

Radio Kreis Wesel

VERANSTALTERGEMEINSCHAFT FÜR LOKALEN RUNDFUNK IM KREIS WESEL e.V.
D 4130 MOERS 1 - LEIBNIZSTR. 10 - TEL. 02841 - 35743

An den
Hauptausschuß
des Landtages NRW
Ständehausstr. 1
4000 Düsseldorf 1

LANDTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN
10. WAHLPERIODE

ZUSCHRIFT
10/1579

Stellungnahme für den Hauptausschuß, öffentliche Anhörung am 5.11.1987,
obiger Veranstaltergemeinschaft

zum
Rundfunkänderungsgesetz

Gesetzentwurf der Landesregierung - Drucksache 10/2358
" " CDU-Fraktion " 10/2361
" " F.D.P. " " 10/2362

Zu 1. ja

Zu 2. ja

Zu 3. ja

Zu 4. ja, um so mehr, wenn die 5. Hörfunkkette dem WDR übertragen wird. An den Bestimmungen des § 31 sollte festgehalten werden. Die geltenden Vorgaben ermöglichen in den meisten Kreisen und Kreisfreien Städten einen auch wirtschaftlich leistungsfähigen Rundfunk. Lokaler Rundfunk gründet seine Akzeptanz auf der Identifikation der Hörer mit "ihrem" Sender. Eine Ausweitung der Verbreitungsgebiete über die kommunalen Grenzen hinaus, wird zu Akzeptanzproblemen führen.
Wo ein wirtschaftlicher Lokalrundfunk nicht machbar ist, sollte der Gesetzgeber die Vorgaben des § 24 Abs. 2 LRG für den Hörfunk von acht auf fünf Stunden eigenproduziertes Programm senken.

Die örtlichen Werbemärkte werden durch den Lokalfunk so gut wie nicht beeinträchtigt, wie Untersuchungen in der Schweiz nach 3 1/2 Jahren Praxis bestätigen. Sowohl Zeitungsverleger als auch Kommunen wollen in der Mehrheit ihre Anteile wahrnehmen.

Zu 5. Die Mitglieder der Veranstaltergemeinschaften mußten und müssen sich sachkundig machen. Diesen Wissensvorsprung versuchen die Verleger zu nutzen, um das Zwei-Säulen-Modell in ein Ein-Säulen-Modell umzuwidmen und die VG's zu Programmbeiträgen für einen kleinen Teil der täglichen Gesamtendzeit zu degradieren. Jedoch ist inzwischen nicht nur die Sachkenntnis, sondern auch das Selbstbewußtsein in den VG's gewachsen, so daß durchaus die Hoffnung besteht, auf der Grundlage sachlicher Argumente, im Konsens aller Beteiligten, einen attraktiven Integrationsrundfunk zu erreichen. Dies kann und wird nur in fairer Partnerschaft möglich sein, die allen dient und allen die gleiche Möglichkeit des Verdienens gibt.

Es bedarf keiner grundsätzlichen Änderung des Landesrundfunkgesetzes. Es genügen die mit der Novellierung beabsichtigten Klarstellungen und Präzisierungen unter Berücksichtigung folgender Vorschläge:

§ 2 Abs. 2 "Lokale Programme sind Rundfunkprogramme, die in einem örtlich begrenzten Verbreitungsgebiet (§ 31) hergestellt oder zusammengestellt werden und für dieses Verbreitungsgebiet oder einen Teil davon bestimmt sind".

"oder zusammengestellt" ist zu streichen.

Damit wird sichergestellt, daß die lokalen Programme auch vor Ort produziert werden.

§ 5 Abs. (2) 2. Veranstaltergemeinschaften, deren Mitglieder oder gesetzliche oder satzungsmäßige Vertreter zugleich gesetzliche Vertreter der in Nummer 1 ausgeschlossenen juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder Personen sind, die zu den in Nummer 1 ausgeschlossenen Personen des öffentlichen Rechts in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis in leitender Stellung stehen, mit Ausnahme der leitenden Mitarbeiter der Volkshochschule. Dieser Halbsatz ist hinzuzufügen, um Auslegungen zu vermeiden. Im § 24 Abs. 4 N. 4 wird - unter Bezugnahme auf § 5 Abs. 2 - die Volkshochschule als kommunale Einrichtung ausdrücklich als Programmveranstalter zugelassen.

