

CEO

B. Organisation

B1. Rechtsform des Veranstalters

☐ Aktiengesellschaft ☐ Verein ☐ Stiftung ☐ Genossenschaft ☐ anderes:

B2. Verwaltungsrat

Hatten Sie im Berichtsjahr einen Verwaltungsrat? ☐ ja ☐ nein

Wie setzte sich der Verwaltungsrat im Berichtsjahr zusammen? Bitte alle Verwaltungsratsmitglieder und deren Funktion nennen.

Name	Vorname	Funktion
Bachmann	Erwin	Präsident
Schnyder	Jörg	Mitglied
Weber	Jürg	Mitglied

B3. Übersicht über die Verteilung des Aktien-, Stamm- sowie Genossenschaftskapitals und der Stimmrechtsanteile

- Höhe des Kapitals Franken

- Verteilung des Kapitals (Anteile $\geq 5\%$)

Name	Anteil in Franken	Anteil in Prozent (%)	Stimmrechtsanteil in Prozent (%)
LZ Medien Holding AG	500000	100	100

B4. Übersicht über die Beteiligung der Aktionäre und anderer Teilhaber/innen im Umfang von mindestens 20% des Aktien-, Stamm- oder Genossenschaftskapitals an anderen Medienunternehmen sowie weiteren Unternehmen

Name Teilhaber/in	Name Medienunternehmen	Name anderes Unternehmen	Beteiligung in Franken	Beteiligung in Prozent des Gesamtkapital

C. Personal

C1. Anzahl Beschäftigte und Stellenprozente (Stichtag 31.12.2009)

Festangestellte	Anzahl Beschäftigte	Stellenprozente gesamt
Leitung:	4	40
Redaktion / Moderation:	15	124
Stagiaires Redaktion / Moderation:	3	16
Technik / Produktion:	1	10
Administration:	1	10
Werbung:	5	48
anderes:	2	20

Freie Mitarbeit

Anzahl Beschäftigte

Bezahlte freie Mitarbeit:

Unbezahlte freie Mitarbeit:

C2. Aus- und Weiterbildung 2009 in Tagen und Kosten - nur Redaktion / Moderation

	Externe Aus- und Weiterbildung	Kosten Externe Aus- und Weiterbildung pro Jahr	Interne Aus- und Weiterbildung
Festangestellte Redaktion / Moderation	<input type="text" value="40"/> Tage	<input type="text" value="80000"/> Franken	<input type="text" value="114"/> Tage
Stagiaries Redaktion / Moderation	<input type="text" value="2"/> Tage	<input type="text" value="1062"/> Franken	<input type="text" value="24"/> Tage
Freie Mitarbeiter/innen Redaktion / Moderation	<input type="text"/> Tage	<input type="text"/> Franken	<input type="text"/> Tage

D. Verbreitung

D1. Wie wurde das Programm 2009 technisch verbreitet? Bitte zwischen analoger und digitaler Verbreitung unterscheiden. (Mehrfachantworten möglich).

analog

☒ terrestrisch ☒ Kabel ☒ Satellit ☒ Andere:

digital

☒ terrestrisch ☒ Kabel ☒ Satellit ☒ Internet ☒ Andere:

D2. Wurden das Programm oder Teile des Programms auch im Internet angeboten? (Mehrfachantworten möglich).

- ☒ Das ganze Programm wurde ausschliesslich im Internet verbreitet
- ☒ Das ganze Programm als Live-Stream, zusätzlich zu anderer Verbreitung
- ☒ Einzelne Sendungen zur zeitversetzten Nutzung; ohne Möglichkeit zum Download
- ☒ Einzelne Sendungen zum Download

- ☒ Kein Internet-Angebot

E. Agenturen und Archivierung

E1. Nachrichtenagenturen

Anzahl abonnierte Agenturen:

E2. Archivierung

Wie lange wurde das gesamte Programm archiviert?

☐ Länger als vier Monate

☐ Während der gesetzlich vorgeschriebenen Mindestdauer von vier Monaten

Wurden einzelne Sendungen oder Programmbestandteile länger als das Gesamtprogramm archiviert?

☐ ja ☐ nein

Wer hat Zugang zu den archivierten Sendungen gehabt?

☐ nur interne Benützer/innen

☐ auch externe Interessent/innen

F. Programm

F1. Dauer

Wie lange wurde das Programm pro Tag verbreitet?

☐ Täglich während 24 Stunden pro Tag

☐ Weniger als 24 Stunden pro Tag

F2. Programmübernahmen

Wurden feste Programmbestandteile von anderen Veranstaltern oder Programmlieferanten übernommen?

☐ ja ☐ nein

Anteil aller Programmübernahmen - Angaben in Minuten pro Jahr; ohne Wiederholungen

Programmübernahmen in Minuten pro Jahr

Minuten pro Jahr

F3. Programmlieferungen

Wurden feste Programmbestandteile an andere Veranstalter geliefert?

☐ ja ☐ nein

Anteil aller Programmlieferungen - Angaben in Minuten pro Jahr; ohne Wiederholungen

Programmlieferungen in Minuten pro Jahr

Minuten pro Jahr

F4. Format

Welchem Format entspricht das Programm am ehesten?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Adult Contemporary (AC) | <input type="radio"/> Klassik |
| <input type="radio"/> Contemporary Hit Radio (CHR) | <input type="radio"/> Kultur |
| <input type="radio"/> Urban Contemporary (UC) | <input type="radio"/> Jazz |
| <input type="radio"/> Middle of the Road / Full Service (MOR) | <input type="radio"/> Melodie-Schlager |
| <input type="radio"/> Easy Listening / Beautiful Music (EZ) | <input type="radio"/> Oldies |
| <input type="radio"/> Rock / Album Oriented Rock (AOR) | <input type="radio"/> Country |
| <input type="radio"/> Infos / News | <input type="radio"/> Alternativ |
| <input type="radio"/> Sonstiges, nämlich | <input type="text"/> |

F5. Sendezeit in Minuten pro Jahr nach Sendungskategorien

	Minuten pro Jahr
Information	<input type="text" value="35932"/>
Moderiertes Begleitprogramm	<input type="text" value="195308"/>
Musik	<input type="text" value="289000"/>
Werbung	<input type="text" value="5360"/>
anderes	<input type="text"/>
Gesamtsendezeit	<input type="text" value="525600"/>

G. Finanzielles

Erfolgsrechnung per 31.12.2009

Angaben in Franken

Programm	<input type="text" value="3288603"/>
Technik	<input type="text" value="660301"/>
Verwaltung	<input type="text" value="2458909"/>
Betriebsaufwand	<input type="text" value="6407813"/>
davon Personal	<input type="text" value="3057786"/>
Werbung	<input type="text" value="4783753"/>
Sponsoring	<input type="text" value="1299381"/>

Abonnementserträge	<input type="text" value="0"/>
Anzahl Abonnemente	<input type="text" value="0"/>
Erlösminderung	<input type="text" value="-18828"/> (Minus; automatisch)
Übrige Erträge	<input type="text" value="716007"/>
Betriebsertrag	<input type="text" value="6817969"/>

Abschluss des Fragebogens

**1. Mittels Button "pdf" ein PDF erzeugen und dem BAKOM als elektronische Anlage per E-Mail senden an:
rtvstatistics@bakom.admin.ch**

2. Zum Schluss die Daten mittels des Buttons "Daten Senden" elektronisch absenden.

Achtung: Danach kann nicht mehr auf die Daten zugegriffen werden.

Bemerkungen zum Fragebogen

Herzlichen Dank für Ihre wertvolle Mitarbeit!

Jost Aregger V.2 (Unknown)