

Mit Ausdauer und Charme auf dem Weg nach oben

Die jüngste Radio-Chefin, Maria Theresia von Seidlein, macht „M1“ ganz nach ihrem Stil

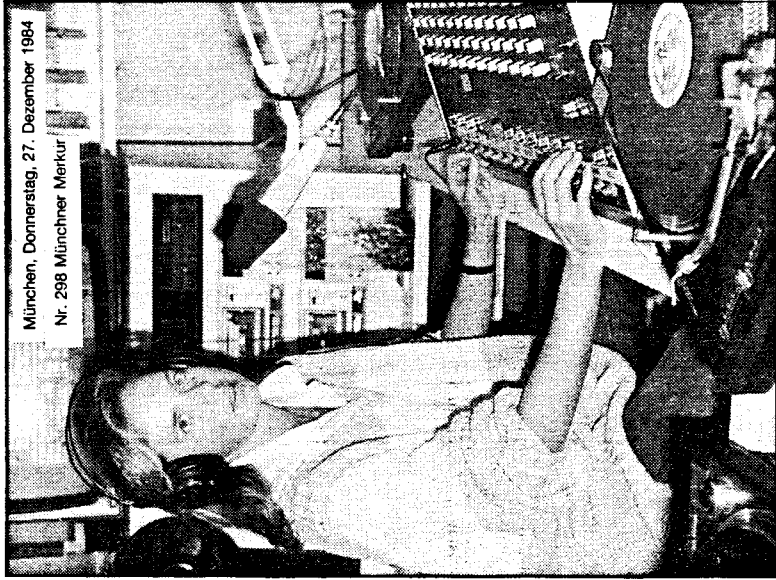
Kabel macht's möglich. Maria Theresia von Seidlein ist wohl die jüngste weibliche Besitzerin eines privaten Rundfunksenders. Nach ihrem Studium (Geschichte und politische Wissenschaft) ging die hübsche Münchnerin nach Amerika und hat dort beim ersten privaten Sender, der über Satellit ausstrahlte, gearbeitet. „Wahrscheinlich kommt meine Begeisterung fürs Fernsehen daher, daß ich als Kind nie fernsehen durfte“, vermutet Maria Theresia von Seidlein. Danach, als sie wieder in München war, stand für sie fest: „Das muß jetzt hier genauso toll werden, wie in Amerika bei den Italienern so fasziniert hat, wurde Realität.“

Es ging schnell. Ein Bundestagsabgeordneter forderte die Journalistin mit Privatsender-Erfahrung auf: „Komm, jetzt machen wir mal Radio, in acht Wochen geht's los.“ Das war Anfang dieses Jahres. Dann hat Maria Theresia von Seidlein mit Beginn des Münchner Kabelpilotprojektes im April „alles mögliche“ bei der „Neuen Welle“ des ehemaligen BR-Mitarbeiters Tony Schwägerl gemacht. „Aber dieser Sender war mir zu groß angelegt, da ist für jeden etwas, wie beim BR auch“. Die junge Dame hat eine andere Vorstellung von Privat-Sendern. Wenn schon die Möglichkeit vieler Sender gegeben ist, dann sollten diese auch auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtet sein.

Sie kaufte von einem Schweizer Unternehmer den Sender „M1“. Ihre Zielgruppe sollten nun junge Menschen sein. Mit viel avantgardistischer Musik, „puristischem Rock“ und Schwerpunkt Sport will die Geschäftsfrau „neue Akzente setzen“. Es fällt ihr nicht schwer, denn diese Art Musik ist zu 100 Prozent meine Stilrichtung.“

Tägliche Interviews mit Größen auf dem Sport-Sektor gehören genauso dazu, wie Live-Sendungen mit Discos. **M**it einer Kernteammannschaft von vier Disc-Jockeys und sechs freien Mitarbeitern (der älteste ist 30 Jahre alt) macht sie Non-stop-Programme für bisher rund 3.600 Hörer maximal. Die meisten ihrer Mitarbeiter sind für alles einsetzbar: Organisie-

Sie ist 27 Jahre jung, ehrgeizig, risikofreudig und seit sieben Wochen Geschäftsführerin eines privaten Rundfunksenders: Maria Theresia von Seidlein. Nachfahrin einer alten Münchner Familie. Sie hat den ehemaligen Südtiroler-Sender „M1“ gekauft und macht nun ein Programm mit avantgardistischer Musik für junge Menschen zwischen 15 und 28 Jahren.



