

Radio 1 AG  
Hottingerstrasse 10  
8032 Zürich

Bundesamt für Kommunikation BAKOM  
Zukunftsstrasse 44  
2501 Biel

Zürich, 23. August 2019

## Gesuch um Übertragung einer UKW-Veranstalterkonzession

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir beziehen uns auf Ihr Schreiben vom 4. Juli 2019, mit welchem Sie die Vorgehensoptionen für die Radio 1 AG (nachstehend "Radio 1") bzw. Tamedia AG (nachstehend "Tamedia") aufgezeigt haben im Zusammenhang mit der UKW-Veranstalterkonzession betreffend "Planet 105" (Übertragung oder Verzicht mit Meldepflicht). Tamedia hat sich für die Option "Übertragung der Konzession" entschieden, entsprechend wird hiermit ein Gesuch um Übertragung dieser Konzession von Radio 1 auf Tamedia, unter gleichzeitiger Verlängerung der Konzession für die Jahre 2020 - 2024, eingereicht.

Zu diesem Zweck dürfen wir Ihnen die nachstehenden Angaben machen.

### **1. Begründung der Konzessionsübertragung und Grundsatzklärung**

a) Begründung für die Konzessionsübertragung: Tamedia hat am 2. Juli 2019 verkündet, dass sie - vorbehaltlich der Zustimmung der zuständigen Aufsichtsbehörden - den Jugendsender Planet 105 übernehmen wird. Tamedia zielt darauf ab, gemeinsam mit dem Team von Planet 105, die 20-Minuten-Community um ein reichweitenstarkes Radio unter dem Brand "20 Minuten Radio" mit einem zielgruppengerechten Musikangebot, schnellen News und attraktiven Inhalten zu erweitern. Tamedia wird somit als Veranstalter auftreten, Radio 1 künftig als Dienstleister im Auftrag von Tamedia nur noch die publizistischen Beiträge produzieren sowie die Musik kuratieren.

b) Grundsatzerklärung:  
Tamedia erklärt hiermit, dass sie die Rechte und Pflichten der bisherigen Konzessionärin übernehmen wird.

## **2. Kapital und Stimmrecht: bisheriger Konzessionär / neuer Eigner**

Es kommt zu keinen Veränderungen bezüglich Kapital und Stimmrecht bei Radio 1. Tamedia erwirbt bestimmte Aktiven betreffend "Planet 105" (u.a. die Veranstalter- und die Funkkonzession) und bezieht den Radio-Betrieb im Sinne einer Dienstleistung von Radio 1 bzw. dem Team von Planet 105.

## **3. Tätigkeit des neuen Eigners der Konzession im Bereich des Medienwesens**

a) Ausgeübte oder geplante Tätigkeiten im schweizerischen und ausländischen Medienwesen (z.B. Radio, Fernsehen, Presse, Online) oder in verwandten Bereichen:

Tamedia ist die Muttergesellschaft einer Unternehmensgruppe, die insbesondere in den Bereichen Print- und Online-Medien tätig ist. Die Tamedia-Gruppe ist Herausgeberin verschiedener Zeitungen und Zeitschriften sowie Betreiberin von Online-Plattformen. Die Tamedia-Gruppe ist schwergewichtig in der Schweiz tätig. Seit der Übernahme von Neo Advertising ist die Tamedia-Gruppe auch im Bereich Aussenwerbung (Out-of-Home-Werbung; OOH-Werbung) und seit der Übernahme von Goldbach im Bereich der Vermarktung / Vermittlung von TV-, Radio- und Online-Werbung tätig.

b) Beteiligung an Drittunternehmen in den unter a) angegebenen Bereichen:

Eine Übersicht über die Beteiligungen von Tamedia per 31. Dezember 2018 findet sich im Geschäftsbericht von Tamedia (abrufbar unter [https://www.tamedia.ch/tl\\_files/content/Group/Investor%20Relations/Deutsch/2018\\_geschaeftsbericht\\_de.pdf](https://www.tamedia.ch/tl_files/content/Group/Investor%20Relations/Deutsch/2018_geschaeftsbericht_de.pdf)), S. 94 ff. (Auszug aus dem Geschäftsbericht als Beilage 1).

c) Zusammenarbeit mit Unternehmen in den unter a) angegebenen Bereichen:

Eine Zusammenarbeit mit den unter a) angegebenen Bereichen ist zum aktuellen Zeitpunkt vor allem in zwei Kategorien angedacht:

- Zwischen dem Team von Planet 105 und Tamedia / 20 Minuten wird es zu einer engen redaktionellen und inhaltlichen Verzahnung kommen. So sind Shows, Podcasts und Instant-News-Flashes mit aktuellen oder beliebten Stories auf 20 Minuten geplant. Hierzu wird Planet 105 Zugriff auf den Web-Seismograph von 20 Minuten mit «Filter» auf die Zielgruppe 15-25 Jahre erhalten
- Goldbach (bzw. swiss radioworld) soll, wie im Status Quo, einen Teil der Vermarktung für Planet 105 übernehmen. Zudem wird innerhalb von 20

Minuten eine dedizierte Sales-Ressource für 20 Minuten Radio zuständig sein.

