende Kunden. ■

monkey.lounge vol.3



Wolfgang Ritschl, Susanne Pauser & Willi Schlager bei der monkey.lounge

Bereits zum dritten Mal laden die monkeys Branchenmembers und -afficinados zur Lounge. Am 24. April ab 20.00 Uhr ins „Loop" am Gürtel. Live sind zu hören: Echophonic, als DJs fungieren Chris Duller (Falter), Klaus Totzler (ORF) und Carlos Oberlercher (City). ■

Was die Welt nicht braucht

Das Gegenteil von „Wickie, Slime & Paiper" wird in dem überaus unterhaltsamen Buch „Was die Welt nicht braucht. Von Chatten bis Waschbrettbauch" (Piper Verlag) von den beiden Autoren Annette C.Anton und Daniel Kiecol vorgeführt. Keine Reminiszenz an vollkommen unnötige Dinge, sondern deren konsequente, radikale Abschaffung fordern die beiden Deutschen. Wer braucht denn im Ernst Karaoke, Love Parade, Sommerhits, Trendsport oder Weltmusik? Die vor allem bei unseren Nachbarn durch fragwürdige Autoren zum Schlagwort erhobene „Generation Golf" wird gnadenlos seziert, aber auch die Altvorderen bekommen ihr Fett weg. Eltern, die ihre Kinder mit originellen Vornamen quälen müssen, Frauen mit Zigarren oder Männer in Sitzungen werden blossgestellt. Gleichzeitig wird m an mit einleuchtender Information versorgt. Ist Ihnen schon aufgefallen, dass bis auf ganz wenige Ausnahmen alle Sommerhits spanisch sind? (Vamos A La Playa, Kalimba De Luna, Lambada, Bamboleo, Samba de Janeiro, Bailando, Un, dos, tres, Maria, Macarena oder Mambo No.5. Ob die Welt dieses Buch allerdings braucht ...? ■

Star aus Downunder

Vanessa Amorosi

In Australien ein Superstar, in Europa am besten Weg dazu: Vanessa Amorosi. Am 8. Mai tritt die Sängerin im Planet Music auf. Im Gepäck ihr aktuelles Album „Absolutely Everybody" (Warner), das in Österreich auf Platz 3 der Austrian Top 40 landete und auch im übrigen Europa hervoragende Chartplatzierungen aufweisen kann. Das britische Musikindustrie-Magazin „Tip Sheet" führte „Absolutely Everybody" sogar als „record of the week". Vielleicht gibt es noch eine zusätzliche Überraschung: Vanessa Amorosi wird eventuell als Stargast beim Amadeus am 9. Mai im ORF-Zenturm auftreten. Aber wie heißt es so schön – „nix is fix ..." ■

MTV wird Musik distributor im Web

Der Musiksender MTV will Musik zum Download aus dem Internet anbieten. MTV steht kurz vor dem Abschluss von Verträgen mit den Majors, um ab Ende April auf den eigenen Webseiten kostenpflichtige Downloads anzubieten. Das Herunterladen eines Einzelsongs soll zwischen 99 Cent und 2,49 Dollar kosten, Alben sind für 9,98 Dollar bis 17,99 Dollar zu haben. Laut Berichten in US-Medien sollen zunächst 8.000 Songs zum Download zur Verfügung stehen. Jede Plattenfirma könne individuell festlegen, ob der Käufer die Datei nur auf der Festplatte speichern kann oder ob das Brennen einer CD und der Transfer auf einen MP3-Player möglich ist. „Unser Ziel ist es, die Musik in einem sicheren Format zur Verfügung zu stellen, so dass die Rechte des Künstlers gewahrt bleiben", erklärte Nicholas Butterworth, Geschäftsführer von MTVi, der Webradio-Tochter des Musiksenders. Diese will zum Monatsende die Webradiostationen Radio MTV.com und VH1 at Work Radio launchen.

In Deutschland geht nach der Neupositionierung von Viva 2 geht nun auch MTV in die Programm-Offensive. Am 1. Mai löst MTV2 – The Pop Channel den bisherigen Musik-Sender VH-1 ab, der im Gegensatz zu den USA in Deutschland nicht erfolgreich positioniert werden konnte. Mit einem neuen Konzept soll nun die Marke MTV gestärkt werden.

Catherine Mühlemann

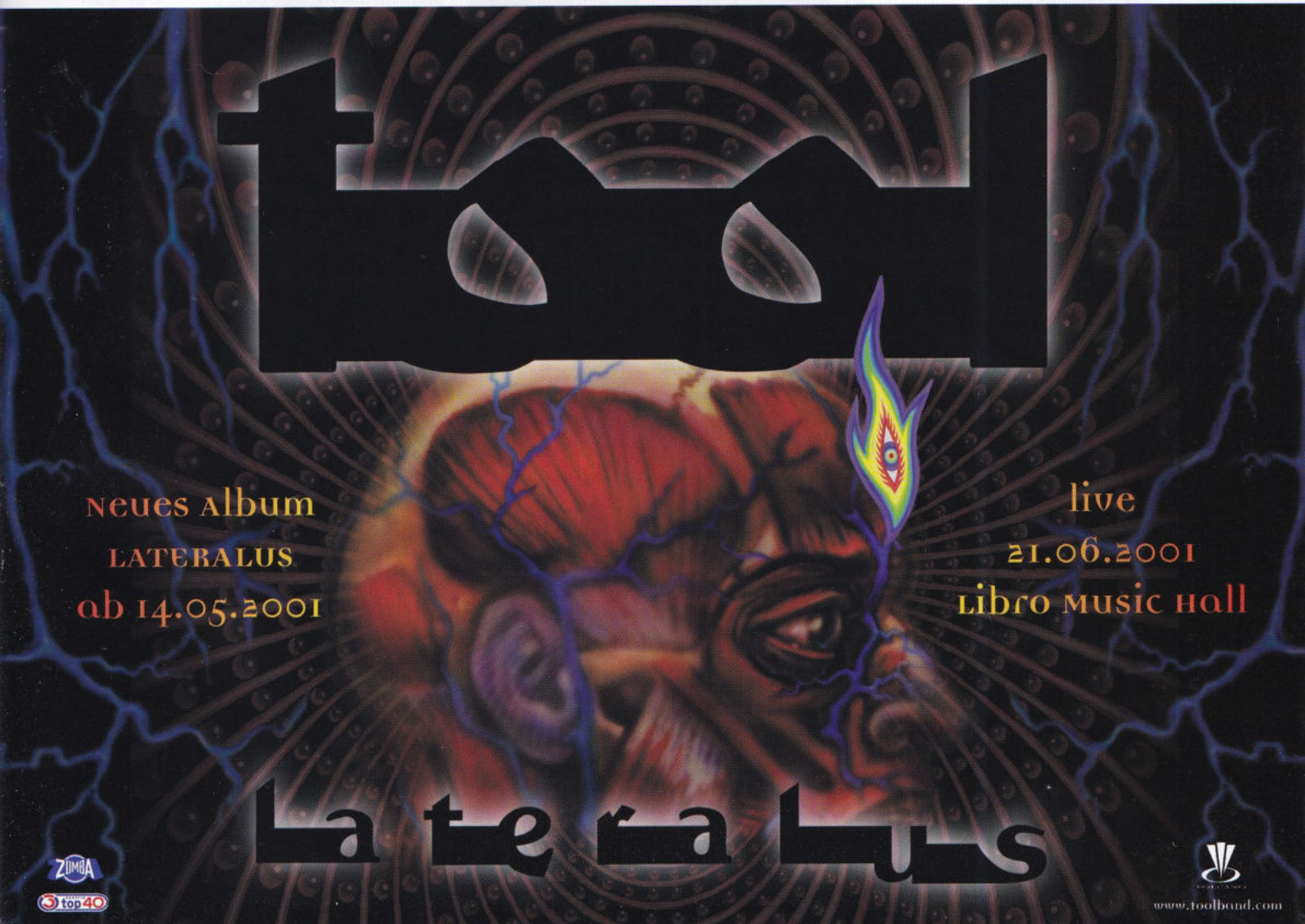
MTV2 soll 24 Stunden lang non-stop ausschließlich die aktuellen Charts und Videoclips abdecken. MTV2 will sich als Sender für Zuschauer im Teens-Alter etablieren. „Mit MTV2 werden wir die strategisch wichtige Zielgruppe der Teens noch besser erreichen," so Catherine Mühlemann, ab 1. Mai neue Geschäftsführerin bei MTV Central. ■

Bertelsmann bündelt Online-Musikvertrieb

Der Medienriese Bertelsmann will nun nach der Gründung der Internet-Musikplattform MusicNet seine Musikvertriebsgesellschaften in der BeMusic-Devision zusammenfassen. Die neue Gruppe werde dann mit einer Mrd. Dollar Umsatz und rund 17 Mio. Kunden das weltweit größte Unternehmen dieser Art darstellen. Die Neugründung soll nach Angaben des Unternehmens den im vergangenen Jahr erworbenen amerikanischen Online-Musikhändler CDNow mit dem BMG Musikservice von Bertelsmann vereinen. Die BeMusic-Devision wird zur BECG Group (Bertelsmann E-Commerce Group) gehören. In den vergangenen Wochen hatten die Medienkonzerne Bertelsmann, AOL Time Warner, EMI und Realnetworks angekündigt, eine gemeinsame Online-Plattform namens MusicNet für Musikverkäufe im Netz zu gründen. Andreas Schmidt, Chef der Bertelsmann E-Commerce Group (BECG) zeigt sich zuversichtlich, „dass neben den bisherigen Major Labels auch weitere Riesen wie Universal oder Sony künftig mit MusicNet kooperieren werden". Anbieter wie Napster könnten dann Songs bei MusicNet einkaufen und legal weitervermarkten. Die Plattform soll noch diesen Sommer starten, die Preise für die Titel stehen noch nicht genau fest, so Schmidt weiter. Voraussichtlich werde ein Song weniger als zehn Mark kosten. ■

Das erste Mal

Riesenfreude bei Superherorockstar. Die Newcomer aus Österreich mit dem bescheidenen Bandnamen haben am 20. April einen überaus wichtigen Termin. Sie wurden unter Tausenden Bewerbern ausgewählt in der in Deutschland höchst anerkannten TV-Sendung „1 live" aufzutreten. Diese der Vorstellung von jungen, vielversprechenden Musikern gewidmete Sendung des WDR hat schon so manches Talent an die breite Öffentlichkeit gerückt.



Superherorockstar

Ihrem Debutalbum „The Very Best Of Greatest Hits" (Intonation Recordings), eine Mischung aus Rock, Pop und Drum&Bass, das Anfang Sommer erscheinen wird, wird diese Publicity sicher einen erfreulichen Vorstoss bringen. ■

Jim Hall feiert in Wien 70er

Seinen 70. Geburtstag feiert der Jazzgitarrist Jim Hall im Wiener Konzerthaus mit Eigenkompositionen und String-Ensemble. Hall, der neben Charlie Christian, Django Reinhardt und Wes Montgomery zu den bedeutendsten Gitarristen des Jazz zählt, gastiert mit seiner eigenen Band und dem Motus Quartett

am 3. Mai um 19:30 Uhr im Großen Saal. Jim Hall, der vor allem wegen seiner Duos mit Musikern wie den Bassisten Ron Carter und Red Mitchell, den Pianisten Bill Evans und George Shearing Weltruhm erlangte, wird im Wiener Konzerthaus auch als Komponist in Erscheinung treten. Gemeinsam mit dem Saxophonisten David Binney, dem tschechischen Bassisten George Mraz und dem kanadischen Schlagzeuger Terry Clarke wird Hall Kompositionen für Duo- und Triobesetzungen präsentieren. Darüber hinaus werden die Besucher auch die Kompositionen für Streichquartette und kleine Streichorchester hören können, die vom Motus Quartett und String Ensemble vorgetragen werden.
Jim Hall ist ein wahrer Großer, der bescheiden über sich meint: „Ich bin eigentlich ein Komponist, der zufällig Gitarre spielt." ■

Udo Jürgens glänzendes Resümee

Nach dem letzten Konzert der Jubiläumstournee „Mit 66 Jahren..." kann der Sänger, Musiker und Komponist Udo Jürgens mit einer äußerst positiven Bilanz aufwarten: An 107 Konzerten fühlten sich 430.000 Besucher aller Altersgruppen vom anspruchsvollen Musikmix zwischen Gassenhauer, zeitkritischer Satire und sinfonischer Dichtung angespro-

Udo Jürgens

chen. Das sind ganze 100.000 Zuschauer mehr als bei der letzten 111-Stationentournee vor drei Jahren!
Noch nie im Laufe seiner langen Karriere vermochte der leidenschaftliche Livekünstler pro Konzert im Durchschnitt so viele Zuschauer zu mobilisieren. Vom Oktober 2000 bis April 2001 hat Udo zwischen den Konzerten in Deutschland, Österreich, Schweiz, Holland und Italien mit seinem Tourneefahrzeug satte 50.000 Reisekilometer zurückgelegt. Dies nicht nur in einer beneidenswerten, physischen Verfassung, sondern auch mit beispielloser Resonanz. Wen wundert's also, dass auch das gleichnamige aktuelle Album „Mit 66 Jahren..." (BMG) in Deutschland und Österreich vergoldet wurde. Udo Jürgens lässt an seinem Erfolg auch Menschen teilhaben, die nicht nur auf der Sonnenseite des Lebens stehen: Durch die Abgabe aus dem Erlös des Karten- und CD-Verkaufes, aus Udos privatem Vermögen und seinem engsten Umfeld sind für die Udo Jürgens Stiftung zu Gunsten von „armen Waisen und Kindern ohne Bezugspersonen und jungen Künstlern" bis heute rund 1.7 Mio. DM zusammengekommen. ■

