

Bundesamt für Kommunikation BAKOM
Bernhard Maissen, Direktor
E-Mail: m@bakom.admin.ch

Bern, 7. Juli 2023

Bewerbungen um eine lokale/regionale Veranstalterkonzession (Regionalfernsehen) im Versorgungsgebiet Bern / Stellungnahme

Sehr geehrter Herr Maissen
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir haben für die AZ Regionalfernsehen AG Ende April 2023 ein Gesuch für eine Konzession für die Veranstaltung eines regionalen Fernsehprogramms mit Leistungsauftrag und Abgabenanteil für das **Versorgungsgebiet Bern** eingereicht. Sie haben uns mit Schreiben vom 9. Juni 2023 darüber in Kenntnis gesetzt, dass für das entsprechende Versorgungsgebiet durch die bärnTV AG in Gründung mit bärnTV eine Konkurrenzbewerbung eingereicht wurde. Zudem haben Sie uns Gelegenheit gegeben, zu letzteren Stellung zu nehmen. Von dieser Möglichkeit machen wir nachfolgend fristgerecht Gebrauch:

Würdigung der Gesuche von bärnTV und TeleBärn

a. Finanzierung

Die uns zur Verfügung gestellten Unterlagen enthalten keine Angaben zur Finanzierung von bärnTV. Wir gehen davon aus, dass diese Prüfung fundiert durch das BAKOM vorgenommen wird. AZ Regionalfernsehen AG und ihr Sender TeleBärn haben aufgezeigt, dass das Programm finanzierbar ist und auch finanziert werden kann. Entsprechend liegt von AZ Medien AG eine **Patronatserklärung** vor. Damit hat die Gesuchstellerin AZ Regionalfernsehen AG mit aller Deutlichkeit nachgewiesen, dass TeleBärn und sein Programm finanziert sind.

b. Input-Faktoren

Angaben zu den Arbeitsbedingungen:

Gemäss Auszug aus dem eGovernment-Portal übernehmen beide Bewerbungen die Arbeitsbedingungen gemäss der **Vereinbarung mit den Medienverbänden**.

Hinzuweisen ist, dass **TeleBärn** diese Arbeitsbedingungen in den individuellen Arbeitsverträgen sowie zugehörigen Reglementen aber in mehreren Punkten **deutlich übertrifft**. Auf S. 29 f. der Bewerbung von TeleBärn sind die Unterschiede im Detail aufgeführt. So sind die Mitarbeitenden von TeleBärn insbesondere bei der Lohnfortzahlung bei Krankheit/Unfall, Mutterschaftsurlaub, den Kündigungsfristen, Anspruch auf unbezahlten Urlaub und v.a. auch beim Mindestlohn deutlich bessergestellt als die Arbeitsbedingungen gemäss Vereinbarung mit den Medienverbänden vorsieht. Damit sind sie vermutlich auch bessergestellt, als die Mitarbeitenden von bärnTV. TeleBärn setzt also auf gute und zeitgemässe Arbeitsbedingungen und investiert damit auch in eine hohe Qualität des Programms.

Im Rahmen der **Lohnpolitik** von TeleBärn werden Lohnanpassungen regelmässig geprüft. Neben Lohnanpassungen aufgrund von Funktionsanpassungen honoriert die TeleBärn auch sehr gute Leistungen mit Lohnerhöhungen. Es ist TeleBärn besonders wichtig, dass dabei die

Lohnleichheit zwischen Frau und Mann eingehalten wird. Eine externe vom Bund zertifizierte Prüfstelle hat 2021 bestätigt, dass bei der Gesuchstellerin keine systematische Lohnungleichheit besteht zwischen Löhnen von Frauen und Männern in gleichwertigen Funktionen. Diese Lohnstudie wird auch künftig in regelmässigen Abständen durchgeführt, damit auch weiterhin geschlechterspezifische Lohnleichheit sichergestellt ist.

Die Leistungen der **Pensionskasse** von TeleBärn sind ebenso ausgezeichnet wie die Ferienregelung (5 bzw. 6 Wochen).

Diversity Management ist TeleBärn sehr wichtig und wird mit verschiedenen Praktiken und Strategien sichergestellt, die darauf abzielen, eine diverse Belegschaft zu schaffen und zu erhalten. Ziel ist es, Unterschiede in Bezug auf Merkmale wie Geschlecht, Alter, ethnische Zugehörigkeit, sexuelle Orientierung sowie körperliche Einschränkungen in den Arbeitsplatz zu integrieren und wertzuschätzen. Dies beinhaltet die Förderung einer Unternehmenskultur, in der sich alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesehen, verstanden und respektiert fühlen. Die Diversität wird namentlich im Bewusstsein gefördert, dass divers zusammengesetzte Teams eine Vielzahl von Perspektiven mitbringen, flexibler und kreativer auf Probleme reagieren können, durch die Vielfalt der Meinungen und Perspektiven bessere Entscheidungen treffen und insgesamt bessere Leistungen zeigen als homogene Teams.

