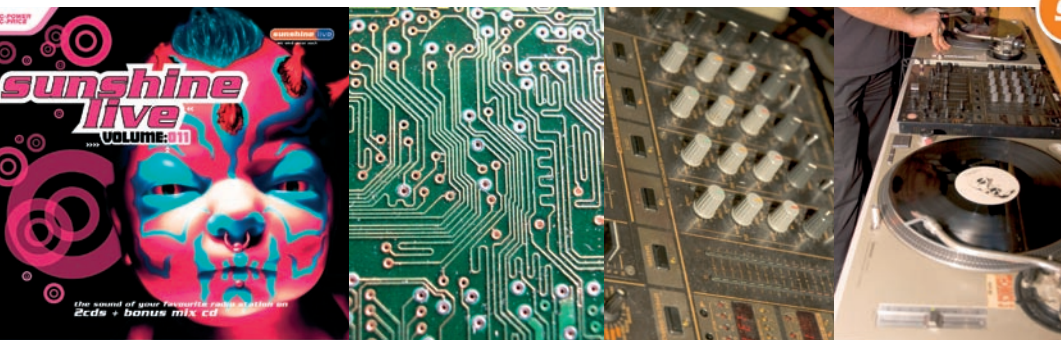


# Radio Sunshine Live

## Mit 140 BpM zum Erfolg



**sunshine live**

wir sind unter euch

von Lilian Breuch

Schwetzingen, eine Kleinstadt zwischen Mannheim und Heidelberg mit Schloss und Spargel ist mehr als ein historisches Ausflugsziel mit kulinarischem Höhepunkt von April bis Juni. Auch junge Radiohörer wissen sehr genau, wo Schwetzingen liegt, denn dank Sunshine Live hat Schwetzingen seit acht Jahren einen unerhört erfolgreichen Dance-, Trance- und Techno-Sender.

„Wir sind unter Euch“ - verspricht der Sender, und die Hörer sind mit Sunshine. Nur keinen ausgelutschten Mainstream-Mix - so lautet dabei die ausgesendete Devise. Ein ungewöhnliches Konzept mit überraschendem Erfolg: laut Mediaanalyse 500.000 regelmäßige Hörer pro Tag. Das ist die positive, veröffentlichte Bilanz im Jahr 2004.

Kaum zu glauben, dass der Spartensender mit dem schnellen Beat einmal soft und reichlich brav begann. Bis 1994 setzte der Betreiber RNO, die Rhein-Neckar-Odenwald GmbH, noch auf weitaus älteres Publikum und spielte reines „German Based Soft AC“, sprich Oldies und Deutsche Schlager. Der Dreh um 180 Grad war letztendlich eine rein kommerzielle Überlegung. Rund 20 öffentlich-rechtliche und private Sender drängelten sich vor 1994 schon in Baden-Württemberg. Da war es schwer, sich durchzusetzen. Die Pleite von RNO schien unausweichlich, Krisenmanagement war angesagt: „Wir haben uns also in der Republik umgehört. Im wahrsten Sinne des Wortes. Wir haben einfach geschaut, was fehlt, und nach drei Jahren haben wir 1997 Sunshine Live dann gestartet“, erinnert sich Ulrich Hürter, Geschäftsführer von Radio Sunshine-Live. Anstelle von Heino, Michelle und den Wildecker Herzbuben setzte man plötzlich auf elektronische Musik. Der Erfolg gab ihm Recht. „Wir stiegen von 5.000 Hörern pro Stunde schlagartig auf 30.000 Hörer“, so Hürter. Eine „Radio Revolution“ nennt er das rückblickend. Man habe sich damals von Trends und Charts verabschiedet und sich stattdessen einer neuen Zielgruppe und deren Musik verpflichtet. Dementsprechend konsequent sei man bis heute auch in der Musikauswahl. „Wir verfügen damit über eine

sehr stabile Fangemeinde“, stellt Hürter zufrieden fest.