Buchhandel feiert

Perfekt organisiert betreibt der österreichische Buchhandel jährlich den „Tag des Buches". Lesungen, Gratisbücher, Signierstunden etc. stehen auf dem Programm um die regelmässigen Käufer für ihre Treue zu belohnen und den einen oder anderen in die Geschäfte zu locken. Der Weltttag des Buches ist eine Initiative der UNESCO, die in ihrer Proklamation darauf hinweist, dass Bücher im Lauf der Menschheitsgeschichte stets zur humanen Entwicklung und Bildung einen großen Teil beitrugen. Der 23. April wurde deswegen gewählt, da es sich um den Todestag von gleich zwei großen Schriftstellern handelt: Shakespeare und Cervantes verstarben im April. Die Einrichtung eines Welt-Buchtages, der in Form verschiedenster Aktivitäten gefeiert wird, ist nach Meinung die UNESCO und ihrer Mitgliedsstaaten eine der effektivsten Methoden, Leseförderung zu betreiben und das Medium Buch zu bewerben. ■

Arena Feeling

Schon jetzt beten die Leute von der disco Musikagentur täglich zum Wettergott, auch wenn das „FREQUENCY vienna city festival" noch weit weg zu sein scheint. Anfang Juni, um genau zu sein vom 8.-9. 6. findet in der Arena ein open air mit überaus nettem Programm statt. Neben dem herkömmlichen Konzertprogramm sollen After show Parties, meet greet tent, contests. u.v.m. das Arena-Gelände in ein einzigartiges Ambiente verwandeln.
Der erste Tag steht ganz im Zeichen des HipHop, wobei die folgenden Künstler

schon Zusagen abgeliefert haben: Afrob, Eins Zwo, Total Chaos, Waxolutionists, MC Nina und sehr wahrscheinlich Seed. Der zweite, dem Pop gedwidmete Festivaltag bringt 2-Raum Wohnung, Blumfeld, Heinz, Stereo Total und Sofa Planet. Weitere Infos folgen bzw. sind unter www.alternative-music.at abrufbar. ■

Blumfeld

Betrifft: S&M 6/01 „Chart-Stürmer Max"

Horst Unterholzner

Ich gratuliere meinen geschätzten Kollegen von Warner Music Austria herzlich zu ihrem Erfolg mit dem Ex-Taxler Max und bestaune mit gebührender Anerkennung die schöne Chartperformance des Debutalbums. Doch wer Presseaussendungen verschickt, sollte sie vorher auf ihre Richtigkeit bzw. Vollständigkeit prüfen. Jedenfalls ist die Darstellung, das die einzigen österreichischen Künstler, die in den letzten Jahren einen ähnlich hohen Einstieg in die Charts hinlegen konnten Falco oder Ostbahn Kurti wären, falsch. Denn die erfolgreichste österreichische Band aller Zeiten stieg mit ihrem Album „himbeerland" in der KW 43/98 direkt auf Platz 2 der Charts ein.
Die Rede ist selbstverständlich von der E.A.V. und dieses Album hat mittlerweile weit über Platin verkauft, eine Marke von der Max wohl noch ein gutes Stück entfernt ist. Aber ich drücke ihm und seiner Firma die Daumen auch diese Auszeichnung zu erringen und damit vielleicht eines Tages in die Fußstapfen eines wirklich grossen Acts zu treten.
Horst Unterholzner, A&R Consultant EMI Austria/EMI Electrola Germany

Manfred Wodara

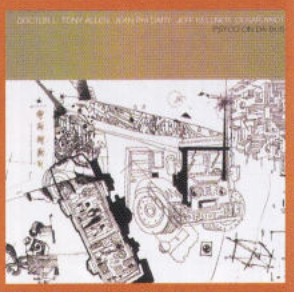
Lieber Horst,
Eiderdaus, haben wir doch wirklich nicht lange genug recherchiert... - Sorry!
War ich doch auch schon verwundert, daß großzügige Gelassenheit Einzug gehalten hätte. Wäre ja auch zu schön gewesen. Aber das Erbsenzählen ist scheinbar auch weiterhin eine der beliebtesten Sportarten in unserer österreichischen Branche. Laß uns gemeinsam froh darüber sein, daß es Künstler wie die EAV und Max für dieses Land gibt!
In diesem Sinne,
Manfred Wodara, Dep. Managing Director, Warner Music Austria

soul seduction

presents

llorca "newcomer" **f communications/f** der neue senkrechtstarter auf jenem label, das st.germain entdeckt hat!

precyz "precyz" **nylon/pt** bossa 2001 – nu brazil debut album – state of the art!



psyco on da bus "psyco on da bus" **comet/f** afro-funk aus paris, produziert von doctor l und tony allen!

uko "uko" **klein records/a** debutalbum aus wien – auf dem heimlabel der sofa surfers!

v.a. "waves" **crydamour/f** "vinyl only" daft punk-produktionen auf ihrem eigenen label! erstmals auf cd!

v.a. "style liga vol.1" **eimsbush ent./d** "vinyl only" dynamite deluxe-produktionen auf ihrem eigenen label! erstmals auf cd!

jetzt bestellen:

soul seduction distribution,
gonzagagasse 19/2, a-1010 wien
email: hergo@soulseduction.com,
fon: 01/533 76 17 14, fax: 01/533 76 18

FORTSETZUNG VON SEITE 1

Konzertveranstalter: Diktatur oder Demokratie?

ROSSORI: Ich habe dieses Wort absichtlich gewählt, um den Unmut in der Branche, der mir zugetragen wurde, zu verdeutlichen.

Richard Hörmann

HÖRMANN: Ich glaube, es würden sich viele Leute wünschen bei einem „Diktator Hörmann" zu arbeiten.

STRUKTUR DER PGA?

ROSSORI: Nun aber um Befürchtungen, Ängste aber auch ein Konkurrenzdenken zu beruhigen. Wie ist die PGA grundsätzlich aufgebaut?

HÖRMANN: Die Firmenkonstruktion ist dergestalt, dass wir eine Promotors Group Holding AG haben, die als reine Beteiligungsaktiengesellschaft fungiert, wo wir alle unsere Anteile, inklusive Libro halten. Die Holding AG hat derzeit vier Tochtergesellschaften. Eine ist die Veranstaltungsgesellschaft, in der die Veranstaltungsteile von PSI, Artist Marketing und Rock Produktion aufgehen, dann gibt es die Service Gmbh (VSG und CSA), also alles, das mit Service in unserem Bereich zu tun hat, als drittes die Management GmbH mit Peter Fröstl, die sich gezielt um neue Künstler und Formate kümmert und schließlich als viertes die Festival GmbH, die sich derzeit ausschließlich um Wiesen kümmert, in Zukunft aber auch andere Festivalgelände übernehmen soll. Das ist die Struktur.

ROSSORI: Und wie lautet die Philosophie?

HÖRMANN: Die Philosophie dahinter war - auch wenn der Begriff schon abgedroschen klingt - eine „One-Shop-"Geschichte zu machen. d.h. dass ich einen Künstler in einem Haus betreue. Nicht in einer Firma, denn ich habe trotzdem noch ein internes Konkurrenzverhältnis zwischen der Veranstalter-, Management- und Servicefirma. Im Idealfall habe ich ein Format oder einen Künstler, der in der Managementfirma verankert ist, der bei Intonation Recordings sein Produkt auf den Markt bringt, der von der Servicefirma tourneemässig betreut und über Libro maßgeblich vertrieben wird, sicher aber nicht ausschließlich. Damit hat man eine Kette, die dem Künstler eigentlich mehr bringt.

SM Hat dieses Konzept schon gegriffen?

HÖRMANN: Nein, weil wir erstens noch immer auf der Suche nach einem Büro sind, das kann ich hier gleich deponieren - wir sind dringend auf der Suche nach 700 - 1000qm² großen Räumlichkeiten. Wir brauchen ein Haus deswegen auch so dringend , um die internen Strukturen zu vereinheitlichen, das geht nicht in zwei Sekunden und erst dann, wenn dieser Konsolidierungsprozess abgeschlossen ist und ich hoffe sehr stark, dass das in diesem Jahr passiert, können wir uns auf die eigentliche Arbeit stürzen. Deswegen sind alle Anschuldigungen im Moment lächerlich, weil wir mit unseren internen Strukturproblemen so viel zu tun haben, dass wir uns gar nicht um das kümmern können, was wir gerne täten.

ROSSORI: Was sind die Ziele?

HÖRMANN: Kurzfristig möchte ich die Idee in Österreich durchsetzen, mittelfristig möchte ich die PGA-Idee ins benachbarte Ausland bringen. Mir wurde international von Managern, Agenten und Veranstaltern, signalisiert, dass sie unserer Sache äußerst positiv gegenüber stehen und alle erkannt haben, dass es besser ist, einen großen, starken Partner zu haben, als fünf kleine. Mittelfristig wird es eine Promotors Group East, eine PG Süd etc. geben. Wie viele Firmen wir zusammenbringen steht noch in den Sternen, aber dies ist unser Ziel. Da gibt es keinen Hinweis auf unseren EU-Gedanken. Es wäre mir schon wichtig zu erwähnen, dass ich im Herbst beginnen werde mit weiteren österreichischen Veranstaltern und Eventfirmen Kooperationsgespräche aufzunehmen.

SM Was ist das Umsatzziel für heuer?

HÖRMANN: Hätten wir das Jahr 2000 bereits zusammengerechnet, hätten wir

einen Umsatz von 324 Mio gemacht, das werden wir auch heuer erreichen. Ich glaube nicht, dass es dramatisch größer sein wird, weil z.B. die Bee Gees und Madonna kein Open Air geben, was wir geplant hatten. Alleine da fehlen uns

Wo lesen Sie die News aus der Musik- & Medienbranche?

SOUND & MEDIA

Das Magazin für die österreichische Musik- & Medienbranche

alle 14 Tage frisch!

Jahres-Abo 800,-

inkl. MWSt.

Alle zwei Wochen die heißesten News, die aufschlussreichsten Interviews, die topaktuellen Trends, die neuesten Releases, die interessantesten Menschen aus der Musik- & Tonträgerindustrie und der Medienszene

Ja, ich bestelle ein Sound & Media Jahres-Abo

Name .....

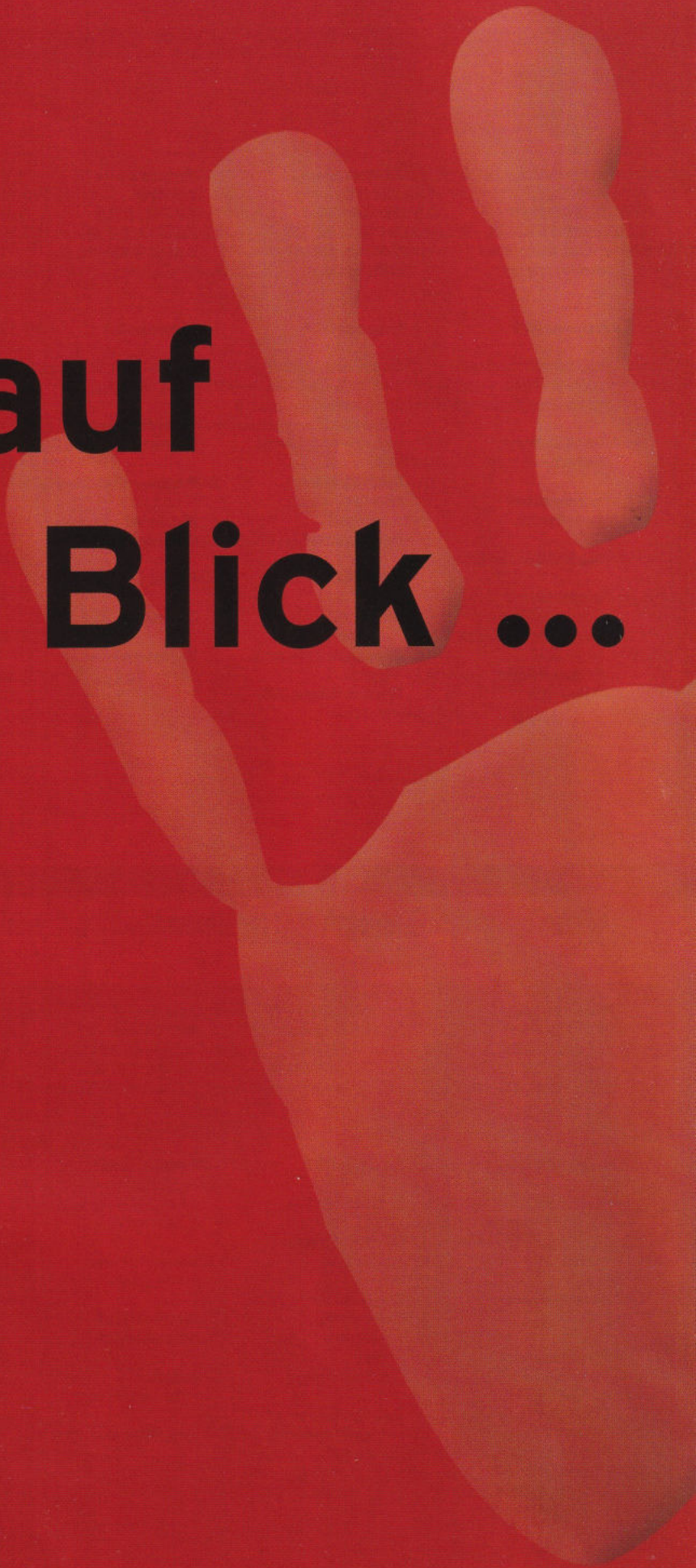
Firma .....

