



50 Jahre RTL Blick zurück und Ausblick nach vorn – Interviews mit den Machern

Am 15. Juli 2007 wurde im RTL-Funkhaus in Luxemburg- Kirchberg 50 Jahre deutsches Programm von RTL gefeiert. RTL Radio strahlte an diesem Sonntag Sondersendungen mit den Moderatoren von einst aus. 50 Jahre RTL auf deutsch setzt sich genaugenommen aus 33 Jahren legendäres Radio Luxemburg / RTL („Die 4 fröhliche Wellen“) und 17 Jahre umformatiertes RTL Radio für UKW regional, Kabel und Satellit zusammen.

„Meine Damen und Herren, liebe Zuhörer! Sie hören nun ein Versuchsprogramm in deutscher Sprache. Wir senden ab heute jeden Tag ein leichtes Musikprogramm.“ So meldete sich am 15. Juli 1957 um 15 Uhr der Luxemburger Journalist Pierre Nilles alias „Peter Perleberg“. Zündende Ideen und einprägsame Moderatorenpersönlichkeiten begeisterten schon kurz darauf das immer größer werdende Hörerpublikum. Chefsprecher Camillo Felgen erfand die wöchentliche Hitliste der beliebtesten Schlager, und am Ostersonntag, dem 6. April 1958, ging die „Schlagerparade“ zum ersten Mal über den Sender. 1959 fand erstmals die Verleihung der „Löwen“ – der Trophäen aus Gold, Silber und Bronze (anfänglich nur in Bronze) – in Frankfurt am Main an die erfolgreichsten Interpreten der „Schlagerparade“ statt.

Moderatorenpersönlichkeiten, die parallel oder später zudem erfolgreiche Fernsehshows moderierten, gaben dem Sender ein

Gesicht: Neben Camillo Felgen seien beispielsweise Frank Elstner, Dieter Thomas Heck, Hans Meiser, Jochen Pützenbacher, Thomas Gottschalk, Helga Guitton, Desirée Nosbusch, Max Schautzer und Thomas Ohrner genannt.

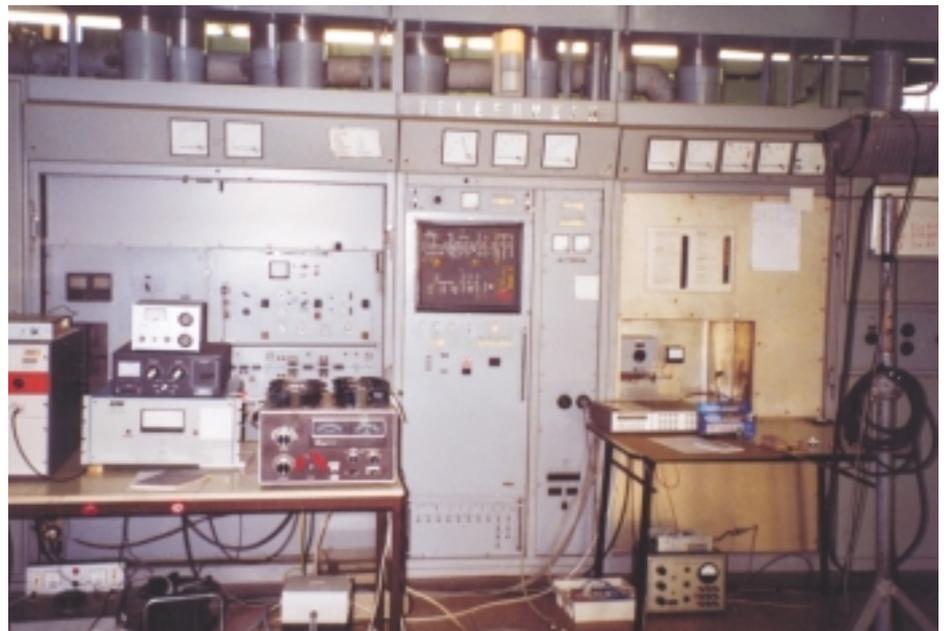
Am 5. Januar 1976 startete das legendäre Mittagsmagazin „12 Uhr mittags“. Gewinnspiele und Interaktion – das kannte man im deutschen Rundfunk so noch nicht! 1980 stießen Komiker Karl Dall („Die Schlaue Stunde“ – häufig mit Jürgen von der Lippe), Thomas Gottschalk („Mr. Morning“, „RTL-