Der Gesetzgeber hat damit zu einen seinem Willen Ausdruck verliehen, den kulturellen Auftrag des lokalen Rundfunks zu fördern, zum anderen und vor allem macht er damit aber auch deutlich, daß die Programmbeileiligung der kommunalen Einrichtung Volkshochschule, nicht dem Prinzip der Staatsferne entgegensteht.

Nach Geist und Logik des Gesetzes muß diese Regelung auch auf den Leiter der Volkshochschule angewandt werden, der ja insgesamt nicht schlechter gestellt sein kann, als die Einrichtung, der er vorsteht.

§ 26 Absatz 2 Punkt 7. Die Bestimmung kann auf fünf Jahre befristet werden. Diese Regelung schafft Mitglieder unterschiedlichen Rechtes. Die Begrenzung ist sinnvoll und sollte auf alle Mitglieder ausgedehnt werden. Vorschlag neu:

Die Bestimmung ist auf 5 Jahre zu befristen.

§ 34a Zuschüsse

Absatz 1 - 3 sind zu streichen. Folgende neue Fassung:

(1) Die LFR fördert Programmbeiträge zu offenen Kanal im Lokalrundfunk nach § 33 a, im Rahmen ihres Haushaltplanes, durch Zuschüsse zur Errichtung und Einrichtung von Studios, sowie von Produktionseinrichtungen für den laufenden Betrieb, den technischen Kosten der Deutschen Bundespost für die Zuführung und Verteilung der Programme, sowie Kosten zur sachgerechten Handhabung der technischen Einrichtung für offene Kanäle. Sie kann derartige Zuschüsse auch für Fernsehbeiträge nach § 33 a gewähren. Ferner kann sie Zuschüsse im offenen Kanal in Kabelanlagen (§ 34 Abs. 6) gewähren. Die Zuschußbeträge sind im Haushaltsplan der LFR getrennt auszuweisen.

(2) Die Zuschüsse werden auf Antrag gewährt. Antragsberechtigt sind Arbeitsgemeinschaften von Volkshochschulen und Fördervereinen nach § 26 Abs. 3. Die Sachwerte sind bei den Volkshochschulen zu inventarisieren. Allen Personen und Personengruppen nach § 24 Abs. 4 ist Zugang zu den Einrichtungen der Arbeitsgemeinschaft zu gewähren. Absatz 4 wird Absatz 3.

Begründung:

Bleibe es bei dem alten 34 a, so würden nur fertige Beiträge gefördert. Es muß aber erst eine Infrastruktur für den offenen Kanal errichtet werden, damit Gruppen eine Förderung erfahren, die die Produktion von Beiträgen erst noch erlernen wollen. Das Produzieren von Rundfunkbeiträgen soll Hobby bleiben, wie Tennis- oder Klavierspielen. Nur die Voraussetzungen sollte man schaffen, um arbeiten zu können, nicht das Arbeiten honorieren. Eine Bezuschussung von Programmbeiträgen könnte zu Mißbräuchen führen, ähnlich der Entwicklung der "Lohnsteuerhilfsvereine". Sind die sächlichen Voraussetzungen bei der Volkshochschule (neutraler Träger) angesiedelt und die personellen beim Förderverein, so ist ein Mißbrauch öffentlicher Gelder so gut wie ausgeschlossen.

Die Haftungsfreistellung der Mitglieder der VG sollte gesetzlich geregelt werden.

Zu 6. ja

Kein Verein und keine Standesorganisation mit ehrenamtlichen Vorstand arbeitet heute ohne eine Kraft, die die laufenden Geschäfte führt. Ein Betrieb, der eine lokale Rundfunkstation betreibt, ist darauf angewiesen, daß ständig ein Ansprechpartner vorhanden ist.

