

## **9. Beilagen**

- 9.1 Handelsregisterauszug der TeleBielingue AG
- 9.2 Statuten der TeleBielingue AG
- 9.3 Organisationsreglement der TeleBielingue AG
- 9.4 Aktienbuch der TeleBielingue AG
- 9.5 TeleBielingue Geschäftsbericht für das Jahr 2006
- 9.6 Beteiligungen des Büro Cortesi
- 9.7 Leitbild TeleBielingue AG
- 9.8 Publizistische Leitlinien
- 9.9 VJ-Manual
- 9.10 Aus- und Weiterbildungskonzept
- 9.11 Standard-Anstellungsbedingungen von VSP und Telesuisse
- 9.12 Muster-Arbeitsvertrag
- 9.13 Raumplan und Inventarliste von TeleBielingue AG
- 9.14 Planbilanz
- 9.15 Planerfolgsrechnung
- 9.16 Investitions- und Abschreibungsplan
- 9.17 Geldflussrechnung
- 9.18 Preise und Leistungen TeleBielingue AG 2008
- 9.19 Übersicht Verbreitungsgebiet/Kabelverbund TeleBielingue AG
- 9.20 Workflowübersichten heute und in Zukunft

04.12.2007 / GM/RB/mk



*TeleBielingue*

**Aktienbuch**

**der**

**TeleBielingue AG**

## **Aktienregister TeleBielingue AG**

---

Nr. 1 – 150 Büro Cortesi

Nr. 151 – 300 Multimedia Gassmann AG

---

**Total 300 Aktien**

**Anhang und detaillierte Angaben zur Jahresrechnung**

**2006**

**2005**

CHF

CHF

**10 Darlehen der Aktionäre und nahestehenden Personen**

Darlehen Büro Cortesi	150'000	150'000
Darlehen W. Gassmann AG	150'000	150'000
Darlehen W. Gassmann AG	197'000	197'000
Darlehen Cortesi	109'000	109'000
	<u>606'000</u>	<u>606'000</u>

**11 Aktienkapital**

Das Aktienkapital besteht aus 300 Namenaktien von CHF 1'000 Nennwert.

Die Aktionäre per Bilanzdatum sind:

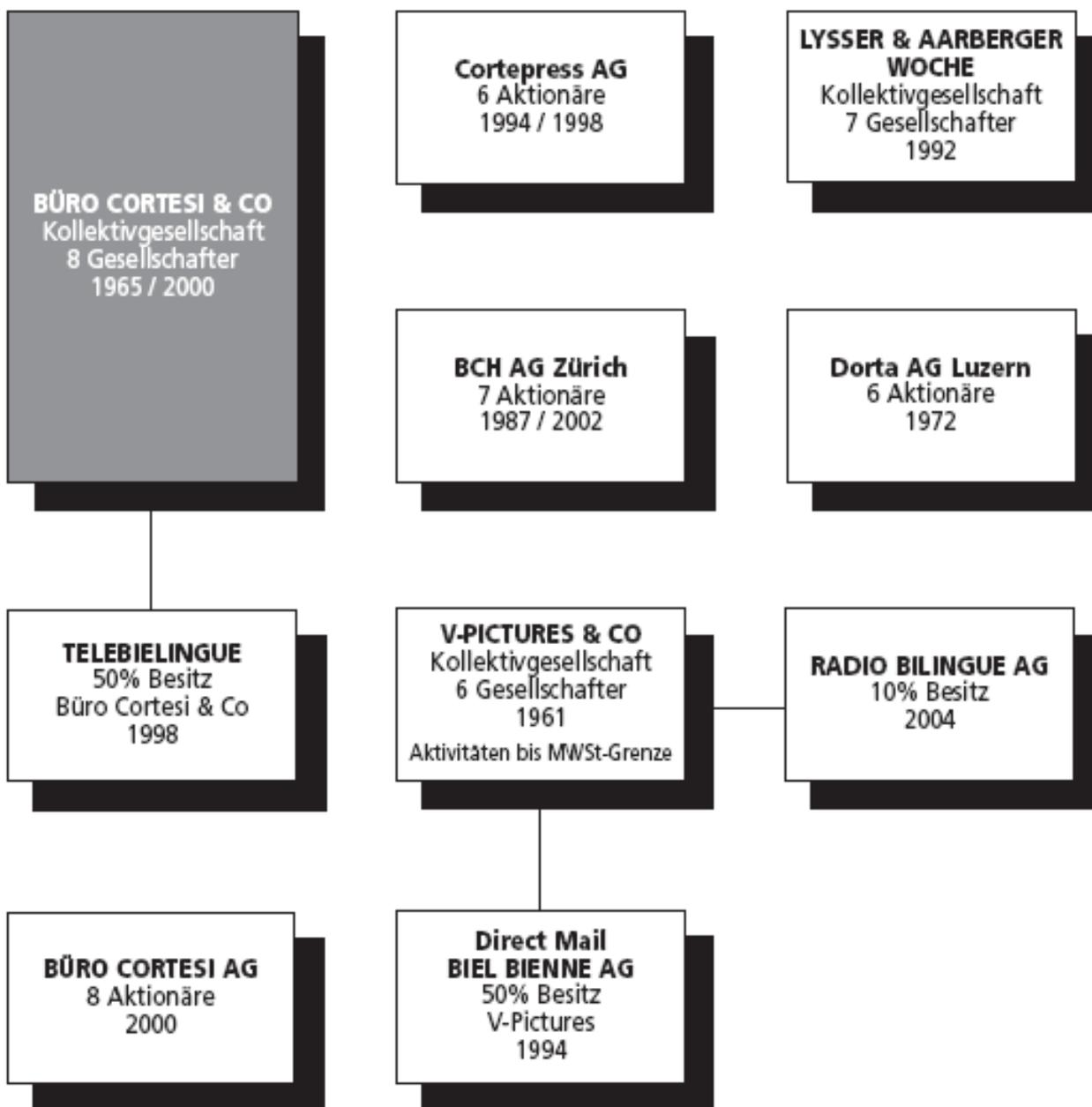
Büro Cortesi	150 Aktien	150'000	150'000
Multimedia Gassmann AG	150 Aktien	150'000	150'000
		<u>300'000</u>	<u>300'000</u>

**12 Bilanzverlust**

Übertrag per 1. Januar	-3'218'365	-2'305'605
Jahresergebnis	-754'395	-912'761
Total per 31. Dezember	<u>-3'972'760</u>	<u>-3'218'365</u>

# Beteiligungsstrukturen

ab 1.01.2007





# **Leitbild**

***TeleBielingue AG***

» Unser Auftrag

TeleBilingue (TeleBilingue) ist das Regionalfernsehen für Biel, das Seeland, den Berner Jura, Grenchen und die Region Murten. Besitzer sind zu je 50 Prozent der Verlag W. Gassmann AG sowie das Büro Cortesi, beide aus Biel.

Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) hat dem Sender eine Konzession mit dazugehörigem Leistungsauftrag erteilt. Rund die Hälfte der Betriebskosten werden durch Gebührengelder finanziert, der zweite Teil muss durch weitere Subventionen, jedoch hauptsächlich durch den Verkauf von Werbung und Sponsoring, erwirtschaftet werden.

Der vom BAKOM erteilte Leistungsauftrag lautet:

«Der Veranstalter wird konzessionsrechtlich verpflichtet, je für den deutsch- und den französischsprachigen Teil des Versorgungsgebietes Informationsleistungen zu erbringen, welche sich auf die politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Besonderheiten des Teilgebietes beziehen.»

Unser Versorgungsgebiet umfasst die Amtsbezirke Biel, Nidau, Erlach, Aarberg, Büren, la Neuveville, Courtelary, Moutier, Seebezirk (FR) sowie Grenchen (SO) und Umgebung.

Insgesamt erreicht der Sender theoretisch 233 628 Einwohner

» UNSERE ROLLE

Die Regionalsender haben innerhalb der letzten zehn Jahre ihren Platz in der Schweizer Medienlandschaft erobert. Wir sind die regionale Ergänzung zum nationalen Angebot. Dieser zusätzliche Service Public wird von den Zuschauern geschätzt. Das belegen unsere Zuschauerzahlen, die bisher kontinuierlich gesteigert werden konnten und weiter optimiert werden sollen.

Kommerziell sind wir eine attraktive Plattform für Kunden und Partner; mit uns haben sie den direkten Zugang zu den Anwohnern unserer Region, unabhängig davon, ob sie deutsch- oder französischsprachig sind.

» UNSERE LEISTUNG

TeleBilingue berichtet mit einer täglichen Sendung über das Geschehen in der Region. Jedes Thema innerhalb unserer tagesaktuellen Berichterstattung hat einen klaren regionalen Bezug. Wir berichten umfassend, sachgerecht und unvoreingenommen über die wichtigsten Ereignisse und Entwicklungen in unserer Region.

Wir sind ein unabhängiges Medienunternehmen und tragen zur selbständigen Meinungsbildung bei, vermitteln Informationen, Argumente und Wissen.

Das Sendegebiet von TeleBilingue beinhaltet deutschsprachige, französischsprachige und zweisprachige Gemeinden. Unsere täglichen News und alle weiteren Sendungen werden in beiden Sprachen produziert und ausgestrahlt.

Indem wir Region und Leute in den Mittelpunkt stellen, verhelfen wir der zweisprachigen Region auch zu ihrer Identität.

» UNSERE WERTE

Durch unseren konsequenten regionalen Bezug sind wir einzigartig.

Wir kennen unsere Zuschauer, nehmen ihre Bedürfnisse ernst und lassen ihre Anregungen in unser Programm einfließen.

Unsere Mitarbeiter sind unser Potenzial; wir konzentrieren uns auf unsere Stärken, suchen unsere Chancen und nutzen sie konsequent. An unseren Schwächen arbeiten wir täglich und suchen nach Lösungen und Verbesserungsmöglichkeiten.

Informieren ist unsere Kernaufgabe und unsere Kernkompetenz.

Um diese Aufgabe professionell erfüllen zu können, suchen wir mit unseren Mitarbeitenden regelmässig den Austausch und stellen ihnen interne und externe Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten zur Verfügung.

TeleBilingue passt sich den regionalen Gegebenheiten an und produziert für sein Sendegebiet täglich eine aktuelle Sendung, diese wird einmal auf Deutsch und einmal auf Französisch ausgestrahlt.

» UNSERE PARTNER

Nebst den täglichen News ergänzen Ratgebersendungen (bisher in den Bereichen Gesundheit, Politik, Religion-Gesellschaft, Tiere sowie Wirtschaft) das Programm.

Die Ratgebersendungen ausserhalb der News werden von uns in Zusammenarbeit mit Partnern produziert. Als Fachleute bringen sie die Inhalte der Sendungen ein, TeleBilingue ist verantwortlich für die journalistisch korrekte und ansprechende sowie technisch professionelle Umsetzung.

Diese Sendungen werden nach Möglichkeit konsequent in beiden Sprachen produziert und ausgestrahlt. Ein regionaler Bezug ist die Regel. Begründete Ausnahmen sind jedoch möglich und werden durch den Verwaltungsrat beschlossen.

» UNSERE ZWEISPRACHIGKEIT

Alle Sendungen auf TeleBilingue werden in Deutsch und Französisch produziert und ausgestrahlt. Damit passen wir uns den regionalen Gegebenheiten an und tragen Ihnen zu 100 Prozent Rechnung. Auch wenn sich unsere Region in einen französischsprachigen Teil (Berner Jura), in einen deutschsprachigen Teil (Seeland, Grenchen) und in einen zweisprachigen Teil (Biel und Umgebung, Murten) einteilen lässt, so versteht sich dieses Gebiet trotzdem als eine Region, in der die Stadt Biel eine Zentrumsfunktion ausübt.

Wirtschaftlich ist für beide Gebiete Biel die „Metropole“. Durch die erhöhte Mobilität der Menschen ist die Durchmischung der beiden Sprachen heute stärker geworden und wächst in die Agglomeration hinaus.

TeleBilingue übernimmt bewusst die Rolle der Brücke zwischen den beiden Sprachen und zwischen den beiden Kulturen und bedient beide Sprachen gleichwertig. Unser Betrieb ist konsequent zweisprachig. Unsere Mitarbeiter jedoch müssen nicht aktiv zweisprachig sein. Alle arbeiten in ihrer Muttersprache, Kenntnisse der zweiten Sprache sind jedoch unerlässlich.

Die Mehrsprachigkeit bringt nicht nur Mehraufwand sowie längere und kompliziertere Abläufe mit sich, sondern auch Mehrkosten.

» UNSERE MITARBEITENDEN

Die Stellung der Mitarbeitenden von TeleBilingue zeichnet sich dadurch aus, dass sie stärker in der Öffentlichkeit stehen als bei anderen Unternehmen.

Überall, wo Mitarbeitende mit Aussenstehenden in Kontakt kommen, verhalten sie sich loyal zum Unternehmen und sind sich bewusst, dass sie dessen Aushängeschilder sind.

Das Unternehmen pflegt ein offenes, soziales und gerechtes Verhältnis zu seinen Mitarbeitenden. Konflikte werden grundsätzlich im Gespräch gelöst.

Von allen Mitarbeitenden wird erwartet, dass sie Deutsch und Französisch mindestens sehr gut verstehen. Auch die Zweisprachigkeit ist ein Aushängeschild!

» UNSERE INFRASTRUKTUR

Wir investieren in eine professionelle, auf unsere Verhältnisse zugeschnittene Technik und lassen unsere Mitarbeiter entsprechend ausbilden. Arbeitsabläufe sollen so einfach wie möglich gehalten werden. Unsere Aufnahmetechnik soll es auch ermöglichen, dass Sendungen vor Ort aufgezeichnet werden können. So sind wir näher am Geschehen, zudem erweitert dies unsere Angebote auch im kommerziellen Bereich.

Wir bieten unseren Zuschauern die bestmögliche Bild- und Tonqualität.

Mit unseren Partnern, welche für die Kabelnetze und damit für die Verbreitung unseres Programms zuständig sind, suchen wir nach qualitativ guten, finanzierbaren Lösungen.

Als konzessionierter Sender ist TeleBielingue ausschliesslich über das Kabelnetz empfangbar. Eine Ausstrahlung über Satellit ist aus gesetzlichen Gründen nicht möglich.

Durch das individuellere Sehverhalten unserer Zuschauer müssen wir nebst der klassischen Ausstrahlung via Fernsehen zusätzliche Optionen anbieten. Darum sehen wir in erster Linie einen Ausbau unseres Internetauftritts vor, in zweiter Linie prüfen wir andere Optionen wie das Handy TV.

Wir halten unsere Infrastruktur à jour, damit unseren Mitarbeitenden genügend und zeitgemässe Arbeitsplätze zur Verfügung stehen.

» UNSERE FINANZIERUNG

TeleBilingue muss rund die Hälfte des Budgets selber durch Werbe- und Sponsoringeinnahmen sowie andere Zuwendungen decken. Der grösste Teil unseres Sendegebietes gilt als wirtschaftlich schwach (Seeland, Berner Jura, Grenchen). Biel steht somit als „Metropole“ ganz im Mittelpunkt des kommerziellen Geschehens. Schon seit dem Start des Senders wird das französischsprachige Programm durch die Einnahmen aus dem deutschsprachigen Teil des Sendegebietes quersubventioniert.

Die klassische Finanzierung eines Senders via Werbung und Sponsoring wird indes immer schwieriger. KMUs haben in der Regel keine grossen Werbebudgets, finanzkräftigere Firmen aus unserer Region sind national- und international ausgerichtet, womit eine regionale Plattform für sie nicht von Interesse ist. TeleBilingue muss attraktive Optionen anbieten und flexibel auf die Bedürfnisse der Partner reagieren können. Trotzdem ist und bleibt es oberstes Gebot, dass es zu keiner Durchmischung des kommerziellen und redaktionellen Bereiches kommt.

Unser Leistungsauftrag fordert ein gleichwertiges Programm auf Deutsch und auf Französisch. Weil wir jede Sendung zwei Mal produzieren und unser Betrieb konsequent zweisprachig ist, fallen erhebliche Mehrkosten an. Ein Teil davon wird durch das Gebührensplitting sowie durch Subventionen der Stadt Biel aufgefangen, den Grossteil müssen wir jedoch selber erwirtschaften.

» UNSERE ZIELE

TeleBilingue ist die regionale Ergänzung zum nationalen Angebot.

TeleBilingue will seine Rolle als Brücke zwischen den beiden Sprachen und den beiden Kulturen festigen. Dadurch, dass wir die Nähe zu unserer Region und zu unseren Zuschauern suchen, decken wir ihre Bedürfnisse langfristig ab und vermitteln ihnen einen wertvollen Service public.

Durch den klaren regionalen Bezug ist unser Programm einzigartig. Unser Ziel ist es, unseren Zuschaueranteil zu erhöhen oder zu halten, damit ein grosser Teil der Anwohner TeleBilingue fest in ihren Tagesablauf integriert.

Wir suchen laufend nach geeigneten Formen, um unseren Kunden eine optimale, gut regional verankerte Plattform zu bieten. Unsere Kunden haben keinen Einfluss auf die Gestaltung der Sendeinhalte.

» UNSERE NÄCHSTEN ETAPPEN

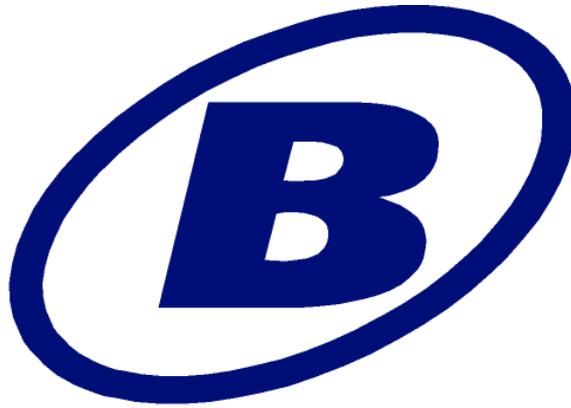
Fernsehen wird in absehbarer Zeit nicht mehr analog ausgestrahlt, sondern digital. Auch TeleBielingue wird diese Umstellung im nötigen Zeitrahmen angehen müssen.

Heute strahlt TeleBielingue täglich je ein 30 minütiges Programm auf Deutsch und auf Französisch aus. Um das Programm attraktiver, übersichtlicher und zuschauerfreundlicher zu gestalten, prüfen wir die Umstellung auf einen 60 minütigen Loop pro Sprache.

TeleBielingue hat seine Räumlichkeiten im Communication Center in Biel. Im selben Gebäude sind die beiden Bieler Tageszeitungen „Bieler Tagblatt“ und „Journal du Jura“ sowie das zweisprachige Radio Canal 3 untergebracht. Das Büro Cortesi mit der Wochenzeitung „BIEL BIENNE“ ist zu 50 Prozent Besitzer von TeleBielingue. Der crossmediale Austausch soll in nächster Zeit verstärkt angegangen werden, um Synergien und bestehendes Knowhow besser auszuschöpfen. Dies soll jedoch nicht dazu führen, dass die einzelnen Medien ihr eigenes Profil verlieren und die journalistische Konkurrenz aufgeben.

Fernsehen kann durch neue Angebote wie Bluewin TV oder Digital TV der Cablecom viel individueller genutzt werden. Diese Entwicklung hat in erster Linie Auswirkungen auf die Werbung; unser Angebot muss dieser Entwicklung Rechnung tragen. Werbeoptionen müssen angepasst werden.

TeleBielingue AG



***TeleBielingue***

# **Publizistische Leitlinien**

Vom Verwaltungsrat genehmigt  
am 16. Juni 2005

## Inhalt

<b>1 Prinzipien .....</b>	<b>3</b>
1.1 Grundlagen .....	3
1.2 Service public.....	3
1.3 Privatsender.....	4
<b>2 Der Leistungsauftrag an Mitarbeitende.....</b>	<b>4</b>
2.1 Interessenkonflikte .....	4
2.2 Öffentliche Auftritte.....	5
<b>3 Redaktionelle Arbeit.....</b>	<b>6</b>
<b>4 Rechtliches beim Filmen .....</b>	<b>7</b>
<b>5 Spezialfälle.....</b>	<b>8</b>
5.1 Wahlen und Abstimmungen .....	8
5.2 Religiöse Themen .....	8
5.3 Gewaltdarstellung .....	9
5.4 Reklamationen .....	9
5.5 Spezielle Sendungen .....	9
<b>6 Abnahme .....</b>	<b>10</b>
<b>7 Die Arbeit vor der Kamera .....</b>	<b>10</b>

Diese Leitlinien gelten für alle journalistischen Programmmitarbeitenden von TeleBilingue. Sie definieren handwerkliche Regeln, die den journalistischen Qualitätsstandard von TeleBilingue, aber auch die Einhaltung von Medienrecht und Medienethik sichern helfen. Jeder Mitarbeitende ist verpflichtet, diese Leitlinien zur Kenntnis zu nehmen und sich daran zu halten.

Als Programmmitarbeitende sind alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu verstehen, die direkt an der Herstellung von Programminhalten mitwirken (News, Talks, Interviews, Herzschlag, Teleglise, Immobilien, Sondersendungen usw.) – unabhängig davon, in welcher Vertragsart sie für TeleBilingue tätig sind.

# 1 Prinzipien

## 1.1 Grundlagen

Das Programm von TeleBilingue kennzeichnet sich durch die folgenden Merkmale:

- TeleBilingue erfüllt nach seiner Konzession einen Auftrag im Sinn des *Service public*
- TeleBilingue ist ein *Nachrichtensender*
- TeleBilingue ist ein *zweisprachiger Sender*
- TeleBilingue ist ein *regionaler Sender* für die Agglomeration Biel mit Seeland, Berner Jura und Grenchen; die Region kann bis auf 250 000 Personen über 15 Jahre ausgedehnt werden.

## 1.2 Service public

Entsprechend seinem Service public-Auftrag orientiert sich die Programmtätigkeit von TeleBilingue im Informationsbereich an folgenden Grundgeboten:

*Zweisprachigkeit:* TeleBilingue trägt zur positiven Entwicklung der Region und insbesondere der Zweisprachigkeit bei. Es trägt dem Engagement und den Leistungen von Personen und Unternehmen mit lokalen und regionalen Wurzeln Rechnung. Beispiel: einen vielleicht etwas weniger professionell durchgeführten Anlass eines lokalen Unternehmens wollen wir (relativ!) stärker gewichten als den Top-Anlass eines nationalen Players.

