

Jenseits der Stille: Klangkulissen von Radiopark

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

25/10/2022 Früher wollte Arndt-Helge Grap Musiklehrer werden. Heute entwickelt seine Firma Radiopark die Klangkulissen für Unternehmen. Weltweit, rund um die Uhr und auf das individuelle Markenerlebnis zugeschnitten.

Wie klingt eigentlich Porsche? Also nicht das Auto – die Marke. Die Frage geht an Arndt-Helge Grap, 58, und bevor er antwortet, neigt er den Kopf, als ob er einem Klang von weither lauscht. „Porsche klingt elaboriert, modern, loungy, kosmopolitisch, einzigartig“, sagt Grap. „Nicht Mainstream, nicht Top 40, sondern vielmehr David Bowie. Die Autos sind Stilikonen.“ Das ist sein Job: Mit passenden Klangfarben stimmige Bilder zu malen, mit Musik in die Ohren und die Herzen der Menschen zu gelangen. Seine Firma Radiopark sorgt weltweit für gezielt ausgewählte Hintergrundmusik.

Maßgeschneiderte Playlists beschallen Kreuzfahrtschiffe, Hotels und Flughäfen, Sportarenen,

Restaurants und Fitnessclubs – und auch etliche Porsche Zentren. Zusammen mit mehr als 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Hamburg, Berlin, München, Wien, Miami und Dubai erstellt Grap die Musikprogramme, abgestimmt auf die Location, die Uhrzeit, die gewünschte Atmosphäre, den erhofften Effekt. Vereinfacht gesagt: Radiopark funktioniert ähnlich wie moderne Musikstreamingdienste. Allerdings war Radiopark zuerst da. Und vor allem: Es sind nicht Algorithmen, die die Songauswahl treffen, sondern es sind Menschen. Mit einem feinen Gespür für Musik.

Das Zentrum dieses Soundsystems liegt im vierten Stock eines Bürogebäudes in der Innenstadt Hamburgs. Ein Spalier aus Gitarren säumt den Weg in Arndt-Helge Graps Büro. Seine erste bekam er mit elf. Mit 15 gründete er an seinem Gymnasium in einer Kleinstadt nördlich von Hamburg eine Band. Es waren die späten Siebzigerjahre. Mit Texten im plattdeutschen Dialekt feierte Grap bald Erfolge bei regionalen Musikwettbewerben.

Studium wie ein großes Allegro

Da war für ihn klar: Ich studiere Musik. Instrumentalunterricht, Stimmbildung, Konzerte, ein Meisterkurs bei Abel Carlevaro in Buenos Aires sowie die Nebenfächer Englisch und Pädagogik – das Studium wie ein großes Allegro. Das ursprüngliche Ziel höheres Lehramt gab er jedoch nach der Hospitation in einer Schule auf. „Die Musiklehrerin kannte nicht einen Song aus den Charts, auch mit dem übrigen Kollegium schien es nicht zu harmonieren – es war klar, da passe ich nicht hin." Eine Alternative tat sich am schwarzen Brett in der Aula der Hochschule auf: „Wir suchen Moderatoren für einen neuen Radiosender!" Grap ging hin.

Kurz darauf saß er vor dem Mikrofon von Radio Hamburg, einem der ersten Privatsender, die in der verstaubten deutschen Medienlandschaft frischer, besser, schneller sein wollten als die etablierten Stationen. Grap hatte seine Spielwiese gefunden. Mit Moderation fing es an, mit Promi-Interviews ging es weiter, ab Mitte der Neunzigerjahre produzierte er gemeinsam mit einem Kollegen komplette Sendungen. Problematisch wurde es, als die Sender anfingen, die Musikauswahl drastisch einzugrenzen, um für bestimmte Hörergruppen eindeutig identifizierbar zu sein. Formatradio nannten das die Programmplaner, Dudelfunk spotteten Musikliebhaber. Grap erklärt rückblickend: „Unsere Sendungen waren nicht mehr gefragt, wir waren an aufregender Musik interessiert, nicht an Einheitsbrei." Wieder passte es nicht mehr.