1. Notwendige Voraussetzungen schaffen:

- a. Lohnsteuernummer beim Finanzamt beantragen
- b. Sozialversicherungsnummer beantragen
- c. Versicherungsfragen klären
 - Berufsgenossenschaft, Haftpflicht -

2. Arbeitsverträge mit allen Mitarbeitern vorbereiten

Lohn- und Gehaltsbuchhaltung sicherstellen
Personalsachbearbeitung sicherstellen
Finanzbuchhaltung sicherstellen
Etatüberwachung sicherstellen
Dienstreisen genehmigen und abrechnen
Anschaffungen im Rahmen des Haushalts tätigen

3. Die Rolle als Arbeitgeber beinhaltet insbesondere, auch auf die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen zu achten, dazu gehören:

Betriebsstättenverordnung
Jugendarbeitsschutzgesetz
Gewerbeaufsicht
Betriebsverfassungsgesetz
Tarifrecht
Arbeitsrecht
Versicherungsfragen

4. Im Betrieb des lokalen Rundfunks muß die Zuständigkeit geklärt werden für

Genehmigung von Dienstreisen
Genehmigung von Fortbildungen/Weiterbildungen

Genehmigung von Urlaub
Disziplinarrecht
Abmahnungen, Verweise, Kündigungen

Sichergestellt werden muß darüber hinaus,
daß die sich aus der Satzung des Vereins ergebenden Rechte und
Pflichten eingehalten werden
daß die Einladungen zu Vorstandssitzungen und Sitzungen der Ver-
anstaltergemeinschaft fristgerecht erfolgen
daß die Sitzungen ausreichend vorbereitet sind
daß der notwendige Informationsfluß zwischen den Angestellten des
Lokalradios und dem Arbeitgeber (Veranstaltergemeinschaft) sicher-
gestellt wird.

Nach dieser Aufstellung komme ich zu dem Ergebnis, daß die umrissenen
Punkte, nur dann verantwortlich sichergestellt werden können, wenn ent-
sprechendes Personal eingestellt wird.

Zu 7. Hier gibt es gegensätzliche Rechtsauffassungen. Da nach BGB 7 Per-
sonen einvernehmlich einen Verein gründen können, und der Gesetzge-
ber im LRG zur Gründung 8 Mitglieder vorschreibt, müssen nur 8 Mit-
glieder der Satzung zustimmen. Den so von der Gründung ausgeschlos-
senen Personen bleibt danach eine Frist zum Vereinsbeitritt unter An-
erkennung der Satzung. (§ 26 Abs. 2 Satz 6)
Um Minderheiten nicht auszugrenzen wäre es angebracht, die Zahl der
Gründungsmitglieder von 8 auf 11 zu erhöhen; vorausgesetzt, man
schließt sich dieser Rechtsauffassung an.
Geht man davon aus, daß Einstimmigkeit aller Anwesenden notwendig
ist, so sind Vorkehrungen zu treffen, daß nicht ein oder zwei Per-
sonen eine Gründung auf Dauer unmöglich machen.

Zu 8. Ein landesweites Rahmenprogramm ist weder unter Werbeökonomischen
noch unter publizistischen Gesichtspunkten sinnvoll. Ein solches
Rahmenprogramm mit lokalen Fenstern, womöglich noch mit regionalen
Zusammenschlüssen (nach Vorschlag der Rheinischen Verleger), hat mit
dem Gesetz für den lokalen Rundfunk nichts mehr gemein. Die Programm-
höhe der Veranstaltergemeinschaft wird ausgehöhlt und ad absurdum
geführt.
Hat man einmal überlegt, warum es in Bayern kein Rahmenprogramm gibt?

3 1/2 Jahre Lokalfunkerfahrung in der Schweiz sprechen eine andere
Sprache. Hier können alle Lokalstationen gegen eine symbolische Gebühr
von SFR 50,-- im Jahr alle Sendungen ohne Sperrvermerk der SRG über-
nehmen. Anfänglich hatte man dies auch getan. Merkte aber schnell,
daß damit keine Hörerbindung zu erzielen war. Nur noch kleine Sender,
mit einem Einzugsgebiet von ca. 100.000 Einwohnern, übernehmen noch
die Nachrichten und ab und an eine Magazinsendung. Jedoch nie mehr
als 5 Stunden pro Tag. Sollen wir hier die Fehler noch einmal machen?
Ein lokaler Sender kann nur überleben, wenn der Hörer ihn als "seinen
Sender" begreift, mit dem er bereit ist, zu kommunizieren. Ein lan-
desweites Rahmenprogramm ist da wenig hilfreich.