Wir vermeiden wenn immer möglich Beiträge oder Sendungen in nur einer Sprache. Entsprechend streben wir an, unser Team mit Bezug auf die Sprachen ausgeglichen zu besetzen. Unsere Mitarbeitenden sollen abergrundsätzlich neben ihrer Muttersprache auch die jeweils andere Sprache zumindest passiv gut beherrschen (Ausnahmen sind durch die Programmleitung bei der Einstellung zu genehmigen).

*Regionaler Bezug:* TeleBilingue will eine Ergänzung zum nationalen Angebot sein. Jedes Thema muss daher einen klar ersichtlichen regionalen Bezug enthalten. Damit erfüllen wir einen exklusiven *Service public* für unsere Region

*Sachgerechtigkeit* in der Berichterstattung bedeutet, dass alle verfügbaren wichtigen Fakten in Betracht gezogen werden und dass nur gesagt wird, was nach bestem Wissen und Gewissen für wahr gehalten wird. Sachgerechtigkeit setzt Sachkenntnis beim Journalisten voraus (gründliche Vorbereitung, saubere Recherche). Sie bedingt auch Transparenz (die Quellenlage wird offen gelegt), faire Darstellung der anderen

Meinung und Unvoreingenommenheit bezüglich des möglichen Ergebnisses einer journalistischen Recherche. Dies bedingt unter Umständen Abstand vom eigenen Standpunkt des journalistischen Mitarbeiters.

Die *Vielfalt von Tatsachen und Meinungen* zu einem Thema muss angemessen zum Ausdruck gebracht werden. Tatsachen die einer These widersprechen, dürfen nicht ausgeblendet werden

*Multikulturalität:* TeleBilingue trägt der in unserer Region ausgeprägt grossen Zahl ausländischer Einwohner und deren Kulturen Rechnung, indem es diese Minderheiten und deren Interessen bei der Programmplanung und Berichterstattung berücksichtigt.

*Unabhängigkeit:* TeleBilingue ist neutral und bevorzugt weder Ideologien, Parteien noch sonstige Interessengruppen.

### 1.3 Privatsender

TeleBilingue ist eine private Fernsehanstalt im hälftigen Besitz der W. Gassmann AG und des Büro Cortesi Biel.

TeleBilingue ist daher auf Werbeeinnahmen und Sponsoring angewiesen. Der Kunde ist König, was die Werbung betrifft. Grundsätzlich müssen Werbung und redaktionelle Arbeit aber voneinander getrennt werden. Das heisst insbesondere:

- Werbekunden von TeleBilingue dürfen nicht bevorzugt behandelt werden.
- Buchungen oder Sponsoringverträge dürfen nicht mit redaktionellen Auflagen verbunden werden.
- Die Werbeabteilung darf der Redaktion keine Direktiven für die Programmgestaltung erteilen oder den Werbekunden Versprechungen für den Programminhalt machen.
- Die Werbung muss optisch klar von den redaktionellen Sendungen getrennt sein.
- Events, bei denen TeleBilingue Medienpartner ist, erhalten keine Bevorzugung der Berichterstattung. Sie dürfen nach den üblichen journalistischen Regeln auch kritisch beleuchtet werden.

## 2 Der Leistungsauftrag an Mitarbeitende

*Die journalistischen Mitarbeitenden von TeleBilingue arbeiten unter Beachtung der rechtlichen Vorschriften und im Interesse des Senders insbesondere nach den folgenden Vorgaben.*

### 2.1 Interessenkonflikte

Das Publikum von TeleBilingue muss sich darauf verlassen können, dass redaktionelle Entscheidungen nur aufgrund journalistischer Erwägungen und nicht aufgrund anderer Einflüsse getroffen werden.

Um Interessendkonflikte von TeleBilingue-Journalisten auszuschliessen und um Befangenheit zu vermeiden, gelten diese Leitlinien für alle Programmmitarbeitenden, namentlich für Journalisten, Moderatoren und alle andern, die direkt an Programminhalten mitwirken

Programmmitarbeitende legen Interessensbindungen, die für ihre jeweilige berufliche Tätigkeit von Bedeutung sein könnten, gegenüber der Programmleitung offen. Diese Information ist eine Bringschuld der Mitarbeiter. Die Interessensbindung soll grundsätzlich bei einem Neuantritt besprochen werden. Die Bringschuld besteht aber auch, wenn ein Mitarbeiter neu einen Auftrag erhält, welcher Interessenskonflikte zur Folge haben könnte.

Der direkte Vorgesetzte entscheidet, ob ein Auftrag erteilt oder aufrechterhalten wird. Der Vorgesetzte kann einen Ausstand anordnen.

Formen von Interessensbindung sind hauptsächlich:

- Zugehörigkeit zu einer Partei
- Tätigkeit für Parteien, Verbände und wirtschaftliche Unternehmen
- Beteiligung an wirtschaftlichen Unternehmen
- Verwaltungsratsmandate
- Beratungsverträge
- Verwandtschaftliche oder nahe persönliche Beziehungen zu Personen des öffentlichen Interesses, sobald der Journalist über diese berichten soll.

## 2.2 Öffentliche Auftritte

Aufträge zur Leitung von Podiumsdiskussionen und Ähnliches können angenommen werden, solange die Themen kontrovers debattiert werden und klar ist, dass der TeleBilingue-Mitarbeitende vom Veranstalter unabhängig ist.

Solche Einsätze sind mit der Programmleitung abzusprechen. Sie unterliegen dem üblichen Bewilligungsprozedere für Nebenbeschäftigung. Die Honorierung soll sich in einem vernünftigen Rahmen bewegen, damit nicht der Eindruck der Käuflichkeit entsteht.

In den heißen Phasen vor Wahlen gelten besondere Regeln.

Programmmitarbeitende und insbesondere Moderationspersonen halten sich bei positionsbeziehenden politischen Äusserungen in der Öffentlichkeit zurück.

Ebenso verzichten sie auch auf die Teilnahmen an Promi-Umfragen zu aktuellen, kontroversen politischen Fragen.

Auch für kommerzielle Auftritte ist eine Bewilligung für Nebenbeschäftigung bei der Programmleitung einzuholen.

Journalisten kaufen keine Informationen oder Dossiers ab. Auch werden keine Honorare an Personen ausbezahlt, die gegenüber Mitarbeitenden von TeleBilingue Auskunft geben.

Programmmitarbeitende nehmen keine Geschenke oder Zuwendungen an, die ihre berufliche Unabhängigkeit einschränken könnten. Als Richtwert gilt, dass Geschenke im Wert von über 100 Franken nicht angenommen werden dürfen. Die Annahme von Bargeld ist grundsätzlich nicht erlaubt.

TeleBilingue-Mitarbeitenden ist es untersagt, aus Informationen, von denen sie beruflich Kenntnis erlangt haben, privaten Nutzen zu ziehen.

Vertretungen in Organisationen, Verbänden, Organisationskomitees usw.: Um politische Unabhängigkeit zu gewährleisten und persönliche Interessenskonflikte zu

vermeiden, nehmen die Mitarbeitenden der Redaktion in der Regel keine Vertretungsmandate an.

Ausnahmefälle können von der Programmleitung bewilligt werden, sofern die Vertretung *nicht* in einem politischen oder wirtschaftlichen Kontext liegt.

Über Zweifelsfälle entscheidet die Programmleitung.

### 3 Redaktionelle Arbeit

Journalisten von TeleBilingue recherchieren nach den Grundsätzen von Unvoreingenommenheit und Wahrhaftigkeit.

Quellen müssen überprüft werden. In der Regel müssen jedoch amtliche oder polizeiliche Mitteilungen keiner Prüfung unterzogen werden.

Bei kontroversen Themen müssen alle Betroffenen angehört werden. Die Betroffenen müssen sich im selben Kontext zum Thema äussern können.

Verweigert jemand eine Stellungnahme, wird das im Beitrag – wenn möglich mit Angabe des Grundes – erwähnt.

TeleBilingue – Journalisten halten sich an die Grundanforderung des Nachrichtenjournalismus. Jede Nachricht beantwortet die 5 W-Fragen:

- Wer?
- Was?
- Wie ?
- Wann?
- Wo?

Aufpassen bei der Frage nach dem Warum – sie drückt häufig eine Meinung aus und sollte daher nicht vom Journalisten beantwortet werden.

Ein Interviewpartner kann verlangen, dass ihm die verwendeten Zitate vor der Ausstrahlung *vorgespielt* werden. Der Interviewte hat kein Anrecht darauf, dass ihm der ganze Beitrag vorgespielt wird. In Ausnahmefällen, z. B. bei einem sensiblen Porträt, kann aber der ganze Beitrag als Vertrauensbeweis gezeigt werden.

Inhaltliche *Korrekturwünsche* des Interviewten sollen berücksichtigt werden, wenn der Interviewpartner zum Beispiel wünscht, dass er eine andere getätigte Aussage im Beitrag haben will oder wenn es darum geht, Versprecher, Missverständnisse etc. zu vermeiden. Auch klare Irrtümer (z.B. falsche Zahlen) sollen korrigiert werden.

Kommt keine Einigung über die verwendeten Interviewteile zustande, können Interviewte unter Umständen das Interview zurückziehen. Sie müssen aber dulden, dass der Kern ihrer Aussage verwendet wird.

Können nur Teile von Interviewantworten verwendet werden, müssen die Ausschnitte so gewählt werden, dass die Grundaussage des Interviewten nicht verfälscht werden.

*Telefoninterviews* dürfen nur mit der Zustimmung des Befragten aufgenommen werden. Zu Beginn eines Gesprächs ist eine entsprechende Einwilligung einzuholen und wenn möglich aufzuzeichnen.

Grundsätzlich ist TeleBilingue eine *Plattform für alle Themen*. Alle redaktionellen Mitarbeiter achten darauf, dass bei Interviews und Talks verschiedene Personen

eingeladen werden. Es dürfen keine Personen bevorzugt werden und deutlich häufiger eingeladen werden als andere, ausser das Sendekonzept verlangt dies. Bei gesponserten Sendungen oder Beiträgen muss sich die Programmleitung vorbehalten zu intervenieren, wenn redaktionelle Grundsätze verletzt werden könnten.

Sendekonzept müssen vom Verwaltungsrat auf Vorschlag der Geschäftsleitung genehmigt werden.

Stellt sich im Rahmen eines Beitrages/Interviews usw. eine Person aufgrund mangelnder Erfahrung oder Kenntnisse oder sonstiger Beeinträchtigungen (physische oder psychische Probleme, Drogenkonsum usw.) unvorteilhaft dar, wird diese Person «geschützt», indem sie auf die unvorteilhafte Darstellung aufmerksam gemacht wird oder der Beitrag entsprechend bearbeitet und im Extremfall gar nicht ausgestrahlt wird.

## 4 Rechtliches beim Filmen<sup>1</sup>

Grundsätzlich darf *auf öffentlichem Boden und in öffentlichen Gebäuden* ohne Bewilligung gefilmt werden. Ausnahme sind Gerichts- oder Polizeigebäude (zum Schutze von möglichen Verurteilten).

In Häusern (Firmen, Geschäfte, Privatgebäude, Wohnungen) muss der Besitzer sein Einverständnis geben. *Filmaufnahmen in privaten Räumen ohne Bewilligung gelten als Hausfriedensbruch.*

Von der Strasse (d. h. dem öffentlichen Raum) her dürfen z. B. auch Aufnahmen der privaten Zone, etwa eines Gartens oder sogar durch ein Fenster gemacht werden. Bevor solche Aufnahmen getätigt werden, muss aber immer abgeschätzt werden, ob der Nutzen davon in Verhältnis zum möglichen Ärger steht.

Grundsätzlich soll vermieden werden, *Werbeflächen* im Hintergrund abzufilmen. Bei Anlässen und Events also nie (ausser beim Sport) Personen für Interviews vor Werbeflächen stellen oder sonst gezielt angebrachte Werbung zeigen.

Das Drehen mit *versteckter Kamera* ist grundsätzlich verboten.

Muss in begründeten Fällen trotzdem mit versteckter Kamera gefilmt werden, muss der Betroffene sofort nach der Aufnahme aufgeklärt werden. Stimmt der Betroffene einer Ausstrahlung zu, darf die Bildsequenz verwendet werden. Stimmt er nicht zu, muss die Aufnahme vernichtet werden.

Als Ausnahme gilt, dass das öffentliche Interesse an den Aufnahmen so gross ist, dass die Gesetzesverletzung straffrei wäre oder das entsprechende Prozessrisiko in Kauf genommen werden kann. In einem solchen Fall ist unbedingt Rechtsberatung einzuholen und die Programmleitung zu informieren.

---

<sup>1</sup> Zuverlässig Auskunft über Medienrechtsfragen ist zu finden bei: Peter Studer, Rudolf Mayr von Baldegg: Medienrecht für die Praxis. Zürich 2000.

## 5 Spezialfälle

TeleBilingue kennt keine verbotenen Themen. Gewisse Themen verlangen aber besondere Aufmerksamkeit. Dazu zählen insbesondere:

### 5.1 Wahlen und Abstimmungen

TeleBilingue hat bei der Meinungsbildung der Stimmberechtigten vor Wahlen und Abstimmungen einen grossen Stellenwert.

*Kontroverse Themen* sind immer kontrovers zu behandeln. In der Phase vor dem Urnengang sind die Anforderungen an die Ausgewogenheit der Beiträge besonders gross.

Ebenfalls müssen die Interview- und Talkgäste mit besonderer Vorsicht eingeladen werden. Die Rechtsprechung hat nicht definiert, wann die heisse Phase beginnt. TeleBilingue berichtet einige Wochen vor dem Urnengang mit besonderer Vorsicht über die Themen.

In der Regel wird eine Woche vor dem Urnengang nicht mehr über die Abstimmungsthemen oder Wahlen berichtet.

Vor wichtigen Wahlen und Abstimmungen legt die Programmleitung mit der Geschäftsleitung, evtl. dem Verwaltungsrat, die inhaltliche Grundhaltung des Senders zum Thema fest. Diese ist für alle Mitarbeitenden verbindlich und Grundlage für alle Kommentare und wertenden Inhalte der Beiträge.

### 5.2 Religiöse Themen

Religiöse Themen werden behandelt wie andere Themen auch. Zentrale Inhalte des christlichen Glaubens sind:

- Taufe
- Firmung
- Konfirmation
- Eheschliessung
- Beichte
- Eucharistie
- Weihe
- Letzte Ölung
- Beerdigung

Diese Themen und die analogen anderer Glaubensrichtungen sind mit Respekt zu behandeln.

Um religiöse Gefühle nicht zu verletzen, stellt TeleBilingue in Zweifelsfällen eigene Ansichten und Gepflogenheiten in den Hintergrund.

Gegenüber Minderheits- und gegenüber fremden Religionen ist besondere Zurückhaltung geboten.

### **5.3 Gewaltdarstellung**

Bilder von Opfern von Verbrechen, Unfällen oder Naturkatastrophen dürfen gezeigt werden. Es ist nicht die Aufgabe eines Senders, geschönte Bilder der Realität zu liefern.

Solange die Bilder einen Informationsgehalt haben, dürfen gewalttätige Bilder in einer angemessenen Länge gezeigt werden. Zurückhaltung ist jedoch vor allem deswegen angebracht, weil Pietät bei einem Lokalsender besonders wichtig ist.

Nicht gezeigt werden dürfen sterbende Menschen oder erkennbare Gesichter bei Toten und Schwerverletzten. Im schlimmsten Fall erfährt sonst ein Angehöriger via Fernsehen, dass eine ihm nahe stehende Person umgekommen oder schwer verletzt worden ist.

Bei Familiendramen und Verzweiflungstaten berichtet TeleBielingue zurückhaltend.

Über Suizide berichtet TeleBielingue in der Regel nicht.

Sex thematisiert TeleBielingue nur zurückhaltend und höchstens, wenn ein gesellschaftspolitischer oder kultureller Informationsgehalt damit verbunden ist.

### **5.4 Reklamationen**

Kritik und Reklamationen sind wichtig, um die eigene Leistung zu verbessern, und daher positive Elemente in unserem (beruflichen) Leben. Entsprechend reagieren wir auf Reklamationen und Kritik offen, sachbezogen und zuschauer- resp. kundenorientiert.

Wir gehen davon aus, dass die/der Reklamierende aus ihrer/seiner Sicht berechtigterweise Kritik übt.

Die erfolgte Kritik beurteilen wir wohlwollend und schlagen inhaltsgerechte Massnahmen vor. Dabei ist darauf zu achten, dass das Image von TeleBielingue nicht beschädigt wird.

Sollten diese Massnahmen nicht genügen oder keine vorhanden sein, wird die Geschäftsleitung orientiert.

Eine Reklamationsbearbeitung hat stets unverzüglich und mit gutem Stil zu erfolgen.

Bei gewichtigen Reklamation ist darauf aufmerksam zu machen, dass der Ombudsmann von TeleBielingue angerufen werden kann.

### **5.5 Spezielle Sendungen**

TeleBielingue strahlt neben den täglichen News einige weitere Sendungen aus. Namentlich sind dies:

- Teleglise,
- Herzschlag
- Immobilien

Diese Sendungen werden in Zusammenarbeit mit andern Institutionen realisiert und teilweise von aussenstehenden Redaktorenteams inhaltlich geplant.

Diese Mitarbeitenden sind verpflichtet, TeleBielingue regelmässig über die geplanten Sendungen zu informieren. Sie müssen ebenfalls alle publizistischen Leitlinien einhalten.

In besonders heiklen Fällen müssen sie vor der Realisation mit der Programmleitung Absprachen treffen. Wird diese Abmachung nicht eingehalten, kann TeleBielingue eine Ausstrahlung verändern oder verweigern.

## **6 Abnahme**

Grundsätzlich darf nichts auf TeleBielingue ausgestrahlt werden, ohne dass es vorher von der Programmleitung oder einer andern verantwortlichen Person von TeleBielingue abgenommen worden ist. Dies betrifft einzelne Beiträge, ganze Sendungen wie auch Werbespots.

Ergeben sich im Rahmen einer Abnahme Konflikte, so hat die Programmleitung den Stichtscheid. Partner von Sendungen (Sponsoren) sind auf diesen Sachverhalt und insbesondere auf die Verantwortung der Programmleitung von Beginn der Zusammenarbeit an aufmerksam zu machen.

Mit Ausnahmen von gesetztesrelevanten Aspekten (RTVG) werden die Anliegen unserer Partner wohlwollend gewichtet.

In gravierenden Fällen unterschiedlicher Wünsche oder Auffassungen wird die Geschäftsleitung rechtzeitig involviert.

## **7 Die Arbeit vor der Kamera**

Grundsätzlich müssen alle Personen, die eine Sendung auf TeleBielingue moderieren oder sonst regelmässige Auftritte auf TeleBielingue planen, gecastet werden. Dies gilt namentlich auch für gesponserte Sendungen.

Es darf niemand für regelmässige Auftritte engagiert werden, ohne dass die Person auf ihre Fernsehtauglichkeit geprüft wurde.

Zudem dürfen Personen, die aus dem öffentlichen Leben bekannt sind (Politiker, Firmenbesitzer, Wirtschaftsgrössen etc.) nicht als Moderatoren engagiert werden.

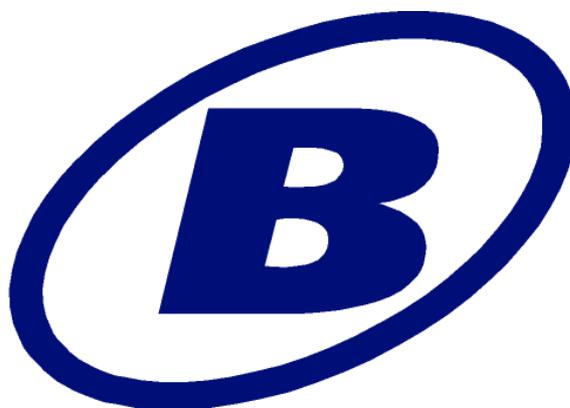
Moderatoren und Moderatorinnen sind Aushängeschilder von TeleBielingue. Es ist deshalb selbstverständlich, dass sie alle Sendungen in der Jacke präsentieren, ausgenommen an heissen Tage, wo Hemd, Bluse oder unbeschriftetes T-Shirt möglich sind.

### **TeleBielingue AG**

Marc Gassmann  
Präsident des Verwaltungsrats

Mario Cortesi  
Vize-Präsident des Verwaltungsrats

TeleBilingue SA



***TeleBilingue***

Lignes directrices pour les  
collaborateurs de la  
rédaction des programmes

agréé par le Conseil d'administration  
le 16 juin 2005

# Sommaire

## 1 Principes généraux

1.1 Notions fondamentales

1.2 Service public

1.3 Chaîne privée

## 2 Exigences contractuelles pour les collaborateurs

2.1 Conflits d'intérêts

2.2 Apparitions publiques

## 3 Travail rédactionnel

## 4 Questions juridiques lors du tournage

## 5 Cas particuliers

5.1 Elections et votations

5.2 Thèmes religieux

5.3 Représentation de la violence

5.4 Réclamations

5.5 Emissions spéciales

## 6 Autorisation de diffusion

## 7 Le travail devant la caméra

*Ces lignes directrices sont valables pour tous les collaborateurs journalistiques qui participent à l'élaboration des programmes de TeleBilingue. Elles définissent les règles professionnelles qui aident à assurer les standards de qualité de TeleBilingue ainsi qu'à respecter le droit et l'éthique des médias. Chaque collaborateur a l'obligation de prendre connaissance de ces lignes directrices et de s'y tenir. Les collaborateurs qui participent à l'élaboration des programmes sont tous ceux et toutes celles qui prennent directement part à la production du contenu des programmes (news, talks, interviews, Pulsations, Teleglise, Immobil, émissions spéciales, etc...) - ceci quel que soit le type de contrat qui les lie à TeleBilingue.*

# 1 Principes généraux

## 1.1 Notions fondamentales

Le programme de TeleBilingue se définit par les caractéristiques suivantes:

- TeleBilingue remplit une prestation de service public comme le stipule sa concession.
- TeleBilingue est une chaîne d'informations
- TeleBilingue est une chaîne bilingue
- TeleBilingue est une chaîne régionale qui s'adresse à l'agglomération de Bienne, au Seeland, au Jura bernois et à Granges; cette région représente un potentiel de 250'000 téléspectateurs âgés de plus de 15 ans.

