



Radio 24
Das Lokalradio für Zürich und die Region

Daniel Riner Dr.iur.
 Christoph Dumartheray lic.iur.
 Roman Schnyder Dr.iur.*
 Thomas Rieder lic.iur.
 Jascha Schneider-Marfels Dr.iur.

ADVOKATUR



NOTARIAT

im Anwaltsregister eingetragene Advokaten / Anwältinnen
 Mitglieder der Anwaltskammer Basel
 und des Schweizerischen Anwaltsverbandes

Einschreiben
 BAKOM
 Zukunftstrasse 44
 Postfach
 2501 Biel

Basel, 4. Dezember 2007

Gesuch

in Sachen

Radio 24 AG, c/o Tamedia AG, Werdstrasse 21, 8004 Zürich
 vertreten durch Dr. Jascha Schneider-Marfels, Steinentorstrasse 13, Postfach 204,
 4010 Basel

Gesuchstellerin

betroffend
Konzessionierung Radio 24

Steinentorstrasse 13
 Postfach 204 4010 Basel

Telefon 361 225 94 00
 Fax 361 272 75 05

Postkonti: Riner 40-04130-2 Dumartheray 40-162163-8
 Schnyder 40-187618-7 Rieder 40-07190-0 SchneiderM 40-40777-0

Inhaltsverzeichnis

I. Rechtsbegehren.....	4
II. Formelles	4
III. Materielles.....	5
1. Zusammenfassung	5
2. Identität der Gesuchstellerin	7
2.1 Allgemeine Angaben zur Gesuchstellerin.....	7
2.2 Organisation und Zusammensetzung.....	7
2.3 Tätigkeit der Gesuchstellerin im Bereich des Medienwesens.....	13
2.4 Angaben zu den einzelnen an der Unternehmung Beteiligten.....	15
3. Programm.....	18
3.1 Art des geplanten Radioprogramms	18
3.2 Leistungsauftrag.....	19
3.3 Produktion	46
4. Finanzierung	54
4.1 Eigenkapital.....	54
4.2 Fremdkapital.....	55
4.3 Plandaten	55
4.4 Ertragsberechnung	55
4.5 Zusammenfassung mit Kennzahlen	58
5. Informationen zu besonderen Pflichten	58
6. Verbreitung	60
7. Zusatzdienste	60
8. Weitere Bemerkungen und Ausführungen.....	63

I. RECHTSBEGEHREN

Es sei der Gesuchstellerin eine Konzession für ein UKW-Radio mit Leistungsauftrag und ohne Gebührenanteil für die Region 23 (Versorgungsgebiet Zürich-Glarus) zu erteilen.

II. FORMELLES

1. Der Unterzeichnete ist gehörig bevollmächtigt.

Beweis	Vollmacht	Beilage 1
---------------	-----------	------------------

2. Mit öffentlicher Ausschreibung vom 4. September 2007 hat das BAKOM im Auftrag des UVEK den Bewerbern für Radio- und Fernsehkonzessionen Frist bis 5. Dezember 2007 gesetzt, ein Exemplar der integralen Bewerbungsunterlagen in Papierform zu senden und ein Exemplar in elektronischer Form an rtv-ausschreibung@bakom.admin.ch zu mailen. Das vorliegende Gesuch wird somit frist- und formgerecht eingereicht.

Beweis	Postaufgabequittung	zur Edition offeriert
---------------	---------------------	------------------------------

	Sendebeleg E-Mail	zur Edition offeriert
--	-------------------	------------------------------

3. Der Aufbau des vorliegenden Gesuchs folgt strikt dem in der Wegleitung zur Einreichung von Konzessionen (Version August 2007) vorgegebenen Schema.
4. In Anwendung von Art. 43 Abs. 4 RTVV verlangt die Gesuchstellerin, dass die in der Beilage „Geschäftsgeheimnis“ angegebenen Dokumente und Angaben aufgrund eines überwiegenden privaten Interesses (Geschäftsgeheimnis) von der Weiterleitung an die interessierten Kreise ausgenommen werden.

Beweis	Geschäftsgeheimnis	Beilage 2
---------------	--------------------	------------------

III. MATERIELLES

1. Zusammenfassung

Radio 24 sendet bereits heute ein UKW-Vollprogramm mit Schwerpunkt Information und Service für den Grossraum Zürich. Angesichts dieser Positionierung ist Radio 24 kein „Formatradio“. Die Ausrichtung des Programms auf Information und Service wird auch im Falle der Neukonzessionierung grundsätzlich beibehalten – dem Raum Glarus wird jedoch mehr Beachtung geschenkt. Radio 24 richtet sich hauptsächlich an eine urbane Bevölkerung im Alterssegment 25 bis 50 Jahre. Der Sender ist ein unabhängiges Privatrado, welches Tamedia AG gehört. Die Programmgestaltung, insbesondere die Themenauswahl und -präsentation, nimmt die Gesuchstellerin nach publizistischen Kriterien und in Übereinstimmung mit dem Leistungsauftrag vor.

Radio 24 veranstaltet auch in Zukunft ein tagesaktuelles Radioprogramm, welches über die lokalen und regionalen politischen, wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhänge informiert sowie zur Entfaltung des kulturellen Lebens im Versorgungsgebiet beiträgt. Es ist sichergestellt, dass zu den Hauptsendezeiten lokale und regionale Informationssendungen ausgestrahlt werden, die in erster Linie relevante Informationen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport beinhalten, thematisch vielfältig sind, eine Vielfalt an Meinungen und Interessen wiedergeben, eine Vielfalt an Personen bzw. Personengruppen zu Wort kommen lassen und das gesamte Versorgungsgebiet widerspiegeln. Radio 24 leistet einen wesentlichen Beitrag zur Identität und zum Selbstbewusstsein der Bevölkerung im Sendegebiet. Radio 24 stellt bereits heute unter Beweis, in der Lage zu sein, seiner Pflicht als Service Public-Veranstalter nachzukommen und sämtlichen Outputkriterien gerecht zu werden.

Radio 24 erfüllt zudem sämtliche Qualifikationskriterien im Sinne der öffentlichen Ausschreibung zur Erteilung von Konzessionen mit Leistungsauftrag vom 4. September 2007. Insbesondere sind sämtliche erforderlichen Investitionen bereits erfolgt oder deren Finanzierung sichergestellt (Erweiterung Glarus), die redaktionelle Tätigkeit von den wirtschaftlichen Aktivitäten strikt getrennt, sämt-

liche Beteiligungsverhältnisse dargelegt und die arbeitsrechtlichen Vorschriften und die Bedingungen der Branche bei weitem eingehalten. Die technische Verbreitung funktioniert überdies reibungslos und die Infrastruktur der Produktionseinheiten ist „best of class“.

Radio 24 verfügt über Leistungsausweis zur Konzessionserteilung

Service Public Regionale mit hoher Qualität

- Radio 24 erbringt seit 24 Jahren einen Service Public Regionale in Zürich
- Radio 24 garantiert die journalistische Unabhängigkeit und die Redaktionsfreiheit
- Als einziges privates Radio sendet Radio 24 tagsüber halbstündliche News
- Radio 24 verfügt über eine gut ausgebaute und kompetente Redaktion mit bekannten Stimmen und über Sendeformate, die längst Kult-Status erreicht haben
- Radio 24 zahlt im Branchenvergleich überdurchschnittliche Löhne

Hohe Akzeptanz bei Zuhörern und Werbung

- Radio 24 ist in der Gunst der Zuhörer der klare Leader unter den Privatradios – sowohl in Bezug auf absolute Reichweite als auch auf die Hördauer
- Radio 24 eröffnet der regionalen Wirtschaft einen attraktiven Werbekanal und ist deshalb die klare Nummer 1 in Bezug auf die Werbeeinnahmen

Tamedia will Erfolgsgeschichte von Radio 24 fortschreiben

- Tamedia will an Radio 24 festhalten und die Erfolgsgeschichte fortschreiben
- Die Voraussetzungen für die Konzessionserteilung an Radio 24 sind aus Sicht von Tamedia damit vollumfänglich gegeben

Ferner setzt die Gesuchstellerin bereits heute sämtliche Inputfaktoren auf freiwilliger Basis um. Die bestehende Qualitätssicherung wurde verbessert, die Arbeitsbedingungen – insbesondere die Löhne – sind vergleichbar mit denjenigen der SRG, ARD und ZDF und Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden wird in überdurchschnittlichem Mass gefördert. Erwähnenswert ist neben dem Programm-Leitbild das Redaktionsstatut, welches der Redaktion journalistische, formale und wirtschaftliche Unabhängigkeit garantiert. Im Gegenzug ist sie verpflichtet, den Leistungsauftrag zu erfüllen und einen hochwertigen Journalismus zu gewährleisten.

Radio 24 trägt unabhängig von seiner Eigentümerschaft zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Sendegebiet bei. Das Programm leistet auch in Zukunft einen wesentlichen Beitrag zur Grundversorgung und gewährleistet ein vielfältiges

und professionelles Informationsangebot. Nicht zuletzt aufgrund seiner Geschichte ist der Sender heute nicht mehr wegzudenken, was sich in den aktuellen Hörerzahlen spiegelt. Radio 24 möchte seine Erfolgsgeschichte auch in Zukunft fortsetzen.

2. Identität der Gesuchstellerin

2.1 Allgemeine Angaben zur Gesuchstellerin

- a) Die Gesuchstellerin firmiert als Radio 24 AG.
- b) Sitz der Gesuchstellerin ist Zürich.

Beweis Handelsregister-Auszug Radio 24 AG

Beilage 3

- c) Vertreter bzw. zuständiges Organ gegenüber dem BAKOM ist Dr. Andreas Meili, c/o Tamedia AG, Werdstrasse 21, 8021 Zürich, Tel.: 044 248 41 11, E-Mail: andreas.meili@tamedia.ch.

2.2 Organisation und Zusammensetzung

- a) Die Gesuchstellerin ist als Aktiengesellschaft im Sinne von Art. 620 ff. OR organisiert und ordnungsgemäss im Handelsregister Zürich eingetragen. Das Aktienkapital beträgt CHF 100'000.00 und ist vollständig liberiert.

Beweis Statuten Radio 24 AG

Beilage 4

Handelsregister-Auszug Radio 24 AG

Beilage 3

- b) Als Aktiengesellschaft im Sinne von Art. 620 ff. OR verfügt die Gesuchstellerin über Generalversammlung, Verwaltungsrat und Revisionsstelle. Der Verwaltungsrat besteht aus zwei Mitgliedern, wovon einer das Präsidium ausübt. Die Statuten regeln die Einzelheiten. Die Gesuchstellerin ist als Tochterunternehmen in das Stammhaus Tamedia AG integriert. Sie verfügt über ein entsprechendes Organisationsreglement, welches die gesellschaftsrechtliche Basis für die strukturelle Eingliederung in Tamedia AG darstellt.

Organisation und Aufgabenteilung der Tamedia AG regeln deren Statuten und Organisationsreglement. Grob Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass der Verwaltungsrat der Tamedia AG die publizistische Endverantwortung für Radio 24 übernimmt, während die Unternehmensleitung operativ zuständig ist. Letztere ist in Bereiche aufgeteilt. Die Gesuchstellerin ist bis Ende 2007 im von Andreas Meili geführten UL-Bereich „Elektronische Medien“ organisiert und ab 1. Januar 2008 im von Rolf Bollmann geführten neuen UL-Bereich „Medien Zürich und Nordostschweiz“. Der Bereichsleiter ist faktisch Geschäftsführer der Gesuchstellerin. Das vollständige Organigramm ist dem Geschäftsbericht 2006, S. 9, zu entnehmen. Das künftige Organigramm befindet sich ebenfalls in der Beilage. Ferner finden sich weitere Informationen im Internet unter www.tamedia.ch sowie in der Medienmitteilung vom 2. November 2007.

Zwecks Wahrung der wirtschaftlichen Unabhängigkeit ist bereits auf organisatorischer Ebene eine strikte Trennung zwischen kommerziellen Aktivitäten und Programm statuiert. Die gesamte Akquisition der Gesuchstellerin ist in die Belcom AG ausgelagert, die ebenfalls zu 100 % der Tamedia AG gehört. Zwischen Belcom AG und Gesuchstellerin besteht weder eine personelle Verflechtung noch eine Weisungsgebundenheit. Die Umsatzverrechnung basiert auf einem Managementvertrag. Die wirtschaftliche Unabhängigkeit der Redaktion ist somit bereits auf organisatorischer Ebene festgelegt.

Das Redaktionsstatut regelt ferner die Rechte und Pflichten der Redaktion im Verhältnis zum Mutterhaus. Es dient in erster Linie dazu, eine Aufbau- und Ablaufstruktur zu schaffen, welche die Erfüllung des Programmauftrags gewährleistet und in publizistischer Hinsicht für einen Qualitätsjournalismus bürgt. Zudem sichert Tamedia AG der Redaktion – neben wirtschaftlicher – auch journalistische und formale Unabhängigkeit zu.

Markus Mager: «Absolute redaktionelle Unabhängigkeit»



«Aus Sicht des Programmleiters ist es mir ein Anliegen, auf die absolute redaktionelle Unabhängigkeit von Radio 24 innerhalb von Tamedia hinzuweisen. Sofern Kooperationen mit anderen Produkten, sei es auf kommerzieller, oder redaktioneller Basis stattfinden, sind dies Ausnahmen und werden immer von Fall zu Fall besprochen. Im Allgemeinen ist es aber so, und dies schätze ich ausserordentlich, dass die Unternehmensleitung in keiner Art und Weise in das redaktionelle Tagesgeschäft eingreift.»

Markus Mager, Programmleiter Radio 24

Der Verwaltungsrat der Tamedia AG ernennt den Programmleiter, der die journalistische Verantwortung für die Umsetzung des Programmauftrags trägt. Seine zentrale Aufgabe besteht darin, mittels der zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel in der Region Zürich ein journalistisch hochwertiges Radioprogramm im Auftrag der Öffentlichkeit zu veranstalten und die technische Verbreitung sicherzustellen. Der Bereichsleiter verfügt über die Kompetenz, die Programmleitung zu konstituieren und die übrigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einzustellen. Er kann diese Kompetenz delegieren.

Die Programmleitung besteht derzeit aus acht Mitgliedern: Dem Programmleiter sind die Verantwortlichen der Ressorts Redaktion, Sport, Kultur, Moderation/Musik sowie mittelbar die Musikredaktion unterstellt. Ferner steht dem Programmleiter ein Stab bestehend aus einer Assistentin/Ausbildungsverantwortlichen sowie einem Leiter Distribution/Technik/QS-Management zur Seite. Der Programmleiter bildet mit den Leitern Redaktion und Moderation/Musik die Chefredaktion. Weitere organisatorische Bestimmungen sind im Redaktionshandbuch festgehalten. Hinsichtlich des Aufbaus der Redaktion ist eine gewisse Flexibilität notwendig, um auf aktuelle Entwicklungen und veränderte Be-

dürfnisse (z.B. Internet, MP3, DAB) einzugehen. Die Gesuchstellerin behält sich als innovatives und kreatives Unternehmen deshalb vor, fortlaufend Anpassungen und Verbesserungen vorzunehmen.

Als erstes Zwischenergebnis ist festzuhalten, dass die notwendigen Satzungen vorhanden sind, um den Programmauftrag zu erfüllen und einen Qualitätsjournalismus für die Region Zürich und Glarus zu gewährleisten. Ferner sind die organisatorischen Rahmenbedingungen geschaffen, damit die Redaktion von den anderen Medienprodukten der Tamedia AG, der Unternehmensleitung sowie den kommerziellen Aktivitäten journalistisch unabhängig ist. In Hinblick auf Art. 45 Abs. 3 RTVG steht unter Berücksichtigung des Gutachtens von Prof. Rolf H. Weber fest, dass die Eigentumsverhältnisse aufgrund des konkreten Aufbaus und der Organisation von Radio 24 keine negativen Auswirkungen auf die Meinungs- und Angebotsvielfalt mit sich ziehen – im Gegenteil: Die journalistische Unabhängigkeit der Gesuchstellerin fördert die Vielfalt der Meinungen und Angebote und garantiert dadurch einen starken Service Public im Sendegebiet.

Beweis	Statuten Radio 24 AG	Beilage 4
	Statuten Tamedia AG	Beilage 5
	Redaktionsstatut Radio 24	Beilage 6
	Redaktionshandbuch Radio 24	Beilage 7
	Organisationsreglement Tamedia AG mit Anhängen	Beilage 8
	Organisationsreglement Radio 24 AG	Beilage 9
	Organigramm Radio 24 AG	Beilage 10
	Geschäftsbericht Tamedia AG	Beilage 11
	Handelsregisterauszug Tamedia AG	Beilage 12
	Handelsregister-Auszug Radio 24 AG	Beilage 3

Gutachten Prof. Rolf H. Weber	Beilage 13
Managementvertrag Radio 24 AG/Belcom AG	Beilage 14
Organigramm Tamedia AG ab 1. Januar 2008	Beilage 15
Medienmitteilung Tamedia AG vom 2. November 2007	Beilage 16

- c) In personeller Hinsicht bekleiden folgende Personen die leitenden Funktionen der Gesuchstellerin:

Name	Funktion	Wohnsitz oder Sitz	Nationalität
Dr. Andreas Meili	Präsident VR/Leiter elektronische Medien Tamedia AG ¹	Zürich	von Bäretswil, CH
Maurus Eugster	Mitglied VR	Dübendorf	von Rümlang und Alvaschein, CH
Markus Mager	Programmleiter	Küsnacht	von Birmenstorf AG, CH
Andreas Meier	Leiter Moderation/Musik	Zürich	Unterehrendingen AG, CH
Reto Schärli	Leiter Redaktion	Zürich	Zürich, CH
Peter Schnyder	Sportchef	Männedorf	Zürich, CH
Alex Oberholzer	Kultur	Zürich	Zürich, CH
Gerry Borer	Leiter Distribution/Technik/QS	Embrach	von Kleinlützel SO, CH
Astrid Illi	Assistenz/Ausbildung	Rüti	Zürich, CH
Ernst & Young AG	Revisionsstelle	Zürich	Keine

¹ Ab 1. Januar 2008 wird der Bereich von Rolf Bollmann, Leiter Medien Zürich und Nordostschweiz, geführt.