Adresse .....

Datum/Unterschrift .....

Einsenden an Sound & Media, Schließmanngasse 4, 1130 Wien

Alles auf einen Blick ...



RMS Radio Marketing Service GmbH Austria
1030 Wien • Landstraßer Hauptstraße 71
Telefon (01) 710 58 10 • eMail rms@rms-austria.at

WIEN

88,6 Der Musiksender

Heiligenstädter Lände 29
1190 Wien
Tel: 01/360 88 0
Fax: 01/360 88-209
E-Mail: redaktion@musiksender.at

Frequenz: 88,6

Gesellschafter: die Beteiligungsverhältnisse werden in den nächsten Wochen geklärt

Geschäftsführer: Wolfgang Altermann

Programmchef: Martin Kmiecek

Musikchef: Walter Engel

Format: AC

Zielgruppe: 19-49 Jahre

Werbeverbünde: Ö3 Plus, Top 4

Antenne Mix 102,5

Storchengasse 1
1150 Wien
Tel: 01/217 00-0
Fax: 01/217 00-209
E-Mail: contact@antenne-wien.at

Frequenz: 102.5

Gesellschafter: Medien 2000 Holding AG, Die Presse Verlags GesmbH, Constantia Privatradiobeteiligungsgesmbh, Concept Medien GembH.

Geschäftsführer: Peter Don

Programmchef: Ian Walker

Musikchef: Ian Walker

Format: AC

Zielgruppe: 20-40 Jahre

Werbeverbünde: RMS

92.9 Hit FM

Storchengasse 1/1
1150 Wien
Tel: 01/899 10-0
Fax: 01/899 10-66
E-Mail: 929@hitfm.at

Frequenz: 92,9

Gesellschafter: RMC (Radio Media Consulting)

Geschäftsführer: Bernd Sebor, Bernhard Weiss

Programmchef: Bernd Sebor

Musikchef: Wolfgang Domitner

Format: CHR

Zielgruppe: 14-29 Jahre

Werbeverbünde: Ö3 Plus, Top 4

NRJ

Gablenzgasse 11/4,
1150 Wien
Tel: 01/981 60
Fax: 01/981 60-99
E-Mail: office@energy.at

Frequenz: 104.2

Gesellschafter: Concorde Media Beteiligungs GmbH, Lokalradio Vienna, NRJ Radiobeteiligungs GmbH, Radio ID Wien, CD-City Radio, Florian Novak

Geschäftsführerin: Andrea Kozák-Kuszák

Programmchef: Christian Schalt

Format: CHR

Zielgruppe: 14-35 Jahre

Werbeverbund: RMS

Orange

Schubertgasse 10
1090 Wien
Tel: 01/319 09 99
Fax: 01/319 09 99-4
E-Mail: office@orange.or.at

Frequenz: 94.0

Gesellschafter: Verein zur Förderung und Unterstützung von freien, lokalen, nichtkommerziellen Radioprojekten

Obfrau: Fiona Steinert

Programmkoordination: Gerda Kolb

Format: community radio

Zielgruppe: StadtbenützerInnen

Stephansdom

Singerstr. 7
1010 Wien
Tel: 01/512 40 40
Fax: 01/512 40 40 -3021
E-Mail: redaktion@radio-stephansdom.at

Frequenz: 107,3

Gesellschafter: Kirchliche Stiftung Radio Stephansdom

Geschäftsführer: Anton F. Gatnar

Programmchef: Anton F. Gatnar

Musikchef: Christoph Wellner

Format: Klassik

Zielgruppe: Kultur-Liebhaber und Sinnsuchende

NIEDERÖSTERREICH

RPN

Bräuhausgasse 5
3100 St. Pölten
Tel: 0 27 42/49 10-0
Fax: 0 27 42/49 10-290
E-Mail: service@radio-rpn.at

Frequenzen:
105,3 St. Pölten
105,8 Wien
102,9 Semmering
90,2 Weitra
101,3 Waidhofen a.d.Ybbs

Gesellschafter: NÖN, Tele-Kurier GmbH, Antenne Bayern, Amperwelle, Income Immobilien

Geschäftsführer: Peter Düll

Musikchef: Christoph Holy

Format: AC

Zielgruppe: 14-49 Jahre

Werbeverbünde: Ö3 Plus, Top 4,

PL1

Hammerweg 10
3100 St. Pölten
Tel: 0 27 42/258 800
Fax: 0 27 42/258 800-18
E-Mail: office@radio.pl1.at

Frequenz: 100,8

Gesellschafter: Helmut Mayer, Michael Grassl-Kosa

Geschäftsführer: Helmut Mayer

Programmchef: Oliver Veres

Musikchef: Oliver Veres

Format: AC

Zielgruppe: 14-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

Digi Hitradio

Kirchenstraße 9
3243 St. Leonhard/Forst
Tel: 027 56/700 70
Fax: 0 27 56/700 777
E-Mail: office@digihitradio.com

Frequenz: 103,3, 106,1

Gesellschafter: k.A.

Geschäftsführer: Martin Wally

Programmchef: Alexander Schiefer, Romana Kienesberger

Musikchef: Michael Schelberger

Format: Hot-AC

Zielgruppe: 19-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

Radio Maria

Erdbergstraße 90/2a
1030 Wien
Tel: 01/710 70 72
Fax: 01/710 70 73
E-Mail: rma.wien@aon.at

Frequenz: 104,7

Gesellschafter: Verein „Maria heute"

Geschäftsführer: Michael Polzer

Programmchef: P. Clemens Reischl

Zielgruppe: alle

93,4 Die Musikwelle

Gürtelstraße 31-33
2514 Traiskirchen
Tel: 0 22 52/550 00
Fax: 0 22 52/550 00-30
E-Mail: lokalradio@radio934.at

Frequenz: 93,4

Gesellschafter: Berndorf AG, Vereinigte Volksbank Baden, Werner Leskovec

Geschäftsführer: Walter Ringsmuth

Programmchef: Walter Ringsmuth

Musikchef: Mario Weitzl

Format: AC

Zielgruppe: 19-49Jahre

Werbeverbund: RMS

106,7 Party FM

Ferdinand Porsche Ring 21
2700 Wr. Neustadt
Tel: 02622/22555
Fax: 0262/22555-55
E-Mail: office@partyfm.at

Frequenz: 106,7

Gesellschafter: Martin Zimper, Andreas Früchtl, Wr. Neustädter Sparkassa, u.a.

Geschäftsführer: Martin Zimper

Programmchef: Martin Zimper

Musikchef: Manfred Hanus

Format: non-stop-partyhits, CHR

Zielgruppe: 14-39 Jahre

Werbeverbund: RMS

KÄRNTEN

Korotan

Viktringer Ring 26
9020 Klagenfurt
Tel: 0 463/595 353
Fax: 0 463/595 353-99
E-Mail: radio@korotan.at

Frequenz: 105,5

Gesellschafter: Hermagoras, Zadruga Market Pliberk-Bleiburg, Christlicher Kulturverband, u.a.

Geschäftsführer: Marjan Pipp

Programmchefin: Marica Stern-Kusej

Musikchef: Hanzi Kezar

Format: Current based AC

Zielgruppe: Slowenische Volksgruppe in Kärnten

Agora

Paracelsusgasse 14
9020 Klagenfurt
Tel: 0 463/418 666
Fax: 0 463/418 666-99
E-Mail: agora@agora.at

Frequenz: 105,5

Gesellschafter: Verein Agora

Geschäftsführerin: Angelika Hödl

Programmchef: Dragan Janjuz

Format: Jazz und Weltmusik

Zielgruppe: Zwei- und mehrsprachige Bevölkerung in Kärnten

Schlagerradio

Ackerweg 9
9500 Villach
Tel: 0 42 42/310 41
Fax: 0 42 42/310 31
E-Mail: office@schlager-radio.cc

Frequenz: 101,6

Gesellschafter: Radio Villach Privatradio GmbH.

Geschäftsführer: Johann Berger

Programmchef: Roland Wutterna

Format: Volksmusik/Schlager

Zielgruppe: ab 25 Jahre

OBERÖSTERREICH

Life Radio

Landstraße 12
4020 Linz
Tel: 0 732/76 07-0
Fax: 0 732/76 07-222
E-Mail: lifemail@lifera-dio.at

Frequenzen: 95,6, 100,5, 102,6, 102,2, 103,1

Gesellschafter: k..A.

Geschäftsführer: Christian Stögmüller

Programmchef: Ulli Jelinek

Musikchef: Ulli Jelinek

Format: AC

Zielgruppe: 14-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

92,6 Das Cityradio

Zamenhofstraße 9
4020 Linz
Tel: 0 732/69 64-0
Fax: 0 732/69 64-13
E-Mail: redaktion@cityra-dio.at

Frequenz: 92,6

Gesellschafter: k.A.

Geschäftsführer: Christian Lengauer

Programmchef: Gerhard Gall

Musikchef: Wolfgang Pammer

Format: AC

Zielgruppe: 14-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

FRO 105.0

Kirchengasse 4
4040 Linz
Tel: 0 732/717 277
Fax: 0 732/717 277-7
E-Mail: fro@fro.at

Frequenz: 105,0

Gesellschafter: Verein Freier Rundfunk OÖ, diverse Gesellschafter

Geschäftsführer: Alexander Baratsits

Programmchefin: Barbara Wildberger

Musikchef: Christoph Tautscher

Format: Public Access

Zielgruppe: lokales Kommunikationsmedium für alle LinzerInnen

Cityradio Gmunden

Klosterplatz 1
4810 Gmunden
Tel: 0 76 12/739 16
Fax: 0 76 12/739 16-99
E-Mail: rtvision@netway.at

Frequenz: 94,0

Gesellschafter: RTVision, Gernot Schuster, Johann Lehner, u.a.

Geschäftsführer: Johann Lehner, Gernot Schuster

Programmchef: Gernot Schuster

Musikchefin: Judith Schuster

Format: Oldie based AC

Zielgruppe: 15-50 Jahre

Werbeverbünde: RMS

Antenne 1

Hauptplatz 37
4910 Ried
Tel: 0 77 52/654-0
Fax: 0 77 52/654-21
E-Mail: radio@antenne1.at.

Frequenz: 104,9

Gesellschafter: Wolfgang Gabler

Geschäftsführer: Wolfgang Gabler

Programmchef: Wolfgang Gabler

Format: Oldie based AC

Zielgruppe: 10-60 Jahre

Werbeverbünde: Radiokombi OÖ

Unsere Welle

Enzengarnstraße 2
4523 Sierning
Tel: 072 52/748 75
Fax: 072 52/81 22 281
E-Mail: radio@unsere-welle.at

Frequenz: 102,6

Gesellschafter: k.A.

Geschäftsführerin: Irmgard Savio

Programmchef: Enrico Savio

Musikchefin: Irene Klinglmaier

Format: MOR

Zielgruppe: ab 20 Jahre

Werbeverbünde: Radiokombi OÖ

Salzkammergut

Lindaustraße 28
4820 Bad Ischl
Tel: 0 61 32/25 663
Fax: 0 61 32/25 663-4
E-Mail: radio@rslive.at

Frequenz: 100,2, 104,2, 105,5, 105,9, 107,3,

Gesellschafter: k.A.

Geschäftsführer: Peter Ederer

Programmchef: Andreas Stolz

Format: Soft AC

Zielgruppe: ab 25 Jahre

SALZBURG

Antenne Salzburg

Am Messezentrum 6
5020 Salzburg
Tel: 0 662/40 80-0
Fax: 0 662/40 80-70
E-Mail: info@antennesalzburg.at

Frequenz: 101,8

Gesellschafter: GWR-Medien GmbH

Geschäftsführer: Marco Huter

Programmchef: Hans Martin Paar

Format: AC

Zielgruppe: 14-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

Arabella

Petersbrunnstraße 17
5020 Salzburg
Tel: 0 662/84 11 99
Fax: 0 662/84 11 99-33
E-Mail: office@arabella.at

Frequenz: 94,0

Gesellschafter: k.A.

Geschäftsführer Heinz Georg Poutsch

Programmchef: Gerhard Richter

Musikchef: Peter Bartsch

Format: Oldie/Schlager

Zielgruppe: ab 35 Jahre

Werbeverbund: RMS

SOUND & MEDIA

W4 Radio

Zweiländerstraße 8
3950 Gmünd
Tel: 0 28 52/543 43 60
Fax: 0 28 52/543 43-29
E-Mail: karin.kovats@radiow4.at

Frequenzen: 96,4, 96,6, 101,6, 104,9

Gesellschafter: WBS GmbH, Waldviertel Projektmanagement, Karin Kovats

Geschäftsführerin: Karin Kovats

Programmchef: Peter Jungmann

Musikchef: Peter Jungmann

Format: AC

Zielgruppe: Waldviertler

Werbeverbund: RMS

BURGENLAND

Burgenland 1

Neusiedlerstraße 86
7000 Eisenstadt
Tel: 0 26 82/647 00-1687
Fax: 0 26 82/6470 0-1688
E-Mail: andrea.jankoschek@burgenland1.at

Frequenzen: 103,4, 104,1

Gesellschafter: Kabel TV Bgld, BKF, Bank Burgenland, Raiffeisen Landesbank Burgenland, Kronenzeitung, BF-Medienbeteiligungs- & Betriebsgesmbh. Messe Oberwart

Geschäftsführer: Heinz Bundschuh

Programmchef: Martin Burger

Musikchef: Martin Burger

Format: AC Oldie Based

Zielgruppe: 14-49 Jahre

Antenne 4

Mediastraße 8
7423 Pinkafeld
Tel: 033 57/90 300
Fax: 033 57/90 300-490
E-Mail: radio@antenne4.at

Frequenz: 106,3

Gesellschafter: Verein „mehrsprachiges, offenes Radio – Mora"&Partner GesmbH.

