

Westdeutscher Rundfunk Köln
Anstalt des öffentlichen Rechts

An den
Landtagspräsidenten NRW
Herrn Karl-Josef Denzer
Postfach 11 43

4000 DÜSSELDORF 1

Der Intendant

Appellhofplatz 1
Postfach 10 19 50
5000 Köln 1
Telefon (02 21) 2 20-21 00/1/2/3
Telegramme WDR Köln
Telefax 220 48 00
Telex 8 882 575

LANDTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN
10 WAHLPERIODE
ZUSCHRIFT
10/1641

Köln , 11. November 1987

Gesetz zur Änderung des Gesetzes über den "Westdeutschen Rundfunk Köln" und des Rundfunkgesetzes für das Land Nordrhein-Westfalen (Rundfunkänderungsgesetz)

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,
lieber Herr Denzer,

anlässlich der öffentlichen Anhörung des Hauptausschusses des Landtags am 5. November 1987 ist auch die Ausarbeitung "Werbepotential für den lokalen Hörfunk" von Herrn Manfred Nauwerk (Zuschrift 10/1600), die sich in Abschnitt 2 auch mit dem WDR beschäftigt, verteilt worden. Diese Zuschrift bedarf aus Sicht des WDR der Korrektur.

Die Darstellung von Herrn Nauwerk orientiert sich zunächst an den allgemein zugänglichen Angaben der ARW-Planungsdaten (Arbeitsgemeinschaft Rundfunkwerbung). Dort sind für die durchschnittliche Werbestunde in WDR 2 und WDR 4 sowohl die Hörerdaten auf der Basis der Medienanalyse 1987 als auch die sogenannten "Tausendhörerpreise" korrekt dargestellt.

Grundsätzlich sind auch die Einschätzungen der Nettoumsatzerlöse akzeptabel, die bei einem Verkauf von

täglich 40 Minuten mit 66 Mio DM pro Jahr,

bzw. täglich 60 Minuten mit DM 100 Mio DM

beziffert werden. Ich muß allerdings darauf hinweisen, daß es sich hier um die von der Werbetochter WWF erzielten Nettoumsatzerlöse handelt und nicht um Erträge, die dem Westdeutschen Rundfunk etwa nach Abzug von Kosten und Steuern verbleiben.

Unzulässig ist es aber, bei einer Aufstockung der Werbezeit von 60 auf 90 Minuten täglich die Nettoumsatzerlöse einfach linear fortzuschreiben. Die bisher 60 Minuten Werbung in WDR 2 und WDR 4 konnten nahezu ausschließlich in den Prime-times (Spitzenwerbezeiten) verkauft werden; diese sind aber nicht beliebig vermehrbar. Deshalb sind vergleichbare Preise für weitere 30 Minuten Werbung auch tatsächlich nicht zu erzielen. Selbst wenn die zusätzlichen 30 Minuten Werbezeit ganz oder zum großen Teil in WDR 1 plaziert würden, also die Hauptwerbezeiten auch in diesem Programm belegt werden könnten, beläuft sich der Nettoumsatz des Westdeutschen Rundfunks auf 114 Mio DM, auf keinen Fall aber auf 150 Mio DM, wie es in der Zuschrift des Heinen-Verlages behauptet wird.

Die hier dargestellten Eckwerte waren folgerichtig auch Grundlage der Beschlüsse des WDR-Rundfunkrats zur Einführung der Hörfunkwerbung und bildeten die Grundlage der durch ihn vorgenommenen Festlegung des Finanzrahmens, wie er in der mittelfristigen Finanzplanung seinen Ausdruck gefunden hat.

Die Nettoumsatzerlöse von 114 Mio DM stehen dem WDR nicht uneingeschränkt zur Verfügung.

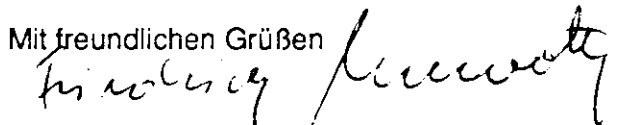
Nach Abzug der

- Eigenkosten der Werbegesellschaft,
- der Vergütungen an GEMA und GVL,
- der Kosten des Rahmenprogramms einschließlich der Abspiel- und Ausstrahlungskosten,
- der Gewerbesteuer und
- der 50 %-igen Körperschaftssteuer,

bleiben dem Westdeutschen Rundfunk 33,8 Mio DM pro Jahr. Da die Rahmenprogrammkosten von 18,9 Mio DM von der WWF erstattet werden, ergibt sich für den WDR aus 90 Minuten Hörfunkwerbung täglich ein jährlich zu erwartender Nettoertrag von 52,7 Mio DM.

Ich wäre Ihnen dankbar, wenn Sie diese WDR-Stellungnahme an den gleichen Verteiler weiterleiten könnten, der die Ausarbeitung von Herrn Nauwerk erhalten hat. Der Einfachheit halber sind 150 Exemplare beigefügt.

Mit freundlichen Grüßen



Friedrich Nowotny

Nachrichtlich Herrn Prof. Dr. Friedhelm Farthmann
Vorsitzender des Hauptausschusses des Landtags NRW