Im Handelsregister sind zudem Bettina Gubler, Thomas Fechtelkord und Christoph Tonini mit Kollektivunterschrift zu zweien eingetragen. Bei diesen Personen handelt es sich um leitende Mitarbeiter der Tamedia AG. Die übrige personelle Zusammensetzung der Tamedia AG, dem Mutterhaus der Gesuchstellerin, ist dem beiliegenden Geschäftsbericht für das Jahr 2006, S. 9, zu entnehmen. Die nach dem Zusammenschluss Tamedia AG/Espace Media Groupe aktuelle Besetzung der leitenden Funktionen ist dem Handelsregisterauszug zu entnehmen. Wie bereits erwähnt, gilt ab 1. Januar 2008 eine neue Struktur der Unternehmensleitung.

Beweis	Organigramm Radio 24	Beilage 10
	Handelsregister-Auszug Radio 24 AG	Beilage 3
	Geschäftsbericht Tamedia AG	Beilage 11
	Handelsregister-Auszug Tamedia AG	Beilage 12
	Organigramm Tamedia AG ab 1. Januar 2008	Beilage 15
	Medienmitteilung Tamedia AG vom 2. November 2007	Beilage 16

- d) Die Gesuchstellerin ist formal eine 100 %-ige Tochter der Belcom AG. Diese formalen Eigentumsverhältnisse stammen noch aus der Zeit Roger Schwinskis. Die Belcom AG hat keinerlei unmittelbare Möglichkeiten, auf das Programm der Gesuchstellerin einzuwirken, sondern konzertiert ihre Geschäftstätigkeit ausschliesslich auf die vom Programm strikte getrennte Vermarktung des Werberaums von Radio 24 und TeleZüri. Sowohl die Gesuchstellerin als auch die Belcom AG sind vollständig in das Mutterhaus Tamedia AG integriert. Wie bereits unter Ziff. 2.2 lit. b dargelegt, bestehen zwischen Belcom AG und der Gesuchstellerin weder eine Weisungsgebundenheit noch personelle Verflechtungen. Beide Unternehmen unterstehen operativ unmittelbar der Unternehmensleitung der Tamedia AG.

Beweis	Auszug aus dem Aktienbuch Radio 24 AG	Beilage 17
	Auszug aus dem Aktienbuch Belcom AG	Beilage 18
	Auszug aus dem Aktienbuch Tamedia Gruppe	zur Edition offeriert
	SHAB Nr. 108, 7. Juni 2007, 125. Jahrgang	Beilage 19
	Geschäftsbericht Tamedia AG	Beilage 11

- e) Aus Geschäftsbericht, Erfolgsrechnung und Bilanz des letzten Geschäftsjahres wird ersichtlich, dass die Gesuchstellerin einen Gewinn erzielt hat und zudem über das gesetzlich vorgeschriebene Eigenkapital verfügt. Dem Geschäftsbericht der Tamedia-Gruppe 2006 ist ferner zu entnehmen, dass das Mutterhaus 2006 einen substantiellen Gewinn erzielt hat und wirtschaftlich gesund ist.

Beilage	Bilanz und Erfolgsrechnung Radio 24 AG	Beilage 20
	Geschäftsbericht Tamedia AG	Beilage 11

2.3 Tätigkeit der Gesuchstellerin im Bereich des Medienwesens

- a) Die Gesuchstellerin betreibt eine Internet-Plattform und bietet diverse elektronische Informationsdienstleistungen via Mobiltelefon an (vgl. hinten Ziff. 7). Ansonsten übt sie – abgesehen von der Distribution ihres Programms im Kabelnetz – keine weiteren Tätigkeiten im schweizerischen und ausländischen Medienwesen oder in verwandten Bereichen aus. Insbesondere ist die gesamte Werbeakquisition ausgelagert.
- b) Die Gesuchstellerin ist an keinen Drittunternehmen in den unter a) angegebenen Bereichen beteiligt. Hingegen ist sie in die Tamedia AG eingegliedert, welche einerseits selber publizistisch aktiv und zudem an diversen Medienunternehmen beteiligt ist. Ein vollständige Liste der Beteiligungen per 31. Dezember

2006 findet sich im Geschäftsbericht Tamedia AG für das Jahr 2006, S. 79 f.; die Geschäftsbereiche sind detailliert auf S. 16 ff. beschrieben. Zu berücksichtigen gilt es zudem die im Jahr 2007 erfolgte Übernahme der Espace Media Groupe. Der Zusammenschluss der Firmengruppen ist derzeit formaljuristisch vollzogen und wird per 1. Januar 2008 durch eine neue Struktur der Unternehmensleitung in organisatorischer Hinsicht abgeschlossen. Bezüglich des Geschäftsfelds der Espace Media Groupe sowie ihrer Beteiligungen an Medienunternehmen wird auf ihren Geschäftsbericht 2006 verwiesen.

Übersicht über die Medien und Bereiche Tamedia

Zeitungen



Zeitschriften



E-Medien



Services



Beweis

Geschäftsbericht Tamedia AG

Beilage 11

Geschäftsbericht Espace Media Groupe

Beilage 21

- c) Die Gesuchstellerin respektive das Mutterhaus arbeiten mit diversen Medienunternehmen zusammen. Vorliegend werden die für die Gesuchstellerin relevanten Kooperationen aufgezeigt. Im Bereich Werbevermittlung handelt es sich bei den wichtigsten Partnern um: Mediasense, Publigruppe, Radiotele, Publisuisse

und IP Multimedia. Werbekombinationen finden im Swiss Radio Pool und im ZüriPool statt. Ferner liefert der Bundeshausredaktor Beiträge an andere Privatradiostationen. Radio Basilisk wird zudem – zumindest in den kommenden zwölf Monaten – mit Musikdaten beliefert. Ob und in welcher Form diese Kooperation nach der Neukonzessionierung fortgesetzt wird, ist derzeit noch offen. Für den Bereich Wetter ist MeteoNews AG verantwortlich, welche zu 100 % im Besitz des unabhängigen Zürcher Meteorologen Peter Wick steht und unter anderen – gemeinsam mit Jörg Kachelmann – die Unwetterzentrale Schweiz betreibt.

Die Gesuchstellerin sieht sich als innovatives und dynamisches Unternehmen veranlasst, flexibel und innovativ am Markt auftreten und sich den gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen anpassen zu können. Sie schliesst daher weitere Kooperationen nicht aus – ebenso wenig wie die Beteiligung an anderen Medienunternehmen oder die Ausweitung ihrer eigenen Tätigkeiten im Bereich des Medienwesens. Nur auf diese Weise kann die wirtschaftliche Stärke, welche für die Unabhängigkeit der Redaktion und die Erfüllung des Programmauftrags unerlässlich ist, beibehalten werden. Jegliche Form von Zusammenarbeit bezweckt somit auch künftig in erster Linie, wirtschaftliche Synergien zu schaffen respektive zu nutzen. Die publizistische Unabhängigkeit bleibt von diesen Kooperationen unberührt – das Redaktionsstatut schreibt nicht zuletzt auch aus diesem Grund verbindlich vor, dass die Redaktion journalistisch, formal und wirtschaftlich unabhängig ist und insbesondere über die Verwertung und Platzierung allfälliger mit Hilfe von Synergien gewonnener Informationen selbstständig entscheidet. Wie die Eigentumsverhältnisse wirken sich deshalb auch die Kooperationen unter dem Gesichtspunkt von Art. 45 Abs. 3 RTVG nicht negativ auf die Angebots- und Meinungsvielfalt im Sendegebiet aus, sondern fördern die wirtschaftliche Stärke und garantieren dadurch die Erfüllung des Leistungsauftrags. Die Gesuchstellerin versichert, in jedem Fall ihrer Melde- und Auskunftspflicht gem. Art. 16 ff. RTVG nachzukommen.

2.4 Angaben zu den einzelnen an der Unternehmung Beteiligten

- a) Die Gesuchstellerin ist formal eine 100 %-ige Tochter der Belcom AG, welche vollständig zur börsenkotierten Tamedia-Gruppe gehört. In Anwendung von Art. 20 BEHG und den Bestimmungen der Verordnung der Eidgenössischen Ban-

kenkommission über die Börsen und den Effektenhandel ist die Tamedia Gruppe verpflichtet, ihre Grossaktionäre offen zu legen (vgl. auch Geschäftsbericht 2006, S. 93).

Nach dem Zusammengehen mit der Espace Media Groupe und der damit verbundenen Kapitalerhöhung von 10'000'000 auf 10'600'000 halten folgende natürliche Personen, durchgerechnet, einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent – die übrigen Anteile befinden sich im Streubesitz:

Personalien	Wohnsitz	Natio- nalität	Aktien	Tätigkeit in den Medien
Dr. Severin Coninx	Bern	CH	1'439'154	Aktien der Espace Media Groupe
Rena Maya Coninx Supino	Zürich	CH	1'372'483	Keine
Dr. Hans Heinrich Coninx	Küsnacht	CH	1'264'117	16.67 % Beteiligung an der Vega Film AG, VRP SDA
Annette Coninx Kull	Wettswil a.A.	CH	1'256'052	Mitarbeiterin Tamedia AG

Der Vollständigkeit halber sei darauf hingewiesen, dass nach der Übernahme der Espace Media Groupe folgenden Personen gesamthaft mehr als 5 % Stimmrechtsanteile halte, derzeit jedoch noch nicht bekannt gegeben haben, ob sie gemeinsam handeln.

Personalien	Wohnsitz	Natio- nalität	Aktien
Charles von Gaffenried	Bern	CH	165'164
Franziska Reinhardt-Schwerz	Bern	CH	41'803
Erwin Reinhardt	Muri	CH	31'043
Albert P. Stäheli	Gümligen	CH	7'970
Urs Schweizer	Aarberg	CH	6'349

Guido Albisetti	Bern	CH	3'175
-----------------	------	----	-------

- b) Folgende juristischen Personen halten – nach dem Zusammenschluss mit Espace Media Groupe und der damit verbundenen Kapitalerhöhung von 10'000'000 auf 10'600'000 – durchgerechnet einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent (vgl. zum Stand per 31. Dezember 2006 auch Geschäftsbericht 2006, S. 93):

Firma	Sitz	Aktien	Zweck
Ellermann Lawena Stiftung	FL-Vaduz	735'927	Unterstützung karitativer und künstlerischer Einrichtungen.
Ellermann Pyrit GmbH	D-Stuttgart	734'979	Beteiligung an Kapitalgesellschaften und Erhaltung des Gesellschaftsvermögens.
Ellermann Rappenstein Stiftung	FL-Vaduz	620'841	Unterstützung karitativer und künstlerischer Einrichtungen.
Tweedy Browne Company LLC (total 3 Unternehmen)	New York/ Luxenburg	505'332	nicht bekannt
Montalto Holding AG	Zug	194'496	Verwaltung von Beteiligungen an in- und ausländischen Unternehmen.
Epicea Holding AG	Zug	150'000	Beteiligung an Unternehmen aller Art.

Auf Wunsch kann die Gesuchstellerin von den beteiligten Unternehmen weitere Unterlagen betreffend Zusammensetzung des Gesellschaftskapitals sowie Organigramme einfordern und dem UVEK respektive BAKOM einreichen.

Beweis	Handelsregister-Auszug Tamedia AG	Beilage 12
	Geschäftsbericht Tamedia AG	Beilage 11
	Auszug aus dem Aktienbuch Tamedia Gruppe	zur Edition offeriert
	SHAB Nr. 108, 7. Juni 2007, 125. Jahrgang	Beilage 19

- c) Es existieren keine natürlichen und juristischen Personen, die der Gesuchstellerin Kredite im Umfang von mindestens einem Viertel von deren Eigenkapital gewähren.

Beweis	Bilanz und Erfolgsrechnung Radio 24 AG	Beilage 20
---------------	--	-------------------

3. Programm

3.1 Art des geplanten Radioprogramms

- a) Radio 24 sendet ein UKW-Vollprogramm mit Schwerpunkt Information und Service für den Grossraum Zürich und künftig auch Glarus. Es richtet sich hauptsächlich an eine urbane Bevölkerung im Alterssegment 25 bis 50 Jahre. Radio 24 ist ein unabhängiges Privatrado, das die Programmgestaltung, insbesondere die Themenauswahl und -präsentation, nach publizistischen Kriterien und in Übereinstimmung mit dem Leistungsauftrag vornimmt. Radio 24 leistet einen wesentlichen Beitrag zur Identität und zum Selbstbewusstsein der Bevölkerung im Sendegebiet. Zum detaillierten Programmbeschrieb inklusive Programmrasster vgl. hinten Ziff. 3.2.b).
- b) Das gesamte Programm ist grundsätzlich zu 100 % auf das Versorgungsgebiet

ausgerichtet. Beim Gesamtanteil des gesprochenen Wortes beziehen sich mindestens 75 % direkt auf das Versorgungsgebiet. Das Musikprogramm wird an repräsentativen Hörern aus dem Versorgungsgebiet ausgetestet. Der Anteil an Schweizer Musik liegt bei rund 15 bis 20 %. Trotz der Musiktests ist Radio 24 aufgrund seines stark auf Information und Service ausgerichteten Programms kein „Formatradio“, wie im Folgenden gezeigt wird.

3.2 Leistungsauftrag

a) Input

Vorweg ist festzuhalten, dass Radio 24 bereits heute sämtliche in der öffentlichen Ausschreibung vom 4. September 2007 unter 4.3.2 beschriebenen Input-Voraussetzungen (Prozessmanagement) freiwillig umgesetzt hat und praktiziert.

Sicherung der redaktionellen Qualität

Als Tochterunternehmen der Tamedia AG ist die Gesuchstellerin in ein börsenkotiertes Mutterhaus integriert, welches sehr hohe Compliance-Standards setzt. Sie verfügt daher über ein ausgereiftes Qualitätssicherungssystem, welches über Jahre gewachsen ist und sich als praxistauglich erwiesen hat. Als Beweis kann die Tatsache angeführt werden, dass gegen Radio 24 seit Bestehen noch nie eine Aufsichtsbeschwerde vor der UBI erhoben worden ist. Radio 24 hat dieses System im Hinblick auf die Neukonzessionierung geringfügig angepasst. Die Gesuchstellerin erklärt sich bereit, mit dem BAKOM ihr Qualitätssicherungssystem weiterzuarbeiten und zu verbessern.

Im Wesentlichen setzt die Gesuchstellerin Total Quality Management auf Redaktionsstufe um (vgl. Wyss Vincent, Qualitätsmanagement im Journalismus: Das Konzept TQM auf Redaktionsstufe) und folgt den Vorgaben der Branche (Verband Schweizer Privatradios). Die strukturellen Grundlagen der Qualitätssicherung (Organisation und Aufgabenverteilung) regeln die Statuten sowie die Organisationsreglemente (vgl. vorne Ziff. 2.2 b). Die inhaltlichen und formalen Qualitätsziele sind in folgenden Dokumenten hinreichend definiert und festgehalten:

Zentrale Bedeutung kommt dem Redaktionsstatut zu, welches die Rechte und

Pflichten der Redaktion im Verhältnis zur Unternehmensleitung, dem Verwaltungsrat sowie den übrigen Redaktionen der Tamedia AG regelt. Oberste Gebote stellen die Pflicht zum Qualitätsjournalismus sowie die Unabhängigkeit der Redaktion dar. Bei beidem handelt es sich aus der Sicht der Gesuchstellerin um notwendige Voraussetzungen, die gewährleisten, dass Ereignisse sachgerecht dargestellt werden und die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck kommt. Nur auf diese Weise kann die Informationsqualität gewährleistet und die Meinungs- und Angebotsvielfalt im Raum Zürich und Glarus sichergestellt werden. Demzufolge definiert das Redaktionsstatut zunächst die Pflicht der Redaktion, für die Erfüllung des Leistungsauftrags besorgt zu sein, d.h. ein Radioprogramm zu veranstalten, das in seiner Gesamtheit zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung beiträgt und die Besonderheiten und Bedürfnisse der Kantone und Gemeinden im Sendegebiet berücksichtigt. Im Gegenzug sichert das Redaktionsstatut der Redaktion publizistische Unabhängigkeit zu – und zwar auf drei Ebenen:

Erstens gewährleistet der Verwaltungsrat der Tamedia AG als publizistischer Verantwortungsträger der Gruppe die journalistische und redaktionelle Unabhängigkeit der Redaktion. Das bedeutet, dass die Redaktion von Radio 24 und die Redaktionen der übrigen Medien der Tamedia AG organisatorisch voneinander getrennt sind und bezüglich des journalistischen Tagesgeschäfts zwischen den Redaktionen keinerlei formelle oder informelle Koordination erfolgt – es finden zwischen den Redaktionen also keine Absprachen über die jeweilige journalistische Schwerpunktsetzung statt. Auch auf personeller Ebene sind die Redaktionen voneinander unabhängig. Die Redaktionen der Tamedia AG stehen mit anderen Worten in einem Konkurrenzverhältnis zueinander. Über die Platzierung allfälliger mittels Synergien gewonnener Informationen entscheidet die Redaktion selbstständig.