Geschäftsführer: Michael Freismuth, Manfred Csenar

Programmchef: Christian Karall

Musikchef: Klaus Bittner

Format: junges AC, mehrsprachig

Werbeverbund: RMS

STEIERMARK

Antenne Steiermark

Am Sendergrund 1
8143 Dobl
Tel: 0 31 36/505-0
Fax: 0 31 36/505-333
E-Mail: info@antenne-stmk.at

Frequenz: 90,6, 92, 96,8, 99,1, 104,4, 105, 105,7, 106,1, 106,8

Gesellschafter: Styria Medien AG, Leykam Medien AG, St. Josefs GmbH, Medien 2000 Holding AG, Neue Zeit, Die Steirische, Wirtschaftsgruppe, Raiffeisen, Steiermärkische, Werner Gröbl, RS Privatradio, ÖJC

Geschäftsführer: Alfred Grinschgl, Oliver Pokorny

Programmchef: Oliver Pokorny

Musikchef: Gunter Dorner

Format: AC

Zielgruppe: 14-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

107,5 Der Musiksender

Färberplatz 1
8010 Graz
Tel: 0 316/841 075-15
Fax: 0 316/841 075-59
E-Mail: office@107.5musiksender.at

Frequenz: 107,5

Gesellschafter: Leykam Medien AG, Krone Media, Grazer Stadtwerke, Printradio, u.a.

Geschäftsführer: Bernhard Weiss, Nikolaus Wisiak

Programmchef: Norbert Oberhauser

Musikchef: Norbert Oberhauser

Format: AC

Zielgruppe: 14-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

MM Musikradio

Oberdorferstraße 14
8600 Bruck/Mur
Tel: 0 38 62/896 400
Fax: 0 38 62/896 444
E-Mail: 896@mail.com

Frequenz: 89,6

Gesellschafter: Fortunacommerz, Mocharitsch-Zentralheizungen, Bruno Rabl, RB Trofaiach, Sparkasse Bruck, u.a.

Geschäftsführer: Bruno Rabl

Programmchef: Fritz Linner

Musikchef: Fritz Linner

Format: MOR, Oldies

Zielgruppe: 30-55 Jahre

West

Hauptplatz 43
8570 Voitsberg
Tel: 031 42/284 00
Fax: 031 42/284 00-15
E-Mail: radiowest@wkk.at

Frequenz: 107,3

Gesellschafter: Franz Scherz, Johann Feichter, Peter Semlitsch. Wolfgang Klobassa

Geschäftsführer: Franz Scherz

Programmchef: Franz Scherz

Musikchef: Peter Oberth

Format: Volksmusik

Zielgruppe: ab 30 Jahre

Grün Weiß

Hauptplatz 4
8700 Leoben
Tel: 0 38 42/430 00
Fax: 03842/430 00-30
E-Mail: radio@gruen-weiss.at

Frequenz: 102,6, 99,7, 104,1

Gesellschafter: Volksbank Mürztal-Leoben

Geschäftsführerin: Kordula Schlager

Programmchefin: Kordula Schlager

Musikchefin: Ülkü Nimmerfroh

Format: Oldie-Based AC

Zielgruppe: ab 25 Jahre

97,9 FM

Friedrichgasse 27
8010 Graz
Tel: 0 316/814 141
Fax: 0 316/814 141-51
E-Mail: office@979fm.at

Frequenz: 97,9

Gesellschafter: Medienprojektverein Steiermark

Geschäftsführer: Werner Kiegerl, Christina Vaterl

Programmchef: Dietmar Tschmelak

Musikchef: Rainer Leitz

Format: SCAHR (selected contemporary alternative hitradio)

Zielgruppe: 14-29 Jahre

KÄRNTEN

Antenne Kärnten

Suppanstraße 69
9020 Klagenfurt
Tel: 0 463/45 888
Fax: 0 463/45 888-99
E-Mail: redaktion@antenne.net

Frequenz: 104,9

Gesellschafter: Diverse Medienbeteiligungen/Verlage

Geschäftsführer: Peter Mathes, Dietmar Zikulnig

Programmchefin: Cornelia Schulze

Musikchef: Mario Kleinberger

Format: AC

Zielgruppe: 20-40 Jahre

Werbeverbund: RMS

Wörthersee

Suppanstraße 69
9020 Klagenfurt
Tel: 0 463/22 00 20
Fax: 0 463/22 00 20-90
E-Mail: woerthersee-werbung@teleweb.at

Frequenz: 95,2

Gesellschafter: Günther Pöschl

Geschäftsführer: Markus Galli, Robert Mack

Programmchef: Markus Galli

Format: Oldie Based AC

Zielgruppe: 19-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

REAL Spittal

Koschatstraße 40
9800 Spittal
Tel: 047 62/373 91
Fax: 047 62/4101
E-Mail: radioreal@carinthia.com

Frequenz: 102,5

Gesellschafter: Radiofreunde Radenthein, Radiofreunde Spittal

Geschäftsführer: Mike Wagner

Programmchef: Rod Thompson

Format: christliche Interpreten

Zielgruppe: alle Menschen

SOUND & MEDIA

Welle 1

Kasernenstraße 3e
5073 Wals
Tel: 0 662/89 66-0
Fax: 0 662/89 66-22
E-Mail: service@welle1.at

Frequenz: 106,2

Gesellschafter: k.A.

Geschäftsführer: Stephan Prähauser

Programmchef: Berthold Eggerth

Musikchef: Berthold Eggerth

Format: Hot AC

Zielgruppe: 10-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

TIROL

Antenne Tirol

Mielestraße 2
6063 Innsbruck/Rum
Tel: 0 512/244 22-0
Fax: 0 512/244 22-550
E-Mail: antenne@antenne.at

Frequenzen: 103,4 (Innsbruck)

Gesellschafter: Schlüsselverlag J.S. Moser, BTV 2000, Beteiligungs- und Investment GmbH, Raiffeisen LB Tirol, Eugen Ruß Vbg. Zeitungsverlag, Medien 2000 Holding AG, S N VerlagsgmbH, Telefon & Buch VerlagsgmbH

Geschäftsführerin: Silvia Lieb

Format: AC

Zielgruppe: 14-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

Welle 1

Eduard Bodemg. 6
6020 Innsbruck
Tel: 0512/361065
Fax: 0512/361065-50
E-Mail: office@funkhaustirol.com

Frequenz: 106,5

Gesellschafter: Alfons Döser, IVG GmbH, Industriemagazin, Investment GmbH, Printverlag, u.a.

Geschäftsführer: Maximilian Wild

Programmchef: Maximilian Wild

Format: CHR

Zielgruppe: 10-29 Jahre

Werbeverbund: RMS

Antenne Südtirol

Italienallee 20
39100 Bozen
Tel: (0039)04 71-271 467
Fax: (0039)04 71-282 450
E-Mail: info@antennesuedtirol.net

Frequenz: 100,8 (Innsbruck)

Gesellschafter: GWR

Geschäftsführer: Marco Huter

Programmchef: Neno Bini

Format: AC

Zielgruppe: 14-49 Jahre

Arabella 105,1

Eduard Bodemg. 6
6020 Innsbruck
Tel: 0512/361065
Fax: 0512/361065-50
office@funkhaustirol.com

Frequenz: 105,1

Gesellschafter: Sitour, Athesia-Tyrolia, Arlberger Bergbahnen, u.a..

Geschäftsführer: Reiner Bacher

Format: Oldie -based Arabella

Zielgruppe: ab 30 Jahre

Werbeverbund: RMS

Osttirol

Amlacherstraße 2
9900 Lienz
Tel: 0 48 52/70 300
Fax: 0 48 52/70 300-30
E-Mail: radio.osttirol@netway.at

Frequenzen: 106,0, 107,8

Gesellschafter: Osttiroler Bote, Louis Holzer, Lienzer Sparkasse

Geschäftsführerin: Christine Schäffler

Programmchefin: Chrstine Schäffler

Musikchefin: Chrstine Schäffler

Format: Hits & Oldies

Zielgruppe: 18-55 Jahre

Arabella U1

Tannenberggasse 2
6130 Schwaz
Tel: 052 42/610 30
Fax: 052 42/610 30-20
E-Mail: radio-U1@netwing.at

Frequenzen: 100,9/93,9/100,5/105/89,2/104,1/102,6

Gesellschafter: k.A.

Geschäftsführer: Dietmar Heiseler

Programmchef: Haral Kiensberger

Format: Oldie-based

Zielgruppe: ab 30 Jahre

Werbeverbund: RMS

Arabella Oberland

Ing. Ballerstraße 4
6460 Imst
Tel: 05412/66900
Fax: 05412/66900-50
E-Mail: office@radioarabella.com

Frequenz: 104,7

Gesellschafter: k.A.

Geschäftsführer: Hans Jaksch

Format: Oldie-based

Zielgruppe: ab 30 Jahre

Werbeverbund: RMS

Arabella Kitzbühel

Josef Pirchl Straße 9
6370 Kitzbühel
Tel: 0 53 56/650 65
Fax: 0 53 56/650 65-11
E-Mail: arabella@kitz.net

Frequenz: 102,9 Kitz, 105,1 St. Johann

Gesellschafter: k.A.

Geschäftsführer: Harald Maier

Programmchef: Harald Maier

Musikchef: Christoph Hirnschall

Format: Arabella-Format

Zielgruppe: 30-59 Jahre

Arabella Außerfern

Untermarkt 33
6600 Reutte
Tel: 0 512/361 065
Fax: 0 512/361 065-50
E-Mail: office@radioarabella.com

Frequenzen: 104,0, 98,6

Gesellschafter: k.A.

Geschäftsführer: Karl Gstrein

Programmchef: Henrik Eder

Musikchef: Henrik Eder

Format: Oldie-based

Zielgruppe: ab 30 Jahre

Werbeverbund: RMS

VORARLBERG

Antenne Vorarlberg

Gutenbergstraße 1
6858 Schwarzach
Tel: 0 55 72/501 601
Fax: 0 55 72/501 602
E-Mail: hotline@antenne.vol.at

Frequenzen: 106,5 Unterland, 105,1 Oberland

Gesellschafter: Vorarlberger Nachrichten, Bank für Tirol und Vorarlberg, Öst. Industrieilenvereinigung, Telefon-& Buchverlag, Tiroler Tageszeitung, Salzburger Nachrichten, Bawag

Geschäftsführerin: Isabel Rhomberg

Programmchef: Reinhard Wittwer

Musikchef: Peter Bartsch

Format: AC

Zielgruppe: 19-49 Jahre

Werbeverbund: RMS

Arabella Bregenz

Gutenbergstraße 1
6858 Schwarzach
Tel: 0 55 72/501-611
Fax: 0 55 72/501-622
E-Mail: arabella@arabella.vol.at

Frequenz: 95,9

Gesellschafter: Rhomberg Liegenschafts GmbH, Alfons Döser

Geschäftsführer: Walter-Heinz Rhomberg

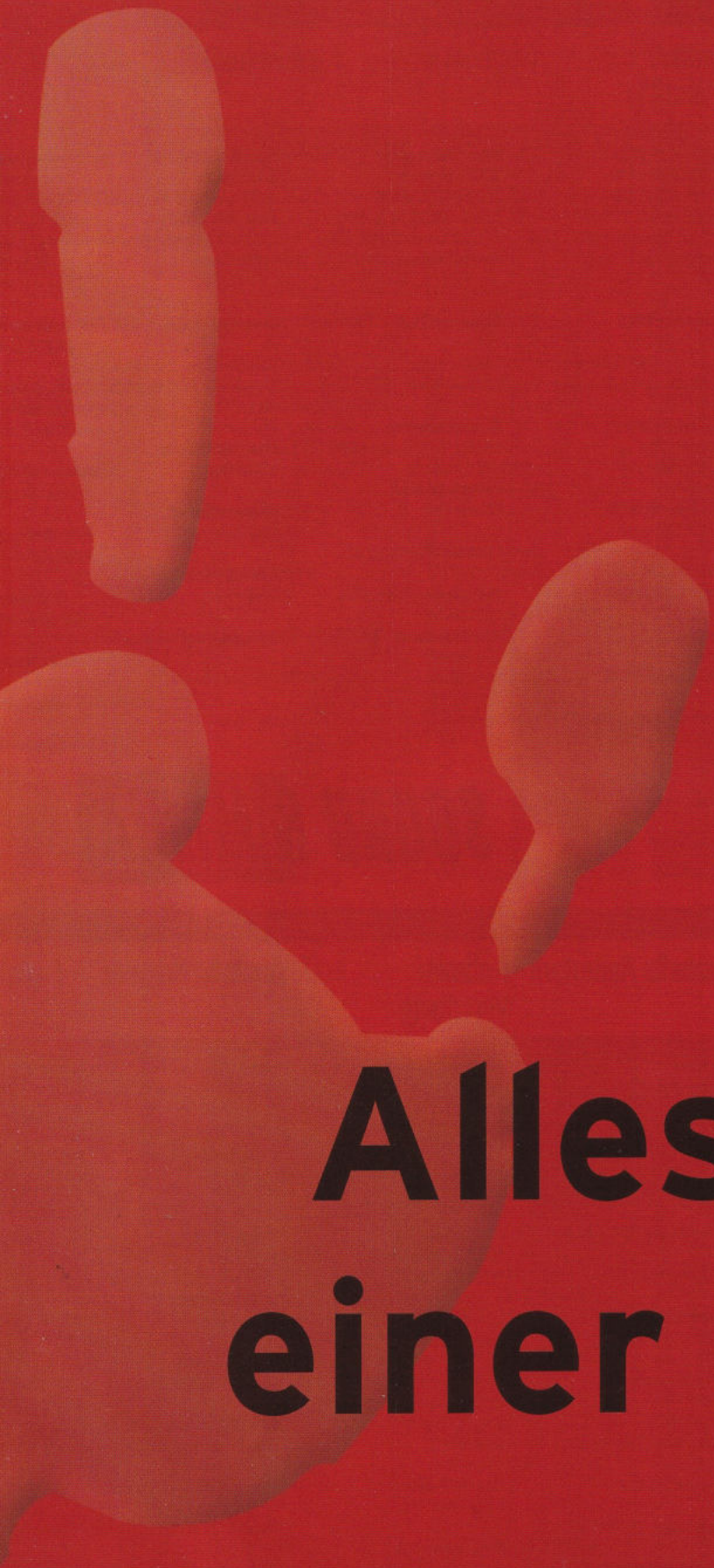
Programmchef: Walter-Heinz Rhomberg

Musikchef: Peter Bartsch

Format: Oldie-based

Zielgruppe: 29-59 Jahre

Werbeverbund: RMS



RMS
Total
Oesterreich
Privat

Alles aus einer Hand!