#### 4. Leistungsauftrag (Output)

##### 4.1 Art des geplanten Radio- bzw. Fernsehprogramms

Das Redaktionsstatut von 20 Minuten skizziert die Zielgruppe von 20 Minuten als «junge, aktive und urbane Schweizer». Das Radio wird sich diesem Credo anschliessen und konsequent für eine junge Zielgruppe Inhalte erstellen. Die newsrelevanten Themen werden in Echtzeit aus dem Newsroom der 20 Minuten Redaktion übernommen. Hierzu wird - wie bereits erwähnt - der Web-Seismograph von 20 Minuten auch in der Redaktion des Radios installiert, um die Themen zu identifizieren, die bei der jungen Zielgruppe (15-25 Jahre) Online bereits gelesen und in der Community interagiert werden (Basis Google Analytics Tool):

*Exemplarische Darstellung des Web-Seismograph:*

Link	Ressort	Title	
<a href="#">11300989</a>	Zuerich	«Meine Tochter hat einen dreifachen Schädelbruch»	18%
<a href="#">17702547</a>	Ausland	Albanischer Wirt geht auf spanische Touristen los	18%
<a href="#">17928499</a>	Inland	Filmteam macht mysteriösen Fund im Wald	17%
<a href="#">30234498</a>	Bern	«Man warnte mich vor einem gefährlichen Mann»	15%
<a href="#">14293588</a>	Bern	Zug von Vermummten blockiert und angegriffen	15%
<a href="#">12468824</a>	Inland	SBB-Chef war nicht an Beerdigung von Bruno R.	12%
<a href="#">31204156</a>	Zuerich	«Er schleuderte sie mehrmals zu Boden»	12%
<a href="#">15901968</a>	Zuerich	Vor den Augen der Retter ging der Mann unter	10%
<a href="#">10116027</a>	Sport	Motorradprofi stürzt mit 177 km/h und überlebt	10%
<a href="#">11656867</a>	Basel	Jetzt hängt die «illegale» Schweizer Fahne wieder	10%

Das Musikprogramm wird leicht adaptiert und auf die junge Zielgruppe von 20 Minuten verfeinert. News werden zukünftig nicht mehr «statisch» verbreitet, sondern über den ganzen Tag über mit sogenannten Newsflashes On Air ausgespielt. Klassische Nachrichten Bulletins spielen eine untergeordnete Rolle.

Neue Gefässe werden in Zusammenarbeit mit der Community entwickelt und müssen ein klar erkennbares Bedürfnis sein. Bei der Weiterentwicklung des Radios werden auch Erkenntnisse des 20 Minuten Youth Lab einfließen, welches Ende letzten Jahres abgeschlossen wurden. Hier wurde über drei Monate zusammen mit Jugendlichen im Alter zwischen 13 und 17 Jahren deren

Medienkonsum diskutiert und erste Ideen für ein jugendliches Konzept für «News» entwickelt.

#### **4.2 Programmschaffende**

In der Redaktion wird zum Start mit der bestehenden Planet 105-Crew gearbeitet (Organigramm Planet 105 als Beilage 2). Weiter werden die Auszubildenden von Tamedia neu auch immer im Radio-Betrieb integriert werden. So können die Lernenden das Medium Radio näher kennen lernen und das Radio wiederum unmittelbar Informationen zu den Erfahrungen und Vorlieben der Auszubildenden, die auch die junge Zielgruppe repräsentieren, erhalten. Selbes Vorgehen ist für die Praktikanten auf der Redaktion geplant. Aktuell ist es vorgesehen, dass das Radio von zwei Praktikanten und einem Lehrling unterstützt werden soll.

Im Verkauf wird eine zusätzliche junge Sales-Person eingestellt, welche sich primär um das Radio Business in den Medienpartnerschaften und Promotionen in der jungen Zielgruppe kümmert.

### **5. Leistungsauftrag (Input)**

#### **5.1 Organisation**

##### **a. Bisherige Führungsstruktur & Organigramm**

Organigramm Planet 105 (Organigramm Planet 105 als Beilage 2)

##### **b. Geplante Änderungen**

Wie geschildert, wird das Team von Planet 105 zu Beginn beibehalten (Organigramm Planet 105 als Beilage 2) und lediglich um die Unterstützung durch Lernende und Praktikanten von 20 Minuten ergänzt.