### Eine Erfolgsgeschichte

Dass poppig-einerlei nicht immer der einzige Weg zum Erfolg ist, dafür ist Radio Sunshine-Live ein äußerst erfrischendes Beispiel: bundesweit und 24 Stunden lang. Der Sprung vom kleinen Lokalsender zum nationalen Liebling gelang dem Sender allerdings nur dank der modernen Digitaltechnik. In Baden-Württemberg, Teilen von Bayern, Hessen und Rheinland Pfalz ist der Sender analog über sechs terrestrische Frequenzen zu empfangen. Digital kommen bundesweit 14,2 Millionen Kabelhaushalte dazu, europaweit der analoge und digitale Satellitenempfang. „Hörst Du's? Das digitale Zeitalter klopft bei dir an. Sunshine-Live goes DAB“ erinnert mich der Werbe-Jingle. Richtig: in Ulm und Mannheim, seit September 2004 in Sachsen und nun auch in Rheinland-Pfalz. Doch damit nicht genug. Auch der Internet-Live-Stream ist schwer gefragt - stolze 1,3 bis 1,6 Millionen Page Impressions pro Monat zählt der Sender.

Eine weitere Unterstützung erfahren die Schwetzingen durch ihre Eigentümer Eurocast, neben RTL eine der größten Radio-Gruppen in Deutschland. Sender wie RSH, Delta Radio, Nora, Kiss FM in Berlin und der Berliner Rundfunk gehören zu Eurocast. Für Sunshine-Live bedeutet das einen ungeheuren Synergie-Effekt. Nicht nur Comedy wie „Der Kanzler und sein Fahrer“ kann man bequem übernehmen, auch gemeinsame Veranstaltungen, Merchandising und eine entsprechende Internetverbreitung lassen sich

in der Mediengruppe kostengünstig durchführen.

### Die Revolution braucht Geld

Die „Radio Revolution“ braucht natürlich Geld. Am liebsten würde man wohl ganz viele der begehrten UKW-Frequenzen bekommen. Doch zu viel UKW und zu viel Geld könnten schnell den Charakter verderben. Bei knappen Ressourcen braucht man Überzeugungskraft. Um diese magische Kraft zu entfalten, verfolgt El Commandante Hürter den Anspruch, dem Programm einen Live-Charakter zu geben. Das Wort „Live“ nimmt er dabei ebenso ernst wie das zum Beispiel der Jugendsender Eins Live aus Köln tut. Voice-Trackings, also vorproduzierte Ansagen, gebaute Beiträge oder eine geplante Hörerauswahl sind für den Chef-Sonnenschein absolut tabu: „Alles geschieht unmittelbar und nicht gefaked!“ Darüber hinaus gibt es rund 140 Live-Veranstaltungen im Jahr - von denen der Sender dann natürlich live berichtet. Ob verkaufte Partys in den besten Clubs der Republik, Love Parade oder Reincarnation, überall ist der Sender mit seinem Babylogo fest vertreten. Selbst Fernsehsender VIVA kann da nicht mithalten. Bestes Beispiel: der German Dance Award in Hannover. Während VIVA die Veranstaltung mit Verspätung nur aus der Konserve sendet, interviewen die Schwetzingen die prominentesten DJs direkt live vor Ort. Auch die Aftershow-Party wird live übertragen. Dabei kann natürlich auch einiges schief laufen, doch das nimmt Ulrich Hürter gerne in Kauf: „Wir haben schließlich journalistisch geschulte Moderatoren, die mit Pannen umgehen können. Und wenn gar nichts mehr geht, dann wird eben mal kurzfristig abgeschaltet.“ Die Programm-Authentizität ist für ihn da weitaus wichtiger als perfekter, steriler Studio-Sound.

### „Hire and Fire“

Doch gegen den Strom der Masse kann die schwäbische Radio Revolution nicht immer ausstrahlen. Der Chefrevoluzzer gibt daher gerne den Diplomaten und weist auf die „gelungene Zweigeteiltheit“ des Programms hin. „Das macht uns auch zum Trendsetter“, findet er. Zweigeteilt, das bedeutet: Tagsüber die Dance-Hits der Charts und damit doch ein bisschen Charts mit bekannten Namen wie Scooter, Prodigy, Ziggy X oder Global Deejays, abends dagegen auch schon mal die Gruppen, „die keineswegs mehrheitsfähig sind, und die der Sprung in die Charts noch nicht mal interessiert.“ So bekommt der Nachwuchs bei den Schwetzingern eine Bühne. Musikredakteur Felix Kröcher sortiert jeden Tag aufs Neue Hunderte

von zugesandten Tapes aus. Alles Nachwuchs-DJs, die noch nie on air gelaufen sind. „Was sendefähig ist und sich gut anhört, hat eine faire Chance bei uns“, verspricht Kröcher. Am Mittwochabend zwischen 20.00 und 21.00 Uhr können sich die DJs dann dem harten Hörertest stellen. „Hire and fire“ heißt die Sendung und genau das ist hier Programm. Wer schlecht ist, fliegt gnadenlos raus, wer gut ist, wird applaudierend aufgenommen in die Dance-Gemeinde. Nicht jeder Gefeuerte nimmt das allerdings immer cool und locker auf. Drohungen an den Sender sind keine Seltenheit.