Musik auf dem Kreuzfahrtschiff Aida

Diesmal jedoch fand sich keine Alternative am schwarzen Brett. Stattdessen erhielt Grap im Frühjahr 2002 eine E-Mail. Ein Bekannter, der für die Reederei des damals noch recht neuen Kreuzfahrtschiffs Aida arbeitete, schrieb sinngemäß: „Die Musik passt nicht, wir sind ein Clubschiff, aber hier läuft immer die gleiche Soße aus dem CD-Wechsler." Und Grap antwortete: „Werft den CD-Wechsler über Bord. Ihr braucht einen Computer, der genau steuert, wann welcher Song in welchem Bereich des Schiffes läuft." So etwas gab es noch nicht. Grap sagte: „Ich kann das liefern. Die nötige Technik und die Musik."

Also wurde auf der Aida ein Mediaplayer installiert, der über Satellit von Hamburg aus mit immer neuen Songs bestückt werden konnte. Grap entwickelte acht unterschiedliche Musikprogramme, unter anderem für das Sonnendeck, das italienische Restaurant, den Fitnessclub, die Bar, das Casino. Auch die Tageszeit wurde mit einbezogen: Der Morgen klang anders als der Nachmittag, der Abend oder die Nacht. „So, wie Innenarchitekten die Einrichtung festgelegt hatten, legten wir das Sounddesign fest", sagt Grap. Langeweile war verpönt. Wenn etwa Montag um 9 Uhr beim Frühstücksbuffet Mariah Carey lief, war dieser Song für die nächsten vier Tage in dieser Zeitzone gesperrt. „Alle Faktoren zu berücksichtigen und dabei die gewünschte Atmosphäre herzustellen, erfordert eine ausgefeilte Codierung, viel Wissen und Gespür für Musik. Das war unsere Arbeit."

„Das Schiff tanzt auf den Wellen"

Als die erledigt war, dauerte es nicht lange, bis eine Mail des Aida-Clubdirektors eintraf: „Das Schiff tanzt auf den Wellen." Als Grap den Satz gelesen hatte, ahnte er, dass dieser Job nur die Ouvertüre war. Grap war damals 39. Ein brillanter Gitarrist, der nie Profimusiker wurde. Ein großer Musikkenner, der nie Musiklehrer wurde. Ein leidenschaftlicher Moderator, der es beim Radio nicht ausgehalten hatte. Und nun? Setzte er sich mit einer Flasche Rotwein auf eine Kaimauer im Hamburger Hafen und überlegte: „Wer kann das, was wir gerade für die Aida entwickelt haben, noch gebrauchen?" Als die Sonne unterging, war die Flasche ziemlich leer und ein Notizzettel voll. Der Rest ergab sich von selbst: Grap gründete Radiopark.

„2003 ging es los", sagt er. Es habe einfach alles gepasst. In den Hotels und Kaufhäusern rieselten damals verstörende Klänge aus den Lautsprechern. Klebrige E-Pianos, nölende Saxofone, muffige Panflöten fluteten Fahrstühle, Gaststätten oder Kaufhausetagen. Radiopark dagegen versprach ein akustisches Wohlfühlambiente. Das gilt bis heute, ebenso wie das Geschäftsmodell: Das Programm wird abonniert, die Technik bei Bedarf dazugemietet. Und dann entfaltet die Musik ihre beinahe magische Wirkung. Die Menschen werden entspannter, kommunikativer, aufmerksamer – kurzum: Sie blühen auf.