Im Sales wird - neben swiss radioworld - eine zusätzliche junge Sales-Person eingestellt.

#### **5.2 Qualitätssicherung, Aus- und Weiterbildung Programmschaffender**

a. 

	Bisherige	Leistung
Planet 105 veranstaltet ein tagesaktuelles Radioprogramm, das sich an die Zielgruppe der 15- bis 24-Jährigen richtet und vorwiegend die relevanten lokalen und regionalen Informationen aus den Bereichen Politik, Gesellschaft und Kultur umfasst.		

In Bezug auf die Qualitätssicherung stellt sich Planet 105 regelmässig den von einer externen, vom BAKOM anerkannten Organisation durchgeführten Evaluationen und versucht die Ergebnisse daraus möglichst zeitnah in die Programmgestaltung einfließen zu lassen.

Die Aus- und Weiterbildung erfolgt intern bei Planet 105 in Form von Workshops und Seminaren, zudem besteht eine Zusammenarbeit mit dem MAZ Luzern, um den Mitarbeitenden auch eine externe Ausbildung zu ermöglichen.

#### b. Geplante Änderung

Auch in der zukünftigen Organisation wird 20 Minuten Radio den Stand ihrer Qualitätssicherung regelmässig vom BAKOM überprüfen lassen und die Erkenntnisse daraus fristgerecht umsetzen. Der Rhythmus der Evaluationsberichte von 24 Monaten soll dabei beibehalten werden.

Für die Aus- und Weiterbildung soll weiterhin mit dem bestehenden Partner zusammengearbeitet werden, das bisherige Angebote aber um Weiterbildungsmöglichkeiten von Tamedia ergänzt werden. So stehen den Programmschaffenden neue Möglichkeiten offen sich über den Medienkonsum von Jugendlichen, über die zeitgemässe Newserstellung und weiterer Themen auszutauschen und fortzubilden.

### **5.3 Arbeitsbedingungen der Programmschaffenden und der Stagiaires**

#### a. Bisherige Leistung

Ein wesentlicher Anteil der redaktionellen Beiträge von Planet 105 wird von jugendlichen Praktikantinnen und Praktikanten bzw. von Studierenden gestaltet. Planet 105 hält dabei die arbeitsrechtlichen Vorschriften und die Arbeitsbedingungen der Branche ein und sorgt gemäss ihres Jugendstatuts dafür, dass die Mehrzahl ihrer angestellten Mitarbeitenden alterstechnisch die Zielgruppe repräsentiert.

#### b. Geplante Änderung

Im neuen Konstrukt wird, wie unter Punkt 4.1 und 4.2 skizziert, die «Jugendlichkeit» von 20 Minuten Radio eine noch grössere Rolle spielen. So sollen - neben der Involvierung von Praktikantinnen und Praktikanten sowie Auszubildenden - gezielt Geschichten und Themen aufgegriffen werden, die Online auf 20 Minuten bei einer jungen Zielgruppe gelesen und diskutiert werden. Dass auch nach der Übertragung der Veranstalterkonzession die arbeitsrechtlichen Vorschriften und Arbeitsbedingungen der Branche eingehalten werden, ist für Tamedia selbstverständlich.

Wir danken Ihnen vielmals für die wohlwollende Prüfung unseres Gesuchs. Bei Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Radio 1 AG:



Roger Schawinski  
Präsident des Verwaltungsrats

## Beilage 1: Auszug aus dem Geschäftsbericht

### Beteiligungen

Anmerkung 40

Per 31. Dezember 2018 umfassen die Gruppengesellschaften von Tamedia:

Name	Sitz	Währung	Grundkapital (in 000)	Geschäfts- bereich	Konsolidierungs- methode	Konzern- Kapitalanteil 2018	Konzern- Kapitalanteil 2017
Tamedia AG	Zürich	CHF	106 000	B/P	V	-	-
20 minuti Ticino SA	Lugano	CHF	300	P	E	50.0%	50.0%
Adextra AG	Zürich	CHF	100	M	V	100.0%	100.0%
AdAgent AG	Luzern	CHF	100	P	E	40.0%	0.0%
autoricardo AG	Zürich	CHF	100	M	V	50.0%	0.0%
GOWAGO AG	Zürich	CHF	126	M	E	36.7%	20.0%
Basler Zeitung AG	Basel	CHF	100	B	V	100.0%	0.0%
Neue Fricktaler Zeitung AG	Rheinfelden	CHF	200	B	E	21.0%	-
Presse TV AG	Zürich	CHF	500	P	E	20.0%	-
Metrobasel GmbH	Basel	CHF	20	B	E	20.0%	-
Book a Tiger Household Services GmbH	Berlin	EUR	139	M	A	3.6%	3.9%
Helping Switzerland AG (vormals Book a Tiger Switzerland AG)	Zürich	CHF	111	M	E	50.0%	40.7%
DJ Digitale Medien GmbH	Wien	EUR	71	P	V	51.0%	51.0%
Doodle AG	Zürich	CHF	100	M	V	100.0%	100.0%
Doodle Deutschland GmbH	Berlin	EUR	250	M	V	100.0%	100.0%
Meekan Solutions Ltd.	Kibutz Shefaim	ILS	150	M	V	100.0%	100.0%
DZZ Druckzentrum Zürich AG	Zürich	CHF	100	B	V	100.0%	100.0%
Edita SA	Luxemburg	EUR	50	P	E	50.0%	50.0%
Gebraucht.de GmbH	Berlin	EUR	29	M	A	3.5%	3.5%
Global Impact Finance SA	Lausanne	CHF	168	M	A	13.1%	-
Goldbach Group AG	Küsnacht	CHF	7 614	P	V	100.0%*	-
dreifive AG	Konstanz	EUR	75	P	V	100.0%	-
Goldbach Search GmbH*	Konstanz	EUR	25	P	V	100.0%	-
dreifive (Switzerland) AG	Küsnacht	CHF	100	P	V	100.0%	-
Goldbach Audience (Switzerland) AG	Küsnacht	CHF	1 091	P	V	50.1%	-
Goldbach Austria GmbH	Wien	EUR	35	P	V	100.0%	-
dreifive GmbH	Wien	EUR	50	P	V	100.0%	-
Goldbach Audience Austria GmbH	Wien	EUR	35	P	V	100.0%	-
Goldbach Media Austria GmbH	Wien	EUR	137	P	V	100.0%	-
Goldbach Digital Services AG	Küsnacht	CHF	100	P	V	100.0%	-

1 Einfache Gesellschaft

2 Liquidiert oder in Liquidation

3 Ohne Vermerk entspricht der Konzern-Stimmenanteil dem Konzern-Kapitalanteil

4 Inkl. 1.0 Prozent Anteile Minderheiten (Kontrollwirkungsverfahren)

5 Der Stimmrechtsanteil beträgt 50 Prozent

6 Operativ nicht mehr tätig

7 In Gründung

Geschäftsbereich

B = Bezahlmedien

P = Printmedien und Vermarktung

M = Marktplätze und Beteiligungen

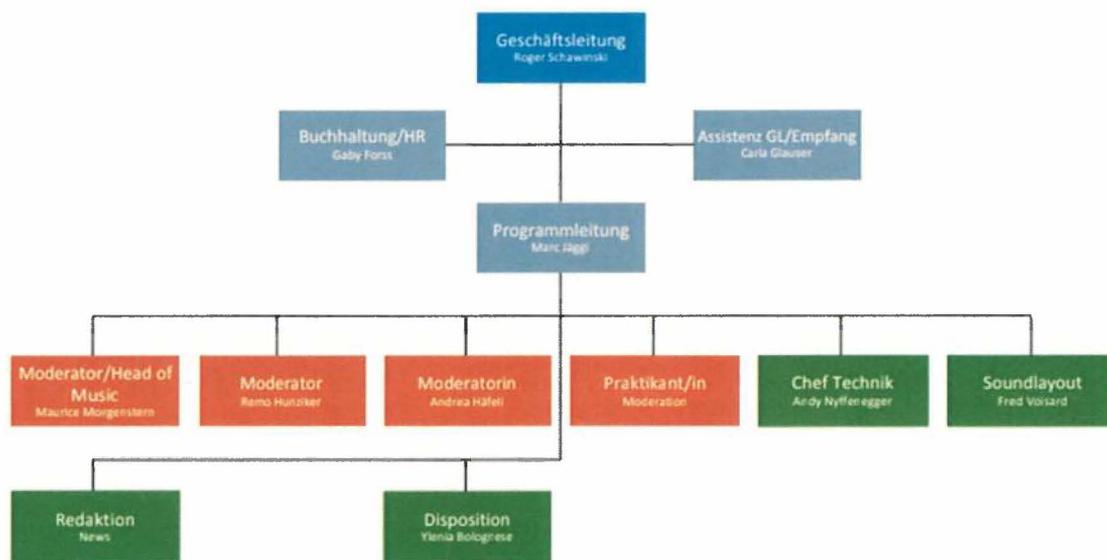
Konsolidierungs- und Bewertungsmethoden

V = Vollkonsolidierung

E = Equity-Bewertung

A = Bewertet zu Marktwert

# Organigramm Planet 105



Planet 105 Synergien Radio 1

Stand Januar 2019