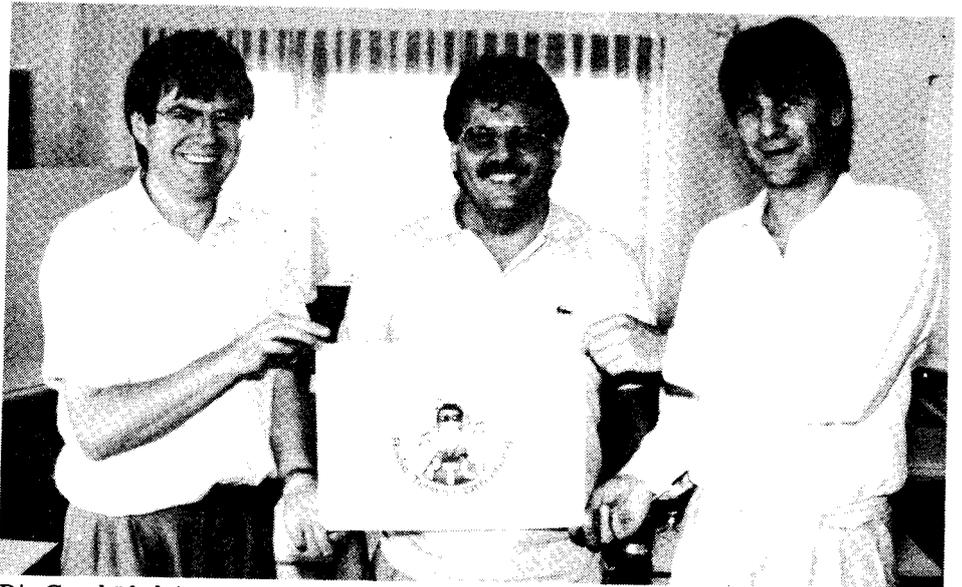


abend sind Oldies mit Informationen aus längst vergangenen Tagen von Heribert Bender zu hören.

Radio Telstar Offenburg versteht sich als Alternative zu SWF 3. Formatradio heißt bei den Offenburgern ein durchgängiges festes Mischungsverhältnis von besten Oldies und aktuellsten Hits. Zu festen Zeiten erfolgen die Werbeblöcke und auch die Nachrichten aus Stadt, Kreis und Land und die Redaktionsbeiträge mit O-Tönen. In Anbetracht der nur 4,5 stündigen täglichen Sendezeit wird auf regelmäßige Weltnachrichten und Verkehrsdurchsagen verzichtet. Diese werden nur aufgrund besonderer Ereignisse redaktionell aufgegriffen.

In der Sendung „RTO dreht auf“ sind neben dem Musikprogramm hauptsächlich allgemeine Verbraucherinformationen, Tips zum Alltag und Kochrezepte zu hören. In der Zeit von 12.00 bis



Die Geschäftsleitung:
von links: Frank Leonhardt, Darinko Nogolica, Gerd Zimmermann

Vorstand der Landesanstalt für Kommunikation hat über die Vergabe weiterer Lizenzen an neue, private Hörfunkveranstalter beraten und entschieden.

Der Vorstand der Landesanstalt für Kommunikation hat auf einer ganztägigen Sitzung am Samstag (29. August 1987) über insgesamt 24 Lizenzentscheidungen für die Zulassung neuer, privater Programmveranstalter auf lokalen und regionalen Frequenzen beraten und Entscheidungen getroffen. Auf dem Regionalsender Raichberg ist eine Zulassung der Antragsteller Radio RT 4 GmbH & Co. (Reutlingen) und der Lokal Regional Funk GmbH & Co. KG i.G. (Marburg) beschlossen worden. Diese Entscheidung steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch den Medienbeirat. Dies erklärte der stellvertretende Vorsitzende des LfK-Vorstandes, Klaus Haischer, am Dienstag (1. September 1987) in Stuttgart.

