

DE VADERLANDSE RADIO KRAAKT IN al zijn voegen. Een totaal gebrek aan innovatie, creativiteit en - mede daardoor - teruglopende omzetten eisen hun tol. In deze economisch barre tijden zou je verwachten dat zenders die het moeilijk hebben er alles aan gelegen is om luisteraars vast te houden. En ze te koesteren als hun grote liefde. Toch hoorde ik onlangs op een mooie zondagochtend een schreeuwende 'Gaston van de Postcode Loterij' dwars door de klassieke deunen van Classic FM schallen. Zou de Sky Radio Group, de eigenaar van het radiostation, het water tot de lippen staan? Is men bij moederbedrijf TMG inmiddels zo wanhopig dat er geen enkele selectie meer wordt toegepast op wat in een reclameblok wordt uitgezonden? Het zou kunnen. Wat ook kan, is dat er bij Classic FM gewoon iemand zat te slapen. Of bij de Postcode Loterij, waar ze toch wel een beetje verstand van marketing hebben. Hoe dan ook, ik schakelde linea recta naar WQXR, een op klassieke muziek gericht radiostation uit New York waar ze het wél begrepen hebben.

Het is tekenend voor de kloof tussen de digitale en de oude media. Bij de eerste wordt werkelijk alles tot in detail getest en hadden ze mijn afhaakmoment vast en zeker voorzien. Terwijl bij Classic FM het begrip data nog lijkt te moeten worden uitgevonden. Ook andere radiozenders kunnen er wat van en zenden met enige regelmaat commercials uit die totaal niet bij de luisterdoelgroep passen. Of men komt, zoals BNR, met onzinnige Engelstalige pay-offs als 'taking technology forward'. Het is werkelijk tenenkrommend... Radio, ooit het snelste én spannendste medium, heeft dringend behoefte aan digitale kennis en vernieuwing. Maar welk weldenkend persoon met verstand van zaken ruilt z'n digitale omgeving nog in voor

een tak van sport waar men de vlag uitsteekt omdat de licentie voor nota bene een analoog(!) zenderpakket met nog eens met vijf jaar wordt verlengd? De geschiedenis leert dat gelukkig elke vastgeroeste industrie uiteindelijk van buitenaf op z'n kop wordt gezet. Radio zal daarop geen uitzondering vormen. Dit doemscenario voor veel radiostations is een meer dan prettig vooruitzicht voor de luisteraar. Die dankzij digitale technieken als Real Time Bidding geen ongenode gasten als Gaston meer op de koffie hoeft te verwachten. En dat elke dag van de week. Heerlijk.

Ruud
Hendriks
**Taking
technology
forward**