Sunshine-Live nimmt das jedoch wie stets gelassen und ist nach wie vor „gut aufgelegt“. Vor allem ab 20.00 Uhr, und das dazu noch wörtlich: „Richtig mit Vinyl, nicht nur sterile CDs“. Das ist eine Revolutions-Errungenschaft, die Schule gemacht hat: Der Münchner Sender Nova Radio ist ein schönes Beispiel dafür, dass Sunshine-Live mit dem Dreh auf den Turntables längst nicht mehr allein dasteht. Und ähnlich wie bei Nova Radio setzt man auch in Schwetzingen auf die besten DJs, die die Szene heute zu bieten hat. „Verkaufbare Prämienprodukte“ nennt das Hürter reichlich trocken. Dahinter verstecken sich Namen wie Tommy Schleh, Pedro Del Mar und DJ Shah. Das Brüdergespann Del Mar und Shah moderiert montags von 20.00 bis 24.00 Uhr die Sendung „mellomania de luxe“ - ihre international bekannte, bunt-prominente Mischung aus bestem UK- und Benelux-Mellow-Trance.

„The Klubbingman“ Tommy Schleh legt am Dienstag auf. Seine Sendung „Welcome to the Club“ hat sich inzwischen auch zu einer erfolgreichen Veranstaltungsreihe in den Diskotheken profiliert. Ein willkommener Nebeneffekt für den Kommerzsender Sunshine-Live, der die Kasse reichlich klingeln lässt.

### Ein prominenter Überläufer

Ein besonderes Highlight ist jedoch zweifelsohne die Sendung „MaxiMal“ mit Tillmann Uhrmacher am Donnerstag. Mit dem erfolgreichen DJ ist Sunshine-Live ein Glücksgriff sondergleichen gelungen. Schließlich war seine Sendung „MaxiMal“ die erste und damit älteste Danceshow im deutschen Radio und neben Steve Masons „Radio Show“ auf BFBS dazu auch noch die beliebteste. Zugegeben, damals vielleicht kein Kunststück, denn die Auswahl war auf UKW ja äußerst dürftig. Trotzdem: Mit „MaxiMal“ ging Uhrmacher in Deutschland nun mal völlig neue Wege. Am 2. Juni 1990 fiel der Startschuss für Uhrmachers Radioschöpfung, damals noch bei der Konkurrenz. Fast elf Jahre wurde die Sendung über die Antennen von RPR

Charly in Aktion.



1 ausgestrahlt, dann wurde sie plötzlich eingestellt. Funkstille? Nicht für Uhrmacher, denn der wechselte eben mal flüssig elegant zu Sunshine-Live. Während bei der Konkurrenz die Leitungen heiß liefen und es Hörerproteste durch das Telefon hagelte, warb man in Schwetzingen bereits Hände reibend mit Uhrmachers erfolgreichem Format. „RPR1 MaxiMal mit Tillmann Uhrmacher auf Sunshine Live“ - so nannte man es sogar ganz ungeniert. „Das war schon wirklich einmalig“, freut sich Hürter noch heute über den prominenten Überläufer. Inzwischen wurde „MaxiMal“ zu einer unendlichen Erfolgsgeschichte. Ob „MaxiMal“ er Traxx-Genuss oder Live-Übertragungen aus den besten Clubs der Republik – die Hörer kleben an den Apparaten.

