



Den Aufschwung aus dem Stegreif zum kommerziellen Alternativsender proben die Pioniere von „Radio Aktiv“: ein Experiment mit Kochrezepten, Disko und

Wunschkonzert. Foto: Katrin Zimmer.

der konservativen Pseudo-Kopie von Bayern 3 unter CSU-journalistische Gesichtspunkten und mit ADAC Verkehrsmeldungsphilosophie: die „Neue Welle Bayern Antenne München“. Bis zum Wetterbericht und den stündlichen 0 8 15-Nachrichten reicht das Experiment“, für das ein Konsortium von Geschäftsläuten über eine Million DM auf dem Tisch blätterte.

Das innovativste daran ist augenscheinlich die Technik, damit die Werbespots auch pünktlich abfahren. Sonst aber hat die Monstermannschaft, ganze 18 festangestellte und 25 freie Mitarbeiter, wenig Ahnung, was rund um die Uhr so läuft – wenn es nicht den Telex und die ADAC-Leitung gäbe, wie gesagt. Die Musik schläft fröhlich in der Gewissheit, höchstens ein Viertel der insgesamt 13.000 Radioanschlüsse einmal mehr mit der Hitparade auf und runter langweilen zu müssen. Und die Moderatoren freuen sich, endlich in einer richtigen Sprecherkabine live vor sich hinquatschen zu dürfen.

All das notdürftig herausgekehrte Engagement, „den Hörern Freude zu machen“ (Radio Aktiv), „aus dem näheren Lebensbereich der Bürger zu berichten“ (Neue Welle Bayern), ein „jederzeit ansprechbares Lokalradio zu sein“ (Xanadu) oder die Programmphilosophie immer wieder auf einen allgemein-verständlichen Nenner zu bringen: „Pop, Pop, Pop“ (Radio M 1), wird von einem ebenso verständlichen Motiv angeheizt: „Geld, Geld, Geld“. Da stehen die Preise für die Werbesekunden bereits Wochen vor den Gedanken an den Inhalt der Sendungen fest, Briefköpfe und Aufkleber glänzen um einiges mehr als das „locker vom Hocker“ moderierte Musikpanorama.

„Die Schleusentore für die Werbewirtschaft“ möchte Kabeldirektor Mühlfenzl mit dem MPK-Projekt öffnen. In seinem Tross aalen sich die vier Privatradios. Und sie hoffen auf mehr. Der Staatskanzlei-Entwurf eines Medienerprobungsgesetzes sieht die Verbreitung von Hörfunkprogrammen nicht nur per Kabel vor. Damit sich die Sache wirtschaftlich rentiert, soll eine neugegründete „Landeszentrale“ den Radios den Start in die Lüfte ermöglichen – via Sendefrequenz ganz München zu beschallen. Nichts gegen die Tatsache als solche, wenn ...!

Wenn im Aufsichtsrat der MPK, wie Oberbürgermeister Kronawitter öffentlich kritisierte, nicht nur „CSU und Kommerz“ ihren Platz hätten. Und wenn es einfach gute Radios gäbe. Wenn!

Stefan Endrös

Plapper und Tralala

Kabel-Radio

Wenn es das gute alte Radio nicht gäbe. Und wenn es plötzlich Bayern 3 nicht mehr gäbe? Wenn ... In die Marktlücke zwischen Langeweile und Ausgewogenheit hofften schon seit Jahren die Pioniere der privaten Sender von Italien aus zu stoßen.

Sie bedudelten ganz Bayern mit Plapper und Tralala – mit der Power von 400-Kilowatt-Sendeanlagen zumindest. Konzept nannten sie diese freie Mischung und warteten gierig auf die Werbung, die bei Radio Brenner mit Coca-Cola-Gejohle und CSU-Spots den Breitbandrock verzierte. Der südliche Alpenfallwind, kurz Föhn, haderte aber mit seiner Abgeschiedenheit in grün-gebirgiger Umgebung, wo sogar die Naturschützer kei-

nen Gefallen an den meterhohen Masten auf Berggipfeln fanden.

Und so kam nichts gelegener, als der Kabelgesellschaftslockruf von Mühlfenzl und Staatskanzlei, das deutsche Radiowesen endlich auf kommerzielle Füße zu stellen – in München selbst.

Neben dem Südtiroler „Radio M 1“ hatten drei weitere Herren das Gerücht auf den Aufschwung mit Hilfe der MPK und der Post vernommen. „Radio Aktiv“-Chef Peter Pelunka zum Beispiel. Fast wäre er schon ausgewandert, nach Kalifornien nämlich, um dort einen Urlaubssender zu installieren. Statt dessen grub er sich durch die Behörden und bekam im letzten Moment den Zuschlag. Seit Ende Februar bastelte der Einzelkämpfer an einer Radiostation, in die er seine gesamten Ersparnisse gesteckt hat.

Mit viel Glück ist er da kurz vor dem 1. April, dem Startschuß, fertig geworden, hat sich der Rücken-deckung eines unbekannteren Industriellen versichert und weitere Stegreif-Mitstreiter gefunden, mit denen er heiß über die richtige „Programmstruktur“ diskutiert. Sie schaut letztendlich einfach aus: Von allem ein bißchen. Die Hausfrau bietet Koch-

rezepte am Vormittag, das Schulmädchen Disko am Nachmittag. Und am Sonntag schwingt die Oma im Nostalgie-Wunschkonzert-Rhythmus. Klingt wie Bayern 1 im Rückwärtsgang.

Auf so viele Variationen wollte sich der zweite im fröhlichen Radio-Reigen gar nicht erst einlassen: Joe Lüders kreierte in einer Schwabinger Drei-Zimmer-Wohnung eine neue radiophone Idee: „24 Stunden immer das Gleiche“. Das Vorbild Amerika leuchtet zwischen dem „Self-made“-Studio und dem krächzenden Funkgerät, das den Mut zum Abenteuer verdeutlicht. „Aus der Hüfte“ schleudern die vier tapferen Männer um den 44jährigen Ex-Journalisten Lüders ein „Radio Xanadu“, das Hits rund um die Uhr liefert, natürlich nur solche, „die der Hörer will“, und solche, die in den sieben Singleskästen rechts und links der Plattenspieler mühsam aufzutreiben sind.

In den offiziellen MPK-Infos klingt das alles ganz anders: Quirlige Informationen und Nachrichten werden verheißungsvoll angekündigt, professionelle Radiobegeisterung und Entspannung, oder gar Innovation und Experimentierfreudigkeit versprochen. Letzteres besonders von