Konzessionsgesuch für ein über T-DAB verbreitetes Radioprogramm

1. Zusammenfassung und Übersicht

Gesuchsteller

Anton Schaller
Arosastrasse 5
8008 Zürich

anton.schaller@ukommunikation.ch oder schaller@filmfabrik.tv

Art der geplanten Veranstaltung

Sprachregionales Radioprogramm.

Verbreitung

Auf der Basis von DAB2 (terrestrisch) und Internetstream.

Name des Programms

Vorläufiger Arbeitstitel: „Radio plus“

Schwerpunkt des Programms

Bei Radio plus handelt es sich um ein 24-stündiges Radioprogramm, das sich hauptsächlich an die Zielgruppe 50plus richtet. Diese Zielgruppe wird künftig immer wichtiger und auch mit neuen, digital verbreiteten Medien vertraut sein. Bis jetzt wird für diese Zielgruppe aber noch kein terrestrisch verbreitetes Radioprogramm gemacht. Radio plus will diese Lücke auffüllen und dieser Generation ein altersspezifisches Radioprogramm bieten, das aus Musik und zielgruppenspezifisch aufbearbeiteten Informationen besteht. Unter Ausnutzung von bestehenden Strukturen (z.B. Zürcher Senioren- und Rentnerverband und analoge Vereinigung in der ganzen Schweiz) kann eine Community aufgebaut werden, die neben Print auch Internet in Anspruch nimmt und über diese Kanäle geführt und gepflegt wird. Dieser Ansatz ist ein wesentlicher Bestandteil des Projektes und wird für die Erreichung dieser programmlich und werblich interessante Altersgruppe in den kommenden Jahren immer wichtiger.

Finanzierung

Das Programm von Radio plus wird durch Werbung und Sponsoring finanziert. Es ist allerdings davon auszugehen, dass der Werbemarkt nur zögerlich auf neue digitale und sprachregionale Radioprogramme reagieren wird. Deshalb soll zum Zeitpunkt der Detailplanung auch geprüft werden, wieweit die erwähnten Institutionen und Verbände ins Projekt und dessen Finanzierung eingebunden werden können und sollen.

Kosten

		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
Investitionen		100'000	70'000	70'000
Betriebskosten		250'000	300'000	400'000

Sendestart

Der Sendestart ist für den Zeitpunkt vorgesehen, da die Sendeinfrastruktur bereit ist, also etwa 2008. Seitens Radio plus kann er rund neun Monate nach Konzessionserteilung aufgenommen werden.

2. Identität des Gesuchstellers

2.1 Allgemeine Angaben zum Gesuchsteller

a. Gesuchsteller:

Anton Schaller, Publizist, Präsident des Zürcher Senioren und Rentnerverbands ZRV
Arosastrasse 5
8008 Zürich

b. Der Sitz wird Zürich sein.

c. Vertreter gegenüber dem BAKOM ist

Anton Schaller
Arosastrasse 5
CH-8008 Zürich

Tel. 044 422 26 60, Handy 079 350 80 92, anton.schaller@ukommunikation.ch oder schaller@filmfabrik.tv

2.2 Organisation und Zusammensetzung

a. Der Gesuchsteller führt heute die Einzelfirma ukommunikation, ist VR-Präsident der filmfabrik AG.

b. Für Radio plus wird eine Aktiengesellschaft gegründet. Für die Produktion wird die Radio plus AG mit einem lokalen Sender in der Region Zürich einen Zusammenarbeitsvertrag anstreben, so dass die Investitionen möglichst gering gehalten werden können.

c. die Ombudsstelle wird zu einem späteren Zeitpunkt bestimmt.

2.3 Tätigkeit des Gesuchstellers im Bereich des Medienwesens

a. Der Gesuchsteller ist als Präsident des ZRV Mitherausgeber des Magazins 50plus, als Dozent an den St. Galler Business Schools und als Berater im Medienbereich tätig

b. Anton Schaller ist Mitinhaber der filmfabrik AG und Präsident des Verwaltungsrates. Die filmfabrik AG realisiert bereits heute

3. Programm

3.1 Art des geplanten Radioprogramms;

a. genaue Beschreibung des Programms

Das Programm von Radio plus ist ein 24-Stunden-Programm, das zielgruppenorientierte Musik und viel dazugehörige Information umfassen wird. Es richtet sich an die Zielgruppe 50plus, für die das Medienangebot insgesamt und jenes im Bereich der elektronischen Medien insbesondere noch wenig ausgebaut ist, vergleicht man es mit dem Potential, das die Zielgruppe aufweist. Radio plus soll deshalb ein erstes Radioprojekt sein, das sich ausdrücklich an diese Generation richtet, die noch sehr aktiv ist, über ausreichend Zeit und oft auch finanzielle Mittel verfügt. Die Generation der 50 plus hat dementsprechend besonders auf sie zugeschnittene Unterhaltungs- und Informationsbedürfnisse, die mit diesem Radioprojekt gezielt erfüllt werden sollen.