## 1.2 Service public

Conformément à son mandat de service public, la programmation de TeleBilingue dans le domaine de l'information s'oriente selon les règles de base suivantes:

*Bilinguisme:* TeleBilingue contribue au développement positif de la région et en particulier à sa nature bilingue. La chaîne rend compte de l'engagement et des performances de personnes et d'entreprises ayant des racines locales et régionales. Exemple: nous donnerons (relativement!) plus de poids à un évènement organisé de manière peut-être un peu moins professionnel par une

entreprise locale qu'à une grande manifestation organisée par un acteur du plan national.

Nous évitons de produire, dans la mesure du possible, des reportages ou des émissions en une seule langue. Dans ce but, nous nous efforçons d'équilibrer les deux langues au sein de notre équipe. Cependant nos collaborateurs se doivent de maîtriser, en tout cas passivement, la seconde langue qui n'est pas leur langue maternelle (des exceptions à

cette règle doivent être agréées par la direction des programmes lors de l'engagement).

*Rapport régional:* TeleBilingue cherche à être un complément à l'offre nationale. C'est pourquoi chaque thème doit avoir un rapport clair avec notre région. De cette manière, nous garantissons un service public exclusif pour notre bassin de diffusion.

*Pertinence de l'information:* dans chaque compte-rendu, elle consiste à évoquer tous les faits importants connus et à ne mentionner que ce qui peut être tenu pour véridique en toute connaissance de cause et en toute conscience. La pertinence de l'information suppose une connaissance du sujet par le journaliste (préparation approfondie, recherche précise). Elle suppose également de la transparence (les sources sont explicitement nommées), une représentation équitable de l'opinion opposée et l'absence de parti-pris quant aux résultats possibles d'une recherche journalistique. Ceci implique que le journaliste doit prendre ses distances par rapport à son propre point de vue.

*La pluralité des faits et des opinions* se rapportant à un thème doit être exprimée de manière équilibrée. Des faits qui contredisent une thèse ne doivent pas être passés sous silence.

*Réalité multiculturelle:* TeleBilingue tient compte du taux élevé d'habitants étrangers et de leurs cultures respectives en prenant en considération ces minorités et leurs intérêts lors de la planification des programmes et des comptes-rendus.

*Indépendance:* TeleBilingue est neutre et ne privilégie aucune idéologie, aucun parti ni aucun autre groupement d'intérêts.

### 1.3. Chaîne privée

TeleBilingue est une chaîne de télévision privée qui appartient à parts égales à la société W. Gassmann S.A. et au Büro Cortesi Bienne.

TeleBilingue dépend par conséquent des recettes de la publicité et du

sponsoring. En ce qui concerne la publicité, le client est roi. Par principe, les activités de la régie publicitaire et de l'équipe rédactionnelle doivent cependant être nettement séparées. Ce qui signifie en particulier que:

- Des clients publicitaires de TeleBilingue ne doivent pas être traités de manière privilégiée.
- Des contrats de publicité ou de sponsoring ne doivent pas être liés à des prestations rédactionnelles.
- La régie publicitaire ne peut en aucun cas donner des directives à la rédaction quant au contenu des programmes ni faire des promesses à ses clients quant à ce contenu.
- La publicité doit être visuellement clairement séparée de la partie rédactionnelle des émissions.

- Des événements auxquels TeleBilingue participe en tant que partenaire média ne doivent pas être privilégiés dans les comptes-rendus. Ils peuvent par ailleurs être traités de manière critique, selon les règles journalistiques habituelles.

## 2 Exigences contractuelles pour les collaborateurs

*Les collaborateurs de la rédaction de TeleBilingue travaillent dans le respect des prescriptions juridiques et dans l'intérêt de la chaîne, en particulier selon les règles suivantes.*

### 2.1. Conflits d'intérêts

Le public de TeleBilingue doit pouvoir se fier au fait que les décisions rédactionnelles ne sont prises qu'en fonction de motivations journalistiques et non en fonction d'autres influences.

Afin d'éviter de possibles conflits d'intérêts chez les journalistes de TeleBilingue et afin de prévenir toute position partisane, ces lignes directrices sont valables pour tous les collaborateurs de nos programmes, c'est-à-dire pour les journalistes, les présentateurs et tous ceux qui influent directement sur le contenu des programmes.

Ces collaborateurs exposent clairement à la direction des programmes les liens d'intérêts qui pourraient résulter de leurs activités professionnelles respectives. Cette information est un devoir de la part du collaborateur. Par principe, les liens d'intérêts doivent être discutés lors d'un nouvel engagement. Ce devoir d'information reste cependant également de mise lorsqu'une nouvelle activité professionnelle d'un collaborateur déjà engagé pourrait mener à des conflits d'intérêts. Le préposé direct décide si un engagement est attribué ou maintenu. Le préposé peut exiger un renvoi.

Les principaux liens d'intérêts sont:

- l'appartenance à un parti politique
- les activités au bénéfice de partis, d'associations et d'entreprises
- la participation à des entreprises
- les mandats auprès de conseils d'administration
- les mandats de consultation
- les liens de parentés ou les relations personnelles intimes avec des personnes d'intérêt public, ceci lorsque le journaliste doit parler de ces personnes.

## 2.2 Apparitions publiques

Des contrats d'animateurs ou d'animatrices de discussions publiques et de manifestations similaires peuvent être acceptés, aussi longtemps que les thèmes débattus le sont de manière controversée et qu'il apparaît clairement que le collaborateur de TeleBilingue est indépendant de l'organisateur de la manifestation.

De tels engagements doivent être discutés avec la direction des programmes. Ils sont soumis au processus d'autorisation habituel pour des occupations annexes. Les rétributions pour de telles activités doivent rester dans un cadre raisonnable, afin d'éviter de créer une impression de vénalité.

Durant les phases chaudes précédentes des élections ou des votations, des règles particulières sont à respecter.

Les collaborateurs impliqués dans la rédaction des programmes et en particulier les présentateurs ne prennent pas publiquement position par rapport à des enjeux politiques en cours.

Ils renoncent également à répondre à des sondages auprès de personnalités à propos de sujets actuels ou controversés en politique.

Pour des apparitions de nature commerciales, une autorisation de la direction des programmes est également nécessaire.

Les journalistes n'achètent pas d'informations ou de dossiers. Des personnes qui donnent des renseignements à des collaborateurs de TeleBilingue ne seront en aucun cas rétribuées.

Les collaborateurs de la rédaction n'acceptent pas de cadeaux ou d'attentions qui pourraient réduire leur indépendance professionnelle. Comme ordre d'idée, on estime qu'un cadeau d'une valeur supérieure à 100 francs ne doit pas être accepté. Il n'est en aucun cas admis de recevoir de l'argent comptant.

Les collaborateurs de TeleBilingue n'ont pas le droit de tirer profit à des fins personnelles d'informations qu'ils auraient obtenues dans l'exercice de leur profession journalistique.

Représentations au sein d'organisations, d'associations, de comités d'organisation, etc...: afin de garantir leur indépendance politique et d'éviter les conflits d'intérêts, les collaborateurs de la rédaction refuseront, en règle générale, de tels mandats de représentation.

Des exceptions à cette règle peuvent être admises par la direction des programmes, pour autant que la représentation en question ne soit *pas* liée à des intérêts politiques ou économiques.

Dans les cas douteux, la décision revient à la direction des programmes.

# 3 Travail rédactionnel

Les journalistes de TeleBilingue font leurs recherches selon les deux principes de l'absence de parti-pris et de la véracité des faits.

Les sources doivent être vérifiées. En règle générale, les communiqués émanants de source policière ou administrative n'ont pas besoin d'être vérifiées.

En cas de sujets controversés, tous les protagonistes doivent être entendus. Les personnes concernées doivent pouvoir s'exprimer sur ce sujet dans des conditions identiques.

Si quelqu'un se refuse à faire un commentaire, ceci sera mentionné dans le reportage, sans toutefois donner la raison de ce refus.

Les journalistes de TeleBilingue se réfèrent aux exigences de base du journalisme d'information. Ainsi chaque nouvelle répond aux 5 questions en "W":

- Qui? (*Wer?*)
- Quoi? (*was?*)
- Comment? (*Wie?*)
- Quand? (*Wann?*)
- Où? (*Wo?*)

Attention à la question «pourquoi?»; en général, sa réponse contient une opinion qui ne devrait pas être donnée par le journaliste.

Une personne qui s'est fait interviewée dans le cadre d'un reportage peut exiger que lui soient montrées les citations qui ont été retenues dans ses déclarations avant la diffusion du reportage. Par contre cette personne n'a aucun droit d'exiger de voir l'ensemble du reportage avant sa diffusion. Dans des cas exceptionnels, comme ceux de portraits sensibles, l'ensemble d'un reportage peut être montré à titre de preuve de confiance.

Les souhaits de corrections de la personne interviewée doivent être prises-en considération lorsqu'elle désire enregistrer une autre déclaration dans le reportage ou lorsqu'il s'agit d'éviter les malentendus, cafouillages, etc... Des erreurs évidentes (par exemple des chiffres erronés) doivent également être corrigées.

Si aucune entente n'est obtenue quant aux extraits de l'interview qui seront utilisés dans le reportage, la personne interrogée peut éventuellement demander que l'interview soit retirée. Elle devra cependant admettre que l'essentiel de ses déclarations pourra être utilisé dans le commentaire du reportage.

Dans le cas où seuls des fragments d'une interview peuvent être utilisés, ces derniers devront être choisis de manière à ne pas dénaturer l'essentiel des propos de l'interviewé.

Des interviews téléphoniques ne peuvent être enregistrées qu'avec l'accord de l'interlocuteur. Au début de la conversation, cet accord doit être obtenu et, si possible, enregistré.

Par principe TeleBilingue est une plate-forme ouverte à tous les sujets. Tous les collaborateurs de la rédaction veillent à ce que des personnes différentes soient invitées pour les interviews et les talks. Personne ne doit être privilégié ou invité nettement plus souvent que quelqu'un d'autre, sauf si le concept de l'émission l'exige. Lors d'émissions ou de reportages sponsorisés, la direction des programmes se doit d'intervenir, si des règles de base rédactionnelles risquent d'être enfreintes.

Les concepts d'émissions doivent être agréés par le conseil d'administration sur proposition de la direction.

Si, dans le cadre d'un reportage, d'une interview, etc..., une personne se montre sous un angle défavorable, par manque d'expérience, de connaissances ou pour d'autres raisons handicapantes (problèmes physiques ou psychiques, consommation de drogue, etc...), cette personne sera «protégée». Cette protection consiste à lui faire remarquer la représentation peu flatteuse de sa personne, à retravailler le reportage en conséquence ou, dans les cas extrêmes, à ne pas le diffuser du tout.

## 4 Questions juridiques lors du tournage <sup>(1)</sup>

Par principe il est permis de filmer sur *la voie publique* et dans *les bâtiments publics* sans autorisation particulière. Font exceptions les bâtiments des tribunaux et de la police (pour la protection d'éventuels condamnés).

Pour pouvoir filmer à l'intérieur de maisons (entreprises, magasins, bâtiments privés, appartements), il faut obtenir l'accord du propriétaire. *Le fait de filmer dans des lieux privés sans autorisation correspond à une violation de domicile.*

Avec une caméra posée dans la rue (c'est à dire sur la voie publique), on peut par contre tourner des images d'espaces privés, comme celles d'un jardin ou même celles prises à travers une fenêtre. Avant d'avoir recours à de telles prises de vue, il s'agit toutefois d'évaluer si leur utilité est en rapport avec les ennuis qu'elles risquent de créer.

Par principe il faut éviter d'inclure des surfaces publicitaires dans l'arrière-plan du cadrage. Lors de manifestations ou d'événements (sauf lors de manifestations sportives), il s'agit donc de ne jamais placer les personnes à interviewer devant des supports publicitaires ni de montrer toute autre forme de publicité volontairement exhibée.

L'utilisation d'une *caméra cachée* est interdite par principe.

(1) Une information fiable concernant les questions de droit en matière de médias peut être obtenue dans l'ouvrage « Peter Studer, Rudolf Mayr von Baldegg: Medienrecht für die Praxis», Zurich 2000.

Si une caméra cachée doit néanmoins être utilisée dans des cas dûment motivés, la personne ainsi filmée doit en être informée immédiatement après le tournage. Si l'intéressé donne son accord pour une diffusion, la séquence d'images peut être utilisée. Dans le cas contraire, l'enregistrement doit être détruit.

On peut toutefois admettre une exception à cette règle dans le cas où l'intérêt public pour ces images est si grand que l'infraction à la loi ne serait pas punie ou que le risque d'un éventuel procès peut être assumé. Dans un tel cas, il importe de se faire conseiller juridiquement et d'informer la direction des programmes.

## 5 Cas particuliers

Il n'existe aucun thème tabou pour TeleBilingue. Certains thèmes doivent cependant être abordés avec une attention toute particulière. Parmi ceux-ci, il faut noter particulièrement:

### 5.1 Elections et votations

TeleBilingue joue un rôle important dans la formation de l'opinion des votants lors d'élections ou de votations.

Les thèmes controversés doivent toujours être traités de manière controversée. Durant la phase d'une campagne électorale ou de votation l'équilibre des points de vue de nos reportages est particulièrement important.

Les invités des interviews et des talks doivent également être choisis avec une prudence particulière. Le droit ne définit pas à partir de quand débute la phase critique en période pré-électorale. TeleBilingue commente les thèmes avec une prudence particulière quelques semaines avant le scrutin.

En règle générale les thèmes des votations ou les enjeux des élections ne sont plus commentés durant la semaine qui précède un scrutin.

Lors de votations ou d'élections importantes, la direction des programmes et la direction générale, voire également le conseil d'administration, définissent la position de base par rapport au contenu du thème traité. Cette position est à respecter par tous les collaborateurs et doit servir de référence pour tous les commentaires et tous les reportages.

### 5.2 Thèmes religieux

Les thèmes religieux sont traités comme n'importe quels autres thèmes. Les rites les plus significatifs de la foi chrétienne sont:

- le baptême
- l'onction
- la confirmation
- le mariage
- la confession
- l'eucharistie
- l'ordination
- l'extrême onction
- l'enterrement

Ces thèmes ainsi que leurs pendants dans d'autres orientations de foi sont à traiter avec respect.

En cas de doute, afin d'éviter de blesser les sentiments religieux, TeleBilingue relèguera ses propres considérations et points de vue à l'arrière-plan.

Une réserve toute particulière est de mise à l'encontre de religions minoritaires ou étrangères.

## 5.3 Représentation de la violence

Des images de victimes de crimes, d'accidents ou de catastrophes naturelles peuvent être montrées. La tâche d'une chaîne de télévision n'est pas de montrer des images enjolivées de la réalité.

Pour autant qu'elles aient une valeur d'information, des images de violence peuvent être montrées dans une durée raisonnable. Le devoir de réserve reste cependant primordial parce que la notion de respect moral est particulièrement importante pour une télévision locale.

Il n'est par contre pas permis de montrer des mourants ou des visages reconnaissables de personnes décédées ou grièvement blessées. Ceci parce que, dans le pire des cas, un parent pourrait apprendre qu'un proche est mort ou grièvement blessé par l'intermédiaire de la télévision.

Les affaires de drames familiaux ou d'actes désespérés seront commentés avec réserve par TeleBilingue.

De manière générale, TeleBilingue ne parlera pas de cas de suicide.

Le sexe ne sera un thème développé qu'avec une grande réserve par TeleBilingue, et seulement si le sujet présente un intérêt d'information en tant que fait de société ou d'évènement culturel.

## 5.4 Réclamations

Les critiques et les réclamations sont importantes pour permettre d'améliorer ses

propres performances. Elles sont par conséquent des éléments positifs dans notre vie professionnelle. C'est pourquoi nous nous devons de réagir ouvertement aux critiques et aux réclamations, de manière professionnelle et en respectant le point de vue de nos spectateurs et de nos clients.

Nous partons du principe que la personne qui dépose une réclamation exerce sa critique de manière justifiée.

Nous faisons preuve de bonne volonté dans l'examen d'une critique qui nous a été soumise et nous proposons des mesures adéquates pour y répondre. Il faut cependant souligner que de telles mesures ne doivent pas ternir l'image de TeleBilingue.

Si de telles mesures devaient s'avérer insuffisantes ou qu'elles ne devaient pas exister, la direction générale en sera informée.

Le traitement d'une réclamation doit toujours se faire dans les meilleurs délais et dans un style adéquat.

En cas de réclamations importantes, il faut signaler qu'il peut être fait appel à l'ombudsman de TeleBilingue.

## 5.5 Emissions spéciales

En plus du journal télévisé quotidien, TeleBilingue diffuse également quelques autres émissions.

Il s'agit nominativement de:

- Teleglise
- Pulsations
- Immobilier

Ces émissions-là sont réalisées en collaborations avec d'autres institutions et leur contenu rédactionnel est en partie conçu par des équipes rédactionnelles externes.

Ces collaborateurs externes ont le devoir d'informer régulièrement TeleBilingue sur les émissions planifiées. Ils sont également tenus de respecter toutes les directives journalistiques.

Dans des cas particulièrement délicats, ils ont l'obligation d'en délibérer avec la direction des programmes avant de passer à la réalisation. Si une telle concertation n'a pas lieu, TeleBilingue se garde le droit de modifier ou de refuser une diffusion.

## 6 Autorisation de diffusion

Par principe, rien ne peut être diffusé sur TeleBilingue sans avoir d'abord été contrôlé

et approuvé par la direction des programmes ou par une autre personne responsable. Ceci concerne les reportages, les émissions dans leur ensemble ainsi que les spots publicitaires.

Si des conflits apparaissent lors de l'obtention de l'autorisation de diffusion, c'est à la direction des programmes que revient le pouvoir de décision final. Les partenaires d'émissions (sponsors) doivent être informés de cet état de fait, et en particulier de la responsabilité de la direction des programmes, dès le début de leur collaboration avec TeleBilingue.

A l'exception d'aspects relevant de la sphère juridique (LRTV), les demandes de nos partenaires seront examinées avec bonne volonté.

En cas de graves dissensions entre les désirs et les opinions des deux partis, la direction générale interviendra à temps.

## 7 Le travail devant la caméra

Par principe, toutes les personnes qui présentent une émission sur TeleBilingue ou qui envisagent d'apparaître régulièrement sur TeleBilingue doivent passer par un casting. Ceci est également valable pour des émissions sponsorisées.

Personne ne peut être engagé pour des passages réguliers à l'écran sans que son télégénisme n'ait été testé au préalable.

De plus, des personnalités connues de la vie publique (politiciens, propriétaires d'entreprises, leaders économiques, etc...) ne peuvent pas être engagées comme présentateurs.

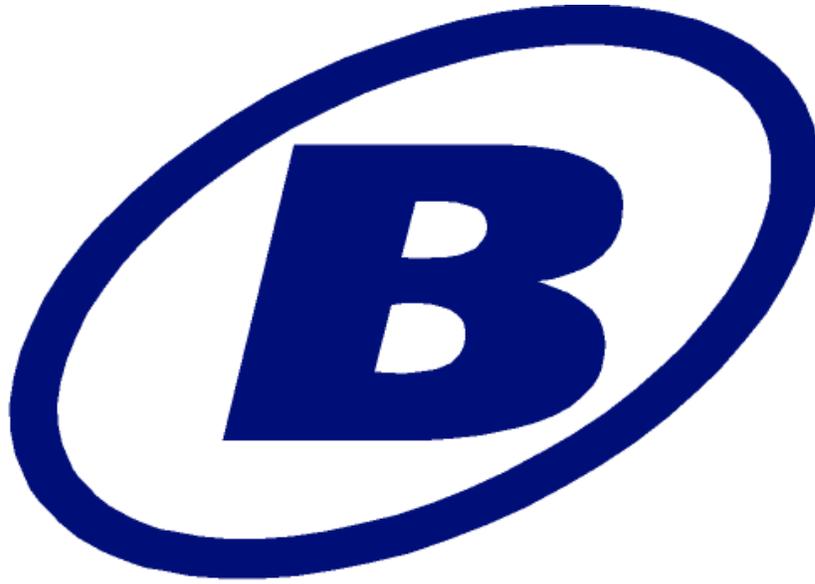
Les présentateurs et les présentatrices sont les enseignes de TeleBilingue. C'est pourquoi il va de soi qu'ils et elles doivent présenter toutes les émissions en veste, à l'exception des jours de canicule où une chemise, une blouse ou un T-shirt sans inscription peuvent être tolérés.

### **TeleBilingue SA**

Marc Gassmann  
Président du conseil d'administration

Mario Cortesi  
Vice-président du conseil d'administration

TeleBilingue SA  
Lignes directrices



***TeleBielingue***

*VJ-Handbuch*

Liebe Praktikantin, lieber Praktikant,

herzlich willkommen bei TeleBilingue! Wir wünschen Dir eine spannende und lehrreiche Zeit. Während der Arbeit hier werden viele Fragen auftauchen. Einige davon kann dieses Heft beantworten. Falls Du noch Anregungen hast, nehmen wir die gerne hier auf. Das folgende Handbuch ist ein Leitfaden, das im Grossen und Ganzen den Produktionsablauf bei TeleBilingue beschreibt. Kleine Änderungen sind vorbehalten.

Viel Spass im Praktikum!

Die Redaktion  
August 2006

---

Tagesablauf .....	4
Wer, wo, was .....	5
Telefonnummern .....	5
Dienstplan .....	5
Autos .....	5
Hilfsmittel.....	6
Kamerasets .....	6
Wer ist bei Sendepannen zu benachrichtigen? .....	6
Journalistisches ABC .....	7
Filmisches ABC.....	7
Begriffserklärungen.....	8
Abmodi .....	8
Agenda.....	9
Anmodi .....	9
Archiv .....	9
Beitrag.....	9
Bluebox .....	9
Briefing.....	9
Einblender / Insciber .....	9
Meteo .....	9
Newsout .....	9
Nif.....	9
Offtext.....	10
Ontext.....	10
Pushed Nif / Push .....	10
Schlagzeilenbild .....	10
State.....	10
Tipps und Tricks.....	10
Schnittplatz Incite.....	10
Produktionsraster .....	12

## **Tagesablauf**

- 8:30            Beginn mit Zeitungslektüre  
                 Besonders die regionalen Nachrichten sind von Interesse
- 9:00            Redaktionssitzung (circa 30 Minuten)  
                 Es wird festgelegt, wer welches Thema in welcher Form bearbeitet
- anschl.:        Recherche, Filmen etc.  
                 Die Pausenzeiten sind nicht festgesetzt
- so früh wie möglich vor 16 Uhr: Briefing der Moderatoren
- 16:30            zweite Redaktionssitzung (circa 10 Minuten)  
                 Es wird festgestellt, wer mit seiner Arbeit wie weit ist
- bis 16:30        müssen die Schlagzeilenbilder in der Technik sein
- bis 18:45        müssen alle Beiträge in der Technik sein
- 19:00            Sendestart Deutsch  
19:30            Sendestart Französisch
- anschl.:        Archiv, Aufräumen  
                 Am Wochenende beginnt die Arbeit um 9:30 Uhr.