RMS Radio Marketing Service

Die RMS TOP Kombi hat Nachwuchs!

RMS KOMBI WEST

RMS KOMBI SÜD

RMS KOMBI MITTE

Antenne STEIERMARK

Die RMS TOP Kombi hat Nachwuchs bekommen. Ab sofort können Sie die Werbezeiten der privaten Radiostationen der RMS nun auch im Westen, im Süden, in Österreichs Mitte oder nur in der Steiermark (Antenne Steiermark) buchen. Das verringert Streuverluste und erhöht die Effizienz und für Sie beudetet es: Noch mehr Service aus einer Hand.

www.rms-austria.at

RMS Radio Marketing Service

schon an die 100.000 Ticket, das sind alleine 30-60 Millionen Umsatz. Ich sage wir werden den letztjährigen Umsatz halten und schaffen, aber wir sind kein klassischer Betrieb, der sich jährlich um 10 Prozent steigert. Das ist im Entertainment nicht möglich. Es gibt Jahre wie z.B. 1998 wo Leute nicht auf Tour gehen

oder wollen oder so wie heuer wo sie kurzfristig verschieben. Einem der Bee Gees geht es nicht gut, Platte und Tour werden verschoben und schon ist das nächste Jahr da und dir fehlen 30 Mio. Das ist so einfach nicht prognostizierbar. Das zweite ist, dass wir in einem sehr hohen Maß von der Stadthalle leben. Die Stadthalle hat im Herbst so gut wie keine Termine mehr frei, also selbst wenn ich die Künstler hätte, könnte ich sie nirgends unterbringen.

SCHWIERIGKEITEN?

ROSSORI: Im Moment kämpft Libro mit Schwierigkeiten. Inwieweit ist die PGA davon betroffen?
HÖRMANN: Im Moment sind wir nicht unmittelbar betroffen, weil bei unserem Vertrag geht es primär um Marketingleistungen. Libro wird nach wie vor Werbung machen müssen und da werden wir nach wie vor partizipieren.
ROSSORI: Ich nehme aber doch an, dass Libro mit irgendeiner Summe Geld bei der PGA beteiligt ist?
HÖRMANN: Nein, eben nicht, das wurde auch in der Antrittspressekonferenz deutlich gesagt. Libro ist mit genau definierten Leistungen eingestiegen, die wir in den nächsten zwei Jahren abrufen können.
ROSSORI: Gibt es da eine Summe?
HÖRMANN: Gibt es schon, aber ich bin nicht börsennotiert, daher muss ich sie nicht sagen, ob sie Herr Rettberg sagen will, weiß ich nicht.
ROSSORI: Nochmals, Libro bringt in die PGA kein Geld, sondern nur laut Vertrag gewisse Leistungen?
HÖRMANN: So wie wir ja auch kein Geld einbringen, sondern Geschäft und Libros Teil des Geschäftes sind Werbeleistungen.
ROSSORI: Stimmt es, dass es sich dabei um ein Volumen von 40 Millionen Schilling handelt?
HÖRMANN: Nochmals, man kann Herrn Rettberg fragen, ich möchte weder bestätigen noch dementieren. Ich sage nur so viel, es ist nicht viel zu hoch und wir haben jetzt 2-3 Jahre Zeit, dies abzurufen. Es handelt sich aber nicht nur um Marketingbudgets sondern auch um die Produktion von Künstlern, die über Intonation Recordings abgewickelt werden. Das System ist wie ein „Joker" im Spiel, den wir bei Bedarf ziehen können.

WHAT ABOUT CONTENT?

ROSSORI: Eure Leistung ist es sozusagen, den Content für Veranstaltungen zu bringen, dass sie promotet werden, dass über die Libro-ticketline die Karten verkauft werden?
HÖRMANN: De facto geht es dem Libro Konzern um den Content aus den Veranstaltungen, er will daraus CDs, möglicherweise Bücher, Videos und natürlich Tickets für den Vertrieb.
ROSSORI: Libro hat in der Handelsstruktur jetzt schon einen massiven Einfluss, jetzt gibt es zusätzlich ein Veranstaltermonopol. Ist das nicht ein bisserl sehr diktatorisch?
HÖRMANN: Es gibt auch eine Kronenzeitung, dagegen sind wir nix. Ich glaube nicht, dass das Monopol dazu gebaut ist, um jemanden zu unterdrücken oder nicht hoch kommen zu lassen. Ich gehe nach wie vor davon aus, dass ein guter Künstler immer einen Weg finden wird. Ich glaube eher umgekehrt, dass wir erstmalig in Österreich ein Tool in der Hand haben, einen wirklich guten Künstler auf allen Ebenen und in allen Bereichen pushen zu können.
ROSSORI: Ich sehe das nicht so optimistisch, sondern eher vergleichbar mit der Radiosituation, wo das Diktum gilt, „wenn es Ö3 nicht spielt, wird nichts verkauft und der Künstler ist im Keller".
HÖRMANN: Ich sehe jetzt nur, dass wir Partner bei gleichen Machtverhältnissen werden können und daher einen anderen Umgang pflegen können. Denn es hat sich doch bisher niemand getraut, um bei diesem Beispiel zu bleiben, Ö3 die Stirn zu bieten. Und genau weil wir alle die Ö3-Erfahrung haben, was österreichische Künstler betrifft, werden wir

Mario Rossori

uns hier massiv einsetzen.
Ich kann mir nicht vorstellen, dass es Libro-Politik wird, dass, wenn der Act nicht von uns kommt, der Konzern keine

CDs oder Tickets mehr verkauft, nichts mehr im Libro-Journal steht usw. Da würde man unsere Rolle im Konzern überschätzen.

ROSSORI: Warten wir zwei Jahre ab und ich frage wieder ... Wie steht die PG generell zu österreichischen Künstlern? Es gibt die Aussage von Wolfgang Klinger, der ja im PG-Vorstand ist, der sagt „Österreicher interessieren uns nicht".

HÖRMANN: Erstens einmal muss ich klarstellen, dass Wolfgang Klinger der Vorstand für den Bereich Service ist.

„Wer am ehesten die Synergieeffekte der PGA spüren wird, sind die Lieferanten . Bei Drittleistungen wird es eine beinharte Kalkulation geben, das beginnt beim Plakat bis zur Inserateinschaltung, da verhalten wir uns wie alle großen Firmen."
Richard Hörmann

Deswegen will ich das nicht weiter kommentieren. Ich glaube nicht, dass sich diese Aussage mit der von Peter Fröstl deckt, der den Bereich Management innehat und sich genau um diesen Content kümmern muss. Aber wie man sieht, ist so eine Aussage auf unsere Strukturprobleme zurück zu führen. Wir sind halt nicht so groß, dass wir einen Pressesprecher haben, der alles filtert, was an die Öffentlichkeit dringen darf.

ROSSORI: Was ist an dem Gerücht dran, dass ihr euch mit dem internationalen Veranstaltungsriesen SFX einen großen Finanzinvestor sucht?

HÖRMANN: Bei mir hat niemand angerufen. Dass wir mit SFX zu tun haben ist klar, weil Wolfgang Klinger seit Jahren mit ihnen zusammenarbeitet, aber es ist nicht unser Ziel, SFX hereinzunehmen. Ich bräuchte SFX vielleicht in 3-5 Jahren, wenn unsere Unit aufgestellt ist und wenn man sieht, dass sich SFX durchgesetzt hat und ein gut funktionierender, internationaler Veranstalterkonzern ist. Ich sage das deshalb, weil es im Moment nicht so aussieht. SFX ist zu schnell groß geworden und das Controlling wird immer mächtiger. Ich glaube, dass die Promotors Group-Idee besser funktionieren wird als SFX.

SM Die Synergie mag Vorteile haben, die Frage ist wie verdient ihr das Geld. Werden die Ticketpreise erhöht und die Gagen gedrückt?

HÖRMANN: Die Gagen so niedrig wie möglich zu halten, wird nicht gelingen, weil es keiner billiger macht, sondern eher auf ein Konzert in Österreich verzichtet bzw. es selbst macht. Für ein Madonna-Österreich-Konzert bin ich nicht der einzige Anbieter, sondern habe europaweit 200 Konkurrenten. Offensichtlich haben die alle ein besseres Angebot gelegt, obwohl wir hier mit der Stadthalle eine der größten Hallen Europas haben. Wir können keinen Druck ausüben und Madonna will am Ende des Tages das Maximum in ihrer Tasche sehen. Auch bei den Ticketpreisen sehe ich keinen Rahmen mehr. Wer am ehesten die Synergieeffekte der PGA spüren wird, sind die Lieferanten . Bei Drittleistungen wird es eine beinharte Kalkulation geben, das beginnt beim Plakat bis zur Inserateinschaltung, da verhalten wir uns wie alle großen Firmen.

SM Wieviele Superstar-Konzerte werden von PG veranstaltet?

HÖRMANN: Wir sind mit ca. 35 Terminen die größten Mieter der Stadthalle.

ROSSORI: Wie geht ihr mit dem Problem Freikarten um. Man hört, dass bei Everlast bei einer Besucherzahl von 1200 Besuchern an die 250 Freikarten aufgelegt waren?

HÖRMANN: Das ist natürlich ein Umstand der uns missfällt, wir sind auch dabei eine Lösung zu finden, denn wie oft habe ich es schon erlebt, dass Journalisten quasi ihre Freikarten verlangen und dann holt sie die Nichte ab. Es ist klar, es muss eine klare Trennung geben in Privat-, Business- , und die etwas mühsamere Seite der VIP-Freikarten. Da gibt es ja die berühmte Geschichte, wo das Büro Lauda anruft und zwei Freikarten für das Konzert XY verlangt und das Gegenüber darauf antwortet: „und ich hätte gerne zwei Freiflüge nach London". Wir arbeiten an einer Liste der richtigen Key-Journalisten und bei allen anderen muss man ganz stark reduzieren. Wir wollen auf höchstens 150 Freikarten runterkommen.

ROSSORI: Was sagst du zu dem Vorwurf, dass das Verhältnis zu einigen Medien gestört ist, weil nur eine Zeitung besonders bevorzugt wird?

HÖRMANN: Auch das ist aus der Vergangenheit und den internen Strukturen erklärbar. Wir machen alle schon so lange das Geschäft, da gibt es eben Praktiken, dass man gewisse Journalisten bevorzugt behandelt. Und leider ist es auch noch ein organisatorisches Problem, da wir räumlich getrennt in verschiedenen Wiener Bezirken sitzen und daher die Kommunikation trotz email etc. nicht ganz einwandfrei funktioniert. Auch bei den Radios gibt es keine Exklusivpartner, sondern wir haben Kooperationen mit verschiedenen Sendern. Man kann auch nicht alles beim gleichen Medienpartner platzieren, das wäre kontraproduktiv. Also überlegt man sich, welcher Partner für welches Produkt der geeignete ist. Es klingt vielleicht nach einer Ausrede, aber leider sind viele unserer Tätigkeiten noch nicht akkordiert.

„Wie oft habe ich es schon erlebt, dass Journalisten quasi ihre Freikarten verlangen und dann holt sie die Nichte ab."
Richard Hörmann

SM Nochmals auf die Rolle der PG im österreichischen Veranstalterwesen zurück zu kommen. Wird jetzt alles von PG diktiert?

HÖRMANN: Wir diktieren gar nichts, sondern versuchen nur bestmöglich unser Geschäft zu machen. Ich glaube durch den Zusammenschluss wird jetzt eher mehr Platz frei für die Kleinen, denn Künstler unter ca. 2.000 Dollar Gage sind bei unserem Apparat schwer rentabel abzuwickeln.

ROSSORI: Abschließend: wie steht es um eure Kooperation mit der Bank Austria?

HÖRMANN: Es gibt einen Vertrag, den die BA mit der Rock Produktion hat. Da die Marketingmitteln für das Jahr 2000 schon vergeben waren, konnte die PGA keinen Gesamt-Vertrag abschließen. Ich bin aber überzeugt, dass wir, sobald das Werkl läuft, für viele Banken und Investoren höchst interessante Partner werden. ■

Wiesen feiert 25. Geburtstag

Fast wie die umliegenden Erdbeerfelder gehört das Jazzfest Wiesen zur Vorstellung eines burgenländischen Sommers, der meist heiss und höchstwahrscheinlich nur an mindestens einem der Festivaltage verregnet zu sein pflegt.Warum das Jazzfest Wiesen so fest in den Gehirnen aller Musikliebhaber verankert ist, liegt an der langen Tradition: Wiesen wird heuer 25!