Der Programmraster von Radio plus wird ausdrücklich auf den Tagesauflauf der Zielgruppe ausgerichtet sein, der sich von jenem der Berufsaktiven deutlich unterscheidet. Dementsprechend wird die Primetime sowohl den Morgen, den Mittag und den Abend umfassen. Ergänzt wird das Programm von Radio plus durch Informationen, die ebenfalls stufengerecht aufbereitet werden, und die das Interesse für das Geschehen in der unmittelbaren Umgebung und der Welt wecken sollen. Verschiedene Kulturangebote, die das Zusammengehörigkeitsgefühl der Zielgruppe fördern, werden das Programm von Radio plus und das Leben in der Community ergänzen.

b. zeitlicher Umfang, Inhalt und Struktur des Programms (Schwerpunkte, Zielpublikum)

Das Programm von Radio plus dauert an sieben Tagen pro Woche 24 Stunden und wird eine gut dosierte Mischung aus Musik und Wortbeiträgen, aus Informationen und Community-News sein. Im Vergleich zu anderen Radioprogrammen wird der Wortanteil in Bezug auf Inhalt und Umfang eine besondere Bedeutung haben. Das Programm von Radio plus wird überdies eingebettet in eine Internetcommunity.

c. Anteil Sendungen, die sich inhaltlich direkt auf das Versorgungsgebiet beziehen (gemessen an der Gesamtsendezeit, in Prozenten);

Alle Sendungen beziehen sich direkt auf das Sendegebiet, die Deutsche Schweiz. Dies ist Voraussetzung für eine funktionsfähige Community. Der Bezug zum Sendegebiet betrifft sowohl die Wortbeiträge wie auch die Communityinhalte. Es ist ausserdem unerlässlich, dass auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die das Programm von Radio plus gestalten werden, einen unmittelbaren Bezug zum Sendegebiet haben.

Um das Programm von Radio plus optimal auf die Zielgruppe auszurichten, ist auch eine enge Zusammenarbeit mit entsprechenden Verbänden (Schweizerischer Seniorenrat SSR, Schweizerischer Verband für Seniorenfragen SVS, VASOS und der Pro Senectute) vorgesehen. Ausserdem sollen möglichst viele Programmbestandteile von Senioren für Senioren gestaltet werden.

d. benötigte Datenrate

Für das Programm von Radio plus ist eine Datenrate von maximal 64Kbs (voraussichtlich 48kbs) vorgesehen. Dabei gehen wir davon aus, dass Radio plus seinen Sendebetrieb bereits auf der Basis von DAB2 aufnehmen kann. Dies ist Voraussetzung, damit die Verbreitungskosten niedrig gehalten und das Projekt finanziell überhaupt möglich wird.

e. Zeitraum für die Realisierung des Angebotes

Radio plus kann sein Programm rasch aufbauen und seinen Betrieb sechs Monate nach Konzessionserteilung aufnehmen.

3.2 Produktion

a. Anzahl Studios, Grösse und Standort
1 Sendestudio und Arbeitsplätze für die Vor- und Nachbereitung der Sendungen, 1 Internetarbeitsplatz für die Führung der Community. Als Strandort ist Zürich vorgesehen.

b. Vorgesehene Anzahl Stellen, aufgeschlüsselt nach den Bereichen Redaktion, Technik, Administration und Werbeakquisition;

Es ist vorgesehen, Radio plus vorerst mit 250% Stellenprozenten zu gestalten, die direkt dem Programm zugeordnet sind. Zudem wird das Team von Radio plus verschiedene Leistungen vom Zusammenarbeitspartner übernehmen.

Radio plus wird mit verdienten Senioren aus dem Medienbereich zusammenarbeiten. Der Sender eignet sich besonders für Teilzeit beschäftige Seniorinnen und Senioren.