Markus Mager: «Wettbewerb unter den Medien ist bereichernd»



«Den Wettbewerb unter den vielfältigen Produkten und Titeln von Tamedia erachte ich als bereichernd und fruchtbar. Jeder Titel versucht nach besten Kräften die noch bessere und gehaltvollere Information zu den einzelnen Stories zu generieren. Beinahe noch wichtiger ist es für uns, Stories und Inhalte zu haben, die man nur bei Radio 24 hört.»

Markus Mager, Programmleiter Radio 24

Die Redaktion von Radio 24 genießt zweitens, was das journalistische Tagesgeschäfts anbelangt, redaktionelle Weisungsfreiheit gegenüber der Geschäftsleitung der Tamedia AG (formale Unabhängigkeit). Drittens wird die Redaktion von der Verkaufsorganisation organisatorisch getrennt geführt und nimmt von dieser keine Weisungen entgegen. Zwischen Radio 24 und der Verkaufsorganisation existiert ein Managementvertrag (wirtschaftliche Unabhängigkeit).

Das Redaktionsstatut stellt ferner ein verbindliches Bekenntnis zum Qualitätsjournalismus dar – die Richtlinien und Erklärungen des Schweizer Presserats werden integral übernommen und für anwendbar erklärt. Es bietet überdies Gewähr, dass die Gesuchstellerin das anwendbare Recht und namentlich die mit der Konzession verbundenen Rechte und Pflichten und Auflagen einhält – wie z.B. das Verbot der Ausstrahlung gewisser Sendungen. Radio 24 sendet übrigens bereits heute freiwillig keine Radarwarnungen; Publikumsgewinnspiele, die ausschliesslich darauf ausgerichtet sind, Einnahmen zu generieren und die kaum publizistischen Gehalt aufweisen, oder pornographische Werbung, insbesondere Werbung für Mehrwertdienste-Nummern mit erotischem Inhalt und Werbung für erotische Dienstleistungen.

Das Redaktionsstatut beauftragt den Geschäftsführer und den Programmleiter im Weiteren, ein Programm-Leitbild und ein Qualitätssicherungskonzept zu erlassen. Die ausnahmslose Verpflichtung zum ethisch und juristisch fundierten Journalismus findet schliesslich ihren konsequenten Abschluss in der Bestimmung, dass kein Redaktionsmitglied gezwungen werden darf, etwas zu produzieren oder zu verantworten, was dem Redaktionsstatut widerspricht.

Das Programm-Leitbild definiert für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nachvollziehbar den Leistungsauftrag sowie die publizistische Ausrichtung. Ferner hat die Redaktion bei ihrer journalistischen Tätigkeit sämtliche Leitlinien und Reglemente der Tamedia zu befolgen, wie z.B. das „Reglement zur Wahrung der publizistischen Unabhängigkeit, Lauterkeit und Transparenz“, welches unter anderem die Offenlegung von Beteiligungsverhältnissen regelt und die Transparenz bei der Berichterstattung über Wertpapiere sichert. Die „Richtlinie zum Handel mit Effekten“ zielt darauf ab, dass keine Insidergeschäfte getätigt werden. Die „Richtlinie zu Gegengeschäften“ regelt den Umgang mit Medienpartnerschaften. Ferner sind die Richtlinien und Erklärungen des Schweizer Presserats strikt zu befolgen. Zu erwähnen ist ferner, dass die Programmschaffenden gemäss Programm-Leitbild bei der Verrichtung ihrer journalistischen Arbeit verpflichtet sind, im Falle juristischer Unklarheiten recht- und frühzeitig den Rechtsdienst der Tamedia AG zu konsultieren. Dadurch ist sichergestellt, dass die gesetzlichen Bestimmungen und Programmvorschriften eingehalten werden. Ferner regelt das News Ablauf-Konzept die Informationsqualität der Nachrichtensendungen.

Um die Grundversorgung in der Region Zürich und Glarus auch in Krisensituationen zu gewährleisten, existiert überdies ein Notfalldispositiv. Es stellt sicher, dass dringliche polizeiliche Bekanntmachungen, die für die Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung und Sicherheit oder für die Sicherheit von Personen unumgänglich sind, sowie behördliche Alarmmeldungen und Verhaltensanweisungen unverzüglich ausgestrahlt werden.

Zu erwähnen ist schliesslich, dass diverse Konzepte existieren (News, Sport), welche z.B. die qualitativen Ziele und Selektionskriterien definieren. Sie dienen den Programmschaffenden einerseits als Orientierungshilfe, weisen zudem aber auch Züge interner Ausbildung auf (vgl. hinten 3.2 b: Output).

Sämtliche erwähnten Reglemente etc. sind integraler Bestandteil des Programm-Leitbilds und des Arbeitsvertrags. Sie sind überdies im firmeninternen Netzwerk jederzeit abrufbar. Somit steht fest, dass die Gesuchstellerin sämtliche inhaltlichen und formalen Qualitätsziele und -standards hinreichend definiert und allen Mitarbeitern zugänglich gemacht hat.

Radio 24 verfügt zudem konsequenterweise über ein Qualitätssicherungskonzept, welches die Einhaltung der erwähnten Reglemente, Richtlinien und Leitbilder – d.h. die formalen und inhaltlichen Qualitätsziele- und -standards – überprüfen lässt. Die entsprechenden Prozesse sind im Redaktionshandbuch beschreiben. Im Vordergrund stehen Airchecks, Sendungsbesprechungen, protokollierte Feedback- und Planungssitzungen, Mitarbeitergespräche, Hörerbefragungen, Marktforschung und Strategiesitzungen. Das Konzept erlaubt es, die organisatorischen Strukturen und Abläufe, welche die journalistische Qualität und Sorgfalt einzelner Sendungen sowie des Programms in seiner Gesamtheit gewährleisten, auf ihre Funktionalität zu überprüfen.

Die Gesamtverantwortung für die Qualitätssicherung liegt beim QS-Verantwortlichen – eine Position, welche Radio 24 neu geschaffen hat. Er und der Programmleiter aktualisieren gemeinsam regelmässig die im Leitbild bzw. in den Sendungskonzepten festgehaltenen Qualitätsziele und setzen sich in der Redaktion für die Durchsetzung der Qualitätsphilosophie ein. Am Rande sei in diesem Zusammenhang noch erwähnt, dass – neben der Ombudsstelle gemäss Art. 91 ff. RTVG – nach wie vor Arthur Liener als offizieller Ombudsmann waltet und Beanstandungen des redaktionellen Inhalts und der Werbung entgegen nimmt. Der Ombudsmann ist eine unabhängige Persönlichkeit und nicht weisungsgebunden. Er leistet einen Beitrag zur Qualitätssicherung, wie im Übrigen auch der Presserat und die Lauterkeitskommission.

Zusätzlich unabhängiger Ombudsmann als Kontrollinstanz



Ombudsmann der Tamedia

- Tamedia verfügt seit langem über einen unabhängigen Ombudsmann
- Der ehemalige Generalstabschef Arthur Liener übt diese Aufgabe seit 1998 aus und nimmt Beanstandungen, die von jedermann eingereicht werden können, entgegen
- Liener ist Beschwerdestelle und setzt sich für die Einhaltung ethischer Grundsätze im redaktionellen wie auch im Werbeteil ein
- Auch Radio 24 verfügte damit bereits vor der Einführung des gemeinsamen Ombudsmanns durch das neue Radio- und TV-Gesetz 2007 über einen Ombudsmann

Neu gemeinsamer Ombudsmann für alle Veranstalter

- Mit dem neuen Radio- und TV-Gesetz ist neu ein Ombudsmann für eine gesamte Sprachregion zuständig

Aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung als Radioveranstalterin ist sich die Gesuchstellerin bewusst, dass Qualitätsjournalismus eine adäquate Personalpolitik voraussetzt. Ihre Position als langjährige Marktleaderin verbunden mit den entsprechenden Qualitätsansprüchen der Rezipienten macht es unabdingbar, auf einem professionellen Team aufzubauen. Die Grundzüge dieser Personalpolitik sind – wie das oben beschriebene Qualitätssicherungskonzept – im Redaktionshandbuch geregelt. Insbesondere besteht die Pflicht, die arbeitsrechtlichen Vorschriften sowie die Arbeitsbedingungen der Branche einzuhalten. Zudem existiert ein Leitfaden für Mitarbeitergespräche, welcher unter anderen dazu dienen, Zielvereinbarungen schriftlich festzuhalten und die Qualitätsvorgaben zu kommunizieren.

Die Programmleitung und Technik von Radio 24

Eine kompetente Redaktionsleitung



Markus Mager
Programm-
leitung



Andreas Meier
Moderations-
leitung



Gerry Borer
Leiter Technik/
QS-Manager



Reto Schärli
Redaktions-
leitung



Nicola Bomio
Musikleitung



Peter Schnyder
Sportchef

Eine gut ausgebaute Redaktion

- Radio 24 beschäftigt zurzeit 39.6 Mitarbeitende (Vollzeitstellen)
- Mit 28.3 Vollzeitstellen in Redaktion und Moderation, 8.5 Vollzeitstellen in Marketing & Sales*, 1,8 Vollzeitstellen in der Technik, sowie 1.0 Vollzeitstellen in der Administration liegt der Schwerpunkt bei Radio 24 klar auf der Programmherstellung

*Teil der von der Redaktion getrennten Vermarktungsgesellschaft Belcom AG

Die Gesuchstellerin beschäftigt, abgesehen von den Auszubildenden, ausschliesslich Journalisten und Programmschaffende mit langjähriger Berufserfahrung oder angemessener Ausbildung. Die jüngsten Ereignisse zeigen, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oftmals nahtlos zur SRG wechseln. Wie unten (Ziff. 3.2. b) dargelegt, sieht sich die Gesuchstellerin aus diesem Grund seit Jahren veranlasst, im Rahmen einer adäquaten Personalpolitik ein zeitgemässes und professionelles Arbeitsumfeld zu schaffen, um die Programmschaffenden langfristig ans Haus zu binden – was letztlich der Sicherung der redaktionellen Qualität dient.

Ferner werden Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten individuell erörtert. Hauptaufgabe der Personalpolitik ist es, Mitarbeiterleistungen zu schätzen und zu anerkennen und gleichzeitig die Durchsetzung der Leistungsziele zu fördern. Die Redaktion verfügt zudem über ein adäquates Redaktionssystem, das die Rückverfolgbarkeit von Beiträgen sicherstellt. Die Redaktion hat zudem Zugriff auf Agenturen und profitiert von einem Archivsystem, welches die qualitätsorientierte Vorbereitung und Recherche unterstützt.

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass die Gesuchstellerin neben den organisatorischen (vgl. vorne Ziff. 2.2 b und 2.3) auch die materiellen Grundlagen geschaffen hat, die einen qualitativ hochwertigen und unabhängigen Journalismus ermöglichen, der im Hinblick auf Art. 45 Abs. 3 RTVG die Angebots- und Meinungsvielfalt im Sendegebiet fördert (vgl. auch Gutachten Prof. Rolf H. Weber). Die Gesuchstellerin behält sich als innovatives und kreatives Unternehmen ausdrücklich vor, ihr Qualitätssicherungssystem fortlaufend dem neusten Stand der Erkenntnisse anzupassen und gegebenenfalls zu verbessern. Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die Tamedia AG im Bereich Druckzentrum über eine ISO-Zertifizierung verfügt. Sollte es das BAKOM verlangen, wird auch eine ISO-Zertifizierung der Redaktion nicht ausgeschlossen, über die in Europa bislang lediglich ein Medienunternehmen verfügt.

Die Evaluation der qualitätssichernden Massnahmen durch eine vom BAKOM anerkannte und durch den Veranstalter frei wählbare Evaluationsstelle wird als wesentlicher Bestandteil des QS-Systems anerkannt. Die Bereitstellung von Dokumenten bzw. die Gespräche mit den Assessoren wird als Teil der organisationsinternen Bemühungen um Qualitätssicherung begrüsst.

Beweis	Unternehmensleitbild Tamedia AG	Beilage 22
	Redaktionsstatut Radio 24	Beilage 6
	Programmleitbild Radio 24	Beilage 23
	Reglement zur Wahrung der publizistischen Unabhängigkeit, Lauterkeit und Transparenz	Beilage 24
	Tamedia Richtlinien (Ordner)	Beilage 25
	News Ablauf-Konzept	Beilage 26
	Erklärung und Richtlinien Presserat	Beilage 27
	Notfalldispositiv	Beilage 28

Redaktionshandbuch Radio 24	Beilage 7
Der rote Faden zum Gespräch Im Dialog inklusive Musterprotokoll	Beilage 29
ISO-Zertifizierung Tamedia AG	Beilage 30
Reglement Ombudsmann	Beilage 31
Gutachten Prof. Rolf H. Weber	Beilage 13
Erkundigung bei der UBI, ob in den vergangenen Jahren eine Konzessionsbeschwerde gutgeheissen worden ist	ex officio

Arbeitsbedingungen

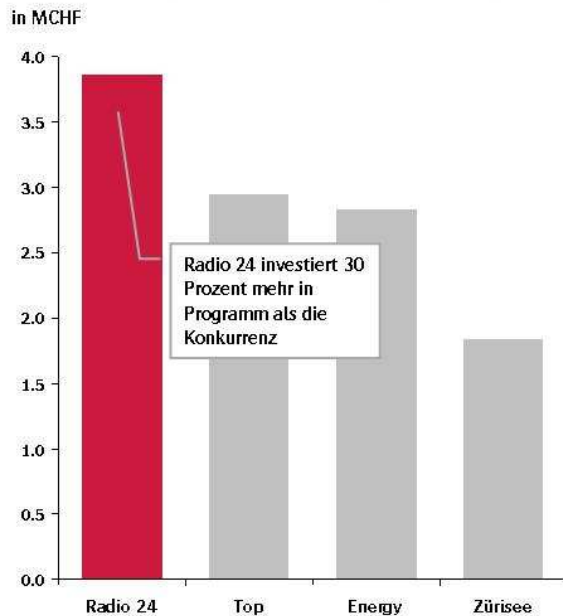
Die Gesuchstellerin beschäftigt 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, deren Pensum insgesamt 31.50 Vollzeitstellen ausmacht (Stichtag: 30. Oktober 2007). In der Redaktion sowie in der Moderation ist je ein Stagiaire mit einem Arbeitspensum von jeweils 100 % angestellt. Bei allen anderen Mitarbeitern handelt es sich um ausgebildete und erfahrene Journalisten und Moderatoren. Aus dem Verhältnis zu den übrigen Stellenprozenten (Redaktion: 17.5; Moderation: 10.2 Vollzeitstellen) geht hervor, dass die Gesuchstellerin das vorgeschriebene Verhältnis erfahrener Programmschaffender zu Stagiaires von 3:1 deutlich übertrifft. Die Personalkosten betragen total CHF 3.6 Millionen (Geschäftsjahr 2006). Diese Zahl sowie die beiliegende anonymisierte Lohnliste machen deutlich, dass die Löhne weit über dem liegen, was als branchenüblich zu bezeichnen ist. Der Anteil der Betriebsmittel, der ins Personal investiert wird, beträgt rund 87 %.

Mitarbeiterzahlen Radio 24	
(Stichtag 31 Oktober 2007)	
<u>Bereich</u>	<u>Vollzeitstellen</u>
Programmleitung	1.0
Redaktion	17.5
Moderation	10.2
Technik	1.8
Administration	1.0
Total	31.5

Die Gesuchstellerin unterstützt flexible Arbeitszeiten und Teilzeitpensen, um die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter (z.B. Familie, allein erziehende Mütter, Ausbildungen, Studium etc.) zu berücksichtigen. Die Kündigungsfrist beträgt bereits nach Ablauf der Probezeit drei Monate – beim Kader sogar mehr. Ferner ist festzuhalten, dass sämtliche Angestellten über einen schriftlichen Arbeitsvertrag verfügen – das gilt auch für Stagiaires. Mit Auszubildenden, die eine grössere Ausbildung in Angriff nehmen, wird zudem eine Ausbildungsvereinbarung geschlossen. Abgesehen davon herrschen auch für Auszubildende dieselben Arbeitsbedingungen wie für alle anderen Programmschaffenden. Sämtliche Mitarbeiter kommen – vgl. unten Ziff. 3.2. c – in den Genuss eines grosszügigen und durchdachten Ausbildungskonzepts, welches individuell auf ihre Persönlichkeit zugeschnitten wird und das berufliche Fortkommen und die persönliche Entwicklung fördert.

