

Im folgenden Näheres über die weiteren Geschehnisse um RADIO M 1:

- 1984 Am 1. April startet Radio M 1 nach 5,5 Monaten Sendepause im Münchner Kabelnetz rund um die Uhr auf 92,75. 3600 von 15000 potentiellen Hörern haben täglich die Frequenz von M 1 eingeschaltet.
Am 1. November übernimmt die P 2 GmbH "zum Preis einer Zwei-Zimmer-Wohnung" den Sender von Dr. Egli.
Hinter dieser ominösen GmbH verbirgt sich die 27jährige Maria Theresia von Seidlein, auch kurz Mücke genannt.
Bei dem Sender, der einen Monatsetat von 40 000 DM hat, sind zehn ausschließlich freie Mitarbeiter beschäftigt.
- 1985 Nach über einem Jahr "Minderheitenprogramm" im Kabel startet M 1 am 28. Mai mit weiteren Anbietern terrestrisch auf München 92,4. Radio M 1 erreicht somit 2,5 Millionen potentielle Hörer.
Sendezeiten: Mo-So 15-17.30, sowie Do 23-5 und Fr 22-24 Uhr.
Radio M 1 sendet in Studiogemeinschaft mit Radio Aktiv aus der Fraunhofer Str. 23i.
- 1988 Am 11. April beginnt Radio M 1 mit einem 20 Stunden-Programm auf 92,4. Der Sender bekommt die Zeit von 22 bis 18 Uhr (außer Freitagnacht) zugeteilt. Die restlichen vier Stunden übernimmt die Jazzwelle plus, die vor dem 11.4. nur von 22-23 Uhr zu hören war.
75% von M 1 hält Ferdinand Endreß, Besitzer der Werbeagentur Radio-Spot. 25% gehören noch Maria Theresia von Seidlein, die jetzt Schöllner heißt.
Die bisher auf 92,4 zu hörenden Stationen Xanadu, 44, C und Soundtrack gründen Radio Xanadu, das am 18. April auf 93,3 startet.
Radio Aktiv beteiligt sich an Radio Charivari.
- 1989 Im Mai dann das Aus für Radio M 1. Der Sender liegt unter 5% Einschaltquote. Der Grund, daß immer weniger M 1 einschalteten, war, daß auf 92,4 zwei Programme mit unterschiedlichen Zielgruppen sendeten. Radio M 1 mit einem Rockprogramm und die Jazzwelle mit einem eher einschläfernden Jazzprogramm. Um 22 Uhr, d.h. nach der Jazzwelle, mußte M 1 wieder mit einer geringen Zahl von rockinteressierten Hörern beginnen. Außerdem hatte Radio M 1 enorme interne Schwierigkeiten. So sendete unter der Kennung M 1 auch der ehemalige südtiroler Konkurrent Radio Brenner. Und diese Station gehört u.a. der Werbeagentur CPR, einem Ableger der Allkauf-Kette. Auf der anderen Seite steht die Werbeagentur Radio-Spot. Zwei konkurrierende Agenturen in einem Haus, die sich um Kompetenzfragen stritten, anstatt Werbeaufträge für den Sender an Land zu ziehen! Dies bedeutete, daß die Werbung im Programm immer mehr zurückging und Techniker, Redakteure, Moderatoren, sowie andere laufende Kosten nicht mehr bezahlt werden konnten. Und dies machte sich natürlich erheblich im Programm bemerkbar. Und so wurde aus einer geplanten Stunde Nonstop-Musik plötzlich bis zu 14 Stunden "M 1-Nonstop" am Tag.