**Ein detailliertes Produktionsraster findet sich im letzten Kapitel.**

## Wer, wo, was

Grundsätzlich solltest Du Dich zu Beginn Deines Praktikums bei allen Dir unbekanntem Gesichtern vorstellen. So erleichterst Du Dir und den anderen Deinen Start ins Praktikum.

### Telefonnummern

<b>Funktion</b>	<b>Name</b>	<b>Nummer</b>
Sekretariat	Bénédicte Buomberger & Andrea Flückiger	9911
Programmleitung	Karin Rickenbacher	9901
Redaktionsleitung	Adrian Reusser	9907
Produktion		9921
Redaktion 1		9920
Redaktion 2		9922
Technik	Christoph Gerber	9905
Regie		9910
Moderatoren		9908
Verkaufsleitung	Edi Bühler	9906
Werbeverkauf	Daniela Glauser	9905
	Patrick Besch	9915
Werbeproduktion	Laurent Wyss	9903
	Micha Hurni	9903

Falls das Sekretariat nicht besetzt ist, werden Anrufe in die Redaktion weitergeleitet. Damit kein Anruf verloren geht, bitte mit "TeleBilingue" und Deinem Namen melden. Nachrichten mit Datum, Uhrzeit, Ansprechpartner etc. an die zuständige Person weiterleiten.

Vor der Wahl nach draussen „0" vorwählen.

Zum Verbinden eines Anrufs: entsprechende Nummer wählen, abwarten, bis der Hörer des Anschlusses aufgenommen wird, Anruf anmelden und auflegen. Um einen Anrufer zurückzunehmen, Taste 1 drücken.

### Dienstplan

Im Krankheitsfall bitte so früh wie möglich im Sekretariat abmelden.

Während der ersten drei Praktikumswochen arbeitet man von Montag bis Freitag.

Anschliessend wird im Wechsel auch jedes zweite Wochenende eingeplant. Bei nicht krankheitsbedingten Änderungen muss man sich selber um einen Ersatz kümmern und dies Natascha Schwyn mitteilen.

Der Dienstplan ist verbindlich.

### Autos

Für die Arbeit stehen dem TeleBilingue-Team vier Autos zur Verfügung:

Toyota, VW Lupo, Renault Kangoo und Peugeot 206.

Der Peugeot 206 ist für die Werbeabteilung reserviert und darf nur in Ausnahmefällen in Absprache mit dem Produzenten gefahren werden.

Die Autos stehen in der Einstellhalle des CC auf den beschrifteten Parkplätzen.

Bei Benzinmangel bitte tanken, die Quittung aufbewahren und im Sekretariat für die Rückerstattung abgeben. Vor dem Losfahren bitte im Ordner "Autos" Datum, Uhrzeit und Namen eintragen.

**Bitte keinen Müll im Auto lassen und immer alle Türen abschliessen!**

### **Hilfsmittel**

Nachschlagewerke und Stadtpläne liegen in der Redaktion.

### **Kamerasets**

Es gibt 6 Kamerasets bei TeleBilingue:  
eine 170er Kamera (orange)  
drei 150er Kameras (rot, gelb und weiss)  
zwei 250er Kameras (grau und blau)

Ein komplettes Set besteht aus:

Kamera

Stativ

Mikrofon

Mikrofonkabel

Windschutz

Kopfhörer

Vor dem Losgehen: **unbedingt** das Set auf Vollständigkeit überprüfen und sich in die Liste «Zubehör VJs» eintragen

### **Wer ist bei Sendepannen zu benachrichtigen?**

Bei Sendepannen wie z.B. keine Sendung, Verzögerungen Ton/Bild oder anderen Ausstrahlungsfehlern, bitte ich Euch unverzüglich die Techniker zu informieren. Wir sind auf Eure Mitarbeit angewiesen, um in solchen Fällen schneller reagieren zu können.

Telefon Technik: 032 321 99 10

Im Normalfall ist die Technik bis 20:00 Uhr besetzt. Bei Abendaufzeichnungen bis 22:30 Uhr. Bitte das erste Telefonat immer an obenstehende Nummer. Falls niemand erreichbar ist, steht Euch Christoph Gerber jederzeit unter der Nummer 078 825 68 98 zur Verfügung.

Bitte speichere diese beiden Nummern in deinem Telefonbuch ab, damit du uns benachrichtigen kannst.

## Journalistisches ABC

Anhand der folgenden sechs "W-Fragen" kann man eine Recherche beginnen. Die Antwort auf diese sechs Fragen sollte man mindestens haben. Weiteres ergibt sich selbstverständlich je nach Thema und Anlass.

Was (ist passiert)?

Wer (ist darin involviert)?

Wie (ist es passiert)?

Wo (ist es passiert)?

Wann (ist es passiert)?

Warum (ist es passiert)?

Der Journalist hat die Aufgabe, dem Zuschauer Sachverhalte verständlich nahe zu bringen. Der Zuschauer ist auch nicht dümmer oder klüger als der Journalist, hat aber weniger Zeit, sich das Thema begreiflich zu machen. Hat man etwas nicht verstanden, gilt also: Nachfragen!

Wenn man einen Text für einen Beitrag verfasst, sollte man sich vor Augen halten, dass der Zuschauer nur ein einziges Mal Gelegenheit hat, die Informationen anzuhören. Daher sollten die Sätze einfach strukturiert sein und ihre Aussagen sollten auf den Punkt kommen. Die Sätze sollten möglichst als Hauptsätze ohne Nebensätze und Verschachtelungen formuliert werden. Fremdworte, für die es entsprechende deutsche Ausdrücke gibt, soll man vermeiden. Daten, Ortsangaben und Namen müssen genau stimmen. Adjektive sollte man sparsam verwenden: Beschreibungen können durch die Bildsprache und durch Statements dem Zuschauer besser nahegebracht werden. Bild und Text sollten sich immer möglichst entsprechen: die sogenannte "Bild-Ton-Schere" ist zu vermeiden. Beim Texten kann man auf das Bildmaterial achten, und wenn man schon beim Filmen den späteren Text im Hinterkopf hat, kann man sehr effizient arbeiten.

Titel und Funktionen von Interviewpartnern sollte man sich immer in beiden Sprachen geben lassen, damit die Einblender korrekt sind.

## Filmisches ABC

Vor dem Losgehen überprüfen:  
Ist das Material vollständig?

- immer Licht einpacken
- Akku einsetzen und seine Dauer kontrollieren
- Kassette zurückspulen
- Timecode zurücksetzen
- 30 Sekunden Color-Bar filmen
- Schreibzeug und Block mitnehmen

- Natel einschalten (während eines Interviews auf lautlos stellen)
- Bei Problemen auf "Dreh" sofort den Produzenten anrufen!

Die Kamera gehört immer aufs Stativ. Nach dem Einschalten führt man bei den Lichtverhältnissen, bei denen man filmen will, den Weissabgleich durch. Anschliessend wählt man die Cadrage, d.h., den richtigen Ausschnitt. Für Interviews gilt folgende Regel, von der es keinerlei Ausnahme gibt:

Der Interviewpartner wird entweder links oder rechts von der Bildmitte positioniert und hat in seine Blickrichtung hin noch etwas Platz. Steht er links von der Bildmitte, schaut er nach rechts. Steht er rechts von der Bildmitte, schaut er nach links. Niemals steht jemand rechts und schaut nach rechts aus dem Bild heraus! Bei zwei oder mehr Interviewpartnern wechselt man die Blickrichtung ab.



Der Kopf des Interviewpartners sollte etwa ab Schulterhöhe im Bildausschnitt sein. Manchmal kann die Kopfansicht oben etwas angeschnitten werden. Die Cadrage sollte weder zu eng noch zu weit gewählt werden. Hals und Stirn müssen sichtbar sein. Die Kamera wird auf Höhe der Augen des Interviewpartners gestellt. Während des Interviews schaut der Interviewpartner nicht in die Kamera, sondern auf den VJ, der neben der Kamera steht. Zu starke Profilaufnahmen sollte man vermeiden damit beide Augen sichtbar sind.

Schwenks und Zooms sollten nur dann eingesetzt werden, wenn sie wirklich gerechtfertigt sind und einen Sinn haben - also fast nie.

Der Ton wird laufend über die Kopfhörer kontrolliert. Das Mikrofon hält der VJ, nicht der Interviewpartner. Interviews werden immer mit dem Zusatzlicht gefilmt, es sei denn, die Lichtverhältnisse sind überdurchschnittlich gut (etwa bei Aussenaufnahmen).

Während eines Interviews das Natel ausschalten.

## Begriffserklärungen

### Abmodi

von "Abmoderation"

Text der Moderatoren nach dem Beitrag. Eine Abmoderation wird in besonderen Fällen gesprochen, wie etwa bei einem Spendenaufruf o.ä.

**Agenda**

Circa sechs Filmeinstellungen für den Veranstaltungskalender.

Timecodes notieren und mit der Kassette vor 14 Uhr bei den Technikern abgeben.

**Anmodi**

von "Anmoderation"

Text der Moderatoren zur Ansage des Beitrags

In die Anmoderation gehören die Grundinformationen zum Thema anhand der sechs W-Fragen. Auch die Infos, die man schlecht bebildern kann, gehören in die Anmodi.

Normalerweise dauern die gesprochenen Anmodi circa 30 Sekunden, was etwa fünf geschriebenen Sätzen entspricht.

**Archiv**

Das Archiv von Telebilingue steht im Internet. Jeder Beitrag wird abends vom VJ unter <http://www.telebilingue.ch/admin.cfm> eingetragen («Beitrag erfassen»). «Beitrag suchen» ermöglicht die Suche nach Stichworten. Das Passwort ist «Incite».

**Beitrag**

Bericht mit einer Dauer von 1'30 bis 3 Minuten. Der vom VJ verfasste Text wird gesprochen und bebildert, dazu kommen Statements von mindestens zwei Interviewpartnern.

**Bluebox**

für Agenda: mehrere Einstellungen, Bilder sind mit Musik unterlegt, Moderator spricht davor.

**Briefing**

Die Moderatoren benötigen für ihre Anmoderationen Informationen über das Thema von Beitrag, Nif, Newsout etc. Gebrieft wird vor 16 Uhr.

**Einblender / Insciber**

Leiste mit Name und Funktion (ggf. auch Titel) eines Interviewpartners. Unbedingt auf ihre Richtigkeit überprüfen!

**Meteo**

circa 30-sekündige Aufnahme eines Sujets, welches die Wettervorhersage illustrieren kann (Weidetiere, Flussufer etc.)

Timecodes notieren und mit der Kassette vor 14 Uhr bei den Technikern abgeben.

**Newsout**

Dauer circa 1 Minute bis 1'30

Bilder mit Musik zum Nachrichtenausklang

**Nif**

von «Nachrichten im Film»

Dauer circa 30 sec mit einem Minimum von etwa sieben bis zehn Einstellungen. Den Text spricht der Moderator. Nifs werden bis spätestens 18:30 Uhr fertig gestellt und in die Technik gegeben.

**Offtext**

Text, der vom VJ für einen Beitrag geschrieben und gesprochen wird.

**Ontext**

Text, der von den Interviewpartnern gesprochen wird, also die Statements.

**Pushed Nif / Push**

Dauer circa 1'30. Ein Pushed Nif hat einen eigenen Offtext und eine Person dazu im Statement.

**Schlagzeilenbild**

Standbild aus dem Beitrag, welches frühzeitig in die Regie gegeben werden muss und dort mit dem Schlagzeilen-Einblender versehen wird.

**State**

von "Statement"

Aussage eines Interviewpartners für einen Beitrag oder ein Pushed Nif. Das State sollte die Aussage des Offtextes nicht wiederholen, sondern ergänzen.

**Tipps und Tricks**

Die Moderatoren benötigen die Informationen für die Nifs so früh wie möglich (ab Mittag). Nach Möglichkeit sollte man den Moderatoren schon vor dem Filmen das Infomaterial geben. Geht das Nif auf einen Zeitungsartikel zurück, ist es sinnvoll, Zusatzinformationen einzuholen (vor Ort oder per Telefon).

Die Recherche für einen Beitrag kann aufgrund der sechs W-Fragen aufgenommen werden. Als erstes sollte man klären, welche Interviewpartner in Frage kommen würden und diese kontaktieren, um einen Termin abzusprechen. Die Fragen sind klar zu formulieren. Welche Bilder sind für den Beitrag nötig? Können diese eventuell schon vor dem Interview gefilmt werden? Die Zeit bis zum Filmen und Interviewen kann mit Recherchearbeit genutzt werden. Manchmal ist es sinnvoll, auf Archivmaterial zurückzugreifen.

**Schnittplatz Incite**

Die Beiträge werden auf den Incite-Computern geschnitten.

1. Im ersten Schritt, beim sogenannten "Loggen", werden ausgewählte Sequenzen von der Kassette auf den Computer überspielt und via Timecode definiert. Das

dauert länger als man denkt, darum sollten schon jetzt nur die Passagen überspielt werden, die man später auch wirklich verwenden will. Maximale Anzahl zu loggender Bildpassagen ("Clips") sind etwa 35 Stück (hängt auch von der jeweiligen Länge ab).

Folder "Projekte" auf "E" Folder "Bildspeicher" auf "F"

New Folder + Filename + Save New Folder + Filename + Save

Als Filename sollte man ein Stichwort verwenden, unter dem auch andere schnell das Thema des Berichts erkennen können (hilft im Stress).

Das Loggen geschieht mittels der Tasten Q, W, E und der Leertaste

Q = Beginn der Passage

W= Ende der Passage

E= Speichern

## 2. Überspielen und Speichern

Eine Passage auswählen und mittels Ctrl+A alle markieren

Rechte Maustaste

Batch capture

Auf dem rechten Bildschirm: Select all + Capture In (ordnet die Clips chronologisch) Start Capture und OK

## 3. Falls der Text noch nicht geschrieben ist, bietet es sich an, ihn jetzt zu verfassen und zum Übersetzen zu geben.

## 4. Struktur der Reportage erstellen

Aufnahme des Offtextes:

a) Media logging

b) A3-Spur aktivieren, alle übrigen deaktivieren

c) Roter Knopf (Record, Beginn der Aufzeichnung)

d) Roter Knopf (Ende der Aufzeichnung)

e) Clip mit Mikrofon erscheint im Fenster mit den geloggen Clips

Tonspuren aufrufen: +AV

Schnitt des Offtextes

## 5. Einfügen der States

Die States werden an den passenden Stellen zwischen den Offtext geschnitten,

Die Tonspur der States liegt unterhalb derer der Bildclips, um später den Ton anpassen zu können. Die Länge des gesamten Beitrags kann jetzt angepasst werden.

## 6. Schnitt

Die Bildclips werden über den Offtext gelegt

Man fängt immer mit einigen Sekunden Bildclip an, bevor die Stimme einsetzt.

Vor und nach den States werden ebenfalls einige Sekunden Bildclip ohne Offtext gezeigt. So vermeidet man allzu abrupte Übergänge. Zum Schluss einer

Reportage zeigt man ebenfalls immer einige Augenblicke Bild ohne Offtext.

7. Einfügen der Einblender (Inscriber)  
Die korrekte Schreibweise von Namen und Funktionen ist sehr wichtig, darum bitte immer überprüfen.

## Produktionsraster

9:00 - 9:30	erste Redaktionssitzung
12:30	erste Version des Programms (an Moderatoren und Technik) Infos zur Agenda an Moderatoren Freitags: Infos zur "Woche" (Wiederholungen) an Moderation und Technik
13:00	vierter Beitrag in beiden Sprachversionen in die Regie Donnerstags: KinoTipp
13:30	Briefing der Moderatoren zum Interview Agenda- und Meteobilder in der Regie
14:00	Aufzeichnung Agenda und Meteo Montags, Mittwochs und Freitags nach Absprache mit der Technik
14:30 - 16:00	Briefing der Moderatoren zu den Nifs
15:00 - 16:00	Beginn der Aufzeichnung des Interviews (Variante 2: zwischen 16 und 17 Uhr)
16:00 - 17:30	Briefing der Moderatoren zu den Beiträgen und Schlagzeilen
16:15	3. Beitrag in beiden Sprachversionen in der Regie
bis 16:30	Schlagzeilenbilder und Schlagzeilen in der Regie
16:30	zweite Redaktionssitzung
17:30	Lesen der Nifs (Variante 2: circa 16:00, in der Zeit vor dem Interview)
18:00	zweiter Beitrag in beiden Sprachversionen in die Regie Nifs in beiden Sprachversionen in die Regie
18:15	Aufzeichnung von News und Börse auf deutsch
18:30	Aufzeichnung von News und Börse auf französisch
18:30	Redaktionsschluss
18:45	erster Beitrag in beiden Sprachversionen in der Regie



***TeleBielingue***

***Manuel du VJ***

(le texte allemand fait foi)

Chères stagiaires, chers stagiaires,

Bienvenue chez TeleBilingue! Nous te souhaitons un séjour intéressant et qui te permettra de te familiariser avec le monde du petit écran. Lors de ton activité, de nombreuses questions surgiront. Ce manuel a pour but de tenter d'y répondre au mieux. Au cas où tu aurais des vœux à émettre, n'hésite pas à nous en faire part. Ce fascicule est une sorte de mode d'emploi du travail journalier à effectuer chez Telebilingue. De petites modifications sont toujours envisageables.

Nous te souhaitons plein de plaisir pour ton stage.

La rédaction  
août 2006

Déroulement d'une journée.....	4
Qui, où, quoi.....	5
Numéros de téléphones.....	5
Plan d'engagement.....	5
Voitures.....	5
Moyens.....	6
Sets de caméras.....	6
Qui doit-on informer lors d'une panne de diffusion?.....	6
ABC journalistique.....	7
ABC filmique.....	7
Explications de différents termes.....	9
Texte de désannonce (ab-modi).....	9
Agenda.....	9
Texte d'annonce (an-modi).....	9
Archives.....	9
Reportage.....	9
Bluebox.....	9
Briefing.....	9
Superposition / Insciber.....	9
Meteo.....	9
Newsout.....	9
Nif.....	10
Texte en voix off.....	10
Texte en voix on.....	10
Pushed Nif / Push.....	10
Images pour les titres.....	10
State.....	10
Trucs et astuces.....	10
Table de montage Incite.....	11
Grille de production.....	12

## Déroulement d'une journée

- 8:30                    Lecture des journaux  
En prêtant un intérêt tout particulièrement aux nouvelles locales
- 9:00                    Séance de rédaction (environ 30 minutes)  
Définition du sujet à traiter et de qui et de quelle façon il sera traité
- Puis:                    Recherches d'informations, tournage etc.  
Les temps de pause ne sont pas fixés
- Avant 16.00 mais aussitôt que possible: briefing des présentateurs
- 16:30                    deuxième séance de rédaction (environ 10 minutes)  
Vérification de l'avance des travaux
- Jusqu'à 16:30        Les images pour les titres doivent être en possession des techniciens
- Jusqu'à 18:45        tous les reportages doivent être en possession des techniciens
- 19:00                    Début de l'émission en allemand  
19:30                    Début de l'émission en français
- Puis:                    Archivage, rangements  
Le week-end, le travail débute à 09.30

**Un schéma détaillé du plan de production se trouve dans le dernier chapitre**

## Qui, où, quoi

En principe, tu devrais débiter ta formation en faisant connaissance avec toutes les personnes qui travailleront avec toi. De cette façon, tu facilites la collaboration entre tous dès le début de ton stage.

### Numéros de téléphones

Fonction	Nom	Numéro
Secrétariat	Bénédicte Buomberger & Andrea Flückiger	9911
Cheffe des programmes	Karin Rickenbacher	9901
Chef de la redaktion	Adrian Reusser	9907
Production	en rotation	9921
Rédaction 1	en rotation	9920
Rédaction 2	en rotation	9922
Technique	Christoph Gerber	9905
Regie	en rotation	9910
Présentateurs	en rotation	9908
Cheffe de vente	Edi Bühler	9906
Vente publicité	Daniela Glauser	9905
	Patrick Besch	9915
Production publicité	Laurent Wyss	9903
	Micha Hurni	9903

Au cas où le secrétariat ne serait pas desservi, les appels sont déviés à la rédaction. Afin qu'aucun appel reste en attente, annonce-toi avec "TeleBilingue" et mentionne ton nom. Transmet l'appel à la personne concernée en lui indiquant la date, l'heure et le nom de l'appelant.

Pour les appels à l'extérieur, composer le "0".

Pour passer un appel: composer le numéro désiré, attendre jusqu'à ce que la personne concernée ait décroché, lui indiquer le motif de l'appel, puis raccrocher. Pour reprendre un appel, presser la touche 1.

### Plan d'engagement

En cas de maladie, merci d'avertir au plus vite le secrétariat.

Durant les trois premières semaines de stage, le temps de travail est compris du lundi au vendredi. Ensuite, il est planifié de travailler un week-end sur deux selon un système de rotation. Si l'absence n'est pas due à une maladie, il faut soi-même trouver un remplaçant et en faire part à Natascha Schwyn.

Le plan d'engagement est définitif.

## Voitures

Pour l'accomplissement de son activité, TeleBilingue met à disposition du team 4 voitures: Toyota, VW Lupo, Renault Kangoo et Peugeot 206.

La Peugeot 206 est réservée pour l'équipe de vente et ne peut être utilisée qu'avec l'accord du producteur. Les voitures se trouvent au garage souterrain du CC sur les places indiqués.

Si vous devez faire le plein, demandez une quittance et remettez la au secrétariat qui procédera au remboursement. Avant de prendre un véhicule, veuillez noter la date, l'heure et le nom de la personne qui l'emprunte dans le classeur "autos",.

**Merci de ne pas laisser de désordre dans les voitures et de fermer à clés toutes les portes !**

## Moyens

Les ouvrages de références ainsi que des plans de la ville sont à disposition à la rédaction.