Radio 24 steckt mehr Mittel ins Personal als Konkurrenz

Personalkosten Radio 24 und Konkurrenz



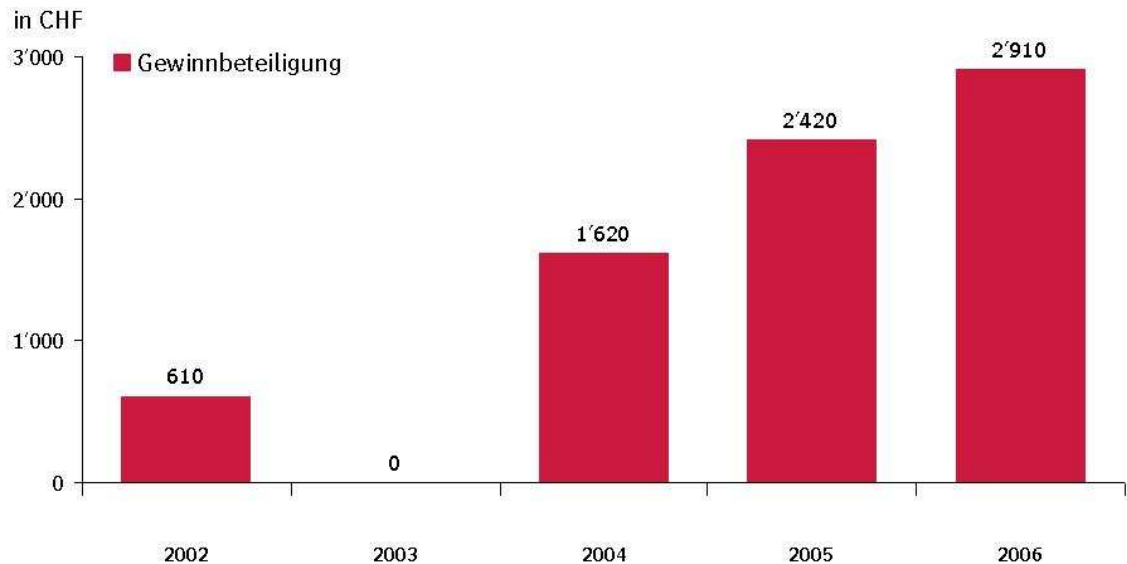
Überdurchschnittliche Arbeitsbedingungen

- Radio 24 zahlt seinen Mitarbeitenden überdurchschnittliche Löhne
- Bei Radio 24 erhalten alle redaktionellen Mitarbeitenden 6 Wochen Ferien im Jahr
- Gemäss den Allgemeinen Arbeitsbedingungen von Tamedia haben alle Mitarbeitenden eine Kündigungsfrist von 3 Monaten und Kader mindestens 4 bis maximal 6 Monaten

Den Mitarbeitern der Redaktion stehen aufgrund der unregelmässigen Arbeitszeiten sowie der mit der Natur des Arbeitsverhältnisses verbundenen überdurchschnittlichen Belastung sechs Wochen Ferien pro Jahr zu – dem übrigen Personal fünf. Ferner wird das Arbeitsumfeld im Unternehmensleitbild, dem Redaktionsstatut, den AAB und dem Reglement zur Wahrung der publizistischen Unabhängigkeit, Lauterkeit und Transparenz schriftlich festgehalten. Sämtliche Mitarbeiter erhalten zudem einen Ordner mit verbindlichen Richtlinien der Tamedia AG, welche z.B. Feiertage, Spesen, die Handhabung elektronischer Hilfsmittel sowie das Vorgehen bei sexueller Belästigung oder Mobbing am Arbeitsplatz regeln. Die erwähnten Dokumente sind allesamt Bestandteil des Einzelarbeitsvertrags und regeln die Rechte und Pflichten des Personals. Nicht ausser Acht gelassen werden dürfen die grosszügigen Pensionskassenbestimmungen sowie die institutionalisierten Mitarbeitergespräche, für die ein separater Leitfaden existiert. Zu erwähnen ist schliesslich noch das zeitgemässe Gewinn- und Erfolgsbeteiligungsmodell, welches individuelle Anreize schafft.

Tamedia beteiligt alle Mitarbeitenden am Unternehmensgewinn

Entwicklung der Gewinnbeteiligung für Mitarbeitende von Tamedia seit 2002 in CHF



Somit steht fest: Die Arbeitsbedingungen der Gesuchstellerin liegen weit über dem, was branchenüblich und arbeitsrechtlich vorgeschrieben respektive vom Verband Schweizer Privatradios (VSP) empfohlen wird. Salärniveau, Sozialleistungen, Kündigungsschutz, Erfolgsbeteiligungsmodelle für Kader, Gewinnbeteiligung für alle Mitarbeiter sowie Ferienansprüche sind bereits seit vielen Jahren „best of class“ und vergleichbar mit denjenigen der SRG oder ARD und ZDF. Die Gesuchstellerin beschäftigt überdies grossmehrheitlich erfahrene und ausgebildete Programmschaffende – nicht zuletzt auch aufgrund der Tatsache, das Radio 24 als Marktleader in der Region Zürich den hohen Ansprüchen der Rezipienten gerecht werden muss (zur Personalpolitik vgl. vorne Ziff. 3.2 a). Dennoch bietet die Gesuchstellerin jungen und talentierten Persönlichkeiten die Möglichkeit, mittels Stage in den Medien Fuss zu fassen.

Beweis	Unternehmensleitbild Tamedia AG	Beilage 22
	Einzelarbeitsvertrag	Beilage 32
	AAB	Beilage 33

Tamedia Richtlinien (Ordner)	Beilage 25
Reglement zur Wahrung der publizistischen Unabhängigkeit, Lauterkeit und Transparenz	Beilage 24
Pensionskassenbestimmungen	Beilage 34
Ausbildungsvereinbarung	Beilage 35
Redaktionsstatut Radio 24	Beilage 6
Der rote Faden zum Gespräch Im Dialog inklusive Musterprotokoll	Beilage 29
Lohnliste (anonymisiert)	Beilage 36
Bilanz und Erfolgsrechnung Radio 24 AG	Beilage 20
Gewinnbeteiligungsprogramm	Beilage 37

Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden

Die Gesuchstellerin gewichtet den Bereich Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr stark. Bereits auf Ebene des Mutterhauses existiert ein Leitfaden Ausbildungsvereinbarung. Konkretisiert werden diese Bestimmungen – freilich unter Berücksichtigung der konzessionsrechtlichen Erfordernisse – im Ausbildungskonzept. Es fördert die berufsspezifische Aus- und Weiterbildung, um jene Kompetenzen zu steigern, die zur Erfüllung des Leistungsauftrags bedeutsam sind.

Das Ausbildungskonzept unterscheidet zwischen interner und externer Ausbildung. Der Weiterbildungsbedarf der Mitarbeitenden wird regelmässig abgeklärt und fliesst in die Zielvereinbarung (MAG) ein. Auf einer Liste mit Ausbildungseinrichtungen wählen die Programmschaffenden gemeinsam mit dem Ausbildungsverantwortlichen und dem jeweiligen Ressortleiter die geeigneten Kurse aus. Bei der Selektion steht die Förderung der zur Erbringung des Leistungs-

auftrags notwendigen Qualitäten im Vordergrund. Zudem werden regelmässig interne und externe Feedbacks, Coachings und Schulungen durch ausgewiesene Fachkräfte durchgeführt. Überdies existiert ein News Ablauf-Konzept, welches die wesentlichen Grundsätze der Informationsqualität regelt und als Orientierungs- und Ausbildungsinstrument dient.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern steht ein jährliches Kontingent an kostenlosen Ausbildungstagen zur Verfügung, welches sie ausschöpfen müssen. Die Gesuchstellerin budgetiert für das Jahr 2008 einen Mindestbetrag von CHF 40'000.00 für externe Ausbildungskosten (interne Ausbildung und Personalkosten nicht eingerechnet).

Darüber hinaus bietet die Gesuchstellerin den Programmschaffenden die Möglichkeit, für weitergehende Studien und Kurse (z.B. MaZ Grundkurs) eine Ausbildungsvereinbarung abzuschliessen. An dieser Stelle wird deutlich, dass die operative Einbettung der Gesuchstellerin in ein Mutterhaus verschiedene Möglichkeiten zur beruflichen und persönlichen Weiterbildung schafft – nicht zuletzt auch ein Praktikum oder eine befristete Anstellung in einer anderen Redaktion.

Das Ausbildungskonzept schreibt vor, dass die Gesuchstellerin jährlich das entsprechende Aus- und Weiterbildungsbudget sowie die hinsichtlich der Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden ergriffenen Massnahmen im Rahmen der Jahresrechnung (Art. 18 RTVG) offen legt.

Beweis	Leitfaden Ausbildungsvereinbarung	Beilage 38
	Ausbildungskonzept	Beilage 39
	Ausbildungsvereinbarung	Beilage 35
	News Ablauf-Konzept	Beilage 26
	Liste mit Institutionen	Beilage 40

b) Output:

Radio 24 ist der unangefochtene Marktführer im Schweizer Privatradiomarkt, was nicht zuletzt auch auf die hohe Informationskompetenz und die Gewichtung auf Inhalte, welche die Region Zürich – und künftig auch den Kanton Glarus – bewegen, zurückzuführen ist. Als Anbieter eines Vollprogramms kann sich die Hörserschaft zudem darauf verlassen, über wichtige Ereignisse auf nationaler und internationaler Ebene informiert zu werden. Das Programm von Radio 24 besteht grob ausgerückt aus den Sparten Information, Kultur, Sport, Unterhaltung und Musik. Es trägt in seiner Gesamtheit zur Meinungs- und Angebotsvielfalt bei.

**Information**

Radio 24 legt einen besonderen Schwerpunkt auf journalistisch hochwertige Information. Im Vordergrund stehen die lokale Berichterstattung und die Erbringung eines Service Public Régional, der die Vielfalt des Geschehens im Sendegebiet wieder spiegelt. Die Informationssendungen haben vorwiegend relevante Informationen des lokal-regionalen Raumes aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport zum Inhalt. Kein anderer Schweizer Privatsender bietet ein derart dichtes Angebot an Information:

- 19 Newsbulletins (davon um 07.00/12.00/17.00/18.00/23.00 Uhr) mit ausführlichen Live-Wetter-/ Börsen und Wirtschaftsnews)
- 14 Kurzbuletins (zwischen 6.00 und 20.00 Uhr immer zur halben Stunde; inkl. Verkehr und Wetter)

- 10 bis 14 Info-Beiträge in unseren vier Info Magazinen um 07.00/12.00/17.00/23.00 Uhr

Erwähnenswert ist die Tatsache, dass Radio 24 der einzige Sender der Schweiz ist, der von morgens 06.00 Uhr bis abends um 20 Uhr halbstündliche News sendet (Bulletins zur vollen Stunde, Kurzbuletins zur halben Stunde). Die Grundversorgung ist somit nicht nur während der Hauptsendezeiten, sondern auch zu Randzeiten gewährleistet. Hinzu kommen die live generierten Börsen- und Wirtschaftsnews, Wetter- und Verkehrsinfos. Radio 24 zeigt somit in verschiedenen Interessensbereichen lokale und regionale, aber auch gesamtschweizerische und internationale Zusammenhänge auf. Radio 24 sendet bereits seit Jahren keine Radarwarnungen. In den Nachrichten- und Infosendungen von Radio 24 werden alle relevanten Informationen für das gesamte Sendegebiet vermittelt – immer unter dem Gesichtspunkt, dass die Informationen von übergeordnetem und für alle Hörerinnen und Hörern relevantem Gehalt sind. Dieses Selektionskriterium wird im Falle der Neukonzessionierung auf den Kanton Glarus ausgedehnt.

Beweis

News Ablauf-Konzept

Beilage 26

Radio 24 garantiert unter den Lokalradios eine hohe Qualität

Journalistische Qualität

- Bei Radio 24 existiert ein verbindliches Redaktionsstatut; der Sender garantiert hohe journalistische Qualität und hat in den vergangenen Jahren keine Beschwerden erhalten
- Radio 24 bietet eine zeitgemässe Entlohnung und Ausbildung
- Das Team von Radio 24 bespricht zweimal täglich, welche Themen in der nächsten Info-Sendung behandelt werden und legt die Schwerpunkte fest

Professionelles Programm

- Radio 24 sendet ein Vollprogramm mit Schwerpunkt Information und Service für den Grossraum Zürich und richtet sich hauptsächlich an die urbane Bevölkerung im Alterssegment 25-50
- Radio 24 fokussiert auf das tägliche Geschehen in der Region Zürich und berichtet über wichtige nationale und internationale Ereignisse
- Als einziges Schweizer Privatrado beschäftigt Radio 24 einen vollamtlichen Bundeshauskorrespondenten und verfügt zudem über ein Korrespondentennetz an allen aktuellen Brennpunkten des aktuellen Zeitgeschehens

Die Redaktion von Radio 24 bespricht zweimal pro Tag in einer Sitzung, welche Themen in der nächsten Info-Sendung behandelt werden. Dabei koordiniert der Tagesleiter die Einsätze der drei bis vier Reporter. Radio 24 stellt mit diesem Team die lokale und regionale Berichterstattung sicher. Die Programmschaffenden überprüfen die Themenauswahl regelmässig auf ihre Übereinstimmung mit dem Programmauftrag und dem Anspruch, ein qualitativ hochwertiges Programm zu produzieren. Die Informationssendungen haben thematisch vielfältig zu sein und müssen den unterschiedlichen Meinungen und Interessen Ausdruck verleihen – neben dem Bezug zum Sendegebiet weitere Selektionskriterien. Die Gesuchstellerin produziert ihr gesamtes Programm praktisch ausschliesslich an der Limmatstrasse in Zürich. Vorbehalten bleiben die Berichte des Bundeshauskorrespondenten, der Auslandsredaktoren sowie Sonderberichterstattungen.

Als einziges Schweizer Privatrado beschäftigt die Gesuchstellerin einen vollamtlichen Bundeshauskorrespondenten, der die nationale Berichterstattung abgedeckt. Je nach Nachrichtenlage produziert auch das Team an der Limmatstrasse weitere Beiträge zu nationalen Themen. Radio 24 und verfügt zu-

dem über ein Korrespondentennetz an allen Brennpunkten des aktuellen Zeitgeschehens und beschäftigt zahlreiche freie Korrespondenten in aller Welt: Washington, London, Paris, Berlin, Rom, Madrid, Naher Osten und Moskau.

Je nach Ereignis schickt Radio 24 eigene Sonderkorrespondenten in diese Länder. In den vergangenen Jahren waren das die Wahlen in Frankreich, Deutschland, Italien und den USA. Sonderkorrespondenten waren auch nach folgenden internationalen Ereignissen im Einsatz: Concorde-Absturz, Seilbahn-Katastrophe Kaprun, 9/11 in New York, Terroranschläge in London, Sharm-el-Sheik, Dahab, Tsunami-Katastrophe in Asien sowie bei sämtlichen G8-Gipfeln in Europa.

Sonderberichterstattungen mit Live-Sendungen vor Ort leistet Radio 24 bei allen Wahlen in Stadt und Kanton Zürich und künftig im Kanton Glarus, bei Bundesratswahlen in Bern, bei Festanlässen wie Zürifäscht und Streetparade, bei grossen Gerichtsverfahren wie Swissair- oder Skyguide-Prozess, am 1. Mai in Zürich sowie beim WEF in Davos. Radio 24 beweist, dass es dynamisch auf gesellschaftliche und politische Ereignisse reagiert und darüber informiert. Spontane Einsätze vor Ort leisten die Reporter von Radio 24 nach Naturkatastrophen, schweren Unfällen und Verbrechen. Dabei ist das journalistische Kriterium massgebend, Radio 24 kennt bei der täglichen Arbeit keine Kantonsgrenzen oder Grenzen des Sendegebiets. Wenn das Ereignis im Sendegebiet stattfindet, wird die Berichterstattung dementsprechend ausgebaut.

Immer samstags um 12.45 Uhr ist ein Kommentar des Programmleiters zu den wichtigsten Ereignissen der vergangenen Woche. Der Kommentar ist für das Publikum als solcher deutlich erkennbar. Zusätzlich zu den regelmässigen Informations- und Nachrichtensendungen ist Radio 24 bei grossen Newsereignissen sowie bei Wahlen und Abstimmungen und grossen Sportanlässen mit Sondersendungen präsent. Radio 24 hat sich in den vergangenen Jahren bei seinen Hörerinnen und Hörern einen glaubwürdigen Ruf für transparente und kompetente Informationsvermittlung geschaffen. Diese Hörerbindung ist das Ergebnis eines jahrelangen konsequent auf Qualität ausgerichteten Journalismus.



Als Beispiel dienen hier die Zürcher Kantonalwahlen. Ziel war es, die komplexe Ausgangslage und die Vielfalt der Kandidaten den Hörerinnen und Hörer verständlich zu machen, um einen konstruktiven Beitrag zum Verstehen politischer Probleme und Zusammenhänge zu leisten. Die Rezipienten sollten sich eine eigene Meinung bilden können. Im Umfeld dieser Wahlen hat Radio 24 daher folgende Berichterstattung geliefert:

- Portraits und Talks mit allen RegierungsratskandidatInnen
- Portraits der Parteien mit Einschätzung
- Einen Talk mit allen kantonalen Parteipräsidenten
- Am Wahltag eine acht Stunden dauernde Sondersendung aus dem Wahlzentrum mit 14 redaktionellen und drei technischen Mitarbeitern. Zu diesem Zweck wurde ein komplett sendefähiges Studio eingerichtet.

Im Rahmen dieser Berichterstattung hat Radio 24 bewiesen, sich kritisch und neutral mit den kontroversen Kandidaten auseinanderzusetzen und somit dem Stimmbürger einen Anhaltspunkt zu ermöglichen, welcher Partei und welcher Politiker für welches Programm steht. Sachinformation wurden durch Hintergrundberichte vertieft. Radio 24 hat dadurch die Meinungsvielfalt sowie die politische Kultur im Sendegebiet gefördert.

Unterhaltung

Im Unterhaltungsbereich setzt Radio 24 einen sehr starken Fokus beim Service für die Hörerinnen und Hörer. Hierbei liegt der Schwerpunkt auf Themen wie

Gesundheit, Finanzen/Budget, Partnerschaft, Gesellschaft, Integration etc. Der Sender verfügt über eine eigene Kulturredaktion und informiert über wichtige kulturelle Anlässe aus den Bereichen Film, Theater, Musik und Literatur. Radio 24 setzt auch im Unterhaltungsprogramm auf publizistische Sorgfalt und Qualität und erhebt gegenüber allen politischen, wirtschaftlichen, religiösen, sozialen oder anderen Interessengruppen den Anspruch auf Unabhängigkeit.