Damit ist festzuhalten, dass TeleBärn für das Personal ein sehr attraktiver Arbeitgeber mit zeitgemässen Arbeitsbedingungen ist. Über die Arbeitsbedingungen der Konkurrenzbewerbung bärnTV ist nicht mehr bekannt, als dass die Minimalbedingungen eingehalten werden. Die Bewerbung von **TeleBärn** ist folglich in diesem Bereich deutlich **besser** als diejenige von bärnTV.

Programmschaffende: bärnTV führt auf, der Sender würde 1900 FTE in der Redaktion/Moderation beschäftigen. Gesamthaft beschäftigt bärnTV weniger Personal als TeleBärn. Dies gilt auch für die Redaktion. TeleBärn setzt gemäss eGovernment-Portal mit 1660 FTE im Bereich Redaktion/Moderation etwas weniger Personal ein als bärnTV. Dennoch überzeugt die Bewerbung von TeleBärn deutlich mehr, weil der Sender **gesamthaft mehr Personal in der Redaktion** beschäftigt. Denn mit den Mitarbeitenden im Bereich Leitung (250 FTE umfassend die Chefredaktion mit der Leitung Moderation und Leitung Zweitsendungen im Bereich Leistungsauftrag), Stagiaires (400 FTE) und Online (190 FTE) stattet TeleBärn die Redaktion mit mehr Personal (Total 2500 FTE) aus als die Konkurrenz von bärnTV, welche in der Summe lediglich auf 2250 FTE kommt. In der Bewerbung von TeleBärn werden total 37 Mitarbeiter mit 2400 FTE für die Erfüllung des Leistungsauftrages im Programm deklariert. TeleBärn beschäftigt auch bei den freien Mitarbeitern mehr Personal als die Konkurrenz (13 Mitarbeiter im Gegensatz zu 10 bei bärnTV). Für die freien Mitarbeiter ist sogar konkret ein Budget von TCHF 100 vorgesehen, was ca. einem weiteren FTE entspricht. Auch dieser FTE ist zu den redaktionellen Mitarbeitern zu zählen, so dass die gesamte Redaktion 2500 FTE umfasst.

Das **Verhältnis** der ausgebildeten Programmschaffenden zu den Auszubildenden beträgt bei TeleBärn 9 zu 1. Damit übertrifft TeleBärn die Anforderung der Konzession bei weitem, wonach das Verhältnis der ausgebildeten zu den auszubildenden Programmschaffenden mindestens 3 zu 1 betragen muss.

Damit ist festzuhalten, dass TeleBärn im Bereich Programmschaffende (Leistungsauftrag) über mehr Personal verfügt als bärnTV. Die Bewerbung von **TeleBärn** ist folglich in diesem Bereich deutlich **besser** als diejenige von bärnTV.

Qualitätssicherung: Das Qualitätssicherungskonzept von bärnTV befindet sich noch stark auf der **abstrakten** Ebene. So werden keine verantwortlichen Personen (z.B. QS-Verantwortliche)

genannt. Dasselbe gilt für die Kommission für QS, die installiert werden soll. Konkrete Angaben, wie das Konzept umgesetzt werden soll, fehlen bei bärnTV.

Demgegenüber ist das Qualitätssicherungskonzept von **TeleBärn** bis ins Detail **konkret** ausgestaltet. Besonders sticht hervor, dass bei TeleBärn die Verantwortlichkeiten auch im Rahmen der Governance konkret geregelt und benannt sind. Bis zur obersten Hierarchie sind **alle Organe** involviert. Der Verwaltungsrat trägt die oberste Verantwortung. Der Chefredaktion und dem QS-Verantwortlichen sind klare Rollen zugewiesen. Alle **Prozesse** sind in Organisationsreglement, Redaktionsstatut, publizistischem Leitbild, dem QS-Konzept, dem Dokument Qualitätsziele und Standards und dem Programmhandbuch geregelt. Insbesondere das Redaktionshandbuch von TeleBärn enthält ganz konkrete Handlungsanweisungen. Es beinhaltet u.a. auch ein Notfallkonzept, geht auf journalistische Formen ein und widmet sich gezielt auch den einzelnen Sendungen, der Moderation, den einzelnen Funktionen der Journalisten und der Multimedialität. Es enthält alltagserprobte, konkrete und für die Mitarbeitenden absolut hilfreiche konkrete Handlungsanweisungen. Zudem liegt konkret auch ein Beschrieb der Tätigkeit des QS-Verantwortlichen vor.

Weiter ist als grosser Vorteil von TeleBärn zu werten, dass der Sender alle zwei Jahre eine **externe Prüfung** des Systems mit einem mandatierten Auditor vornimmt, der über den entsprechenden Leistungsausweis und die nötige Erfahrung verfügt. Auch im Rahmen der externen Evaluation handelt es sich nicht um ein Lippenbekenntnis. Für die entsprechenden Leistungen wurde von Prof. Dr. Vinzenz Wyss bereits eine Offerte eingeholt.

Damit ist festzuhalten, dass TeleBärn im Bereich Qualitätssicherung das bessere und konkretere Konzept vorweisen kann als die Konkurrenzbewerbung. TeleBärn verpflichtet sich zu einer externen Evaluation durch einen Experten. Die Bewerbung von **TeleBärn** ist folglich in diesem Bereich deutlich **besser** als diejenige von bärnTV.