Placebo

Stolz zeigte sich Veranstalter Franz Bogner mit Crew bei der Pressekonferenz im Wiener Gasthaus Vorstadt. Hochkaräter wie Goerge Benson, Manu Chao, Randy Crawford, Jazzmatazz, Medeski, Martin & Wood, Dave Brubeck etc. werden sich im Burgenland ein Stelldichein geben. Rund 100.000 Besucher soll das breite Angebot von Reggae, tradtionellem Jazz bis hion zu HipHop und härteren Acts wie New Model Army oder Blood, Sweat & Tears anlocken. Den Auftakt der Veranstaltungen macht die „Spring Vibration" (30.6.) mit Ziggy Marley, die heuer ganz im Zeichen des 20. Todestag seines Vaters Bob steht. Stars des „Forestglade" zwischen 6.-8. Juli werden Placebo, Die Söhne Mannheims, Thomas D., H-Blocks und NMA neben vielen, weiteren Acts sein. Das tradtionelle Jazzfest in der Zeit vom 13.-22. Juli wird auch heuer neben dem Zeltgeschehen Konzerte im Schloss Esterhazy in Eisenstadt abhalten, um auch gesetzteren Herrschaften einen schönen Jazzabend zu ermöglichen. Abdullah Ibrahim Threoo wird dort am 15.7. sowie das Dave Brubeck Quartett am 17.7. auftreten.

Dave Brubeck

Das „Celebration Weekend" zum 25 Jahre Jubiläum vom 20.-22. Juli ist gespickt mit großen Namen, an dem auch eine „BluesConference" mit Gratulanten wie B.B. King oder Jeff Becks abgehalten wird.

Jazz in zeitgemäßerer Form wird beim „Electronic Jazz DJ Sessions"-Abend am 14. 7. geboten. Neben den internationalen Superstars Manu Chao tritt die höchst superbe Formation De Phazz sowie als österreichischer Part die Sofa Surfers auf.

Das „Sunsplash" am 24.-25. August wird wie gehabt nette Musik mit netten Leuten in friedlicher Absicht vereinen. Den Abschluss des Festivalsommer in Wiesen bildet Ende August das „2 Day Week"-Fest.

Die Infrastruktur wurde ebenso verbessert wie die Sicherheitsvorkehrungen, da bei solch einem Andrang tragische Vorfälle wie die z.B. letzten Jahres in Roskilde vorgefallenen, leider eine erhöhte Potenz haben. Die Organisatoren betonen, alles in diesem Bereich

Ziggy Marley

mögliche im positiven Sinne ausgeschöpft zu haben. Einen Wermutstropfen hatten die Veranstalter für das Publikum trotzdem zu vermelden. Aufgrund des hohen Dollarkurses, der gestiegenen Gagen, der erhöhten Reisekosten und der gleichbleibend niedrigen Subventionen mussten die Eintrittspreise erhöht werden. ■

Genaue Infos unter. www.wiesen.at

Grüß Sie, Herr Doktor!

Nach einem kurzen Wörtchen mit umgefähr 753 Bedeutungen wurde die neue Kurt Ostbahn -CD benannt. „Ohjo" (Universal) ist die erste Einspielung nach dem Tod des Trainers Günter Brödl und wird von kundigen Kurtologen als „gereifter Ostbahn at his best" bezeichnet. Was der Herr Doktor selbst zu sagen hat, lesen Sie im Sound&Media-Interview.

S&M Kurt Ostbahn ist eine Erfindung des im letzten Herbst verstorbenen Günter Brödl. Wie kommt es, dass Sie, Herr Willi Resetarits so gut die Phantasie eines anderen Menschen verkörpern können?

Kurt Ostbahn & ...

... Kombo

RESETARITS: Brödl und ich hatten von Anfang an solch eine Übereinstimmung in so vielen Sachen, wie man es vielleicht nur einmal im Leben mit einem anderen Menschen erlebt. Wir haben nicht viele Worte gebraucht, jeder hatte seine Aufgabe und wusste, was zu tun ist. Um es in der Bühnensprache zu verdeutlichen: Brödl war der Einflüsterer und ich habe immer das große Wort geführt. Das hatte sich im letzten Jahr während unserer Lesetour leicht verändert, da auch er immer mehr Routine bekam, mitgesungen hat und Percussion spielte. Trotzdem hat er mich auch auf der Bühne auf witzige Sachen aufmerksam gemacht und ich habe sie dann hinausposauniert. Grundsätzlich aber hatte jeder seinen Aufgabenbereich und es wurde eben das gemeinsam gemacht, das gemeinsam funktionierte.

S&M Wie war die Arbeit an der aktuellen CD?

RESETARITS: Brödl lieferte seine Mappe mit Text und Konzept ab und an dem Tag, an dem die Studioaufnahmen beginnen hätten sollen, ist er gestorben. Wir haben die Arbeit für vier Monate unterbrochen, da niemand Lust noch Motivation hatte. Und irgendwann haben wir uns dann doch in einem Osttiroler Tonstudio zusammen gerottet und angefangen zu musizieren.

S&M Wie unterschied sich die Arbeit nun ohne Trainer?

RESETARITS: Brödl war ja immer immer dabei und er zeigte uns seine Begeisterung bzw. sein Missfallen. Diesmal mussten wir uns darauf reduzieren, die Sache in seinem Sinne optimal zu machen. Wir gingen mit jeder Zeile höchst sorgfältig um, es gab kein Drüberschummeln und ich glaube, man merkt der Platte insgesamt dieses genaue Besinnen an.

S&M Wie beurteilen Sie selbst die Platte?

RESETARITS: Uns gefällt sie naturgemäß

sehr gut, für viele Menschen wird sie etwas gewöhnungsbedürftig sein. Wir machen das, was wir für gut halten und nicht, was vom Markt verlangt wird. Das ist sicher eine naive Einstellung in diesen Zeiten, aber wir wollen uns unsere Authentizität bewahren.

SM Was beurteilen Sie als das Schwierige auf „Ohjo"?

RESETARITS: Die Texte sind ja keine harmlosen Geschichterln, sondern gehen schon ans „Eingemachte". Man muss die CD einige Male hören, um die Details zu erkennen, d.h. es ist keine Nebenbeimusik, sondern sie verlangt eine hohe Hörintensität. Wir haben das aber auch in der Vergangenheit immer so gemacht: die Samen an der richtigen Stelle fallen lassen und warten bis sie aufgehen!

SM Die Fans wurden bis zur Veröffentlichung der CD (23.4.) mit sehr vielen Spielen etc. auf Ihrer Homepage unterhalten. Inwiefern nutzen Sie die neuen Technologien für die Kommunikation mit Ihren Fans?

RESETARITS: Einführend muss ich sagen, dass ich sehr viele Auskenner in meinem Publikum habe. So gestalteten wir via Homepage ein Weihnachtskonzert, bei dem sich die Nutzer die Weihnachtslieder aussuchen durften. Zu unserem Erstaunen waren fast nur Raritäten auf der Wunschliste. Und auch jetzt bei diesem Art Scrabble-Spiel sind sehr schwierige Fragen gestellt und wir haben trotzdem enorme Zugriffe. Es gibt auch ganz lustige Dinge zu gewinnen wie z.B. eine neue Ostbahn-Handy-Melodie oder dergleichen.

> **Das ist ja das Groteske, dass ausgerechnet eine Kunstfigur wie Kurt Ostbahn eine solch hohe Glaubwürdigkeit besitzt.**
>
> Willi Resetarits

SM Trotz des Status auch eines Plattenstars gilt Ostbahn Kurt als idealer Live-Unterhalter. Was glauben Sie, mögen die Leute an Ihnen?

RESETARITS: Sicherlich die schon erwähnte Naivität. Ich habe unser Publikum immer ernst genommen und daraus entstand eine überaus herzliche Verbindung. Das ist ja das Groteske, dass ausgerechnet eine Kunstfigur wie Kurt Ostbahn eine solch hohe Glaubwürdigkeit besitzt. Wir sind z.B. sehr authentisch, in dem Sinne, das wir machen, was wir für Spass halten - und offenbar auch sehr viele andere Leute witzig finden.

SM Sie haben eine sehr vielseitige Fangemeinde. Was eint die Leute bei den Konzerten?

RESETARITS: Unser Publikum ist zwischen 20 und 60 Jahren alt, das ehrt mich, da ich ja auch nicht mehr zu den Allerjüngsten gehöre. Wahrscheinlich stehen die meisten auf meine rauhe Herzlichkeit. Die größten Lacher ernte ich immer dann wenn es störend laut wird und ich sage: „Ruhe, sonst lasse ich den Saal räumen."

SM Wie gehen Sie eigentlich mit Ihrer Popularität um, in einem Land, wo jeder glaubt mit dem Kurtl etwas trinken gehen zu müssen?

RESETARITS: Wenn ich dies täte, wäre ich längst schon tot. In meiner Wohngegend geht es zu wie am Land. Aus dem Branntweiner rufen mir die Gäste zu: „Kumm Kurtl, trink was mit uns", auf der Straße grüßen mich die Leute mit „Verehrung, Herr Doktor". Es ist alles sehr unbefangen und angenehm.

SM Sie sind kürzlich im Musi-Stadl aufgetreten. Wie kam es zu diesem Engagement?

RESETARITS: Dort musizierte nicht der Herr Ostbahn, sondern die Band RP 5. Es war ein für alle Seiten befriedigendes Experiment. Wir traten gegen Kost, Logis & Schipass eine Woche im sogenannten Musi-Stadel in der Flachau auf, dort, wo normalerweise die Blasmusik herrscht. Nachdem aber jeden Tag mehr Leute kamen und entgegen der ursprünglichen Vermutung nicht nur Touristen, sondern sehr viel Einheimische, verbrachten wir eine nette Winterwoche. Wir spielten unsere Jazzstandards, die auch auf der CD „Almost Blue" zu finden sind, und Wolfgang Puschnig schmuggelte immer kleine heimische Anklänge in die Lieder. So paraphrasiert er mit Vergnügen den Erzherzog Jodler- und es wirkte.

SM War dies eine Art Wunschkonzert?

RESETARITS: Nein, wir treten immer sehr streng auf, man muss sein Publikum in der Hand haben, da gibt es keine Hörerwünsche. Gespielt wird, was wir können.

> **Es wird mit Sicherheit keine Ostbahn-Texte mehr geben, denn Brödl lebt nicht mehr. In welcher Form wir langfristig weitermachen, kann ich nicht sagen, da ich noch nie endlos lang die Zukunft vorgeplant habe.**
>
> Willi Resetarits

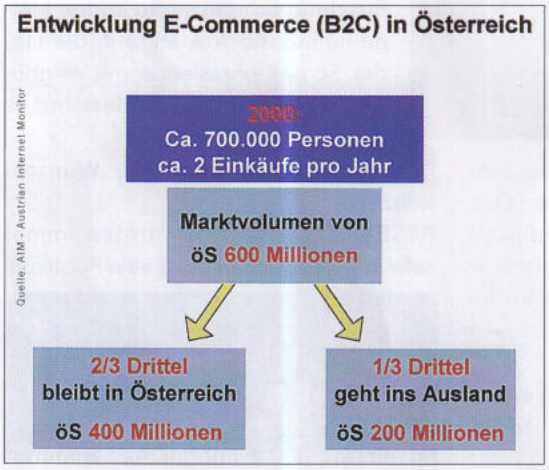
SM Wir schaut die Zukunft aus?

RESETARITS: Es wird mit Sicherheit keine Ostbahn-Texte mehr geben, denn Brödl lebt nicht mehr. In welcher Form wir langfristig weitermachen, kann ich nicht sagen, da ich noch nie endlos lang die Zukunft vorgeplant habe. RP 5 ist zum Beispiel eine Sache die ich sehr gerne mache, da wir dabei keinen Zeitdruck haben, aber schon sehr viele Ideen. Nachdem ich nun 30 Jahre in diesem Geschäft bin, weiss ich, dass es immer neue Sachen sind, die mich anregen. Die Neugier ist mein Respekt vor dem Leben. ■

lion. cc reduziert auf Kerngeschäft

Durch den Einstieg der WAZ setzt Lion.cc nun wieder auf seine Kernkompetenz. In einer im new speak abgehaltenen Pressekonferenz versprühte Heinz Lederer, Vorstandssprecher von Lion.cc Optimismus für das in letzter Zeit arg gebeutelte Unternehmen.

Heinz Lederer, Vorstandssprecher von Lion.cc, rechnet für das laufende Geschäftsjahr mit einem Verlust von knapp unter 400 Mio. Schilling. Wie Lederer erklärte, wolle man damit einen weiteren Schritt in Richtung Cash Break Even machen, den das Unternehmen auf Monatsbasis im Geschäftsjahr 2002/2003 erreichen will. Mithelfen soll auch die beinahe abgeschlossene Restrukturierungsphase, der nach Abstoß der ISP-Sparte (Internet Service Providing) und einer Fokussierung im Contentbereich im letzten Jahr rund ein Drittel der Mitarbeiter Tribut zollen musste. Für die Zukunft ist hier geplant, einen Teil des bisherigen kostenlosen Angebots in kostenpflichtige Dienste umzuwandeln. Details dazu wollte Lederer noch nicht nennen, es gehe aber um Dinge wie MP3, Transport, SMS, die man voraussichtlich „chargen" wird.



Für das heurige Geschäftsjahr ist kein weiterer Abbau unter den derzeit 100 Mitarbeitern geplant, im IT-Bereich will sich die Libro-Tochter sogar verstärken. Lederer betonte für sein Unternehmen die Notwendigkeit eines gezielten, speziell auf die Bedürfnisse der Konsumenten zugeschnittenen Contents. Dieser soll noch mehr auf die Themen Buch, Musik und Film ausgerichtet werden. Ein großer Teil dieses Contents wird vom Miteigentümer, der Deutschen WAZ-Gruppe, beigesteuert.