Musik

Unterhaltungs- und Musikkompetenz werden bei Radio 24 speziell gepflegt. Der Anteil an Schweizer Musik am Gesamtprogramm ist mit 15 bis 20 % vergleichsweise hoch. Das Musikprogramm von Radio 24 besteht aus einem breiten Repertoire der grössten Hits aus den 70er, 80er, 90er und 2000er Jahren sowie den aktuellen Songs von heute. Dabei wird Wert auf eine möglichst abwechslungsreiche Reihenfolge der verschiedenen Zeitepochen, Künstler, Tempi und Musikstile gelegt. Das gesamte Programm baut auf einer geplanten Rotation der in Frage kommenden Titel auf, somit „Abschalt- und Ausbrechertitel“ verhindert werden können. Mit dieser Vorgehensweise kann das definierte Zielpublikum von Radio 24 auf professionelle Weise mit seiner Lieblingsmusik bedient werden. Grundsätzlich ist das Musikprogramm von Radio 24 auf ein urbanes und breites Publikum ausgerichtet. Hierbei sollen Trends genau so bedient werden, wie die grössten Erfolge und Hits aus den letzten 30 Jahren.

Radio 24 unterstützt in vielfältiger Weise das einheimische Musikschaffen. Zahlreiche Titel von Schweizer Interpreten werden nach den unter „Allgemeine Musikausrichtung“ definierten Kriterien ausgesucht und ins Musikprogramm von Radio 24 aufgenommen. Darüber hinaus widmet Radio 24 der Schweizer Musikszene jeweils am Sonntagabend die einstündige Sendung „CH-Szene“, welche Künstler und ihr Schaffen mittels längeren Interviewausschnitten umfassend abbildet. Dazu werden in der „CH-Szene“ auch Schweizer Musikneuheiten und Schweizer Interpreten aus weniger bekannten Musikstilen vorgestellt. Der Anteil am Einheimischen Musikschaffen liegt, je nach Aktualität, bei rund 15 bis 20 %. Zudem ist Radio 24 Medienpartner des einzigen Openairs (Hoch Ybrig) der Schweiz, bei welchem ausschliesslich einheimische KünstlerInnen auftreten.

Radio 24 informiert seine Hörerschaft täglich über die Musikwelt. Dies geschieht insbesondere mittels moderierter Vorstellung neuer Songs. Dazu kommen Sendefässer in musikspezifischen Sendungen wie den „Top24 – d Chartshow vo Züri“, „Friday Night“, einer Sendung rund um Dance-Music, oder auch dem vorstellen, des jeweils von der Musikredaktion zum „Album der Woche“ gekürten Tonträgers. Vorwiegend bringt Radio 24 Musiksendungen, die explizit zum Ziel haben, die Hörerschaft über neue Musiktrends, aber auch die Musikgeschichte zu informieren. Weiter empfängt Radio 24 in Zusammenarbeit mit der Musikindustrie wöchentlich Künstler zu längeren Interviews, welche dementsprechend in die Sendungen einfließen.

Als Zürcher Lokalsender begleitet Radio 24 verschiedene musikalische Anlässe in der Grossregion Zürich und informiert umfassend über Konzerte, Openairs und andere Musik-Events. Dabei soll immer die ganze Breite von möglichen Aspekten journalistisch aufbereitet und gesendet werden (Beispielsweise Konzertkritiken, Verkehrsservice bei Grossanlässen etc.). In Zusammenarbeit mit der Musikindustrie hilft Radio 24 mit, Künstler für Konzerte und kürzere Showcases nach Zürich zu holen.

Kultur, Gesellschaft und Sport

Die Themen Kultur und Gesellschaft werden vorwiegend im Begleitprogramm behandelt. Radio 24 ist bei allen wichtigen Premieren im Kino- und Theaterbereich vor Ort. Über grosse Sportveranstaltungen wie Fussball-WM und EM, Olympische Sommer- und Winterspiele, Ski-WM und America's Cup berichtet Radio 24 mit Sonderkorrespondenten vor Ort. Als einziger Zürcher Sender berichtet Radio 24 live von allen Spielen des FCZ, GC, ZSC Lions, EHC Kloten, im Playoff auch vom SC Rapperswil-Jona. Und das gilt sowohl für Heim- und Auswärtsspiele. Ausserdem ist Radio 24 an sämtlichen Spielen der Schweizer Fussballnationalmannschaft, bei anderen wichtigen Ereignissen wie America's Cup, Olympische Spiele, Fussball Welt- und Europameisterschaften live mit dabei.

Das Team mit bekannten Stimmen und kompetenten Redaktoren



Riccarda Andri
Moderation



Shiva Arbabi
Moderation



Christoph Brunner
Redaktion



Myrto Joannidis
Morgenshow



Bea Jucker
Moderation



David Karasek
Morgenshow



Miriam Knecht
Redaktion



Nick Läderach
Moderation



Giovanni Marti
Redaktion



Alex Oberholzer
Film- & Fernsehredaktion



Daniel Plain
Redaktion



Walter Scheibli
Sportreaktion



Walter Scheibli jun.
Sportredaktion



Pea Weber
FridayNite



Madeleine Weiss
Redaktion



Andrea Wenger
Redaktion



Peter Wick
Wetter



Jonas Wirz
Moderation

Programmraster

Montag 13.08.2007	Dienstag 14.08.2007	Mittwoch 15.08.2007	Donnerstag 16.08.2007	Freitag 17.08.2007	Samstag 18.08.2007	Sonntag 19.08.2007
00:00 Nacht(30min.)	00:00 Nacht(30min.)	00:00 Nacht(30min.)	00:00 Nacht(30min.)	00:00 Nacht(30min.)	00:00 Friday Nite DJ Mix (120min.)	00:00 Nacht(30min.)
05:30 Ufsteller(210min.) David Karasek	05:30 Ufsteller(210min.) David Karasek	05:30 Ufsteller(210min.) David Karasek	05:30 Ufsteller(210min.) David Karasek	05:30 Ufsteller(210min.) David Karasek	02:00 Nacht(210min.)	05:30 Ufsteller(210min.) Nick Läderach
09:00 Vormittag(180min.) Nick Läderach	09:00 Vormittag(180min.) Jonas Wirz	09:00 Vormittag(180min.) Nick Läderach	09:00 Vormittag(180min.) Shiva Arbabi	09:00 Vormittag(180min.) Jonas Wirz	05:30 Ufsteller(270min.) Nick Läderach	09:00 Vormittag(180min.) Riccarda Andri
12:00 Info24 Mittag (60min.) Riccarda Andri	12:00 Info24 Mittag (60min.) Riccarda Andri	12:00 Info24 Mittag (60min.) Riccarda Andri	12:00 Info24 Mittag (60min.) Riccarda Andri	12:00 Info24 Mittag (60min.) Riccarda Andri	10:00 Vormittag(120min.) Jonas Wirz	12:00 Info24 Mittag (60min.) Nick Läderach
13:00 Nachmittag (240min.) Jonas Wirz	13:00 Nachmittag (240min.) Shiva Arbabi	13:00 Nachmittag (240min.) Shiva Arbabi	13:00 Nachmittag (240min.) Myrto Joannidis	13:00 Nachmittag (240min.) Myrto Joannidis	12:00 Info24 Mittag(60min.) Nick Läderach	13:00 Top 24(240min.) Jonas Wirz
17:00 Info24 Abend (90min.) Riccarda Andri	17:00 Info24 Abend (90min.) Riccarda Andri	17:00 Info24 Abend (90min.) Riccarda Andri	17:00 Info24 Abend (90min.) Riccarda Andri	17:00 Info24 Abend (90min.) Riccarda Andri	13:00 Nachmittag(240min.) Myrto Joannidis	17:00 Info24 Abend (60min.) Riccarda Andri
18:30 7 vor 7(30min.) Riccarda Andri	18:30 7 vor 7(30min.) Riccarda Andri	18:30 7 vor 7(30min.) Riccarda Andri	18:30 7 vor 7(30min.) Riccarda Andri	18:30 7 vor 7(30min.) Riccarda Andri	17:00 Info24 Abend(60min.) Jonas Wirz	18:00 Abend(120min.) Shiva Arbabi
19:00 Abend(240min.) Nick Läderach	19:00 Abend(240min.) Nick Läderach	19:00 Abend(240min.) Nicola Bormio	19:00 Abend(240min.) Nicola Bormio	19:00 Abend(240min.) Nicola Bormio	18:00 Weekend(360min.) Sascha Wanner	20:00 (H-Szene)(60min.) Riccarda Andri
23:00 Nachtinfo 24 (60min.) Shiva Arbabi	23:00 Nachtinfo 24 (60min.) Nick Läderach	23:00 Nachtinfo 24 (60min.) Nicola Bormio	23:00 Nachtinfo 24 (60min.) Nicola Bormio	23:00 Nachtinfo 24 (60min.) Pea Weber		21:00 Abend(180min.) Shiva Arbabi

Im Programmrastrer nicht erwähnte fixe Rubriken und Serviceelemente:

Zeit:	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
im Ufsteller	Live Wettertalk	Live Wettertalk	Live Wettertalk	Live Wettertalk	Live Wettertalk	Live Wettertalk	
	Comedy	Comedy	Comedy	Comedy	Comedy	Wiederholung BuRa WG	
				Filmkritik			
nach 11.00 Uhr	Check-up				BuRa WG		
zw. 12.00-13.00 Uhr	Börsennews täglich					Die Woche (Kommentar)	
nach 15.00 Uhr				Filmkritik			
ca. 15.45 Uhr					Weekendwetter		
nach 16.00 Uhr	TV Tipps	TV Tipps	TV Tipps	TV Tipps	TV Tipps	TV Tipps	TV Tipps
Nachmittag						Movie Kompakt	DVD News (in der Hitparade)
Abend Info	Börsennews täglich						Kopf der Woche
18 Uhr News	Sportbulletin	Sportbulletin	Sportbulletin	Sportbulletin	Sportbulletin	Sportbulletin	Sportbulletin
nach 19.00 Uhr	Konzerttips	Konzerttips	Usgangstipp	Usgangstipp			
20.30 Uhr	Albumtips	Albumtips	Albumtips	Albumtips			
zw. 20.00-21.00 Uhr							CH-Szene

6/7/8/12/17 & 18.00 Uhr	Börsennews	Börsennews	Börsennews	Börsennews	Börsennews		
6/7/8 & 18 Uhr						Börsennews	
18.00 Uhr News							Börsennews

Medienpartnerschaften

Radio 24 ist regelmässig Partner wichtiger Institutionen und/oder Initiativen im Sendegebiet: Städtische Institutionen zur Bekämpfung von Jugendarbeitslosigkeit wie JobPlus und „Mehr Lehrstellen“. Oder auch Partner zum 125 jährigen

Jubiläum der Zürcher Verkehrsbetriebe (VBZ), um einige aktuelle Beispiele zu nennen. Regelmässig unterstützt Radio 24 karitative Organisationen aktiv bei ihrer Arbeit. Radio 24 ist fest im Sendegebiet verankert und sieht sich auch als Mittler zwischen den Menschen und den öffentlichen Institutionen der Region.

Starke Verwurzelung: Beitrag zur Identifikation

Radio 24, 1979 gegründet und 1982 unter der damaligen RVO konzessioniert, blickt auf eine bewegte, einzigartige Geschichte zurück. Sie ist das Produkt des Medienpioniers Roger Schawinski sowie einer Generation, welche Alternativen zum damaligen Programmangebot suchte. Ohne die breite Unterstützung der Bevölkerung gäbe es heute Radio 24 nicht – zumindest nicht in dieser Form.



Etlche Publikationen (Filme: „Jolly Roger“; Bücher wie „Radio 24 – 24 Stunden nonstop“) belegen, wie tief Radio 24 in der Bevölkerung verankert ist. Die aktuelle Entwicklung auf dem Hörermarkt zeigt, dass es Radio 24 gelungen ist, auch künftige Generationen zu begeistern und an sich zu binden. Radio 24 stellt ein Stück Lebensgefühl der Einwohner im Sendegebiet dar und trägt nicht unerheblich zur Identifikation und kulturellen Entfaltung der Bevölkerung bei. Die professionelle Ausrichtung sowie die tiefe Verwurzelung führen dazu, dass Radio 24 auch 28 Jahre nach seiner Gründung der unangefochtene Marktleader, nicht nur in der Region Zürich, sondern in der gesamten D-CH ist.

Beweis: DVD Jolly Roger

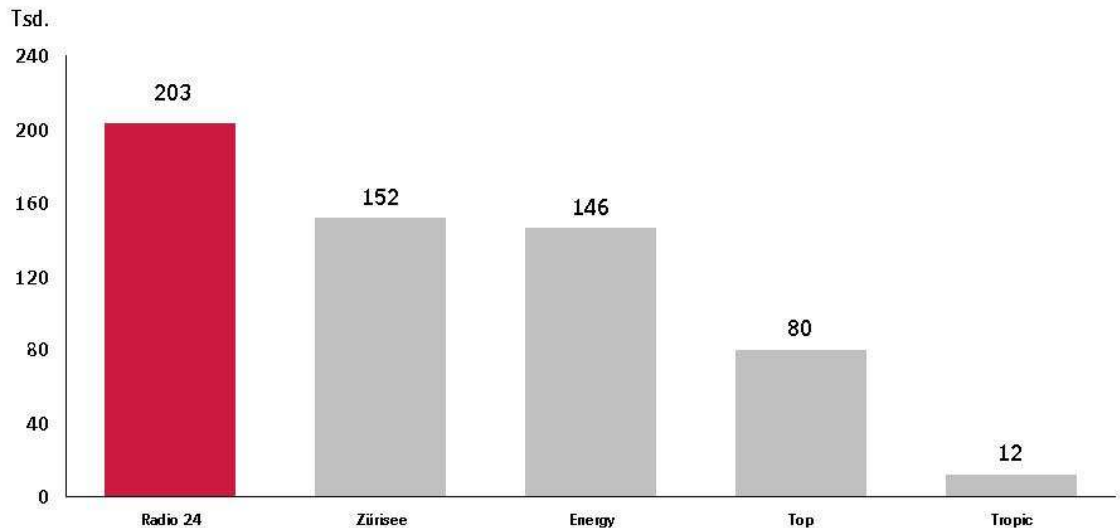
Beilage 42

Radio 24 – 24 Stunden nonstop

Beilage 43

Radio 24 ist klar das erfolgreichste Privatrado in Zürich

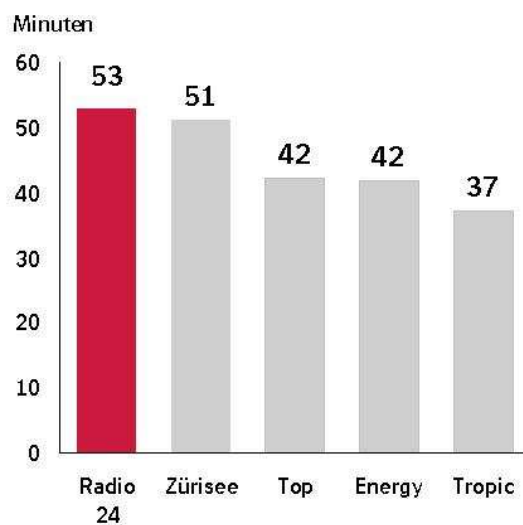
Durchschnittliche Anzahl Hörer pro Tag im KG Grossraum Zürich 2006



Quelle: IHA Radiocontrol, KG Grossraum Zürich, Personen ab 15 Jahren, durchschnittliche Tages-Nettoreichweite (24 Stunden), 2006

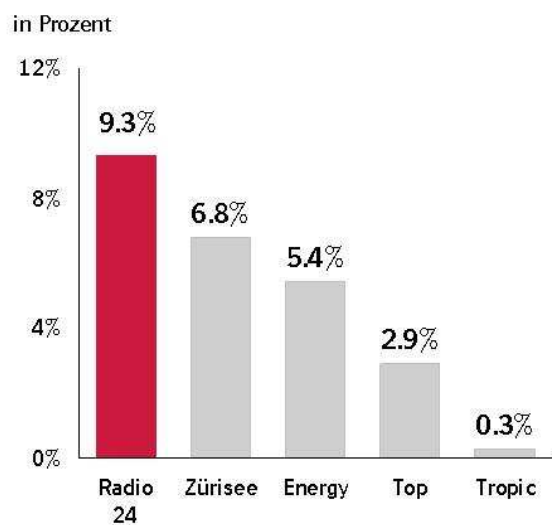
Radio 24 hat die längste Hördauer unter den Privatradios

Durchschnittliche Hördauer in Minuten je Hörer im KG Grossraum Zürich 2006



Quelle: IHA Radiocontrol, KG Grossraum Zürich, Personen ab 15 Jahren, durchschnittlicher Marktanteil (24 Stunden), 2006

Durchschnittliche Marktanteile pro Tag im KG Grossraum Zürich 2006



Quelle: IHA Radiocontrol, KG Grossraum Zürich, Personen ab 15 Jahren, durchschnittlicher Marktanteil (24 Stunden), 2006

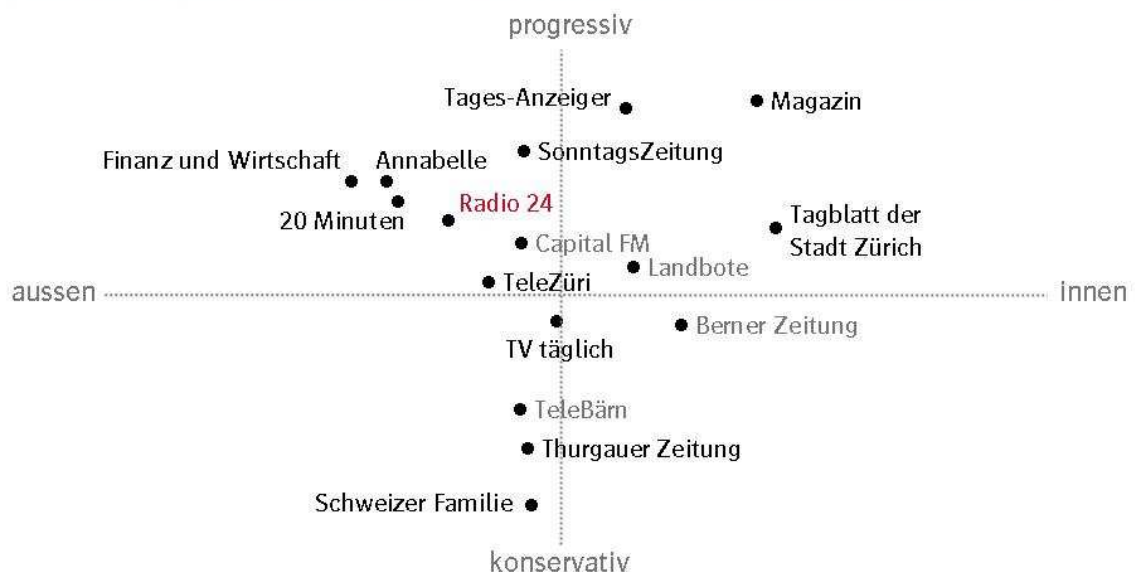
Positionierung

Radio 24 produziert ein Vollprogramm für das urbane Millionen-Zürich sowie künftig den Kanton Glarus mit einem starken Fokus auf Information und Service. Energy Zürich, ein typisches Formatradio, macht im Unterschied ein Programm mit wenig Information, ist in der Musik progressiver und richtet sich hauptsächlich an 15 bis 25 jährige. Radio Zürisee macht ein Programm, das sich teilweise an jenem von Radio 24 orientiert, jedoch in einem weit konservativeren Segment. Radio Zürisee (wie auch Energy) sendet abends ab 20 Uhr keine Nachrichten mehr. Radio Top lehnt sich stilistisch ebenfalls an Radio 24 an, hat aber das am wenigsten ausgeprägte Profil und ebenfalls eine quantitativ und qualitativ geringere redaktionelle Ausrichtung als Radio 24.