Aus- und Weiterbildung: Die solide Ausbildung der redaktionellen Mitarbeitenden erachtet TeleBärn als eine absolute **Kernaufgabe**. Sie dient neben der Förderung des journalistischen Nachwuchses auch als Teil der Qualitätskontrolle. Es überrascht deshalb nicht, dass auch bei der Aus- und Weiterbildung das Konzept von **TeleBärn überzeugender** ist als dasjenige von bärnTV.

Es steht neben der internen Ausbildung auch ein attraktives Angebot an **externen Ausbildungsplätzen** zur Verfügung. So arbeitet TeleBärn eng mit dem Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern zusammen. Jeweils zwei festangestellte VJs besuchen am MAZ in Luzern entweder den VJ-Lehrgang oder den Diplomelehrgang. Zudem bietet das MAZ im Laufe des Jahres jeweils weitere Kurse an, welche den redaktionellen Mitarbeitenden von TeleBärn offenstehen. Die Kosten der MAZ-Kurse übernimmt TeleBärn entweder ganz oder zu grossen Teilen. Bei TeleBärn werden den Mitarbeitenden weit mehr Weiterbildungstage (8.3 vs. 5 Tage) gewährt als bei bärnTV. Der absolute Betrag für die Aus- und Weiterbildung beträgt bei TeleBärn TCHF 6.625 gegenüber bloss TCHF 2.5 bei bärnTV. BärnTV investiert 1% der Gesamt-Lohnsumme in externe Ausbildungen. Das ist wenig und es stellt sich die Frage, wie mit einem solchen tiefen Budget eine Aus- und Weiterbildung vorgenommen werden kann, die am Ende auch wirksam ist und das Programm mittel- und langfristig effektiv verbessert. TeleBärn investiert mit TCHF 159 pro Jahr massiv mehr. Zudem hat TeleBärn ein konkretes **Weiterbildungsprogramm** vorgelegt, was bei bärnTV fehlt.

Das bei TeleBärn hervorragende **Verhältnis** der ausgebildeten zu den auszubildenden Programmschaffenden macht deutlich, dass auch intern im journalistischen Alltag ein grosses Gewicht auf eine gute Schulung der Mitarbeiter gelegt wird.

Praktikantinnen, Volontäre und neu dazu gekommene Festangestellte aus anderen Bereichen/Berufen bekommen eine umfangreiche interne **Einführung** durch die Chefredaktion und andere qualifizierte Personen. Auch erfahreneren Mitarbeitende können ihre Kenntnisse

auffrischen und Fähigkeiten schärfen. Die internen Schulungen decken umfassend alle Kompetenzen im Bereich Technik und Redaktion ab.

TeleBärn beschäftigt neben erfahrenen TV-Journalistinnen und -Journalisten auch Quereinsteigerinnen und Quereinsteiger (25 Tage Grundausbildung), Praktikantinnen und Praktikanten (sechs Monate) und Volontärinnen und Volontäre (anderthalbjährige Ausbildung). Volontäre besuchen die **CH Media Academy** und absolvieren einen trimedialen Turnus à sechs Monaten pro Vektor. Das heisst, sie arbeiten vor oder nach der Zeit bei TeleBärn auch beim Radio und der Online-Redaktion des trimedialen Standortes, zu dem TeleBärn, RADIO BERN1 und BärnToday gehören. Ziel der Praktika und der Volontariate ist es, den Mitarbeitenden nach erfolgreich abgeschlossenem Praktikum respektive Academy-Lehrgang eine Festanstellung in der Redaktion anbieten zu können. TeleBärn stellt zudem Festangestellte ein, die ebenfalls, je nach Stand ihres Vorwissens, an internen und externen Ausbildungen, etwa in der CH Media Academy oder auch am MAZ, teilnehmen können. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die Mitarbeitenden aus anderen Medienbereichen (Radio, Zeitung etc.) stammen oder berufliche Quereinsteiger sind. Die 25-tägige Grundausbildung zu Beginn ist für alle, die in der TeleBärn-Nachrichtenredaktion ihre Tätigkeit aufnehmen, die gleiche. Ausbildungstage werden von der Dienstplanung in Absprache mit internen Ausbildnern bestimmt. Je nach individuellem Kenntnisstand wird das Ausbildungsprogramm, sowohl in der Dauer als auch im Umfang, an die Bedürfnisse der neu Eintretenden Person angepasst.

Das Aus- und Weiterbildungsangebot von **TeleBärn** ist für die Mitarbeitenden **hochattraktiv**. Das Konzept ist wichtiger Bestandteil der **Strategie** von TeleBärn, insbesondere im Hinblick auf die Ausbildung junger Nachwuchskräfte. Zudem bietet sie mit ihrem Programm «CH Media Academy advanced» auch Weiterbildungen für TV-Profis an. In Zeiten von Fachkräftemangel stellt TeleBärn damit überzeugend sicher, dass der Leistungsauftrag in höchster Qualität erbracht werden kann. Damit ist auch in diesem Bereich TeleBärn **überzeugender** als bärnTV.

c. **Output-Faktoren**

Programmauftrag: TeleBärn bietet über das ganze Versorgungsgebiet ein **vielfältiges Programm**, welches in unterschiedlicher Form die Themenbereiche Politik, Kultur, Wirtschaft, Gesellschaft und Sport abdeckt, die Angebots- und Meinungsvielfalt fördert und einen journalistisch fundierten und aktuellen Service public bietet. Abgerundet wird das Ganze mit einem Unterhaltungsangebot. TeleBärn sendet täglich ein mehrstündiges Vollprogramm in der Hauptsendezeit zwischen 18.00 Uhr und 23.00 Uhr. Die Hauptsendezeit beinhaltet stündlich die Nachrichtensendung «TeleBärn News». Während die Nachrichtensendung ab 18.00 Uhr stündlich wiederholt wird, wechselt sich das Angebot an Zweitsendungen zwischen 18.00 Uhr und 23.00 Uhr ab. Bei aktuellen Ereignissen, welche für das Konzessionsgebiet relevant sind, wird die Nachrichtensendung im Verlauf des Abends aktualisiert. Das mehrstündige Programm beinhaltet im Minimum eine Zweistundenschleife. Eine Zweistundenschleife bedeutet im Wesentlichen eine stündliche News-Sendung plus eine sich alle zwei Stunden abwechselnde Form von Zweitsendungen wie Talks, Reportagen, Dokumentationen. Je nach Tag und Jahreszeit kann es bedingt durch Staffelproduktionen (Sendungen, welche saisonal mit acht bis elf Episoden produziert werden) sogar zu bis zu sechs verschiedenen Inhalten in Form von Zweitsendungen kommen, welche sich zwischen 18.00 Uhr und 23.00 Uhr abwechseln.

Die redaktionellen Inhalte bestehen aus eigenrecherchierten Themen, welche zu 100 % durch Mitarbeitende der Redaktion umgesetzt werden. Dabei fließen auch Inputs aus Zuschauerreaktionen oder Social Media mit ein. In der News-Sendung wird besonders grossen Wert auf eine ausgewogene Berichterstattung gelegt. Es wird darauf geachtet, dass eine Vielfalt an Themen abgedeckt, eine Vielfalt an Meinungen und Interessen wiedergegeben und das

Geschehen im gesamten Versorgungsgebiet berücksichtigt wird. Die Beiträge weisen zudem eine Vielfalt an Darstellungsformen auf.

Das bestehende Programm von TeleBärn ist ebenso attraktiv wie erfolgreich. Es überrascht deshalb nicht, dass sich das geplante Sendungskonzept von **bärnTV sehr stark am bestehenden Programm von TeleBärn orientiert**. Im Vergleich zum bestehenden Programm von TeleBärn sind bei bärnTV also **keine Innovationen** ersichtlich. Demgegenüber hat **TeleBärn** ab 2025 einen deutlichen **Ausbau** des Programms vor mit **innovativen neuen Formaten**.

bärnTV bietet Formate, welche zur Grundausstattung eines Lokalfernsehenders gehören. Diversität widerspiegelt sich in den Formaten allerdings kaum. Es ist zudem fraglich, ob die Sendung Xundheit mit Berner Spitälern und Ärzten den Leistungsauftrag erfüllt (voraussichtlich kein Inhalt, der nach bisherigen Messungen zählen würde). Ferner erwähnenswert ist die Sportsendung, bei welcher auch der SCB Thema sein kann. Hier stellt sich die Frage, wie **unabhängig** der Sender agieren kann, wenn die IMS Marketing AG gleichzeitig der Vermarkter des SCB ist. Wie stark bärnTV vom Mutterhaus in Basel unabhängig sein kann, ist fraglich. Offensichtlich muss der Aufbau des Senders von Basel aus erfolgen. Im Programmhandbuch von bärnTV sind jedenfalls noch Telebasel-Fragmente enthalten. Beispielsweise wird auf das Format "Punkt6" verwiesen, was die Telebasel-Newssendung ist. Es werden im weiteren Mundartbeispiele genannt, welche in Baseldeutsch formuliert sind. TeleBärn ist demgegenüber das Berner Original mit einzigartiger Berner DNA.

TeleBärn verfügt ab 2025 über **attraktive neue Sendungen**, die nah bei den Leuten und regional sind sowie die Vielfältigkeit und Eigenheiten des Sendegebiets abbilden: Beispiele sind «Wie du mir», «Und bitte!», «Kultu(h)r», «Dr Kultur uf de Spur», «Hopp YB!», «Heit dir gwusst?», «Hinger dr Gschicht» sowie «Schweiz vereint». Ab 2025 sendet TeleBärn konsequent ein Zweistunden-Programm ab 18 Uhr. bärnTV sendet demgegenüber nur eine Stunde, die sich wiederholt. TeleBärn garantiert im Vergleich deshalb mehr regionale Berichterstattung als die Konkurrenz. Und schon heute verfügt TeleBärn über mehr Eigenproduktionen als bärnTV: Formate wie «Bäregrabe», «Fäde zieh», «Wyberhaagge», «I de Natur mit Latour», «Spacetalk», «Typisch Michelle», «Ski Extra» und die Übertragung von Schwingfesten sind die besten Beispiele für die herausragenden Eigenleistungen des Traditionssenders TeleBärn, welche mindestens 85 % betragen, was bei einem so attraktiven Programm ein sehr guter Wert ist. Zu berücksichtigen ist, dass TeleBärn im Vergleich zu bärnTV mehr Programm bietet, was diesen Wert über das ganze Programm nochmals besser macht als derjenige der Konkurrenzbewerbung, wo zwar 95 % Eigenleistung deklariert wird. Umgerechnet auf das ganze Programm erbringt **TeleBärn jedoch mehr Eigenleistungen** als bärnTV. Dies gilt selbst dann, wenn man nur den Leistungsauftrag anschaut. TeleBärn erbringt dort in absoluten Zahlen 195.5 Minuten Eigenleistung und bärnTV lediglich 194.75 Minuten.

Der Umfang der Sendungen, welche sich mit **regionalem Inhalt** direkt auf das Versorgungsgebiet beziehen, liegt bei TeleBärn bei bemerkenswerten 230 Min./Woche. Dazu gehören vor allem die Sendungen «TeleBärn News», die «Bärner Rundi», der «SportTalk» und der «TalkTäglich Bern», aber auch weitere Sport-, Kultur- und Unterhaltungsformate von TeleBärn. Die Mindestanforderungen von 150 Minuten pro Woche werden somit von TeleBärn deutlich **übertrifft**. Und die Bewerbung von TeleBärn übertrifft auch den Konkurrenzwert von bärnTV (205 Min./Woche gemäss eigenen Angaben) deutlich.

Sendung	Minuten
TeleBärn News	70
TalkTäglich Bern	24
Bärner Rundi	24
Kultu(h)r / Dr Kultur uf dr Spur	24
Sport Talk / Hopp YB!	24
Und bitte	8
Heit dir gwusst?	24
Wie du mir	24
Hinger dr Gschicht	8
TOTAL	230

TeleBärn hat entsprechend auch deutlich mehr **relevante Sendeminuten pro Tag** als BärnTV (33 Min. zu 29 Min.). Rechnet man diese Minuten auf die Woche hoch, erbringt TeleBärn 231 Minuten und bärnTV bloss 203 Minuten pro Woche.

TeleBärn ist es wichtig, die **Mindestanforderungen** der Konzession betreffend eigenproduzierter Regionalinformationsangebote zuverlässig zu erfüllen. Um dies erreichen zu können, wird die **Publicom AG**, welche bis anhin im Auftrag des BAKOM die Messungen durchführt, durch TeleBärn beauftragt, **jährlich eine Vorprüfung** durchzuführen. Jeweils Anfang Jahr soll die Messung mit einer repräsentativen Anzahl an Stichtagen zeigen, ob die Mindestanforderungen von 150 Minuten an lokal-regionaler Information erfüllt werden. Der Verwaltungsrat der Gesuchstellerin stellt gemäss Organisationsreglement sicher, dass die Erbringung des Leistungsauftrags gewährleistet ist. Entsprechend nimmt er auch das Thema Mindestanforderungen regelmässig an seinen Sitzungen auf.

bärnTV schreibt zu ihrem Programm, es bestehe die «Möglichkeit zur konvergenten Arbeit auf verschiedenen Medienvektoren»: Es ist jedoch **nicht ersichtlich**, um welche **Vektoren** es sich hier handeln könnte.

Damit ist auch im Bereich des Programms die Bewerbung von TeleBärn **überzeugender** als diejenige von bärnTV. Dazu nachfolgend unter dem Titel "Angebot im Internet und auf digitalen Plattformen" im Detail noch mehr.

Kulturauftrag: Der Bereich Kultur ist für TeleBärn **zentrales Thema** und findet sich in verschiedenen Programmpunkten wieder. TeleBärn zeigt dabei eine umfassende Übersicht des kulturellen Schaffens im Kanton Bern und den Freiburger Bezirken Sense und See und bildet dabei die Vielfältigkeit der Kultur und seiner Macherinnen und Macher ab. Neben einer regelmässigen Berichterstattung über das aktuelle kulturelle Geschehen in der Nachrichtensendung «TeleBärn News», welche Festivals, Ausstellungen, Vernissagen und Künstlerporträts beinhaltet, produziert TeleBärn auch eine Reihe von Zweitsendungen im Bereich Kultur: «Kultu(h)r»: Kulturmagazin zur Förderung des Nachwuchses, «Dr Kultur uf dr Spur»: Abbildung des aktuellen Kulturangebots im Sendegebiet, Musikfestival-Magazine: Abbildung des Festivalsommers im Konzessionsgebiet, und «Und bitte: Filmmagazin mit Beiträgen lokaler Filmschaffender». «Kultu(h)r» ist ein neues Kulturformat des Senders TeleBärn mit dem Ziel, den Nachwuchs zu fördern. Musiker, Satiriker, Comedians etc. präsentieren sich in Form eines Auftritts in einem definierten Zeitrahmen. Die Auftritte werden von einer Jury bewertet. Der Gewinner bekommt die Möglichkeit, in einem abendfüllenden Programm eines TeleBärn-Partners (Kultur-Casino Bern) aufzutreten. «Kultu(h)r» ist eine Aussenproduktion von TeleBärn in der Location des Partners. Zudem bietet TeleBärn neu die wöchentliche Sendung «Dr Kultur uf dr Spur». Diese zeigt das kulturelle Schaffen im

Sendegebiet, mit vielfältigen Gästen quer durch alle Bereiche der Kulturbranche, namentlich Musik, Schauspiel, Film, Theater, Tanz, Ballett, Oper, aber auch Malerei, Bildhauerei etc. Sie beinhaltet Reportage- und Talkelemente wie auch eine Übersicht über die anstehenden Veranstaltungen im Sendegebiet.

bärnTV bietet gesamthaft 74 Min. Kultur wöchentlich. Bei **TeleBärn** umfasst Kultur **76 Min. pro Woche**, verteilt auf die Gefässe «TeleBärn News» und die Talks mit durchschnittlich 9 Min. Kultur pro Woche. Die Kultursendungen «Kultu(h)r», «Dr Kultur uf dr Spur» mit einer Agenda umfassen 24 Min, "Und bitte" umfasst 8 Min. Kultur und das Format «Hinger de Gschicht» ebenfalls 8 Min. Zudem gibt es jährliche Sondersendungen wie z. B. das Gurtenfestival (4 Mal 24 Min. jährlich) sowie das Greenfieldfestival und das Truckerfestival (je 1 Mal 24 Min jährlich). Damit steht fest, dass **TeleBärn** im Bereich **Kultur mehr Inhalt** bietet als bärnTV und damit die bessere Bewerbung abgegeben hat als bärnTV.

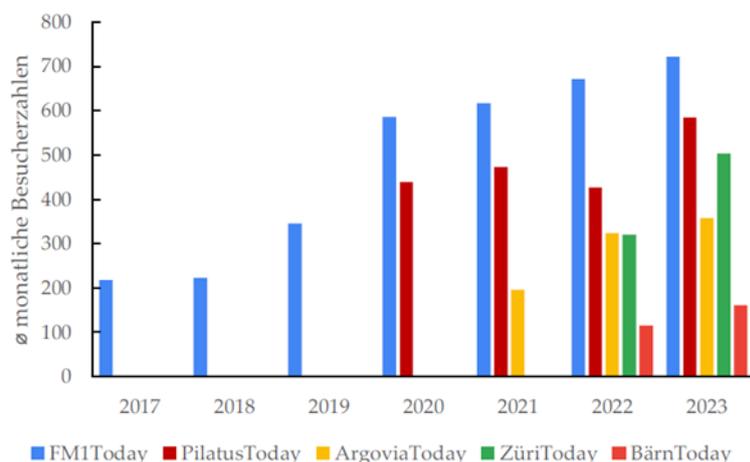
Angebot im Internet und auf digitalen Plattformen: Entsprechende Angaben fehlen – soweit ersichtlich – im Gesuch von bärnTV. Das entsprechende Angebot von TeleBärn ist, wie im Konzessionsgesuch dargelegt, äusserst umfangreich:

TeleBärn verfügt über **zukunftsgerichtete digitale Verbreitungswege** (Apps), die bei bärnTV offenbar nicht vorhanden sind.

TeleBärn betreibt neben dem TV-Sender die Website **www.telebaern.tv**. Darauf ist jederzeit das Live-Signal des TV-Programms empfangbar. Daneben sind in der Rubrik «Sendungen» alle redaktionellen Sendungen (auch nachträglich) abrufbar, welche bei TeleBärn sowohl im Hauptprogramm wie auch im Vorabend- und Tagesprogramm gesendet werden. Zur kompletten Nachrichtensendung besteht auch die Möglichkeit, die einzelnen Nachrichtenbeiträge inklusive Begleittext abzurufen. Die Nachrichtensendung wird ab 19.00 Uhr auch online untertitelt.

Im Weiteren ist TeleBärn auf Social Media mit Inhalten aktiv, namentlich auf Instagram und Facebook. Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass sich Sehgewohnheiten der Zuschauerschaft ändern. Gerade auch jüngere Zielgruppen holen sich ihre Informationen nicht mehr im klassischen TV, sondern Online. Auf Instagram hat TeleBärn über 3'500 Follower, auf Facebook sogar knapp 20'000. Die TeleBärn-Inhalte werden zudem auch auf der Online-Plattform «BärnToday» gezeigt. Damit wird – neben dem bisherigen TeleBärn-Publikum – auch eine neue und jüngere Zielgruppe erreicht. TeleBärn-Inhalte wie auch das Rohmaterial der TeleBärn-Redaktion stehen dem Redaktionsteam von BärnToday zur weiteren Verarbeitung und Publikation zur Verfügung. Dies entweder im Original wie auf TeleBärn ausgestrahlt oder in journalistisch eigens aufbereiteter Form, um Inhalte für die Nutzung auf dem Smartphone oder Tablet aufzubereiten oder den Beitrag thematisch neu zu gewichten. Durch die Kooperation von BärnToday mit den Partnerplattformen 32Today, ArgoviaToday, ZüriToday, FM1Today und PilatusToday erreichen einige, ursprünglich für TeleBärn produzierte Inhalte ein Publikum, das weit über das Berichtsgebiet hinausgeht. Wie nachfolgende Abbildung zeigt, sind diese Plattformen vor allem bei jungen Nutzerinnen und Nutzer und auf Mobilgeräten sehr beliebt, womit die Bewerbung von TeleBärn klar besser ist als diejenige von bärnTV.

TeleBärn ist also auf allen Kanälen innovativ unterwegs, was man von der Bewerbung bärnTV nicht behaupten kann. Auch in diesem Bereich schneidet die Bewerbung von TeleBärn also deutlich besser ab als die Konkurrenzbewerbung.



Quelle: Google Analytics, FMIToday bis 08/2019 Netmetrix Audit

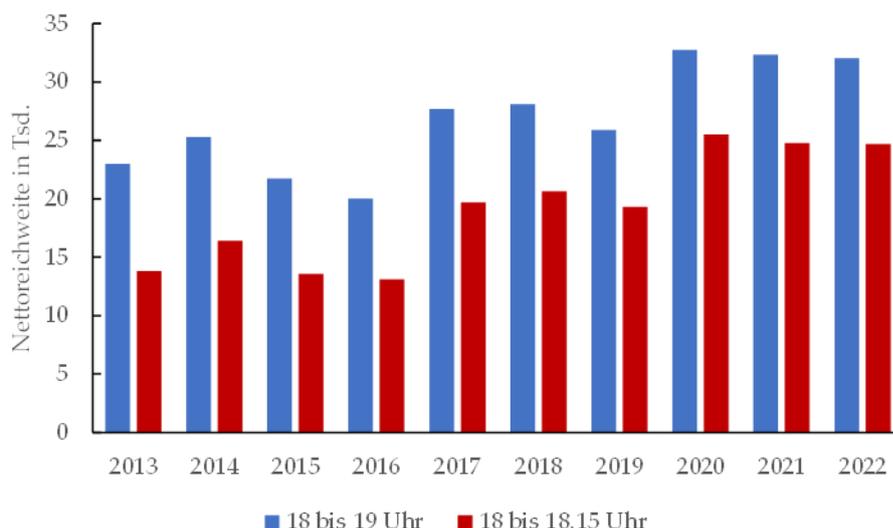
d. Gesamtwürdigung und Folgerung

Die veröffentlichten Unterlagen zum Konzessionsgesuch von bärnTV zeigen, dass sich **bärnTV nicht als neuer unabhängiger und innovativer Berner Sender** wird etablieren können. Das Programm ist eine Kopie des bereits erfolgreichen Programms von TeleBärn, welcher seinerseits ab 2025 das Programm deutlich ausbauen wird. Zudem stellen sich Fragen nach der Unabhängigkeit von bärnTV, der als neuer Sender aus Basel heraus vollständig neu aufgebaut werden müsste. Mit IMS Marketing AG bestehen in Bern auch nicht ganz unproblematische Verknüpfungen im Bereich Sport.

TeleBärn hat demgegenüber eine starke Bewerbung abgegeben, die ab 2025 viele Innovationen im Programm enthält und damit deutlich besser ist als diejenige von bärnTV. Die Redaktion von TeleBärn pflegt die Angebots- und Meinungsvielfalt im Sinne einer pluralistischen Grundhaltung. Die Sendungen überzeugen durch Vielfalt in Inhalt und Umsetzung, widerspiegeln die verschiedenen Regionen im Versorgungsgebiet und deren Geschichten, Personen und Aktualitäten und befähigen das Publikum im Versorgungsgebiet zur Meinungsbildung, zur verantwortungsvollen Wahrnehmung der demokratischen Rechte und zur Orientierung über vielfältige Aspekte des Lebens. Gleichförmigkeit und Uniformität werden vermieden.

Die Bewerbung von TeleBärn überzeugt aber auch in allen anderen relevanten Punkten. TeleBärn investiert mehr in die personellen Ressourcen der Redaktion als bärnTV, verfügt über ein besseres Aus- und Weiterbildungskonzept als die Konkurrenz und bietet Gewähr durch ein praxiserprobtes konkretes Qualitätssicherungskonzept, in das sogar alle Hierarchien eingebunden sind.

TeleBärn gehört zur AZ Regionalfernsehen AG, Tochtergesellschaft der AZ Medien AG. Das Verlagshaus der Familie Wanner steht für qualitativ hochstehenden und **unabhängigen Regionaljournalismus**. TeleBärn ist seit 28 Jahren ein in Bern verankerter und etablierter Sender, der über eine **grosse Erfolgsgeschichte** verfügt und beim Publikum sehr beliebt ist. TeleBärn konnte die Nettoreichweite während den Hauptnachrichten zwischen 2013 und 2022 um 79 % von 14'000 auf 25'000 Zuschauerinnen und Zuschauer steigern. Auch in der ganzen Stunde (18.00 bis 19.00 Uhr) wuchs die Nettoreichweite um 39 % von 23'000 auf beachtliche 32'000 Zuschauerinnen und Zuschauer. Dadurch konnte TeleBärn im Fernsbereich regional einen Gegenpol zur dominanten SRG aufbauen. Es ist zweifelhaft, dass die Konkurrenzbewerbung von bärnTV von Basel her in diese Lücke springen könnte.