Ausführlich befaßte sich der Vorstand auf seiner Sitzung auch mit der Lizenzvergabe auf den Regionalsendern Blauen, Aalen, Hornisgrinde, Buchen/Walldürn und Bad Mergentheim. Bei diesen Sendern ist eine weitgehende Einigung zwischen den jeweiligen Antragstellern erreicht worden, ohne daß allerdings bisher ein verbindlicher und notariell beurkundeter Gesellschaftsvertrag der neu zu gründenden Lizenznehmergesellschaften vorgelegt worden ist.

Der Vorstand hat beschlossen, über die genannten Regionalfrequenzen auf seiner Sitzung am 21. September 1987 zu entscheiden und die Antragsteller aufgefordert, rechtzeitig die notwendigen gesellschaftsrechtlichen Vereinbarungen vorzulegen.

Für den Regionalsender Schwarzer Grat (Höchst) und die Lokalsender Bietigheim, Bretten, Stuttgart, Esslingen, Kirchheim, Leonberg, Reutlingen, Heilbronn, Baiersbronn, Horb, Nagold, Freudenstadt, Calw, Rottweil und Villingen-Schwenningen hat der LfK-Vorstand die Führung von Einigungsgesprächen zwischen den jeweiligen Bewerbern beschlossen, um entsprechend seinem Grundsatzbeschluß gemeinsame Lizenznehmergesellschaften zwischen den Antragstellern zu fördern und damit ein Splitting zu vermeiden.

Wie Haischer abschließend erklärte, habe sich der Vorstand auch mit den Ergebnissen der Sitzung des Medienbeirates vom 27. August 1987 befaßt. Der Vorstand gehe davon aus, daß auf der nächsten Sitzung des Medienbeirates am 28.9.1987 erneut über die Regionalsender Karlsruhe und Heidelberg sowie den noch nicht behandelten Lokalsender Tübingen beraten und entschieden werde.

13.30 Uhr erfolgen aktuelle Meldungen und Berichte aus Offenburg und dem Ortenaukreis sowie aus der Landeshauptstadt Stuttgart. Gegen Ende der Sendung werden Kino-, Fernseh- und Veranstaltungstips geboten.

Am Abend zwischen 19.00 und 21.00 Uhr wird zusammenfassend informiert, was im Laufe des Tages los war. Danach folgen Tips und Informationen weniger für die Junggebliebenen, sondern mehr für die Jungen. Das Ganze ergänzen Ausgeh- und Veranstaltungstips. Je nach Anlaß wird in dieser Sendezeit auf die eine oder andere Veranstaltung auch ausführlicher eingegangen.

Stolz sind die RTO-Macher auf die hörerintensive und werbeträchtige Mittagszeit. Bisher hat sich auch schon gezeigt, daß gerade an dieser Sendezeit werbetreibende Firmen interessiert sind. Trotz der hohen Werbewirksamkeit bietet RTO sehr günstige Werbetarife. So kostet eine Werbesekunde nur eine Mark. Dazu Darinko Nogolica: „Wir haben festgestellt, daß nicht wenige Privatradiobianbieter sich bei den Werbeeinnahmen von überzogenen Vorstellungen haben leiten lassen. Der berühmte break-even point wurde unnötig hoch angesetzt, so daß von vornherein mit entsprechend hohen Werbeeinnahmen gerechnet werden mußte.“ Laut Geschäftsführer Nogolica muß mindestens in Fünf-Jahres-Zeiträumen gedacht werden. Das heißt, es gilt eine Finanzpolitik, die es erlaubt, den lokalen und regionalen Werbemarkt langsam und mit Bedacht zu erschließen. Nogolica: „Wir möchten uns als verlässliche und dauerhafte Partner empfehlen.“ Demnach will der RTO-Geschäftsführer den derzeitigen Werbesekundenpreis als den „Preis zum Kennenlernen“ verstanden wissen. „Und kennenlernen wollen uns gottlob inzwischen, nach der relativ kurzen Sendezeit, viele.“

Bernd Tragner