## Sets de caméras

Telebilingue possède 6 sets de caméras:

Une caméra 170 (orange)

trois caméras 150 (rouge, jaune et blanche)

deux caméras 250 (grise et bleue)

Un set complet contient:

caméra

trépied

microphone

câble de microphone

protection contre le vent

casque d'écoute

Avant de partir: il est **indispensable** de contrôler si le matériel est complet et en état de marche et de s'inscrire sur la liste "accessoires VJ's".

## Qui doit-on informer lors d'une panne de diffusion?

Lors d'une panne de diffusion (par ex. pas de transmission, décalage son/image ou autres problèmes), nous vous prions d'informer au plus vite les techniciens. Nous avons besoin de votre collaboration, afin de pouvoir réagir rapidement en cas de panne.

Téléphone technique: 032 321 99 10

Normalement, la technique est occupée jusqu'à 20h. Lors d'enregistrement le soir, même jusqu'à 22h30. Veuillez svp en premier lieu toujours appeler le numéro ci-dessus. Si un contact ne peut pas être établi, je suis toujours à votre disposition au numéro 079 784 78 22.

Merci d'enregistrer ces deux numéros, afin de pouvoir nous contacter à tout instant.

## ABC journalistique

Sur la base des 6 points suivants, il vous sera possible d'entamer les recherches adéquates. Il est judicieux de recevoir une réponse à chacune de ces questions. D'autres renseignements dépendent bien sûr du sujet traité ou de la manifestation:

- Quoi (que s'est-il passé) ?
- Qui (est concerné) ?
- Comment (cela s'est-il passé) ?
- Où (cela s'est-il passé) ?
- Quand (cela s'est-il passé) ?
- Pourquoi (cela s'est-il produit) ?

Le journaliste a pour tâche de fournir au téléspectateur une explication simple et compréhensible du sujet traité. Le spectateur n'est pas moins ou plus "intelligent" que le journaliste, mais il a moins de temps à disposition pour comprendre le sujet traité. Au cas où vous n'avez pas compris une explication donnée: s'informer à nouveau !

Lorsque l'on écrit un texte accompagnant le reportage, il ne faut pas oublier que le téléspectateur n'a qu'une seule fois la possibilité de prendre connaissance du contenu. C'est pourquoi il est important de structurer les phrases de façon simple et d'en venir au fait rapidement. Les phrases devraient être formulées en tant que phrase principale en laissant de côté les subordinées et les expressions compliquées. Il est préférable de laisser de côté les mots étrangers qui disposent d'expressions spécifiques en français. Les dates, désignations d'endroits et les noms doivent toujours être exacts. Employer avec modérations les adverbes: Les descriptions peuvent mieux être expliquées par l'intermédiaire des images et des interventions. Les images et le texte doivent coïncider au mieux: la réputée "coupe image-son" est à éviter. En écrivant le texte, il est possible de s'aider des images à disposition. En outre, si vous avez déjà le texte que vous écrirez en tête durant le tournage, vous pourrez travailler de façon tout à fait efficace.

Le titre et la fonction de la personne interrogée doivent toujours être disponibles dans les deux langues afin de pouvoir les incruster correctement dans le reportage.

## ABC filmique

A contrôler avant de se mettre en route:

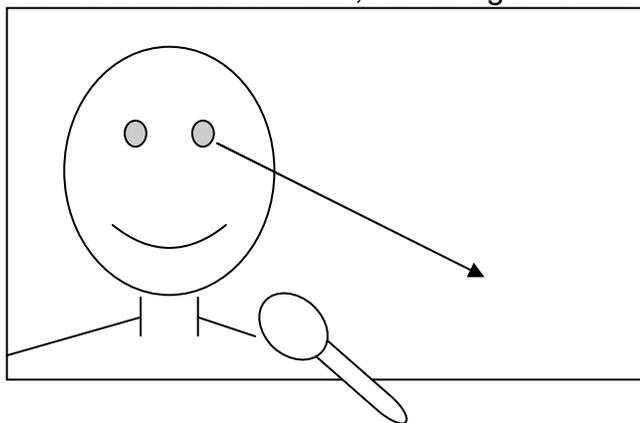
Le matériel est-il complet ?

- Prendre la lumière avec soi
- Installer l'accu et contrôler sa capacité
- Rembobiner la cassette

- Remettre le Timecode à zéro
- Filmer une barre-couleur durant 30 secondes
- Se munir de papier et de crayons
- Enclencher son natel (le mettre sur silence lors d'une interview)
- En cas de problèmes survenant lors du tournage, avertir au plus vite le producteur !

La caméra doit **toujours** être mise sur un trépied. Après avoir mis la caméra en fonction, on procède à la balance des blancs en tenant compte de l'éclairage spécifique au lieu de tournage. Ensuite, on choisit le cadrage, c'est à dire, la coupe adéquate. Lors des interviews, il est impératif d'observer sans exception la règle suivante:

L'interlocuteur se place à gauche ou à droite du milieu de l'image et a encore un peu de place pour la direction de son regard. Si il se trouve à gauche du centre de l'image, il dirige son regard à droite. Si il se trouve à droite du centre de l'image, il regarde à gauche. En aucun cas un interlocuteur se trouvera à droite tout en regardant à droite de l'image ! Si deux ou plus d'interlocuteurs sont interviewés, on changera la direction du regard en alternance.



La tête de l'interlocuteur devrait se trouver à hauteur d'épaule par rapport au cadrage. Il est possible de couper légèrement la partie supérieure de la tête. Le cadrage ne doit pas être trop éloigné ou trop près du sujet. Le cou et le front doivent être visibles. La caméra sera placée à la hauteur des yeux de l'interlocuteur. Durant l'interview, l'interlocuteur ne regarde pas en direction de la caméra, mais en direction du VJ qui est placé à côté de la caméra. Il faut exclure de filmer avec un profil trop prononcé, afin de permettre au téléspectateur de voir les yeux de l'intervenant.

Les panoramiques et les zooms ne seront utilisés que si ils sont indispensables et qu'ils ont un sens...donc pratiquement jamais.

Le son est constamment contrôlé au moyen du casque. Le microphone est tenu par le VHJ et non pas par l'interlocuteur. Il faut toujours utiliser la lampe d'appoint lors d'une interview, à moins que les conditions d'éclairage soient absolument adéquates (par exemple lors de tournages à l'extérieur).

Eteindre son natel lors de l'interview.

## Explications de différents termes

### Texte de désannonce (ab-modi)

Texte du présentateur venant après le reportage. Un texte de présentation est prévu dans des cas spéciaux, par exemple lors d'une demande de don, etc...

### Agenda

Environ 6 prises de vue pour le calendrier des manifestations.

Noter la position du timecode et donner la cassette au technicien avant 14 heures.

### Texte d'annonce (an-modi)

Texte du présentateur venant avant le reportage.

Ce texte comprend des informations incluant les indications provenant des 6 questions de l'ABC journalistique. Ce texte comprend également les informations difficilement explicites par les images. Normalement, un texte d'annonce a une durée d'environ 30 secondes, ce qui correspond à environ 5 phrases.

### Archives

Les archives de Telebilingue se trouvent sur Internet. Le soir, chaque reportage est sauvegardé par le VJ sous <http://www.telebilingue.ch/admin.cfm> ("saisie de reportage"). "recherche de reportage" permet de retrouver au moyen de mots-clés. Le mot de passe est "incite".

### Reportage

Compte-rendu d'une durée de 1'30 à 3 minutes. Le texte écrit par le VJ est narré et mis en images. S'ajoutent les interventions d'au moins deux interlocuteurs.

### Bluebox

Pour l'agenda: plusieurs prises de vues, une musique souligne les images et le présentateur commente avec les images en arrière-fond.

### Briefing

Pour leurs textes de présentation, les présentateurs ont besoin d'informations concernant le sujet du reportage, nifs, newsout, etc...Le briefing a lieu avant 16 heures.

### Superposition / inscrire

Indiquer le nom et la fonction (éventuellement le titre) de l'interlocuteur. Il est impératif de contrôler l'exactitude des informations.

### Météo

Environ 30 secondes d'images d'un sujet qui illustre la météo du jour (pâturages, rivières etc...)  
Noter la position du timecode et faire parvenir la cassette à la technique avant 14 heures.

### Newsout

Durée environ 1 minute à 1mn 30

Images avec musique permettant de terminer les actualités.

**Pushed Nif / Push**

Les actualités sous forme de film court.

D'une durée d'environ 30 secondes avec au minimum 7 à 10 prises de vues différentes. Le texte est lu par le présentateur. Les nifs sont terminés au plus tard à 18h30 et remis à la technique.

**Texte en voix off**

Texte qui est écrit et lu par le VJ ayant réalisé le reportage.

**Texte en voix on**

Texte qui est parlé par l'interlocuteur, en d'autres termes, il s'agit du statement.

**Pushed Nif / Push**

Durée environ 1.30mn. Un pushed nif a son propre texte en voix off et une personne sous forme de statement.

**Images pour les titres**

Image fixe tirée du reportage qui doit être remise assez tôt à la régie, et qui sera utilisée lors de la présentation des titres des actualités.

**State**

de „Statement“

Déclarations d'un interlocuteur dans un reportage ou dans un pushed nif. Ce state devrait compléter et non pas répéter l'information donnée dans le texte en voix-off.

**Trucs et astuces**

Les présentateurs doivent être en possession des informations concernant les nifs aussi vite que possible (dès le début d'après-midi). Dans le meilleur des cas, il est judicieux de remettre ces informations avant de faire le tournage. Si le nif se base sur un article de journal, il est utile de rassembler d'autres informations complémentaires (à l'endroit du tournage ou par téléphone).

Les recherches pour un reportage peuvent se faire en respectant la base des 6 questions à poser. En premier lieu, il s'agit de déterminer qui sera l'interlocuteur et de le contacter afin de fixer un rendez-vous avec lui. Les questions doivent être clairement formulées. Quelles sont les images intéressantes pour le reportage ? Est-il possible de se les procurer avant l'interview ? Le temps compris entre la prise de rendez-vous et l'interview peut être utilisé pour rechercher l'information souhaitée. Il peut être utile de retrouver du matériel d'archives.



On débute toujours par quelques secondes de clips images avant de placer la voix. Avant et après le states, quelques secondes de clips images sans texte seront placés. Ce procédé permet d'éviter des transitions abruptes. En fin de reportage, on montre également toujours quelques images sans texte.

7. Mise en place d'une insertion (inscriber)

L'exactitude d'une indication de noms et de fonctions est très importante. Raison pour laquelle il faut toujours contrôler son contenu.

## Grille de production

9:00 - 9:30	Première séance de rédaction
12:30	Première version du programme (aux présentateurs et à la technique) Infos concernant l'agenda à remettre aux présentateurs vendredi: infos "semaine" (rediffusion) à remettre aux présentateurs et à la technique
13:00	Remise du 4ème reportage dans les deux langues à la régie jeudi: conseil cinéma
13:30	Briefing des présentateurs pour l'interview Remise des images agenda et météo à la régie
14:00	Enregistrement de l'agenda et de la météo Lundi, mercredi et vendredi, heures d'enregistrement selon entente avec la technique
14:30 – 16:00	Briefing des présentateurs pour les nifs
15:00 – 16:00	Début de l'enregistrement de l'interview (Variante 2: entre 16h et 17h)
16:00 – 17:30	Briefing des présentateurs pour les reportages et les titres
16:15	Remise du 3ème reportage dans les deux langues à la régie
bis 16:30	Images-titres et titres à la régie
16:30	Deuxième séance de rédaction (ensuite de quoi, les titres sont faxés à radio Canal 3 jusqu'au plus tard 17.30)
17:30	Lecture des nifs (Variante 2: environ 16.00, avant l'enregistrement de l'interview)
18:00	Remise du 2ème reportage dans les deux langues à la régie Nifs dans les deux langues à la régie
18:15	Enregistrement des actualités et de la bourse en allemand
18:30	Enregistrement des actualités et de la bourse en français
18:30	Bouclage de l'émission
18:45	Remise du 1er reportage dans les deux langues à la régie

# **Aus- und Weiterbildungskonzept TeleBilingue AG**

## **1. Allgemeines:**

- 1.1 Die TeleBilingue AG fördert ihre redaktionellen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch das Angebot verschiedener interner und externer Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.
- 1.2 Die TeleBilingue AG stellt jährlich mindestens 0,5 - 1 % der AHV-pflichtigen Lohnsumme der fest angestellten Programmschaffenden für Aus- und Weiterbildungsangebote zur Verfügung.
- 1.3 Das Ausbildungskonzept der TeleBilingue AG umfasst interne und externe Kursangebote und Coachings, im Haus durch externe AusbilderInnen sowie durch externe Referenten im Haus durchgeführte Ausbildungskurse zu bestimmten Fachbereichen der Programmproduktion.
- 1.4 Betreffend externe Ausbildungskurse unterscheidet die TeleBilingue AG zwischen angeordneter und nachgefragter Ausbildung:  
Externe Kurse, angeordnet durch die TeleBilingue AG:  
Zur punktuellen Weiterbildung oder Beseitigung bestimmter Schwächen, können externe Ausbildungskurse angeordnet werden. Die TeleBilingue AG übernimmt in diesem Fall die gesamten Kurskosten und rechnet die Kurszeit als Arbeitszeit ab (entsprechend dem Anstellungspensum).  
Externe Kurse auf Wunsch eines Mitarbeitenden:  
Die Modalitäten der Besuche entsprechender Ausbildungskurse werden individuell zwischen den Mitarbeitenden und der Redaktionsleitung geregelt. Generell unterstützt die TeleBilingue AG die entsprechenden Anstrengungen ihrer Mitarbeitenden finanziell (Übernahme eines Anteils oder der gesamten Kursgebühren) und bezüglich der Dienstplanung.
- 1.5 Der Besuch von externen Ausbildungsangeboten, welche mehr als 5 Arbeitstage umfassen, wird mit den Mitarbeitenden in separaten Ausbildungsvereinbarungen geregelt.

## **2. Interne Ausbildung:**

### *2.1 Neue Mitarbeitende*

Die Einarbeitung von neuen Mitarbeitenden bei der TeleBilingue AG dauert in der Regel ein bis drei Monate. Diese Einarbeitungszeit und das Einarbeitungsprogramm variiert entsprechend den bereits vorhandenen journalistischen und technischen Kenntnissen der Mitarbeitenden. Neue Mitarbeitende von der TeleBilingue AG werden bei dieser Einarbeitung von einem erfahrenen Mitarbeiter Schritt für Schritt in alle Aufgaben und Schichten eingearbeitet und bis zum ersten selbständigen Einsatz begleitet.

### *2.2 Praktikanten*

Mit einem Praktikum bei der TeleBilingue AG erhalten interessierte Personen einen Einblick in die journalistische Arbeit. Die ersten Wochen stehen voll und ganz im Zeichen der Ausbildung. Danach hilft der Praktikant tatkräftig als Reporter in der Nachrichtenredaktion mit.

Zur Ausbildung gehören:

- Fest zugewiesene/r Ausbilder/in
- Fixes Ausbildungs- und Betreuungsprogramm für die gesamte Dauer des Praktikums

- Wöchentliches Coaching durch den/die Ausbilder/in

### 2.3. *Stagiaires*

Das Stage bei der TeleBielingue AG ist die Erweiterung des Praktikums. Bewährt sich ein/eine Praktikant/in während der Praktikumszeit so, dass sich eine Weiterbeschäftigung aufdrängt, kann diesem/dieser ein zweijähriges Stage angeboten werden. In diesen 2 Jahren vertieft der/die Praktikant/in die Grundkenntnisse aus dem Praktikum und macht sich „fit“ für eine Festanstellung. Zur weiteren Ausbildung gehören:

- Fest zugewiesene/r Ausbilder/in
- Wöchentliches Coaching durch den/die Ausbilder/in
- Besuch des Fachkurses „Radiojournalismus“ am MAZ, Luzern resp. des Grundkurses am CRFJ, Lausanne. Die Kurskosten werden von der TeleBielingue AG übernommen. Der Kurs gilt als Arbeitszeit.

### 2.4 *Coaching*

Jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin haben das Recht auf mindestens ein Einzelcoaching pro Monat. Dieses wird durch den/die ProgrammleiterIn oder den/die AbteilungsleiterIn durchgeführt. In diesen Coachings werden Moderationen, Beiträge oder Nachrichtensendungen angehört und hierbei die inhaltliche Umsetzung, die Präsentation und der Journalistische Ansatz bewertet.

Die Coachings werden schriftlich protokolliert und den Mitarbeitenden nach ihrem Coaching ausgehändigt.

## **3. Externe Ausbildung:**

### 3.1 *Moderatorenausbildung*

Parallel zur redaktionellen Mitarbeit erfolgt eine permanente professionelle Moderatorenaus- resp. –weiterbildung. Das entsprechende Pensum wird je nach Funktion und Bedarf individuell vereinbart.

### 3.2 *Externe Kurse, organisiert durch die TeleBielingue AG*

Zur punktuellen Weiterbildung oder zur Beseitigung bestimmter Schwächen können externe Weiterbildungskurse am MAZ in Luzern oder ähnliche Institutionen verordnet werden. Die TeleBielingue AG übernimmt in diesem Fall sämtliche Kosten und rechnet die Kurszeit als Arbeitszeit ab (entsprechend dem Anstellungspensum).

### 3.3. *Externe Kurse auf Wunsch eines Mitarbeitenden*

Möchte ein Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin einen für seine/ihre Arbeit geeigneten Kurs an einem von der Programmleitung anerkannten Institution besuchen (z.B. MAZ), ohne dass dieser Kursbesuch jedoch von der Programmleitung verordnet wurde, werden die Modalitäten dieses Kursbesuchs individuell zwischen den Mitarbeitenden und der Programmleitung geregelt. Generell unterstützt die TeleBielingue AG die entsprechenden Anstrengungen ihrer Mitarbeitenden finanziell (Übernahme eines Anteils oder der gesamten Kursgebühren) und bezüglich der Dienstplanung.

# **Für VSP- und Telesuisse Mitglieder**

## **Standard-Arbeitsbedingungen**

### **für Mitglieder des Verbandes Schweizer Privatrado (VSP) Télesuisse und SCHWEIZER PRESSE (CHP)**

#### **Präambel**

Die vorliegenden Standard-Arbeitsbedingungen wurden von den oben erwähnten Verbänden erarbeitet. Sie erfüllen die Anforderungen gemäss Art. 44 Abs.1 Bst.d RTVG über die Arbeitsbedingungen. Die Mitglieder der oben genannten Verbände sind bestrebt, die Qualitätsstandards und die Attraktivität der privaten elektronischen Schweizer Medienbranche auch mit attraktiven Arbeitsbedingungen zu erhalten und fördern.

#### **Art. 1 Zweck und Anwendungsbereich**

Die nachfolgenden Bestimmungen formulieren im Sinne von Leitlinien Mindeststandards für die Mitglieder der oben genannten Verbände, welche bei der Ausgestaltung der Arbeitsvertragsverhältnisse gemäss Art. 319ff. OR zwischen Veranstaltern und fest angestellten Programmschaffenden zu berücksichtigen sind.

#### **Art. 2 Redaktionelle Unabhängigkeit und Medienfreiheit**

Die redaktionelle Unabhängigkeit und Medienfreiheit bleiben gewährt. Das Redaktionsstatut und die unternehmerischen Richtlinien des jeweiligen Veranstalters sind einzuhalten.

#### **Art. 3 Arbeitsvertrag und Kündigung**

Zwischen den Veranstaltern und den fest angestellten Programmschaffenden werden schriftliche Einzelarbeitsverträge abgeschlossen, welche je nach Veranstalter zusätzliche Reglemente beinhalten können. Darin werden die individuellen Arbeitsbedingungen basierend auf den vorliegenden Standards geregelt. Es steht den Veranstaltern frei, darüber hinausgehende Regelungen zu treffen. Eine Kündigung des Arbeitsvertrages muss schriftlich und unter Einhaltung der gesetzlichen oder vereinbarten Kündigungsfristen erfolgen.

#### **Art. 4 Arbeitszeit**

Die durchschnittliche jährliche Wochenarbeitszeit beträgt 42 Stunden. Die Tätigkeit für Radio und Fernsehen erfordert, dass die Jahreswochenarbeitszeit unabhängig von Tageszeit und Wochentag geleistet wird. Es gelten die jeweiligen Einsatzpläne der Veranstalter. Die Veranstalter verpflichten sich, in Bezug auf unregelmässige Arbeitszeiten, Wochenend- und Abenddienste die arbeitsgesetzlichen Bestimmungen einzuhalten.

Überzeit wird entweder in Form von Lohn oder Kompensationszeit im Verhältnis 1:1 ausgeglichen.

#### **Art. 5 Lohn**

Der Jahreslohn wird im jeweiligen Einzelarbeitsvertrag individuell festgelegt. Die Aushandlung und Festlegung des Lohnes ist Sache der Vertragsparteien. Die Höhe des Lohnes richtet sich nach der Stellung der fest angestellten Programmschaffenden, ihrer Verantwortung und ihren Leistungen. Dabei werden

Ausbildung und Berufserfahrung der fest angestellten Programmschaffenden, sowie die Massstäbe des regionalen Wirtschaftsstandorts des Veranstalters berücksichtigt.

Der monatliche Mindestlohn für festangestellte und ausgebildete Redaktionsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter beträgt 4'000 CHF (brutto).

## **Art. 6 Lohnfortzahlung**

Bei Krankheit oder Unfall haben die fest angestellten Programmschaffenden mindestens Anspruch auf Fortzahlung des vertraglich vereinbarten Lohnes gemäss OR (3 Wochen im ersten Dienstjahr, danach gemäss Zürcher, Berner oder Basler Skala). Weitergehende Leistungen, insbesondere der Abschluss von entsprechenden Versicherungen und die Beteiligung der fest angestellten Programmschaffenden an entsprechenden Prämien, sind Sache des Veranstalters. Gesetzliche Vorschriften bleiben vorbehalten, insbesondere wird bei Mutterschaft der gesetzlich vorgeschriebene Mutterschaftsurlaub von 14 Wochen gewährt.

## **Art. 7 Kündigungsfristen**

Nach Ablauf der im Arbeitsvertrag festgelegten Probezeit kann ein Anstellungsvertrag jeweils auf das Monatsende unter Beachtung der folgenden Fristen gekündigt werden:

im 1. Dienstjahr: mindestens 1 Monat  
vom 2. bis zum vollendeten 8. Dienstjahr: mindestens 2 Monate  
ab dem 9. Dienstjahr: mindestens 3 Monate

Die jeweils geltenden Kündigungsfristen sind in den individuellen Arbeitsverträgen festzuhalten.

