

hatte, protestierte Herr Entreß aufs schärfste. Mit der Begründung, Coca-Cola, der Konzern mit dem größten Interesse an der Einführung der PET-Flasche, sei ein Werbekunde von M1.

Herr Entreß forderte zum wiederholten Mal, der Kopf des Chefredakteurs müsse rollen. Wir haben es ihm damals nicht gesagt, aber das Material, das wir in weiten Teilen zur Recherche dieses Beitrags verwendet hatten, war uns von Coca-Cola zur Verfügung gestellt worden. Man hatte uns auch mit den Adressen und Telefonnummern der PET-Gegner versorgt.

Die deutschen Lizenznehmer des US-Konzerns hatten kein allzu vitales Interesse an der Einführung einer weiteren Plastikflasche in Deutschland. Herr Entreß hat nie verstanden, wie man über Medien auch Politik machen kann.

Im Oktober 1988 wurden alle Redaktions-Mitarbeiter entlassen. Ein Selbst-ging mitgedrungen mehr dem Moderieren nach, denn Moderatoren wurden auch in großer Zahl gekü-

Es ist soweit: was wir in den letzten Ausgaben angekündigt und befürchtet haben, ist jetzt amtlich. Die Entscheidung, aus dem einzigen Rocksender der Stadt RADIO M1 den Seniorendudler Radio Arabella zu machen, ist unwiderruflich gefallen. Voraussichtlich ab Mitte April wird, wo bisher Dan Reed rockte, Ernst Mosch mit treudeutschen Harmonien quälen. Ein trauriger Abgang für alle Radiomacher, die jahrelang am Aufbau eines Rockradios beteiligt waren, traurig aber auch für die Hörer, die in Zukunft die 92,4 meiden werden wie der Teufel das Weihwasser. Bei einer vernünftigen, mittel- bis langfristig angelegten Projektphase „Rockradio“ hätte Radio M1 in München sicherlich eine gesunde ökonomische Basis finden können. Investitionen in Programm und Technik und Geduld wären - bei der fraglosen personellen Kompetenz der Redaktionsmannschaft - dazu nötig gewesen. Ob die „Senioren“, von Natur aus die konservativeren Nutzer von neuen Medienangeboten, sich vom Bayrischen Rundfunk abwenden und „Radio Arabella“ ihre Gunst erteilen, ist mehr als fraglich. Wahrscheinlich werden sie den neuen Sender gar nicht erst bemerken... Zumal sich die Strukturen des Radios in personell- geschäftsführender Hinsicht nicht ändern. Wieso also sollen einfalllose und ungeduldige Verkäufer plötzlich erfolgreicher sein; bloß weil sie jetzt Wurst statt Semmeln an den Mann bringen wollen? Vom Kopf her stinkt der Fisch!

Harald Braun

Ich habe mich nicht gewundert, als die Idee mit der terrestrischen Kaffeefahrt geboren wurde. Auf der hektischen Suche nach einer Zielgruppe, auf die man sich unter den Gesellschaftern einigen könnte, kam die Umfrage eines deutschen Meinungsforschungs-Instituts gerade recht, der für Rentner-Werbung einen Riesenreißbach verhielß.

Nun wird Radio M1 also bald Radio Arabella heißen. Irgendwer wird dabei sicherlich versuchen, akustische Heizdecken an Oma und Opa zu bringen. Ich werde nicht mehr dabei sein und bedaure alle Kollegen, die nicht wie ich das Glück hatten, gleich eine Anschluß-Tätigkeit zu finden. Für die Hörer, die sich mit der von M1 präsentierten Rockmusik jahrelang verbunden fühlen, ist das ein harter Schlag. Ich danke allen auch im Namen aller Mitarbeiter von Radio M1 für den Zuspruch während unserer Arbeit. Keep on rocking, jetzt halt wieder von Cassette!

Georg von Langsdorf

MEDIEN-EINFALT

Medien-Vielfalt versprach uns das bayrische Medien- und Entwicklungsgesetz: fünf private und lokale Radios sollten für jeden Geschmack etwas bringen und die leeren Taschen hoffnungsvoller Jungunternehmer füllen. Eine der ersten, die anno '84 die Herausforderung annahm und neue Wege in der Radio-Programmgestaltung suchte, hat nun endgültig das Handtuch geworfen: Maria-Theresia Schöllers (Ex- von Seidlein). Im Juli gab sie ihre Beteiligung am Kleinanbieter Radio M1 ab.

Nun wechseln in diesem Gewerbe ja häufig die Frequenzen ihre Besitzer. Diesmal allerdings wird er Folgen haben: die 25 % Maria-Theresia Schöllers gingen über an Friedrich Endreß, der allem Anschein nach 75 % an Klein-M1 für den Telefonbuchverleger Oschmann hält, an einen Herrn namens Fischer. Dieser gehört ebenfalls dem Hause Oschmann an.

Es war wohl dem Einfluß der SZ-Verlegertochter Schöllers zu verdanken, (in Zusammenarbeit mit Radio-Profi Tessa Stadler) daß sich M1 nach der Neugestaltung des Münchner Privatradios zu einem Zielgruppenradio mit hoffnungsvollen Ansätzen gemausert hat. Jetzt ist sie aus dem Rennen und mit ihr geht auch die Bereitschaft der Rest-Anbieter flöten, weitere Investitionen in Programm und Redaktion zu investieren. Stattdessen drohen Kürzungen auf breiter

Front. Der Grund: M1 ist verpflichtet, Einnahmen aus einem Werbe-pool anteilmäßig an die Jazzwelle abzugeben. Das aber geschah lange nicht. So wurde M1 jetzt auf einmal zur Ader gelassen.

„Auf Kosten des Personals und des Programms werden hier die Unei-

nigkeiten zwischen den Anbietern M1, Brenner und Kultureller Welle ausgetragen“ meint die kommissarische Geschäftsführerin von M1, Tessa Stadler. Unter diesen Bedingungen könne kein anspruchsvolles Konzept mehr verwirklicht werden. Alle Ansätze seien damit zunichtegemacht - bis Dezember werde ein vollkommen anderes M1 entstehen. Tessa Stadler selbst will da nicht ruhig zusehen. Sie geht.

Und wie das neue M1 aussieht, kann man sich bereits lebhaft vorstellen: Dudel-Mischmasch, ein Ramsch-Supermarkt auf Ätherbasis.

Genug Investitionen - ohne die keine Medien-Projekt jemals auf die Beine kommt - und etwas Geduld: dann hätte sich M1 als gute Nummer drei im Münchner Äther etablieren können. Hätte. (Martin Semmler)

Tessa Stadler, die kommissarische Geschäftsführerin von Radio M1