Für die Werbeakquisition wird mit etablierten Werbeunternehmungen zusammengearbeitet.

c. Angaben über Veranstalter, mit denen eine regelmässige Zusammenarbeit im Programmbereich geplant ist. Natur (Information, Kultur, Unterhaltung) und Umfang der geplanten Zusammenarbeit; Angabe der regelmässigen Bezugsquellen für weitere nicht selbst produzierte Programmbestandteile (Programmhersteller).

Soweit möglich und sinnvoll, ist eine Zusammenarbeit mit einem lokalen Sender vorgesehen

3.3 Leistungsauftrag

a. Konkrete programmliche Beiträge zur Erfüllung des Leistungsauftrages im Sinne von Artikel 93 Absatz 2 der Bundesverfassung;

Artikel 93 Absatz 2 der Bundesverfassung fordert, dass insbesondere Radioprogramme „zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung“ beitragen. Sie sollen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone berücksichtigen.

Der Gesuchsteller von Radio plus ist sich dieses Auftrags bewusst und richtet das Programm ausdrücklich an die Generation 50plus, insbesondere der deutschsprachigen Schweiz. In Sprache und Musikauswahl wird diesem Umstand Rechnung getragen. Neben generationengerechter Unterhaltung soll der Bezug zwischen Zielgruppe und ihrem politischen, kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Umfeld hergestellt werden. Das heisst, dass die Themen, die zur Sprache kommen, einen Bezug zur aktuellen Welt der angestrebten Hörerinnen und Hörer haben. Die angestrebte Zielgruppe soll nicht nur informiert und unterhalten werden, sondern auch einen Austausch untereinander pflegen im Bewusstsein des schweizerischen Alltags. Radio plus will dazu beitragen, dass sich diese Zielgruppe in ihrem Umfeld, in dem sie lebt, zu Recht findet und wohl fühlt. Und nicht zuletzt will Radio plus einen Beitrag zum Generationenvertrag leisten. Und Programmteile produzieren, die ausdrücklich diesem Anliegen gewidmet sind.

b. Anteil Eigenleistungen (gemessen an der Gesamtsendezeit, in Prozenten), aufgeschlüsselt nach den Kategorien Information, Kultur, Unterhaltung und Bildung;

Alle Sendungen von Radio plus sind Eigenleistungen.

c. besonderer Beitrag zur Angebots- und Meinungsvielfalt.

Es ist uns nicht bekannt, dass es auf sprachregionaler Ebene ein terrestrisch verbreitetes Radioprogramm gibt, das sich mit dieser Konzeption an die erwähnte Zielgruppe richtet. Dementsprechend wird der Beitrag hoch sein, den Radio plus zur Angebots- und Meinungsvielfalt leistet.

3.4 Innovationsbeitrag

Beitrag des Programms zur Attraktivitätssteigerung der T-DAB-Technologie:

Radio plus wird das bestehende Programmensemble optimal ergänzen. Die Ausrichtung auf die Zielgruppe 50plus wird ein Programm ermöglichen, das es in dieser Form in der Schweiz bisher nicht gibt und das von hoher Akzeptanz sein soll.

4. Finanzierung

4.1 Investitionen und Betrieb

a. Investitionskosten für die Dauer der Konzession;

Gemäss Information des Konsortium für die Förderung von DAB in der Deutschen Schweiz (nachstehend DAB-Konsortium genannt) und des Verbandes Schweizer Privatradios VSP entstehen für die Programmveranstalter für den DAB-Multiplex keine direkten Investitionskosten in das Verbreitungsnetz, weil die Finanzierung über einen Mietpreis (inkl. Verbreitung und Anteil Abschreibungen) erfolgt.

Die zu gründende Radio plus AG wird die Finanzierung der Investitionen für Hard- und Software sowie für Studio- und Sendetechnik sicherstellen:

1. Jahr CHF 100'000.—
2. Jahr CHF 70'000.—
3. Jahr CHF 70'000.—

Die jährlichen Betriebskosten des Funkkonzessionärs setzen sich gemäss DAB-Konsortium zusammen aus den Kosten für:

- Amortisation der Investitionskosten über 10 Jahre
- Mitbenutzung von Backbone und Richtstrahlzuführung SRG SSR vom Playout an die Senderstandorte
- Energie
- Betrieb/Unterhalt
- Sie umfassen insb. nicht die Signalzuführung vom Studio zum zentralen Playout (Multiplex).