TeleBärn **konzentriert** seine Ressourcen in maximaler Weise auf regional relevante Medieninhalte. TeleBärn hat deshalb in den Bereichen Technik, Finanzen, Vermarktung, Marketing, IT, Digital und Human Resources die Erbringung gewisser Dienstleistungen an CH Media übertragen. Im Vertrag und in dessen täglicher Umsetzung ist gewährleistet, dass CH Media in keiner Weise Einfluss auf die Erfüllung des Leistungsauftrags der Gesuchstellerin bzw. die entsprechende Berichterstattung nimmt. Mit einer ordentlichen Kündbarkeit des Vertrages ist sichergestellt, dass die **strukturelle Unabhängigkeit** der Gesuchstellerin gewährleistet bleibt. Insgesamt kann die Gesuchstellerin dank der Synergienutzung ihre eigenen Ressourcen optimal auf die regionale Berichterstattung konzentrieren und diesbezüglich Vielfalt und Qualität bestmöglich gewährleisten. Wie dies bei bärnTV aussieht, lässt sich den veröffentlichten Unterlagen nicht entnehmen. Gewiss Punkte bleiben ungeklärt. So z. B., wie die Zusammenarbeit mit den Aktionären aussieht, bei denen Leistungen eingekauft werden. So fällt auf, dass bärnTV über keine eigenen Vermarktungsressourcen verfügt. Das ist insbesondere erstaunlich, da ein Grossteil der Einnahmen über Werbung erfolgen soll.

TeleBärn nutzt im Bereich der redaktionellen Tätigkeit ausserhalb des Leistungsauftrags vereinzelt Synergien mit anderen Fernsehveranstaltern. Ob und inwiefern TeleBärn entsprechende Beiträge und Informationen in ihre Berichterstattung aufnimmt, steht im freien Ermessen seiner Redaktion. Dank dieser Kooperation kann TeleBärn ihre Ressourcen optimal auf die regionale Berichterstattung sowie die Erfüllung des Leistungsauftrags konzentrieren und die **Qualität ihrer Berichterstattung** nachhaltig hochhalten und verbessern, was sich im Vergleich zu bärnTV in verschiedenen Werten deutlich zeigt (FTE in Redaktion, Qualität, Programm, Aus- und Weiterbildung). Durch die Übernahme überregionaler Themen wird für das Publikum zudem ein Mehrwert geschaffen. Schliesslich kann die Gesuchstellerin nebst ihrer regionalen Berichterstattung abwechslungsreiche Unterhaltungsformate anbieten, welche die Attraktivität und Reichweite von TeleBärn steigern. Vorgenannter Austausch ist für TeleBärn ein Mehrwert und freiwillig. Die Unabhängigkeit von TeleBärn im Hinblick auf die Themensetzung, den konkreten Inhalt und die Umsetzung von Medieninhalten, namentlich auch in Bezug auf die Erfüllung der Leistungsaufträge der Konzessionen, bleibt vollumfänglich gewahrt. Entsprechend trägt TeleBärn weiterhin die volle publizistische Gesamtverantwortung für sein Programm und ist nicht zur Übernahme von Medieninhalten verpflichtet. Im Zentrum der Tätigkeit steht die Erfüllung des Leistungsauftrages.

Die Gesuchstellerin AZ Regionalfernsehen AG verfügt über nicht mehr als zwei TV-Konzessionen und hält die Arbeitsbedingungen der Branche ein. Damit ist festzustellen, dass AZ Regionalfernsehen AG mit ihrer Bewerbung für **TeleBärn** die Konzession im **Versorgungsgebiet Bern zu erteilen** ist.

Dies würde selbst dann gelten, wenn die Bewerbungen wider Erwarten als gleichwertig eingestuft würden und die Bereicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt geprüft werden müsste. Dabei wäre ein einseitiger Fokus auf die strukturelle Abhängigkeit nicht statthaft, besteht doch angesichts des regen publizistischen Wettbewerbs offensichtlich keine Gefährdung der Meinungs- und Angebotsvielfalt. Vielmehr muss eine Prüfung der **Vielfalt der qualitativen programmbezogenen Elemente** vorgenommen werden. Wie die Bewerbung aufzeigt, ist der Beitrag von TeleBärn zur programmlichen Vielfalt sehr gross. Das Programm überzeugt mehr als dasjenige der Konkurrenzbewerbung, das keine Innovationen enthält und als Satellit stark vom Input und Knowhow von Telebasel abhängig sein wird. Selbst wenn strukturelle Aspekte mitberücksichtigt werden, sprechen diese für eine Konzessionsvergabe an den Berner Sender TeleBärn, zumal TeleBärn im Gegensatz redaktionell unabhängig ist und zudem namentlich dank seiner Leistungsfähigkeit und Reichweite täglich beweist, dass der Sender einen grossen Beitrag zu einem wirksamen journalistischen Wettbewerb leistet.

Wir bitten Sie um Berücksichtigung der vorstehenden Argumente und antragsgemäss Erteilung der Konzession an TeleBärn.

Freundliche Grüsse



Peter Wanner
Verwaltungsratspräsident



Kaspar Hemmeler
Verwaltungsrat Mitglied