„Wir haben uns vielleicht in der Vergangenheit zu sehr in den Elfenbeinturm zurückgezogen und nicht die wahren Bedürfnisse des Kunden erkannt", streute

lion.cc-Vorstandssprecher Heinz Lederer

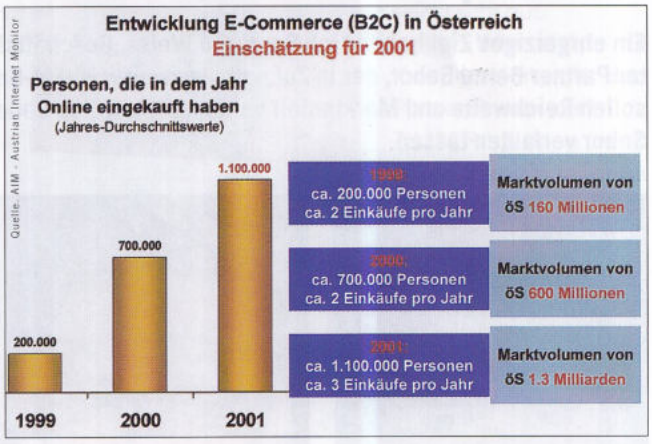
Lederer Asche auf sein Haupt. Es sei auch nicht die Aufgabe einer Entertainment-Company redaktionell einer Zeitung oder einer Presseagentur Konkurrenz zu machen, sondern sich nur auf die ureigensten Aufgabengebiete zu konzentrieren. Die kurz vor Abschluss befindliche Neustrukturierung würde es Lion.cc ermöglichen, die allgemeinen Kosten, insbesondere aber die in den letzten Jahren besonders günstige Bücher, Papierwaren, Musik, Video und Games angeboten werden sollen. Libro-Chef Andre Rettberg wird persönlich für die Reorganisation des Retail-Bereiches verantwortlich zeichnen, heißt es in der Mitteilung weiter. Um Kosten zu sparen, ist die Schließung unrentabler Filialen und eine Reduktion der Personalkosten geplant. Auch in Deutschland sollen alle unrentablen Libro-Filialen geschlossen (wie die Münchner Filiale im Februar) oder untervermietet werden. Ex-Finanzvorstand und Steinbauer-Vorgänger Johann Knöbl wird sich als einer derGeschäftsführer der Deutschlandtochter auf deren Restrukturierung konzentrieren. Das Konzept der Amadeus Multimediahäuser (Konzentration auf serviceorientierte, urbane Kunden) sei zwar erfolgreich, dennoch wird die Expansion gebremst, bis die neuen Filialen die Gewinnzone erreicht haben. Überlegt wird weiters, Libro Österreich und Amadeus in selbstständige Kapitalgesellschaften mit eigenverantwortlichen Management umzuwandeln. Libro wird verstärkt den E-Commerce forcieren, steht der Internettochter Lion.cc aber bei der Schaffung und Vermarktung von Content nicht mehr zur Verfügung, heißt es weiter. Libro stellt laut Aussendung Lion auch nicht mehr den zukünftigen Liquiditätsbedarf bereit. Grund dafür ist die 35 Prozent-Beteiligung der WAZ an Lion. Über das vorläufige Ergebnis wird Libro in der kommenden Woche informieren.

Neustrukturierung beschlossen

Die Libro-Gruppe steht vor einer Neuausrichtung. Um das Ergebnis wieder ins Plus zu drehen, hat der Vorstand ein Konzept erarbeitet, das jetzt vom Aufsichtsrat genehmigt wurde: Die Neustrukturierung des Konzerns, die rigorose Überprüfung des Deutschland-Engagements und die schärfere Positionierung von Libro und Amadeus. Der neue Finanzvorstand, Werner Steinbauer, wird für die Neuorganisation des Konzerns zuständig sein.

Libro zieht sich demnach aus der Fachberatung zurück, wobei vor allem Produkte der Mobiltelefonie betroffen sind. Konzentrieren will man sich auf das Kerngeschäft als Fachdiscounter und Nahversorger, wobei vor allem

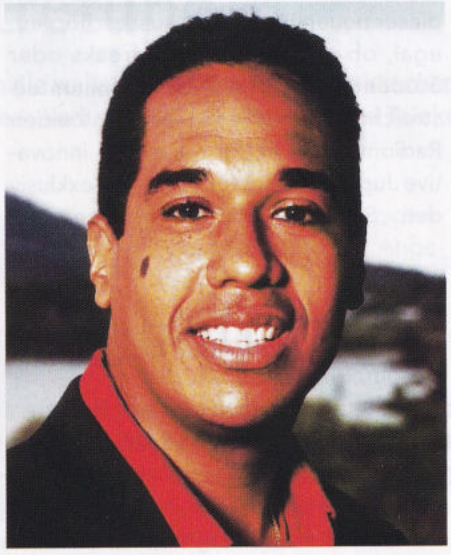
ders hohen Marketingkosten drastisch zu reduzieren. Bereits jetzt wurde die hohe Cash Burn-Rate, für die der E-Commerce-Betreiber häufig gescholten worden war, deutlich herabgesenkt „Der ISP-Verkauf hat uns wesentlich geholfen, die Rate um rund zwei Drittel auf einen (hohen) einstelligen Mio. Schilling-Betrag zu senken", sagte Lederer.
Selbst aus externen Bereichen erhofft sich der Lion.cc-Vorstand, der sich für das laufende Geschäftsjahr eine Verdoppelung des reinen E-Commerce-Umsatzes verspricht, weitere Wachstumschancen. Die Politik sei gefordert, die Internetnutzung der über 50-Jährigen anzukurbeln. Demnach sollten verstärkt Förderprogramme wie Computerkurse für ältere Mensch im ländlichen Raum angeboten werden. Auch die Tatsache, dass die Internettarife in Österreich im internationalen Vergleich hoch seien, trage nicht unbedingt zu Verhältnissen wie in den USA bei, in denen die User über 50 zu den fleißigsten Surfern gezählt werden. Dies sei auch der Grund, warum man bei Lion.cc verstärkt diese Generation ansprechen wolle, bisher hätte man aufgrund des Schwerpunktes Musik nur die Jungen errreicht. Lion.cc. wolle jedoch von der Politik nichts geschenkt, sondern würde im Gegenteil sein Know-how zur Verfügung stellen, in dem z.B. Chatrooms eingerichtet werden und die Communities von Lion.cc. moderiert werden. ■



Verve Now Tour gastierte in Wien

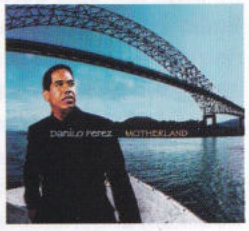
Die größten Talente aus dem Universal-Music Jazz-Bereich präsentiert – bereits im dritten Jahr – die „Verve Now Tour", ein Artist-Development-Programm. Heuer kamen der panamesische Pianist Danilo Perez und die norwegische Sängerin Silje Neergard in den Genuss dieses breitenwirksamen Förderungsprogramms.

Silje Neergad



Danilo Perez

Danilo Perez gilt als eines der größten Jazz-Pianisten-Talente. Sein aktuelles Album „Motherland" verkörpert eindrucksvoll die Gabe von Perez, verschiedenste musikalische Einflüsse – Lateinamerika, traditioneller amerikanischer Jazz bis hin zu World Music aus Afrika und dem arabischen Raum – virtuos zu kombinieren. Perez: „Ich sehe mich als musikalischer Botschafter, der keine kulturellen Grenzen kennt. Deshalb arbeite ich auch mit einer international bunt gemischten Band." Perez, der mittlerweile in Brookline/MA lebt und am New England Conservatory of Music studiert, tourt u.a. mit Roy Hynes und John Patitucci. „Mein größter Lehrer war Dizzy Gillespie, der mir unglaubliche Entwicklungsmöglichkeiten geboten hatte. Ich hoffe er ist mit meiner Arbeit zufrieden", sagte Danilo Perez kurz vor seinem umjubelten Auftritt im Wiener Reigen.

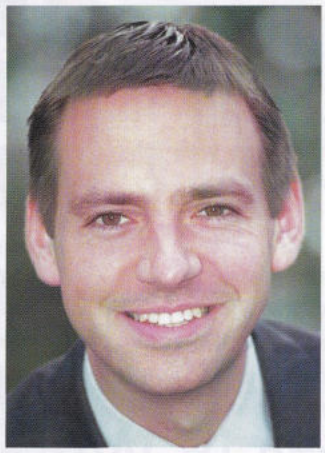


Silje Neergard, deren aktuelles Album „Port Of Call" in Europa bereits über 35.000 Mal verkauft wurde, widmet sich eher dem traditionellen Jazz, nicht ohne ihn mit eigenen Akzenten zu versehen. Bei ihrem Auftritt im Reigen interpretierte sie darüber hinaus Nummern von Sting und Paul Simon. Abschluss der „Verve Now Tour" war ein Abend in London. Insgesamt gastierten die Künstler in neun europäischen Ländern. ■

Sebor/Weiss: Volle Power für 92.9 HitFM

Ein ehrgeiziges Ziel haben sich Bernhard Weiss, Geschäftsführer des Privatradiosenders 92.9 HitFM, und sein designierter Partner Bernd Sebor, der in Zukunft als zweiter HitFM-Geschäftsführer fungieren wird, gesetzt: Innerhalb eines Jahres sollen Reichweite und Marktanteil verdoppelt werden. Daher heißt es jetzt „volle Power für 92.9 HitFM", wie Weiss und Sebor verlauten lassen.

Bernd Sebor



Bernhard Weiss

Für einen Relaunch oder Neustart sehen Sebor und Weiss keinen Bedarf, „es geht vielmehr um eine Optimierung der jüngsten Hit-Station Wiens", wie Sebor betont. „Die Voraussetzungen sind gut", bekräftigt auch Weiss – „wir haben nach sechs Monaten on-air weit mehr Hörer als Radio Energy im gleichen Zeitraum 1998", der Sender wurde technisch komplett neu aufgebaut und ist seit dem Senderwechsel vom Kahlenberg auf den Donauturm in Wien und Umgebung viel besser zu empfangen als bisher. „Dazu kommen die spezifische Zielgruppenansprache für die 16- bis 29-jährigen – nicht schräg, sondern geradlinig und lebendig - sowie in Zukunft einige Aktionen, die für gehöriges Aufsehen sorgen werden", kündigt Sebor an. Für die Umsetzung ihres Vorhabens suchen die beiden Geschäftsführer nun junge, dynamische Mitarbeiter, „die uns helfen, das enorme Potenzial dieser neuen Hit Station auszuschöpfen, egal, ob es sich um Radiofreaks oder Studenten handelt", wie Sebor unterstreicht. 92.9 HitFM sei laut den beiden Radiomachern mittlerweile d e r innovative Jugendsender für Wien, der exklusiv den „Smash SMS"-Service biete, eine automatische Interpreten- und Titelabfrage über SMS, die in Sekundenschnelle darüber informiert, was gerade im Radio läuft. „Bisher haben die Hörerinnen und Hörer bereits über 20.000 Mal ihre Lieblingssongs abgefragt – ein unglaublicher Erfolg", so Weiss. Auch die infolge diverser Marketingaktionen in den letzten Wochen sprunghaft gestiegenen Hörerreaktionen und Page Impressions auf der Website www.hitfm.at stellen einen eindrucksvollen Beweis für die Verankerung von 92.9 HitFM am Markt dar, betonen Sebor und Weiss. Und in den nächsten Tagen wird das nächste Smash SMS Service gelauncht – ein SMS-Abo, das die HörerInnen immer fünf Minuten informiert, bevor ein Song ihres Lieblingsstars gespielt wird.

Darüber hinaus gebe es zwei erfreuliche Neubesetzungen bei 92.9 zu verzeichnen, so die beiden Geschäftsführer abschließend: Verkaufsprofi Christina Kaida verstärkt ebenso das HitFM-Team wie Holger Bruckschweiger, der als neuer Marketingleiter fungiert. ■

Party FM goes Dancefloor

Nach rund zwei Monaten on air, kann Martin Zimper, Geschäftsführer von Niederösterreichs jüngstem Privatradiosender – Party FM – eine durchaus zufriedene erste Bilanz ziehen. Und: Im S&M-Interview erklärt er, warum ihn die Mediaprint-Radio-Einkaufstour keineswegs beunruhigt.

S&M Welches erste Resümee können Sie nach zwei Monaten on air ziehen?

ZIMPER: Es sieht so aus, als würde unsere Positionierung als Party-Sender vom Publikum angenommen werden. Bester Beweis: Anlässlich des Robbie Williams-Konzerts in der Wiener Stadthalle verlosten wir über 50 Tickets – übrigens alle selbst gekauft. Die Reaktionen der HörerInnen war enorm. Schließlich nahm in unserem „Party FM-Bus", der die Gewinner zum Konzert brachte, ein schöner repräsentativer Querschnitt unserer Zielgruppe Platz – vom 15jährigen Schüler bis zur 38jährigen Hausfrau.

S&M Wie reagiert die Werbewirtschaft auf Ihr Angebot?