### DJs als Premiumprodukte

Die „Premiumprodukte“ zahlen sich selbstverständlich kräftig aus. Denn prominente DJs verfügen eben auch über exzellente Kontakte in die Szene und ziehen entsprechend große Namen an. Etwas, wovon Sunshine-Live äußerst erfolgreich profitiert: Westbam, Paul van Dyk, Dr. Motte, Marusha, Robert Miles oder Jam & Spoon sind keine Seltenheit im Sunshine-Studio. Namen, die später auch auf den selbst produzierten und frisch gepressten CDs erscheinen. Fünf CDs pro Jahr kommen dabei locker zusammen. Dazu gesellt sich weiterer Kommerz: Vom Cappy bis zum Pullover oder der Regenjacke, dazu Tassen, Taschen oder Arschrutscher. Kein unwesentliches Zusatzgeschäft! Tatkräftige, finanzielle Unterstützung findet der Sender dabei in der jungen Hörerschaft. Satte 67 % sind zwischen 14 und 29 Jahre alt. Neue Schallplatten, CDs und Tonbänder – das ist ihre Kauf- und Interessenwelt. „Schranz-Mix“, „Mellomania“ oder der neueste „Sunshine-Live“-Mix, alles aus dem Programm wird geschickt und kräftig abgesetzt. Der Kommerz setzt sich auch im Programm hörbar durch. Das Gewinnspiel „Sunshine-Live – The Riddle“ – rattert einmal pro Stunde von 6.00 bis 18.00 Uhr über den Äther, dazwischen gibt es Werbung für die nächste Veranstaltung und Werbung von den Sponsoren. Die Infos und neuesten Trends kommen dennoch nicht zu kurz, auch wenn sie äußerst knapp gehalten werden. Video-, Computer- oder Kinocheck, Internet und Telefonie – alles Themen, die die Jugend eben interessieren.

es einen Zusammenhang zwischen der Angst vor Arbeitslosigkeit und der Zunahme von Schönheits-OPs bei Männern“, flötet Paddy gut gelaunt ins Mikrofon, „ja, das kann ich gut verstehen. Auch ich hatte Angst vor dem Arbeitsplatzverlust. Klar, ich hab mich auch verschönern lassen. Ich wurde gleich am Mischpult angenäht. Hua, hua, hua“, dröhnt er durchs Studio.

Dazwischen fallen auch schon mal kritische Töne wie zum Beispiel von Moderator Charlie. Ein 14-Jähriger habe in einem Klassenzimmer um sich geschossen, tönt es aus den Nachrichten. „Alles klar. 14 und ne Knarre“, bemerkt Charlie reichlich fassungslos und setzt hinzu: „Ey Leute, ich fand Lehrer früher auch nie Klasse, aber was sich da inzwischen abspielt, das ist ja echt nicht mehr feierlich.“ Doch solche Statements sind die absolute Seltenheit. Schließlich spielt Musik die unangefochtene Hauptrolle im Programm. Wörtlich zur Sache geht es eigentlich nur im „Hörertalk“ - im „Checkpoint“ zwischen 11.00 und 13.00 Uhr. „Da wird ein aktuelles Thema aus Society oder Politik einfach mal unmittelbar diskutiert“, erklärt Hürter, „zum Beispiel so was wie Jugendarbeitslosigkeit.“ Die Betonung liegt dabei auf dem Wort „Jugend“. Passend zum jugendlichen Programm, passend zu den jugendlichen Inhalten, passend zur jugendlichen Moderation.

### Das Publikum reift nach

Umso überraschender erscheint Hürters Aussage, die Altersgruppe würde für ihn keine Rolle mehr spielen. „Für uns ist die Musik wichtig, und da ist es wurscht, wie alt die Hörer sind.“ So viel Dance-Besessenheit, das klingt aus dem Mund des inzwischen 54-jährigen nur bedingt glaubwürdig. Und immerhin hat der Sender früher mit Oldie-Schinken begonnen und erfuhr nur aufgrund rein kommerzieller Überlegung die überfällige Verjüngungskur. Doch Hürter bleibt konsequent: „Na, schön, dass wir jung sind. Schön, dass die Zielgruppe viel Geld hat. Aber es ist ein positiver Nebeneffekt, den wir nicht mehr anstreben.“ Über solche Ansichten kann man streiten, zudem sie wenig überzeugend wirken. „Wir vermuten ja, dass unsere Zielgruppe mit den Jahren auch immer älter wird, da es im Jugendbereich immer wieder neue Musikkulturen geben wird“, versucht Hürter klarzustellen. „Wir haben uns nun mal der elektronischen Musik verschrieben. Wer weiß? Vielleicht spielen wir damit eines Tages sogar wieder „Oldies“, zwinkert er. Ein pikanter Gedanke. Ob Sunshine-Live dann allerdings immer noch mit elektronischer Musik durch den Äther knallt, das bleibt abzuwarten.



Revolutionsführer:  
Michael Hürter.



Susa schreibt den  
Wortbeitrag.

### Musik sagt mehr als tausend Worte

17 feste und 30 freie Mitarbeiter – keiner von ihnen älter als 35 - sorgen dabei für den nötigen Pfiff. So wie Paddy und Eric, das Team der Morningshow „Breakfast Club“ die von 6.00 bis 10.00 Uhr läuft. „Angeblich gibt