Ferner zeigt ein Blick auf die Positionierung der Tamedia-Medien in der Deutschschweiz, dass sich die Redaktion von Radio 24 offenkundig unabhängig im Markt positioniert. Das ist nicht zuletzt auf das Qualitätssicherungssystem (vgl. vorne Ziff. 3.2 a) sowie die Unabhängigkeit der Redaktion (vgl. 2.2 b, 2.3 und 3.2. a) zurückzuführen. Im Ergebnis steht somit fest, dass Radio 24 die Angebotsvielfalt im Sendegebiet fördert.

Die Medien von Tamedia sind sehr unterschiedlich positioniert; das Unternehmen kennt keinen Konzernjournalismus

Positionierung der Tamedia-Medien in der Deutschschweiz gemäss Medienradar 2006



Fazit und Ausblick

Aus dem Programmrastrer wird deutlich, dass Radio 24 in seiner Gesamtheit zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung beiträgt. Die strenge Verpflichtung zum Qualitätsjournalismus sowie die Verankerung in der Bevölkerung führen dazu, dass Radio 24 auch 28 Jahre nach seiner Gründung unangefochtener Marktleader in der Deutschschweiz ist. Radio 24 ist Zürich und umgekehrt. Das Programm in dieser Form ist ausschliesslich möglich, weil die Redaktion unabhängig ist (vgl. vorne Ziff. 2.2 b, 2.3, 3.2. a), der Sender über die notwendigen technischen Voraussetzungen verfügt (vgl. hinten Ziff. 3.3), einen hohen journalistischen Qualitätsmassstab setzt (vgl. vorne Ziff. 3.2 a) und aufgrund konsequenter Personalpolitik (vgl. vorne Ziff. 3.2. a und b) über ein ausgebildetes und erfahrenes Team verfügt, welches Arbeitsbedingungen (vgl. vorne Ziff. 3.2. b und c) vorfindet, die es ermöglichen, langfristig die geforderte Leistung zu erbringen.

Radio 24 sendet ein abwechslungsreiches Programm



Info 24: Das Informationsmagazin (07.00/12.00/23.00 Uhr je eine Stunde; um 17.00 Uhr 90 Minuten). Erfolgreichstes Informationsmagazin aller CH-Privatradios!



FridayNite: Die Radio 24 Partyshow mit Pea Weber, Freitag ab 19.00 Uhr, aus der die beliebteste und grösste Zürcher Partyreihe- FridayNite onTour – entstand



Ufsteller - d'Morgeshow für Züri: Täglich 06.00 bis 09.00 Uhr; Mix aus Unterhaltung und Information. Die meistgehörte private Sendung der Schweiz



Top 24: Die Show der Superlativen am Sonntag - Wer hier gespielt wird, gehört zu den 50 Besten der Woche! Mit Andreas Meier und Gästen, ab 13.00 Uhr



CH-Szene: Jeden Sonntagabend um 20.00 Uhr hat einheimisches Schaffen Priorität auf Radio 24; Schweizer Musik diverser kontemporärer Stilrichtungen, Kritiken, Interviews



Weekend: Die Sendung mit Servicefunktion am Samstagabend von 18.00 bis 24.00 Uhr. Die Telefonleitungen sind geschaltet und alles was witzig, spektakulär oder informativ ist, geht über den Äther.

Diese Entwicklung ist beachtlich – insbesondere unter dem Gesichtspunkt, dass neue Technologien wie iPod, MP3-Player, Internet und Internetradio, noch vor wenigen Jahren gänzlich unbekannt bzw. erst im Begriff waren zu entstehen. Der „Kuchen an potentiellen“ HörerInnen wird somit nicht grösser. Im Gegenteil.

Trotzdem gelingt es Radio 24 sogar, Marktanteile und Reichweiten zu steigern. Dies kommt nicht zuletzt daher, dass Radio noch immer das schnellste, flexibelste und persönlichste Medium im Markt ist. Radio ist Emotion und persönliche Ansprache. Die MedienkonsumentInnen sehen Radio noch immer als festen Bestandteil in ihrem medien-spezifischen Nutzungsverhalten. Radio 24 wird diesen Ansprüchen gerecht und hebt sich deshalb deutlich von seinen Mitbewerbern ab.

Bezüglich des Programms sei schliesslich der Hinweis gestattet, dass die vorliegend beantragte Konzession für mindestens zehn Jahre erteilt wird. Die Gestaltstellerin behält sich vor, ihr Programm während dieser Zeit den veränderten Bedürfnissen sowie der aktuellen Entwicklung fortlaufend anzupassen – freilich immer unter Berücksichtigung sämtlicher gesetzlicher Bestimmungen sowie der Vorgaben in der Konzession (Leistungsauftrag).

3.3 Produktion

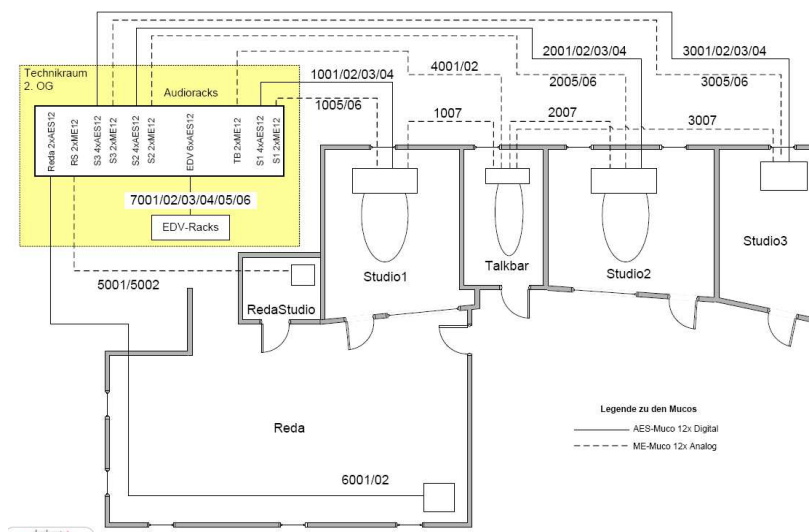
- a) Die Radio 24 AG unterhält an der Limmatstrasse 183 insgesamt 2 Sendestudios, 1 Produktionsstudio und 5 Redaktionsarbeitsplätze mit Aufnahmemöglichkeit. Alle 3 Studios sind komplett sendefähig, dadurch wird eine unterbruchsfreie Redundanz geschaffen. Die Studios sind mit dem Broadcastmischpult OnAir3000 der Firma Studer aus Regensdorf bestückt und mit der Automationssoftware Studer DigiMedia ausgerüstet. Für grosse Live-Talks besitzt Radio 24 eine Talkbar, die mit 4 Headsets ausgerüstet ist. Für mobile Anwendungen verfügt Radio 24 über einen Ü-Wagen – auch Studiobus genannt – der in der Lage ist, die Produktion des Programms von extern komplett zu übernehmen.

Die Reporter arbeiten seit anfangs 2007 mit den neuen Reportagegeräten PAW120 der spanischen Firma AEQ. Diese Geräte ersetzen die bis dato eingesetzten MiniDisc Recorder. Der PAW120 erlaubt es, Sprache direkt auf einen Flashspeicher im Format MPEG 1 LAYER 2 aufzunehmen. Die dann vorhandenen Files können direkt in die Edit- resp. Playoutsoftware von Studer DigiMedia importiert werden. Für die Produktion von Beiträgen und anderen Preproductions wird der in Studer DigiMedia eingebettete Multitrack-Editor der deutschen

Firma D.A.V.I.D verwendet. Für die Produktion von Jingles, Trailern, Werbung und Signeten verwendet Radio 24 die Software Protocols der Firma Digidesign.

In den Jahren 2003/2004 die ganze Produktionsinfrastruktur der Radio 24 AG vollständig ersetzt. Diese Massnahme drängte sich auf Grund des Alters der damals vorhandenen Produktionseinheiten auf. Die Bauzeit betrug sechs Monate. Die Investitionskosten beliefen sich auf knapp 1.4 Millionen Franken. In diesem Betrag nicht enthalten sind die Erweiterung der Klimaanlage, IT Infrastruktur (ServerFarm) sowie UGV und USV, welche 2007 ersetzt wurde.

Studio- und Redaktionsräumlichkeiten



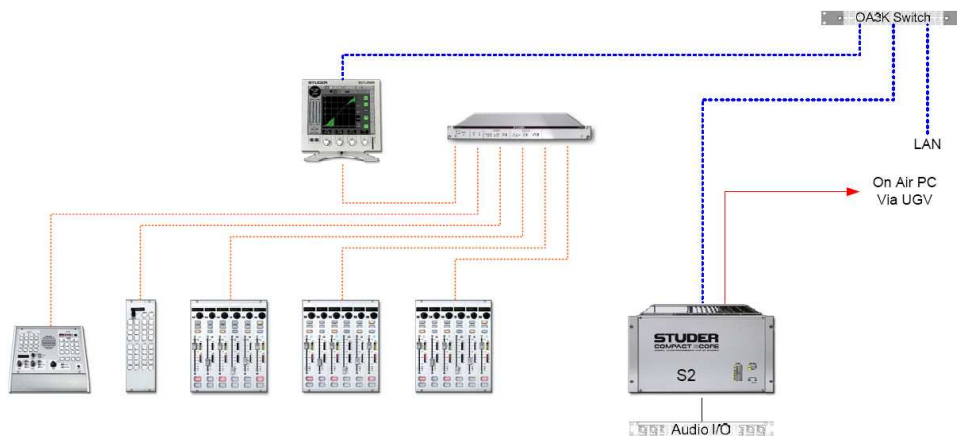
Studio 1+2: OnAir/Produktion

Das Studio 1 ist das Hauptsendestudio von Radio 24. Das tägliche Programm wird in diesem Studio hergestellt und direkt via Richtfunk (Minilink) auf den Hauptsender (Üetliberg) geschickt. Das Herzstück des Studios ist das digitale Sendemischpult OnAir3000 der Firma Studer.



Abbildung des Studio 2 an der Limmatstrasse in Zürich

Bei dem Bau der Studios wurde besonderen Wert auf die Ergonomie gelegt. Das Studio ist so konzipiert, dass jedes Gerät, welches benötigt wird, von ein- und derselben Person von einem Standpunkt aus bedient werden kann. Moderatorinnen und Moderatoren stehen bei der Arbeit. Die Infrastruktur in den Studios ist komplett miteinander vernetzt. Um einen unterbrechungsfreien Betrieb zu gewährleisten, sind die drei Studios mit einer Kreuzschiene verbunden, die dann zum Sender führt. So ist es möglich, unterbruchsfrei aus allen Studios zu senden.



Diese Schema zeigt die Verkabelung des OA3000 Systems in den Studios

Studio 3: OnAir Layout

Das dritte Studio bei Radio 24 unterscheidet sich in der Infrastruktur nicht gross von den restlichen Produktionsanlagen. Es ist lediglich weniger auf den OnAir-,

sondern auf den Produktionsbetrieb ausgelegt. Da aber auch dieses Studio mit der Kreuzschiene verbunden ist, wäre es im Notfall ebenfalls sendetauglich. Für die Produktion von Jingles, Trailer, Werbungen und Comedy wird bei Radio 24 das weltbekannte „Protools“ eingesetzt. Dieser extrem vielseitige und dynamische Mehrspureditor erlaubt es, Produktionen auf höchstem Niveau durchzuführen. Für die Perfekte Soundqualität sind auch die eingesetzten Neumann Grossmembranmikrofone verantwortlich.

Talkbar

Die Radio 24 Talkbar ist für grössere Talkrunden und Sportübertragungen gedacht. Die Mitarbeiter können sich mit ihren Gästen in dieses Studio zurückziehen und ungestört spannende Talks durchführen. Dieses Studio wurde so konzipiert, dass man es aus allen 3 Studios aufschalten kann. Es ist für Produktionen sowie für Livetalks geeignet. Für die Kommunikation mit dem Gesprächsleiter in der Talkbar wurde eigens ein Switching Panel gebaut, das es erlaubt, mit einem Knopfdruck festzulegen welches Studio abgehört- und in welches Studio gesprochen werden soll. Die Flexibilität ist zu 100 % gewährleistet.

Redaktion

Radio 24 ist ein Informationssender. Dies bedingt eine flexible Audioinfrastruktur an den Arbeitsplätzen. Vier Arbeitsplätze in der Redaktion besitzen ein kleines OA3000 Fadermodul mit 3 Kanälen. Auf diese Kanäle lassen sich Mikrofon, Telefonhybrid, Audioeditor, Tv1+2, Videorecorder und Codec 1-4 aufschalten. Ausserdem kann jeder Redaktor auch von seinen Arbeitsplatz aus auf die ISDN-Codecs Talkbacken zugreifen.

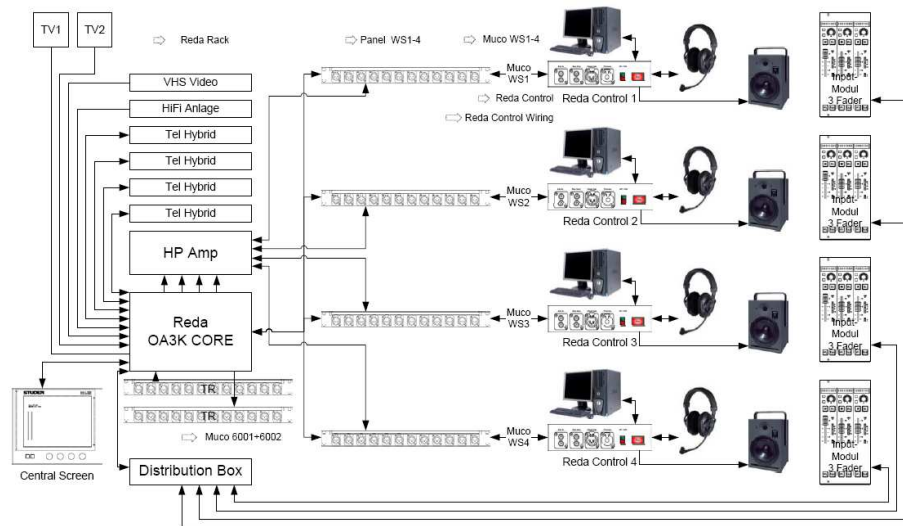


Abbildung des Prinzipschemas der Redaktionseinheiten

Studiobus / SEWA24

Im Jahr 2007 wurde der Studiobus einer Totalerneuerung im Bereich Technik unterzogen. Das Innenleben wurde auf den neusten Stand der Technik gebracht und den heutigen Produktionsanforderungen angepasst. Die Mischpultkonsole, die Audiokreuzschiene und der Arbeitstisch wurden komplett ersetzt.