Aber auch aus wirtschaftlichen Erwägungen ist ein Rahmenprogramm abzulehnen. Die Gelder der Werbewirtschaft haben ungeschmälert bei der Betriebsgesellschaft vor Ort anzukommen. Einerseits im Interesse auch des kommunalen Anteils, andererseits im wohlverstandenen Interesse der Veranstaltergemeinschaft, die dieses Geld für das Programm vor Ort benötigt. Verdient werden darf nur in der Betriebsgesellschaft vor Ort, nicht schon auf dem Wege dorthin!

Um der Werbewirtschaft gleichmäßige Bedingungen zu schaffen, einigen sich alle VG's auf einheitliche Werbezeiten. Die Betriebsgesellschaften errichten eine gemeinsame Buchungsstelle. Dies gibt der Werbewirtschaft auch die Möglichkeit, nur in Teilen des Landes zu werben. Als Beispiel sei hier genannt: Funkkombi Nord, Funkkombi Charivari. Um nicht nur von Prognosen und Vermutungen auszugehen, sind diesem Schreiben die Bilanz, Erfolgsrechnung und weitere Unterlagen des Lokalsender Radio Eulach, Winterthur beigelegt. Wie Sie aus den Berichten der Begleitforschung der Schweizer Lokalsender wissen, haben sich diese unterschiedlich entwickelt. Die einen mehr hin zum Musiksender mit nur noch wenig lokalem Bezug (Radio 24, Zürich), die anderen zum lokalen "Dortbrunnen" wie Radio Eulach. Hier wird ein 24-Stundenprogramm einschließlich Nachrichten alleine produziert. Dies bei nur 20 Minuten Werbung pro Tag (mehr ist nicht erlaubt). Gesendet wird seit dem 01.01.1984. Wenn man diese Unterlagen gelesen hat, wird man über die Kosten eines Senders und auch über die Werbeeinnahmen etwas anders denken.

Wenn nun argumentiert wird, daß ein Rahmenprogramm notwendig sei, um schnell die Einschaltungen der Markenartikelindustrie zu erhalten und daß damit das Risiko geschmälert würde, so könnten wir uns dem nur unter folgenden Bedingungen anschließen:

- a) Das Rahmenprogramm ist im wesentlichen Musikteppich mit Nachrichten. (Die redaktionelle Arbeit wird ja vor Ort geleistet) Die Kosten für ein solches Programm dürfen maximal DM 5.000.000,-- betragen.
- b) Keine Gewinne in der Produktions- und Akquirierungsgesellschaft. Die Einnahmen müssen ungeschmälert der Betriebsgesellschaft vor Ort zufließen. (Es kann nicht angehen, daß sich ein Partner der Betriebsgesellschaft schon im Vorwege bedient)
- c) Die VG ist nur verpflichtet die Werbung zu übernehmen.
- d) Den Veranstaltergemeinschaften ist ein angemessener Einfluß in der Produktions- und Akquirierungsgesellschaft einzuräumen.

Zu 9. Für den Lokalfunk eine notwendige Entscheidung.

Für die VG Radio Kreis Wesel e.V.

Klaus Eberz, Vorsitzender

WHO IS WHO

Geschäftsführer: Günter Heuberger
Programmplanung: Christian Kuhn
Chefredaktor: Hans Peter Forster
Verkaufsleiter Wintimedia: Guido Capecci

ADRESSE

Radio Eulach AG, Zentrum Neuwiesen, Postfach 600, 8401 Winterthur
Telex 896150, Videotex * 2323 #

VERKAUF VON WERBEZEIT

Regional
WINTIMEDIA
AG für Medienarbeit
Rudolfstrasse 9
8401 Winterthur
052/23 34 54

National
Radiotele AG
Olgastrasse 10
Postfach
8023 Zürich
01/2520111

Tarif

1 Sekunde	Fr. 8.--
10 Sekunden	Fr. 80.--
15 Sekunden	Fr. 120.--
20 Sekunden	Fr. 160.--
30 Sekunden	Fr. 240.--

usw.

