

# **Gewerkschaftliche Kritik an der geplanten Konzessionsübertragung von Radio Planet 105 auf die Tamedia AG**

Als Interessensvertretung der Medienschaffenden lassen sich Syndicom und SSM gegenüber der verschachtelten Übertragung kritisch vernehmen. Massgebende Fragen sind im Gesuch der beteiligten Unternehmen nicht beantwortet.

Die Veranstalterkonzession von „Planet 105“ soll auf Gesuch des bisherigen Inhabers Roger Schawinski bzw. seiner Radio 1 AG an den Branchenriesen Tamedia übertragen werden. Tamedia beabsichtigt, den Sender in „20 Minuten Radio“ umzubenennen und möchte die Veranstalterkonzession bis Ende 2024 verlängern. Der Sender soll aber weiterhin durch die Radio 1 AG betrieben werden, mittels eines Dienstleistungsvertrags mit der Tamedia. Die Veranstalterkonzession von „Planet 105“ soll auf Gesuch des bisherigen Inhabers Roger Schawinski bzw. seiner Radio 1 AG an den Branchenriesen Tamedia übertragen werden. Tamedia beabsichtigt, den Sender in „20 Minuten Radio“ umzubenennen und möchte die Veranstalterkonzession bis Ende 2024 verlängern. Der Sender soll aber weiterhin durch die Radio 1 AG betrieben werden, mittels eines Dienstleistungsvertrags mit der Tamedia.

## **Ungenügend abgesichert sind:**

Die Arbeitsbedingungen und das Betreuungsverhältnis der zahlreichen PraktikantInnen. Gibt es auf der Redaktion von 20 Minuten Radio genügend ausgebildete Berufsleute, die das Heer von Praktikantinnen und Praktikanten professionell begleiten kann? Wie lange dauert ein Praktikum, wie hoch ist die monatliche Entschädigung? Haben die BerufseinsteigerInnen nach Abschluss ihres Praktikums die Chance, festangestellt zu werden?

## **Die Aus- und Weiterbildungsverpflichtung gegenüber den Angestellten**

Wie in den Unterlagen etwas gar vage festgehalten, sind Aus- und Weiterbildungen in Form von internen Workshops und Seminaren vorgesehen wie auch eine Zusammenarbeit mit dem MAZ. Doch wie viele Mitarbeitende dürfen den anspruchsvollen MAZ-Lehrgang Journalismus besuchen? Wer bezahlt die für junge Menschen mit kleinen Einkommen besonders teuren Lehrgänge?

## **Der Anteil der Informationsinhalte aus dem Konzessionsgebiet**

Die Programmanalyse 2018 hält fest, dass Planet 105 zu den Sendern mit der geringsten Informationsproduktion gehört, der Info-Anteil macht nur rund 3% der Sendezeit aus, weniger als ein Viertel davon bezieht sich auf das eigene Konzessionsgebiet. Zudem werden die eher tiefe Orientierungsleistung und die intransparente Quellennennung kritisiert. Das Gesuch verliert kein Wort darüber, mit welchen Massnahmen Gegensteuer gegeben werden könnte.

## **Die Grenzziehung zwischen kommerzieller Werbung und redaktionellem Inhalt**

Wie viel Wert wird auf Qualitätskriterien und berufsethische Standards gelegt? Gibt es ein Redaktionsstatut, das die innere Medienfreiheit garantiert? Im vorgelegten Gesuch finden sich dazu keine Informationen.

Die mittelfristige Planung sieht vor, dass die Werbeumsätze von 1,15 Millionen Franken im Jahr 2020 auf 1,65 Millionen Franken im Jahr 2023 gesteigert werden sollen. Angesichts sinkender Werbeeinnahmen ist höchst zweifelhaft, ob diese Ziele realistisch sind. Oder rechnet der Verlag damit, dass man mit Native Advertising die wegbrechende klassische Werbung ersetzt und der Umsatz somit massiv gesteigert werden kann? Das kann gerade für einen Jugendsender nicht der richtige Weg sein. Die Tamedia-Publikationen wurden in letzter Zeit wiederholt wegen getarnter Werbung in den redaktionellen Spalten kritisiert.

Unter diesen Umständen ist es fraglich, wie die Redaktion den anspruchsvoll tönenden Programmauftrag erfüllen kann. Die Senderverantwortlichen und Tamedia sind aufgefordert, vor einer Konzessionsübertragung überzeugende Antworten auf diese Fragen zu liefern.

Syndicom, 9.10.2019.

Syndicom > 20 Minuten Radio. Konzession. Syndicom, 2019-10-09