Hitparade“) und Max Schautzer („Max Mix“) zum RTL-Team. Der Übergang von Frank Elstner zu Dr. Helmut Thoma war gleichzusetzen mit dem Beginn der Fernseh-Ära; am 2. Januar 1984 startete offiziell „RTL Plus“, damals als Fernsehableger von Radio Luxemburg, nachdem seit Oktober 1983 Testsendungen ausgestrahlt wurden. Im März 1989 begann für RTL die „Ära Kabelradio“, die – da geographisch unabhängiger – neue Hörer erschloss.

Im folgenden bat unser Mitarbeiter Hendrik Leuker den ehemaligen Erfolgsmoderator von RTL Radio Luxemburg, Jochen Pützenbacher, sowie den amtierenden Programmdirektor von RTL Radio, Holger Richter, um ihre Gedanken zu „50 Jahre RTL“:

Radio-Kurier: Herr Pützenbacher, 50 Jahre RTL setzen sich zusammen aus 33 Jahren Radio Luxemburg und 17 Jahren RTL Radio. Bildet das für Sie eine Einheit oder fand da ein Bruch statt?

Jochen Pützenbacher: Damals bei der Umbenennung in RTL hat kein Bruch stattgefunden. Diese fand schon unter Frank Elstner (Ende der siebziger / Anfang der achtziger Jahre) statt. Das war eine Werbegeschichte. Man folgte damals dem französischen Programm, das schon eher dieses Kürzel annahm. RTL lässt sich besser vermarkten, was für Werbung und Promotion wichtig ist. Im Herbst 1990 wurde das Programm umformatiert. Man sendete fortan ein reines Formatrado, hatte damit ein rein amerikanisiertes Programm und war nicht mehr unverwechselbar. Von Hamburg bis München war alles eine Soße, während man in Amerika schon wieder weiter war. Dort



Der Telefunken-DRM-Sender von RTL in Junglinster wird derzeit mit 35 kW betrieben.
Foto: Hendrik Leuker.

Bild oben: Sitz der RTL Group auf dem Kirchberg in Luxemburg.

holte man DJs und Radiopersönlichkeiten zurück. Man meinte in Luxemburg jedoch, man müsse mit der Zeit gehen. Die alte Kundschaft war weg und es dauert eben, bis eine neue Kundschaft aufgebaut ist. Jetzt unter Herrn Richter (RTL Radio Programmdirektor seit 1995) hat sich das geändert. Er setzt wieder auf Moderation und gute Persönlichkeiten."

Radio-Kurier: Herr Richter, worin sehen Sie das Alleinstellungsmerkmal von Radio Luxemburg von 1957 bis 1990?

Holger Richter: Das „Alleinstellungsmerkmal“ von RTL Radio Luxemburg erstreckt sich meiner Ansicht nach lediglich von 1957 bis 1986. Also über die Zeit in Deutschland, in der es noch keine Privatradios gab, die sich eine lockere Programmpräsentation auf ihre Fahne geschrieben hatten. Ab Ende 1986 bis Anfang der Neunziger setzte dann mit zunehmender Marktdurchdringung durch private Anbieter die Zeit der dramatisch sinkenden Reichweiten für RTL Radio Luxemburg ein. Dies hatte vorwiegend zwei Gründe:

- ⇒ 1) Die lokalen und regionalen Anbieter waren in Service, Nachrichten, Ansprache und bei Aktionen „näher dran“ am Hörer.
- ⇒ 2) Alle Anbieter waren mobil in UKW-Qualität zu empfangen. Radio Luxemburg machte ein sehr teures Programm, das nur in schlechter Qualität zu empfangen war.

Aber zurück zum „Alleinstellungsmerkmal“: RTL Radio Luxemburg war in seiner Hochzeit „Eisverkäufer in der Wüste“. Niemand im deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunk traf den Massengeschmack. RTL Radio Luxemburg tat dies mit voller Wucht. Lockere Moderatoren, witzige Ideen, humorvolle Spiele. Kurz: Die Interessen der breiten Masse wurden berücksichtigt. Die öffentlich-rechtliche Konkurrenz war bis in die späten Achtziger weitgehend „spaßfrei“.