Spotproduktion

1 Sprecher	Fr. 150.--
2 Sprecher	Fr. 250.--
Zusätzliche Musik	Fr. 150.--

TRÄGERVEREIN

Präsident: Hans-Jacob Heitz, Postfach 81, 8402 Winterthur

FAN - CLUB

Präsidentin: Barbara Salzmann, Vordenwiesweg 10, 8488 Turbenthal

SENDEGEBIET

Stadt und Bezirk Winterthur, Bezirk Bülach, Bezirk Uster, Bezirk Pfäffikon, Bezirk Hinwil, Bezirk Andelfingen, Teile Kanton Thurgau.
Ergänzende Verbreitung über Kabelnetze.



PHILOSOPHIE

Radio Eulach will

- mit einem 24-stündigen Lokalfunkprogramm über das vielfältige Geschehen in der Stadt und der Region Winterthur berichten,
- künstlerische, gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Aktivitäten in der Region fördern,
- lebensfrohe, tolerante und konstruktive Grundeinstellungen und Verhaltensweisen unterstützen.

PROGRAMM

24 - Stunden-Programm mit aktuellen Informationen aus der Stadt, der Region, dem In- und Ausland.

Schwerpunkte

- Ausführliche Informationssendungen (07.00, 12.15, 18.00, 23.00 Uhr)
- zweistündige Magazine am Vor- und Nachmittag mit viel Musik, Lebenshilfe, Tips, Quiz und Wettbewerben,
- starker Einbezug der Hörer in das Programm (Offener Kanal, Hörerbox, Wunschkonzert, Lebenshilfe, Leuejagd),
- Spezialsendungen: Klassik Club, Italo Club, Spanisch Club, Jazz-Club, Country Club, Gospel Club, Rappenspalter (Wirtschaftsmagazin), Wintitours (Tourismomagazin), Under öis (Ausländersendung), Musicorner (Jugendradio).

Musik

- Populäre Unterhaltungsmusik («beautiful music»),
- 22.00 Uhr: Specials.

ZIELGRUPPE

7 - 70-jährige Hörer im Versorgungsgebiet (ca. 250'000 Einwohner)

ORGANISATION

AG mit einem Aktienkapital von Fr. 600'000.--. Breit abgestützter Trägerverein. Fan-Club.

Unser Produkt

Auf AVANTI 86 folgt FORZA 87

Das neue Programmkonzept AVANTI 86, welches als Hauptpunkte den Ausbau der regionalen Berichterstattung und die Schaffung des Nachtkuriers um 23.00 Uhr umfasste, erfüllte schon nach kurzer Zeit unsere Erwartungen. Besonders erfreulich war, dass das neue Programmkonzept alle Mitarbeiter motivierte, ihre Leistungen weiter zu verbessern.

Aus diesen Gründen lag es auf der Hand, schon frühzeitig die Programmplanung für 1987 an die Hand zu nehmen. Wie im Vorjahr, wurde auch das Programmkonzept FORZA 87 in ein breites Vernehmlassungsverfahren geschickt. Der Grundkonsens «Wir bringen das, was die Hörer heute in der Region Winterthur interessiert», war schnell gefunden. Spätestens nach dem Chemieunfall von Schweizerhalle war auch jedermann klar, dass mit Schwergewicht die Leistung am Wochenende erhöht werden musste. Radio Basilisk hatte damals für alle Lokalradios bewiesen, dass totales Engagement und Flexibilität der Mitarbeiter die in festen Geleisen fahrende öffentliche Sendeanstalt um Längen schlagen.