## **Art. 8 Ferien**

Festangestellte Programmschaffende haben Anspruch auf bezahlte Ferien von jährlich mindestens 4 Wochen bzw. 5 Wochen nach dem vollendeten 49. Altersjahr.

## **Art. 9 Absenzen**

Festangestellte Programmschaffende haben mindestens Anspruch auf bezahlte Absenzen

- a) von 3 Tagen in folgenden Fällen: Tod des Lebenspartners, der Lebenspartnerin, eines Kindes oder Elternteils;
- b) von 2 Tagen bei der eigenen Heirat
- c) von 1 Tag in folgenden Fällen: Heirat eines eigenen Kindes, Todesfall von Gross- oder Schwiegereltern, Geschwistern, Schwägern oder Schwägerinnen, bei Wohnungswechsel,
- d) von 3 Tagen bei Geburt des eigenen Kindes (Vaterschaftsurlaub)

Bei Krankheit eines eigenen Kindes wird die notwendige Zeit gewährt, um sich zu organisieren.  
Die Regelung bei Absenzen infolge von Militär- und Zivildienst erfolgt nach den gesetzlichen Grundlagen

## **Art. 10 Urheberrechte**

Die Programmschaffenden übertragen durch den Arbeitsvertrag sämtliche Urheberrechte inklusive allfälliger Vergütungsansprüche an den Werken, welche sie in Erfüllung ihres Arbeitsvertrages schaffen, zeitlich und

örtlich uneingeschränkt und für alle Medien, Übertragungs- und Nutzungsarten auf den jeweiligen Veranstalter. Mit Bezahlung des geschuldeten Lohnes sind die Urheberrechte vollumfänglich abgegolten.

### **Art. 11 Ausbildung/Weiterbildung**

Die Veranstalter gewährleisten eine angemessene interne Einarbeitung und Ausbildung von neuen Programmschaffenden und fördern die interne und/oder externe Weiterbildung (MAZ, etc.). Die Veranstalter verpflichten sich, ihre diesbezüglichen Programme auf Aufforderung der Verbände oder des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM auszuweisen. Die finanzielle Beteiligung an oder Abgeltung der externen Weiterbildungskosten werden im Einzelfall zwischen dem Veranstalter und dem fest angestellten Programmschaffenden festgelegt.

### **Art. 12 Stagiaires und Volontäre**

Um die Einführung in die Programmarbeiten zu gewährleisten, können die Veranstalter Stagiaires und Volontäre anstellen. Diese haben in der vereinbarten Zeit Anrecht auf eine angemessene interne und allenfalls auch externe Aus- und Weiterbildung. Die Veranstalter regeln die Modalitäten von Stages und Volontariaten in individuellen, schriftlichen Verträgen: diese umfassen mindestens das Programm des Stages bzw. des Volontariates, die Dauer, die Entschädigung und alle weiteren spezifischen gesetzlichen Anforderungen. Ein Stage dauert im Minimum 1 Monat und im Maximum 2 Jahre. Das Verhältnis Stagiaires zu fest angestellten Programmschaffenden übersteigt 1:3 nicht.

### **Art. 13 Sozialversicherungen**

Die Veranstalter versichern die fest angestellten Programmschaffenden gemäss den gesetzlichen Regelungen (AHV; ALV; EO; BU; NBU; Pensionskassen, ev. Taggeldversicherung).

Im Übrigen gelten die einschlägigen Bestimmungen des schweizerischen OR, insb. Art. 319ff..

### **Verband Schweizer Privatradios VSP**

Jürg Bachmann  
Präsident

### **Telesuisse**

Filippo Lombardi  
Präsident

Zürich, 27. November 2007



Herr  
Anton Muster  
Musterweg 1  
1000 Musterhausen

### **Arbeitsvertrag**

Zwischen Herr Anton Muster und der TeleBielingue AG wird folgender Arbeitsvertrag abgeschlossen:

Funktion	Wir übertragen Ihnen die Stelle als Moderator in unserer Abteilung Moderation gemäss Pflichtenheft.
Anstellungsgrad	100 % (variabel)
Vertragsbeginn	01. Januar 2008 (variabel)
Ferien	Die Arbeitgeberin gewährt dem Arbeitnehmer pro Kalenderjahr 4 Wochen bezahlte Ferien. Beginnt oder endet das Dienstverhältnis im Laufe des Kalenderjahres, so besteht für jeden Monat Arbeit Anspruch auf 1/12 der jährlichen Ferien. Die Ferien müssen im betreffenden Kalenderjahr bezogen werden.
Arbeitszeit	42 Stunden pro Woche bei fester Arbeitszeit. Die genaue Arbeitszeit richtet sich nach dem Einsatzplan und wird mit der Abteilung direkt abgesprochen.
Gehalt	Das monatliche Gehalt, zahlbar jeweils Ende Monat, beträgt Fr. X'XXX.XX.  Im Dezember wird ein 13. Monatsgehalt ausgerichtet. Für angebrochene Jahre erfolgt die Auszahlung pro rata temporis.  Mit dem vereinbarten Salär sind Einsätze an Sonntagen, Feiertagen und während der Nacht abgegolten. Es werden keine Zuschläge entrichtet. Überstunden, welche allenfalls für die erfolgreiche Ausübung der Tätigkeit notwendig sein könnten, werden nach Absprache mit den Vorgesetzten geregelt und wenn möglich kompensiert (1:1).
Versicherungen	Vom vereinbarten Gehalt kommen die Arbeitnehmerbeiträge an die gesetzlichen Versicherungen (AHV, ALV, NBU und Pensionskasse) in Abzug.  Mit der Anstellung ist die Aufnahme in die Personalvorsorgestiftung verbunden. Auf Wunsch erhalten Sie das gültige Reglement in Papierform bei der Personaladministration.  Sie sind gegen Berufs- und Nichtberufsunfall versichert.  Zudem besteht eine Krankentaggeldversicherung, welche den Lohnausfall bei Krankheit während 730 Tagen zu 80 % versichert. Die Leistungen und Bedingungen sind im Merkblatt zur Kollektiv-Lohnausfallversicherung geregelt.

Jede Arbeitsunfähigkeit wegen Krankheit oder Unfall ist nach 3 Tagen Absenz mittels Arzzeugnis zu belegen.

Die Prämien für die Berufsunfallversicherung, sowie für die Krankentaggeldversicherung werden vollumfänglich durch den Arbeitgeber übernommen.

Probezeit

Die Probezeit beträgt drei Monate. **(Ist nicht generell so / wählbar)**

Kündigungsfrist

Die gegenseitige Kündigungsfrist beträgt drei Monate.  
**(Ist nicht generell so / wählbar)**

Übertragung  
der Nutzungsrechte

Der Mitarbeiter überträgt dem Medienunternehmen sämtliche Nutzungsrechte inkl. Vergütungsansprüchen an den Werken (Texte, Fotografien, Infografiken, Illustrationen, Ton- und Filmbeiträge etc.), welche er in Erfüllung seines Arbeitsvertrages erstellt. Die Übertragung der Nutzungsrechte erfolgt zeitlich und örtlich unbeschränkt sowie für sämtliche gegenwärtigen und künftigen Nutzungen innerhalb und ausserhalb des Medienunternehmens sowie für sämtliche Medienprodukte.

Die übertragenen Nutzungsrechte umfassen insbesondere:

- Das Recht auf erstmalige und mehrfache Publikation in Printmedien;
- Das Recht auf erstmalige und mehrfache Veröffentlichung, Verbreitung, Zugänglich- und Wahrnehmbarmachung in elektronischer Form (Datenbanken, Online-Dienste, Mobiltelefon-Dienste, CD-ROM, DVD etc.);
- Das Recht auf weitere Vervielfältigung, Verwendung und Verwertung in gedruckter, elektronischer, akustischer, audio-visueller oder anderer Form, insbesondere für Sammelwerke oder Werke zweiter Hand (z.B. als Übersetzung, Dramatisierung, Verfilmung oder Vertonung);
- Das Sende- und Weitersenderecht sowie das Recht auf Wahrnehmbarmachung von Sendungen und Weitersendungen;
- Das Recht auf Weitergabe der Werke an Dritte zur Veröffentlichung und anderen Verwendungen, einschliesslich der Übertragung der nötigen Rechte an Dritte..

In allen Fällen erwirbt das Medienunternehmen unter Vorbehalt der Persönlichkeitsrechte auch das Recht zur Vornahme von redaktionellen Bearbeitungen, Änderungen und Kürzungen und kann dieses Recht auch auf Dritte übertragen.

#### *Abwehrrecht und Prozessführungsbefugnis*

Das Medienunternehmen hat das Recht, gegen unbefugte Nutzungen der Werke oder andere Beeinträchtigungen der übertragenen Rechte rechtlich vorzugehen (inkl. Prozessführungsbefugnis).

#### *Exklusivität*

Die Nutzungsrechte sind exklusiv an das Medienunternehmen abgetreten.

#### *Abgeltung*

Die Abtretung der Nutzungsrechte ist im vereinbarten Lohn angemessen berücksichtigt und damit vollumfänglich abgegolten.

#### *Persönlichkeitsrechte*

Bei jeder Nutzung müssen die Persönlichkeitsrechte des Mitarbeiters gewährt werden, insbesondere das Recht auf Namensnennung.

#### *ProLitteris und andere Verwertungsgesellsch.*

Mit der Unterzeichnung dieses Nachtrages bestätigt der Mitarbeiter ausdrücklich, dass er zur Abtretung der Nutzungsrechte gemäss dieser Vereinbarung berechtigt ist und keinem Dritten abtreten wird. Bezüglich

ProLitteris und anderer Verwertungsgesellschaften bestätigt der Mitarbeiter Folgendes (Zutreffendes ankreuzen):

- Dass er weder Mitglied der ProLitteris oder einer anderen Verwertungsgesellschaft ist noch mit solchen einen Mandatsvertrag abgeschlossen hat. Schliesst der Mitarbeiter nach Unterzeichnung dieses Nachtrages einen Mitglieds- bzw. Mandatsvertrag mit der ProLitteris oder einer anderen Verwertungsgesellschaft ab, so hat er sämtliche Beiträge, die er in Erfüllung seines Vertrages mit dem Medienunternehmen erstellt, von diesem Mitgliedschafts- bzw. Mandatsvertrag auszunehmen.
- Dass er Mitglied der ProLitteris oder einer anderen Verwertungsgesellschaft ist oder mit einer solchen einen Mandatsvertrag abgeschlossen hat und dass er sämtliche Beiträge, die er in Erfüllung seines Vertrages mit dem Medienunternehmen erstellt, vom Mitglieds- bzw. Mandatsvertrag ausgenommen hat. Er wird dem Medienunternehmen die entsprechende Mitteilung an die Verwertungsgesellschaft gleichzeitig mit einem unterzeichneten Original dieser Vereinbarung vorlegen.

Von der Abtretung gemäss dieser Vereinbarung nicht betroffen sind die verwertungspflichtigen Rechte bzw. Vergütungsansprüche (insbesondere Reprografie), die zwingend der ProLitteris oder anderen Verwertungsgesellschaften vorbehalten sind; diese verwertungspflichtigen Rechte und Vergütungsansprüche werden weiterhin von der ProLitteris bzw. einer anderen Verwertungsgesellschaft für den Mitarbeiter wahrgenommen.

Vertragsgrundlagen

Im übrigen gelten die Bestimmungen des Schweizerischen Obligationenrechtes. Mit der Unterzeichnung des Arbeitsvertrages bestätigen Sie, die Beilagen erhalten, gelesen und anerkannt zu haben. Sie bilden integrierende Bestandteile des Arbeitsvertrages.

Dieser Vertrag wird in zweifacher Ausführung ausgefertigt, wovon jede Partei eine erhält. Abänderungen bedürfen zur Gültigkeit der Schriftform und der Unterzeichnung durch beide Parteien.

Biel, XX.XX.XXXX

Der Arbeitnehmer:

**TeleBielingue AG**

.....  
Anton Muster

XX

XX

<b>TeleBielingue AG - Aktiven</b>	CHF						
	<b>31.12.2006</b>	<b>31.12.2007</b>	<b>31.12.2008</b>	<b>31.12.2009</b>	<b>31.12.2010</b>	<b>31.12.2011</b>	<b>31.12.2012</b>
1000 Flüssige Mittel und Wertschriften	200'006	60'907	83'103	30'998	63'134	83'045	94'306
1100 Forderungen aus Lieferung u. Leistung gegenüber Dritten	221'263	220'000	221'263	230'000	240'000	250'000	260'000
1110 Forderungen aus Lieferung u. Leistung gegenüber Konzerngesellschaften	16'357	15'000	15'000	15'000	15'000	15'000	15'000
Forderungen aus Lieferung und Leistung	237'620	235'000	236'263	245'000	255'000	265'000	275'000
1140 Andere kurzfristige Forderungen gegenüber Dritten	6'489	5'000	10'000	12'000	15'000	15'000	20'000
1150 Andere kurzfristige Forderungen gegenüber Konzerngesellschaften							
1160 Andere kurzfristige Forderungen gegenüber Aktionären							
Andere kurzfristige Forderungen	6'489	5'000	10'000	12'000	15'000	15'000	20'000
1170 Forderungen gegenüber staatlichen Stellen							
1200 Vorräte							
1280 Produktionen in Bearbeitung							
1300 Vorausbezahlte Aufwendungen							
1310 Noch nicht erhaltene Erträge							
1311 Gebührenanteil BAKOM							
Aktive Rechnungsabgrenzung	236'656	148'000	325'652	325'652	325'652	325'652	325'652
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>680'771</b>	<b>448'907</b>	<b>655'018</b>	<b>613'650</b>	<b>658'786</b>	<b>688'697</b>	<b>714'958</b>
1410 Andere Finanzanlagen							
1420 Beteiligungen							
1430 Fonds langfristige Rückstellungen BAKOM (Sperrkonto)							
1440 Langfristige Forderungen gegenüber Dritten							
1450 Langfristige Forderungen gegenüber Konzerngesellschaften							
1460 Langfristige Forderungen gegenüber Aktionären							
Finanzanlagen	-	-	-	-	-	-	-
1510 Mobiliar	16'000	24'000	39'000	54'000	69'000	84'000	99'000
1519 WB Mobiliar			-12'000	-24'000	-52'333	-80'666	-92'333
1520 Hardware	37'000	61'667	131'667	181'667	191'667	201'667	211'667
1525 WB Hardware			-85'667	-179'667	-191'334	-191'334	-206'334
1526 Software	50'000	40'000	80'000	100'000	110'000	130'000	160'000
1529 WB Software			-26'333	-33'667	-75'334	-117'001	-158'668
1530 Fahrzeuge	14'000	19'333	44'333	69'333	94'333	119'333	144'333
1539 WB Fahrzeuge			-14'667	-19'333	-19'333	-46'000	-64'333
1570 Feste Einrichtungen und Installationen	101'000	125'333	875'333	1'295'333	1'325'333	1'365'333	1'415'333
1579 WB feste Einrichtungen und Installationen			-249'667	-524'333	-779'333	-1'047'333	-1'330'333
1590 Übrige mobile Sachanlagen							
1599 WB übrige mobile Sachanlagen							
Mobile Sachanlagen	218'000	270'333	781'999	919'333	672'666	417'999	178'332

1600 Geschäftsliegenschaften							
1608 Anzahlungen für Geschäftsliegenschaften							
1609 WB Geschäftsliegenschaften							
1610 Installationen Sendernetz							
1618 Anzahlungen für Installationen Sendernetz							
1619 WB Installationen Sendernetz							
1620 Neue Technologien (RTVG Art. 58)							
1628 Anzahlungen für Neue Technologien (RTVG Art. 58)							
1629 WB neue Technologien							
1680 Aufgewertete immobile Sachanlagen							
1689 WB aufgewertete immobile Sachanlagen							
1690 Übrige immobile Sachanlagen							
1698 Anzahlungen für übrige immobile Sachanlagen							
1699 WB übrige immobile Sachanlagen							
<b>Immobilien Sachanlagen</b>	-	-	-	-	-	-	-
1770 Goodwill							
1790 Übrige immaterielle Anlagen							
<b>Immaterielle Anlagen</b>	-	-	-	-	-	-	-
1800 Gründungs- Kapitalerhöhungs- und Organisationsaufwand							
1840 Übriger aktivierter Aufwand							
1850 Nicht einbezahltes Aktienkapital							
<b>Aktivierter Aufwand und aktive Berichtigungsposten</b>	-	-	-	-	-	-	-
1900 Betriebsfremdes Vermögen							
<b>Anlagevermögen</b>	<b>218'000</b>	<b>270'333</b>	<b>781'999</b>	<b>919'333</b>	<b>672'666</b>	<b>417'999</b>	<b>178'332</b>
<b>Aktiven</b>	<b>898'771</b>	<b>719'240</b>	<b>1'437'017</b>	<b>1'532'983</b>	<b>1'331'452</b>	<b>1'106'696</b>	<b>893'290</b>

## TeleBielingue AG - Passiven

2000 Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung gegenüber Dritten	47'645	50'000	50'000	55'000	60'000	65'000	70'000
2050 Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung gegenüber Konzerngesellschaften	2'162'700	2'300'000	2'500'000	2'500'000	2'500'000	2'500'000	2'500'000
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	2'210'345	2'350'000	2'550'000	2'555'000	2'560'000	2'565'000	2'570'000
2100 Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten							
2170 Verbindlichkeiten geg. Vorsorgeeinrichtungen	15'569	20'000	22'000	25'000	25'000	30'000	30'000
2200 Verbindlichkeiten geg. staatliche Stellen	13'309	15'000	16'000	17'000	18'000	19'000	20'000
2210 Andere kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritte	26'668	30'000	35'000	40'000	40'000	45'000	50'000
2250 Andere kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Konzerngesellschaften							
2260 Andere kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Aktionären							
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	26'668	30'000	35'000	40'000	40'000	45'000	50'000
2300 Noch nicht bezahlte Aufwendungen							
2310 Im voraus erhaltene Erträge							
Passive Rechnungsabgrenzung	1'699'640	2'070'000	2'070'000	2'041'000	2'050'000	2'020'000	2'035'000
<b>Fremdkapital kurzfristig</b>	<b>3'965'531</b>	<b>4'485'000</b>	<b>4'693'000</b>	<b>4'678'000</b>	<b>4'693'000</b>	<b>4'679'000</b>	<b>4'705'000</b>
2400 Langfristige Finanzverbindlichkeiten							
2500 Andere langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritte		-	500'000	600'000	350'000	100'000	-
2550 Andere langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Konzerngesellschaften							
2560 Andere langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Aktionären	606'000	606'000	606'000	606'000	606'000	606'000	406'000
2570 Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen							
Andere langfristige Verbindlichkeiten	606'000	606'000	1'106'000	1'206'000	956'000	706'000	406'000
2680 Langfristige Rückstellungen BAKOM							
2690 Andere Langfristige Rückstellungen							
Langfristige Rückstellungen	-	-	-	-	-	-	-
2700 Betriebsfremde Verbindlichkeiten							
<b>Fremdkapital langfristig</b>	<b>606'000</b>	<b>606'000</b>	<b>1'106'000</b>	<b>1'206'000</b>	<b>956'000</b>	<b>706'000</b>	<b>406'000</b>
2800 Gesellschaftskapital	300'000	300'000	300'000	300'000	300'000	300'000	300'000
2900 Allgemeine Reserve							
2901 Reserve für eigene Aktien							
2903 Aufwertungsreserve							
2910 Andere Reserven							
Reserven	-	-	-	-	-	-	-
2990 Gewinn- / Verlustvortrag	-3'218'365	-3'972'760	-4'671'760	-4'661'983	-4'651'018	-4'617'549	-4'578'305
2991 Jahresgewinn / -verlust	-754'395	-699'000	9'777	10'966	33'469	39'244	60'594
<b>Eigenkapital</b>	<b>-3'672'760</b>	<b>-4'371'760</b>	<b>-4'361'983</b>	<b>-4'351'018</b>	<b>-4'317'549</b>	<b>-4'278'305</b>	<b>-4'217'711</b>
<b>Passiven</b>	<b>898'771</b>	<b>719'240</b>	<b>1'437'017</b>	<b>1'532'983</b>	<b>1'331'452</b>	<b>1'106'696</b>	<b>893'290</b>

## TeleBielingue AG - Erfolgsrechnung

	1.1.-31.12.2007	1.1.-31.12.2008	1.1.-31.12.2009	1.1.-31.12.2010	1.1.-31.12.2011	1.1.-31.12.2012
3000 Bruttowerbung selbst akquiriert	1'364'000	1'620'000	1'640'900	1'630'000	1'680'000	1'700'000
3010 Bruttosponsoring selbst akquiriert	1'200'000	1'250'000	1'240'000	1'260'000	1'300'000	1'350'000
3090 Skonti, Rabatte und Rückvergütungen selbst akquiriert	-1'340'000	-1'421'000	-1'425'000	-1'430'000	-1'475'000	-1'510'000
Bruttowerbung und -sponsoring selbst akquiriert	1'224'000	1'449'000	1'455'900	1'460'000	1'505'000	1'540'000
3100 Bruttowerbung von Dritten	290'000	390'000	395'000	410'000	450'000	500'000
3110 Bruttosponsoring von Dritten	-	-	-	-	-	-
3190 Skonti, Rabatte und Rückvergütungen an Dritte	-160'000	-190'000	-192'000	-200'000	-220'000	-245'000
Bruttowerbung und -sponsoring von Dritten	130'000	200'000	203'000	210'000	230'000	255'000
3200 Bruttowerbung von Konzerngesellschaften	-	40'000	40'000	40'000	50'000	60'000
3210 Bruttosponsoring von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
Bruttowerbung und -sponsoring von Konzerngesellschaften	-	40'000	40'000	40'000	50'000	60'000
3700 Eigenwerbung	45'000	45'000	45'000	45'000	50'000	55'000
3951 Realisierte Verluste von Forderungen aus Werbung und Sponsoring	-10'000	-15'000	-15'000	-20'000	-20'000	-25'000
<b>Bruttowerbung und -sponsoring</b>	<b>1'389'000</b>	<b>1'719'000</b>	<b>1'728'900</b>	<b>1'735'000</b>	<b>1'815'000</b>	<b>1'885'000</b>
3300 Gebühren von Zuschauern / Zuhörern	-	-	-	-	-	-
3301 Einnahmen aus Gewinnspielen	-	-	-	-	-	-
3310 Ertrag aus Spotproduktionen von Dritten	-	-	-	-	-	-
3320 Ertrag aus Rechten, Lizenzen von Dritten	-	-	-	-	-	-
3330 Mieterträge von Dritten	-	-	-	-	-	-
3331 Mieterträge von Sendeanlagen von Dritten	-	-	-	-	-	-
3340 Vermittlerkommissionen von Dritten	-	-	-	-	-	-
Sonstiger Ertrag von Dritten	-	-	-	-	-	-
3410 Ertrag aus Spotproduktionen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
3420 Ertrag aus Rechten, Lizenzen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
3430 Mieterträge von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
3431 Mieterträge von Sendeanlagen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
3440 Vermittlerkommissionen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
Sonstiger Ertrag von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-