München, Donnerstag, 27. Dezember 1984
Nr. 298 Münchner Merkur

Maria Theresia von Seidlein in ihrem Studio an der Fraunhoferstraße. Für ein Jahr ist ihr Sender „M1“ finanziert. Foto: Reinhard Kurzendörfer

Kabelradio: Mal Pop, mal echte Volksmusik

Im Münchner Kabelprojekt gibt es bislang sieben neue Anbieter. Im Januar sollen weitere vier dazukommen. Von allen elf neuen Rundfunksendern sind zehn privat.

*** Radio M 1:** Schwerpunkt Rockmusik, Interviews, Sport. Zielgruppe: Junge Leute von 15 bis 28 Jahren.

*** Radio Aktiv:** 80 Prozent Musik, 20 Prozent Geplauder. Angesprochen wird jeder, gespielt wird alles außer Jazz und Volksmusik. Hitparaden, Verlosungsspiele und „viel Blödsinn“.

*** Neue Welle Bayern - Antenne München:** Kein Popsender, sondern Burgerradio, schnelle, transparente Information, 16 bis 19 Uhr „Hyde-Park-München“, Radio für jedermann, Musik für alle Generationen.

*** Bayerischer Heimatfunk:** Echte Volksmusik und volkstümliche Musik, aktuelle Reportagen und Interviews, Berichte über Brauchtum, Geschichte und Sprache, Zielgruppe: Bürger ab 28 Jahre.

*** Radio Xanadu:** Internationale Schwerpunkt Hitparade aus England und den USA. Aktuelle Information. Neun Stunden Non-stop-Musik, 13 Stunden moderiert.

*** Radio 2000:** Informativer Sender, Politik und Unterhaltungsbeiträge. Etwa 70 Prozent Musik, 30 Prozent Beiträge, Magazine und Nachrichten. Zielgruppe 20- bis 40jährige.

*** BR 5 Radio München:** Ab Januar: Kabel Media, Radio 89 (Springer), Radio Ufa, Radio 44 (Amperwelle/Constantin), Radio Gong (Gong). **bb**

ren, Musik aussuchen, aufnehmen, schneiden und moderieren. „Manchmal geht es aber sogar mir etwa zu unbürokratisch zu. Dann zum Beispiel, wenn der Moderator erst eine Minute von Beginn der Sendung hingestürzt kommt.“

Im Moment beschäftigt sie sich in erster Linie damit, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen – vor allem mit ihren Sponsoren. Außerdem bespricht sie mit ihren Männern neue Programme, überlegt Konzepte. In der Fraunhoferstraße hat Maria Theresia von Seidlein fünf Räume gemietet. Hier stapeln sich die Platten und Bänder, werden Sendungen vorproduziert, live moderiert oder Interviews gemacht.

Außer Ölbohren fällt mir nichts ein, was riskoreicher wäre“, meint die Geschäftsfrau. Dank der Sponsoren und einiger kleiner Werbeaufträge ist der Sender „M1“ für knapp ein Jahr gesichert – „wenn alles versuchszeit zu Ende ist, bleibt mir die Hoffnung auf eine UKW-Frequenz. Wir wurden so gewiß als Pioniere hingestellt und gelobt für unsere Arbeit. Mittlerweile gibt es jedoch so viele andere Anbieter, daß wir nicht mehr so interessant sind“, betürchtet die junge Geschäftsführerin.

Trotzdem, die Hoffnung ist da, und sie rechnet sich noch Chancen auf eine Frequenz aus. „Dann läuft's auf jeden Fall“, findet sie. Aber bis dahin wird es wohl so bleiben, daß die sportliche Münchnerin (sie joggt jeden Morgen) im Privatleben zur nächsten muß und nachts manchmal von „M1“-Alpträumen aufgeschreckt wird. „Es ist das erste Mal, daß ich so was mache, wenn ich jetzt auf die Schnauze falle, ist es schon schlecht“, sagt Maria Theresia von Seidlein.

Oft bekommt sie zu spüren, daß viele ihr Engagement noch nicht so ganz ernst nehmen. „Die zeitlich doch recht skeptisch.“ Obwohl sie manchmal recht ungeduldig sei und ihr ab und zu die nötige Nonchalance fehle, sei sie zäh, meint sie, eine „Marathonläuferin“ – und das will sie sowohl im wörtlichen als auch im übertragenen Sinn verstanden wissen.

Bettina Benecke