Noch weitere Studioräumlichkeiten

Die Investitionen in das Studio 2 im Vorjahr brachten vor allem für die Produktion der Werbespots und für die Aufzeichnung von später ausstrahlenden Sendungen erhebliche Vorteile. Zurückhaltend sind wir dagegen immer noch mit Aussenübertragungen. Das Gebot, nur attraktive Anlässe zu übertragen, schränkt die Auswahl in unserer doch grossen Region ziemlich ein. Deshalb haben wir die Anschaffung eines Studiowagens weiter hinausgeschoben.

Investiert haben wir dafür in ein kleineres Studio 3 in unseren Büroräumlichkeiten. Damit ist es der Redaktion möglich, unabhängig von den Studios 1 und 2, komplette Sendungen, sei es mit Studiogästen oder mit Telefoninterviews, zu produzieren. Am gleichen Standort wurde auch ein weiterer Schnittplatz eingerichtet. Die Vorteile der weiteren Aufteilung der Produktionsmittel sind in den ersten Monaten 1987, mit den nochmals erhöhten Anforderungen des Programmkonzeptes FORZA 87 in allen Bereichen, so richtig zum Tragen gekommen.



RADIO EULACH AG
 Zentrum Neuwiesen
 Postfach 600
 8401 Winterthur
 Telefon 052 22 82 21
 Telex 896 150

Verkauf von Werbezeit:
WINTIMEDIA
 AG für Medienarbeit
 Rudolfstrasse 9
 8401 Winterthur
 Tel. 052 23 34 54 Telex 896 150

1. Allgemeine Hörer

Konzessionsgebiet Radio Eulach

Sender	Prozent	Projektion
DRS 1	48%	75'000
Radio Eulach	35%	55'000
DRS 3	32%	50'000
SWF 1	14%	22'000
SWF 3	13%	20'000
DRS 2	11%	17'000

2. Gestrige Hörer

Konzessionsgebiet Radio Eulach

Sender	Prozent	Projektion
DRS 1	34%	53'000
Radio Eulach	19%	30'000
DRS 3	13%	20'000
DRS 2	4%	6'000

3. Tages-Reichweite

Konzessionsgebiet Radio Eulach

Sender	Prozent	Projektion
DRS 1	33%	51'000
Radio Eulach	15%	23'000
DRS 3	9%	14'000
Ausl. Sender	8%	12'000
DRS 2	1%	2'000

4. Radio-Nutzung

Konzessionsgebiet Radio Eulach

In Minuten pro Kopf der Bevölkerung

Sender	Minuten
DRS 1	35
Radio Eulach	28
DRS 3	14
Ausl. Sender	11
DRS 2	1

Quelle: SRG-Medienstudie 1986 (August 1986)



1. Direktempfang in Voll-Stereoqualität

Das Kerngebiet mit 20 km Durchmesser umfasst folgende Gemeinden: Bülach, Bachenbülach, Winkel, Kloten, Bassersdorf, Nürensdorf, Lufingen, Embrach, Oberembrach, Freienstein, Teufen, Rorbas, Dättlikon, Pfungen, Brütten, Lindau, Wangen-Brüttisellen, Dietlikon, Illnau-Effretikon, Kyburg, Weisslingen, Elsau, Wiesendangen, Bertschikon, Ricktenbach, Dinhard, Adlikon, Andelfingen, Humlikon, Henggart, Hettlingen, Dägerlen, Seuzach, Neftenbach, Dorf, Volken, Buch am Irchel, Winterthur

2. Zusätzliche Empfangsgebiete

An das Kerngebiet angrenzende Regionen: Bezirk Uster, Bezirk Pfäffikon, Bezirk Hinwil, Bezirk Andelfingen

Verkauf

314

Von 64 auf 80 Stunden Werbung

Bevor der Bundesrat am 22. Oktober 1985 die Werbezeit erhöht hatte, erhoben sich auch in unserer Branche Stimmen, dass die vorgesehene Erhöhung der Werbezeit nur den grossen Stationen in Zürich und Basel nützen würde. Das Gegenteil ist wahr! Als mittleres Lokalradio hat Radio Eulach sehr von der Werbezeiterhöhung profitiert. Die 25 Prozent mehr Werbezeit wurden vom Markt praktisch absorbiert. Die Auslastung blieb mit 79,2% 1986 gegenüber 79,4% 1985 praktisch unverändert. Die 16 Stunden mehr Werbung hätten uns ohne Werbezeiterhöhung eine Auslastung von 99% ergeben. Das bedeutet, dass wir in den werbestarken Monaten April, Mai, September, Oktober, November und Dezember aufgrund der monatlichen Werbelimiten die Kunden gleich reihenweise hätten abweisen müssen.

Die Folgen wären für uns verheerend gewesen: Abwanderung der Werbegelder an die Printmedien und an die weniger gefragten Lokalradios! Der Ausbau des Programms wäre stark gefährdet. Wir verfolgen die Entwicklung im Werbebereich aufmerksam. Sollte der Trend weiter Richtung ausverkaufte Werbezeit gehen, müssten wir noch vor der zu erwartenden Lockerung der Gesetzgebung einen politischen Vorstoss in dieser Sache unternehmen.

Steigerung regional...

Mit dem weiteren Anstieg der in der Region Winterthur verkauften Werbung um fast 20 Prozent, sind wir sehr zufrieden. Besonders die Winterthurer Auto- garagen haben uns 1986 entdeckt. Die dauernde Präsenz der Mitarbeiter der Wintimedia AG an den Ausstellungen und weiteren Anlässen der Garagisten hat schliesslich Früchte getragen. Auch die Stadtverwaltung Winterthur zählt unterdessen zu unseren Kunden. Obwohl ein Radio nie ein amtliches Publikationsorgan werden kann und soll, freut uns dieser Vertrauensbeweis doch sehr. Das Gros der Kunden sind aber nach wie vor die vielen mittleren und kleineren Geschäfte, die wir mit individueller Betreuung immer wieder zufrieden stellen können.

... und national

Die Zunahme der Werbezeitverkäufe an nationale Kunden betrug 40%. Langsam scheint sich in der Werbebranche herumzusprechen, dass Winterthur, mindestens im Bereich der elektronischen Medien, ein Werbemarkt zweiter Klasse (wie Bern, Luzern und St. Gallen) und nicht dritter Klasse (wie Biel, Schaffhausen und Zug) ist. Auch die Strategie national auf verschiedenen Gleisen (Radiotele, Zuri Pool, Nordostschweizer-Pool) zu fahren, hat voll durchgeschlagen. Trotzdem haben wir uns auf Jahresende wieder neu orientieren müssen. Einerseits haben wir die Zusammenarbeit mit der Radiotele AG verlängert, andererseits wurde der Zuri Pool durch Radio Z gekündigt. Unser Tarifaufschlag hätte diesen medienpolitisch interessanten Pool verteuert. Für die Kündigung des Pools haben wir aber Verständnis, weil Radio Z mit Radio 24 in einem harten Konkurrenzkampf steht, in dem Tarifunterschiede eine wichtige Rolle spielen. Auch in diesem Punkt hat uns die wirtschaftliche Stärke geholfen. Früher wären wir unweigerlich in die Arme von Radio 24 getrieben worden. Die grössten Kunden im nationalen Bereich kommen ausgerechnet aus der Medienbranche (Zürcher Tageszeitungen, Sonntagszeitungen, Familienzeitschriften).

Kommentar zur Jahresrechnung

BILANZ

Aktiven

Allgemeines

Die Gesamtktiven haben im Berichtsjahr um Fr. 31 539 zugenommen. Sie betragen neu Fr. 780 518.

Umlaufvermögen

Eine markante Veränderung hat sich beim Umlaufvermögen ergeben, das mit Fr. 603 918 um Fr. 156 939 über dem Vorjahreswert liegt. Bei den mit Fr. 374 800 ausgewiesenen Anderen Aktiven handelt es sich um kurzfristige Festgeldanlagen.

Anlagevermögen

Als Folge der bescheidenen Investitionen im Jahre 1986 und der Abschreibungen von Fr. 149 535 reduzierte sich der Nettobuchwert des Anlagevermögens auf Fr. 176 000.