Sendewagen mit dem Arbeitsplatz des Moderators

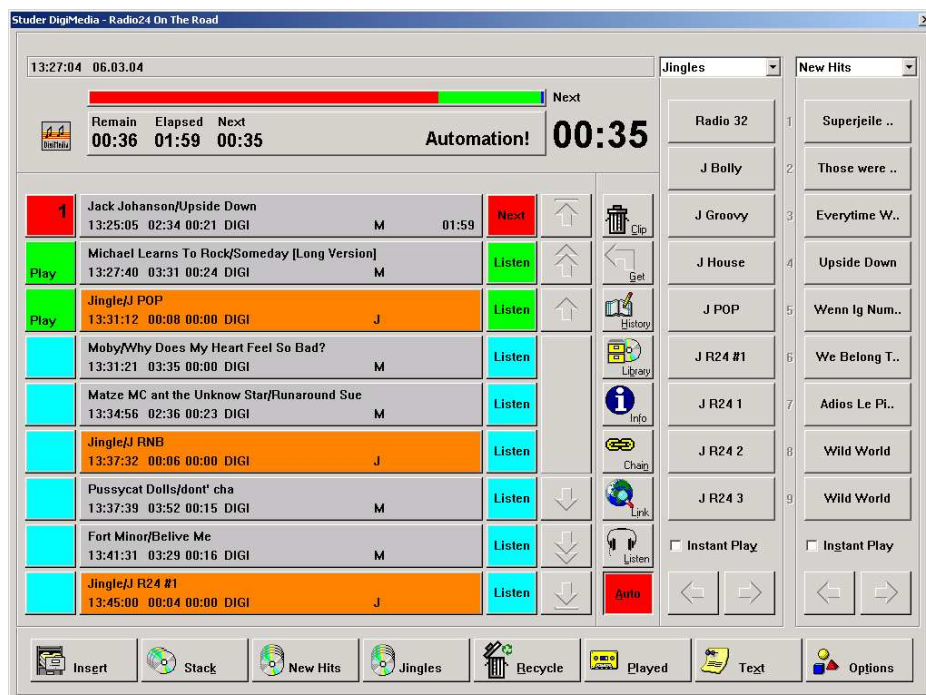
Seit dem Umbau (Anfang 2007) ist der Studiobus in der Lage, alle Aufgaben, welche im Studio 1 ausgeführt werden, komplett zu übernehmen bzw. fernzusteuern – gleich ob einfache Moderationen, komplexe Berichte, Live Einspielungen via Funkmikrofon oder das „fahren“ komplexer Informationssendungen. Beim Design des SEWA24 wurde besonderen Wert auf die Ergonomie gelegt.

Der Moderator – kann wie im Studio – alles von einem Ausgangspunkt bedienen. Der Bus wird mit 2 ISDN-Leitungen mit dem Studio verbunden.

Bei der Konzeption des Busses wurde auch daran gedacht, dass es Aussenübertragungen geben kann, bei denen keine Zufahrtsmöglichkeit für das komplette Fahrzeug besteht. Für solche Fälle wurde ein zweites, eigenständiges Möbel angefertigt, das exakt den Abmessungen dessen im Bus selbst entspricht. Die Fadermodule sowie die Computermonitore werden aus dem Bus ausgebaut und in das externe Möbel integriert. Alle nötigen Audio- und IP-Signale werden via Fieberoptik- und Ethernetkabel geführt. Dies ermöglicht es, alle nötigen Arbeitsmittel bis zu 100 Meter entfernt vom eigentlichen Fahrzeug einzusetzen.

Reportageeinheiten und Sendeautomation

Radio 24 setzt neben portablen Minidiscgeräten auch neue digitale Aufnahmegeräte ein. Ferner ist das CAB (Computer Assisted Broadcasting)-System Digimedia im Einsatz. Dieses ist für die Ausspielung der akustischen Sendeelemente zuständig. Die geschnittenen Audiodateien werden in die serverbasierte Datenbank abgespeichert und sind von jedem Rechner aus bearbeitbar.



Screenshot der OnAir - Applikation im Automationsmodus

Die Planung der Playliste übernimmt das Programm MusicMaster. Dieser erlaubt das Planen von komplexen Sendeabläufen inklusive Jingles, Trailer, Signeten und Werbungen. Via OnAir-Screen hat der Moderator Zugriff auf die komplette Audiodatenbank und kann bei Bedarf Musikstücke, Jingles oder andere Audiotakes direkt in die Liste einfügen oder nicht benötigte Elemente löschen. In der Nacht übernimmt der Automationsmodus die Ablaufsteuerung.

Somit steht fest: Die Gesuchstellerin verfügt bereits heute über modernste Produktionseinheiten, welche zur Erfüllung des Leistungsauftrags unabdingbar sind. Die Produktion erfolgt mehrheitlich in Zürich. Der mobile Bus erlaubt es, flexibel auf die aktuellen Bedürfnisse des journalistischen Tagesgeschäfts einzugehen.

- b) Wie bereits erwähnt, beschäftigt die Gesuchstellerin 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit insgesamt 31.5 Vollzeitstellen. Der Lohnliste ist ferner zu entnehmen, dass sich zwei Mitarbeiter (Redaktion und Moderation) in einem Praktikum befinden. Entsprechend der Natur des Mediums ist der Personalbestand variabel. Die Gesuchstellerin schliesst nicht aus, bei Erweiterung ihres Konzessionsgebiets im Bedarfsfall weitere Mitarbeiter einzustellen. Ein Quervergleich mit den übrigen Veranstaltern in Zürich verdeutlicht, dass die Gesuchstellerin mit Abstand am meisten Ressourcen ins Programm einsetzt. Die Werbeakquisition ist in ein eigenständiges Unternehmen ausgelagert. Für Radio 24 budgetiert die Belcom AG unter Sales + Marketing 8.5 Vollzeitstellen.

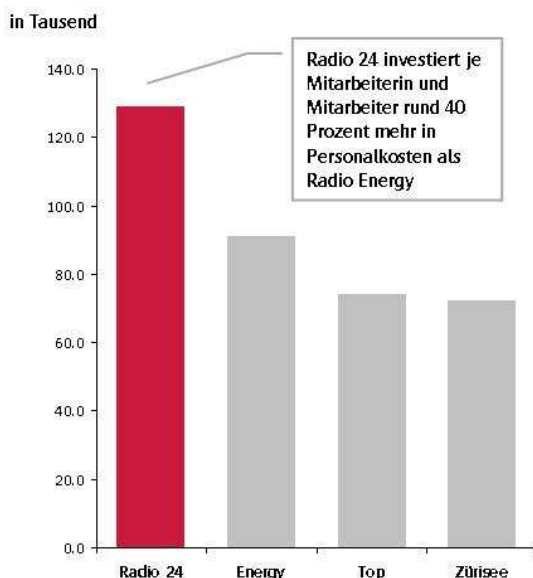
Mitarbeiterzahlen	
(Stichtag 30. Oktober 2007)	
<u>Bereich</u>	<u>Vollzeitstellen</u>
Programmleitung	1.0
Redaktion	17.5
Moderation	10.2
Technik	1.8
Administration	1.0

Total Radio 24	31.5
Sales und Marketing (Belcom AG)	8.5
Total Radio 24 und Belcom	40.0

Programmkosten Radio 24 AG	
(Stand per 31.Dezember 2006)	
<u>Bereich</u>	<u>Betrag (CHF)</u>
Personalaufwand	3'515'568.79
Produktionsaufwand	1'515'187.74
Übriger Betriebsaufwand	396'386.80
Abschreibungen	201'888.77
Total Betriebskosten	5'630'132.10

Radio 24 investiert je Mitarbeiter 40 Prozent mehr als Konkurrenz

Gesamte Personalkosten pro Vollzeitstelle



Überdurchschnittliche Löhne

- Radio 24 investiert rund 40 Prozent mehr in den einzelnen Mitarbeiter als die Konkurrenz
- Radio 24 investiert im Durchschnitt rund CHF 130'000 pro Vollzeitstelle
- Radio Energy investiert im Vergleich durchschnittlich CHF 91'000 pro Vollzeitstelle; Radio Top investiert CHF 74'000; Radio Zürisee CHF 72'000

Beweis	Bilanz und Erfolgsrechnung Radio 24 AG	Beilage 20
---------------	--	-------------------

	Lohnliste (anonymisiert)	Beilage 36
--	--------------------------	-------------------

- c) Es ist geplant, dass die Gesuchstellerin nach dem Verkauf von „Radio Basilisk“ in dessen Übergangsphase auf Martin Wagner Unterstützung bis Ende 2008 im Bereich Musik leistet. Denkbar ist auch, dass Radio Basilisk künftig – auch andere Veranstalter – Zugriff auf den Bundeshauskorrespondenten der Gesuchstellerin hat. Ansonsten wird auf die Ausführungen unter Ziff. 2.3 b und c verwiesen. Insbesondere erfolgt kein Programmaustausch mit anderen Sendern. In jedem Fall bleibt die journalistische Unabhängigkeit gewahrt.

Neben den üblichen Agenturquellen (dpa, sda, audioline) hat Radio 24 in den vergangenen 25 Jahren ein weltweit umspannendes Korrespondentennetz geschaffen (vgl. vorne 3.2 d). Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass ein Hauptbestandteil des Programms aus Musik besteht, welche die Gesuchstellerin freilich nicht selber produziert. Es existiert jedoch keine Verpflichtung gegenüber einem Musiklabel, deren Songs bevorzugt zu behandeln. Die Musikredaktion genießt diesbezüglich vollständige Unabhängigkeit.

4. Finanzierung

4.1 **Eigenkapital**

Die zur Sicherung des Eigenkapitals verlangten Unterlagen für eine bereits bestehende Gesellschaft sind vollständig vorhanden. Die Gesellschaft ist gesund. Sie verfügt über ausreichend Eigenkapital zur Aufrechterhaltung ihres Sendebetriebs und zur Erfüllung des Leistungsauftrags.

Beweis	Bilanz und Erfolgsrechnung Radio 24 AG	Beilage 20
---------------	--	-------------------

	Nachweis der stillen Reserven (zusätzlich zur Auflösung von stillen Reserven im Anhang)	Beilage 44
--	---	-------------------

Nachweis des Eigenkapitals im Zeitpunkt des Antrags

**zur Edition
offeriert**

4.2 Fremdkapital

Die Gesellschaft ist gesund und benötigt kein Fremdkapital.

4.3 Plandaten

Die notwendigen Plandaten sind für den Zeitraum von fünf Jahren erstellt. Das erste Planjahr ist jeweils in Quartale aufgeteilt. Die Gliederung der einzelnen Pläne folgt dem BAKOM-Kontenplan. Die Geldflussrechnung weist den Cash-Flow aus Tätigkeit, Investitionen und Finanzierung aus und ist auf die flüssigen Mittel abgestimmt. Gewinnausschüttungen sind explizit auszuweisen.

Beweis	CD mit Plandaten inkl. Investitions- und Abschreibungsplan	Beilage 45
	CD mit Plandaten inkl. Planerfolgsrechnung	Beilage 45
	CD mit Plandaten inkl. Planbilanz	Beilage 45
	CD mit Plandaten inkl. Geldflussrechnung (Fonds flüssige Mittel)	Beilage 45

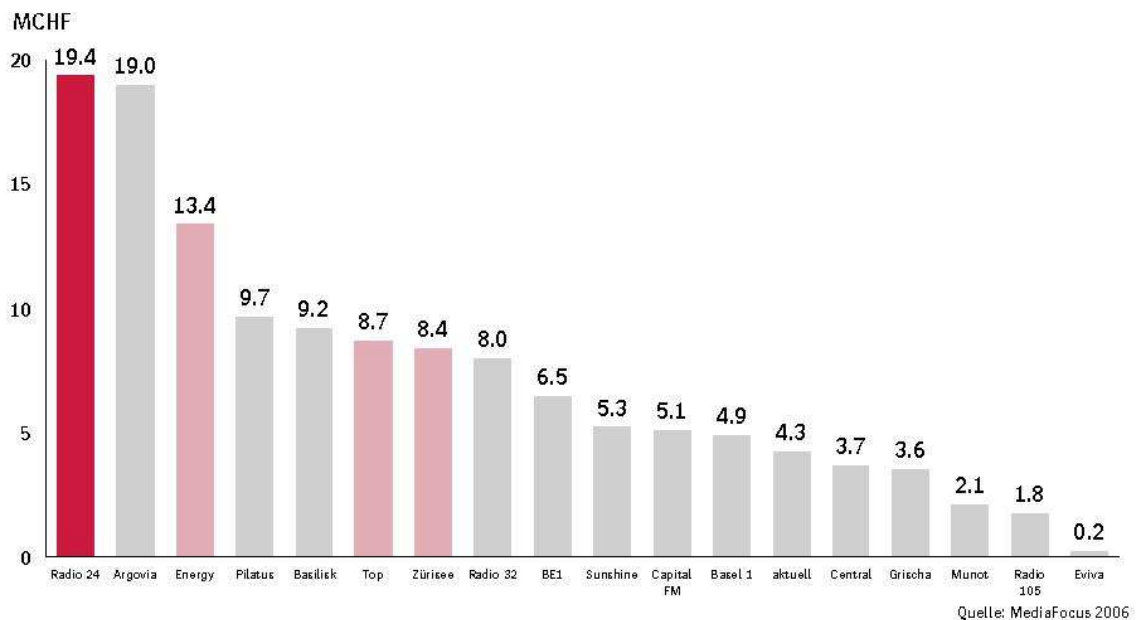
4.4 Ertragsberechnung

Die Ertragsberechnung leitet sich im Wesentlichen aus den Erfahrungswerten der vergangenen Jahre ab. Die Umsatzverrechnung der Belcom AG an die Radio 24 AG basiert auf einem Managementvertrag zwischen diesen Gesellschaften und nicht auf detaillierten Sekundenberechnungen. Im nationalen Werbemarkt werden die Umsätze von Radio 24 zu gut 50 % aus der Vermarktung des

Swiss Radio Pool und im Übrigen via Einzelbuchungen des Senders generiert. Radio 24 ist zusammen mit 14 anderen Sendern (siehe www.swissradiopool.ch) Mitglied des Swiss Radio Pool. Der Swiss Radio Pool setzt sich aus verschiedenen Modulen zusammen. Radio 24 ist Mitglied des Basismoduls "City" und ist so auch im weiteren darauf aufbauenden Deutschschweizer Modul ("City Plus") sowie im nationalen "Swiss Radio Pool" buchbar.

Radio 24 ist die Nummer 1 der Deutschschweizer Radiowerbung...

Werbeeinnahmen brutto (in MCHF) im Jahr 2006



Die Vermarktung des Swiss Radio Pool erfolgt in erster Linie über Vermittler (IP, Radiotele, Mediasense, Cover Media, Spot Promotion, Radio Emotion, Sample etc.). Die Mediasense SA, ein Gemeinschaftsunternehmen der Sender des Swiss Radio Pool (49 %) und der Publisuisse SA (51 %), dient als zentrale Buchungsstelle für alle den Swiss Radio Pool und seiner Module betreffenden Werbeaufträge. Mediasense SA bucht diese Aufträge mit dem bekannten Onlinebuchungstool "Publiplan", das auch im Bereich der TV-Werbung zum Einsatz kommt. Der Swiss Radio Pool und seine Module können aber auch von den Sendern direkt gebucht werden, sie erhalten dann, wie die Vermittler, ebenfalls eine Vermittlungskommission.



**Dominique von Matt, Mitinhaber Jung von Matt/Limmat,
Vorstandsmitglied bsw leading swiss agencies**

«Radio 24 und TeleZüri sind im «Millionen-Zürich» nicht mehr wegzudenken. Neben Information und Meinungsbildung sind sie ein Wegweiser durch die Region. Die Medien helfen der breiten Bevölkerung das kulturelle, sportliche und soziale Angebot der Region richtig zu nutzen. Dieser Mehrwert schafft eine enge Bindung zu den Nutzern. Beide Medien haben bei den Zürchern eine sehr hohe Glaubwürdigkeit. Für mich als Werber sind die Medien besonders wichtig, da immer wieder Kampagnen entwickelt werden, die ohne die Möglichkeit das «Millionen-Zürich» effizient mit elektronischen Medien abdecken zu können, gar nicht entstehen würden.»

Nationale Werbung wird zum Teil aber auch von Radio 24 selber akquiriert oder direkt (ohne Einschaltung von Vermittlern) durch Mediaagenturen, Kunden und in ganz seltenen Fällen von Werbeagenturen gebucht. Regionale Werbung wird zum Grossteil von der zur Tamedia AG gehörenden Vermarktungsorganisation Belcom AG gebucht (sog. Eigenvermarktung im Unterschied zur Fremdvermarktung durch Buchungen von Vermittlerseite). Die Belcom AG ist vom Programm von Radio 24 strikte getrennt. Auch im regionalen Werbemarkt werden jedoch viele Werbeaufträge über die vorgenannten Vermittler bzw. übrigen Marktpartners (Agenturen, Kunden etc.) gebucht.

Zur Verstärkung der Position von Radio 24 im sehr wettbewerbsintensiven Zürcher Radiomarkt besteht zudem eine Partnerschaft mit Radio Zürisee. Es handelt sich um eine normale Werbekombination, den "ZüriPool".

Im Bereich des Marketings besteht ebenfalls eine Reihe von Partnerschaften. Es handelt sich in erster Linie um gewöhnliche Gegengeschäfte (gemäss den Richtlinien der ESTV betr. MWSt-konforme Gegengeschäfte) und Medienpartnerschaften mit einer Vielzahl unterschiedlicher kultureller und sozialer Organisationen. Dazu kommen Werbemöglichkeiten innerhalb der Tamedia-Gruppe

(Intercompany), die ebenfalls in Übereinstimmung mit den einschlägigen Bestimmungen der ESTV zu rabattierten Konditionen gebucht werden können.