ZIMPER: Nach dieser recht kurzen Zeit on air kann ich behaupten: sehr positiv. So ist es uns zum Beispiel binnen kürzester Zeit gelungen, mit der Nachtschicht-Disco in der SCS einen Deal zu vereinbaren, der u.a. beinhaltet, dass wir Freitags live aus der Nachtschicht übertragen. Grundsätzlich ist es natürlich nicht ganz einfach, aber man nimmt uns ernst und die Werbebranche ist gesprächsbereit. Was die regionalen Kunden betrifft, so stellt sich heraus, dass diese erst einmal lernen müssen, mit einem Lokalradio umzugehen. Zumal Kollegen anderer Radiostationen das Feld nicht gerade perfekt bearbeitet haben. Hier wurden Preise verhandelt, die ein-

fach unseriös sind. Die regionalen Kunden müssen begreifen, dass Radiowerbung ihren Wert hat. Andererseits habe ich Vergleichswerte von meiner Tätigkeit bei Radio Energy, wo die ersten lokalen Kunden erst nach drei Monaten eingestiegen sind, bei Party FM war dies bereits nach zwei Wochen der Fall.

SM Das heißt, Party FM liegt auch wirtschaftlich auf Kurs?

ZIMPER: Unser Ziel lautet: Break Even nach drei Jahren. Bei einer technischen Reichweite von 500.000 werden wir dieses Ziel sicher erreichen. Aber wir haben weitreichendere Pläne: aus dem Namen Party FM eine Marke zu machen, die über den Lokal-Bereich hinaus geht. Diesbezüglich gibt es laufend Gespräche.

SM Gab es auch Gespräche mit der Mediaprint, die ja in Niederösterreich zur Zeit sehr umtriebig ist?

ZIMPER: Gab es, aber eigentlich will Party FM – wie gesagt – eine eigene Marke bilden. Insofern haben wir durch die Aktivitäten der Mediaprint hinsichtlich eines „Krone-Radio", die Chance, ein feines Nischenradio zu kreieren, das in seinem Bereich mehr oder weniger konkurrenzlos ist. Alleine die Preise für Beteiligungen oder Übernahmen anderer Sender werden zur Zeit extrem nach oben lizetiert.

Martin Zimper

SM Sind Sie von der musikalischen Programmierung Ihres Sender, die ja altersmäßig recht jugendlich ausgerichtet ist, persönlich überzeugt?

ZIMPER: Ich bezeichne mich als der äußerste rechte Rand meiner Zielgruppe. Aber natürlich gefällt mir die Musik auf Party FM selbst sehr gut.

SM Wie sieht die Kooperation mit den Plattenfirmen aus?

ZIMPER: Bislang noch eher zögerlich, teilweise bekommen wir die aktuellen releases zwei Wochen später als andere Sender. Gefreut habe ich mich über die recht ordentlichen Spots für die Künstlerin „Samaya", was zeigt, dass Party FM sehr wohl als frischer, junger Sender betrachtet wird. Ab Mai stellen wir das weiter unter Beweis: Unter dem Motto „Party FM goes Dancefloor" werden ein Mal pro Woche die heißesten Clubhits on air gehen. ■

Privatrundfunkbetreiber gründen Interessensvertretung

Als „überfällige Notwehrmaßnahme gegen die weitere Zementierung des faktischen ORF-Monopols" haben private österreichische Fernseh- und Radiobetreiber den „Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation Österreich" (VPRT-Österreich) gegründet.

Damit soll den in der KommAustria festgelegten Zuständigkeiten als Ergänzung und Gegengewicht eine schlagkräftige Interessensvertretung der Privaten gegenüber stehen, so die Vereinsgründer, die sich primär aus den bisherigen Mitgliedern der OPTI (Österreichische Privat-TV-Initiative) und dem VÖP (Verband Österreichischer Privatradios) zusammensetzen. Als Vorbild dient der deutsche VPRT (Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V.). Die Gründungsmitglieder der VPRT-Österreich sind ATV-Geschäftsführer Tillmann Fuchs, Alfred Grinschgl und Oliver Pokorny von der Antenne Steiermark, Marco Huter von Antenne Salzburg sowie Ferdinand Wegscheider von Salzburg-TV. „Angesichts der derzeit kolportierten Interessen einzelner Politiker und dem ORF betreffend die derzeit diskutierten Mediengesetze in Österreich wurde es Zeit, dass sich die Privaten zusammen schließen, um gemeinsam schlagkräftiger ihre Interessen zu vertreten", so Fuchs. „Es ist eine Minute vor Zwölf, um die österreichische Fernseh- und Radiolandschaft europäischen Verhältnissen anzupassen", so Fuchs. Beispiel für die „völlige Fehlentwicklung" derzeit sei etwa das Festhalten an wettbewerbsverzerrenden Praktiken des ORF im Hinblick auf Werbezeitenbeschränkungen. Für Antenne Salzburg-Geschäftsführer Marco Huter hat privater Rundfunk in einem kleinen Land wie Österreich nur eine Chance, wenn die werberechtlichen Rahmenbedingungen so gestaltet sind, dass die privaten Rundfunkunternehmen eine realistische Möglichkeit haben, an Werbegelder heranzukommen. „Daher sind wuchernde Sonderwerbeformen des ORF sowie marktverzerrende Verbindungen wie Ö3-Plus zu untersagen", fordert Huter. Geplant ist, über die im Verband organisierten Medienunternehmen die österreichischen Konsumenten über aktuelle Medienentwicklungen auf dem Laufenden zu halten. Weiters will VPRT-Österreich Telekommunikationsunternehmen als Mitglieder gewinnen. Dazu wird in den nächsten Tagen diesbezügliche Kontakte aufgenommen werden. Die erste konstituierende Sitzung soll Mitte Mai in Wien stattfinden. ■

Tillmann Fuchs

DVD im Schnee

Rund 70 BranchenvertreterInnen nahmen beim traditionellen DVD@kdg -Schi- und Schneeschuhwandertag im idyllischen Tannheimertal teil, um sich über die neuesten Entwicklungen am DVD-Markt zu informieren. Ähnlich wie beim letzten Update im Sommer 2000 standen Produktkonzeption, Produktphantasie und Vermarktungsstrategien im Zentrum der Diskussion.S&M bringt die Details.

Im ersten Round Table Gespräch zum Thema DVD Video debattierten renommierte VertreterInnen von Major und Independent Companys wie Martin „Timmy" Treu (Warner Entertainment Italy), Nicola Hoffmanns (BMG Video), Heike Trappmann (e-m-s new media AG), Johannes Ruf (mediacs studios AG) mit dem leitenden Redakteur der Video-Woche Andreas Stumptner zum Teil recht kontroversiell über den sich anbahnenden Preiskampf im DVD-Markt. Auf viel Resonanz stieß auch der Themenkreis DVD Audio, zumal MDG-Geschäftsführer Werner Dabringhaus

I-r: Nicola Hoffmanns (BMG Video), Martin „Timmy" Treu (Warner Entertainment Italy), Johannes Ruf (mediacs studios AG), Heike Trappmann (e-m-s new media AG)

Gut besucht: kdg „dvd-update"

die Gelegenheit nutzte, um dem andächtig lauschendem Auditorium das akustische Potenzial dieses Formates anhand ausgewählter Hörbeispiele sinnlich vor Ohren zu führen.
Über Nischen und „noch" unbesetzte Ecken wie etwa Special Interest und DVD-Rom-Produktionen referierten indes der S.A.D.-Unternehmenssprecher Robert Knapp und digital-images-Geschäftsführer Ernst Borger. Der vierte und letzte Themenkreis „Der Kampf ums Freizeitbudget: die DVD im Wettstreit mit Breitband und Streaming Technologien"führ te schließlich eindringlich vor Augen, was an Herausforderung durch Breitband und Streaming-Technologien, aber auch durch (illegale) Download-Formate wie DivX in den nächsten Jahren auf die DVD-Branche zukommt.
Nähere Informationen zu den diskussionsthemen sind als pdf-file auf der Startseite der deutschen Ausgabe der Homepage www.-kdg-mt.com unter dem Button 'DVD Update' hinterlegt. Das nächste DVD@kdg Weekend mit DVD update und SnowAttack-Day findet wieder im März 2002 statt. ■

RTL II blickt auf Rekordjahr zurück

Der Münchener TV-Sender RTL II blickt auf sein nach eigenen Angaben bisher erfolgreichstes Geschäftsjahr in der Unternehmensgeschichte zurück. Der Jahresüberschuss konnte gegenüber dem Vorjahr auf 147,6 Mio. Mark knapp verdreifacht werden. Der Umsatz stieg im Vergleich zu 1999 um 32 Prozent.
Die Gesamtkapitalrendite erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 27,8 Prozentpunkte auf 45,9 Prozent. Eine deutliche Verbesserung hat sich bei der Umsatzrentabilität ergeben. Sie konnte von 9,5 Prozent auf 19,4 Prozent im Jahr 2000 gesteigert werden.
Für RTL II-Geschäftsführer Josef Andorfer ist die Einführung des neuen Genres der Real-Life-Formate maßgeblich für die Ergebnisverbesserung verantwortlich. Sendungen wie „Big Brother", „Expedition Robinson" und „Popstars" sorgten sowohl bei Zuschauerzahlen als auch aus wirtschaftlicher Sicht für das gute Ergebnis. Vor allem bei den von der Werbewirtschaft begehrten 14- bis 29-jährigen Zuschauern habe RTL II seinen Marktanteil im Vorjahr im Vergleich zu 1999 von 7,3 Prozent auf 10,3 Prozent erhöhen und damit eine Steigerung um 41,1 Prozent erzielen können. Für 2001 plant RTL II, mit weiteren Real-Life-Formaten wie z.B. ab 27. Mai mit „Big Diet – I feel good!", „Mega Man" und einer Neuauflage von „Popstars" seinen bisherigen Kurs fortzusetzen. ■

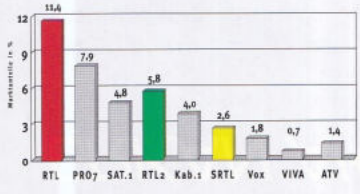
Impressum
Medieninhaber & Herausgeber: Kronos Verlag GmbH, 3003 Gablitz, Hochbuch 54 **Sound & Media, Redaktionsanschrift:** 1130 Wien, Steckhoveng. 17, Tel 01 – 877 98 04, Fax 01 – 877 98 04, ISDN 01 – 877 44 82 **e-mail:** sound+media@magnet.at **Herausgeber:** Mag. Hannes Hochstöger **Redaktion:** Mag. Irene Schwingenschlögl **Druck & Litho:** Expressdruck, St. Pölten **Erscheinungsweise:** 14 – tägig **Jahresabo:** 800. – Schilling DVR: 092752 Sound & Media ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die österreichische Musik – und Medienszene, insbesondere der Tonträgerindustrie, Konzertveranstalter, (Tonträger -) Handel, Tonstudios und Medien.

Wo VISA die besten Karten hat!

Vorstandsvorsitzender KR. Helmut Nahlik, VISA-AUSTRIA

„VISA als weltweite Nr. 1 setzt, wenn es um Erfolg geht, alles auf eine Karte und bucht deshalb die Premium-Marke RTL. Das Werbefenster Österreich. Denn in der Zielgruppe der 12 bis 49jährigen hat RTL in der Pre-Prime-Time die höchsten Marktanteile von allen Privat-TV-Sendern in Österreich.* Ohne RTL als Partner wäre das Werbeleben wirklich hart."

Jetzt schnell schalten: Für Rückfragen steht Ihnen das Team der **IPA-plus (Österreich)** gerne zur Verfügung. **Tel.: 01/367 80 40-0, Fax: DW 9. Heiligenstädter Lände 29, 1190 Wien.**



Marktanteile deutscher und österr. Privatsender, Ø 2000 (17:00 bis 20:15 Uhr) Kabelhaushalte Erwachsene 12 – 49 Jahre, Quelle: PC#TV

IP
Das ist die Lösung.

RTL
TELEVISION

Sony Music
APRIL 2001

LETTER

New Products • Highlights • Stories

ERKAN AKI

Pop Classics

Erkan Aki ist 31, kommt aus Zürich und ist klassisch ausgebildeter Tenor. Bereits sein erstes Album "Here's To The Heroes" konnte sich mit beachtlichem Erfolg bis auf Platz 33 der österreichischen Album Charts vorarbeiten. Nun hat Erkan Aki sein zweites Album eingespielt und die zwölf Songs schlicht als das bezeichnet, was sie sind: "Pop Classics". "Pop Classics" ist eine Ode an die Leidenschaft. Erkan Aki schäumt mit der Grandezza der Kompositionen förmlich über, er überwältigt mit stimmlicher Pracht und feierlichem Gestus. Glanzvoll wie im Opernhaus!
TV Termin: 03.05., 21Uhr, ORF 2, "Vera". Das Marketing für "Pop Classics" sieht u.a. vor: ORF-TV Werbung & Printwerbung

JENNIFER LOPEZ

Mit ihrer Single "Love Don't Cost A Thing" eroberte Jennifer Lopez unsere Herzen und Ohren. Mit der zweiten Single "Play" vom Album "J.Lo" wird sie die ganze Welt erobern. Die super Rotationen auf MTV/Viva, das tolle Airplay in den Radios (inkl. Ö3) und nicht zuletzt ihr neuer Kinofilm-Hit "Wedding Planner" (Kinostart am 27. 4. 2001) werden dazu beitragen. "Play" - der neue Megahit von J.Lo!

JENNIFER LOPEZ - PLAY

JOESI PROKOPETZ

Eine Revue von Leckerbissen des Austropop und des Kabarett. Ob selbst als Interpret seiner Texte

oder als Autor z. B. für Ambros, Wilfried, Werger; immer steht pointierte Treffsicherheit mit opulenten Ausflügen ins Alltägliche, ins Beunruhigende, ins Abgründige, ins Abstruse, ins Unfassbare mit einem Wort das Poetische am Österreichischen im Vordergrund.

www.egraphics.at

MiniDisc EPIC
COLUMBIA Ö3 top40
www.sonymusic.at

Sony Music
... my music!