Passiven

Fremdkapital

Die gute Liquiditätslage erlaubte uns, die Kreditoren und kurzfristigen Verbindlichkeiten weiter zu senken. Unter den Passiven Abgrenzungen und Rückstellungen sind die am Bilanzerstellungstermin bekannten Verbindlichkeiten angemessen erfasst.

Eigenkapital

Unter Berücksichtigung des Reingewinnes 1986 von Fr. 112 406 ergibt sich nach Verrechnung des Verlustvortrages aus dem Vorjahr von Fr. 64 593 ein Eigenkapital vor Gewinnverwendung von Fr. 647 813.

ERFOLGSRECHNUNG

Betriebsrechnung

Der Betriebsertrag 1986 beträgt Fr. 1 295 490 und liegt um Fr. 47 723 über dem Vorjahr. Eine erfreuliche Steigerung ist bei unserer Haupteinnahmequelle, den Werbespots, zu verzeichnen, die um Fr. 188 416, bzw. 13,3%, auf neu Fr. 1 604 053 zugenommen haben. Wie schon im Jahr 1985 ist vor allem die Entwicklung im regionalen Bereich positiv zu erwähnen.

Aufwand

Die Personal- und Programmkosten belaufen sich auf Fr. 824 590. Die reinen Personalkosten betragen Fr. 673 247 (Vorjahr: Fr. 596 415), was auf den Personalausbau im Zusammenhang mit den Programmverbesserungen (AVANTI 86) zurückzuführen ist.

Die übrigen Aufwandpositionen halten sich durchwegs im Rahmen unseres Budgets. Die Abschreibungen belaufen sich auf 27% des Anlagewertes der Investitionen.

Jahresabschluss per 31. Dezember 1986 (mit Vergleichszahlen 1985)

ERFOLGSRECHNUNG	1986	1985
	Fr.	Fr.
Ertrag		
Betriebsertrag		
Werbespots	1 604 053	1 415 637
Anderer Betriebsertrag	<u>50 687</u>	<u>124 406</u>
	1 654 740	1 540 043
Erlösminderungen	<u>-359 250</u>	<u>-292 276</u>
	<u>1 295 490</u>	<u>1 247 767</u>
Übriger Ertrag		
Diverse Einnahmen	17 919	11 242
Beiträge Trägerverein, Fan-Club, Gönner	<u>23 473</u>	<u>15 000</u>
	<u>41 392</u>	<u>26 242</u>
Total	<u>1 336 882</u>	<u>1 274 009</u>
 Aufwand		
Personal- und Programmkosten	824 590	742 553
Übriger Betriebsaufwand	132 860	167 713
Büro- und Verwaltungskosten	114 889	104 086
Abschreibungen	149 535	164 104
Steuern	<u>2 602</u>	<u>1 863</u>
	<u>1 224 476</u>	<u>1 180 319</u>
Gewinn	112 406	93 690
Total	<u>1 336 882</u>	<u>1 274 009</u>

Jahresabschluss per 31. Dezember 1986 (mit Vergleichszahlen 1985)

BILANZ	1986	1985
Aktiven	Fr.	Fr.
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	147 637	84 504
Forderungen und Guthaben	81 481	99 145
Andere Aktiven	<u>374 800</u>	<u>263 330</u>
	<u>603 918</u>	<u>446 979</u>
Anlagevermögen		
Studio- und Sendeanlagen	150 000	266 000
Büromobiliar und -maschinen	24 000	31 000
Übriges Anlagevermögen	<u>2 600</u>	<u>5 000</u>
	<u>176 600</u>	<u>302 000</u>
Total	<u>780 518</u>	<u>748 979</u>
Passiven	Fr.	Fr.
Fremdkapital		
Kreditoren und kurzfristige Darlehen	26 780	60 145
Passive Abgrenzungen/Rückstellungen	<u>105 925</u>	<u>153 427</u>
	<u>132 705</u>	<u>213 572</u>
Eigenkapital		
Aktienkapital	600 000	600 000
Verlustvortrag 1985	- 64 593	
Reingewinn 1986	<u>112 406</u>	<u>- 64 593</u>
	<u>647 813</u>	<u>535 407</u>
Total	<u>780 518</u>	<u>748 979</u>