Beweis	Verkaufsprospekt Belcom AG/Swiss Radio Pool	Beilage 46
	Managementvertrag Radio 24 AG/Belcom AG	Beilage 14
	CD mit Plandaten inkl. Ertragsberechnung	Beilage 45
	Kombiverträge Swiss Radio Pool	zur Edition offeriert

4.5 Zusammenfassung mit Kennzahlen

	2008	2009	2010	2011	2012
Umsatz (CHF)	6'096'905	6'157'555	6'218'812	6'280'681	6'343'169
Gewinn/Verlust (CHF)	285'638	176'016	235'617	309'048	307'094
Umsatzrendite	6.2 %	3.8 %	5.0 %	6.5 %	6.4 %
Gesamtkapitalumschlag	1.5	1.5	1.2	1.7	1.6
Return on Investment	6.9 %	4.1 %	6.6 %	8.0 %	7.3 %
Anlageintensität	15.6 %	17.4 %	19.9 %	14.3 %	10.4 %
Fremdfinanzierungsgrad	46.0 %	44.2 %	53.6 %	49.4 %	45.7 %
Debitorenumschlag	6.9	6.8	6.8	6.7	6.6

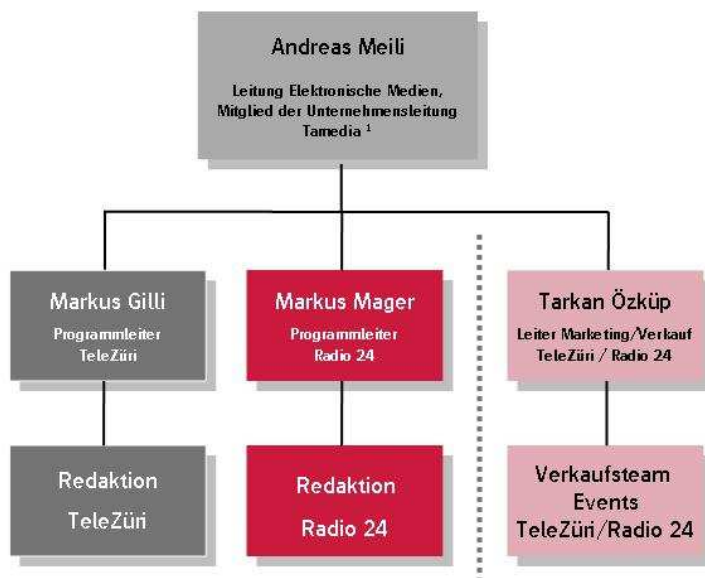
5. Informationen zu besonderen Pflichten

- a) Bezüglich der Gewähr, dass das geltende Recht, insbesondere die arbeitsrechtlichen Vorschriften und die Arbeitsbedingungen der Branche eingehalten werden, vgl. Ziff. 3.2 a) und b). Zur Weiter- und Ausbildung vgl. Ziff. 3.2. c). Zur Aufschlüsselung der Betriebskosten vgl. Ziff. 3.3. b).

- b) Zum umfassenden und praxiserprobten Qualitätssicherungssystem vgl. Ziff. 3.3. a).
- c) Zur strikten Trennung von wirtschaftlichen Aktivitäten und Programm vgl. Ziff. 2.2 b) und 3.2 a). Zur vom Mutterhaus unabhängigen Positionierung vgl. Ziff. 3.2 d). Im Ergebnis steht fest, dass die Gesuchstellerin wirtschaftliche Aktivitäten und Programm strikt trennt. Darüber hinaus ist die Redaktion formal und journalistisch unabhängig.

Die Redaktion von Radio 24 ist publizistisch unabhängig

Klare Trennung zwischen Redaktion und Verkauf



¹ ab 1.1.08 Rolf Bollmann, Leiter Medien Zürich und Nordostschweiz

Unabhängige Redaktion

- Mit einer organisatorischen Trennung ist sichergestellt, dass die Redaktion publizistisch vollständig unabhängig entscheiden kann
- Der Verkauf und das Marketing sind in die eigenständige Firma Belcom AG ausgelagert

- d) Das Mutterhaus der Gesuchstellerin bewirbt sich für zwei Radio- und zwei TV-Konzessionen, was im Einklang mit Art. 44 Abs. 3 RTVG steht.
- e) Die Gesuchstellerin gehört zu 100 % der Tamedia AG, die ein Schweizer Unternehmen darstellt. Als börsenkotiertes Unternehmen kann das Mutterhaus nicht ausschliessen, dass vereinzelt Aktien durch ausländische Unternehmen oder Privatpersonen erworben werden. Wie die Gesuchstellerin jedoch vorne (Ziff. 2.4 a und b) dargelegt hat, wird das Mutterhaus grossmehrheitlich von

Schweizer Privatpersonen und Unternehmen beherrscht. Im Bedarfsfall werden weitere Unterlagen zur Edition offeriert.

6. Verbreitung

Die Gesuchstellerin ist in der Lage, ein Versorgungskonzept einzureichen, das die technische Verbreitung des Programms, die zeitliche Staffelung der Erschliessung des ganzen Versorgungsgebietes und die Finanzierung der geplanten Verbreitung aufzeigt. Sie verfügt bereits über eine bestehende Infrastruktur, welches es ihr ermöglicht, das aktuelle Konzessionsgebiet zu versorgen. Aufgrund der Tatsache, dass es sich bei den Verbreitungsmodalitäten um das Ergebnis jahrelanger zeit- und kostenintensiver Bemühungen und somit Geschäftsgeheimnissen handelt, legt die Gesuchstellerin Wert darauf, dass an den entsprechenden Unterlagen und Konzepten überwiegende private Interessen bestehen. Die entsprechenden Informationen sind deshalb in Form einer Beilage vorhanden mit dem Antrag, sie in Anwendung von Art. 43 Abs. 4 RTVV nicht an Dritte respektive interessierte Kreise weiterzuleiten.

Beweis

Versorgungskonzept Radio 24

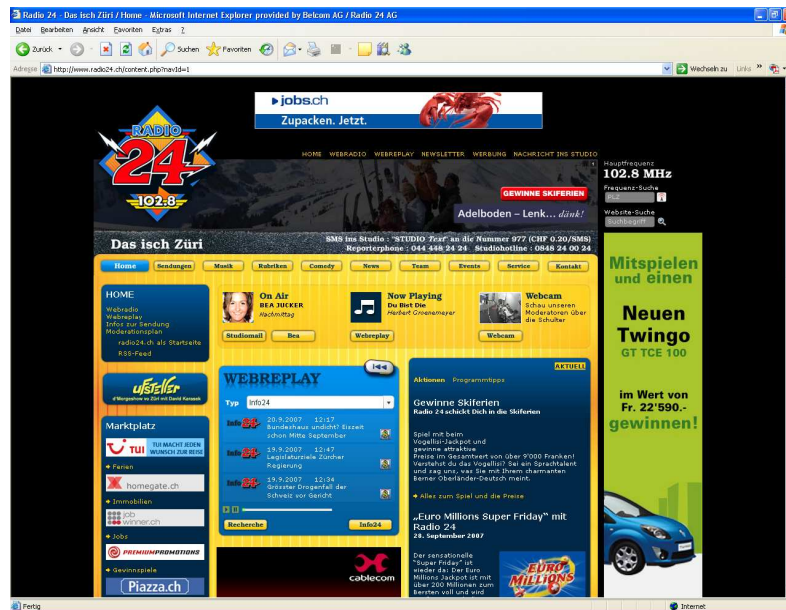
Beilage 47

7. Zusatzdienste

Radio 24 bietet dem Publikum mehrere Zusatzdienste in den Bereichen Internet und Mobile Kommunikation an.

a) Datendienste: Website

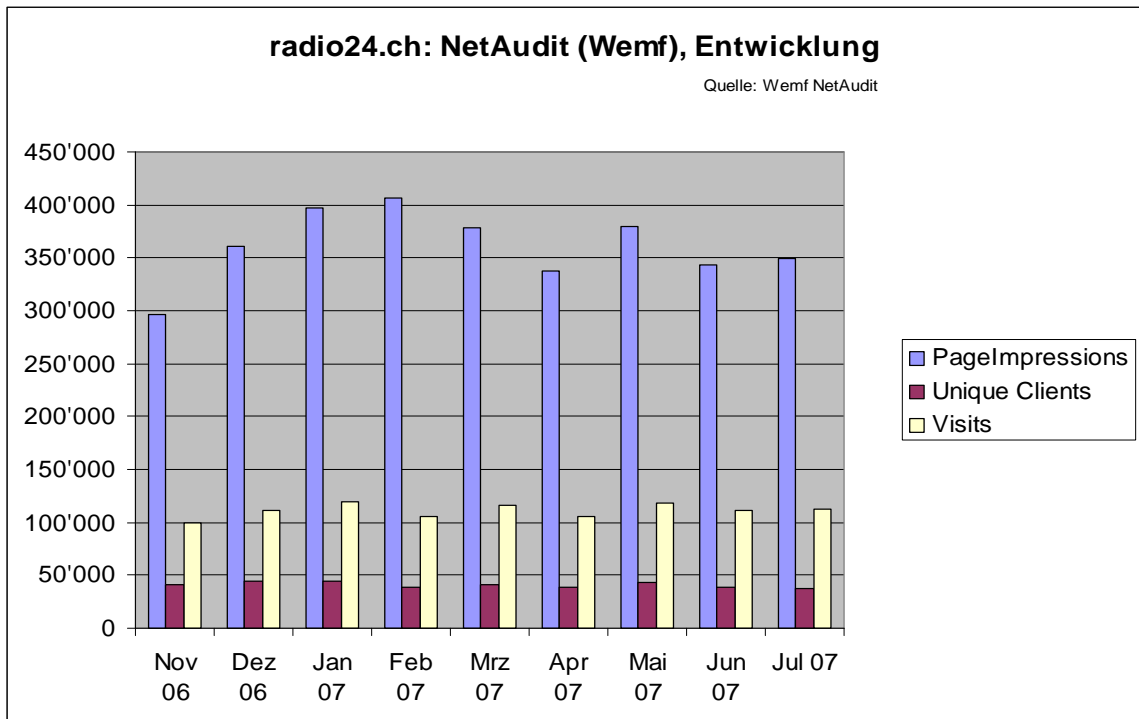
Unter der URL www.radio24.ch publiziert Radio 24 ein umfassendes Online-Angebot. Der Service umfasst beispielsweise Informationen zum aktuellen Programm, zu Inhalten der Radio 24-Sendungen, Nachrichten / Wetter, Informationen über die aktuell gespielten Musiktitel und über die Rubriken, welche bei Radio 24 ausgestrahlt werden.



www.radio24.ch ermöglicht den Usern einen Blick in das Hauptsendestudio via WebCam. Umfangreiche Feedback-Möglichkeiten zu den aktuellen Sendungen, etwa mit der Funktion „Nachricht ins Studio“, sind ebenso integriert. Moderatorinnen und Moderatoren können auf diese Weise laufend neuste Meldungen der Hörerinnen und Hörer empfangen.

Im Bereich der Services können, unter anderem, auch Angaben zu den Radio 24-Frequenzen (Drahtlos und CATV) und zum Sendegebiet abgefragt werden. Die beliebten Online-Rubriken „Webradio“ (Livestreaming in den Formaten Windows Media resp. Flash) und „Webreplay“ erlauben es, alle Radio 24-Nachrichtenbulletins, die Beiträge aus „Info 24“ und der Morgenshow „Ufsteller“, noch einmal und damit zeitunabhängig zu hören.

Die Hörerinnen und Hörer von Radio 24 nutzen das Online-Angebot oft und intensiv. radio24.ch ist gemäss NET-Matrix-Audit, Juli 2007, die meistgenutzte Privatradiosite der Schweiz.



b) Datendienst RDS

Das Radio Data System (RDS) wird auch bei Radio 24 eingesetzt zur Übermittlung von Nicht-Audio-Zusatzinformation welche das Programm von Radio 24 betreffen. Die RDS-Erkennung wird bei Radio 24 primär genutzt um durch die Übertragung der "alternative frequencies" (Alternativfrequenzen) in den Autoradios, ohne Benutzereingriff, automatisch die Frequenz zu wechseln und somit dem einmal eingestellten Programm von Radio 24 zu folgen. Dies erspart das manuelle Suchen nach der neuen Frequenz, wenn das Fahrzeug auf der Fahrt den Sendebereich eines Radio 24-Senders verlässt.

Ausgestrahlt werden die gängigsten RDS Daten wie PS / PI / AF / TA und TP sowie dynamisch die Anzeige von Musikinterpret/Titel. Bei besonderen Ereignissen (Notfälle / News und Sportflash) werden die entsprechenden Informationen ebenfalls via RDS ausgestrahlt.

c) Telefondienste

Um dem Publikum möglichst eine breite Palette von Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zu Radio 24 zu bieten, hat Radio 24 umfassende Lösungen im Bereich Telekommunikation geschaffen. Via die bekannte Telefonnummer 0848 24 00 24 erhalten die Hörerinnen und Hörer den schnellen Zugang zu Redaktion und Moderation von Radio 24 zum Normaltarif. Unter dieser Nummer treffen bei Radio 24 im Rahmen des „Reporterphone“ wertvolle Hinweise aus der Hörschaft ein, welche durch die Redaktion entgegengenommen, verifiziert und bei Bedarf am Radio publiziert werden. Ebenso platzieren hier die Hörerinnen und Hörer ihre Anliegen bezüglich des laufenden Programms, wünschen sich einen Musiktitel oder beteiligen sich an einem Wettbewerb.

Ferner bietet die Gesuchstellerin diverse Hotlinedienste an, wie z.B. die Verkehrshotline Traffic24 zum Normaltarif sowie die kostenpflichtigen Nummern Biletbörse und Radio 24-Replay.

d) SMS/MMS Applikation

Schliesslich können via SMS/MMS diverse kostenpflichtigen Applikation im Bereich Service, Informationen und Unterhaltung abgerufen werden (Titelabfragen, Grüsse und Musikwünsche, Dating, Wetter). Um einen Service zu stoppen, muss lediglich ein entsprechendes Service-Keyword mit einem Abstand und dem Wort STOP an die entsprechende Zielnummer gesendet werden.

8. Weitere Bemerkungen und Ausführungen

a) Folgende Ausbau- und Programmentwicklungsstufen sind im Aufbau:

- Es ist geplant, Radio 24 künftig (ab Ende 2008) auch via DAB+ auf dem Layer II im Rahmen der Meldepflicht zu verbreiten (Radio 24 Digital). Dieser Standard erlaubt interaktives Radio mit sog. „user-generated content“ (Community Radio).

- Radio 24 wird die Technologie „HD-Radio“ voraussichtlich ebenfalls einsetzen. Der Zeitpunkt der Einführung von „HD-Radio“ ist jedoch u.a. abhängig von den Faktoren der Standardisierung in Europa und der Entwicklung auf dem Empfängermarkt.
- Die drahtlose Verbreitung auf IP basierten Netzen (UMTS / WiFi) wird ebenfalls geprüft. Unter dem Brand Radio 24 sind diverse Line Extensions mit Musikformaten und spezifischen Inhalten für verschiedene Zielgruppen geplant, wie z.B. Radio 24 Talks, Radio 24 Info, Radio 24 Gold, Radio 24 Community (Bürgerfunk), Radio 24 for Youngsters Radio 24 Interactive etc. Damit soll Radio 24 in der Bevölkerung über alle Zielgruppen noch breiter abgestützt und die Zuhörer zum aktiven Umgang mit den Senderangeboten motiviert werden (Community Radio). Das bestehende qualitative News- und Serviceangebot wird durch eine solche Interaktion durch die Hörerschaft selbst zusätzlich bereichert (Bürgerforum).

b) Gutachten Weber

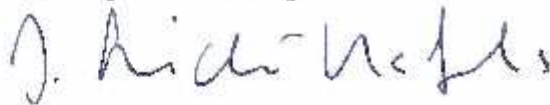
Tamedia AG und St. Galler Tagblatt AG haben bei Prof. Rolf H. Weber ein Gutachten in Auftrag gegeben, welches sich zur Frage äussert, ob die in Art. 45 Abs. 3 RTVG erwähnte Bereicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt auch durch verschiedene Medien desselben Eigentümers hergestellt werden kann. In der öffentlichen Ausschreibung zur Erteilung von Konzessionen mit Leistungsauftrag vom 4. September 2007 nennt das BAKOM neben der inhaltlichen Ausrichtung der Bewerbung die Unabhängigkeit des Bewerbers als Kriterien. Prof. Rolf H. Weber gelangt zum Schluss, dass das Kriterium der Unabhängigkeit nicht sachgerecht erscheint, weil die programmliche Vielfalt und nicht die Eigentumsdiversität ausschlaggebend ist. Die publizistischwissenschaftliche Lehre weist sogar darauf hin, dass zwischen verschiedenen Medienunternehmen der Wirtschaftswettbewerb zu einer „me too“-Strategie führt („more of the same“). Schliesslich konnte bislang empirisch nicht nachgewiesen werden, dass die Konzentration der Medienträger negativen Einfluss auf die Qualität der Programme und die Breite der Inhalte hat. Im Gegenteil – ein starkes Mutterhaus, wie z.B. Tamedia AG mit dem Flaggschiff „Tages-Anzeiger“, kann es sich eher

leisten, ein Rundfunkprogramm für Minderheiten auszustrahlen als ein kleiner Konkurrent, der von jedem einzelnen Werbetreibenden abhängig und dringend auf kommerziellen Erfolg angewiesen ist (vgl. zur Positionierung der Tamedia-Titel: vorne Ziff. 3.2 d). Schliesslich weist Prof. Rolf H. Weber auf die konkreten Umstände hin, was die abschliessende Bemerkung der Gesuchstellerin gestattet, auf die organisatorische und materielle Unabhängigkeit der Redaktion zu verweisen, welche die Erfüllung eines Programmauftrags losgelöst von den Eigentumsverhältnissen ermöglicht (vgl. vorne 2.2 b und 3.2 a).

Bawels	Gutachten Prof. Rolf H. Weber	Beilage 13
	Redaktionsstatut Radio 24	Beilage 6

Aufgrund der vorliegenden Ausführungen ersuche ich Sie höflich, sehr geehrte Damen und Herren, meinem eingangs gestellten Rechtsbegehren stattzugeben.

Mit vorzüglicher Hochachtung



Dr. Jascha Schneider-Marfels, Advokat

Beilagen: gemäss separatem Beilagenverzeichnis

dreifach