Radio-Kurier: Was setzen Sie argumentativ dagegen, wenn davon die Rede ist, dass RTL mit RTL Radio (Nov. 1990 bis heute) an Bedeutung verloren hätte?

Holger Richter: Das ist eine Frage des Blickwinkels und daher differenziert zu betrachten. Natürlich könnte man aus Hörersicht sagen, dass mit der inhaltlichen Abspeckung des Programms damals auch eine Verschlechterung des Images eingetreten ist. Ich sehe das rein betriebswirtschaftlich und damit etwas anders. RTL Radio Luxemburg war und ist ein privates Wirtschaftsunternehmen und ein solches betreibt man in der Regel, um Gewinne zu machen oder im ungünstigsten Fall keine Verluste zu machen. Das Programm Ende der



Jochen Pützenbacher, Helga Guitton und Frank Elstner.
Foto: Privatarchiv Jochen Pützenbacher.

Achtziger war schlicht zu aufwendig und zu teuer, um bei sinkenden Reichweiten, die durch die oben erwähnten Faktoren eintraten, zu überleben. Der Markt veränderte sich dramatisch in punkto Anbieter und Massengeschmack. Das Schlagerformat des Senders war schon damals eine wirtschaftliche Sackgasse, da die Hörschichten, die diesen Geschmack hatten, in Zukunft zunehmend schwerer zu vermarkten sein würden. Das Schicksal von RPR 2 (das Programm wurde ganz eingestellt) zeigt diesen Effekt ganz deutlich. Ebenso die Tatsache, dass inzwischen fast alle „schlagerlastigen Einserprogramme“ der öffentlich-rechtlichen Sender diese Musikfarbe in ihren Programmen immer mehr ausdünnen, um im Durchschnittsalter nicht viel zu alt zu werden. Kurz: Man musste Anfang der Neunziger eine Vollbremsung machen, um mit dem Sender nicht unterzugehen. Man brauchte eine vermarktbare Nische und das war seinerzeit das Oldieformat. Sicher kann man darüber streiten, ob man das nicht anders hätte hinbekommen können.

Ich denke der Weg war damals für viele bitter, aber kaum anders machbar. Die „alten Moderatoren des Senders“ waren für einen betriebswirtschaftlichen Erfolg zu teuer.



Die Branche hatte inzwischen ganz neue Tarifgesetze. Hinzu kam das Problem der Personalities: Die jungen, nachrückenden Leute taten sich da aus vielerlei Gründen sehr schwer und mussten geformt werden. Ein Prozess, den die alten Stars natürlich so gar nicht einsahen. Ähnliche Probleme gab es in punkto Selbstfahrertechnik. Um nicht in einer völlig unkontrollierbaren Zweiklassengesellschaft zu landen, musste konsequent gehandelt werden. Das hat man getan und so das Überleben der Station gesichert. Die Bedeutung von RTL Radio Luxemburg ist zwangsläufig durch die enorme Erhöhung der verfügbaren anderen Radiostationen und durch die gesamte Erweiterung in der Medienlandschaft im Vergleich zu früher gesunken. Der Sender ist aber beileibe nicht bedeutungslos! Gerade ist die neue Medienanalyse, die Marktanteile und Tagesreichweiten ermittelt, erschienen. Pro Durchschnittsstunde hören uns heute noch in Deutschland 229.000 Menschen. Ich halte das für ein hervorragendes Ergebnis, ganz besonders deshalb, weil man uns fast nur stationär über Kabel, Satellit und Internet hören kann. Wir haben ganz offensichtlich vielen Menschen doch noch etwas zu geben; das zeigt sich besonders an der Tagesreichweite von 1,9 Millionen Hörern und am weitesten Hörerkreis von 6,3 Millionen. Nur durch das Fehlen terrestrischer Verbreitungswege ist unser Sender mit genau dem Programm, das wir derzeit herstellen, in Deutschland nicht unter den Top 10. Wir arbeiten daran, das langfristig zu ändern.

Radio-Kurier: Herr Richter, Herr Pützenbacher, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.