

Konzessionsgesuch der TeleBärn AG für das TV-Versorgungsgebiet „Bern“

1. Zusammenfassung und Übersicht

Die TeleBärn AG erfüllt mit ihrem Programm seit dem 1. März 1995, also seit über 12 Jahren, die Bedürfnisse der regionalen Bevölkerung, Behörden und Institutionen nach einem informativen, kompetenten, attraktiven und unterhaltenden Regionalfernsehprogramm. Durch eine konsequente und starke Gewichtung der regionalen Information hat sich der Sender in dieser Zeit als wichtiges regionales Informationsmedium positioniert und ist aus der Medienwelt der Region nicht mehr wegzudenken. Durch seine qualitativ hoch stehenden Programme, seine guten Zuschauerzahlen und seinem grossen Produktions-Knowhow hat sich TeleBärn als eines der führenden Schweizer Regional-Fernsehen etabliert. TeleBärn besitzt grossen Rückhalt in der Bevölkerung und bei den Behörden und kann auf Sympathien und Unterstützung von zahlreichen wichtigen regionalen Institutionen zählen. Der Sender hat es mit seinen Programmen insbesondere geschafft, das äusserst heterogene und komplexe Versorgungsgebiet „Espace Mittelland“ auf eine vom Publikum geschätzte und akzeptierte Art und Weise zusammenzuführen und abzudecken. Für den Aufbau des Regionalsenders wurden in den vergangenen zwölf Jahren – trotz den schwierigen Rahmenbedingungen, welche das alte RTVG bot – über 18 Millionen Franken investiert. Die TeleBärn AG hat bewiesen, dass sie die Qualität und Zukunft ihres Senders langfristig sichern kann - sie verfügt über eine funktionierende Organisation, ein kompetentes und erfahrenes Team und die nötige Infrastruktur. Aufgrund dieser Ausgangslage und mit diesen Begründungen bewirbt sich die TeleBärn AG für die ausgeschriebene TV-Konzession für das Gebiet „Bern“.

2. Identität der Gesuchstellerin

2.1 Allgemeine Angaben zur Gesuchstellerin

a) TeleBärn AG

b) c/o Berner Zeitung AG, Dammweg 9, 3013 Bern

Beilage: Nr. 1: Handelsregisterauszug der TeleBärn AG

- c) Marc Friedli, c/o TeleBärn AG, Grünaustrasse 3, 3084 Wabern, Tel. 031 – 960 83 33,
Email: marc.friedli@espacemedia.ch

2.2 Organisation und Zusammensetzung

- a) Aktiengesellschaft
Beilage: Nr. 2: Statuten der TeleBärn AG
- b) Organisationsstruktur gemäss Organisationsreglement und Organigramm
Beilage: Nr. 3: Organisationsreglement der TeleBärn AG
Nr. 4: Organigramm der TeleBärn AG
- c) aa) Verwaltungsrat:
Albert P. Stäheli, Präsident, in Gümligen, Schweizer Staatsbürger
Klaus Kilchenmann, Mitglied, in Wabern (Gemeinde Köniz), Schweizer Staatsbürger
(Demission angekündigt)
Franziska von Weissenfluh, Mitglied, in Gümligen, Schweizer Staatsbürger
Dr. Urs Schweizer, Mitglied, in Aarberg, Schweizer Staatsbürger
- bb) Geschäftsleitung:
Marc Friedli, Geschäftsführer, in Hettiswil bei Hindelbank, Schweizer Staatsbürger
Martin Bürki, Mitglied der Geschäftsleitung, in Mattstetten, Schweizer Staatsbürger
- d) Berner Zeitung AG: 1'500 Namenstimmrechtsaktien Kat. A mit einem Nennwert von CHF 100.00 und 1'500 Namenstammaktien Kat. B mit einem Nennwert von CHF 1'000.00 (Kapitalanteil von 100% und Stimmrechtsanteil von 100%)
Beilage: Nr. 5: Aktienbuch der TeleBärn AG
- e) Geschäftsbericht, Erfolgsrechnung und Bilanz für das Geschäftsjahr 2006
Beilage: Nr. 6: Geschäftsbericht TeleBärn für das Geschäftsjahr 2006
Nr. 7: Revisionsbericht TeleBärn für das Geschäftsjahr 2006
Nr. 8: Jahresrechnung TeleBärn für das Geschäftsjahr 2006
mit Erfolgsrechnung und Bilanz

2.3 Tätigkeit der Gesuchstellerin im Bereich des Medienwesens

- a) Die TeleBärn AG betreibt heute den Regionalfernsehsender TeleBärn und beabsichtigt, diesen auch in Zukunft weiterzuführen.
- b) Die TeleBärn AG hält keine Beteiligungen an Drittunternehmen.
- c) Die TeleBärn AG arbeitet mit der Conradio-TV AG (Verkaufsorganisation von TeleBärn und Radio Capital FM sowie Vermittlerin und Herstellerin von Werbung in audiovisuellen Medien) und weiteren Unternehmen der Espace Media Groupe und der Tamedia AG zusammen. Ferner arbeitet die TeleBärn AG im Rahmen des TeleNewsCombi mit anderen Schweizer Regionalfernsehsendern zusammen.

2.4 Angaben zu den einzelnen an der Unternehmung Beteiligten

- a) An der TeleBärn AG sind keine natürlichen Personen beteiligt.
- b) Folgende juristische Personen halten einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent:
 - aa) Die Berner Zeitung AG hält – wie erwähnt - 100% der Aktien der TeleBärn AG. Aktionäre der Berner Zeitung AG sind die Espace Media Groupe (51%) und die Tamedia AG (49%). Seit 1. Oktober 2007 hält die Tamedia AG 80% der Aktien der Espace Media Groupe. Zur Berner Zeitung AG, der Espace Media Groupe und der Tamedia AG können folgende Angaben gemacht werden:
 - bb) Berner Zeitung AG:
 - Berner Zeitung AG, Dammweg 9, 3013 Bern
 - Mitglieder des Verwaltungsrates der Berner Zeitung AG sind Charles von Graffenried als Präsident und Albert P. Stäheli als Delegierter. Die Geschäftsführung der Berner Zeitung AG setzt sich wie folgt zusammen: Albert P. Stäheli (Delegierter des Verwaltungsrates), Franziska von Weissenfluh (Verlagsdirektorin), Michael Hug und Markus Eisenhut (Chefredaktoren).

- Das Aktienkapital der Berner Zeitung AG von CHF 5 Mio. wird von der Espace Media Groupe (51%) und der Tamedia AG (49%) gehalten; seit 1. Oktober 2007 hält die Tamedia AG 80% der Aktien der Espace Media Groupe.
- Die Berner Zeitung AG ist unter anderem Herausgeberin der Tageszeitungen „Berner Zeitung“ und „Der Bund¹“, betreibt die Onlineplattform „espace.ch“ und hält Beteiligungen an der Espace Media Radio AG (Capital FM), der Conradio TV-AG (Verkaufsorganisation von TeleBärn- und Capital FM sowie Vermittlerin und Herstellerin von Werbung in audiovisuellen Medien), der BEVO AG (Frühzustellung von Zeitungen im Raum Bern), der Burgdorfer Tagblatt AG, der Verlags-AG Sonntagszeitung und der Verlag Murtenbieter AG (vgl. grafische Darstellung der Beteiligungen der Berner Zeitung AG).

cc) Espace Media Groupe:

- Espace Media Groupe, Marktgass-Passage 3, 3011 Bern
- Mitglieder des Verwaltungsrates der Espace Media Groupe sind Charles von Grafenried (Präsident), Albert P. Stäheli (Delegierter), Dr. Pietro Supino, Martin Kall, Prof. Dr. Iwan Rickenbacher und Dr. Bernhard Bratschi (zur Wahl vorgeschlagen für die a.o. Generalversammlung im Dezember 2007).
- Die Konzernleitung der Espace Media Groupe setzt sich bis 31.12.07 wie folgt zusammen: Albert P. Stäheli (CEO), Dr. Urs Schweizer und Guido Albisetti (s. 2.4 dd).
- Das Aktienkapital der Espace Media Groupe beträgt CHF 1,1 Mio. und seit 1. Oktober 2007 hält die Tamedia AG in Zürich 80% der Aktien der Espace Media Groupe.
- Die Espace Media Groupe ist als Holdinggesellschaft die Muttergesellschaft eines Medienunternehmens mit Schwergewicht in den Kantonen Bern, Solothurn und teilweise Freiburg. Sie ist über ihre Tochtergesellschaften Herausgeberin verschiedener Zeitungen (z.B. Berner Zeitung und Der Bund) und nebst dem Printbereich, auch im Druck-, Radio-, TV- und Onlinebereich tätig. Zu den Beteiligungen der Espace Media Groupe gehören unter anderem die Berner Zeitung AG (Herausgeberin der Berner Zeitung und des Bunds), die Berner Oberland Medien AG BOM (Herausgeberin des Thuner Tagblatts und Berner Oberländers), die TeleBärn AG, die Espace Media Radio AG (Radio Capital FM), die Conradio TV-AG (Verkaufsorganisation von TeleBärn und Capital FM und Vermittlerin und Herstellerin von

¹ Die Fusion zwischen der Berner Zeitung AG und ihrer 100%-igen Tochtergesellschaft „Der Bund Verlag AG“ wird im Verlaufe des Dezembers 2007 vollzogen.

Werbung in audiovisuellen Medien), die BEVO AG (Frühzustellung von Zeitungen im Raum Bern), die Buehler Grafino AG (Zeitungsdruck), die Benteli Hallwag Druck AG (grafischer Betrieb und Akzidenzdruck), die Burgdorfer Tagblatt AG, die Verlags-AG SonntagsZeitung und die Verlag Murtenbieter AG. Details dazu und zu weiteren Beteiligungen der Espace Media Groupe finden sich im beiliegenden Geschäftsbericht 2006 der Espace Media Groupe und der grafischen Darstellung der Beteiligungen der Espace Media Groupe.

dd) Tamedia AG:

- Tamedia AG, Werdstrasse 21, 8021 Zürich
- Mitglieder des Verwaltungsrates der Tamedia AG sind Dr. Pietro Supino (Präsident), Dr. Robert Karrer, Prof. Dr. Iwan Rickenbacher, Andreas Schulthess, Karl Dietrich Seikel, Charles von Graffenried, Christina von Wackerbarth, Prof. Dr. Ueli Maurer und Konstantin Richter.
- Die Unternehmensleitung der Tamedia setzt sich zusammen aus Martin Kall (Vorsitzender), Dr. Andreas Meili, Christoph Tonini, Rolf Bollmann, Jürg Brauchli und Uli Rubner. Ab 1. Januar 2008 gilt ein neues Organigramm für die Unternehmensleitung (vgl. Beilage); weitere Informationen finden sich im Internet unter www.tamedia.ch sowie in der Medienmitteilung vom 2. November 2007.
- Das Aktienkapital der Tamedia AG beträgt CHF 10.6 Mio.
- An der Tamedia AG halten folgende natürliche Personen einen Kapital- und Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent:

Personalien	Wohnsitz	Nationalität	Aktien	Tätigkeit in den Medien
Dr. Severin Coninx	Bern	CH	1'439'154	Aktionär 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
Annette Coninx Kull	Wettswil a.A.	CH	1'256'052	Keine

- An der Tamedia AG halten folgende juristische Personen einen Kapital- und Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent, ohne jedoch einen wesentlichen Einfluss auf die Willensbildung der Tamedia AG auszuüben:

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.

- Die Tamedia AG ist als Schweizer Medienhaus publizistisch aktiv und an diversen Medienunternehmen beteiligt. Eine Liste der Tätigkeiten und Beteiligungen per 31. Dezember 2006 (d.h. vor dem Zusammenschluss mit der Espace Media Groupe) findet sich auf S. 79 f. des Geschäftsberichts 2006 der Tamedia AG; die Geschäftsbereiche sind detailliert auf S. 16 ff. beschrieben.

Beilagen: Nr. 9: Handelsregisterauszug der Berner Zeitung AG
 Nr. 10: Geschäftsbericht 2006 der Espace Media Groupe
 Nr. 11: grafische Darstellung „Beteiligungen der Espace Media Groupe“
 Nr. 12: Organigramm Espace Media Groupe
 Nr. 13: Handelsregisterauszug der Espace Media Groupe
 Nr. 14: Geschäftsbericht 2006 der Tamedia AG
 Nr. 15: Handelsregisterauszug der Tamedia AG
 Nr. 16: Organigramm der Tamedia AG ab 1. Januar 2008
 Nr. 17: Medienmitteilung der Tamedia AG vom 2. November 2007

c) Keine

3. Programm

3.1 Art des geplanten Fernsehprogramms / Output

3.1.1 Erfüllung des Programmauftrags gemäss Musterkonzession:

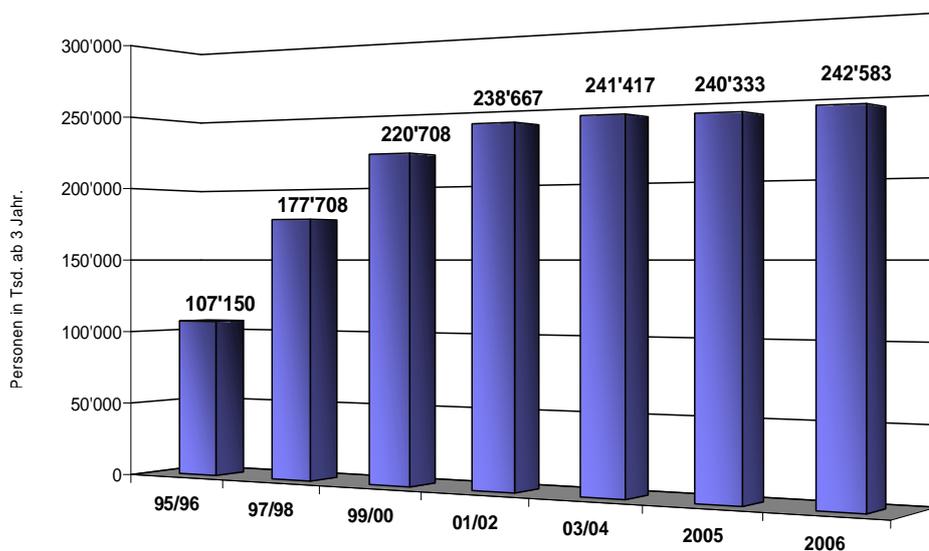
Die TeleBärn AG erfüllt die in der Musterkonzession erwähnten Verpflichtungen bereits seit Sendebeginn im Jahr 1995 und wird diese auch in Zukunft vollumfänglich erfüllen:

- Die TeleBärn AG sendet zu der Hauptsendezeit ein überwiegend auf das Versorgungsgebiet ausgerichtetes Programm (s. Punkt 3.1.2). Dieses wird vollständig am Studiostandort Bern (bis Oktober 2008: Grünastr. 3, 3084 Wabern, ab November 2008: Dammweg 9, 3001 Bern) produziert. Die hierzu erforderlichen personellen Ressourcen bestehen bereits und sind im Punkt 3.3.2 b umschrieben.
- Mit folgenden konkreten Massnahmen werden die gestellten Anforderungen an die Informationsangebote umgesetzt:
 - Information über den regionalen Raum im Bereich Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport: Über 60% der gesamten Sendezeit bezieht sich inhaltlich direkt auf das Sendegebiet. Rund 40% der gesamten Sendezeit liegen im regionalen Nachrichten- und Informationsbereich (s. 3.1.3).
 - Thematische Vielfältigkeit: TeleBärn berichtet vielfältig über die verschiedenen Facetten des regionalen Geschehens. Die Themenselektion beruht auf den Kriterien Wichtigkeit (Relevanz), Betroffenheit, Emotionalität, Aktualität und Publikumsinteresse. In der Gesamtheit der Berichterstattung legt TeleBärn wert auf eine möglichst breite thematische Abdeckung.
 - Vielfalt der Meinungen, Personen, Personengruppen: TeleBärn ermöglicht dem Publikum, sich eine eigene Meinung zu bilden indem die Berichterstattung auf TeleBärn, sofern nicht als Kommentar oder Satire deklariert, neutral erfolgt und jeweils alle relevanten Seiten zu Wort kommen.
 - Widerspiegelung des gesamten Versorgungsgebiets: TeleBärn berichtet über sämtliche Gemeinden/Kantone im Sendegebiet gleichwertig, d.h. Themen werden nach Relevanz beurteilt und nicht nach Herkunft. Das Verbreitungsgebiet besteht aus den Kantonen Bern, Solothurn und dem deutschsprachigen Teil des Kantons Freiburg. Diesem heterogenen Konzessionsgebiet wird im Rahmen der News-Berichterstattung (kantonale Themen) speziell Rechnung getragen.

Detaillierte Informationen sind dem Programmkonzept (s. 3.1.2) und den entsprechenden journalistischen Leitlinien zu entnehmen.

3.1.2 Programmkonzept

Kernzielpublikum des Senders ist die am regionalen Geschehen interessierte Bevölkerung zwischen 25 bis 59 Jahren. Mit geeigneten Programmen sollen gezielt auch die 15 – 25 Jährigen an das Medium „Regionalfernsehen“ herangeführt werden. Das Zuschauer-Gesamtpotenzial liegt derzeit bei ca. 1,15 Mio. Personen (3+), die technische Reichweite beträgt ca. 950'000 Personen, die täglichen Reichweiten des Senders konnten seit Sendestart kontinuierlich gesteigert werden und liegen gegenwärtig zwischen 200'000 – 250'000 Personen.



Die drei aktuellen TeleBärn-Claims treffen Seele des Senders und des Programmkonzepts voll und ganz:

- „Aus der Region für die Region“
- „Service Public für den Espace Mittelland“
- „CNN für die Region“

Die konsequent regionale Ausrichtung des TeleBärn-Hauptprogramms und die klare Positionierung als regionaler News-, Sport- und Eventkanal haben sich in den vergangenen 10 Jahren als entscheidender Erfolgsfaktor des Senders erwiesen. Ein überwiegender Teil der gesamten Betriebsaufwände fließen direkt in die Berichterstattung über die regionale Aktualität.

Zu dieser konsequenten Ausrichtung auf das regionale Geschehen gehört auch die so genannte „TeleBärn-Hotline“. TeleBärn ist das einzige Medium im Espace Mittelland, welches 365 Tage im Jahr während 24 Stunden für aktuelle Informationen und Inputs von ZuschauerInnen, Betroffenen und Behörden erreichbar ist. Der 24-Stunden Pikettdienst funktioniert einwandfrei und ermöglicht TeleBärn auch ausserhalb der üblichen Betriebszeiten die vom Sender angestrebte Nähe zu seinem Publikum und zum regionalen Geschehen sowie den erforderlichen Vorsprung gegenüber seinen (insbesondere überregionalen) Mitbewerbern.

Im Programmrastrer unterscheidet TeleBärn einerseits zwischen Hauptprogramm (18.00 – 23.00 Uhr, Nachtprogramm (23.00 – 04.00 Uhr) und Tages- resp. Vorabendprogramm (04.00 – 18.00 Uhr). Andererseits gilt es, den generellen Unterschied zwischen Struktur- und Eventprogramm zu machen.

Programmraster:

Tages-/Vorabendprogramm / Hauptprogramm

Zeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag	
Tages- / Vorabendprogramm	Wh vom Sonntag	Wh vom Montag	Wh vom Dienstag	Wh vom Mittwoch	Wh vom Donnerstag	Wh vom Freitag	Wh vom Samstag	
	00.00-15.30						04.30 Musig Stubete (Wh stündlich bis 12.00 Uhr)	
	15.30-16.15	Media Shop Verkaufssendung						
	16.15-16.30	Lifestyle	Futura-TV	Futura-TV	Automobil Revue TV	Automobil Revue TV	Lifestyle	
	16.30-16.45		Medical Talk	Medical Talk	Futura-TV	Futura-TV	Lifestyle	
	16.45-17.00	Espace Immo//TV			Espace Immo//TV	Espace Immo//TV	Espace Immo//TV	
	17.00-17.15	Futura-TV	Futura-TV	Futura-TV	Futura-TV	Futura-TV	Futura-TV	
	17.15-17.30	Globe TV Reisemagazin	Globe TV					
	17.30-17.55	SwissDate	SwissDate	SwissDate	SwissDate	SwissDate	17.45-17.55 Automobil Revue TV	
	17.55-18.00	Kochen	Kochen	Kochen	Kochen	Kochen	Kochen	
Hauptprogramm	18.00-18.05	Wetter	Wetter	Wetter	Wetter	Wetter	Wetter	
	18.05-18.20	News Die Nachrichten aus der Region						
	18.20-18.30	Sport	Sport	Sport	Sport	Sport	Sport	
	18.30-19.00	Medical Talk	18.30 Automobil Revue TV	18.30 Futura-TV	Medical Talk	18.30 Wattenwyl-Gespr.	Sara macht's	18.30 Futura-TV
	19.00-19.05		18.45 Immo//TV	18.45 Immo//TV		18.50 Automobil Revue TV		18.45 Immo//TV
	19.05-19.20	Wetter	Wetter	Wetter	Wetter	Wetter	Wetter	
	19.20-19.30	News	News	News	News	News	News	
	19.30-19.40	Sport	Sport	Sport	Sport	Sport	Sport	
	19.40-20.00	Musig Stubete	Tierisch	Automobil Revue TV	BZ-Talk	Lifestyle	SwissDate	Eine Nacht mit...
	20.00-19.40			Das von Wattenwyl Gespräch				

Nachtprogramm

	Zeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
Nachtprogramm	ab 23.30	Nachtprogramm (Wh stündlich bis 04.00 Uhr)	Nachtprogramm (Wh stündlich bis 04.00 Uhr)	Nachtprogramm (Wh stündlich bis 04.00 Uhr)	Nachtprogramm (Wh stündlich bis 04.00 Uhr)	Nachtprogramm (Wh stündlich bis 04.00 Uhr)	Nachtprogramm (Wh stündlich bis 04.00 Uhr)	Nachtprogramm (Wh stündlich bis 04.00 Uhr)
		Wiederholung Hauptprogramm bis Dienstag 15.30	Wiederholung Hauptprogramm bis Mittwoch 15.30	Wiederholung Hauptprogramm bis Donnerstag 15.30	Wiederholung Hauptprogramm bis Freitag 15.30	Wiederholung Hauptprogramm bis Samstag 15.30	Wiederholung Hauptprogramm bis Sonntag 15.30	Wiederholung Hauptprogramm bis Montag 15.30

Dieses Programmraaster basiert auf dem aktuellen TeleBärn-Programm und umfasst die zur Zeit absehbaren und geplanten Programmänderungen (z.B. Einführung des ausserhalb des Studios in der Region realisierten Talk-Magazin-Formats „Eine Nacht mit...“). Das Programmraaster kann und muss auf Grund verschiedener Faktoren und Entwicklungen laufend angepasst werden.

Hauptprogramm

Hier entscheiden sich Erfolg und Image des Senders! TeleBärn strebt für dieses Herzstück des Strukturprogramms ein einfaches und nachvollziehbares Programmraaster mit hoher „Sicheresheit“ an. Die erste Halb-stunde gehört konsequent der regionalen Tagesaktualität (News / Sport / Wetter). Der Sender bekennt sich dabei zur Form des „Infotainment“, im redaktionellen Auswahlverfahren wird eine Balance zwischen den Hauptkriterien „Relevanz“ und „Betroffenheit“ angestrebt.

Herzstück dieses Programmteils sind die täglichen News, welche ab 18.00 Uhr ausgestrahlt werden. Je nach Aktualitätslage werden die News bei Bedarf im Verlauf des Abends ein oder mehrmals aktualisiert. Grundsätzlich werden die News (wie auch die Wetter- und die Sportsendung) bis am Folgetag um 15.00 Uhr stündlich wiederholt. Die täglichen News stossen beim TeleBärn-Publikum auf enormes Interesse – im Jahr 2006 erreichte die Sendung ein durchschnittliches Rating (Sendung von A bis Z gesehen) von 57'500 Personen (Quelle Telecontrol/Publicadata). In den TeleBärn-News werden täglich 6 bis 10 aktuelle regionale Themen in unterschiedlicher Form aufgegriffen. Die Anzahl der in Beitragsform umgesetzten Themen soll im Rahmen der neuen Konzession nochmals um ca. 20% gesteigert werden.

In der zweiten Programm-Halb-stunde findet die Unterhaltung ihren Platz – wenn möglich auch hier mit Bezug zu Region und Aktualität (Talks, Aussenproduktionen). In diesem Bereich funktionieren aber auch gewisse Austauschprogramme (Lifestyle, Tierisch), wenn sie zurückhaltend eingesetzt und richtig programmiert werden.

Der Programmraaster des Hauptprogramms ist klar und fix (s. oben) – er wird lediglich bei bedeutenden Ereignissen oder für einzelne Sonderprogramme (→ *Eventprogramme*) gebrochen. Im Hauptprogramm strebt TeleBärn eine explizit hohe Produktionsqualität an: Der Inhalt muss regional sein, nicht die Qualität...

Event-/Spezialprogramme

Ca. 15 bis 20 Mal pro Jahr bricht TeleBärn sein Strukturprogramm auf, für eine ins redaktionelle Grundkonzept passende Sondersendung. Mit grossem Aufwand wird jeweils der „Service public régionale“ zelebriert. Bei der Auswahl der Sondersendungen und Eventprogramme wird auf ein breites Themenspektrum geachtet: Von Sport (z.B. Tennis Gstaad, Lauberhorn-Rennen) über Kultur (z.B. Gurten-Festival, Fasnachts-Umzüge) und Unterhaltung (z.B. Starpoker) bis zu Politik (z.B. Wahlsendungen „Tag X“). Die entsprechenden Sendungen stossen jeweils auf enormes Zuschauerinteresse und sind in starkem Masse imagefördernd. Mit solchen entsprechend kommunizierten Sondersendungen gelingt es TeleBärn immer wieder, den grössten Nutzerkreis nachhaltig zu vergrössern. Der Anteil solcher Sonderprogramme soll in den kommenden Jahren weiter ausgebaut werden.

TeleBärn Spezialprogramme 2007

Datum	Anlass
Mo. 01.01.07	Neujahrs-Talk mit Bunderat Samuel Schmid
Do. – So. 04. – 07.01.07	Ski-Weltcup-Special Adelboden
Mi. – So. 10. – 14.01.07	Ski-Weltcup-Special Wengen
Sa. + So. 24. + 25.02.07	Fasnachtsumzug Solothurn
Sa. 24.02.07	Volleyball Cupfinal Zeiler Köniz – VBC Voléro Zürich
Sa. + So. 03. + 04.03.07	Fasnachtsumzug Bern
So. 13.05.07	Grand Prix von Bern
So. 10.06.07	Frauenlauf Bern 10 km
Mo. 11.06.07	Frauenlauf Bern 5 km
Mo. – So. 09. – 15.07.07	Allianz Suisse Open Gstaad (Tennis)
Fr. – So. 20. – 22.07.07	Gurtenfestival-Specials
Mo. – So. 23. – 29.07.07	Beachvolleyball-WM Gstaad
Sa. 11.08.07	Street Parade Live
Fr. 31.08.07	Beachvolleyball-SM Final Herren
Sa. 01.09.07	Beachvolleyball-SM Final Damen
Fr. - Do. 07. - 13.09.07	Hockey-Countdown
So. 21.10.07	Eidg. Ständerats- und Nationalratswahlen
Mo. 22.10.07	Wahl-Special-Talks: Zu Gast bei Hans Grunder, SVP und Margret Kiener Nellen, SP

Tages-/Vorabendprogramm

In dieser Schlaufe bietet TeleBärn Platz für diverse Magazine und Sendungen (FuturaTV, GlobeTV, ImmoTV, MediaShop u.ä.) – zum Teil handelt es sich hier um Programme mit einem kommerziellen Hintergrund. Auch die hier ausgestrahlten Programme müssen imagemässig mit TeleBärn kompatibel sein, aber ein attraktives Businessmodell steht im Vordergrund.

Nachtprogramm

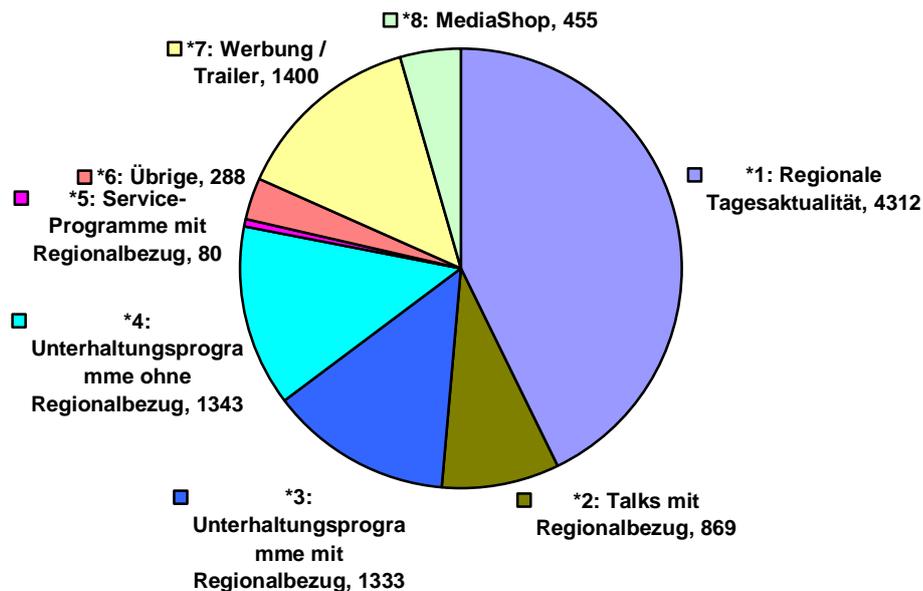
Anstelle des Unterhaltungsprogramms der zweiten Sendehalbstunde strahlt TeleBärn in diesem Zeitfenster ein Erotik-Programm aus. Damit generiert TeleBärn einerseits in einer „toten Zeit“ eine beachtliche Reichweite – und andererseits mit der Werbung im direkten Umfeld einen attraktiven Deckungsbeitrag. Im Rahmen des neuen RTVG wird die Ausstrahlung der entsprechenden Werbung untersagt. Entsprechend wird das gegenwärtige Nachtprogramm überprüft und überarbeitet werden. Geplant ist ein erotisches Lifestyle-Magazin.

Seit Sendebeginn vor 12 Jahren entwickelt sich TeleBärn im Rahmen der geschilderten Grundsätze kontinuierlich und erfolgreich, wie die folgende „Chronologie der Entwicklungsschritte“ bestätigt

Beilage: Nr. 18: TeleBärn: Chronologie der Entwicklungsschritte

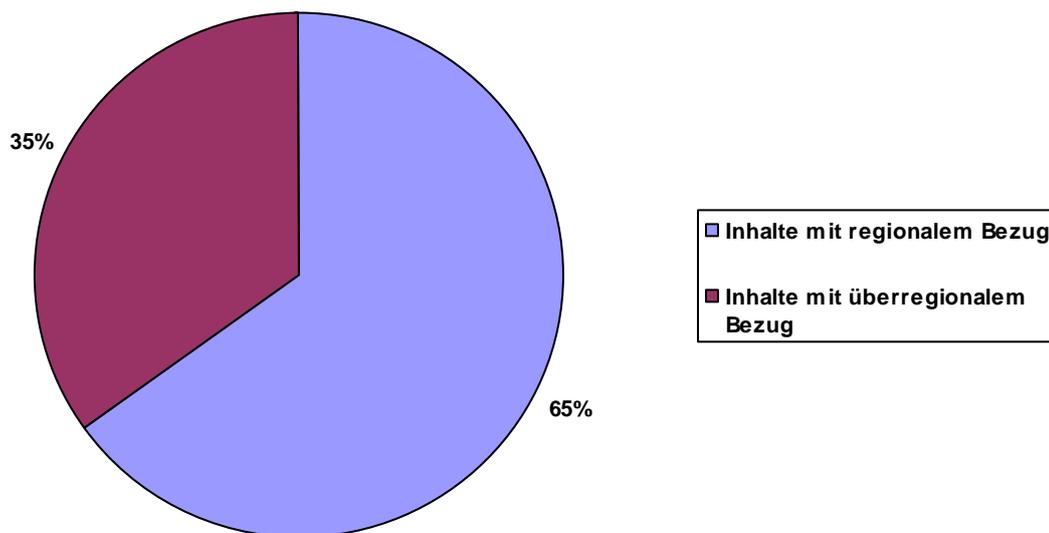
3.1.3 Anteil der Sendungen mit direktem Bezug auf das Versorgungsgebiet

Sendungen TeleBärn pro Woche in Minuten
(insgesamt 10'080 Sendeminuten pro Woche)



- *1: Regionale Tagesaktualität: News, Sport, Wetter
- *2: Talks mit Regionalbezug: BZ-Talk, Von Wattenwyl-Gespräch, Eine Nacht mit...
- *3: Unterhaltungsprogramme mit Regionalbezug: Stubete, Nachtprogramm
- *4: Unterhaltungsprogramme ohne Regionalbezug: SwissDate, Lifestyle, Tierisch, Sara macht's, Automobil Revue TV
- *5: Service-Programme mit Regionalbezug: ImmoTV
- *6: Übrige: Futura-TV, Globe TV, Kochen, etc.
- *7: Werbung / Trailer
- *8: MediaShop

**Anteil Sendezeit mit direktem Bezug auf das Sendegebiet von TeleBärn
(gemessen an der Gesamtsendezeit in Minuten)**



Berechnung gem. Programmraaster 2007

Die TeleBärn AG geht von einem Programmraaster aus, in welchem mindestens 60% der gesamten Sendezeit einen direkten regionalen Bezug aufweisen. Ein überwiegender Teil der Sendeminuten mit regionalem Bezug wird für die Berichterstattung über das aktuelle Geschehen eingesetzt.

3.2 Leistungsauftrag / Input

3.2.1 Qualitätssicherungsmassnahmen

Das Qualitätsmanagement der TeleBärn AG lehnt sich an die Strukturvorgaben des BAKOM und die damit verbundenen Empfehlungen der Wissenschaft. Hierbei wird berücksichtigt, wonach Qualitätssicherung in präventive, den Produktionsprozess begleitende und korrektive Elemente unterteilbar ist (vgl. Russ-Mohl, Stephan (1997): Infrastrukturen der Qualitätssicherung. In: Wessler, Hartmut et. al. (Hg.): Perspektiven der Medienkritik. Opladen, S. 219-224). Diese Elemente werden in den Zusammenhang mit den Grundsätzen von „Total Quality Management“ (TQM) nach DIN ISO 8402 gebracht. Hierbei wird TQM in die drei Prämissen Ganzheitlichkeit, Prozesshaftigkeit, Mitarbeiterorientierung unterteilt, wie dies in der Literatur empfohlen wird. (vgl. Wyss, Vinzenz (2000) Qualitätsmanagement im Journalismus: Das Konzept TQM auf Redaktionsstufe. In: Medienwissenschaft Schweiz. H. 1, S. 21-30.). Zudem wird formuliert, wie die Massnahmen jederzeit überprüft werden können.

a) Ganzheitlichkeit:

Qualitätsmanagement ist Sache aller Hierarchieebenen und muss alle Arbeitsprozesse und Schnittstellen umfassen. Sämtliche Arbeitsschritte müssen auf die Einlösung der Qualitätsziele ausgerichtet sein. Qualitative Inhalte können bei TeleBärn also nur garantiert werden, wenn sich die Führung und die Redaktionsmitarbeitenden über die Qualitätssicherungsmaßnahmen und –ziele einig sind und alle an deren Umsetzung respektive deren Erreichen mitarbeiten.

aa) Präventive Massnahmen:

Zur Bekanntgabe klarer publizistischer und geschäftlicher Qualitätsziele für sämtliche Hierarchie-Ebenen existiert in schriftlicher Form:

- Ein Organisationsreglement, welches unternehmerische Leitlinien festschreibt (s. 2.2 b)
- ein Redaktionsstatut mit grundsätzlichen publizistischen Leitlinien
- Journalistische Leitlinien als Handbuch für redaktionelle Mitarbeitende

Beilagen: Nr. 19: Redaktionsstatut TeleBärn AG

Nr. 20: Journalistische Leitsätze TeleBärn AG

Sämtliche Dokumente werden den neu eintretenden Mitarbeitenden abgegeben und diese Abgabe wird per Unterschrift bestätigt. Das Redaktionsstatut ist zudem auf der Internetseite der TeleBärn AG für die Öffentlichkeit einsehbar. Änderungen der oben genannten Dokumente werden sämtlichen Mitarbeitenden umgehend mitgeteilt.

Überprüfbarkeit: Die Dokumente sind den Mitarbeitenden bekannt und jederzeit greifbar. Das Dokument „Redaktionsstatut“ ist auf der Internetseite von TeleBärn aufgeschaltet.

bb) Den Produktionsprozess begleitende Massnahmen:

Die oben genannten Dokumente liegen in der Redaktion und bei Redaktionssitzungen auf und können jederzeit hinzugezogen werden.

Überprüfbarkeit: Die Dokumente liegen in der Redaktion auf und werden von den Mitarbeitenden genutzt.

cc) Korrektive Massnahmen:

Die Dokumente werden mit folgenden Massnahmen korrektiv eingesetzt:

- In Redaktionssitzungen und Feedback-Gesprächen werden für Erläuterungen und Erklärungen die oben genannten Dokumente hinzugezogen und so den Mitarbeitenden allfällige Abweichungen von den bestehenden Leitlinien vermittelt.
- Wird für bestimmte relevante Fälle festgestellt, dass noch keine Leitlinien existieren, wird das betreffende Dokument ergänzt und die Änderungen/Ergänzungen werden sämtlichen Mitarbeitenden kommuniziert.

Überprüfbarkeit: Die Kommunikation der Änderungen/Ergänzungen ist jederzeit einsehbar.

b) Prozesshaftigkeit:

Qualitätsmanagement ist ein ständiger Prozess, ein ständiges Streben nach Verbesserungen. Prozesse müssen regelmässig überprüft und angepasst werden. Aufgrund der stark variierenden Aufgabenstellungen und Zielsetzungen im Journalismus sind festgelegte Prozesse ein besonders wichtiges Hilfsmittel zum Qualitätsmanagement.

aa) Präventive Massnahmen:

Grundlage jedes Produktionsprozesses und somit auch präventive Qualitätssicherungsmassnahme ist die Planung der Berichterstattung und der Sendungen. Hierzu sind folgende Hilfsmittel dienlich und verpflichtend:

- Eine frühzeitige und umfangliche Themenplanung mit entsprechenden Hilfsmitteln (Programm- und Themenplanungstabelle).
- Tägliche Redaktionssitzung (z.Z. 09.00 Uhr), in welcher auf die gestrige Berichterstattung zurück geschaut und die Berichterstattung des laufenden Tages besprochen und für alle Mitarbeitenden verbindlich geplant wird. Das Ergebnis dieser Sitzung wird von den verantwortlichen Ausgabeleitern in einer für alle Mitarbeitenden jederzeit einsehbaren „Running-Order“ festgehalten.
- Tägliche Produktionssitzung (z.Z. 13.15 Uhr), in welcher Ausgabeleiter und Produktionspersonal die Produktionsabläufe des laufenden Tages besprechen und festlegen. Das Ergebnis dieser Sitzung wird von den verantwortlichen Ausgabeleitern in der für alle Mitarbeitenden jederzeit einsehbaren „Running-Order“ festgehalten.

Überprüfbarkeit: Die Planungstools sind aktuell und werden genutzt. Die Sitzungen werden nach dem oben beschriebenen Ablauf durchgeführt. Die erwähnten „Running-Orders“ werden gespeichert und sind jederzeit abrufbar.

bb) Den Produktionsprozess begleitende Massnahmen:

Um während dem Produktionsprozess journalistische Qualität sicherstellen zu können, existieren folgende Hilfsmittel und Abläufe:

- Vor Realisationsbeginn werden Aussagewunsch und Storyboard der einzelnen Beiträge mit dem verantwortlichen Ausgabeleiter abgesprochen.
- Bei Veränderungen der Ausgangs- oder der Newslage wird während des Tages mit dem verantwortlichen Ausgabeleiter Rücksprache genommen.
- Es besteht die ständige Möglichkeit des Kollegengespräches, d.h. alle an der aktuellen Sendung arbeitenden Personen arbeiten in unmittelbarer Nähe und können sich jederzeit beraten lassen oder ein spontanes Feedback über das erarbeitete Produkt einholen.
- Sämtliche Beiträge werden vom verantwortlichen Ausgabeleiter vor der Sendung abgenommen. Die Abnahme muss vor der Ausstrahlung im Newsmanagement-System „ENPS“ protokolliert werden.

Überprüfbarkeit: Die Besprechung der Aussagewünsche/Storyboards und die Beitragsabnahme sind jederzeit beobachtbar.

cc) Korrektive Massnahmen:

Der Produktionsprozess wird mit folgenden Massnahmen nachträglich überprüft, damit die Qualität künftiger Produktionsprozesse verbessert werden kann:

- Jeden Tag wird durch einen in der Dienstplanung im Voraus fix bestimmten Mitarbeiter – innerhalb eines vorgegebenen Rasters – eine Sendekritik aller tagesaktuellen Programme schriftlich festgehalten. In regelmässigem Umfang werden auch geeignete externe Personen mit der entsprechenden Sendekritik beauftragt. Nach Ergänzung der Sendekritik durch die Teilnehmer der morgendlichen Redaktionssitzung wird die schriftliche Sendekritik allen Mitarbeitenden per Mail zugestellt.

Beilage: Nr. 21: Raster Sendekritik

- Drei bis vier Mal pro Jahr werden die Sendekritiken durch die Programm- und Redaktionsleitung zusätzlich systematisch ausgewertet. Im Rahmen von drei bis vier Mal pro Jahr stattfindenden Feedbacksitzungen werden die so gewonnenen Erkenntnisse in den Redaktionen thematisiert und besprochen. Die zentralen Erkenntnisse werden protokollarisch festgehalten.
- Das Handling von Zuschauerfeedback ist klar geregelt: Antwort gibt der Programmleiter oder die Redaktionsleitung. Relevantes Zuschauerfeedback wird danach an den Redaktionssitzungen thematisiert.

Überprüfbarkeit: Die täglichen Sendekritiken und die Protokolle der Feedbackrunden sind jederzeit einsehbar.

c) Mitarbeiterorientierung:

Die vorhandenen personellen Ressourcen im Zusammenhang mit den Prozessanforderungen sind mitentscheidend über die Befähigung, Produkte qualitativ zu erarbeiten. Der Fokus auf die Mitarbeitenden ist somit ein wesentlicher Punkt der Qualitätssicherung.

aa) Präventive Massnahmen:

Um Journalistische Qualität erarbeiten zu können, bedarf es einer fundierten Ausbildung und einer stetigen Weiterbildung:

- Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden ist konzeptionell festgelegt, d.h. für die interne und externe Weiterbildung besteht ein inhaltlich logisch aufbauendes und fortwährendes Konzept. Es umfasst:

- Die Ausbildung von neuen redaktionellen MitarbeiterInnen
- Die Ausbildung von Redaktions-PraktikantInnen
- Die Weiterbildung von Mitgliedern der Redaktion

Beilage: Nr. 22: Ausbildungskonzept TeleBärn

Nr. 23: Bsp. eines Ausbildungsplans

Das Ausbildungskonzept der TeleBärn AG basiert in ausgeprägtem Masse auf qualitativ hochstehender interner Ausbildung. Für die externe Ausbildung von Programm-mitarbeitenden (dazu gehören auch Sprecherausbildung und inhouse durchgeführte Kurse externer Referenten) stellt die TeleBärn AG jährlich 0,5 - 1 % der AHV-pflichtigen Lohnsumme der fest angestellten Programmschaffenden zur Verfügung.

Das TeleBärn-Ausbildungskonzept bewährt sich seit vielen Jahren. Nicht nur die hohe Qualität der TeleBärn-Programme zeugt davon, sondern auch die Tatsache, dass immer wieder bei der Gesuchstellerin ausgebildete Mitarbeitende direkt von der SRG abgeworben und in zentralen Funktionen eingesetzt werden. Die folgende (nicht voll-zählige) Aufzählung ehemaliger TeleBärn-MitarbeiterInnen, welche heute in Diensten der SRG stehen, macht dies deutlich: Michael Bühler (Dok, Sport / SF), Daniel Bodenmann (Dok, Sport / SF), Thomas von Grünigen (Rundschau / SF), Hansjörg Niklaus (Unterhaltung / SF), Sven Sarbach (Unterhaltung / SF), Nicole Berchtold (Unterhaltung / SF), Marc Lehmann (Redaktion / SR DRS), Simone Hulliger (Redaktion / SR DRS), Michael Steiner (Redaktion / SR DRS), Ruth Wittwer (Redaktion / SR DRS), Rico Herold (Korrespondent Bern / SF), Armin Fankhauser (Regie / SF), Yvonne Kislig (Sendeleitung / SF), Sabine Gorgé (Redaktion / SR DRS), Kaspar Haffner (Redaktion / SR DRS), Daniela Schädeli (Fenster zum Sonntag / SF), Manuel Rentsch (Tagesschau / SF).

Überprüfbarkeit: Jahresrechnung sowie das jederzeit aktualisierte und einsehbare Aus- und Weiterbildungsprogramm.

bb) Den Produktionsprozess begleitende Massnahmen:

Um einen qualitativ hoch stehenden Produktionsprozess zu ermöglichen, müssen die Mitarbeitenden über die notwendigen Ressourcen verfügen:

- Genügend und funktionell einwandfreie Arbeitsplätze.

- Ausreichende personelle Ressourcen, welche den geforderten Programoutput qualitativ erstellen können (s. 3.2.2 b).

Überprüfbarkeit: Die Mitarbeitenden fühlen sich in einer Selbsteinschätzung gefordert und nicht überfordert.

cc) Korrektive Massnahmen:

Die Redaktionsleiter führen mindestens ein Mal pro Jahr mit sämtlichen Mitarbeitenden ein Qualifikationsgespräch durch und vereinbaren überprüfbare Qualitätsziele. Das Gespräch und die Leistungsziele (mit definiertem Zeitraum bis zum Erreichen dieser Ziele) werden schriftlich festgehalten.

Überprüfbarkeit: Die Gesprächsprotokolle und Zielvereinbarungen sind jederzeit einsehbar.

3.2.2 Arbeitsbedingungen

a) Anteil des Personals an den Betriebskosten:

Der Anteil der gesamten Personalkosten (inkl. Sozialleistungen, Ausbildung, übriger Personalaufwand) an den gesamten Betriebskosten (Programm-, Waren und Dienstleistungs-, Personal- und sonstiger Betriebsaufwand) beträgt zw. 30 – 40% (der aktuelle Wert für das Planjahr 2008 liegt bei ca. 35 %) der gesamten Betriebskosten.

b) Anstellungsbedingungen:

Die TeleBärn AG erfüllt grundsätzlich die Standard-Arbeitsbedingungen, wie sie von den Mitgliedern des Verbandes Schweizer Privatradios, Télésuisse und Schweizer Presse definiert worden sind (Beilage). In einzelnen Punkten geht die TeleBärn AG markt- und/oder situationsbedingt über die erwähnten Standard-Arbeitsbedingungen hinaus. Die Anstellungsbedingungen der TeleBärn AG basieren auf einer wöchentlichen Arbeitszeit von 42 Wochen, 13 Monatslöhnen und einem Ferienanrecht von 25 Tagen (ab 50. Altersjahr 30 Tage). Die Details sind im beiliegenden Factsheet aufgeführt. In den TeleBärn-Redaktionen werden permanent 1-3 PraktikantInnen beschäftigt (Dauer eines Praktikums jeweils 5 Monate inkl. 1 Monat „Multimedia-Rotation“), Volontariate sind z.Z. nicht vorgehen.

Beilage: Nr. 24: Fact Sheet „Anstellungsbedingungen TeleBärn AG“

Nr. 25: Standard-Arbeitsbedingungen der Verbände TeleSuisse, VSP und CHP

c) Lohnsystem:

Der Lohn der Mitarbeitenden der TeleBärn AG wird im jeweiligen Einzelarbeitsvertrag zwischen Arbeitgeber und Mitarbeiter individuell festgelegt. Bei der Gehaltsfestsetzung dürfen keine sachfremden, diskriminierenden Kriterien wie Geschlecht, Religion, Zivilstand o.ä. herangezogen werden.

Der Mindestlohn für redaktionelle Mitarbeitende beträgt Fr. 4'600.– pro Monat.

Entscheidende Kriterien für die Lohnfestsetzung/-entwicklung sind:

- a) Funktion und Stellung innerhalb der Aufbauorganisation nach Stellenbeschreibung
- b) personenbezogene Kriterien (Ausbildung, Erfahrung, Verantwortungsbereich, Arbeitsbewertung wie z.B. Anforderungen und Belastungen, Arbeitsquantität und Arbeitsqualität)
- c) Zielerreichung nach gemeinsam definierten Jahreszielen (für variable Lohnanteile)
- d) die wirtschaftliche Lage der Firma und ihre Zukunftsaussichten
- e) die Arbeitsmarktsituation

Zur Beurteilung der quantitativen und qualitativen Leistungen und zur Definition von Jahreszielen wird zwischen den Mitarbeitenden und ihren Vorgesetzten einmal im Jahr ein ausführliches Qualifikationsgespräch durchgeführt. In diesem Gespräch werden gemeinsame konkrete Zielvereinbarungen festgehalten. Das Beurteilungsgespräch wird schriftlich festgehalten und von beiden Seiten quittiert.

Beilage: Nr. 26: Musterarbeitsvertrag

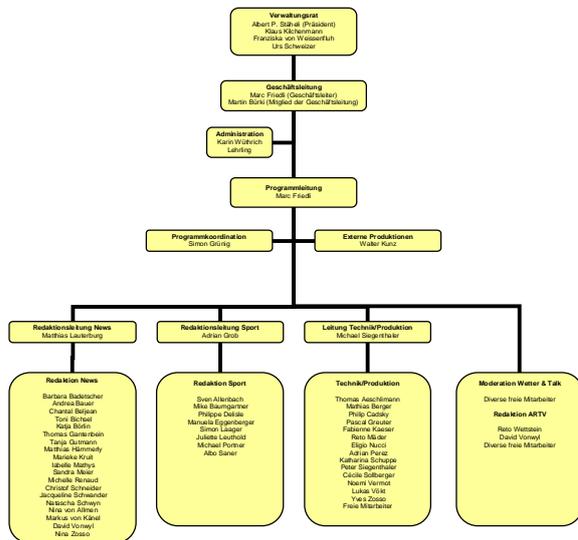
Nr. 27: Wegleitung für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (in gedruckter Form)

3.2.3 Trennung der redaktionellen Tätigkeit von den wirtschaftlichen Aktivitäten

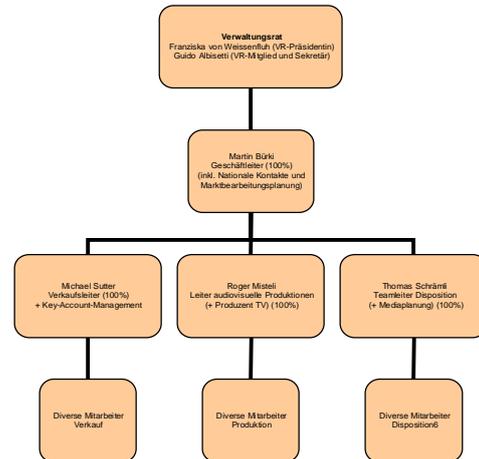
Zwecks Wahrung der redaktionellen Unabhängigkeit ist bereits auf organisatorischer Ebene eine strikte Trennung zwischen kommerziellen Aktivitäten und Programm statuiert. Die gesamte Akquisition der Gesuchstellerin sowie die kommerzielle Spotproduktion sind in die conRadioTV AG ausgelagert. Die conRadioTV AG ist eine eigenständige Gesellschaft, die ebenfalls zu 100 % der Berner Zeitung AG gehört. Um eine optimale Zusammenarbeit der beiden Gesellschaften sicherzustellen, ist der Geschäftsleiter der conRadioTV AG ebenfalls Mitglied der Geschäftslei-

tung der TeleBärn AG, er verfügt aber über keinerlei Weisungsbefugnisse gegenüber den Programmmitarbeitenden der TeleBärn AG. Die wirtschaftliche Unabhängigkeit der Redaktion ist somit bereits auf organisatorischer Ebene festgelegt.

TeleBärn AG



conRadio-TV AG



Im Redaktionsstatut und in den journalistischen Leitlinien (s. 3.2.1/aa) wird eine Struktur geschaffen, welche die Erfüllung des Programmauftrags gewährleistet und in publizistischer Hinsicht für einen Qualitätsjournalismus bürgt. Zudem sichert der Verwaltungsrat der TeleBärn AG der Redaktion – neben wirtschaftlicher – auch journalistische und formale Unabhängigkeit zu. Die beschriebene klare Trennung der redaktionellen Tätigkeit von den wirtschaftlichen Aktivitäten wird bei der TeleBärn AG seit Sendebeginn im Jahr 1995 gelebt und konsequent eingehalten.

3.2.4 Meinungs- und Angebotsvielfalt

Aufgrund der Tatsache, dass die Gesuchstellerin in ein publizistisch tätiges Mutterhaus integriert ist, kommt es immer wieder zur Zusammenarbeit mit anderen Bereichen oder Gesellschaften der Firmengruppe. Überdies muss die Gesuchstellerin als innovatives und dynamisches Unternehmen flexibel und innovativ am Markt auftreten und sich den gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen anpassen 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.

Ferner zeigt ein Blick auf die Positionierung der Espace Media- resp. der Tamedia-Medien in der Deutschschweiz, dass sich die Redaktion der TeleBärn AG offenkundig unabhängig im Markt positioniert. Das ist nicht zuletzt auf das Qualitätssicherungssystem (vgl. vorne Ziff. 3.2.1) sowie die Unabhängigkeit der Redaktion (vgl. vorne Ziff. 3.2.3) zurückzuführen. Im Ergebnis steht somit fest, dass die TeleBärn AG die Angebotsvielfalt im Sendegebiet fördert.

**Positionierung der Medien von Tamedia/Espace Media Groupe
(Deutschschweiz, Medienradar 2006)**



Quelle: DemoSCOPE MRP 2006, Seher-, Hörer- und Leserkreis 2

3.3 Produktion

a) Anzahl Studios, Grösse und Standort

TeleBärn produziert seine Sendungen zur Zeit an der Grünaustrasse 3 in 3084 Wabern. Im Herbst 2008 (voraussichtlich per 1. November) erfolgt der Umzug in neue Studio- und Redaktionsräumlichkeiten am Dammweg 9 in 3001 Bern.

- Produziert wird an beiden Standorten in einem Studio.
- Zum Bereich „Technik/Regie/Produktion“ gehören Regie, Sendeablauf, 2 Grafikabinen, 12 Schnittplätze (davon 6 in separaten Kojen), Archiv, Kopierstrasse, Serverraum, Maske, Werkstatt, Requisitenraum (Angaben beziehen sich auf den Standort Dammweg).

	Standort Wabern:	Standort Dammweg:
Gesamtfläche	658m ²	1'662m ²
Fläche Büro/Redaktion	387m ²	476m ²
Fläche Technik/Regie/Produktion	221m ²	826m ²
Fläche TV-Studio	50m ²	300m ²

Dank dem Umzug und dem damit verbundenen Neubau der Studioanlagen kann TeleBärn – neben erheblichen Verbesserungen der allgemeinen Arbeitsplatzsituation - bezüglich seiner Produktionsabläufe und Standards die für eine erfolgreiche Zukunft erforderlichen Entwicklungsschritte machen:

- Dank dem grösseren Studio können bei Bedarf Sendungen mit Studiopublikum produziert werden.
- Aufgrund der grösseren Studiofläche lassen sich parallel mehrere Sendedekors bedienen - mit dem entscheidenden Vorteil, dass bei Bedarf mehrere verschiedene Sendeformate direkt hintereinander live produziert werden können.
- Die neue Studioinfrastruktur wird Studioproduktionen im Format 16:9 ermöglichen.
- Im Rahmen des Studioneubaus kann der gesamte Sendeablauf vollständig auf die digitale Ebene angehoben werden.
- Dank der neuen Studioinfrastruktur wird TeleBärn nach dem Umzug mit Stereo-Ton senden.
- Im Rahmen des Umzugs können bei TeleBärn die Sicherheitslevels der gesamten Produktions-Infrastruktur erheblich verbessert werden. Besonders erwähnenswert in diesem Zusammenhang sind die umfassende Notstromversorgung und die hochmo-

derne Löschgasanlage, mit welcher die zentralen Produktionsräume im Brandfall geschützt werden.

Die Gesuchstellerin hat in den vergangenen Jahren laufend und massiv in die Erneuerung der generellen technischen Produktionsumgebung investiert. Die entsprechenden Systeme und Abläufe dürfen als vorbildlich und zukunftsgerichtet bezeichnet werden und bleiben auch nach dem Umzug an den Dammweg erhalten. Die vorhandene Broadcasting-Infrastruktur bietet optimale Voraussetzungen bezüglich Qualität und Effizienz des Produktionsprozesses.

aa) Produktionsabläufe und Produktionssysteme

Content-Management-System ENPS

TeleBärn verfügt über ein dynamisches Redaktionssystem ENPS. Mit ENPS werden die einzelnen Sendungen, Themen und Sendelängen geplant, umgesetzt und kontrolliert. Unter anderem werden im System ENPS sämtliche Running Orders, Moderations- und Beitragtexte sowie alle in der Sendung gemachten Einblender abgespeichert. Der Workflow eines Tages kann mit dem ENPS jederzeit überwacht und angepasst werden. Die Beitragsabnahme durch die verantwortlichen Ausgabeleiter muss im ENPS bestätigt/protokolliert werden und ist durch sämtliche Mitarbeitenden einsehbar.

Weitere Vorteile des Systems sind:

- Einfache Verwaltung und Übersicht über die gesamten gespeicherten Inhalte.
- Austauschbarkeit und Wiederauffinden von Informationen.
- Alle beteiligten Mitarbeiter werden einer Funktion zugeordnet.
- Zuordnung der MAZ-Quellen für Livesendungen ersichtlich.
- Das System erleichtert die Ermittlung von Kennzahlen.

AP ENPS

Mitteilungen: Eilmeldungen: SDA-SCHWIMMEN FED TRA 42 14:43:28

071123 [23.11.2007 18:00]

Seite	Titel	Segment	MOS Status	MOS Obj Slug	Quelle	Produzent	Mode	Soll	Ist	Länge	Abnahme
A1	News Headlines	Moderation			VortexAK3			0:40	0:33	0:33	
A2	Wettershow	SponsorOpen			Server	tec			0:05	0:38	
A3		Opener			Beta	tec			0:08	0:46	
A4		Moderation			Studio	mod	mod	1:40	0:00	2:26	
A5		SponsorEnder			Server	tec			0:05	2:31	
B0	Werbung 1 TNC				Server				2:07	4:38	
B1	NewsOpener&Begrüßung	Moderation			NF&Serv.K3			0:40	0:20	4:58	
B2	CH-Pass auf Bewährung	Anmod			K1	jac	mk	0:25	0:30	5:28	
B3	Schnuppertag neue Nationalräte	Bericht	NOT READY	CH-Pass_n_btrg_071123		jac, VTX 14:00		2:00	0:00	7:28	
B4		Anmod			K1	dvo	mk	0:25	0:26	7:54	
B5	Teaser auf Beitrag 4	Bericht	NOT READY	Nationalräte_n_btrg_071123		dvo, VTX 14:00		2:20	0:00	10:14	
B6		Moderation	NOT READY	Teaser_n_btrg_071123	K2/NF	mk	mk	0:25	0:27	10:41	
B7	Nifs	Bericht			BETA	bab, HC 16:00		1:10	0:00	11:51	
B8	MAZIn (Optional bei Top Story)	Moderation	NOT READY	MAZIn_n_btrg_071123	K2/NF	mod	mk	0:00	0:00	11:51	
B9	Euro-Stade de Suisse Geschäfte	Anmod			K1	chb	mk	0:25	0:00	12:16	
B10		Bericht	NOT READY	Euro_n_btrg_071123		chb, VTX 14:00		2:15	0:00	14:31	
B11	Karl-Heinz Böhm-Auszeichnung	Anmod			K1	thg	mk	0:25	0:31	15:02	
B12		Bericht	NOT READY	Böhm_n_btrg_071123		thg, VTX 15:00		2:00	0:00	17:02	
B13	News Ender	Zwischenmod			K1	Sport mod	mk	0:12	0:06	17:08	
B14		Sportteaser			Digi			0:12	0:00	17:20	
B15		Verabschiedu			K1/K3	mod	mk	0:14	0:06	17:26	
B16		Teaser 2.Halb						0:20	0:18	17:44	
C0	Werbung 2				Server				4:08	21:52	
C1	Sport	Opener			Server			0:12	0:12	22:04	
C2	Marco Bühler	Anmod			K1	sal	mod	0:30	0:33	22:37	
C3		Bericht			Digi	del/sla		2:15	2:00	24:37	

Über 00:22

Agenturen Michael iegenthale News Planning Suchen

Start Posteingang - Microsoft ... AW: - Nachricht (Rich-T... AP ENPS 14:43

VJ-Kameras

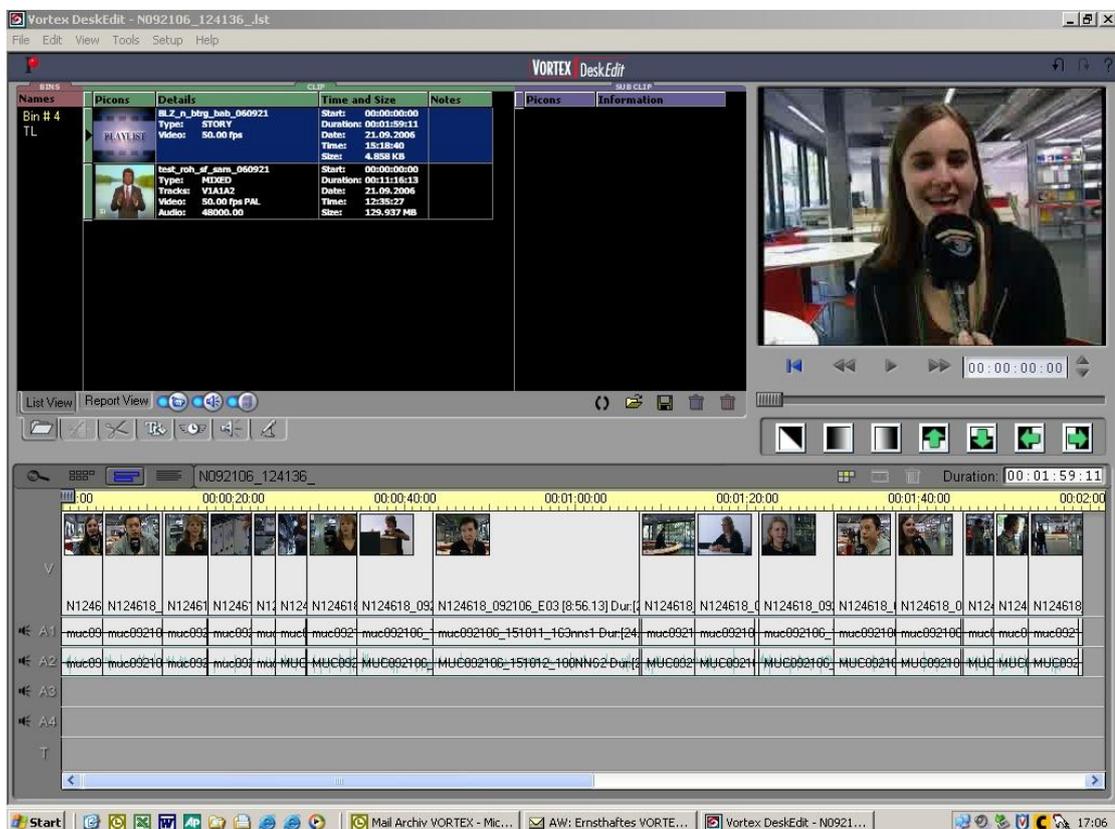
TeleBärn ist seit 2006 dabei, seine Workflows Richtung bandlose Produktion umzustellen. Bereits heute besteht ein Drittel des TeleBärn-Kameraparks aus topmodernen Kameras mit dem so genannten P2-Format (Panasonic). Ab nächstem Jahr werden es bereits die Hälfte sein. Die P2-Technologie zeichnet sich durch folgende Vorteile aus: Die Kameras unterstützen mit drei hochempfindlichen CCDs das DVCPROHD-Format mit einer Datenrate von 100 Mbps sowie alle SD-Formate. Das äußerst flexible Kamerasystem hat ein Wechselbajonett für 2/3"-Objektive und ist multiformat-tauglich (1080i, 720p, 480i, and 576i). Es stehen variable Frame Rates zur Verfügung: 24p für einen Filmlook, 60p für beeindruckende Zeitlupenaufnahmen im Sport sowie weitere elf Stufen zwischen 12 fps und 60 fps. Die Camcorder zeichnen ausschließlich auf die P2-Speicherkarten von Panasonic auf. Dieses System arbeitet aufgrund fehlender mechanischer Teile nahezu verschleißfrei und bleibt in jeder Umgebung absolut zuverlässig. Dropouts oder verlorene Timecode-Daten sind Vergangenheit.

Serverbasiertes Schnittsystem Vortex

Mit dem System „Vortex“ wird die IT- und Broadcast-Welt verknüpft und hilft ein transparenter Workflow geschaffen. Eine systemübergreifende Integration von ENPS und Vortex ermöglicht TeleBärn einen optimierten Arbeitsablauf.

Alle Funktionen, angefangen bei der Einspielung über das Browsing und Editing bis hin zur Ausspielung (Playout/MAZ), sind in diesem nonlinearen Schnittsystem zusammengeführt und optimiert.

Das Vortex-System ermöglicht TeleBärn zudem ein Editing mit so genannten „Low-res-Daten“ über ein normales Office-Netzwerk. Geschnitten wird auf den DeskEdits. Sobald ein Beitrag publiziert wird, werden die Daten von Low-res auf das hochauflösende Bildmaterial umgesetzt.



Zusätzlich zu den insgesamt zwölf serverbasierten Vortex-Schnittplätzen verfügt TeleBärn – primär für die Produktion von Aussenübertragungen und zur Absicherung in Notfällen – über fünf server-unabhängige Schnittplätze.

Regie und Studio

Das TeleBärn-Studio ist mit drei Kameras ausgerüstet, zwei davon sind durch Kameraleut bedient, eine Kamera wird aus der Regie ferngesteuert. Weiter ist unser Studio

mit Beleuchtung, Intercom-Anlage, Teleprompter (2 Stk), Monitoring und Messgerät ausgestattet.

Die Regie ist für Live-Sendungen ausgelegt und bietet Platz für sechs Personen. Für die News-Sendung arbeitet der Regisseur mit dem Pinnacle-Videomischer und dem ENPS. Der MAZ-Operator bedient die diversen Bandmaschinen (DVCPro, BETA SP, BETA digital) sowie das Vortex-Ausspielsystem. Ein weiterer Operator bedient das Audiomischpult sowie die die Grafikmaschine. Der Ausgabeleiter verfolgt die Sendung live in der Regie an einem ENPS-Arbeitsplatz. Das Studio ist ebenfalls für Produktionen mit virtuellem Studiodekor („Green Screen-Verfahren“) ausgerüstet. Auf diese Art und Weise wird zur Zeit z.B. die tägliche Wetter-Sendung hergestellt.

Ablaufregie/Playout

Für die eigentliche Ausstrahlung des Programms von TeleBärn steht dem Sendetechniker ein serverbasiertes System (Leitch) mit einer Automation (PebbleBeach), einer Grafikmaschine (DEKO) und einem Aspectconverter zur Verfügung. Folgende Vorteile zeichnen die TeleBärn-Ablaufregie aus:

- Gleichzeitiges Aufzeichnen und Abspielen von Sendungen möglich.
- Autonome Programmierung von Sender-Logo möglich.
- Autonome Programmierung von Lauftexten, insbesondere für Notfallmeldungen, möglich.
- Arbeiten mit Instanzen, welche später im Produktionsablauf hinterlegt werden.
- Konvertierung von 4:3 und 16:9 inklusive entsprechender Signalisation möglich

Übertragungswagen

Für die Produktion seiner regelmässigen Sondersendungen und Aussenübertragungen verfügt TeleBärn über einen komplett ausgerüsteten Übertragungswagen. Der Regie-Car ist mit einem Videomischer (Kayak), einem Audiomischer (Mackie), einer Grafikstation (Chyron), diversen Bandmaschinen (DVCPro & BETA SP), einem digitalen Sendesystem (Airplay), drei bedienten Kameras (Sony) und einer ferngesteuerten Kamera ausgerüstet. Weiter können auch mobile Schnittplätze für Slow-motion oder Postproduktionen im Car installiert werden. Die Technik ist in einem umgebauten 3.5t Bus eingebaut und bietet einem Produktionsteam von fünf Personen Platz. Der Sendebus ist auf die Bedürfnisse der Aussenproduktionen von TeleBärn zugeschnitten.

b) Stellenetat:

Abteilung	Ausgebildete %	Auszubildende %
Redaktion:	1720 + freie MA	140
Technik:	1030 + freie MA	0
Administration:	250	0
Werbeacquisition:	Mandat an externe Firma (conRadio TV AG)	

Stand: 31.10.2007

c) Zusammenarbeit im Programmbereich:

aa) Information:

- Unregelmässige Zusammenarbeit (Austausch von Newsbeiträgen und/oder Rohmaterial) mit sämtlichen grösseren Regionalsendern der Deutschschweiz über die gemeinsame Austauschplattform „TNC-Net“
- Sublizenzvertrag im Sportbereich mit der SRG SSR (wegen laufendem Verfahren „News Access“ zur Zeit hängig)
- Lizenzvertrag für die Übernahme der World News von Reuters
- Zusammenarbeit mit den Medien der Espace Media Groupe, Bern (insb. Capital FM, Berner Zeitung und espace.ch) durch Know-How- und Themenaustausch. Hierfür existieren zwei Telefonkonferenzen pro Tag, respektive ab November 2008 die Austauschplattform „Newsdesk“

bb) Kultur:

Unregelmässige Zusammenarbeit mit sämtlichen grösseren Regionalsendern der Deutschschweiz primär im Zusammenhang mit grossen kulturellen Veranstaltungen.

cc) Unterhaltung:

Regelmässige Zusammenarbeit mit diversen Schweizer Regionalsendern (derzeit primär mit TeleZüri und TeleM1) betreffend die gemeinsame Produktion/Ausstrahlung von Unterhaltungsformaten (derzeit primär „Lifestyle“, „Swissdate“, „Tierisch“). Das Volumen solcher Co-Produktionen oder Übernahmen soll 30% der gesamten Sendezeit nicht übersteigen.

dd) Regelmässige Bezugsquellen für nicht selbst produzierte Programmbestandteile:

Entsprechende Geschäfte (Einkauf, Übernahmen, Verkauf) sind Bestandteil eines fliessenden Prozesses, der sich den wechselnden Programmbedürfnissen und Marktverhältnissen laufend anpassen muss. Eine Fixierung auf einzelne Produzenten oder Formate ist nicht möglich. Die TeleBärn AG wird aber ihr Programm in jedem Fall mehrheitlich selbst produzieren.

4. Finanzierung

Einleitende Feststellungen

Bei der Erstellung der Planrechnungen sind wir davon ausgegangen, dass das Jahr 2008 als erstes Planjahr zu betrachten ist. Entsprechend wurden die Planerfolgsrechnungen sowie die Investitions- und Abschreibungspläne für die Periode 2008 bis 2012 erstellt. Für das erste Planjahr lagen, insbesondere im Bereich Investitionsplanung, bereits detaillierte Managementpläne vor, welche in die vorliegende Planrechnung eingeflossen sind. Für die nachfolgenden Planjahre wurde auf umfangreiche Erfahrungszahlen aus der Vergangenheit und entsprechende Zukunftsschätzungen abgestützt.

Besonders hervorzuheben ist die Annahme, dass wir davon ausgegangen sind, dass der Gebührenanteil pro 2008 erstmals im vierten Quartal vereinnahmt werden kann. Demzufolge wurde der Gebührenanteil auch nur pro rata temporis berücksichtigt. Entsprechend der Vereinnahmung des Gebührenanteils, haben wir eine allfällige Sanierung im letzten Quartal (d.h. 3. Quartal) ohne Gebührensplittting eingeplant damit die rundfunkrechtlichen Vorgaben hinsichtlich Eigenkapital wiederum vollumfänglich erfüllt sind. Falls die neue Konzession zu einem anderen Zeitpunkt in Kraft gesetzt wird, würden die entsprechenden Massnahmen selbstverständlich auf den erforderlichen Termin umgesetzt.

Damit die Planjahre 2008 bis 2012 im Bereich Bilanzen konsistent an die Vergangenheit angebunden werden können, wurde eine Planeröffnungsbilanz per 1. Januar 2008 erstellt. Diese Erstellung erfolgte aufgrund des ungeprüften Zwischenabschlusses per 30. September 2007 und unter Berücksichtigung von Estimate-Zahlen für das vierte Quartal 2007 sowie allfälligen Sanierungsmassnahmen zur Erfüllung der rundfunkrechtlichen Eigenkapitalvorgaben. Die Planbilan-

zen per Ende 2008 bis 2012 wurden aufgrund der Planerfolgsrechnungen und der Investitionsplänen abgeleitet.

Die Geldflussrechnung sowie die Kennzahlen wurden anschliessend aus den vorgehend erläuterten Planbilanzen und -erfolgsrechnungen berechnet.

Wir weisen darauf hin, dass die tatsächlichen Resultate von den Planzahlen abweichen können, und diese Abweichung wesentlich sein kann. Einerseits treten Ereignisse häufig nicht wie erwartet ein und andererseits werden Einnahmen, Ausgaben und Investitionen aufgrund von noch nicht bekannten bzw. vorgesehenen Veränderungen technologischer, organisatorischer und wirtschaftlicher Art stark beeinflusst. Insbesondere der Zufluss aus dem Gebührensplitting hat einen massgeblichen Einfluss auf die Resultate sowie die Sanierungsmassnahmen im ersten Planjahr.

4.1 Eigenkapital

Anforderung gemäss Wegleitung	Verweis auf Beilage / Dokumentenname:
a) für eine neu zu gründende Gesellschaft	Nicht anwendbar, da bestehende Gesellschaft
b) für eine bereits bestehende Gesellschaft	
➤ Letzter Revidierter Abschluss	➤ Nr. 28: Revisionsbericht und Jahresrechnung 2006 TeleBärn AG
➤ Nachweis der stillen Reserven	➤ Nr. 29: Übersicht stille Reserven TeleBärn
➤ Nachweis des Eigenkapitals	➤ Nr. 30: Nachweis Eigenkapital TeleBärn
➤ Sanierungsplan	➤ Nr. 31: Sanierungsplan TeleBärn (3. Absatz des Dokumentes)

4.2 Fremdkapital

Anforderung gemäss Wegleitung	Verweis auf Beilage / Dokumentenname:
Kreditvereinbarungen mit den Banken	Nicht anwendbar. Es bestehen keine Kreditvereinbarungen mit Banken
Verbindliche, unbefristete Zusagen für Darlehen	Nr. 32: Verbindliche Zusage für Darlehen TeleBärn (1. und 2. Absatz des Dokumentes)

4.3 Plandaten

Anforderung gemäss Wegleitung	Verweis auf Beilage / Dokumentenname:
Investitions- und Abschreibungsplan	Nr. 33: Investitions- und Abschreibungsplan TeleBärn
Planerfolgsrechnungen	Nr. 34: Planerfolgsrechnungen TeleBärn
Planbilanzen	Nr. 35: Planbilanzen TeleBärn
Geldflussrechnung	Nr. 36: Plangeldflussrechnung TeleBärn

4.4 Ertragsberechnungen

4.4.1 Bruttowerbung und Sponsoring selbst akquiriert

Hier werden Werbe- und Sponsoringerträge aufgeführt, welche direkt durch die Geschäftsleitung der TeleBärn AG akquiriert werden. Diese Position umfasst in erster Linie die Erträge aus Werbung von Konzerngesellschaften und aus direkt vom Sender abgewickelten Gegengeschäften – für die Vermarktung aller anderen Werbe- und Sponsoringgeschäfte hat die TeleBärn AG die conRadio-TV AG beauftragt (s. 4.4.2). Die hier verbuchten Geschäfte werden zu Bruttotarifen mit den auch für Dritte üblichen Mengenrabatten eingesetzt. Beraterkommissionen oder Vermittlerprovisionen werden nicht verrechnet. Die Schätzung der hier aufgeführten Erträge basiert auf den Planwerten für das Jahr 2008 und wird für die kommenden fünf Jahre als stabil betrachtet.

4.4.2 Bruttowerbung und Sponsoring von Konzerngesellschaften

Die approximativen Erträge basieren auf Schätzungen aufgrund von Erfahrungswerten aus der Vergangenheit (insbesondere Basisjahr 2006 sowie Erwartungs-Schätzung 2007) sowie einer Hochrechnung aufgrund angenommener Marktfaktoren.

Erträge aus Werbung und Sponsoring Jahr 1:

Jahr 1	CHF	Ø Ertrag/Sek.	Sek.
Regionale Werbung	1'420'000	19	75'647
Nationale Werbung (Einzelbuchungen)	212'000	25	8'494
Nationale Werbung (Pool (telenewscombi))	738'000	14	53'789
Sponsoring*	600'000	51	11'693
Regiotext	85'000		
Senderanteil	3'055'000	19.85	149'623
Provisionen conRadio-TV AG 35% (Werbung & Sponsoring)	1'599'231		
Provisionen conRadio-TV AG 25% (Regiotext)	28'333		
<u>Kundenerträge (Rechnungsbeträge vor MwSt.)</u>	<u>4'682'564</u>		
BK 15%	806'335		
<u>Kundennetto</u>	<u>5'488'899</u>		
Vermittlungskommissionen an Dritte Ø approx.	170'000.00		
BAKOM-Brutto-Ertrag	5'658'899		
	=====		
* 15 regelmässige Sendungen, zudem 10 Event-Sendungen (wie Beispielsweise Spezial-Magazin Lauberhornabfahrt, Gstaad Tennis, Beachvolleyball, Gurtenfestival etc.)			

Aufteilung nach Quartal des ersten Budget-Jahres:

	Quartal 1	Quartal 2	Quartal 3	Quartal 4	Total Jahr 1
Regionale Werbung	284'000	397'600	284'000	454'400	1'420'000
Nationale Werbung (Einzelbuchungen)	42'400	59'360	42'400	67'840	212'000
Nationale Werbung Pool (TNC)	147'600	206'640	147'600	236'160	738'000
Sponsoring*	120'000	168'000	120'000	192'000	600'000
Regiotext	17'000	23'800	17'000	27'200	85'000
Senderanteil	611'000	855'400	611'000	977'600	3'055'000
Provisionen conRadio-TV AG (Werb.&Spons)	319'846	447'785	319'846	511'754	1'599'231
Provisionen conRadio-TV AG (Regiotext)	5'667	7'933	5'667	9'067	28'333
<u>Kundenerträge (Rg-Betrag vor MwSt.)</u>	<u>936'513</u>	<u>1'311'118</u>	<u>936'513</u>	<u>1'498'421</u>	<u>4'682'564</u>
BK 15%	161'267	225'774	161'267	258'027	806'335
<u>Kundennetto</u>	<u>1'097'780</u>	<u>1'536'892</u>	<u>1'097'780</u>	<u>1'756'448</u>	<u>5'488'899</u>
VK an Dritte Ø approx.	<u>34'000</u>	<u>47'600</u>	<u>34'000</u>	<u>54'400</u>	<u>170'000</u>
BAKOM-Brutto-Ertrag	1'131'780	1'584'492	1'131'780	1'810'848	5'658'899
	=====	=====	=====	=====	=====

Plausibilität Erwartung Jahr 1:

Bei einem erwarteten Ertrag von 2'37 Mio aus Werbung (ohne Sponsoring) entspräche dies einer Auslastung von 46 % der theoretisch verfügbaren Werbezeit (12 Minuten pro Tag) dies erscheint angesichts der heutigen Erfahrungswerte als realistisch.

Plausibilitätskontrolle Jahr 1

<i>Theoretisches Potential = 365 x 12 Min =</i>	<i>262'800 Sekunden</i>
<i>Durchschnittliche Auslastung geschätzt = 48 %</i>	<i>120'888 Sekunden</i>
<i>Durchschnittlicher Ertrag/Sek. netto-netto Sender</i>	<i>20 CHF</i>
<i>Ertrag Senderanteil (ohne Sponsoring)</i>	<i>2'417'760 CHF</i>

*Sponsoring-Angebote:

Die Berechnungen beziehen sich auf rund 15 regelmässige Sendungen, zudem 10 regionale Event-Sendungen mit hoher Aktualität und regionalem Bezug (wie beispielsweise Spezial-Magazin Lauberhornabfahrt oder Skirennen Adelboden, Fasnacht Bern, Fasnacht Solothurn, GP von Bern, Gstaad Tennistournier, Beachvolleyball CH-Meisterschaft, Gurtenfestival, etc.)

Entwicklungsfaktoren in %:

Für die Entwicklung der weiteren 4 Betriebsjahre wurden die folgenden Entwicklungsfaktoren zu Grund gelegt. Dabei kann davon ausgegangen werden, dass bei TeleBärn bei den nationalen Pool-Anteilen sowie im Bereich Sponsoring die Marktentwicklung mitgenommen werden kann, jedoch keine Tarifierhöhungen durchgesetzt werden können.

Indikatoren	Jahr 2	Jahr 3	Jahr 4	Jahr 5
Marktentwicklung regional	2	2	1	1
Marktentwicklung national	0	1	0	1
Entwicklung Sponsoring	2	3	1	1
Tarife	2	2	2	2

Jahr 2	CHF	Ø Ertrag/Sek.	Sek.
Regionale Werbung	1'477'368	19	77'160
Nationale Werbung (Einzelbuchungen)	216'240	25	8'494
Nationale Werbung (Pool (telenewscombi))	738'000	14	52'735
Sponsoring*	688'500	52	13'154
Regiotext	86'700		
Senderanteil	3'206'808	20.6	151'543
Provisionen conRadio-TV AG 35% (Werbung & Sponsoring)	1'680'058		
Provisionen conRadio-TV AG 25% (Regiotext)	28'900		
<u>Kundenerträge (Rechnungsbeträge vor MwSt.)</u>	<u>4'915'766</u>		
BK 15%	847'088		
Kundennetto	5'762'854		
Vermittlungskommissionen an Dritte Ø approx.	173'400		
BAKOM-Brutto-Ertrag	5'936'254		
	=====		

Jahr 3	CHF	Ø Ertrag/Sek.	Sek.
Regionale Werbung	1'537'054	20	78'703
Nationale Werbung (Einzelbuchungen)	222'770	26	8'579
Nationale Werbung (Pool (telenewscombi))	745'380	14	52'218
Sponsoring*	709'155	53	13'283
Regiotext	88'434		
Senderanteil	3'302'793	21.0	152'783
Provisionen conRadio-TV AG 35% (Werbung & Sponsoring)	1'730'809		
Provisionen conRadio-TV AG 25% (Regiotext)	29'478		
<u>Kundenerträge (Rechnungsbeträge vor MwSt.)</u>	<u>5'063'080</u>		
BK 15%	872'677		
Kundennetto	5'935'757		
Vermittlungskommissionen an Dritte Ø approx.	178'637		
BAKOM-Brutto-Ertrag	6'114'393		
	=====		

Jahr 4	CHF	Ø Ertrag/Sek.	Sek.
Regionale Werbung	1'583'473	20	79'490
Nationale Werbung (Einzelbuchungen)	227'226	26	8'579
Nationale Werbung (Pool (telenewscombi))	745'380	15	51'194
Sponsoring*	716'247	54	13'153
Regiotext	90'203		
Senderanteil	3'362'528	21.5	152'416
Provisionen conRadio-TV AG 35% (Werbung & Sponsoring)	1'762'021		
Provisionen conRadio-TV AG 25% (Regiotext)	30'068		
<u>Kundenerträge (Rechnungsbeträge vor MwSt.)</u>	<u>5'154'617</u>		
BK 15%	888'414		
Kundennetto	6'043'031		
Vermittlungskommissionen an Dritte Ø approx.	182'209		
BAKOM-Brutto-Ertrag	6'225'240		
	=====		

Jahr 5	CHF	Ø Ertrag/Sek.	Sek.
Regionale Werbung	1'631'294	20	80'285
Nationale Werbung (Einzelbuchungen)	234'088	27	8'665
Nationale Werbung (Pool (telenewscombi))	752'834	15	50'692
Sponsoring*	723'409	56	13'024
Regiotext	92'007		
Senderanteil	3'433'631	21.9	152'665
Provisionen conRadio-TV AG 35% (Werbung & Sponsoring)	1'799'336		
Provisionen conRadio-TV AG 25% (Regiotext)	30'669		
<u>Kundererträge (Rechnungsbeträge vor MwSt.)</u>	<u>5'263'636</u>		
BK 15%	907'228		
Kundennetto	6'170'865		
Vermittlungskommissionen an Dritte Ø approx.	187'712		
BAKOM-Brutto-Ertrag	6'358'577		
	=====		

- Durchschnittliche Erträge pro Sekunde sind auf Basis des Senderertrag-netto-netto gerechnet (nicht Brutto-Sekunden-Tarife).

Poolvereinbarungen

TeleBärn ist Partner in der einfachen Gesellschaft „TeleNewsCombi“. Diese Gesellschaft im Sinne von Art 530 ff. OR bezweckt die Begründung und Vermarktung eines gemeinsamen nationalen TV-Werbepools sowie eine programmliche Zusammenarbeit, soweit dies im Interesse der Gesellschaft erforderlich und sinnvoll ist. Das „TeleNewsCombi“ ist zur Zeit der Werbepool der 8 grössten Deutschschweizer Regional-TV Stationen (heutige Konstellation: TeleBasel, TeleZüri, Tele M1, Tele Tell, Tele Top, Tele Ostschweiz, TeleSüdostschweiz, TeleBärn).

Die Gesuchstellerin geht davon aus, dass im Rahmen der einfachen Gesellschaft „TeleNewsCombi“ auch in Zukunft eine nationale Kombination der Regional-Fernseh-Stationen bestehen wird, wenngleich es höchstwahrscheinlich aufgrund der Konzessionsgebiete in Raum Zürich-Ostschweiz zu Veränderungen in der regionalen TV-Landschaft kommen wird. Die aktuellen und künftigen Verträge können bei Bedarf bei der conRadio-TV AG eingesehen werden.

Potential nationale Werbung: Die Gesuchstellerin nimmt an, dass alle zukünftigen Anbieter ihr Programm weiterentwickeln werden können. Deshalb rechnen wir für TeleBärn damit, dass die Einnahme-Anteile aus der nationalen Werbung konstant bis tendenziell stagnierend bleiben. Dies da der Marktdruck zunehmen wird, einerseits aufgrund neuer sprachregionale Sender und Angebote (Bsp. U1 als Sportkanal) und es werden immer mehr Spartenangebote/ Sender entstehen.

Zudem ist mit der Abwanderung von Werbeerträgen in Internet-TV Angebote zu rechnen. Aus diesem Grund kann die nationale Werbung auch leicht rückläufig sein.

Tarife

Basispricing

Das Pricing-System von TeleBärn basiert auf der Verrechnung von Sekunden-Tarifen. Diese werden mit der Spotlänge multipliziert, dies ergibt einen theoretischen (nicht vereinnahmten) Bruttowert. Die Festlegung des Sekunden-Tarifes erfolgt leistungsabhängig von den Zuschauer-Leistungen des Senders (Rating). Als Basis wird ein TKP (Ziel-Tausenderkontaktpreis) festgelegt.

Der vereinnahmte Kundenertrag vor Mehrwertsteuer errechnet sich in der Regel wie folgt:

Bruttowert – Kundenspezifische Rabatte – Beraterkommissionen = Fakturabetrag vor Mehrwertsteuer.

Leistungsvergleich

Der heutige Tausenderkontaktpreis für TeleBärn (gerechnet auf der Basis der 24h Gesamtreichweite des Senders und einem 30 Sekunden-Spot) liegt bei CHF 50.51.

In den Ertrags-Berechnungen geht die TeleBärn AG davon aus, dass in den nächsten 5 Jahren die Reichweitenleistung gegenüber 2007 leicht ausgebaut werden kann. Der TKP wird aufgrund der geplanten Tarifentwicklung in den nächsten 5 Jahren leicht ansteigen. Sollte sich das Marktumfeld stark verändern (Bsp. stark sinkende TKP's bei den Konkurrenzsendern) müsste dieses Ertragsmodell überprüft und angepasst werden.

Kundenspezifische Angebote

Es werden auch kundenspezifische Spezialangebote abgeschlossen. Der Tarif entsteht dann rein aufgrund von Angebot und Nachfrage. Um eine möglichst hohe Marktausschöpfung zugunsten des Senders zu erreichen, kann es notwendig sein, kundenspezifisch einen Spezialtarif anzuwenden, bzw. ein Spezial-Angebot zu entwickeln. Dies da der Kunde den Sender ansonsten nicht belegen würde und kein Umsatz generiert werden könnte.

Brutto-Netto Schere

Die Brutto-Nettoschere (theoretischer Bruttowert gemäss Tarifdokumentation gegenüber Kundenfakturabetrag vor Mehrwertsteuer) beträgt heute in der TV-Landschaft Schweiz je nach An-

gebot geschätzt zwischen ca. 30-70 %. Bei TeleBärn rechnen wird mit einer durchschnittlichen Brutto-Nettoschere von 40% - 50%.

Sekundentarife

Die wichtigsten Sekundentarife für 2008 sind wie folgt festgelegt. Es kann davon ausgegangen werden, dass diese Pricingbasis bei einer Konzessionserteilung im Jahr 2008 (unterjährig) weiterhin angewendet werden:

Tarifposition	Light	Full
Einzelarif Wochentage (Mo-Do)	-	73.50
Einzelarif Wochenende (Fr-So)	-	83.00
Mehrtages-Schaltungen (Mo-Do)	55.00	66.00
Mehrtages-Schaltungen Weekend (Fr-So)	65.00	78.00
Wochen-Paket (7-Tage Mo-So)	399.00	479.50

Light: Mit 11 Wiederholungen pro Buchungstag.

Full: Mit 15 Wiederholungen pro Buchungstag

Werbepartner

TeleBärn hat die Vermarktung seiner kommerziellen Kommunikationsangebote (Werbung / Sponsoring / Sonderwerbformen) exklusiv an die conRadio-TV AG, Dammweg 9, 3001 Bern (100 % Tochtergesellschaft der Berner Zeitung BZ) übertragen. conRadio-TV AG ist auf die Vermarktung von audiovisuellen Medien spezialisiert (Radio- und TV-Werbung) sowie auf die Produktion von Radio- und TV-Werbung und beschäftigt rund 20 Mitarbeitende (~ 17 Vollzeitstellen). Die Zusammenarbeit ist in einem entsprechenden Kommissionsvertrag geregelt. Weitere Informationen zu conRadio-TV AG sind unter ww.conradio-tv.ch sowie unter www.espacemedia.ch abrufbar.

Weitere Marktpartner:

Nationale Vermittler: Im Bereich der nationalen Werbung bestehen Verträge zwischen conRadio-TV AG und allen relevanten Werbevermittlern für die Vermittlung von nationaler und überregionaler TV-Werbung. Zum heutigen Stand sind dies hauptsächlich Radiotele AG, publisuisse SA, IP Multimedia, the cover media, sample GmbH). Solche Vermittlungsverträge zwischen conRa-

dio-TV AG und weiteren Marktpartnern können jederzeit abgeschlossen werden und werden laufend den Marktbegebenheiten angepasst.

4.5 Zusammenfassung mit Kennzahlen

Anforderung gemäss Wegleitung	Verweis auf Beilage / Dokumentenname:
Berechnung von Umsatz, Gewinn/Verlust, Umsatzrendite, Gesamtkapitalumschlag, Gesamtkapitalrendite, Anlageintensität, Fremdfinanzierungsgrad, Forderungsumschlag	Nr. 37: Kennzahlen Telebärn

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. 3.2.2 b) und c). Zur Weiter- und Ausbildung vgl. Ziff. 3.2.1 c). Zur Aufschlüsselung der Betriebskosten vgl. Ziff. 3.2.2 a).
- b) Zum umfassenden und praxiserprobten Qualitätssicherungssystem vgl. Ziff. 3.2.1.
- c) Zur strikten Trennung von wirtschaftlichen Aktivitäten und Programm vgl. Ziff. 3.2.3. Zur vom Mutterhaus unabhängigen Positionierung vgl. Ziff. 3.2.4. Im Ergebnis steht fest, dass die Gesuchstellerin die Angebots- und Meinungsvielfalt fördert.
- 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) -

6. Verbreitung

6.1 Ziel

Die TeleBärn AG wird das Programmsignal primär über zwei Kanäle verbreiten. Einerseits analog andererseits digital, beides über die Kabel der Netzbetreiber im Konzessionsgebiet. TeleBärn will einen Abdeckungsgrad von mind. 97% der durch Kabelnetzbetreiber versorgten Haushalte im Verbreitungsgebiet erreichen.

Möglichkeiten im Bereich der zusätzlichen drahtlos-terrestrischen Verbreitung – insbesondere für die Technologien DVB-T und DVB-H - werden fortlaufend geprüft.

6.2 Konzept

Das ganze Verbreitungskonzept bezieht sich auf das heutige Konzessionsgebiet der TeleBärn AG. TeleBärn deckt bereits heute einen grossen Teil des vorgesehenen Versorgungsgebietes ab. Dies sind der Kanton Bern (ohne Bezirke Courtelary und Moutier), die Bezirke Solothurn (SO), Lebern (SO), Wasseramt (SO), Bucheggberg (SO), See (FR), Sense (FR), Saane (FR), Avenches (VD) und einen grossen Teil des Amtes Entlebuch (LU).

Für die neu zum Versorgungsgebiet gehörenden Bezirke La Broye (FR), Payerne (VD) und den Rest des Amtes Entlebuch (LU) wird mit der Cablecom das Programmsignal den Kabelnetzbetreibern zugeführt.

Die Netze in den Bezirken La Neuveville (BE), Thal (SO), Gäu (SO) und Olten (SO) werden abgeschaltet.

Als Netzbetreiber und Signalführer ist die Cablecom GmbH der Hauptpartner der TeleBärn AG.

6.3 Haupterschliessung und Signalführung Digital Cablecom

Das Programmsignal gelangt von der Grüenausstrasse 3 in Wabern über einen Lichtwellenleiter an die Belpstrasse. Die Cablecom stellt anschliessend über den Einspeisepunkt Head-End Bern an der Belpstrasse 36 und den Backbone die Zuführung bis zu folgenden Einspeisepunkten sicher: Head-End Zollikofen / Ittigen, Münchenbuchsee, Besonet in Solothurn / Zuchwil, Schwängimatt / Balsthal, Cablecom Bern, Cablecom Thun, Cablecom Biel, Freiburg, Belp, Muri-

Gümligen, La Neuveville / Erlach, Lehmann Düringen, Bödeli AG in Interlaken, Medianet Schlosswil, Télédistri Sa Avenches, Adelcom Adelboden, Regaspiez Spiez, Aarau.

Die neu zum Versorgungsgebiet gehörenden Gemeinden/Bezirke werden über neu angespessene Head-Ends erschlossen. Die entsprechenden Zusatzkosten sind in den diesem Gesuch beiliegenden Plan-Erfolgsrechnungen berücksichtigt.

Beilage: Nr. 38: Versorgungsgebiet TeleBärn

Nr. 39: Neue Gemeinden im Versorgungsgebiet TeleBärn

6.4 Zuführung Bluewin TV

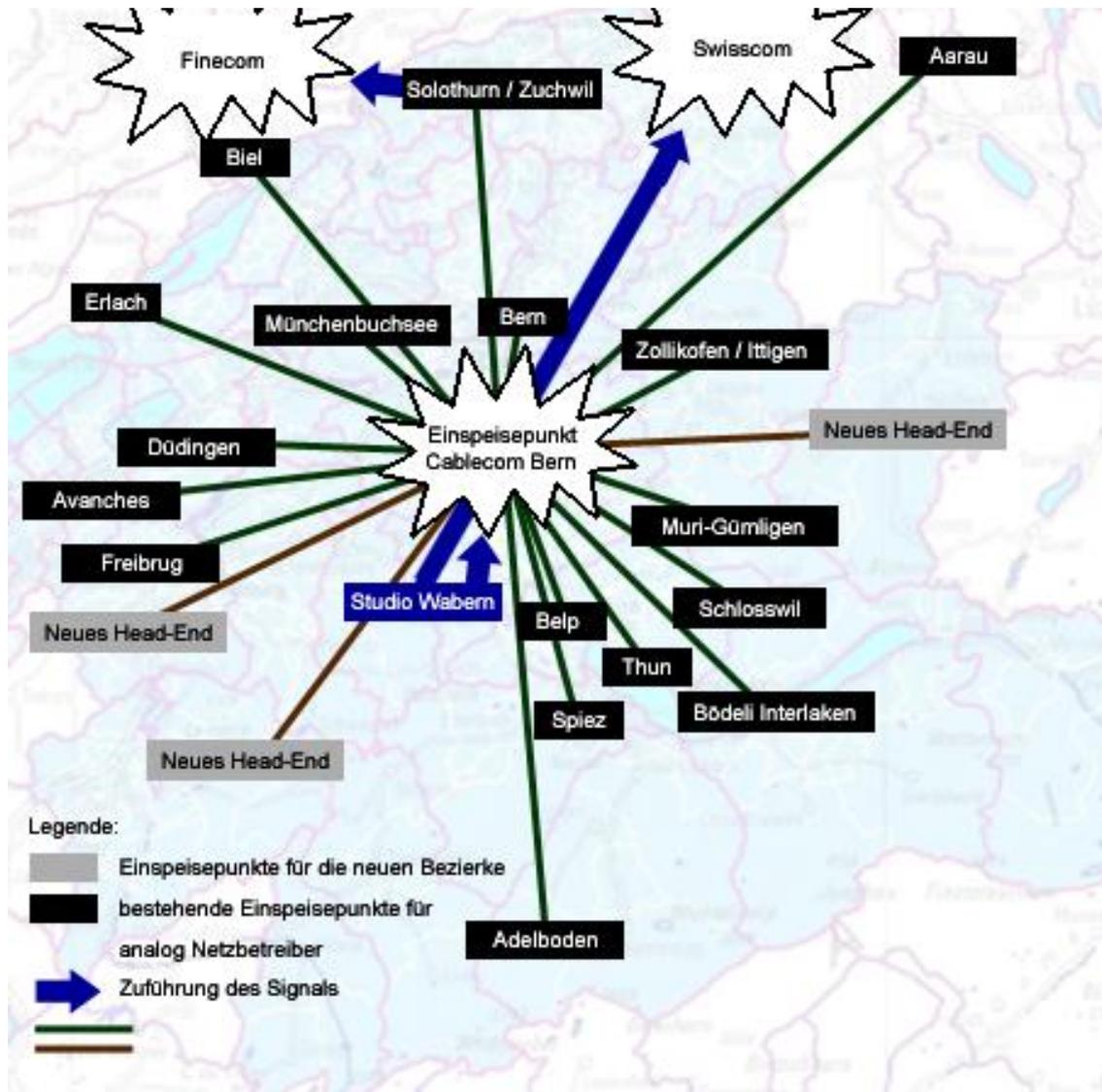
Der Einspeisepunkt für den IPTV Service der Swisscom Fixnet AG befindet sich in Olten. Die Zuführung von der Grünausstrasse in Wabern bis nach Olten geschieht über einen Lichtwellenleiter.

Beilage: Nr. 40: TeleBärn-Empfangsmöglichkeit via Bluewin-TV

6.5 Zuführung Quickline

Der digitale TV-Service Quickline der Finecom Telecommunications AG aus Biel wird über den Einspeisepunkt Besonet in Solothurn erschlossen.

6.6 Schematische Darstellung der Signalwege



7. Zusatzdienste

TeleBärn bietet dem Publikum mehrere Zusatzdienste in den Bereichen Teletext, Internet und Mobile Kommunikation an.

7.1 Teletext (Regiotext)

Auf dem Regiotext bietet TeleBärn einen umfassenden Service. Das Angebot umfasst zum Beispiel Informationen zur Aktualität, zum TeleBärn Programm, über alle Sendungen auf TeleBärn insbesondere den News und dem Sport, zum aktuellen Wetter, über Zuschauerzahlen und von den Einwohnergemeinden.

7.2 MMS/SMS/UMTS

Um den Zugang zu der News-Redaktion zu komplettieren, wird eine Nummer zum einsenden von Zuschauervideos eingerichtet.

Weitere insbesondere auch interaktive Applikation in den Bereichen Service, Informationen und Unterhaltung werden fortlaufend geprüft.

7.3 Webseite

Unter der Seite www.telebaern.espace.ch publiziert TeleBärn ein umfassendes Angebot. Der Service umfasst unter anderem Informationen zu den aktuellen Sendungen News und Sport, zum Programm und den einzelnen Sendungen und zu aktuellen in den Sendungen verwendete Links. Weiter bietet TeleBärn dem Zuschauer online über die Hauptseite ein grosses Video-Archiv. Die wichtigsten Meldungen von TeleBärn können via RSS-Feed abonniert werden.

Um den Zugang zu der News-Redaktion auszubauen, wird die Adresse reporter@telebaern.ch zum einsenden von Zuschervideos eingerichtet. Weitere insbesondere auch interaktive Applikation in den Bereichen Service, Informationen und Unterhaltung werden fortlaufend geprüft.

8. Weitere Bemerkungen und Ausführungen

Die Informationen zu weiteren eingeleiteten oder geplanten Ausbauschritten sind in den verschiedenen Kapiteln dieses Gesuches enthalten. Insbesondere verweisen wir an dieser Stelle auf die geplanten Ausbauschritte im Programmbereich (s. 3.1.2 Programmkonzept, Programmraaster etc.), im Produktionsbereich (s. 3.3 betreffend Studioneubau, Ausbau der Produktionsinfrastruktur) und im Bereich des Versorgungskonzepts (s. 6.4/6.3/6.6 und entsprechende Beilagen).

Wabern, 29. November 2007

Für die TeleBärn AG:



Albert P. Stäheli
Präsident des Verwaltungsrates



Marc Friedli
Geschäftsführer