<b>Sonstiger Ertrag</b>	-	-	-	-	-	-
3600 Handelswarenertrag (Merchandising)	16'000	15'000	15'000	20'000	25'000	30'000
3610 Ertrag aus Internetwerbung	-	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000
3620 Ertrag aus Anlässen	-	50'000	50'000	50'000	60'000	70'000
3670 Personalausleihungen	-	-	-	-	-	-
3680 Veräußerung von Anlagevermögen	-	-	-	-	-	-
3690 Sonstiger Übriger Ertrag	-	-	-	-	-	-
<b>Übriger Ertrag</b>	<b>16'000</b>	<b>66'000</b>	<b>66'000</b>	<b>71'000</b>	<b>86'000</b>	<b>101'000</b>
3800 Bestandesänderung angefangene Arbeiten	-	-	-	-	-	-
<b>Bruttoertrag</b>	<b>1'405'000</b>	<b>1'785'000</b>	<b>1'794'900</b>	<b>1'806'000</b>	<b>1'901'000</b>	<b>1'986'000</b>
3900 Skonti, Rabatte und Rückvergütungen	-	-	-	-	-	-
3910 Konzessionsabgabe (Art. 22 RTVG)	11'945	14'150	14'230	14'325	15'050	15'700
3930 Beraterkommission, Vermittlerprovision an Dritte	-	-	-	-	-	-
3950 Verlust aus Forderungen	-	-	-	-	-	-
3990 Übrige Erlösminderungen	-	-	-	-	-	-
Korrektur Eigenwerbung	45'000	45'000	45'000	45'000	50'000	55'000
<b>Erlösminderungen</b>	<b>56'945</b>	<b>59'150</b>	<b>59'230</b>	<b>59'325</b>	<b>65'050</b>	<b>70'700</b>
<b>Betriebsertrag</b>	<b>1'348'055</b>	<b>1'725'850</b>	<b>1'735'671</b>	<b>1'746'675</b>	<b>1'835'950</b>	<b>1'915'300</b>
4000 Materialaufwand von Dritten	141'000	141'000	141'000	145'000	150'000	155'000
4020 Einkauf von Rechten und Lizenzen von Dritten	96'000	125'000	125'000	130'000	135'000	135'000
4021 Urheberrechtsgebühren	33'000	33'000	33'000	35'000	37'000	40'000
4060 Fremdarbeiten von Dritten	-	-	-	-	-	-
4090 Sonstiger Produktions- und Programmaufwand von Dritten	-	5'000	5'000	8'000	9'000	10'000
Produktions- und Programmaufwand von Dritten	270'000	304'000	304'000	318'000	331'000	340'000
4200 Materialaufwand von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
4270 Einkauf Rechte und Lizenzen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
4260 Fremdarbeiten von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
Produktions- und Programmaufwand von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-

<b>Produktions- und Programmaufwand</b>	<b>270'000</b>	<b>304'000</b>	<b>304'000</b>	<b>318'000</b>	<b>331'000</b>	<b>340'000</b>
4400 Beraterkommission, Vermittlerprovision an Konzerngesellschaften						
4600 Handelswarenaufwand (Merchandising)						
4610 Aufwand für eigene Internetseite	-	5'000	5'000	5'000	5'000	5'000
4620 Aufwand für Anlässe						
4690 Übriger Waren- Dienstleistungsaufwand						
Sonstiger Waren- und Dienstleistungsaufwand	-	5'000	5'000	5'000	5'000	5'000
<b>Waren- und Dienstleistungsaufwand</b>	<b>-</b>	<b>5'000</b>	<b>5'000</b>	<b>5'000</b>	<b>5'000</b>	<b>5'000</b>
4700 Direkte Einkaufsspesen						
4900 Aufwandminderungen						
<b>Programm- Waren und Dienstleistungsaufwand netto</b>	<b>270'000</b>	<b>309'000</b>	<b>309'000</b>	<b>323'000</b>	<b>336'000</b>	<b>345'000</b>
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>1'078'055</b>	<b>1'416'850</b>	<b>1'426'671</b>	<b>1'423'675</b>	<b>1'499'950</b>	<b>1'570'300</b>
5000 Löhne	1'619'000	1'879'000	1'885'000	1'900'000	1'930'000	1'960'000
5700 Sozialversicherungen	97'000	113'000	114'000	115'000	117'000	120'000
5720 Pensionskasse	28'000	32'000	33'000	34'000	35'000	37'000
5810 Aus- und Weiterbildung	20'000	25'000	25'000	26'000	27'000	30'000
5820 Spesenentschädigung effektiv	25'000	25'000	25'000	26'000	27'000	30'000
5870 Sonstiger Personalaufwand	15'000	20'000	20'000	22'000	22'000	25'000
5900 Temporäre Arbeitnehmer	20'000	20'000	20'000	20'000	25'000	25'000
<b>Personalaufwand</b>	<b>1'824'000</b>	<b>2'114'000</b>	<b>2'122'000</b>	<b>2'143'000</b>	<b>2'183'000</b>	<b>2'227'000</b>
6000 Raumaufwand	149'000	152'000	152'000	155'000	157'000	160'000
6100 Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	49'000	49'000	50'000	52'000	54'000	55'000
6200 Fahrzeugaufwand / Transportaufwand	15'000	22'000	22'000	25'000	25'000	27'000
6300 Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	96'000	35'000	35'000	36'000	37'000	38'000
6400 Energie- und Entsorgungsaufwand	20'000	20'000	20'000	22'000	24'000	25'000
6500 Verwaltungs- und Informatikaufwand	118'055	120'000	120'000	122'000	124'000	125'000
6610 Akquisitionsaufwand Konzerngesellschaften	-					
6600 Werbeaufwand	187'000	233'000	233'000	235'000	235'000	240'000
6700 Übriger Betriebsaufwand	-	5'000	5'000	7'000	10'000	10'000
6710 Nicht rückforderbare MWST						
6900 Abschreibungen	192'000	388'334	392'666	336'667	364'667	369'667
<b>Sonstiger Betriebsaufwand</b>	<b>826'055</b>	<b>1'024'334</b>	<b>1'029'666</b>	<b>990'667</b>	<b>1'030'667</b>	<b>1'049'667</b>
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>2'650'055</b>	<b>3'138'334</b>	<b>3'151'666</b>	<b>3'133'667</b>	<b>3'213'667</b>	<b>3'276'667</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-1'572'000</b>	<b>-1'721'484</b>	<b>-1'724'996</b>	<b>-1'709'992</b>	<b>-1'713'717</b>	<b>-1'706'367</b>

7400 Ertrag aus Finanzanlagen Dritte						
7401 Ertrag aus Finanzanlagen Konzerngesellschaften						
7402 Ertrag aus Finanzanlagen Aktionäre						
7410 Aufwand aus Finanzanlagen Dritte	-27'000	-55'000	-60'300	-47'800	-35'300	-20'300
7411 Aufwand aus Finanzanlagen Konzerngesellschaften						
7412 Aufwand aus Finanzanlagen Aktionäre						
<b>Erfolg aus Finanzanlagen</b>	<b>-27'000</b>	<b>-55'000</b>	<b>-60'300</b>	<b>-47'800</b>	<b>-35'300</b>	<b>-20'300</b>
8000 Gebührenanteil (RTVG Art. 40)	740'000	1'628'261	1'628'261	1'628'261	1'628'261	1'628'261
8010 Unterstützung der Verbreitung (RTVG Art. 57)						
8020 Beiträge für neue Technologien (RTVG Art. 58)						
Subventionen BAKOM	740'000	1'628'261	1'628'261	1'628'261	1'628'261	1'628'261
8100 Beiträge vom Kanton	-	-	-	-	-	-
8110 Beiträge von Gemeinden	125'000	125'000	125'000	125'000	125'000	125'000
8120 Beiträge von Institutionen (z.B. Kirchen)	-	-	-	-	-	-
8130 Mitgliederbeiträge, Spenden von Privaten	35'000	35'000	45'000	45'000	45'000	50'000
Beiträge	160'000	160'000	170'000	170'000	170'000	175'000
<b>Subventionen und Beiträge</b>	<b>900'000</b>	<b>1'788'261</b>	<b>1'798'261</b>	<b>1'798'261</b>	<b>1'798'261</b>	<b>1'803'261</b>
8290 Anderer ausserordentlicher Ertrag						
8300 Ausserordentliche Abschreibungen						
8301 Abschreibungen neue Technologien (RTVG Art. 58)						
8302 Abschreibungen Goodwill						
8310 Management fees						
8320 Bussen, Sanktionen, Rechtsverletzungen						
8390 Anderer ausserordentlicher Aufwand						
<b>Ausserordentlicher Erfolg</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
8800 Betriebsfremder Erfolg	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000
8900 Steuern	-1'000	-3'000	-3'000	-8'000	-11'000	-17'000
<b>Jahresgewinn / -verlust</b>	<b>-699'000</b>	<b>9'777</b>	<b>10'966</b>	<b>33'469</b>	<b>39'244</b>	<b>60'594</b>

## TeleBieling AG - Erfolgsrechnung

	1.1.-31.12.2007	1.1.-31.12.2008	Q1 2008	Q2 2008	Q3 2008	Q4 2008
3000 Bruttowerbung selbst akquiriert	1'364'000	1'620'000	388'800	437'400	372'600	421'200
3010 Bruttosponsoring selbst akquiriert	1'200'000	1'250'000	300'000	337'500	287'500	325'000
3090 Skonti, Rabatte und Rückvergütungen selbst akquiriert	-1'340'000	-1'421'000	-341'040	-383'670	-326'830	-369'460
Bruttowerbung und -sponsoring selbst akquiriert	1'224'000	1'449'000	347'760	391'230	333'270	376'740
3100 Bruttowerbung von Dritten	290'000	390'000	93'600	105'300	89'700	101'400
3110 Bruttosponsoring von Dritten	-	-	-	-	-	-
3190 Skonti, Rabatte und Rückvergütungen an Dritte	-160'000	-190'000	-45'600	-51'300	-43'700	-49'400
Bruttowerbung und -sponsoring von Dritten	130'000	200'000	48'000	54'000	46'000	52'000
3200 Bruttowerbung von Konzerngesellschaften	-	40'000	9'600	10'800	9'200	10'400
3210 Bruttosponsoring von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
Bruttowerbung und -sponsoring von Konzerngesellschaften	-	40'000	9'600	10'800	9'200	10'400
3700 Eigenwerbung	45'000	45'000	10'800	12'150	10'350	11'700
3951 Realisierte Verluste von Forderungen aus Werbung und Sponsoring	-10'000	-15'000	-3'600	-4'050	-3'450	-3'900
<b>Bruttowerbung und -sponsoring</b>	<b>1'389'000</b>	<b>1'719'000</b>	<b>412'560</b>	<b>464'130</b>	<b>395'370</b>	<b>446'940</b>
3300 Gebühren von Zuschauern / Zuhörern	-	-	-	-	-	-
3301 Einnahmen aus Gewinnspielen	-	-	-	-	-	-
3310 Ertrag aus Spotproduktionen von Dritten	-	-	-	-	-	-
3320 Ertrag aus Rechten, Lizenzen von Dritten	-	-	-	-	-	-
3330 Mieterträge von Dritten	-	-	-	-	-	-
3331 Mieterträge von Sendeanlagen von Dritten	-	-	-	-	-	-
3340 Vermittlerkommissionen von Dritten	-	-	-	-	-	-
Sonstiger Ertrag von Dritten	-	-	-	-	-	-
3410 Ertrag aus Spotproduktionen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
3420 Ertrag aus Rechten, Lizenzen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
3430 Mieterträge von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
3431 Mieterträge von Sendeanlagen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
3440 Vermittlerkommissionen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
Sonstiger Ertrag von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-

<b>Sonstiger Ertrag</b>	-	-	-	-	-	-
3600 Handelswarenertrag (Merchandising)	16'000	15'000	3'600	4'050	3'450	3'900
3610 Ertrag aus Internetwerbung	-	1'000	240	270	230	260
3620 Ertrag aus Anlässen	-	50'000	12'000	13'500	11'500	13'000
3670 Personalausleihungen	-	-	-	-	-	-
3680 Veräußerung von Anlagevermögen	-	-	-	-	-	-
3690 Sonstiger Übriger Ertrag	-	-	-	-	-	-
<b>Übriger Ertrag</b>	<b>16'000</b>	<b>66'000</b>	<b>15'840</b>	<b>17'820</b>	<b>15'180</b>	<b>17'160</b>
3800 Bestandesänderung angefangene Arbeiten	-	-	-	-	-	-
<b>Bruttoertrag</b>	<b>1'405'000</b>	<b>1'785'000</b>	<b>428'400</b>	<b>481'950</b>	<b>410'550</b>	<b>464'100</b>
3900 Skonti, Rabatte und Rückvergütungen	-	-	-	-	-	-
3910 Konzessionsabgabe (Art. 22 RTVG)	11'945	14'150	3'396	3'821	3'255	3'679
3930 Beraterkommission, Vermittlerprovision an Dritte	-	-	-	-	-	-
3950 Verlust aus Forderungen	-	-	-	-	-	-
3990 Übrige Erlösminderungen	-	-	-	-	-	-
Korrektur Eigenwerbung	45'000	45'000	10'800	12'150	10'350	11'700
<b>Erlösminderungen</b>	<b>56'945</b>	<b>59'150</b>	<b>14'196</b>	<b>15'971</b>	<b>13'605</b>	<b>15'379</b>
<b>Betriebsertrag</b>	<b>1'348'055</b>	<b>1'725'850</b>	<b>414'204</b>	<b>465'980</b>	<b>396'946</b>	<b>448'721</b>
4000 Materialaufwand von Dritten	141'000	141'000	-	-	-	-
4020 Einkauf von Rechten und Lizenzen von Dritten	96'000	125'000	30'000	33'750	28'750	32'500
4021 Urheberrechtsgebühren	33'000	33'000	7'920	8'910	7'590	8'580
4060 Fremdarbeiten von Dritten	-	-	-	-	-	-
4090 Sonstiger Produktions- und Programmaufwand von Dritten	-	5'000	1'200	1'350	1'150	1'300
Produktions- und Programmaufwand von Dritten	270'000	304'000	72'960	82'080	69'920	79'040
4200 Materialaufwand von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
4270 Einkauf Rechte und Lizenzen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
4260 Fremdarbeiten von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-
Produktions- und Programmaufwand von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-

<b>Produktions- und Programmaufwand</b>	<b>270'000</b>	<b>304'000</b>	<b>72'960</b>	<b>82'080</b>	<b>69'920</b>	<b>79'040</b>
4400 Beraterkommission, Vermittlerprovision an Konzerngesellschaften						
4600 Handelswarenaufwand (Merchandising)						
4610 Aufwand für eigene Internetseite	-	5'000	1'200	1'350	1'150	1'300
4620 Aufwand für Anlässe			-	-	-	-
4690 Übriger Waren- Dienstleistungsaufwand			-	-	-	-
Sonstiger Waren- und Dienstleistungsaufwand	-	5'000	1'200	1'350	1'150	1'300
<b>Waren- und Dienstleistungsaufwand</b>	<b>-</b>	<b>5'000</b>	<b>1'200</b>	<b>1'350</b>	<b>1'150</b>	<b>1'300</b>
4700 Direkte Einkaufsspesen						
4900 Aufwandminderungen						
<b>Programm- Waren und Dienstleistungsaufwand netto</b>	<b>270'000</b>	<b>309'000</b>	<b>74'160</b>	<b>83'430</b>	<b>71'070</b>	<b>80'340</b>
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>1'078'055</b>	<b>1'416'850</b>	<b>340'044</b>	<b>382'550</b>	<b>325'876</b>	<b>368'381</b>
5000 Löhne	1'619'000	1'879'000	450'960	467'330	462'170	498'540
5700 Sozialversicherungen	97'000	113'000	27'120	30'510	25'990	29'380
5720 Pensionskasse	28'000	32'000	7'680	8'640	7'360	8'320
5810 Aus- und Weiterbildung	20'000	25'000	6'000	6'750	5'750	6'500
5820 Spesenentschädigung effektiv	25'000	25'000	6'000	6'750	5'750	6'500
5870 Sonstiger Personalaufwand	15'000	20'000	4'800	5'400	4'600	5'200
5900 Temporäre Arbeitnehmer	20'000	20'000	5'000	5'000	5'000	5'000
<b>Personalaufwand</b>	<b>1'824'000</b>	<b>2'114'000</b>	<b>507'560</b>	<b>530'380</b>	<b>516'620</b>	<b>559'440</b>
6000 Raumaufwand	149'000	152'000	38'000	38'000	38'000	38'000
6100 Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	49'000	49'000	12'250	12'250	12'250	12'250
6200 Fahrzeugaufwand / Transportaufwand	15'000	22'000	5'500	5'500	5'500	5'500
6300 Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	96'000	35'000	8'750	8'750	8'750	8'750
6400 Energie- und Entsorgungsaufwand	20'000	20'000	5'000	5'000	5'000	5'000
6500 Verwaltungs- und Informatikaufwand	118'055	120'000	30'000	30'000	30'000	30'000
6610 Akquisitionsaufwand Konzerngesellschaften	-		-	-	-	-
6600 Werbeaufwand	187'000	233'000	55'920	62'910	53'590	60'580
6700 Übriger Betriebsaufwand	-	5'000	1'200	1'350	1'150	1'300
6710 Nicht rückforderbare MWST			-	-	-	-
6900 Abschreibungen	192'000	388'334	97'084	97'084	97'084	97'084
<b>Sonstiger Betriebsaufwand</b>	<b>826'055</b>	<b>1'024'334</b>	<b>253'704</b>	<b>260'844</b>	<b>251'324</b>	<b>258'464</b>
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>2'650'055</b>	<b>3'138'334</b>	<b>761'264</b>	<b>791'224</b>	<b>767'944</b>	<b>817'904</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-1'572'000</b>	<b>-1'721'484</b>	<b>-421'220</b>	<b>-408'674</b>	<b>-442'068</b>	<b>-449'523</b>

7400 Ertrag aus Finanzanlagen Dritte						
7401 Ertrag aus Finanzanlagen Konzerngesellschaften						
7402 Ertrag aus Finanzanlagen Aktionäre						
7410 Aufwand aus Finanzanlagen Dritte	-27'000	-55'000	-13'200	-14'850	-12'650	-14'300
7411 Aufwand aus Finanzanlagen Konzerngesellschaften						
7412 Aufwand aus Finanzanlagen Aktionäre						
<b>Erfolg aus Finanzanlagen</b>	<b>-27'000</b>	<b>-55'000</b>	<b>-13'750</b>	<b>-13'750</b>	<b>-13'750</b>	<b>-13'750</b>
8000 Gebührenanteil (RTVG Art. 40)	740'000	1'628'261	-	-	-	1'628'261
8010 Unterstützung der Verbreitung (RTVG Art. 57)						
8020 Beiträge für neue Technologien (RTVG Art. 58)						
Subventionen BAKOM	740'000	1'628'261	407'065	407'065	407'065	407'065
8100 Beiträge vom Kanton	-	-	-	-	-	-
8110 Beiträge von Gemeinden	125'000	125'000	30'000	33'750	28'750	32'500
8120 Beiträge von Institutionen (z.B. Kirchen)	-	-	-	-	-	-
8130 Mitgliederbeiträge, Spenden von Privaten	35'000	35'000	8'400	9'450	8'050	9'100
Beiträge	160'000	160'000	38'400	43'200	36'800	41'600
<b>Subventionen und Beiträge</b>	<b>900'000</b>	<b>1'788'261</b>	<b>445'465</b>	<b>450'265</b>	<b>443'865</b>	<b>448'665</b>
8290 Anderer ausserordentlicher Ertrag						
8300 Ausserordentliche Abschreibungen						
8301 Abschreibungen neue Technologien (RTVG Art. 58)						
8302 Abschreibungen Goodwill						
8310 Management fees						
8320 Bussen, Sanktionen, Rechtsverletzungen						
8390 Anderer ausserordentlicher Aufwand						
<b>Ausserordentlicher Erfolg</b>	<b>-</b>	<b>-</b>				
8800 Betriebsfremder Erfolg	1'000	1'000	240	270	230	260
8900 Steuern	-1'000	-3'000	-750	-750	-750	-750
<b>Jahresgewinn / -verlust</b>	<b>-699'000</b>	<b>9'777</b>	<b>9'986</b>	<b>27'361</b>	<b>-12'473</b>	<b>-15'097</b>

## TeleBilingue AG - Investitions- und Abschreibungsplan 2008-2012

### Investitions- und Abschreibungstabelle für Anlagegüter mit Nutzungsdauer 5 Jahre

Investitionen	Abschreibungen (linear vom Anschaffungswert)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Übernahmewerte per 1.1.2008 gemäss Budget 2007					
- Technische Anlagen und Einrichtungen	125'333	-94'667	-30'666	0	0
- Hard- und Software Programm	68'000	-44'000	-24'000	0	0
- Hard- und Software Verwaltung	33'667	-26'333	-7'334	0	0
- Mobiliar und Einrichtungen	24'000	-12'000	-12'000	0	0
- Fahrzeuge	19'333	-14'667	-4'666	0	0
Investitionen 2008 in Anlagegüter mit Nutzungsdauer 5 Jahre aufgrund Budget	775'000	-155'000	-155'000	-155'000	-155'000
Geschätzte Investitionen 2009 in Anlagegüter mit Nutzungsdauer 5 Jahre aufgrund	445'000		-89'000	-89'000	-89'000
Geschätzte Investitionen 2010 in Anlagegüter mit Nutzungsdauer 5 Jahre aufgrund	55'000			-11'000	-11'000
Geschätzte Investitionen 2011 in Anlagegüter mit Nutzungsdauer 5 Jahre aufgrund	65'000				-13'000
Geschätzte Investitionen 2012 in Anlagegüter mit Nutzungsdauer 5 Jahre aufgrund	75'000				
<b>Total Abschreibungen</b>		<b>-346'667</b>	<b>-322'666</b>	<b>-255'000</b>	<b>-268'000</b>

Investitionsprojekte		Investitionssumme				
		2008	2009	2010	2011	2012
Ersatzinvestition Studio	5 Jahre	700'000	400'000	30'000	40'000	50'000
Hard- und Software	3 Jahre	70'000	50'000	10'000	20'000	30'000
Fakturierungstool/Integration ABACUS	3 Jahre	40'000	20'000	10'000	10'000	10'000
Mobiliar Redaktion und Schnittplätze	3 Jahre	15'000	15'000	15'000	15'000	15'000
Fahrzeuge	5 Jahre	25'000	25'000	25'000	25'000	25'000
Signalverbreitung	5 Jahre	50'000	20'000	0	0	0
<b>Total</b>		<b>900'000</b>	<b>530'000</b>	<b>90'000</b>	<b>110'000</b>	<b>130'000</b>
<b>Investitionen Nutzungsdauer 5 Jahre</b>		<b>775'000</b>	<b>445'000</b>	<b>55'000</b>	<b>65'000</b>	<b>75'000</b>
<b>Investitionen Nutzungsdauer 3 Jahre</b>		<b>125'000</b>	<b>85'000</b>	<b>35'000</b>	<b>45'000</b>	<b>55'000</b>
Total Abschreibungen Nutzungsdauer 5 Jahre		-346'667	-322'666	-255'000	-268'000	-283'000
Total Abschreibungen Nutzungsdauer 3 Jahre		-41'667	-70'000	-81'667	-96'667	-86'667
<b>Total Abschreibungen</b>		<b>-388'334</b>	<b>-392'666</b>	<b>-336'667</b>	<b>-364'667</b>	<b>-369'667</b>

## TeleBilingue AG - Investitions- und Abschreibungsplan 2008-2012

### Investitions- und Abschreibungstabelle für Anlagegüter mit Nutzungsdauer 3 Jahre

Investitionen	Abschreibungen (linear vom Anschaffungswert)					
	2008	2009	2010	2011	2012	
Investitionen 2008 in Anlagegüter mit Nutzungsdauer 3 Jahre aufgrund Budget	125'000	-41'667	-41'667	-41'667	-41'667	-41'667
Geschätzte Investitionen 2009 in Anlagegüter mit Nutzungsdauer 3 Jahre aufgrund	85'000		-28'333	-28'333	-28'333	0
Geschätzte Investitionen 2010 in Anlagegüter mit Nutzungsdauer 3 Jahre aufgrund	35'000			-11'667	-11'667	-11'667
Geschätzte Investitionen 2011 in Anlagegüter mit Nutzungsdauer 3 Jahre aufgrund	45'000				-15'000	-15'000
Geschätzte Investitionen 2012 in Anlagegüter mit Nutzungsdauer 3 Jahre aufgrund	55'000					-18'333
<b>Total Abschreibungen</b>		<b>-41'667</b>	<b>-70'000</b>	<b>-81'667</b>	<b>-96'667</b>	<b>-86'667</b>

## TeleBielingue AG - Geldflussrechnung

	2008	2009	2010	2011	2012
Jahresgewinn	9'777	10'966	33'469	39'244	60'594
Ertragssteueraufwand	3'000	3'000	8'000	11'000	17'000
Finanzaufwand	55'000	60'300	47'800	35'300	20'300
Finanzertrag	0	0	0	0	0
<i>Nicht liquiditätswirksame Erträge und Aufwendungen</i>					
Abschreibungen	388'334	392'666	336'667	364'667	369'667
Impairmentverlust auf Goodwill	0	0	0	0	0
Gewinn aus Verkäufen von Sachanlagen	0	0	0	0	0
Ertrag aus Beteiligungen von assoziierten Gesellschaften	0	0	0	0	0
Auflösung von Rückstellungen	0	0	0	0	0
Verwendung von Arbeitgeberbeitragsreserven (Zunahme) der Pensionsguthaben	0	0	0	0	0
<i>Veränderung Nettoumlaufvermögen</i>					
Abnahme/(Zunahme) Nettoumlaufvermögen	24'085	-25'736	2'000	-24'000	11'000
<i>Ertragssteuern</i>					
Bezahlte Ertragssteuern	-3'000	-3'000	-8'000	-11'000	-17'000
<b>Geldfluss aus Betriebstätigkeit</b>	<b>477'196</b>	<b>438'196</b>	<b>419'936</b>	<b>415'211</b>	<b>461'561</b>
Käufe von Sachanlagen	-900'000	-530'000	-90'000	-110'000	-130'000
Verkäufe von Sachanlagen	0	0	0	0	0
Käufe von immateriellen Anlagen	0	0	0	0	0
Käufe von Tochtergesellschaften, abzüglich erworbene flüssige Mittel	0	0	0	0	0
Verkäufe von Wertschriften	0	0	0	0	0
Erhaltene Zinsen	0	0	0	0	0
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-900'000</b>	<b>-530'000</b>	<b>-90'000</b>	<b>-110'000</b>	<b>-130'000</b>
Aktienkapitalerhöhung	0	0	0	0	0
Bezahlte Dividenden	0	0	0	0	0
Transaktionen mit eigenen Aktien	0	0	0	0	0
Kapitaleinlagen von Minderheiten	0	0	0	0	0
Zunahme (Abnahme) der Finanzverbindlichkeiten	500'000	100'000	-250'000	-250'000	-300'000
Bezahlte Zinsen	-55'000	-60'300	-47'800	-35'300	-20'300
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>445'000</b>	<b>39'700</b>	<b>-297'800</b>	<b>-285'300</b>	<b>-320'300</b>
Umrechnungsdifferenzen	0	0	0	0	0
<b>(Abnahme)/Zunahme flüssige Mittel</b>	<b>22'196</b>	<b>-52'105</b>	<b>32'136</b>	<b>19'911</b>	<b>11'261</b>
Flüssige Mittel zum Jahresbeginn	60'907	83'103	30'998	63'134	83'045
Flüssige Mittel zum Jahresende	83'103	30'998	63'134	83'045	94'306
<b>(Abnahme)/Zunahme flüssige Mittel</b>	<b>22'196</b>	<b>-52'105</b>	<b>32'136</b>	<b>19'911</b>	<b>11'261</b>



# Preise und Leistungen 2008

Basis: mindestens 16 Ausstrahlungen pro Tag und Sprache

## Werbespots

Unsere Werbeproduktion setzt Ihre Spotidee kreativ und zu fairen Preisen um.  
Mindestlänge TV-Spots: 15 Sekunden

---

## Preise Ausstrahlung

Modul zweisprachig	Modul deutsch	Modul französisch
Fr. 24.00 / Sek.	Fr. 18.00 / Sek.	Fr. 14.00 / Sek.

---

## Beispiel (Kosten pro Tag)

Länge	Module zweisprachig	Modul deutsch	Modul französisch
20 Sek.	Fr. 480.00	Fr. 360.00	Fr. 280.00
30 Sek.	Fr. 720.00	Fr. 540.00	Fr. 420.00

---

## Bildspots

Der Bildspot ist eine attraktive und günstige Werbeform für regionale und lokale Kunden. Bildspots werden unmittelbar vor den News während 10 Sekunden mit Hintergrundmusik ausgestrahlt. Produktion: Fr. 500.00

---

## Beispiel (Kosten pro Tag)

Länge	Module zweisprachig	Modul deutsch	Modul französisch
10 Sek.	Fr. 240.00	Fr. 180.00	Fr. 140.00

---

## Spot-Flash

Der Spot-Flash ist eine attraktive und günstige Werbeform für regionale und lokale Kunden. Spot-Flash sind animierte Standbilder, bzw. Texte mit Standart- Musik und Sprecher von TeleBilingue. Sie werden unmittelbar vor den News ausgestrahlt. Ideal für Vereine, kurzfristige Aktionen, KMU, Events. Preise inkl. Produktion.

---

## Beispiel (Standart: 3 Ausstrahlungen)

Länge	Module zweisprachig	pro zusätzl. Schaltung
15 Sek.	Fr. 1'260.00	Fr. 300.00

---

## Publireportagen

In 2 bis 5 Minuten stellen Sie Ihre Firma, Ihr Produkt, Ihre Dienstleistungen, sich und Ihre Mitarbeiter sowie Ihre Firmenphilosophie vor. Unserer Werbeabteilung begleitet Sie persönlich vom Erstkontakt bis hin zur Ausstrahlung auf TeleBielingue.

---

## Preise Ausstrahlung

Film bis 2 Minuten	Fr. 4'200.00
Film bis 3 Minuten	Fr. 4'700.00
Film bis 4 Minuten	Fr. 5'200.00
Film bis 5 Minuten	Fr. 5'900.00

Produktion und eine Ausstrahlung inbegriffen.

---

## Sponsoring

Der attraktive Werbeauftritt im Umfeld von Sendungen oder Rubriken (Wetter, Agenda, Talk u.a.). Der Sponsor ist visuell und akustisch mit Firmenname und Logo vor und nach der Sendung präsent.

Preise und Berechnungsbeispiele auf Anfrage.

---

## Konditionen

Alle Preise exkl. MwSt, gültig ab 01.01.2008  
Pro Sprachmodul mindestens 15 Wiederholungen im Preis inbegriffen.

---

<b>Abschlüsse und Rabatte:</b>	200 Sek.	2%
	500 Sek.	4%
	1'000 Sek.	8%
	1'500 Sek.	10%
	2'000 Sek.	11%
	3'000 Sek.	12%
	4'000 Sek.	14%
	5'000 Sek.	16%
	6'000 Sek.	18%
7'000 Sek.	20%	
<b>Zuschläge:</b>	Platzierungswunsch	+ 20%
<b>Vermittlerkonditionen:</b>	Vermittlerprovision	5%
	Beraterkommission	10%



# ORGANISATIONSREGLEMENT

der

## **TeleBielingue AG**

mit Sitz in Biel

### **1. Grundlagen**

Der Verwaltungsrat erlässt dieses Reglement gestützt auf Art. 716 b OR und Art. 13 Abs. 2 der Statuten der TeleBielingue AG (nachfolgend „Gesellschaft“). Dieses Reglement regelt Aufgaben, Befugnisse und Berichterstattung der mit der Geschäftsführung der Gesellschaft befassten Organe, nämlich

- Verwaltungsrat,
- Präsident des Verwaltungsrates,
- und Geschäftsleitung.

### **2. Verwaltungsrat**

#### **2.1 Konstituierung**

Der Verwaltungsrat konstituiert sich selbst. Der Verwaltungsrat ernennt einen Präsidenten und bei Bedarf einen Delegierten. Er bezeichnet einen Sekretär, der nicht Mitglied des Verwaltungsrats zu sein braucht.

## 2.2 Aufgaben

Der Verwaltungsrat ist das oberste Leitungsorgan der Gesellschaft. Er entscheidet über alle geschäftlichen Angelegenheiten, die nicht von Gesetzes wegen, aufgrund der Statuten oder aufgrund des vorliegenden Reglements an den Verwaltungsratspräsidenten oder an die Geschäftsleitung übertragen werden.

Der Verwaltungsrat hat folgende Aufgaben und Kompetenzen:

- (1) Oberleitung der Gesellschaft und Erteilung der nötigen Weisungen. Er legt die strategische Ausrichtung der Gesellschaft fest, definiert (u.a. durch Festlegung von Mehrjahresplan und Budget) die finanziellen Ziele und entscheidet über die zur Erreichung erforderlichen finanziellen und anderweitigen Ressourcen.
- (2) Festlegung der Organisation der Gesellschaft.
- (3) Ausgestaltung des Rechnungswesens, der Finanzkontrolle sowie der Finanzplanung, sofern dies für die Führung der Gesellschaft notwendig ist.
- (4) Ausgestaltung der Programmstrukturen, der publizistischen Leitlinien, der Grundlagen für die Konzession sowie des gesamten Erscheinungsbilds (CI/CD) des Senders inklusive seine politische, wirtschaftliche, kulturelle und gesellschaftliche Ausrichtung.
- (5) Ernennung und Abberufung der mit der Geschäftsführung und Vertretung der Gesellschaft betrauten Personen sowie Festlegung der Art der Zeichnungsberechtigung.
- (6) Oberaufsicht über die mit der Geschäftsführung betrauten Personen, namentlich im Hinblick auf die Befolgung der gesetzlichen Vorschriften, der Statuten, des vorliegenden Reglements und sonstiger Vorschriften und Weisungen.
- (7) Erstellung des Geschäftsberichts, Vorbereitung der Generalversammlung und Ausführung ihrer Beschlüsse.

- (8) Benachrichtigung des Richters im Falle der Überschuldung der Gesellschaft.
- (9) Beschlussfassung über die Feststellung von Kapitalerhöhungen und daraus folgende Statutenänderungen.
- (10) Beschlussfassung über die Eintragung der Eigentümer und Nutzniesser von Namenaktien im Aktienbuch.
- (11) Beschlussfassung über die nachträgliche Leistung von Einlagen auf nicht vollständig liberierten Aktien.
- (12) Aufnahme wesentlicher neuer Tätigkeitsgebiete oder Aufgabe vorhandener wesentlicher Tätigkeitsgebiete (einschliesslich Erwerb oder Veräusserung von Betriebsteilen).
- (13) Einrichtung oder Auflösung von Zweigniederlassungen.
- (14) Erwerb und Veräusserung von Grundstücken und Rechten an Grundstücken sowie sonstige Verfügungen darüber.
- (15) Erwerb und Veräusserung von Unternehmensbeteiligungen (einschliesslich Veränderung der Beteiligungsquote).
- (16) Eingehen von Wechselverbindlichkeiten.
- (17) Eingehen von Bürgschaften und Bankgarantien.
- (18) Ernennung und Abberufung der Arbeitgebervertreter in Personalvorsorgeeinrichtungen, der sich die Gesellschaft angeschlossen hat.

Die nachfolgenden Geschäfte bedürfen vorgängig der Zustimmung des Verwaltungsrates der Gesellschaft:

- (1) Beschlussfassung über das Jahresbudget (inkl. Investitionsbudget).
- (2) Ausgaben für Projekte und Investitionen, die im Jahresbudget nicht enthalten sind

und den Betrag von CHF 10'000.00 im Einzelfall oder insgesamt CHF 100'000.00 pro Jahr übersteigen.

- (3) Abschluss oder Beendigung von Miet-, Pacht-, Lizenz- und Beratungsverträgen sowie von Verträgen, die ausserhalb der ordentlichen Geschäftstätigkeit der Gesellschaft liegen und/ oder von massgebender Bedeutung sind, wenn die aus diesen Verträgen erwachsenden jährlichen Verpflichtungen für die Gesellschaft CHF 20'000.00 im Einzelfall übersteigen oder eine Laufzeit von mehr als 2 Jahren haben.
- (4) Erhöhung der Bankkreditlimiten oder Aufnahme von neuen Darlehen irgendwelcher Art.
- (5) Gewährung von Darlehen an Dritte (d.h. nicht mehrheitlich verbundene Gesellschaften).
- (6) Anhebung von Rechtsstreitigkeiten mit besonderer Bedeutung für die Gesellschaft, insbesondere wenn sie einen Wert von CHF 20'000.00 übersteigen, sowie Abschluss von gerichtlichen und aussergerichtlichen Vergleichen in solchen Streitigkeiten.

### 2.3 Sitzungen

Sitzungen des Verwaltungsrats können an einem beliebigen Ort durchgeführt werden, der vom Präsidenten festgelegt wird. Die Sitzungen werden vom Präsidenten, im Verhinderungsfalle durch ein anderes Mitglied des Verwaltungsrates einberufen, sooft es die Geschäfte der Gesellschaft erfordern, mindestens aber drei Mal pro Jahr. Zudem kann jedes Verwaltungsratsmitglied schriftlich unter Angabe der Gründe vom Präsidenten die unverzügliche Einberufung einer Sitzung verlangen.

Die Einladung zu den Sitzungen des Verwaltungsrates erfolgt schriftlich oder auf elektronischem Weg unter Angabe der Traktanden, ausser in dringenden Fällen, mindestens 10 Tage im Voraus. Jedes Verwaltungsratsmitglied kann die Aufnahme eines bestimmten Verhandlungsgegenstandes in die Traktandenliste verlangen; entsprechende Gesuche müssen beim Präsidenten mindestens 15 Tage vor der betreffenden Sitzung eingegangen sein.

In dringenden Fällen kann der Präsident den Verwaltungsrat auch kurzfristig und telefonisch einberufen.

Beschlüsse des Verwaltungsrats können auf Anordnung des Präsidenten auch telefonisch oder auf dem Zirkularweg (auch mit Telefax oder auf elektronischem Weg) gefasst werden, sofern nicht ein Mitglied die Durchführung einer Sitzung verlangt.

Personen, die nicht Mitglieder des Verwaltungsrats sind, können auf Einladung des Verwaltungsratspräsidenten an Sitzungen zu bestimmten Traktanden teilnehmen; bei der Beschlussfassung kommt diesen Personen kein Stimmrecht zu.

#### 2.4 Beschlussfassung

Der Verwaltungsrat ist beschlussfähig wenn die Mehrheit seiner Mitglieder anwesend ist. Verwaltungsratsmitglieder können telefonisch oder über Video an der Sitzung teilnehmen; in diesem Fall gelten sie als anwesend.

Die Beschlüsse werden mit der Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst. Im Falle von Stimmgleichheit hat der Präsident den Stichentscheid.

Ausnahmsweise können dringende Verwaltungsratssitzungen mittels Telefon und Videokonferenz abgehalten werden, sofern alle Mitglieder diesem Vorgehen zustimmen. In diesen Fällen hat der Sekretär innert 48 Stunden ein Protokoll anzufertigen, zu verteilen und so schnell wie möglich vom Präsidenten gegenzeichnen zu lassen.

Zirkularbeschlüsse gelten als angenommen, wenn ihm die Mehrheit der Mitglieder zustimmt.

#### 2.5 Protokoll

Über die Verhandlungen und Beschlüsse des Verwaltungsrats ist ein Protokoll zu führen, das durch den Vorsitzenden und den Sekretär zu unterzeichnen ist. Das Protokoll enthält zumindest alle Gegenstände der Verhandlungen sowie die zur

Abstimmung gelangenden Anträge und Beschlüsse. Im Falle von Zirkularbeschlüssen gelten diese als Protokoll.

Die Beschlüsse des Verwaltungsrats werden in geeigneter Form und stufengerecht der Geschäftsleitung kommuniziert.

## 2.6 Recht auf Auskunft

Jedes Mitglied des Verwaltungsrats hat das Recht auf Auskunft und Einsicht gemäss Art. 715 a OR.

## 2.7 Entschädigung

Die Verwaltungsräte erhalten für ihre Tätigkeit ein angemessenes Honorar, welches durch den Verwaltungsrat festgelegt wird. Die Barauslagen der Verwaltungsräte werden separat ersetzt.

## **3. Der Verwaltungsratspräsident**

Der Verwaltungsratspräsident repräsentiert die Gesellschaft nach innen und aussen. Er führt den Vorsitz im Verwaltungsrat und in der Generalversammlung, leitet diese Organe und bereitet deren Geschäfte vor. Er begleitet die Geschäftsleitung in ihrer operativen Tätigkeit und überwacht zusammen mit den übrigen Mitgliedern des Verwaltungsrates den Geschäftsgang.

## **4. Geschäftsführung**

Die operative und personelle Leitung der Gesellschaft wird - soweit gesetzlich und statutarisch zulässig - an die Geschäftsleitung übertragen. Insbesondere:

- führt die Geschäftsleitung die laufenden Geschäfte der Gesellschaft;
- beschliesst die Geschäftsleitung endgültig hinsichtlich sämtlicher unter Ziff. 2.2 Abs. 3 aufgeführten Sachgeschäfte, bei denen die finanzielle Limite für die Zuständigkeit des

- Verwaltungsrates nicht erreicht wird;
- sorgt die Geschäftsleitung für die Ausführung der Beschlüsse des Verwaltungsrates und der administrativer Anordnung des Verwaltungsratspräsidenten;
  - vertritt die Geschäftsleitung der Gesellschaft nach aussen, sofern der Verwaltungsrat nicht ausdrücklich etwas anderes festlegt, mit Kollektivunterschrift zu zweien.

## **5. Weitere Bestimmungen**

### **5.1 Sorgfalts- und Treuepflicht**

Jedes Mitglied des Verwaltungsrats ist verpflichtet, die Interessen der Gesellschaft zu jeder Zeit zu wahren und zu fördern sowie alle dazu notwendigen Massnahmen zu ergreifen.

### **5.2 Interessenkonflikte**

Jedes Mitglied des Verwaltungsrats ist verpflichtet, in den Ausstand zu treten, wenn Geschäfte behandelt werden, die seine persönlichen Interessen berühren.

### **5.3 Geheimhaltungspflicht**

Jedes Mitglied des Verwaltungsrats ist verpflichtet, gegenüber Dritten Stillschweigen über Tatsachen betreffend die Gesellschaft und ihre direkten oder indirekten Tochtergesellschaften zu bewahren, die ihm in Ausübung seines Amtes zur Kenntnis gelangen. Von dieser Verpflichtung ausgenommen sind Tatsachen die bereits öffentlich bekannt sind. Die Geheimhaltungspflicht gilt auch nach Beendigung des Mandats.

Jedes Mitglied hat die Gesellschaft betreffende Akten spätestens bei Beendigung seiner Amtszeit an die Gesellschaft zurückzugeben.

#### 5.4 Stellvertretung der Mitglieder

Ein Mitglied des Verwaltungsrats, das an einer Sitzung des Verwaltungsrats nicht teilnehmen kann, kann sich weder durch ein anderes Mitglied noch durch eine andere Person vertreten lassen.

### **6. Schlussbestimmungen**

Das vorliegende Organisationsreglement wird vom Verwaltungsrat auf den 1. Dezember 2007 in Kraft gesetzt und ersetzt sämtliche früheren Organisationsreglemente. Es kann von ihm jederzeit abgeändert oder ergänzt werden.

Biel, den 30. November 2007

Namens des Verwaltungsrates

---

Der Präsident

---

Der Vize-Präsident