



Blog der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien
© 2020 Bayerische Landeszentrale für neue Medien
Seite

"Eine Ausbildung im Radio öffnet viele Türen" - Ina Tenz im Gespräch

von Lisa Priller Gebhardt am 17. Juli 2018

Ina Tenz ist seit gut einem Jahr Programmdirektorin und Geschäftsleiterin Content von Antenne Bayern und verantwortet zudem als Chief Content & Brand Officer alle Inhalte auf allen Plattformen der Senderfamilie. Für Blmplus berichtet sie, wie es ist, beim Radio zu arbeiten und dafür aus dem Norden nach Bayern zu kommen.

„Im Gegensatz zu Online-Playlists haben wir den Hörern etwas zu sagen“

Vor ihrem Antritt in Ismaning war die gebürtige Niedersächsin 17 Jahre lang bei ffn in Hannover tätig. Tenz trat die Reise gen Süden nicht alleine an – mit ihr waren Ehemann, Sohn und Studio-Hund Bizkit von dem Ortswechsel betroffen. Wie es ihr inzwischen ergeht, erzählt sie bei einer Tasse Ingwertee. Ihr Vierbeiner, der sich vor kurzem einer Meniskusriss-OP unterziehen musste, kommt gerade von der Physiotherapie und verschläft das Gespräch. Die Stunde auf dem Unterwasserlaufband hat ihn sichtlich erschöpft.

Ina Tenz
Image not found or type unknown

Ina Tenz mit Studiohund Bizkit, der einen eigenen Facebook-Account hat /
Foto: Priller-Gebhardt

Frau Tenz, wer schrieb eigentlich „Der Münchner im Himmel“?

Oh je, da muss ich passen... Ludwig Thoma?

Richtig! Die Frage stammt aus dem Alexa Skill ‚Schlaubayer‘ von Antenne Bayern. Ihr Sender war als einer der ersten mit verschiedenen Angeboten bei Amazons Voice Service vertreten. Haben Sie selbst eine Sprachbox zuhause?

Ja, und die wird auch intensiv genutzt. Alexa ist inzwischen unser zweites Haustier und sehr praktisch, wenn man wissen will, wie das Wetter wird oder ob auf der geplanten Route gerade Stau ist. Sie bringt aber nicht nur Vorteile. Erst vorgestern wurde mir in einer Email-Nachricht die Bestellung eines I-Pads sowie eines Laptops bestätigt. Ich dachte zunächst, mein Konto sei gehackt worden. Wie sich dann herausstellte, hat mein siebenjähriger Sohn mit Alexa kommuniziert.

Sie sind seit gut einem Jahr Programmdirektorin sowie Chief Content & Brand Officer. Was muss man sich unter diesem sperrigen Titel genau vorstellen?

Das heißt, dass ich für alle Inhalte, die auf allen Plattformen der Senderfamilie ausgespielt werden, verantwortlich bin und auch dafür, wie und wann das passiert. Früher war es meist so, dass aufwändig produzierte Beiträge einmal auf Antenne Bayern gesendet wurden und dann mehr oder weniger verschwanden. Heute haben wir dank Podcast, Instagram, Social Media und Webradios unzählige Möglichkeiten, die Inhalte so einzusetzen, dass sie möglichst viele Nutzer erreichen.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Unsere Aktion auf Instagram, „Menschen aus Bayern“ wurde inzwischen zu einer Radiorubrik ausgebaut und wir denken auch über die Produktion von Videos nach. Ein anderes Beispiel: der Podcast zum Thema Amoklauf im Olympia Einkaufs Zentrum. Inhalte daraus haben ihren Weg ins Programm gefunden. Sie werden beispielsweise auch in die Nachrichtensendungen eingebunden.

Antenne Bayern gehört zu den meist gehörten Radiosendern Deutschlands. Doch sinkende Werbeeinnahmen, drohende UKW-Abschaltung und vor allem die Konkurrenz aus dem Netz machen allen Radiosendern das Leben schwer. Wie steuern Sie dagegen?

Vor allem durch die Stärkung der Marke Antenne Bayern. Im Unterschied zu Angeboten, die wie Spotify nur Playlisten abspielen, haben wir unseren Hörern etwas zu sagen. Als lokale Marke begleiten wir die Menschen durch ihr Leben. Sie spüren, dass sie uns am Herzen liegen und sie vertrauen ihren Moderatoren.

Sie haben 17 Jahre in Niedersachsen Radio gemacht. Gibt es in der Zielgruppe ein Nord-Südgefälle?

Das gibt es tatsächlich. Bei Antenne Bayern sind die Hörer älter und familienorientierter, heimatverbunden, aber nicht volkstümlich. Die Menschen hier sind sensibler und differenzierter als im Norden – empfänglich auch für die leiseren Töne.

Teil Ihrer Familie ist auch Bizkit, ein Briard-Rüde, der als Studiohund einen eigenen Facebook-Account mit über 30000 Fans hat. Ein Mitarbeiter auf vier Pfoten?

Lacht. Allerdings ohne Lohnzettel. Bizkit ist ein guter Eisbrecher, beispielsweise wenn Künstler in den Sender kommen und vielleicht schon latent genervt sind, weil es bereits ihr zehnter Redaktionsbesuch in zwei Tagen ist. Da hilft ein Hund enorm. Und sein Account bildet gleichzeitig eine Plattform für Themen, die Freunde von Vierbeinern interessieren

Früher konnten sich Sender nicht vor Bewerbungen retten. Heute ist das anders. Was würden Sie jungen Menschen raten, die sich für das Medium Radio interessieren?

Bewirb dich bei Antenne Bayern! Wir investieren sehr viel in eine gute Ausbildung. Bei uns lernen die Volontäre nicht nur alle journalistischen Darstellungsformen für unsere unterschiedlichen Kanäle, sie erhalten zudem eine Sprecherausbildung. Ich bin mir sicher: Eine fundierte Ausbildung im Radio öffnet viele Türen.