Das funktioniert in Luxushotels von Berlin bis Dubai, auf den Malediven ebenso wie in Bangkok oder Santiago de Chile, in Urlaubsresorts, Kaufhäusern oder Sportarenen – und natürlich weiterhin auf den großen Kreuzfahrtschiffen, die über die Weltmeere gleiten. Selbst auf Containerschiffen sorgt Radiopark bei den Besatzungen für gute Laune. „Dort laufen Songs aus der ganzen Welt, je nachdem, aus welchem Land die Crew stammt. Musik als kleines Stück Heimat auf hoher See", sagt Grap.

Hintergrundmusik für Porsche-Zentren

Für die Porsche Zentren in Österreich stellt Radiopark seit drei Jahren die Hintergrundmusik zusammen; Porsche Middle East kommt jetzt hinzu. Musik als akustischer Imageträger, als Stimulanz für Kunden und Mitarbeiter. Geht es um Porsche, vermischen sich bei Grap beruflicher Anspruch und private Leidenschaft. Im Jahr 2014 kaufte er sich sein erstes Modell, einen 911 Targa, Typ 997 in

Nachtblaumetallic mit beigem Interieur. Als die Kinder größer wurden – Grap ist Vater von zwei Jungs –, wuchs auch der Wagen. „Erst war es ein normaler Panamera, dann ein Panamera 4S E-Hybrid Sport Turismo“, sagt er. „Das Auto steht für alles, wofür Porsche steht.“

Wie klingt eigentlich der Plug-in-Hybrid-Panamera? Also nicht die Motoren – das Auto an sich. Grap neigt wieder den Kopf, als ob er einem Klang von weither lauscht. Dann legt er los. „Meine Playlist für eine geschmeidige Ausfahrt startet mit Arms of a Woman von Amos Lee, dann folgen Hit the Ground von Lizz Wright und Blue Train von John Coltrane.“ Grap ist in seinem Element. Kommt er nie zur Ruhe? Braucht er nicht auch mal Stille? „Ich wohne auf dem Land und lausche auch mal dem Gesang der Vögel“, sagt der Unternehmer. „Aber lieber höre ich Musik."

Info

Text erstmals erschienen im Christophorus Magazin, Ausgabe 404.

Autor: Sven Freese

Fotos: Matthias Haslauer

Copyright: Alle in diesem Artikel veröffentlichten Bilder, Videos und Audio-Dateien unterliegen dem Copyright. Eine Reproduktion oder Wiedergabe des Ganzen oder von Teilen ist ohne die schriftliche Genehmigung der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG nicht gestattet. Bitte kontaktieren Sie newsroom@porsche.com für weitere Informationen.

MEDIA ENQUIRIES



Sandro Kälin

Head of Communications Porsche Schweiz AG
+41 41 487 91 16
sandro.kaelin@porsche.ch

Image Sublines

Path: Jenseits der Stille: Klangkulissen von Radiopark/Bilder/Bild_1.jpg
Title: Arndt-Helge Grap, Founder of Radiopark, 2022, Porsche AG
Subline: Mit einer Gitarre fing alles an: Erst träumte Grap von einer Karriere als Profimusiker, dann wollte er Musiklehrer werden. Stattdessen wurde er Musikprofi.

Path: Jenseits der Stille: Klangkulissen von Radiopark/Bilder/Bild_2.jpg
Title: Arndt-Helge Grap, Founder of Radiopark, 2022, Porsche AG
Subline: Kreativität: Unternehmer Arndt-Helge Grap findet für jeden Ort den richtigen Ton.

Path: Jenseits der Stille: Klangkulissen von Radiopark/Bilder/Bild_3.jpg
Title: Arndt-Helge Grap, Founder of Radiopark, 2022, Porsche AG
Subline: Wohlfühlambiente: Radiopark-Gründer Arndt-Helge Grap kümmert sich mit seinem Unternehmen um die akustische Gestaltung besonderer Orte.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/de_CH/2022/unternehmen/porsche-arndt-helge-grap-radiopark-klangkulissen-fuer-unternehmen-christophorus-404-30166.html

External Links
https://christophorus.porsche.com/de.html