Die jährlichen Betriebskosten betragen für das gesamte Verbreitungsnetz Deutsche Schweiz/Konsortium/marktorientiert (inkl. Amortisationskosten) CHF 1'558'080.-. Pro Belegung zu 128Kbs betragen die Kosten - unter der Annahme einer Vollauslastung mit neun Belegungen - für das gesamte Verbreitungsnetz Deutsche Schweiz gemäss DAB-Konsortium CHF 173'120.-.

Für Radio plus ist in den ersten 3 Jahren eine Datenrate von 48Kbs vorgesehen. Die Belegungskosten reduzieren sich somit auf CHF 57’706.- pro Jahr.

b. Betriebsbudget für das erste Betriebsjahr nach Erteilung der Konzession;

Das Betriebsbudget von Radio plus wird im ersten Jahr CHF 250'000 betragen. Diese Aufwendungen decken in erster Linie Personalkosten und die Infrastrukturkosten. Die Personalkosten werden sehr tief sein, weil Radio plus mit vielen Freiwilligen arbeiten wird. Die Personalaufwendungen sollen erst in den Folgejahren massvoll gesteigert werden, vorausgesetzt, das Programm und die DAB-Technologie finden beim Publikum Akzeptanz.

c. Finanzplan für die ersten drei Jahre, Business- und Liquiditätsplan;

Für den Betrieb von Radio plus sind für die ersten drei Betriebjahren jährliche Aufwendungen von CHF 300'000 bis 500`000 vorgesehen.

d. Angaben über geplante jährliche Einnahmen aus Werbung, Sponsoring und sonstige Einnahmen.

Da die DAB-Technologie bisher in der Schweiz auch empfängerseits noch kaum verbreitet ist, können keine verbindlichen Aussagen über die Refinanzierung am Markt gemacht werden

4.2 Eigene und fremde Mittel;

a. Angaben über eigene Mittel;

Die Finanzierung von Radio wird durch die zu gründende Radio plus AG geleistet werden.

b. Angaben zu den beauftragten Werbe- und Sponsoringakquisitionsgesellschaft(en).

Für die Akquisition von Werbung und Sponsoring wird Radio plus entsprechende Offerten bei Vermarktern einholen.

5. Informationen zu besonderen Pflichten

a. Einhaltung des geltenden Rechts, insbesondere der arbeitsrechtlichen Vorschriften und der Arbeitsbedingungen in der Branche;

Radio plus wird alle Verträge nach Schweizerischem Recht abschliessen und sich an die arbeitsrechtlichen Vorschriften und Arbeitsbedingungen der Branche halten.

b. Trennung der redaktionellen Tätigkeit von den wirtschaftlichen Aktivitäten des Unternehmens.

Die redaktionellen Tätigkeiten von Radio plus sind getrennt von den wirtschaftlichen Aktivitäten der Gesuchstellerin. Die programmliche Hoheit liegt bei der Programmleitung von Radio plus. Es gelten die gängigen publizistischen Leitsätze.

6. Verbreitung

a. Angaben zu allfälligen Vorbereitungen im Hinblick auf die Programmverbreitung;

Übernahme der Verbreitungsverantwortung im Rahmen einer Funkkonzession.

b. Allfällige Zusammenarbeit mit andern Bewerbern betreffend den gemeinsamen Betrieb der Verbreitungsinfrastruktur (Sender, Multiplex).

Die Radio plus AG wird an der Zusammenarbeit für einen gemeinsamen Betrieb der Verbreitungsinfrastruktur interessiert. Jedoch wird gewünscht, dass der Multiplex von keinem branchenfremde Unternehmen (IT-Branche, Telekommunikations-Branche) betrieben wird.

7. Zusammenarbeit

a. Angaben zu einer allfälligen Zusammenarbeit mit der SRG im Hinblick auf die Zusammenstellung des Programmensembles;

Das Programm von Radio plus richtet sich an eine Zielgruppe, die heute von keinem anderen Anbieter, auch nicht von der SRG explizit bedient wird. Es drängt sich deshalb keine Absprache mit der SRG auf.

b. Angaben zu einer allfälligen Zusammenarbeit mit weiteren Bewerbern im Hinblick auf die Zusammenstellung des Programmensembles.

Die gleiche Aussage gilt auch für die Zusammenarbeit mit anderen Bewerbern. Sollte eine solche hingegen sinnbringend sein, ist die Radio plus grundsätzlich offen dafür.

Zürich, den 30. Dezember 2006

Der Gesuchsteller: