

Beilagenverzeichnis

1. Statuten Tele 1 AG i.G.
 2. Geschäftsordnung
 3. Zeichnungsschein LZ Medien
 4. Handelsregisterauszug LZ Medien
 5. Geschäftsbericht LZ Medien 2006 (Auszug)
 6. a Organisationsstruktur NZZ-Gruppe
 6. b Geschäftsbericht NZZ-Gruppe 2006 (Auszug)
 7. Statuten LZ Medien
 8. Letter of intent, Hochschule Luzern, Kunst & Design
 9. Letter of intent, Universität Luzern
 10. a Letter of intent, MAZ Luzern
 10. b Ausbildungsprogramm MAZ
 11. Letter of intent, Verkehrshaus der Schweiz Luzern
 12. Baupläne Fernsehstudio, LZ Medien Zentrum, exemplarische Studioansichten
 13. Offerte Live-Mobil
 14. Zusage Darlehen
 15. Investitions- und Abschreibungsplan 2008 – 2013
 - Planinvestitionstätigkeit 2008 – 2013
 - Planerfolgsrechnung 2008 – 2013
 - Planbilanz 2008 – 2013
 - Mittelflussplan 2008 – 2013
 16. Zusammenfassung mit Kennzahlen der Planrechnung 2008 – 2013
 17. Arbeitsvertragliche Bestimmungen und Reglemente der LZ Medien
 18. Leitbild
 19. Redaktionsstatut und -handbuch
 20. Swisscom-Richtofferte
- Anhang 1 (Register 21)
- Demoscope-Befragung
- Anhang 2 (Register 22)
- Exemplarische Videoarbeiten, Hochschule Luzern, Kunst & Design, Video-Departement –
2 DVD-Kassetten

Beilage 1

Statuten



1. Firma, Sitz und Dauer der Gesellschaft

Unter der Firma Tele 1 AG besteht mit Sitz in Luzern eine Aktiengesellschaft auf unbestimmte Dauer.

2. Zweck der Gesellschaft

Die Gesellschaft bezweckt die Veranstaltung, so insbesondere die Produktion, den Ein- und Verkauf, den Betrieb sowie die Verbreitung von Fernsehprogrammen und den Betrieb eines Internetauftritts.

Die Gesellschaft kann alle Geschäfte eingehen und Verträge abschliessen, die geeignet sind, den Zweck der Gesellschaft zu fördern, oder die direkt oder indirekt damit im Zusammenhang stehen, ferner Zweigniederlassungen im In- und Ausland errichten und sich an anderen Unternehmungen beteiligen oder sich mit diesen zusammenschliessen. Sie kann insbesondere auch Immobilien erwerben und veräussern.

3. Aktienkapital

Das Aktienkapital der Gesellschaft beträgt CHF 1'500'000.- (in Worten: eine Million fünfhunderttausend Franken) und ist eingeteilt in 1'500 auf den Namen lautende Aktien à CHF 1'000.- nominal. Die Aktien sind vollständig liberiert.

Anstelle von Namenaktien können auch Zertifikate über eine bestimmte Anzahl von Aktien ausgestellt werden. Die Namenaktien können in Inhaberaktien umgewandelt werden und umgekehrt.

Die Gesellschaft kann Stimmrechtsaktien ausgeben.

4. Übertragungsbeschränkung

Die Übertragung der Aktien zu Eigentum oder zur Nutzniessung erfolgt durch Indossament. Jede Übertragung oder Nutzniessungsbestellung von Aktien, namentlich infolge entgeltlicher oder unentgeltlicher Veräusserung, durch Erbgang, Zwangsvollstreckung oder aus anderen Gründen von Gesetzes oder Todes wegen, auch an andere Aktionäre, bedarf der Zustimmung der Gesellschaft. Die Gesellschaft kann die Zustimmung verweigern, sofern

- a) sie dem Veräusserer der Aktien anbietet, die Aktien für eigene Rechnung, für Rechnung anderer Aktionäre oder für Rechnung Dritter zum wirklichen Wert im Zeitpunkt des Gesuches zu übernehmen;
- b) der Erwerber nicht ausdrücklich erklärt, dass er die Aktien im eigenen Namen und auf eigene Rechnung erwirbt;

c) durch eine Übertragung der Aktien der Gesellschaftszweck oder die wirtschaftliche Selbstständigkeit des Unternehmens gefährdet sind, insbesondere

- wenn der Erwerber direkt oder indirekt eine die Gesellschaft konkurrenzierende Tätigkeit ausübt;
- wenn die Eintragung des Erwerbers im Aktienbuch objektiv unvereinbar ist mit der Zwecksetzung der Gesellschaft oder wenn sie deren wirtschaftliche Selbstständigkeit gefährden würde.

Beim Erwerb von Aktien kraft Güter- oder Erbrecht oder Zwangsvollstreckung kann die Gesellschaft das Gesuch um Zustimmung nur ablehnen, sofern die Gesellschaft dem Erwerber die Übernahme der Aktien zum wirklichen Wert anbietet.

5. Aktienbuch

Als Aktionär gilt, wer im Aktienbuch als Aktionär eingetragen ist. Die Eigentümer und Nutzniesser der Aktien werden mit Namen und Adressen in das Aktienbuch eingetragen.

Ist die Eintragung eines Erwerbers aufgrund falscher Angaben erfolgt, kann dieser nach Anhörung im Aktienbuch gestrichen werden.

Jeder Aktionär hat der Gesellschaft sein Domizil und allfällige Domizilwechsel zur Eintragung ins Aktienbuch zu melden. Als rechtsgültige Zustelladresse gilt die letztgemeldete Adresse des Aktionärs.

6. Organe

Organe der Gesellschaft sind:

- A. die Generalversammlung;
- B. der Verwaltungsrat;
- C. die Revisionsstelle.

A. Die Generalversammlung

7. Befugnisse

In die Kompetenz der Generalversammlung fällt die Behandlung aller Geschäfte, die ihr durch Gesetz oder Statuten zugewiesen sind und die nicht gesetzlich zwingend von anderen Organen der Gesellschaft behandelt werden müssen. Es sind dies insbesondere:

- a) die Festsetzung und Änderung der Statuten;
- b) die Wahl des Präsidenten und der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Revisionsstelle;
- c) die Genehmigung des Jahresberichtes und der Konzernrechnung;
- d) die Genehmigung der Jahresrechnung sowie die Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinnes, insbesondere die Festsetzung der Dividende und der Tantieme;
- e) die Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Revisionsstelle;
- f) die Beschlussfassungen über die Gegenstände, die der Generalversammlung durch das Gesetz oder die Statuten vorbehalten sind.

Die ordentliche Generalversammlung findet jährlich einmal innerhalb von 6 Monaten nach Abschluss des Geschäftsjahres statt.

Ausserordentliche Generalversammlungen finden in den vom Gesetz vorgesehenen Fällen, auf Beschluss des Verwaltungsrates oder nötigenfalls auf Einberufung der Revisionsstelle statt oder wenn Aktionäre, die mindestens 10% des Aktienkapitals vertreten, vom Verwaltungsrat die Durchführung einer ausserordentlichen Generalversammlung verlangen.

8. Einberufung

Die Generalversammlung wird durch den Verwaltungsrat oder die im Gesetz bezeichneten Organe und Personen einberufen.

Die Einberufung hat spätestens 20 Tage vor dem Versammlungstag durch eingeschriebenen Brief an die im Aktienbuch verzeichneten Aktionäre zu erfolgen.

In der Einberufung sind die Verhandlungsgegenstände sowie die Anträge des Verwaltungsrats und der Aktionäre, welche die Durchführung einer Generalversammlung oder die Traktandierung eines Verhandlungsgegenstandes verlangt haben, bekannt zu geben.

Die Einladung zur ordentlichen Generalversammlung hat den Hinweis zu enthalten, dass der Geschäfts- und der Revisionsbericht sowie die Anträge des Verwaltungsrats über die Verwendung des Bilanzgewinns den Aktionären am Sitz der Gesellschaft und bei allfälligen Zweigniederlassungen zur Einsicht aufliegen.

9. Universalversammlung

Die Eigentümer oder Vertreter sämtlicher Aktien können, falls kein Widerspruch erhoben wird, eine Generalversammlung ohne Einhaltung der für die Einberufung vorgeschriebenen Formvorschriften abhalten.

In dieser Versammlung kann über alle in den Geschäftskreis der Generalversammlung fallenden Gegenstände gültig verhandelt und Beschluss gefasst werden, solange die Eigentümer oder Vertreter sämtlicher Aktien anwesend sind.

10. Stimmrecht und Vertretung

An der Generalversammlung sind die im Aktienbuch eingetragenen Aktionäre stimmberechtigt. Jede Aktie gibt Anrecht auf eine Stimme.

Die Aktionäre können sich an der Generalversammlung mittels schriftlicher Vollmacht durch andere Aktionäre vertreten lassen.

11. Beschlussfassung

Die Generalversammlung wählt und fasst ihre Beschlüsse mit der absoluten Mehrheit der anwesenden und vertretenen Aktienstimmen, soweit das Gesetz oder die Statuten für die Beschlussfassung nicht zwingend eine qualifizierte Mehrheit vorschreiben.

Wahl und Beschlussfassung geschehen in der Regel in offener Abstimmung. Die Versammlung kann jedoch auf Antrag für einzelne Geschäfte geheime Abstimmung beschliessen.

12. Durchführung

Die Versammlung wird vom Präsidenten oder Vizepräsidenten des Verwaltungsrates geleitet. Die Versammlung kann allenfalls einen Tagespräsidenten wählen.

Der Verwaltungsrat sorgt für die ordnungsgemässe Führung des Protokolls.

Der Vorsitzende bestimmt aus den Reihen der Anwesenden den Protokollführer und die Stimmenzähler, die nicht Aktionäre der Gesellschaft sein müssen.

B. Der Verwaltungsrat

13. Zusammensetzung, Amtsdauer

Der Verwaltungsrat besteht aus einem oder mehreren Mitgliedern.

Die Amtsdauer beträgt 1 Jahr. Wiederwahl ist zulässig.

Scheidet ein Mitglied vor Ablauf seiner Amtsdauer aus, so tritt das an seiner Stelle gewählte Mitglied in dessen Amtsperiode ein.

14. Konstituierung

Besteht der Verwaltungsrat aus mehreren Mitgliedern, so konstituiert er sich – mit Ausnahme des Präsidenten – selbst. Er wählt insbesondere einen Sekretär. Der Sekretär muss nicht Mitglied des Verwaltungsrates sein.

15. Vertretung

Die Befugnis der Verwaltungsräte zur Vertretung der Gesellschaft nach aussen richtet sich nach dem Eintrag im Handelsregister.

16. Sitzungen, Protokoll

Der Verwaltungsrat versammelt sich auf Einladung des Präsidenten, sooft es die Geschäfte erfordern, oder auf Verlangen eines Mitgliedes.

Verlangt ein Mitglied die Einberufung einer Sitzung, stellt es dem Präsidenten den Antrag unter Angabe der Gründe, weshalb die Sitzung einberufen werden soll. Der Präsident ruft in diesem Falle innerhalb 14 Tagen nach Erhalt des Antrages eine Sitzung ein.

Über die Sitzung ist ein Protokoll zu führen, welches vom Vorsitzenden und vom Sekretär zu unterzeichnen ist.

17. Beschlussfassung

Beschlüsse werden mit der Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst. Bei Stimmengleichheit hat der Präsident den Stichentscheid.

Zirkularbeschlüsse sind zulässig, sofern kein Mitglied mündliche Beratung verlangt.

18. Aufgaben und Befugnisse

Der Verwaltungsrat hat die Oberleitung der Gesellschaft inne und übt die Aufsicht und Kontrolle über die Geschäftsführung aus. Er legt die Organisation fest und erlässt Richtlinien für die Geschäftspolitik. In die Kompetenz des Verwaltungsrates fallen alle Geschäfte, die nicht durch das Gesetz, die Statuten oder Reglemente einem anderen Organ vorbehalten sind.

19. Kompetenzdelegation

Der Verwaltungsrat kann die Geschäftsführung ganz oder zum Teil an einen Ausschuss, an einzel-

ne Mitglieder (Delegierte) oder an Dritte übertragen. Er erlässt in diesem Fall ein Organisationsreglement, in welchem die delegierten Aufgaben, die zuständigen Stellen und die Berichterstattung geregelt sind.

20. Rechte und Pflichten der Verwaltungsräte

Jedes Mitglied hat das Recht, nach Massgabe von Art. 715a des Obligationenrechts Auskunft über die Angelegenheiten der Gesellschaft zu verlangen.

Der Verwaltungsrat hat die Geschäftsführung mit der gebotenen Sorgfalt wahrzunehmen und die Interessen der Gesellschaft in guten Treuen zu wahren.

C. Die Revisionsstelle

21. Zusammensetzung, Amtsdauer

Die Generalversammlung wählt einen oder mehrere besonders befähigte und unabhängige Revisoren, die nicht Aktionäre zu sein brauchen, als Revisionsstelle. Dabei können auch juristische Personen wie Treuhandgesellschaften oder Revisionsverbände gewählt werden.

Die Amtsdauer beträgt 1 Jahr. Wiederwahl ist zulässig.

22. Aufgaben

Der Revisionsstelle obliegen die ihr durch das Gesetz übertragenen Aufgaben. Die Generalversammlung kann die Aufgaben und Befugnisse der Revisionsstelle jederzeit erweitern.

23. Rechnungsabschluss

Die Rechnungen der Gesellschaft (Erfolgsrechnung, Bilanz und Anhang) werden auf den vom Verwaltungsrat festzusetzenden Zeitpunkt abgeschlossen.

Die Bücher der Gesellschaft sind nach bewährten kaufmännischen Grundsätzen zu führen. Die Bilanz und die Erfolgsrechnung sind unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften aufzustellen.

Die Generalversammlung kann auf Antrag des Verwaltungsrates ausser den gesetzlichen Reserven die Bildung ausserordentlicher Reserven beschliessen, soweit dies gesetzlich zulässig ist.

24. Publikationsorgan

Die Bekanntmachungen der Gesellschaft erfolgen durch Veröffentlichung im Schweizerischen Handelsamtsblatt (SHAB).

Mitteilungen und Einladungen an die Aktionäre erfolgen durch eingeschriebenen Brief.

25. Liquidation

Sofern von der Generalversammlung, die den Auflösungsbeschluss fasst, nicht besondere Liquidatoren bestellt werden, wird die Liquidation durch den zuletzt bestellten Verwaltungsrat durchgeführt.

Die vorstehenden Statuten wurden an der konstituierenden Generalversammlung der Tele 1 AG, mit Sitz in Luzern, am genehmigt und treten Dritten gegenüber mit dem Eintrag ins Handelsregister in Kraft.

Luzern,
/dg

Die Aktionäre und Gründer
für sich und das ganze Aktienkapital:

.....

Beglaubigung

Der unterzeichnete Notar beglaubigt hiermit, dass die vorliegenden Statuten mit den in der öffentlichen Urkunde über die Gründung der Tele 1 AG, mit Sitz in Luzern, aufgeführten Statuten identisch sind und mit der Beglaubigung 9 Seiten umfassen.

Luzern,
/dg

Der Notar

.....

Ordnungsnummer

.....

Geschäftsordnung



1. Allgemeines

§ 1 Grundlagen

Der Verwaltungsrat der Tele 1 AG (nachfolgend «Gesellschaft») erlässt dieses Organisationsreglement und diese Geschäftsordnung gestützt auf Ziff. 18 Abs. 1 und Ziff. 19 der Statuten vom (Gründungsdatum) sowie gestützt auf Art. 41 Abs. 1 lit. a RTVV.

Das gültige Organigramm liegt diesem Organisationsreglement und dieser Geschäftsordnung bei.

§ 2 Zweck

Das Organisationsreglement und die Geschäftsordnung bezwecken:

1. die Festlegung der Organisationsstrukturen von Verwaltung und Geschäftsleitung;
2. die Regelung der Aufgabenbereiche und Kompetenzen;
3. die Umschreibung des Zusammenwirkens der verschiedenen Stufen, insbesondere die Ordnung der Berichterstattung.

§ 3 Ausführende Organe

Die ausführenden Organe sind:

1. der Verwaltungsrat
2. der Delegierte des Verwaltungsrates (nachfolgend «Delegierter»)
3. die Geschäftsleitung
4. der Geschäftsleiter
5. die Bereichsleiter

Durch Verwaltungsratsbeschluss können Ausschüsse oder einzelne Mitglieder des Verwaltungsrates mit ausführenden Funktionen betraut werden.

2. Der Verwaltungsrat

§ 4 Zusammensetzung des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat besteht aus mindestens 3 Mitgliedern.

§ 5 Konstituierung

Der Verwaltungsrat konstituiert sich, mit Ausnahme des Präsidenten, der von der Generalversammlung gewählt wird, selbst. Er wählt aus seiner Mitte

1. den Vizepräsidenten
2. den Delegierten

§ 6 Sitzungen: Einberufung, Leitung, Traktandierung und Protokoll

Der Verwaltungsrat versammelt sich auf Einladung seines Präsidenten oder auf das an ihn gerichtete schriftlich begründete Begehren eines Mitglieds, sooft es die Geschäfte erfordern.

Die Einberufung erfolgt mindestens 14 Tage vor dem Sitzungstermin schriftlich und unter Angabe der Traktanden.

Ausnahmsweise kann in Fällen besonderer Dringlichkeit die Einberufung innert einer kürzeren Frist erfolgen, nötigenfalls durch Telefon oder andere Mittel.

Der Präsident erstellt unter Mitarbeit des Delegierten sowie des Geschäftsleiters die Traktandenliste. Diese enthält die von den Mitgliedern des Verwaltungsrates beantragten Traktanden. Ferner traktandiert der Präsident diejenigen Geschäfte, welche der Verwaltungsrat behandeln muss, damit er seinen gesetzlichen und statutarischen Auftrag erfüllt.

Der Präsident sorgt für die Führung des Protokolls.

§ 7 Beschlussfassung und Wahlen

Der Verwaltungsrat ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit seiner Mitglieder anwesend ist.

Der Verwaltungsrat fasst seine Beschlüsse mit der Mehrheit der abgegebenen Stimmen.

Die Beschlüsse des Verwaltungsrates können auch auf dem Weg der schriftlichen Zustimmung zu einem gestellten Antrag (Brief, E-Mail oder Telefax) gefasst werden, sofern nicht ein Mitglied die mündliche Beratung verlangt.

§ 8 Delegationsgrundsatz

Der Verwaltungsrat behält sich alle Entscheide vor:

1. die er gemäss Gesetz zwingend treffen muss;

2. die ihm durch die Statuten ausdrücklich zugewiesen sind;
3. die in § 10 dieses Reglements angeführt sind.

Teile der Geschäftsführung sowie die damit verbundenen Aufgaben und Kompetenzen weist der Verwaltungsrat gemäss § 13, 16, 20 und 23 sowie gegebenenfalls gemäss entsprechenden Verwaltungsratsbeschlüssen allfälligen Ausschüssen, dem Delegierten, weiteren einzelnen Mitgliedern des Verwaltungsrates, dem Geschäftsleiter und den Bereichsleitern zu.

Im Übrigen delegiert der Verwaltungsrat die Geschäftsführung sowie die damit verbundenen Aufgaben und Kompetenzen vollumfänglich an die Geschäftsleitung.

§ 9 Weisungen und Berichterstattung

Im Rahmen der ihm vorbehaltenen Entscheide erlässt der Verwaltungsrat die nötigen Weisungen. Anlässlich seiner Sitzungen wird dem Verwaltungsrat vom Delegierten über dessen Erkenntnis betreffend Vermögens- und Ertragslage sowie alle bedeutenden Geschäfte und Vorkommnisse der Gesellschaft Bericht erstattet.

§ 10 Vorbehaltene Entscheide

Der Verwaltungsrat behält sich folgende Entscheide vor:

1. Unternehmensziele

- a. Er legt die Unternehmensziele und die diesbezüglich zu verfolgende Unternehmenspolitik fest.
- b. Er bestimmt die redaktionelle und programmpolitische Ausrichtung der Tele 1 AG und legt die grundlegenden Massnahmen für die Erfüllung des Leistungsauftrages durch die Erstellung eines Redaktionsstatuts resp. -handbuchs sowie eines Leitbildes fest.
- c. Er legt die grundlegenden Massnahmen zur Wahrung der Angebots- und Meinungsvielfalt und zum Schutz der redaktionellen Unabhängigkeit fest.
- d. Er entscheidet auf Antrag des Delegierten über Konzeptänderungen bei der Tele 1 AG.

2. Personelles

- a. Er ernennt auf Antrag des Delegierten die Vertreter (Verwaltungsräte) der Gesellschaft in Unternehmungen, an denen die Gesellschaft beteiligt ist.
- b. Er wählt auf Antrag des Delegierten den Vorsitzenden sowie die übrigen Mitglieder der Geschäftsleitung und legt die entsprechenden Anstellungsbedingungen fest.
- c. Er ernennt auf Antrag des Delegierten den Chefredaktor.
- d. Er erteilt auf Antrag des Delegierten die Unterschriften Direktor, Vize-Direktor, Prokuren und Handlungsvollmachten für sämtliche Mitarbeiter der Gesellschaft.
- e. Er legt allfällige Bonifikationen fest.

- f. Er entscheidet über die allfällige Abberufung der mit der Geschäftsführung und Vertretung betrauten Personen.

3. Beteiligungen, wirtschaftliche Zusammenarbeit

Er entscheidet auf Antrag des Delegierten über Erweiterungen der Unternehmung und den Erwerb von Beteiligungen, Kooperationen und Fusionen sowie jede weitere wirtschaftliche Zusammenarbeit von erheblicher Bedeutung mit Dritten, insbesondere über den Abschluss von Verträgen im Inseratebereich und dergleichen durch die Gesellschaft.

4. Investitionen, Finanzen

- a. Er verabschiedet auf Antrag des Delegierten das Jahres- und Investitionsbudget.
- b. Er beschliesst auf Antrag des Delegierten über Investitionen, die CHF 200'000.- übersteigen.
- c. Er berät pro Quartal Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie sämtliche übrigen Unterlagen, die er für seine Entscheidung – insbesondere auch für die Beurteilung der tatsächlichen Vermögens- und Ertragslage der Gesellschaft – als notwendig erachtet. Er nimmt Einsicht in die von der Revisionsstelle erstellten Berichte.
- d. Er verabschiedet die Jahresrechnung, bestehend aus Erfolgsrechnung, Bilanz und Anhang zuhanden der Generalversammlung.
- e. beschliesst die Beantragung von Kapitalerhöhungen und die daraus folgende Statutenänderung.
- f. Er benachrichtigt den Richter bei Überschuldung und trifft die dabei notwendigen gesetzlichen Massnahmen.

5. Führung des Aktienbuches, Übertragung von Namenaktien

- a. Er bezeichnet den Führer des Aktienbuches (wobei jedes Mitglied des Verwaltungsrates jederzeit in das Aktienbuch Einsicht nehmen kann).
- b. Er entscheidet über die Gesuche betreffend die Übertragung von Namenaktien der Gesellschaft.
- c. Er beschliesst über die nachträgliche Leistung von Einlagen auf nicht vollständig libериerte Aktien.

6. Generalversammlung

- a. Er schlägt der Generalversammlung die Revisionsstelle vor.
- b. Er bereitet die Generalversammlung vor, erstellt den Geschäftsbericht und vollzieht die Beschlüsse.

7. Prozesse

Auf Antrag des Delegierten entscheidet er über die Führung von Prozessen oder den Abschluss von gerichtlichen sowie aussergerichtlichen Vergleichen. Vorsorgliche Massnahmen können vorab von der Geschäftsleitung nach Rücksprache mit dem Delegierten getroffen werden.

8. Übrige Fragen

Er entscheidet alle übrigen Fragen, die ihm vom Delegierten oder allfälligen Ausschüssen unterbreitet werden.

3. Der Delegierte des Verwaltungsrates

§ 11 Berichterstattung

Der Delegierte sorgt dafür, dass er vom Geschäftsleiter über den laufenden Geschäftsgang, über besondere Ereignisse und starke Zielabweichungen periodisch informiert wird.

Der Delegierte orientiert an den Sitzungen des Verwaltungsrates über die bedeutenden Geschäfte und Vorkommnisse.

Bei der Diskussion von Sachfragen kann sich der Delegierte traktandenweise durch den Geschäftsleiter beziehungsweise den zuständigen Bereichsleiter begleiten lassen.

§ 12 Vorbereitende Funktion und Antragstellung

Der Delegierte bereitet in Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung die Geschäfte des Verwaltungsrates vor.

Insbesondere stellt er dem Verwaltungsrat unaufgefordert Antrag betreffend:

1. Ernennung der Vertreter (Verwaltungsräte) der Gesellschaft in Unternehmungen, an denen die Gesellschaft beteiligt ist;
2. Wahl des Geschäftsleiters sowie der übrigen Mitglieder der Geschäftsleitung und Festlegung der entsprechenden Anstellungsbedingungen;
3. Ernennung des Chefredaktors;
4. Konzeptänderungen bei der Tele 1 AG;
5. Verabschiedung des Jahres- und Investitionsbudgets;
6. Beschluss über Investitionen, die CHF 200'000.– übersteigen;
7. Führung von Prozessen oder Abschluss von gerichtlichen sowie aussergerichtlichen Vergleichen;
8. Erteilung der Unterschriften, Direktor, Vize-Direktor, Prokuren und Handlungsvollmachten für sämtliche Mitarbeiter der Gesellschaft.

Ferner bearbeitet er Fragen betreffend Erweiterungen der Unternehmungen und den Erwerb von Beteiligungen, Kooperationen und Fusionen sowie jede weitere wirtschaftliche Zusammenarbeit von erheblicher Bedeutung mit Dritten, insbesondere auch den Abschluss von Verträgen. Er stellt an den Verwaltungsrat unaufgefordert entsprechende Anträge.

§ 13 Zugewiesene Aufgaben und Kompetenzen

Dem Delegierten sind folgende Aufgaben und Kompetenzen zugewiesen:

1. Führung

- a. Er überwacht die Geschäftsführung;
- b. Er koordiniert Aufgaben und unternehmerisches Handeln der Aktionäre und der Gesellschaft;
- c. Er erlässt und/oder genehmigt Reglemente, Richtlinien und Weisungen mit betriebsübergreifender Wirkung zwischen den Aktionären und der Gesellschaft;
- d. Mit der Genehmigung des Organigrammes legt er auf Antrag des Vorsitzenden der Geschäftsleitung die jeweilige Organisationsstruktur der Bereiche fest;
- e. Er genehmigt auf Antrag der Geschäftsleitung:
 1. Gestaltungsänderungen bei der Tele 1 AG;
 2. Werbetarife der Tele 1 AG;
 3. Formulierung der Personalpolitik.

2. Investitionen, Finanzen

Er beschliesst auf Antrag der Geschäftsleitung Investitionen in der Grössenordnung von CHF 10'000.– bis CHF 200'000.–.

3. Information, Koordination

- a. Er leitet dem Verwaltungsrat die für seine Entscheidfassung erforderlichen Grundlagen zu,
- b. Er ist zuständig für die Öffentlichkeitsarbeit;
- c. Er vertritt die Gesellschaft nach aussen und pflegt die Beziehungen zu den Geschäftspartnern, zu Organisationen, Behörden und politischen Parteien.

4. Personelles

- a. Auf Antrag des Geschäftsleiters legt er die Stellenbeschreibung für sämtliche Mitglieder der Geschäftsleitung fest;
- b. In Absprache mit dem Verwaltungsratspräsidenten legt er im Rahmen der Jahresbudgets die Entlohnung der Mitglieder der Geschäftsleitung fest;
- c. Für die programmpolitischen Aspekte ist ihm der Chefredaktor direkt unterstellt.

4. Die Geschäftsleitung

§ 14 Organisation

Die Geschäftsleitung besteht aus dem Geschäftsleiter und den übrigen Bereichsleitern.

§ 15 Vorbereitende Funktion und Antragstellung

Die Geschäftsleitung unterstützt den Delegierten bei der Vorbereitung der Geschäfte des Verwaltungsrates.

Ferner stellt sie an den Delegierten unaufgefordert Antrag betreffend:

1. Investitionen oder Ausgabepositionen (inkl. Sponsoring) in der Grössenordnung von über CHF 10'000.-;
2. Führung von Prozessen oder Abschluss von gerichtlichen sowie aussergerichtlichen Vergleichen;
3. Konzept- und Gestaltungsänderungen bei der Tele 1 AG;
4. Werbetarife der Tele 1 AG;
5. Formulierung der Personalpolitik,
6. Jahresbudget.

§ 16 Zugewiesene Aufgaben und Kompetenzen

Soweit die Geschäftsführung nicht gemäss §§ 8 und 10 dem Verwaltungsrat vorbehalten oder anderen ausführenden Organen übertragen ist, wird sie von den Mitgliedern der Geschäftsleitung gemeinsam wahrgenommen.

Die Geschäftsleitung hat namentlich folgende Aufgaben und Kompetenzen:

1. Führung

- a. Sie berät den Delegierten bei der Definition der strategischen Ausrichtung der Gesellschaft.
- b. Im Rahmen der Geschäftspolitik und der finanzpolitischen Vorgabe des Verwaltungsrates stellt sie die Ertragslage sicher.
- c. Sie pflegt die Unternehmenskultur, insbesondere durch Bestimmung von Normen und Wertvorstellungen, welche das Verhalten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und somit das Erscheinungsbild der Gesellschaft prägen.

2. Kontrolle

Sie kontrolliert das Erreichen der qualitativen und quantitativen Ziele.

3. Personelles:

- a. Sie sorgt für die Durchsetzung der Personalpolitik.
- b. Sie betreut und fördert die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

4. Vorsorgliche Massnahmen:

Sie trifft vorsorgliche Massnahmen gemäss § 15 Abs. 2 Ziff. 2 hiervor.

Über die regelmässigen Besprechungen der Geschäftsleitung sind Beschlussprotokolle zu erstellen. Diese sind dem VR-Delegierten zuzustellen.

5. Der Geschäftsleiter

§ 17 Unterstellung

Der Geschäftsleiter ist dem Delegierten unterstellt.

§ 18 Berichterstattung

Der Geschäftsleiter sorgt dafür, dass er von den Bereichsleitern über den laufenden Geschäftsgang, über besondere Ereignisse und starke Zielabweichungen periodisch informiert wird.

Der Geschäftsleiter orientiert den Delegierten über den laufenden Geschäftsgang.

Der Geschäftsleiter leitet dem Delegierten zuhanden des Verwaltungsrates pro Quartal Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie sämtliche übrigen Unterlagen zu, welche für die Entscheidungsfassung – insbesondere auch für die Beurteilung der tatsächlichen Vermögens- und Ertragslage der Gesellschaft – benötigt werden.

Ausserordentliche Vorfälle bringt der Geschäftsleiter dem Delegierten unverzüglich zur Kenntnis.

§ 19 Vorbereitende Funktion und Antragstellung

Der Geschäftsleiter unterstützt den Delegierten bei der Wahrnehmung seiner Aufgaben.

Insbesondere stellt er ihm unaufgefordert Antrag betreffend:

1. Festlegung des Organigramms,
2. Festlegung der jeweiligen Organisationsstruktur – insbesondere hinsichtlich der einzelnen Bereiche, einschliesslich der detaillierten Stellenbeschreibungen für die Bereichsleiter;
3. Erteilung und Entzug von Unterschriften Vize-Direktor, Prokuren und Handlungsvollmachten;
4. Festlegung der Stellenbeschreibung für sämtliche Mitglieder der Geschäftsleitung.

§ 20 Zugewiesene Aufgaben und Kompetenzen

Dem Geschäftsleiter sind folgende Aufgaben und Kompetenzen zugewiesen:

1. Unternehmenspolitik

- a. Er ist operativer Chef und leitet die Gesellschaft.
- b. Er formuliert die Ziele der Unternehmenskultur.
- c. Er regelt die Rationalisierungsmassnahmen.

2. Organisationsstruktur der Bereiche

- a. Er bestimmt auf Antrag der Bereichsleiter die detaillierte Organisation der Bereiche.

3. Planung

- a. Er regelt die Planungsorganisation und die hierfür benötigten Systeme.
- b. Er erstellt die Planungsgrundlagen und erlässt notwendige Richtlinien.
- c. Er prüft Alternativlösungen.
- d. Er übernimmt Projektleitungen nach Massgabe der Dringlichkeit oder im Auftrag des Verwaltungsrates.

4. Information, Koordination

- a. Er erstellt ein internes Informationskonzept.
- b. Er legt Koordinationsstufen fest.

5. Personelles

- a. Er stellt Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an, welche nicht einzelnen Bereichen unterstellt sind.
- b. Er bewilligt auf Antrag der Bereichsleiter im Rahmen des Budgets die notwendigen Planstellen der Bereiche.
- c. Er organisiert die Aus- und Weiterbildung.
- d. Er erlässt Weisungen für die Beurteilung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

6. Dringliche Geschäfte

Er entscheidet in Ausnahmefällen über Geschäfte dringlicher Art, welche gemäss § 13 dieses Reglements in die Kompetenz des Delegierten fallen, deren Erledigung aber keinen Aufschub erträgt. Er informiert den Delegierten anschliessend möglichst rasch.

7. Repräsentation

Der Geschäftsleiter unterstützt nach Absprache den Delegierten in seiner Aufgabe der Vertretung der Unternehmung nach aussen.

An Sitzungen und Besprechungen der Bereiche kann er jederzeit teilnehmen.

6. Die Bereichsleiter

§ 21 Berichterstattung

Die Bereichsleiter erstatten dem Geschäftsleiter insbesondere über den laufenden Geschäftsgang, über besondere Vorkommnisse und starke Zielabweichungen periodisch Bericht.

§ 22 Vorbereitende Funktionen und Antragstellung

Die Bereichsleiter stellen an den Vorsitzenden der Geschäftsleitung unaufgefordert Antrag betreffend:

1. die Festlegung der Organigramme sowie der detaillierten Organisation ihrer Bereiche;
2. die Festlegung der notwendigen Planstellen ihrer Bereiche;
3. die Erteilung von Unterschriften Vize-Direktor, Prokuren und Handlungsvollmachten für die Mitarbeiter, welche ihren Bereichen unterstellt sind.

§ 23 Zugewiesene Aufgaben und Kompetenzen

Den Bereichsleitern sind folgende Aufgaben und Kompetenzen zugewiesen:

1. Organisation

Sie stellen mittels Festlegung der Arbeitsprozesse und unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen die Ablauforganisation sicher.

2. Planung

- a. Sie nehmen die kurz-, mittel- und langfristige Bereichsplanung in allen Sparten vor und passen sie laufend den neuen Gegebenheiten an.
- b. Sie erstellen die Budgets und halten die genehmigten Voranschläge ein.
- c. Sie übernehmen Projektleitungen nach Massgabe des Bedarfs.

3. Personelles

- a. Sie stellen die Mitarbeiter an, welche ihren Bereichen unterstellt sind.
- b. Sie legen die Aufgaben und Kompetenzen der unterstellten Mitarbeiter fest.
- c. Vor allfälligen Entlassungen ist der Delegierte zu informieren.

§ 24 Mitwirkung des Chefredaktors

1. Für die programmpolitischen Aspekte sowie die Aufnahme neuer Redaktionsmitglieder stellt der Chefredaktor direkte Anträge an den VR-Delegierten.
2. Der Chefredaktor kann für Geschäfte, welche die Redaktion betreffen, zu den Sitzungen des Verwaltungsrates beigezogen werden.

7. Schlussbestimmungen

§ 25 Inkrafttreten

Dieses Reglement tritt per sofort in Kraft.

Luzern, (Gründungsdatum)

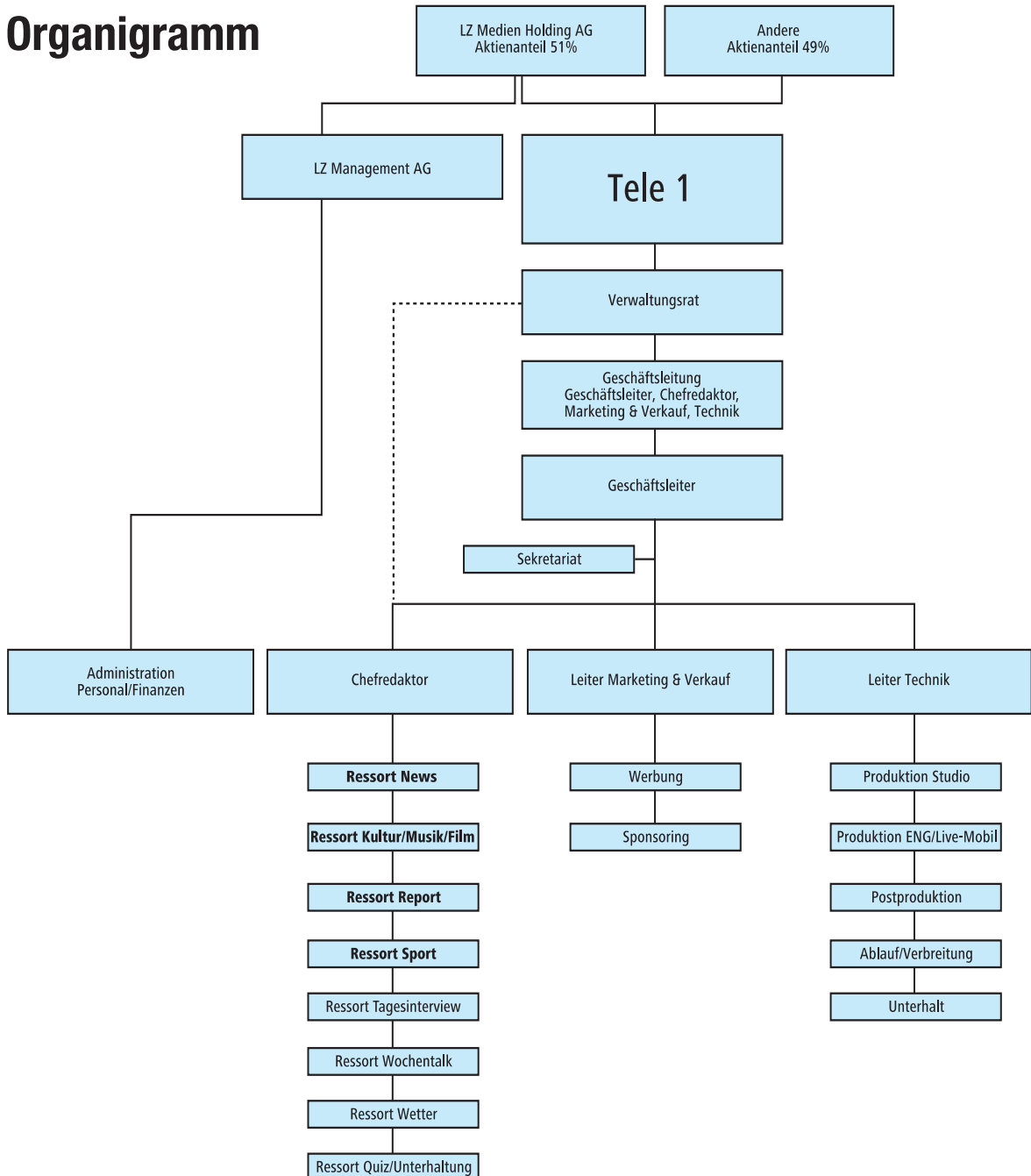
Tele 1 AG

.....
Verwaltungsratspräsident

.....
Delegierter des Verwaltungsrates

Organigramm Tele 1 AG

Organigramm



Zeichnungsschein LZ Medien



Zeichnungsschein

(gemäss Ziff. 2.2 lit. d und Ziff. 4.1 lit. a der Wegleitung zur Einreichung von Konzessionsgesuchen vom August 2007)

Die Unterzeichnete,

LZ Medien Holding AG, Maihofstrasse 74/76, 6006 Luzern

vertreten durch die laut Handelsregistereintrag mit Kollektivunterschrift zu zweien zeichnungsberechtigten Herren Erwin Bachmann und Jörg Schnyder

verpflichtet sich hiermit, anlässlich der Gründung der

Tele 1 AG, mit Sitz in Luzern

1 500 (in Worten: eintausendfünfhundert) Namenaktien à CHF 1 000 nominal zum Ausgabebetrag von CHF 1 000 je Namenaktie zu zeichnen und verpflichtet sich, den Betrag von insgesamt CHF 1 500 000 auf das Aktienkapital-Einzahlungskonto der Gesellschaft einzuzahlen.

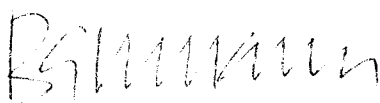
Sofern sich Dritte ebenfalls gemäss einem Zeichnungsschein in der vorliegenden Form verbindlich zur Zeichnung von Namenaktien der Tele 1 AG verpflichten, so verpflichtet sich LZ Medien Holding AG, lediglich die verbleibenden Namenaktien der Tele 1 AG zu zeichnen, mindestens jedoch 751 Namenaktien, welche zusammen mit den von den Dritten gezeichneten Namenaktien ein Aktienkapital von CHF 1 500 000 ergeben.

Die Verpflichtung der LZ Medien Holding AG aus diesem Zeichnungsschein ist unbefristet.

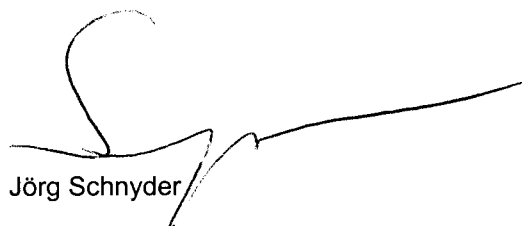
Luzern, 29. November 2007

LZ Medien Holding AG

vertreten durch:



Erwin Bachmann



Jörg Schnyder

Organisationsstruktur NZZ-Gruppe



NZZ-Gruppe

Organisationsstruktur

AG für die Neue Zürcher Zeitung AG (NZZ Gruppe)
MDD Management Digital Data AG (50%)
Swiss Printers AG (25 %)

Geschäftsbereich NZZ

Neue Zürcher Zeitung AG (100%)
NZZ Deutschland GmbH (100%)
Tourmedia AG (100%)
Zuvo AG (50%)
Presse TV AG (30%)
PrintOnline AG (25%)
dctp GmbH (12%)

Geschäftsbereich FPH

Freie Presse Holding AG (78%)
FPH Services AG (100%)
Zürcher Unterland Medien AG (100%)
St. Galler Tagblatt AG (95%)
Radig AG (77%)
LZ Medien Holding AG (62%)
BuchsMedien AG (57%)
Zürichsee Presse AG (40%)
Zürcher Oberland Medien AG (38%)
Tagblatt der Stadt Zürich AG (15%)

Beilage 7

Statuten LZ Medien



Statuten

der

LZ Medien Holding AG (CH-100.3.013.015-9), mit Sitz in Luzern

I. Firma, Sitz, Zweck, Aktienkapital, Aktienübertragung

Art. 1 Firma Sitz

Unter der Firma LZ Medien Holding AG (CH-100.3.013.015-9) besteht mit Sitz in Luzern eine Aktiengesellschaft im Sinne des 26. Titels des Schweizerischen Obligationenrechts (OR) und der nachfolgenden Bestimmungen.

Art. 2 Zweck

Die Gesellschaft hat folgende Zwecke:

1. Die dauerhafte Beteiligung an der Neuen Luzerner Zeitung AG, welche die Neue Luzerner Zeitung mit Regionalausgaben herausgibt.
2. Die Beteiligung an Medien- und grafischen Unternehmen.
3. Die Beteiligung an anderen Unternehmen, vorab in medienverwandten Bereichen.

Im weiteren kann die Gesellschaft alles vorkehren, was den vorgenannten Zwecken dienlich ist, insbesondere auch Finanzierungen vornehmen und Immobilien erwerben, veräussern und bewirtschaften.

Art. 3 Aktienkapital

Das Aktienkapital beträgt Fr. 7 800 000.--, eingeteilt in 78 000 Namenaktien zu je Fr. 100.-- nominell. Das Aktienkapital ist voll liberiert.

Art. 4

Aufgehoben.

Art. 4a Sacheinlage

Gemäss Sacheinlagevertrag vom 27. Mai 2002 übernimmt die Gesellschaft bei der Kapitalerhöhung vom 27. Mai 2002 von der Aktiengesellschaft für die Neue Zürcher Zeitung, in Zürich, 3 460 voll liberierte, vinkulierte Namenaktien zu je Fr. 1 000.-- nominell der Neuen Luzerner Zeitung AG, in Luzern, zum Preise von total Fr. 11 622 000.--.

Als Gegenleistung erhält die Sacheinlegerin 26 000 vinkulierte Namenaktien zu je Fr. 100.-- nominell der Gesellschaft.

Art. 5 Bezugsrecht

Im Fall einer ordentlichen oder genehmigten Erhöhung des Aktienkapitals hat jeder Aktionär Anspruch auf den Teil der neu ausgegebenen Aktien, der seiner bisherigen Beteiligung entspricht. Dieses Bezugsrecht darf durch den Beschluss der Generalversammlung über die Erhöhung des Aktienkapitals nur aus wichtigen Gründen aufgehoben werden, so insbesondere bei der Übernahme von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen sowie der Beteiligung der Arbeitnehmer.

Art. 6 Aktien

Die Aktien sind unteilbar. Die Gesellschaft anerkennt nur einen Vertreter für jede Aktie.

Die Gesellschaft kann für eine Mehrzahl von Aktien Zertifikate ausgeben, die jederzeit kostenlos gegen kleinere Zertifikate umgetauscht werden können.

Die Gesellschaft kann auch couponlose Einwegzertifikate ausgeben.

Aktienzertifikate tragen die faksimilierte Unterschrift des Präsidenten und eines anderen Mitglieds des Verwaltungsrats.

Art. 7 Aktienbuch Eintragung Streichung

Der Verwaltungsrat führt ein Aktienbuch. Darin werden Eigentümer und Nutzniesser der Aktien mit Namen und Adresse eingetragen.

Im Verhältnis zur Gesellschaft gilt nur als Aktionär oder Nutzniesser, wer im Aktienbuch eingetragen ist.

Die Eintragung in das Aktienbuch setzt einen Ausweis über den Erwerb der Aktie zu Eigentum oder die Begründung einer Nutzniessung voraus.

Wechselt ein Aktionär oder ein Nutzniesser sein Domizil, so hat er der Gesellschaft die neue Zustelladresse mitzuteilen. Vor Eingang dieser Mitteilung erfolgen alle Mitteilungen rechtsgültig an die im Aktienbuch eingetragene Adresse.

Nach Versand der Einladung zur Generalversammlung bis zum Tag der Generalversammlung werden keine Eintragungen ins Aktienbuch vorgenommen.

Der Verwaltungsrat kann Eintragungen, welche unter falschen Angaben des Erwerbers zustande gekommen sind, nach Anhörung des Betroffenen, innerhalb eines Jahres seit sicherer Kenntnis des Mangels, rückwirkend auf das Datum der Eintragung streichen. Der Erwerber muss über die Streichung sofort informiert werden.

Art. 8 Übertragung Zustimmung

Die Übertragung der Aktien und die Begründung einer Nutzniessung an den Aktien bedürfen der Zustimmung durch den Verwaltungsrat.

Er kann diese Kompetenz an einen Ausschuss delegieren. Lehnt er das Gesuch um Zustimmung innert dreier Monate nach dessen Eingang nicht ab, so gilt sie als erteilt.

Die Ausübung des den Aktionären infolge ordentlicher oder genehmigter Kapitalerhöhung eingeräumten Bezugsrechts kann nicht verhindert werden.

Art. 9

Aufgehoben.

Art. 10 Ablehnung infolge Übernahme

Der Verwaltungsrat kann die Zustimmung in jedem Fall und ohne Angabe von Gründen verweigern, wenn er dem Veräusserer anbietet, seine Aktien zum wirklichen Wert im Zeitpunkt der Einreichung des Gesuchs zu übernehmen.

Sind die Aktien durch Erbgang, Erbteilung, eheliches Güterrecht oder Zwangsvollstreckung erworben worden, kann die Zustimmung nur verweigert werden, wenn der Verwaltungsrat dem Erwerber ein Übernahmeangebot zu den im 1. Absatz dieses Artikels genannten Bedingungen unterbreitet.

Als wirklicher Wert gilt vorab der aktuell ausserbörslich gehandelte Preis der Aktien. Im Bestreitungsfall bestimmt eine unabhängige Treuhandstelle den wirklichen Wert nach Anhörung beider Parteien. Ausser im Falle des Erwerbs durch Erbgang, Erbteilung, eheliches Güterrecht oder Zwangsvollstreckung (Art. 685b Abs. 4 OR) bestimmt sie den Wert endgültig.

Lehnt der Veräusserer bzw. der Erwerber das Übernahmeangebot nicht innert eines Monats seit Kenntnis des wirklichen Werts ab, so gilt es als angenommen.

II. Organisation der Gesellschaft

Art. 11 Organe

Die Organe der Gesellschaft sind:

1. Die Generalversammlung
2. Der Verwaltungsrat
3. Die Revisionsstelle

A. Die Generalversammlung

Art. 12 Befugnisse

Der Generalversammlung der Aktionäre stehen folgende unübertragbare Befugnisse zu:

1. Die Festsetzung und Änderung der Statuten.
2. Die Wahl des Präsidenten und der übrigen Mitglieder des Verwaltungsrats sowie der Revisionsstelle.
3. Die Genehmigung des Jahresberichts und einer allfälligen Konzernrechnung.
4. Die Genehmigung der Jahresrechnung sowie die Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns, insbesondere die Festsetzung der Dividende.
5. Die Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrats.
6. Die Auflösung und Fusion der Gesellschaft.
7. Die Beschlussfassung über Gegenstände, die ihr durch das Gesetz oder diese Statuten zugewiesen sind.
8. Die Beschlussfassung über Gegenstände, die ihr vom Verwaltungsrat oder einem andern Gesellschaftsorgan unterbreitet werden.

Art. 13 Einberufung

Die Generalversammlung wird durch den Verwaltungsrat, nötigenfalls durch die Revisionsstelle, einberufen.

Die ordentliche Generalversammlung findet alljährlich innerhalb von sechs Monaten nach Schluss des Geschäftsjahrs statt.

Ausserordentliche Generalversammlungen werden einberufen, wenn der Verwaltungsrat oder die Revisionsstelle es für notwendig erachten sowie wenn eine ordentliche oder ausserordentliche Generalversammlung es beschliesst.

Die Einberufung einer Generalversammlung kann zudem von einem oder mehreren Aktionären, die zusammen mindestens 10 Prozent des Aktienkapitals vertreten, verlangt werden. Diese können auch die Traktandierung eines Verhandlungsgegenstands verlangen. Das Begehren um Einberufung bzw. die Traktandierung ist schriftlich unter Angabe der Verhandlungsgegenstände und der Anträge an den Präsidenten des Verwaltungsrats zu richten.

Art. 14 Form

Die Einladung zur Generalversammlung erfolgt unter Bekanntgabe von Ort, Tag und Zeit der Versammlung mindestens zwanzig Tage vor dem Versammlungstag durch den Präsidenten des Verwaltungsrats mittels Brief an alle im Aktienbuch eingetragenen Aktionäre. In der Einladung sind die Verhandlungsgegenstände sowie die Anträge des Verwaltungsrats und der Aktionäre, welche die Durchführung einer Generalversammlung oder die Traktandierung eines Verhandlungsgegenstands verlangt haben, bekanntzugeben.

Art. 15 Auflegung

Spätestens zwanzig Tage vor der ordentlichen Generalversammlung müssen der Geschäftsbericht (enthaltend die Erfolgsrechnung, die Bilanz und den Anhang sowie den Jahresbericht und die allfällige Konzernrechnung) und der Revisionsbericht den Aktionären am Gesellschaftssitz zur Einsicht aufliegen. In der Einberufung ist auf diese Auflegung hinzuweisen.

Art. 16 Leitung

An der Generalversammlung führt der Präsident des Verwaltungsrats oder in dessen Verhinderung ein anderes vom Verwaltungsrat bezeichnetes Mitglied desselben den Vorsitz.

Der Verwaltungsrat trifft die für die Feststellung der Stimmrechte erforderlichen Anordnungen. Er bestimmt die Stimmzähler. Er sorgt für die Führung des Protokolls. Dieses enthält Anzahl, Art und Nennwert der Aktien, die von den Aktionären, den Organen, von unabhängigen Stimmrechtsvertretern und Depotvertretern vertreten werden, die Beschlüsse und Wahlen, die Begehren um Auskunft und die darauf erteilten Antworten sowie die von den Aktionären zu Protokoll gegebenen Erklärungen.

Das Protokoll ist vom Vorsitzenden und vom Protokollführer zu unterzeichnen.

Die Aktionäre sind berechtigt, das Protokoll einzusehen.

Art. 17 Stimmrecht Vertretung Beschränkung

In der Generalversammlung berechtigt jede Aktie zu einer Stimme.

Das Stimmrecht kann ausüben, wer durch Eintrag im Aktienbuch ausgewiesen ist.

Der stimmberechtigte Aktionär kann sich in der Generalversammlung mit schriftlicher Vollmacht durch einen anderen stimmberechtigten Aktionär vertreten lassen.

Art. 18 Beschlussfassung Wahlen

Die Generalversammlung fasst ihre Beschlüsse und vollzieht ihre Wahlen unter Vorbehalt von Art. 19 dieser Statuten sowie anderslautender Bestimmungen im Gesetz mit der absoluten Mehrheit der abgegebenen gültigen Aktienstimmen. Leere Stimmzettel werden als ungültig betrachtet.

Abstimmungen und Wahlen erfolgen in der Regel offen. Eine geheime Abstimmung oder Wahl hat stattzufinden, wenn der Vorsitzende dies anordnet oder wenn einer oder mehrere Aktionäre, die zusammen über mindestens 10 Prozent der vertretenen Stimmen verfügen, dies verlangen.

Art. 19 Quoren

Ein Beschluss, der mindestens zwei Drittel der vertretenen Stimmen und die absolute Mehrheit der vertretenen Aktiennennwerte auf sich vereinigt, ist erforderlich für: die Änderung des Gesellschaftszwecks; die Einführung von Stimmrechtsaktien; eine genehmigte oder bedingte Kapitalerhöhung; die Kapitalerhöhung aus Eigenkapital, gegen Sacheinlage oder zwecks Sachübernahme und die Gewährung von besonderem Vorteilen; die Einschränkung oder Aufhebung des Bezugsrechts; die Verlegung des Sitzes der Gesellschaft. Vorbehalten bleiben überdies die Quorumsvorschriften gemäss Fusionsgesetz.

Ein Beschluss, der mindestens zwei Drittel der abgegebenen gültigen Stimmen auf sich vereinigt, ist erforderlich für: die Änderung der Firma; die Einführung von Vorzugs- und Inhaberaktien; die Auflösung der Gesellschaft mit Liquidation; die Abänderung oder Aufhebung der Art. 7 Abs. 6 (Streichung), Art. 8 (Übertragung, Zustimmung), Art. 19 Abs. 2 (Quoren), Art. 20 (Zusammensetzung) und Art. 21 (Amtsdauer, Erneuerungsrhythmus) dieser Statuten.

B. Der Verwaltungsrat**Art. 20 Zusammensetzung**

Der Verwaltungsrat besteht aus mindestens 9 und höchstens 15 Mitgliedern, die Aktionäre sein müssen.

Art. 21 Amtsdauer Erneuerungsrhythmus

Die Mitglieder des Verwaltungsrats und dessen Präsident werden auf eine Dauer von jeweils 4 Jahren gewählt. Die Amtsdauer ist bei der Wahl ausnahmsweise herabzusetzen, wenn der im 2. Absatz dieses Artikels bestimmte Erneuerungsrhythmus sonst nicht eingehalten werden kann.

Der Verwaltungsrat wird jedes zweite Jahr zur Hälfte neu- bzw. wiedergewählt. Er rundet dabei die Anzahl der zur Neu- bzw. Wiederwahl anstehenden Mandate nach seinem Ermessen auf oder ab.

Bei Ersatzwahlen treten die neuen Mitglieder in die Amtsdauer ihrer Vorgänger ein.

Scheidet ein Mitglied aus oder lehnt ein gewähltes Mitglied das Mandat ab, so bleibt der betreffende Sitz bis zur nächsten Generalversammlung unbesetzt.

Personen, welche das 70. Altersjahr beendet haben, können nicht neu- bzw. wiedergewählt werden.

Mitglieder scheidet an der auf den 70. Geburtstag folgenden ordentlichen Generalversammlung ohne weiteres aus dem Verwaltungsrat aus.

Art. 22 Unübertragbare und unentziehbare Aufgaben

Dem Verwaltungsrat obliegen insbesondere die folgenden unübertragbaren und unentziehbaren Aufgaben:

1. Die Oberleitung der Gesellschaft. Er legt die Unternehmensziele und die Unternehmenspolitik fest, bestimmt die dafür verfügbaren Mittel und die Prioritäten. Er erlässt die für den Vollzug nötigen Weisungen.
2. Die Bestimmung der Organisation. Er legt die grundlegenden, strukturellen Elemente, eingeschlossen die Prinzipien für die Ausgestaltung der Aufsicht und der Berichterstattung fest. Zudem bestimmt er seine eigene Arbeitsweise. Er erlässt das Organisationsreglement.
3. Die Ausgestaltung des Finanz- und Rechnungswesens und dessen Kontrolle.
4. Die Ernennung und Abberufung der mit der Geschäftsführung betrauten Personen. Er bestimmt die Vertretungsbefugnis aller im Handelsregister verzeichneten Zeichnungsberechtigten.
5. Die Oberaufsicht über die mit der Geschäftsführung betrauten Personen. Dabei sorgt er für ein geeignetes Aufsichtssystem, das die Überwachung der Befolgung von Gesetzen, Statuten, Reglementen und Weisungen einschliesst.
6. Er erstellt den Geschäftsbericht, bereitet die Generalversammlung vor und vollzieht deren Beschlüsse. Hinsichtlich der Prüfung der Jahresrechnung und der diesbezüglichen Anträge an die Generalversammlung arbeitet er mit der Revisionsstelle zusammen.

Im übrigen bleibt Art. 716a OR vorbehalten.

Art. 23 Organisation

Zur Wahrnehmung der in Art. 22 dieser Statuten angeführten Aufgaben kann der Verwaltungsrat aus seiner Mitte Ausschüsse bestellen und diesen die Vorbereitung und die Ausführung seiner Beschlüsse oder die Überwachung der Geschäfte zuweisen.

Die Aufgaben der Ausschüsse hält der Verwaltungsrat im Organisationsreglement fest.

Er kann auch einzelne Mitglieder mit vorbereitenden oder begleitenden Sonderaufgaben betrauen.

Art. 24 Delegation Zeichnungsart

Unter Vorbehalt von Art. 22 dieser Statuten kann der Verwaltungsrat Geschäftsführung und Vertretung ganz oder zum Teil einem aus seiner Mitte gewählten leitenden Ausschuss, allfälligen weiteren Ausschüssen, einzelnen seiner Mitglieder oder Dritten übertragen.

Inhalt, Umfang und Adressaten der Delegation, die dadurch übertragenen Aufgaben sowie die damit verbundenen Pflichten bezüglich Aufsicht und Berichterstattung werden im Organisationsreglement festgelegt.

Die Gesellschaft kann nur durch kollektive Zeichnung zweier vertretungsberechtigter Personen rechtsverbindlich vertreten werden.

Mindestens zwei Mitglieder des Verwaltungsrats müssen zur Vertretung befugt sein.

Art. 25 Einberufung Beschlüsse Protokoll

Der Verwaltungsrat versammelt sich auf Einladung seines Präsidenten oder auf das an ihn gerichtete schriftlich begründete Begehren eines Mitglieds, so oft es die Geschäfte erfordern.

Der Verwaltungsrat ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit seiner Mitglieder anwesend ist.

Er fasst seine Beschlüsse mit der Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Jedes Mitglied hat eine Stimme. Der Vorsitzende stimmt mit und hat den Stichentscheid.

Die Abstimmungen des Verwaltungsrats erfolgen offen.

Über die Verhandlungen und Beschlüsse des Verwaltungsrats ist ein Protokoll zu führen, das vom Präsidenten und vom Sekretär unterzeichnet wird.

Art. 26 Zirkulationsbeschlüsse

Beschlüsse des Verwaltungsrats können auch auf dem Weg der schriftlichen Zustimmung zu einem gestellten Antrag gefasst werden, sofern nicht ein Mitglied die mündliche Beratung verlangt.

Solche Beschlüsse bedürfen der Zustimmung der Mehrheit sämtlicher Mitglieder des Verwaltungsrats. Sie sind in das Protokoll des Verwaltungsrats aufzunehmen.

Art. 27 Rechte der Mitglieder

Jedes Mitglied des Verwaltungsrats kann Auskunft über alle Angelegenheiten der Gesellschaft verlangen.

In den Verwaltungsratssitzungen sind alle Mitglieder sowie die mit der Geschäftsführung betrauten Personen zur Auskunft verpflichtet.

Ausserhalb der Sitzungen des Verwaltungsrats kann jedes Mitglied von den mit der Geschäftsführung bzw. Vertretung betrauten Personen Auskunft über den Geschäftsgang und, mit Ermächtigung des Präsidenten, auch über einzelne Geschäfte verlangen.

Soweit es für die Erfüllung einer Aufgabe erforderlich ist, kann jedes Mitglied dem Präsidenten beantragen, dass ihm Bücher und Akten vorgelegt werden.

Weist der Präsident ein Gesuch auf Auskunft, Anhörung oder Einsicht ab, so entscheidet der Verwaltungsrat. Vorbehalten bleibt Art. 697 Abs. 4 OR.

Art. 28 Entschädigung

Die Mitglieder des Verwaltungsrats beziehen für ihre Tätigkeit eine angemessene Entschädigung. Die Höhe der Entschädigung legt der Verwaltungsrat fest.

C. Die Revisionsstelle

Art. 29 Wahl

Die Generalversammlung wählt jährlich die Revisionsstelle.

Art. 30 Aufgaben

Die Revisionsstelle prüft, ob die Buchführung und die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns Gesetz und Statuten entsprechen.

Der Verwaltungsrat übergibt der Revisionsstelle alle erforderlichen Unterlagen und erteilt ihr die benötigten Auskünfte.

Die Revisionsstelle berichtet der Generalversammlung schriftlich über das Ergebnis ihrer Prüfung. Sie empfiehlt Abnahme, mit oder ohne Einschränkung, oder Rückweisung der Jahresrechnung. Der Bericht nennt die Personen, welche die Revision geleitet haben, und bestätigt, dass die Anforderungen an Befähigung und Unabhängigkeit erfüllt sind.

Sie hat der ordentlichen Generalversammlung beizuwohnen.

III. Rechnungsabschluss, Reservefonds, Gewinnverteilung

Art. 31 Geschäftsjahr

Das Geschäftsjahr schliesst jeweils auf den 31. Dezember.

Art. 32 Jahresrechnung

Die Jahresrechnung besteht aus Erfolgsrechnung, Bilanz und Anhang. Sie wird nach den Grundsätzen der ordnungsgemässen Rechnungslegung so aufgestellt, dass die Vermögens- und Ertragslage der Gesellschaft möglichst zuverlässig beurteilt werden kann und enthält auch die Vorjahreszahlen.

Art. 33 Reservefonds

10 Prozent des Jahresgewinns sind der allgemeinen Reserve zuzuweisen, bis diese die Höhe von einem Viertel des einbezahlten Aktienkapitals erreicht hat.

Art. 34 Reingewinn

Über den nach Vornahme angemessener Abschreibungen und der vorgeschriebenen Einlagen in den Reservefonds verbleibenden Reingewinn verfügt die Generalversammlung auf Antrag des Verwaltungsrats.

IV. Auflösung und Liquidation der Gesellschaft

Art. 35 Gründe

Die Gesellschaft wird aufgelöst:

1. Durch Beschluss der Generalversammlung unter Beobachtung des Art. 19 dieser Statuten.
2. In den vom Gesetz vorgesehenen Fällen.

Art. 36 Liquidation

Im Falle der Auflösung der Gesellschaft wird die Liquidation durch den Verwaltungsrat besorgt, sofern sie nicht durch einen Beschluss der Generalversammlung an andern Personen übertragen wird.

Art. 37 Verteilung des Vermögens

Das Vermögen der aufgelösten Gesellschaft wird nach Tilgung ihrer Schulden unter die Aktionäre nach Massgabe der einbezahlten Beträge verteilt.

V. Bekanntmachungen

Art. 38 Brief Publikation

Die Mitteilungen der Gesellschaftsorgane geschehen rechtsverbindlich durch Brief an die im Aktienbuch eingetragene Adresse des Aktionärs.

Publikationsorgan ist das «Schweizerische Handelsamtsblatt» (SHAB).

Der Verwaltungsrat kann zudem Bekanntmachungen in andern Publikationsorganen verfügen.

VI. Schlussbestimmung

Art. 39 Schlussbestimmung

Diese Statuten wurden von der Generalversammlung vom 22. Mai 2007 genehmigt und ersetzen alle vorhergehenden Statuten.

Sempach, 22. Mai 2007

/pi

Der Vorsitzende

Der Protokollführer

Hans Kaufmann

Erwin Bachmann

Beglaubigung

Der unterzeichnete Notar beglaubigt hiermit, dass die vorliegenden Statuten mit den in der öffentlichen Urkunde über die Beschlüsse der ordentlichen Generalversammlung der LZ Medien Holding (neu: LZ Medien Holding AG), mit Sitz in Luzern, vom 22. Mai 2007, genehmigten Statuten übereinstimmen. Die vorliegende Fassung, welche mit der Beglaubigung 13 Seiten umfasst, entspricht den derzeit gültigen Statuten der LZ Medien Holding AG (vormals: LZ Medien Holding), mit Sitz in Luzern.

Sempach, 22. Mai 2007

/pi

Der Notar

Ordnungsnummer _____

Letter of intent,
Hochschule Luzern, Kunst & Design



Letter of intent

Die Projektleitung von Tele 1 sieht in ihrer Programmplanung ein Magazin vor, in welchem Absolventen der Studienrichtung Video am Institut für Design unserer Hochschule einmal monatlich ein Podium auf dem Sender geboten wird. Geplant ist, dass im Rahmen dieses Gefässes die Abschlussarbeiten unserer Studierenden ganz oder in Ausschnitten gezeigt und von den Machern kommentiert werden. Im Oktober 2007 wurde uns die Idee und das Konzept ausführlich erläutert.

Wir erklären hiermit unser grosses Interesse, diese Kooperation mit Tele 1 einzugehen. Vorbehältlich des Konzessionszuschlages, sollen ab Sommer 2008 ausführlichere Gespräche über das Detailkonzept der Sendung geführt werden. Tele 1 reserviert für unsere Studierenden zudem jährlich zwei fixe Praktikplätze - ein Angebot, das wir gerne entgegennehmen, (zumal es für uns nicht immer einfach ist, Praktikplätze im Fernsbereich für all unsere Absolventen zu finden.)

Wir würden uns über eine Zusammenarbeit mit Tele 1 sehr freuen. Das Konzept des geplanten Filmmagazins überzeugt uns und ermöglicht es, das filmische Schaffen an unserer Schule einem breiten Publikum in der Zentralschweiz näher zu bringen. Damit wird ein wesentlicher kultureller Beitrag geleistet.



Eva Gerber
Prorektorin und Leiterin Institut für Design

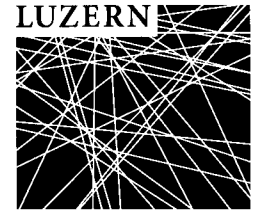


Edith Flückiger
Leiterin Video Departement

Weitere Informationen zum Ausbildungsangebot unserer Schule finden sich auf unserer Webseite: www.hslu.ch/design-kunst.htm

Letter of intent,
Universität Luzern





ZD, StRu, 6000 Luzern 7

LZ Medien Holding
Maihofstr. 76
6006 Luzern

Zentrale Dienste
Rektorat
Prof. Dr. rer. soc. Rudolf Stichweh

Luzern, 28. November 2007 1120/kas

Letter of Intent

Sehr geehrte Dame
Sehr geehrter Herr

Der geplante Regionalfernsehsender Tele 1 sieht in seinem Programm ein monatlich ausgestrahltes Magazin „Campus-TV“ vor, das von Studierenden der Universität Luzern gemacht wird und über Entwicklungen und Ereignisse an der Universität und im studentischen Leben berichten wird. Die Universität Luzern würde die Entstehung eines solchen Magazins sehr begrüßen, da es Studierenden der Universität Qualifizierungs- und Betätigungsmöglichkeiten bietet und zugleich in einem regionalen Kommunikationsraum das Wissen über das universitäre Geschehen verbreitern würde.

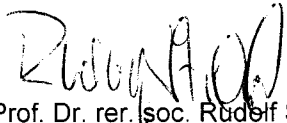
Es sind weiterhin zwei allgemeinere Gesichtspunkte zu betonen. Die Entstehung eines regionalen Fernsehenders, soweit sie sich mit Qualifizierungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten für Studierende verknüpft, ist für die Universität Luzern deshalb von grossem Interesse, weil sie beispielsweise einen Studiengang „Gesellschafts- und Kommunikationswissenschaften“ (mit ca. 280 Studierenden) und einen diesem Bachelorprogramm zugeordneten Masterstudiengang „Vergleichende Medienwissenschaft“ betreibt. Insofern sind medienwissenschaftliche Fragen in Lehre und Forschung für die Universität Luzern von erheblicher Bedeutung – und deshalb sind wir auch in hohem Grade an der Existenz eines komplexen Geflechts intelligenter Massenmedien in der Zentralschweiz interessiert.

Das führt auf einen dritten abschliessenden Punkt hin. Die Universität Luzern – wie jede Universität – fühlt sich zuständig für Information und Wissen über die Welt, in der wir uns bewegen und die der Hintergrund aller unserer Aktivitäten ist. Wenn und soweit ein Massenmedium auf Informationen von hoher Qualität, auf die Vermittlung von Wissen ver-

Luzern, 28. November 2007
Letter of Intent

schiedenster Art und auch auf das Verständlichmachen und die Popularisierung akademischen und wissenschaftlichen Wissens setzt – und zumindest einige dieser Momente scheinen in den programmatischen Erklärungen des geplanten Senders auf -, dann werden solche Massenmedien für uns natürliche Partner sein und sie können ein attraktiver künftiger Wirkungsort für unsere Studierenden sein.

Freundliche Grüsse



Prof. Dr. rer. soc. Rudolf Stichweh
Rektor

Letter of intent,
MAZ Luzern



LZ Medien Holding AG
Herr Erwin Bachmann
Delegierter des Verwaltungsrates
Maihofstrasse 76
6003 Luzern

Luzern, 26. November 2007

LETTER OF INTENT

Projekt Tele 1

Zusammenarbeit bei der Ausbildung von Stagiaires und der Vermittlung von Praktikumsplätzen

Das MAZ – Die Schweizer Journalistenschule hat mit der Projektleitung von Tele 1 intensiv Gespräche geführt. In diesen Gesprächen wurde ein Grobkonzept für die Ausbildung von Stagiaires besprochen.

Zum einen werden Mitarbeitende, die in den Fernsehjournalismus einsteigen, die berufsbegleitende Diplomausbildung Journalismus am MAZ besuchen. Zum andern werden MAZ-Trainer Inhouse-Trainings bei Tele 1 durchführen. Weiter stellt Tele 1 Praktikumsplätze für Absolventen des Masterstudiengangs Journalismus bereit.

Ziel der Kooperation ist es, jungen TV-Journalisten das professionelle Fernseh-Handwerk zu vermitteln und Praktikanten Gelegenheit zu geben, erste konkrete Erfahrungen im regionalen TV-Journalismus zu machen.

Freundliche Grüsse



Heiner Käppeli
Studien- und Geschäftsleitung
MAZ – Die Schweizer Journalistenschule

Ausbildungsprogramm MAZ



DIPLOMAUSBILDUNG JOURNALISMUS 2009-2011



(Die Diplomausbildung Journalismus wird inhaltlich und strukturell überarbeitet.
Die neue Broschüre liegt im Frühjahr 2008 vor.)

DIPLOMAUSBILDUNG JOURNALISMUS 2009-2011

Dauer und Umfang des Studiums	_4 Semester, berufsbegleitend, März 2009 bis Ende März 2011 _90 ECTS-Punkte	#2764
Voraussetzungen, Zielgruppe	_Matura oder Berufsmatura bzw. vergleichbare Ausbildung _Volontariat in einem Medienunternehmen oder regelmässige freie Mitarbeit (spätestens im Frühjahr 2009) _Bestehen der Aufnahmeprüfung	
Lernziele	Fach-, Vermittlungs- und Sachkompetenzen in den Medien sind zentrale Bestandteile dieses berufsbegleitenden Studiengangs. Die Studierenden werden mit allen Kunstgriffen des journalistischen Handwerks vertraut, sie sind in der Lage, journalistische, redaktionelle Zusammenhänge zu überblicken. Dank des klaren Praxisbezugs kennen die Studierenden nicht nur die Anforderungen des Alltags, sondern auch die «Kür» journalistischer Tätigkeit: das Verfassen anspruchsvoller Porträts und Reportagen, das Gestalten von Radio- und Fernsehbeiträgen sowie Crossmedialer Produktionen. Sie sind in der Lage, die eigene Rolle kritisch zu hinterfragen und ethische und rechtliche Fragen auf professioneller Basis abzuwägen. Der ständige Transfer des Gelernten zwischen den Kursen am MAZ und der Praxis am Arbeitsplatz und umgekehrt garantiert hohen Lernerfolg. Nach Abschluss der Ausbildung sind die Studierenden befähigt, sich in allen journalistischen Berufsfeldern zu etablieren – als kreative und qualitätsbewusste Journalistinnen und Journalisten. Neben dem Ausbau dieser Fähigkeiten legt das MAZ besonderen Wert auf Sozial- und Teamkompetenzen.	
Dozierende	In Luzern trifft sich die Medienwelt. Profis aus Praxis und Wissenschaft unterrichten am MAZ. Mehr Informationen unter www.maz.ch > Dozierende.	

**Gliederung/
Struktur des
Studiums** Das vier Semester dauernde Studium umfasst 90 Tage praxisbezogenen Unterricht am MAZ und mindestens 320 Tage Volontariat oder Arbeit in einer Redaktion.

Der Unterricht am MAZ ist modular aufgebaut. In sieben Modulen setzen sich die Studierenden mit Dialog- und Selbstkompetenz, mit Sprach- und Sprechkompetenz, mit Fach- und Sachkompetenz, mit Journalistischen Darstellungsformen und Multimedia auseinander. Zwei Drittel des Studiums sind Pflichtkurse, der Rest kann frei gewählt werden. Die Module bestehen aus Kontaktstudium am MAZ, aus Web Based-Training, aus schriftlichen Arbeiten und den Modulqualifikationen.

Qualifikationen Die Lernziele werden auf vier Arten geprüft: Qualifikation Basismodul, Qualifikation mit eingereichten Arbeiten, Qualifikation Fachkompetenz, Diplomarbeit.
Voraussetzung für die Modulprüfungen: Die Studierenden müssen die jeweils vorgesehenen Lehrveranstaltungen absolviert haben.

Studienort Hauptstudienort ist das MAZ beim Bahnhof Luzern. Gewisse Kurse finden beim Schweizer Fernsehen in Zürich statt.

Adresse:

MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, CH-6003 Luzern,
Tel. +41 (0)41 226 33 33, www.maz.ch.

Studienleitung Rolf Wespe, rolf.wespe@maz.ch, Tel. +41 (0)41 226 33 37

Administration Martina Schymura, martina.schymura@maz.ch, Tel. +41 (0)41 226 33 33

Preis (Preisanpassungen für 2009 noch ausstehend! Dies sind die Gebühren der Diplomausbildung Journalismus 2008.)

Die Ausbildung kostet CHF 19'800.- plus Prüfungsgebühren. (Aufnahmeprüfung CHF 600.- und Modul- u. Abschlussqualifikation CHF 600.-) Für Studierende aus Kantonen, die keine Beiträge ans MAZ zahlen, kostet die Ausbildung CHF 23'000.- (plus Prüfungsgebühren)
FernsehjournalistInnen zahlen CHF 22'800.- bzw. 26'000.- (plus Prüfungsgebühren).

Anmeldefrist bis 20. Oktober 2008

Bewerbung,
Aufnahmeverfahren

Für die Zulassung zur Aufnahmeprüfung ist ein Dossier einzureichen. Dieses enthält:

- _Kopie des Schulabschlusses
- _Motivationsschreiben: Warum ich mich für die Diplomausbildung bewerbe (max. 2 A-4-Seiten)
- _Nachweis einer Anstellung in einer Redaktion (ist spätestens zu Beginn der Ausbildung nachzuweisen)
- _Lebenslauf, Passfoto
- _2-3 publizierte Artikel (wenn bereits vorhanden)

Die vollständigen Bewerbungsunterlagen bitte senden an:

MAZ – Die Schweizer Journalistenschule
z.H. Martina Schymura
Murbacherstrasse 3
CH – 6003 Luzern

Aufnahmeprüfung 05./06. November 2008

Die Studienleitung macht eine erste Selektion und lädt geeignete Kandidierende zur Aufnahmeprüfung ein. Diese besteht aus fünf Teilen:

- _Test Allgemeinwissen
- _Zwei Nachrichten texten, eine davon mit einem englischen oder französischen Ausgangstext
- _Einen Kommentar verfassen
- _Einen Schauplatz oder eine Reportage schreiben
- _Ein Gespräch, das Aufschluss geben soll über die Eignung für den Journalismus (Kommunikationskompetenz, Wissen), über Motivation und Engagement

LEHRBEREICHE UND MODULE – EINE AUSWAHL

BASISMODUL	Die Studierenden sind mit den Lernformen und den Abläufen ihres Studiums am MAZ – der Schweizer Journalistenschule - vertraut. Sie sind in der Lage, eine Nachricht und einen Bericht bzw. einen Radio- oder Fernsehbeitrag anschaulich und verständlich zu texten. Sie können aus der Fülle von Informationen die relevanten Fakten herausfiltern und gewichten. Sie sind in der Lage, ein Recherchegespräch zu führen.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Einsteigen in die DAJ _Nachricht und Bericht – Das journalistische Einmaleins _Journalistisches Texten I – Was ist ein guter Text? _Gesprächstraining – Zuhören und gehört werden _Multimedia I – Produzieren fürs Web _Nachrichten am Radio – Die Würze der Kürze _Gesprochene Sprache – zungenfertig schreiben _Am Ende steht die eigene Sendung – Videogrundkurs bei SF
DIALOG- UND SELBSTKOMPETENZ	Die Studierenden können das eigene Gesprächsverhalten analysieren, kompetent auftreten und reagieren. Sie kennen unterschiedliche Gesprächstypen und -techniken. Sie sind in der Lage, Techniken für effizientes Lernen und Arbeiten anzuwenden.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Interview – Im Dialog ermitteln und vermitteln _Top oder Flop – So trete ich kompetent auf _Journalistische Standortbestimmung _Radiofeedback – Quittung für Qualität _Das Radiointerview – Interviewtypen und Fragetechniken _u.a.
SPRACH- UND SPRECHKOMPETENZ	Die Studierenden professionalisieren ihre schriftliche und mündliche Vermittlungskompetenz. Sie kennen die Regeln des medienspezifischen Textens. Sie sind in der Lage, kreativ zu formulieren und ihre Texte und Beiträge dramaturgisch aufzubauen und zu gestalten.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Journalistisches Texten II – schreiben, hobeln, glänzen _Storytelling – Vom Anfang, der Mitte und dem Ende _Schreibwerkstatt –Wider das Grau des Schreiballtags _Grammatik – Extrakt für JournalistInnen _Moderieren am Mikrofon – Ansprüche ohne Ende _Themen im Begleitprogramm – Mehr Inhalt trotz Zeitdruck _Das Publikum fesseln – Texten und Vertonen für VJ _u.a.

FACH- UND SACHKOMPETENZ	Die Studierenden kennen die ethischen, ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Journalismus sowie die relevanten Journalismuskonzepte. Sie kennen die Besonderheiten unterschiedlicher Ressorts wie Wirtschaft, Ausland, Inland etc. Sie können hartnäckig und beharrlich recherchieren. Sie überprüfen Quellen und Fakten. Sie sind kreativ im Finden von Themen.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Medienethik – Fairer Journalismus und seine Grenzen _Medienrecht Grundlagen – Im Zweifel für... _Quellen und Recherche – Den Fakten auf der Spur _Journalismuskonzepte – Absichten, Wirkungen, Rollen _Mediengeschichte – Ausbruch aus der Gegenwart _Im Unglück ermitteln – JournalistInnen und Opfer _Teasing und Backselling – Hinhören garantiert! _Der VJ als Superfilmer – Wie wir aus wenig eine Menge machen _ u.a.
JOURNALISTISCHE DARSTELLUNGSFORMEN	Die Studierenden kennen die journalistischen Darstellungsformen. Sie können sie in der Praxis anwenden.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Porträt – Du sollst dir (k)ein Bildnis machen _Reportage – Wir gehen näher ran _Feature – Eine Form für viele Fälle _Kommentar – Worte zu Taten _Beitrag am Radio – Schnell produziert und wieder vergessen _Die Radioschlagzeile – Ganz Ohr! _Den Helden auf der Spur – Die TV-Reportage _u.a.
MULTIMEDIA	Die Studierenden sind damit vertraut, dass journalistische Inhalte in unterschiedlichen Medien auch unterschiedlich gestaltet werden. Sie haben ausserhalb ihrer eigenen Sparte multimediale Kenntnisse erworben.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Onlinerecherche – Suchen und Finden im Web _Radio für Nicht-Radioteute – Ein Einblick _Anchorwoman, Anchorman – Die Kunst des Moderierens am TV I _Semiprofessionelle Digitalfotografie 1 - Porträt und Mini-Reportage _Semiprofessionelle Digitalfotografie 2 - Dokumentarfotografie _Semiprofessionelle Digitalfotografie 3 - Menschen ins Bild setzen _u.a.
DIPLOMARBEIT	Die Studierenden zeigen mit einer anspruchsvollen Reportage, einem Porträt, einem Hintergrundbericht oder einem gestalteten Radio- oder Fernsehbeitrag, dass sie ihr Metier beherrschen. Mit diesem «Meisterstück» schliessen sie die Ausbildung ab.
Lehrveranstaltungen	_Feedback Diplomarbeit – kritisieren und kritisiert werden

Änderungen vorbehalten.

MAZ – DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

Das MAZ Das MAZ – 1984 gegründet – ist die führende Journalismusschule der deutschen Schweiz. Kernkompetenzen sind die Aus- und Weiterbildung für Medienschaffende. Die enge Zusammenarbeit mit Redaktionen garantiert Praxisnähe. Kooperationen im In- und Ausland ermöglichen den Blick nach aussen. Hohe Qualität auf allen Ebenen ist der Anspruch. Dokumentieren kann das MAZ sie u.a. mit dem Label «Committed to excellence» der European Foundation for Quality Management, EFQM. Träger des MAZ sind: der Verband Schweizer Presse, die SRG SSR idée suisse, die Journalismusverbände, Stadt und Kanton Luzern; weiter wird das MAZ vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM unterstützt. Mehr zum MAZ unter www.maz.ch.

MAZ-Partner Das MAZ ist Teil des Hochschulcampus Luzern, Mitglied der Europäischen Vereinigung namhafter Journalismusschulen EJTA sowie Kooperationspartner der Hamburg Media School, der Universitäten Luzern und Lugano, der Hochschule für Wirtschaft Luzern, der Hochschule für Wirtschaft und Verwaltung Zürich, der Hochschule für Gestaltung und Kunst Luzern, der Pädagogischen Hochschule Zentralschweiz, des Schweizer Radios DRS und des Schweizer Fernsehens SF, der Schweizerischen Depeschenagentur SDA, des Schweizerischen PR-Instituts SPRI und der Österreichischen Medienakademie in Salzburg.

Das MAZ-Team Direktorin: Sylvia Egli von Matt; Geschäftsleitung: Heiner Käppeli, Sonja Döbeli Stirnemann; Studienleitung: Nicole Aeby, Frank Hänecke, Simon Kopp, Bernd Merkel, Oliver Nix, Reto Schlatter, Barbara Stöckli, Rolf Wespe; Marketing und Administration: Isabelle Gabriel, Gabriela Murer; Administration: Dani Glur, Theres Huser, Jaqueline Imholz, Martina Schymura, Danja Spring; Technik: Christoph Bieri, Willy Hediger.

MASTER OF ARTS IN JOURNALISM 2008 - 2010



Partner:



MASTER OF ARTS IN JOURNALISM 2008 - 2010

Inhalt	Journalismus studieren in Hamburg und Luzern, ein grenzüberschreitendes Netzwerk knüpfen, mit einem international anerkannten Master-Titel abschliessen – der in der Schweiz einzigartige Studiengang setzt auf exzellentes Praxistraining, kombiniert mit neusten Erkenntnissen der Journalismus- und Medienforschung. Der Professional Master ist interdisziplinär ausgerichtet und wird getragen von renommierten Partnern wie dem MAZ und der Hamburg Media School, der Universität Hamburg, den Schweizer Zeitungsverlegern, der SRG, den Journalismusverbänden, den Verlagen Gruner+Jahr, Spiegel, Axel Springer etc.
Zielgruppe	Künftige Journalistinnen und Journalisten, die durch einen ersten Hochschulabschluss bereits Spezialwissen erworben haben. Mit dem Master-Studium erwerben sie journalistische Kernkompetenzen und qualifizieren sich für anspruchsvolle und verantwortungsvolle Aufgaben in den Medien.
Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none">- Überdurchschnittlich guter Abschluss an einer Universität oder Fachhochschule (mindestens Bachelor), vorzugsweise in Rechts-, Wirtschafts-, Natur-, Politik-, Kultur- oder Sportwissenschaften;- ausgewiesene erste Erfahrungen im Journalismus, beispielsweise als freie MitarbeiterIn;- journalistische Begabung;- exzellente mündliche und schriftliche Sprachkompetenzen, gute Englischkenntnisse;- Kritikfähigkeit und Offenheit, Neugier, Interesse an Medien und Zeitgeschehen;- Bestehen des mehrstufigen Aufnahmeverfahrens (s. Aufnahmeverfahren).
Lernziele	<p>Fach-, Vermittlungs- und Sachkompetenzen für die Arbeit in unterschiedlichen Medien (Print, Radio, Fernsehen, neue Medien) sind zentrale Bestandteile des Studiengangs. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none">- kennen die Kunstgriffe des journalistischen Handwerks;- sind in der Lage, redaktionelle sowie medien- und kommunikationswissenschaftliche Zusammenhänge zu überblicken und zu reflektieren;- kennen Dank des hohen Praxisanteils nicht nur die Anforderungen des Alltags, sondern auch die „Kür“ journalistischer Tätigkeiten: das Verfassen anspruchsvoller Porträts und Reportagen, das Gestalten von Radio- und Fernsehbeiträgen sowie Crossmedialer Produktionen;- sind in der Lage, die eigene Rolle kritisch zu hinterfragen und ethische und rechtliche Fragen auf professioneller Basis abzuwägen;- wissen, welchen Stellenwert Sozial-, Team- und Führungskompetenzen im modernen Journalismus haben;- sind nach Abschluss des Studiums befähigt, als kreative und qualitätsbewusste Generalisten in journalistischen Berufen zu arbeiten.
Methode/Aufbau	Das zwei Jahre dauernde Vollzeit-Studium ist mit einem 70-prozentigen-Praxisanteil stark anwendungsorientiert. Knapp ein Drittel ist aktuellen Erkenntnissen der Journalismusforschung und der Medienwissenschaft gewidmet. Pro Semester werden etwa 360 Stunden Lehre angeboten. Projektarbeiten in Zusammenarbeit mit den fördernden Medienhäusern und eine regelmässige Themenkonferenz unterstreichen den anwendungsorientierten Charakter des Studiums. Zwischen erstem und zweitem Studienjahr arbeiten die Studierenden drei Monate in einer Redaktion, bei einem Sender oder einer Agentur. MAZ und HMS sind bei der Vermittlung entsprechender Praktika behilflich.

Die Module bestehen aus Vorlesungen, Seminaren, Übungen/Praktika und Projekten und werden mit Modulprüfungen abgeschlossen. Die Studierenden erhalten kontinuierlich professionelle Feedbacks auf ihre Arbeit; die Qualität der Ausbildung wird regelmässig kontrolliert. Für das abgeschlossene Studium gibt es 120 Leistungspunkte (ECTS, European Credit Transfer System). Maximal 14 Teilnehmer aus der Schweiz.

Dauer/Termine 4 Semester, 1. Oktober 2008 bis 30. September 2010

Aufnahmeverfahren Die Zulassung zum Studium erfolgt aufgrund eines mehrstufigen Auswahlverfahrens.

I. Schriftlich

- _Beglaubigte Kopie des Studienabschlusses (Unterlagen über Prüfungen, die noch bis Studienbeginn abzulegen sind, können nachgereicht werden) und des Matura-Zeugnisses
- _Motivationsschreiben: Warum ich mich für den Master of Arts in Journalism bewerbe (max. 2 Din-A-4-Seiten)
- _Reportage zum Thema «Berufsbild Journalismus im Wandel»; Umfang: 200 Zeilen a 35 Anschläge
- _Lebenslauf, Passfoto (mit Namen und Unterschrift versehen)
- _Nachweise und Zeugnisse über bisherige berufliche Tätigkeiten, vor allem über journalistische Arbeit

Die vollständigen Bewerbungsunterlagen bitte senden an:

MAZ – Die Schweizer Journalistenschule
z.H. Gabriela Murer
Murbacherstrasse 3
CH – 6003 Luzern

II. Online-Test

Sobald alle Unterlagen bei uns eingegangen sind, erhalten Sie die Benachrichtigung, wann wir Sie für unseren Online-Test freischalten.

III. Assessment und Vorstellungsgespräch

Die besten KandidatInnen werden zu einem Assessmentcenter eingeladen. Der Aufnahmeentscheid erfolgt kurze Zeit danach.

Anmeldefrist 16. Juni 2008

Master-Prüfung Setzt sich zusammen aus den Modul-Teilprüfungen und Modul-Abschlussprüfungen in den Lehr-einheiten

- _Media Systems & Journalism
- _Conditions & Values
- _Communication Skills
- _Media Production

und der

- _ **Master Thesis** zum Ende des Studiums.

Voraussetzung für die Modulprüfungen: Besuch der Lehrveranstaltungen, aktive Mitarbeit.

Mit der **Master-Thesis** zeigen die Studierenden, dass sie eine anwendungsbezogene Aufgabe aus einem Fachgebiet selbständig und nach wissenschaftlichen Grundsätzen und Methoden bearbeiten können. Umfang: max. 80 Seiten, ohne Anhang und Verzeichnisse.

Abschluss International anerkannter Master-Titel, berechtigt zur Dissertation; 120 Leistungspunkte ECTS (European Credit Transfer System).

Leitung Bernd Merkel, Studienleiter MAZ; Anja Würzburg, Studienleiterin HMS; Prof. Dr. Siegfried Weischenberg (wissenschaftliche Leitung), Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg

Dozierende Renommierte Medienprofis und Wissenschaftler aus Deutschland und der Schweiz.
Mehr Informationen unter www.maz.ch > Dozierende

Kosten Pro Semester zwischen CHF 7'250.– und CHF 8'750.– (je nach Wohnkanton; gesamt: CHF 29'000.– bzw. CHF 35'000.–), plus CHF 600.– für das Aufnahme- und CHF 1'500.– für das Abschlussverfahren. Der Studiengang ist stipendienberechtigt. Auskünfte erteilen die Erziehungsdepartemente der Kantone. Die Aufnahmegebühr wird mit der Teilnahme am Online-Test fällig.

Ort In den ersten neun Monaten: Hamburg Media School, Finkenau 35, D – 22081 Hamburg. Im zweiten Jahr: MAZ – Die Schweizer Journalistenschule, Murbacherstrasse 3, CH - 6003 Luzern

Kurs-Nr. #5186

Administration Gabriela Murer, gabriela.murer@maz.ch, Telefon +41 (0)41 226 33 33

Kooperationspartner HAMBURG MEDIA SCHOOL (HMS)
Der Media Campus im Herzen Hamburgs beherbergt neben den Fachbereichen Journalismus, Film und Medienmanagement den TV- und Radiosender Tide. Die HMS wird getragen von der Stadt und der Universität Hamburg, der Hochschule für Bildende Künste sowie dem Gründungsverein, in dem namhafte Verlage vertreten sind – darunter Gruner+Jahr, Spiegel, Axel Springer, Verlagsgruppe Milchstrasse.

PROF. DR. SIEGFRIED WEISCHENBERG, INSTITUT FÜR JOURNALISTIK UND KOMMUNIKATIONS-
WISSENSCHAFT DER UNIVERSITÄT HAMBURG

Journalismusforschung und Medienwissenschaften nehmen an der fünftgrössten Universität Deutschlands seit Jahren einen bedeutenden Rang ein. Die wissenschaftliche Leitung des Masters in Journalismus liegt beim renommierten Journalismus-Professor Dr. Siegfried Weischenberg, der sowohl an der Uni Hamburg als auch an der HMS lehrt.

Wohnen in Hamburg **Uhlenhorst und Winterhude (Lage und Beschreibung unter:** www.immobilien.hamburg.de, zwei der attraktivsten Wohnviertel Hamburgs, befinden sich in unmittelbarer Nähe der Hamburg Media School. Jugendstilbauten, kleine Läden, ein umfangreiches Angebot an Restaurants, Cafes, Bars und Sportstätten, viel Grün und die unmittelbare Nähe zur Alster vermitteln ein hohes Mass an Lebensqualität.

Die Quadratmeterpreise für Mietwohnungen bewegen sich monatlich zwischen zehn und 14 Euro. **Mit dem Stadtteil St. Georg** liegt ein weiteres lebendiges Viertel in Veloentfernung des Campus. Verhältnismässig günstige Altbauwohnungen, gute Einkaufsmöglichkeiten und die Nähe zur Alster sind nur drei der vielen Vorzüge, die das Viertel rund um die Lange Reihe zu bieten hat. Hier wie auch in den Stadtteilen Schanzenviertel und Ottensen ist günstigeres Wohnen möglich. Gerade in den vergangenen Jahren haben diese Viertel Kreative aus den unterschiedlichsten Bereichen angezogen. Wegen ihrer Mischung aus Multikulti, New-Media-Szene, Alternativkultur und dank einer beeindruckenden Kneipendichte gehören sie wohl zu den buntesten und lebendigsten Wohngebieten Hamburgs. Auf zehn Euro pro Quadratmeter sollte man sich einstellen, wenn man eine sanierte Altbauwohnung sucht.

Eine günstige Alternative sind Genossenschaftswohnungen. Hamburger Wohnungsbau-Genossenschaften wie beispielsweise die Allgemeine Deutsche Schiffszimmerer- und die Baugenossenschaft der freien Gewerkschaften oder die Wohnungsbaugenossenschaft KAIFU-NORDLAND fordern zwar einen relativ hohen Mitgliedsbeitrag, bevor sie Wohnungssuchende auf die Bewerberliste setzen. Dieser Betrag wird jedoch nach Auszug in vollem Umfang zurückerstattet.

Den ausführlichsten **Immobilien-Teil** hat die Samstagsausgabe des Hamburger Abendblattes. Zusätzlich zu empfehlen ist das **Zimmerangebot des ASTA der Uni Hamburg**: http://www.asta.uni-hamburg.de/index.php?option=com_roomline&Itemid=27

Wohnen in der
Schweiz

Das Pendeln zwischen Wohnorten in der Deutschschweiz und dem MAZ in Luzern ist problemlos möglich. Für das zweite Studienjahr müssen Schweizer Studierende also nicht nach Luzern ziehen.

LEHRVERANSTALTUNGEN UND MODULE IM 1. STUDIEN- JAHR – EINE AUSWAHL

MEDIA SYSTEMS & JOURNALISM	GRUNDLAGEN MEDIEN, WIRTSCHAFT & GESELLSCHAFT Vermittelt die Grundbausteine des Journalismus und der Mediensysteme aus ökonomischer und geschichtlicher Perspektive.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Mediensysteme und -geschichte _Medienökonomie & Redaktionsmanagement _Finanzen & Bilanzierung _Politik & Medien
	MEDIENRECHT Steckt die juristischen Rahmenbedingungen journalistischer Arbeit ab. Lotet aus, wie relevant diese Bedingungen für die tägliche Praxis sind. Auf der Basis aktueller Beispiele und bekannter Fälle.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Presse-, Rundfunk- und Medienrecht _Urheber- und Wettbewerbsrecht
CONDITIONS & VALUES	KONTEXTE & IMPERATIVE DES JOURNALISMUS Journalisten sind professionelle Beobachter. Aber: Lässt sich Wirklichkeit überhaupt beobachten? Was ist „Wirklichkeit“? Selektions- und Entscheidungskriterien im Journalismus. Orientierung über die Techniken wissenschaftlichen Arbeitens und die Grundlagen empirischer Kommunikations- und Medienforschung. Schreibtraining: Subjektive Formate und erzählerisches Schreiben.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Grundlagen der Kommunikationswissenschaft _Journalismusforschung _Nachrichten & Wirklichkeit _New Journalism _Mediennutzung & -wirkung
COMMUNICATION SKILLS	RECHERCHE & INTERVIEW Vermittelt essenzielles Handwerk im Journalismus: umfassendes Wissen über Informationsquellen und Suchmaschinen. Schult logisches Denken und Beharrlichkeit, ohne die Journalisten ihre Informationen weder finden noch verifizieren können.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Recherche I (Zeitungen & Zeitschriften) _Interview II (Radio) _Interview III (Fernsehen)
	PRODUKTION & PRÄSENTATION Grundlagen des Journalismus: Auswahl der Nachrichten, Redigieren von Texten, medienspezifische Vermittlungskompetenzen (z.B. „Nachrichtenschreiben“, Layouten). Vermittlungskompetenzen in Radio und Fernsehen: Das Sprechen am Mikrophon, die Moderation vor der Kamera.
Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> _Produktion I (Zeitung/Zeitschrift) _Produktion II (Radio) _Präsentation III (Fernsehen)

MEDIA PRODUCTION	FACHSCHWERPUNKTE PRINT, RADIO, FERNSEHEN Der Markt der Printmedien: Ästhetik und Wirkung unterschiedlicher Formate, Wettbewerbs- und Besitzverhältnisse, publizistische Trends und Neuerungen. Mit Gästen aus unterschiedlichen Verlagen. Der historisch gewachsene Markt des Hörfunks und des Fernsehens: Programme und Sendungen, methodische, begriffliche und theoretische Instrumente zur Analyse und Einordnung.
Lehrveranstaltungen	_Markt _Genre- und Formate
PRAXISPHASE	Die Studierenden arbeiten drei Monate in einer Redaktion, bei einer Agentur, einem Radio- oder Fernsehsender. Begleitet werden sie von der Studienleitung sowie einer Mentorin/einem Mentor der jeweiligen Redaktion. Das MAZ und die Hamburg Media School sind bei der Vermittlung von Praktikumsstellen behilflich.

Auswahl der Lehrbereiche und Module - Änderungen vorbehalten.

LEHRVERANSTALTUNGEN UND MODULE IM 2. STUDIEN- JAHR – EINE AUSWAHL

MEDIA SYSTEMS & JOURNALISM	JOURNALISMUS & GLOBALISIERUNG Kenntnisse der inter- und transnationalen Einflüsse auf den Journalismus. Aspekte und Rahmenbedingungen journalistischer Kulturen. Beobachtungen und Fakten zum „globalen Journalismus“.
Lehrveranstaltungen	_Journalismus und Globalisierung
CONDITIONS & VALUES	JOURNALISMUS & PUBLIC RELATIONS PR als Informationsquelle; das (zweispältige) Verhältnis zwischen PR und Journalismus; Determinationstheorien: Beherrschen PR den Journalismus? Steuert Journalismus die PR? Exakter und kritischer Umgang mit Informationen als Basis für Qualitätsjournalismus.
Lehrveranstaltungen	_Public Relations
	JOURNALISTISCHE SELBSTBEOBACHTUNG Reflexionskompetenz als Korrektiv journalistischer Arbeit; journalistische Ethik; Berichterstattung der Medien über die Medien.
Lehrveranstaltungen	_Medienethik & -kritik
COMMUNICATION SKILLS	RESSORTS UND THEMEN Ressort- und Themenkompetenz: Wie entsteht „ein Thema“? Strategien und Kompetenzen, die den Zugang zu Themen und ihre Aufbereitung erleichtern. Ressortspezifisches Wissen und Vermittlungskompetenzen. Gesprächstechniken und Argumentation.
Lehrveranstaltungen	_Kommunikationstraining & Rhetorik _Politik _Unterhaltung, Kultur und Sport _Wirtschaft _Wissenschaft, Medizin, Krisen
MEDIA PRODUCTION	SCHWERPUNKT NEUE MEDIEN Der Markt der Neuen Medien, neue Kommunikationsformen und Dienstleistungen. „Multimedia“ als Arbeitsfeld künftiger Journalisten.
Lehrveranstaltungen	_Markt _Genre- und Formate
	PROJEKTE & TEAMARBEIT In enger Kooperation mit dem Bürger- und Ausbildungskanal TIDE, der Henri-Nannen-Schule und weiteren Kooperationspartnern realisieren die Studierenden in kleinen Teams publikations- und sendefertige Medienprodukte – unter redaktionellen Bedingungen und mit der Massgabe, dass die Produkt gedruckt, gesendet oder online publiziert werden.

Lehrveranstaltungen

_Projekte A I und A II

_Projekte B I und B II

Zu wählen aus den Bereichen Zeitung, Zeitschrift, Radio, Fernsehen, Neue Medien, Medienbezogene Fallstudie.

Auswahl der Lehrbereiche und Module – Änderungen vorbehalten

MAZ – DIE SCHWEIZER JOURNALISTENSCHULE

- Das MAZ** Das MAZ – 1984 gegründet – ist die führende Journalismusschule der deutschen Schweiz. Aus- und Weiterbildung für Medienschaffende sind seine Kernkompetenzen. Die enge Zusammenarbeit mit Redaktionen garantiert Praxisnähe. Kooperationen im In- und Ausland ermöglichen den Blick nach aussen. Hohe Qualität auf allen Ebenen ist der Anspruch. Dokumentieren kann das MAZ sie u.a. mit dem Label «Committed to excellence» der European Foundation for Quality Management, EFQM. Träger des MAZ sind: der Verband Schweizer Presse, die SRG SSR idée suisse, die Journalismusverbände, Stadt und Kanton Luzern; weiter wird das MAZ vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM unterstützt. Mehr zum MAZ unter www.maz.ch.
- MAZ-Partner** Das MAZ ist Teil des Hochschulcampus Luzern, Mitglied der Europäischen Vereinigung namhafter Journalismusschulen EJTA sowie Kooperationspartner der Hamburg Media School, der Universitäten Luzern und Lugano, der Hochschule für Wirtschaft Luzern, der Hochschule für Wirtschaft und Verwaltung Zürich, der Hochschule für Gestaltung und Kunst Luzern, der Pädagogischen Hochschule Zentralschweiz, des Schweizer Radios DRS und des Schweizer Fernsehens SF, der Schweizerischen Depeschenagentur SDA, des Schweizerischen PR-Instituts SPRI und der Österreichischen Medienakademie in Salzburg.
- Das MAZ-Team** Direktorin: Sylvia Egli von Matt; Geschäftsleitung: Heiner Käppeli, Sonja Döbeli Stirnemann; Studienleitung: Nicole Aeby, Frank Hänecke, Simon Kopp, Bernd Merkel, Oliver Schroeder, Reto Schlatter, Barbara Stöckli, Rolf Wespe; Marketing und Administration: Isabelle Gabriel, Gabriela Murer; Administration: Dani Glur, Theres Huser, Jaqueline Imholz, Martina Schymura, Danja Spring, Simona De Luca; Technik: Christoph Bieri, Willy Hediger.

Letter of intent,
Verkehrshaus der Schweiz, Luzern



LZ Medien Holding AG
Herr Erwin Bachmann
Delegierter des Verwaltungsrates
Maihofstr. 76
6003 Luzern

Luzern, 21. November 2007

Letter of intent

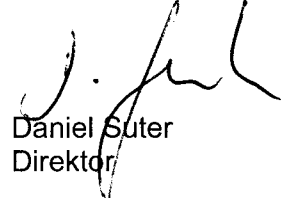
Die Projektleitung von Tele 1 hat die Idee entwickelt, das Studio des geplanten Zentralschweizer Regionalfernsehsenders ins Verkehrshaus der Schweiz zu integrieren. Den Besuchern unseres Museums soll es dabei ermöglicht werden, über die Schulter der Fernsehmacher zu blicken und bei ausgewählten Sendungen selbst mit dabei zu sein. Vorgesehen ist in der Start-Phase eine Quizsendung, bei der interessierte Verkehrshausbesucher Wissensfragen zu Themen rund um Reisen, Verkehr und Kommunikation zu beantworten haben (s. Detailkonzept von Tele 1). Ein weiterer Ausbau von Sendungen mit Publikumsbeteiligung ist möglich.

Das Thema Massenkommunikation wird auch im neu konzipierten Verkehrshaus einen wichtigen Stellenwert einnehmen. Ein real betriebenes Fernsehstudio im Verkehrshaus würde eine neue und zusätzliche Attraktion im Rahmen des Ausstellungs- und Erlebnisangebotes darstellen. Daher möchten wir die Idee zusammen mit Tele 1 weiterentwickeln.

Seit Mai dieses Jahres führen wir Gespräche mit der Projektleitung von Tele 1. Dabei ging es primär darum, die technische und logistische Machbarkeit zu prüfen. Diese Abklärungen sind zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen und gestalten sich recht komplex, da der reale Studiobetrieb mit dem Ausstellungsbetrieb koordiniert werden muss. Wir erwarten, in den nächsten zwei bis drei Monaten die Entscheidung über die Realisierbarkeit des Projektes fällen zu können.

Unabhängig des Studio-Projektes möchte Tele 1 die Meteo-Sendung auf dem Dach des Hochhauses des Verkehrshauses produzieren - eine Idee, die wir ebenfalls unterstützen.

Verkehrshaus der Schweiz



Daniel Suter
Direktor



Beat Heuberger
Leiter Marketing & Partnerschaften

Verkehrshaus der Schweiz
Lidostrasse 5
CH-6006 Luzern

Telefon +41 41 370 44 44
Telefax +41 41 370 61 68

mail@verkehrshaus.ch

Zusage Darlehen



Zusage Darlehen

(gemäss Ziff. 4.2 der Wegleitung zur Einreichung von Konzessionsgesuchen vom August 2007)

Die Unterzeichnete,

LZ Medien Holding AG, Maihofstrasse 74/76, 6006 Luzern

vertreten durch die laut Handelsregistereintrag mit Kollektivunterschrift zu zweien zeichnungsberechtigten Herren Erwin Bachmann und Jörg Schnyder

verpflichtet sich hiermit, der **Tele 1 AG, mit Sitz in Luzern**

ein Darlehen von insgesamt CHF 5 000 000 (in Worten: fünf Millionen Schweizer Franken) zu gewähren.

Bei der Gewährung des Darlehens von insgesamt CHF 5 000 000 geht LZ Medien Holding AG davon aus, dass sie zu 100 % an Tele 1 AG beteiligt ist. Sollte LZ Medien Holding AG nicht zu 100 % an Tele 1 AG beteiligt sein, so mindert sich der Darlehensbetrag von LZ Medien Holding AG verhältnismässig zur Minderbeteiligung, sofern sich Drittaktionäre ebenfalls entsprechend einer Zusage in der vorliegenden Form verbindlich zur Darlehensgewährung entsprechend ihrer verhältnismässigen Beteiligung an Tele 1 AG verpflichten.

Die Auszahlung des Darlehens erfolgt nach Bedarf und auf Verlangen der Tele 1 AG und kann auch in Teilbeträgen erfolgen.

LZ Medien Holding AG verpflichtet sich des Weiteren, bei einer Überschuldung der Tele 1 AG nach Art. 725 Abs. 2 OR entsprechend ihrem Beteiligungsverhältnis an Tele 1 AG Rangrücktritt zu erklären.

Die Verpflichtung der LZ Medien Holding AG aus dieser Zusage ist unbefristet.

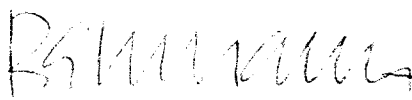
Die Darlehensgewährung der LZ Medien Holding AG an Tele 1 AG steht und der Bedingung, dass

- Tele 1 AG die für die Verbreitung von regionalen Fernsehprogrammen notwendige Konzession erteilt wird und
- Tele 1 AG den Betrieb für die Verbreitung von regionalen Fernsehprogrammen entsprechend der Konzessionserteilung aufnimmt und diesen Betrieb danach weiterführt.

Luzern, 29. November 2007

LZ Medien Holding AG

vertreten durch:


Erwin Bachmann


Jörg Schnyder

Investitions- und Abschreibungsplan 2008 – 2013

Planinvestitionstätigkeit 2008 – 2013

Planerfolgsrechnung 2008 – 2013

Planbilanz 2008 – 2013

Mittelflussplan 2008 – 2013



Planerfolgsrechnung 2008 - 2013

	B'plan 2008 in TCHF	B'plan 1.Qua.09 in TCHF	B'plan 2.Qua.09 in TCHF	B'plan 3.Qua.09 in TCHF	B'plan 4.Qua.09 in TCHF	B'plan 2009 in TCHF
Bruttowerbung selbst akquiriert	0	0	404	461	577	1'442
Bruttosponsoring selbst akquiriert	0	0	200	228	285	713
Skonti, Rabatte und Rückvergt. selbst akquiriert	0	0	-4	-5	-6	-15
Bruttowerbung und -sponsoring selbst akq.	0	0	599	685	856	2'140
Bruttowerbung von Dritten	0	0	299	341	427	1'067
Bruttosponsoring von Dritten	0	0	0	0	0	0
Skonti, Rabatte und Rückvergt. an Dritte	0	0	-2	-2	-3	-7
Bruttowerbung und -sponsoring von Dritten	0	0	297	339	424	1'060
Bruttowerbung und -sponsoring	0	0	896	1'024	1'280	3'200
Ertrag aus Spotproduktionen von Dritten	0	0	39	45	56	140
Ertrag aus Sendeübernahmen von Dritten	0	0	148	170	212	530
Sonstiger Ertrag	0	0	188	214	268	670
Bruttoertrag	0	0	1'084	1'238	1'548	3'870
Skonti, Rabatte und Rückvergütungen	0	0	-2	-2	-3	-7
Konzessionsabgabe	0	0	-9	-10	-13	-32
Beraterkommission, Vermittlerprovision an Dritte	0	0	-65	-74	-93	-232
Verluste aus Forderungen	0	0	-8	-9	-12	-29
Erlösminderungen	0	0	-84	-96	-120	-300
Betriebsertrag netto	0	0	1'000	1'142	1'428	3'570
Materialaufwand von Dritten	0	0	-7	-8	-10	-25
Einkauf von Rechten und Lizenzen von Dritten	0	0	-11	-13	-16	-40
Urheberrechtsgebühren	0	0	-4	-5	-6	-15
Fremdarbeiten von Dritten	0	0	-59	-67	-84	-210
Verbreitungskosten (Netz und Satelliten)	0	0	-28	-32	-40	-100
Produktions- und Programmaufwand	0	0	-109	-125	-156	-390
Programm-, Waren- und DL-Aufwand	0	0	-109	-125	-156	-390
Bruttoergebnis	0	0	890	1'018	1'272	3'180
Löhne	-700	-500	-800	-1'000	-1'100	-3'400
Sozialversicherungen	-70	-50	-80	-100	-110	-340
Pensionskasse	-40	-30	-50	-60	-65	-205
Aus- und Weiterbildung	-100	-100	-10	-10	-15	-135
Spesen	-10	-10	-10	-15	-15	-50
Sonstiger Personalaufwand	-10	-5	-10	-10	-15	-40
Personalaufwand	-930	-695	-960	-1'195	-1'320	-4'170
Raumaufwand und Studiomierte	-140	-85	-85	-85	-85	-340
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	-20	-10	-20	-20	-20	-70
Reporter-/Firmenfahrzeuge (Leasing, Unterhalt)	0	-15	-25	-25	-25	-90
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	-10	-5	-5	-10	-10	-30
Energie- und Entsorgung	-10	0	-5	-5	-5	-15
Abos und Verbindungsgebühren	-30	-15	-25	-30	-30	-100
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-50	-15	-30	-30	-30	-105
Marketing- und Werbeaufwand	-160	-140	-90	-40	-40	-310
Abschreibungen Sachanlagen	-50	-110	-110	-110	-110	-440
Sonstiger Betriebsaufwand	-470	-395	-395	-355	-355	-1'500
Betriebsaufwand	-1'400	-1'090	-1'355	-1'550	-1'675	-5'670
Betriebsergebnis	-1'400	-1'090	-465	-532	-403	-2'490
Aufwand aus Finanzanlagen Aktionäre	-35	-30	-55	-60	-65	-210
Erfolg aus Finanzanlagen	-35	-30	-55	-60	-65	-210
Gebührenanteil	0	0	389	583	583	1'555
Subventionen BAKOM	0	0	389	583	583	1'555
Management Fees Konzern (Leistungen für Finanzen, Personal, Informatik, Empfang etc.)	-60	-40	-90	-100	-120	-350
Ausserordentlicher Erfolg	-60	-40	-90	-100	-120	-350
Steuern	-5	-1	-1	-1	-2	-5
Jahresgewinn / -verlust	-1'500	-1'161	-222	-110	-7	-1'500

Planerfolgsrechnung 2008 - 2013

	B'plan 2010 in TCHF	B'plan 2011 in TCHF	B'plan 2012 in TCHF	B'plan 2013 in TCHF
<i>Bruttowerbung selbst akquiriert</i>	2'412	2'703	2'866	3'037
<i>Bruttosponsoring selbst akquiriert</i>	1'124	1'180	1'215	1'252
<i>Skonti, Rabatte und Rückvergt. selbst akquiriert</i>	-26	-28	-31	-39
Bruttowerbung und -sponsoring selbst akq.	3'510	3'855	4'050	4'250
<i>Bruttowerbung von Dritten</i>	1'760	1'936	2'052	2'175
<i>Bruttosponsoring von Dritten</i>	0	0	0	0
<i>Skonti, Rabatte und Rückvergt. an Dritte</i>	-20	-21	-22	-25
Bruttowerbung und -sponsoring von Dritten	1'740	1'915	2'030	2'150
Bruttowerbung und -sponsoring	5'250	5'770	6'080	6'400
Ertrag aus Spotproduktionen von Dritten	200	200	200	200
Ertrag aus Sendeübernahmen von Dritten	800	800	800	800
Sonstiger Ertrag	1'000	1'000	1'000	1'000
Bruttoertrag	6'250	6'770	7'080	7'400
Skonti, Rabatte und Rückvergütungen	-10	-10	-10	-10
Konzessionsabgabe	-53	-58	-61	-64
Beraterkommission, Vermittlerprovision an Dritte	-385	-426	-451	-478
Verluste aus Forderungen	-63	-77	-78	-78
Erlösminderungen	-510	-570	-600	-630
Betriebsertrag netto	5'740	6'200	6'480	6'770
Materialaufwand von Dritten	-40	-40	-45	-50
Einkauf von Rechten und Lizenzen von Dritten	-60	-65	-70	-75
Urheberrechtsgebühren	-25	-25	-30	-35
Fremdarbeiten von Dritten	-275	-300	-315	-335
Verbreitungskosten (Netz und Satelliten)	-150	-150	-150	-155
Produktions- und Programmaufwand	-550	-580	-610	-650
Programm-, Waren- und DL-Aufwand	-550	-580	-610	-650
Bruttoergebnis	5'190	5'620	5'870	6'120
Löhne	-4'800	-4'800	-4'800	-4'800
Sozialversicherungen	-480	-480	-480	-480
Pensionskasse	-290	-290	-290	-290
Aus- und Weiterbildung	-100	-100	-100	-100
Spesen	-70	-70	-70	-70
Sonstiger Personalaufwand	-60	-60	-60	-60
Personalaufwand	-5'800	-5'800	-5'800	-5'800
Raumaufwand und Stadimiete	-340	-340	-340	-340
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	-100	-100	-100	-100
Reporter-/Firmenfahrzeuge (Leasing, Unterhalt)	-100	-100	-100	-100
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	-40	-40	-40	-40
Energie- und Entsorgung	-20	-20	-20	-20
Abos und Verbindungsgebühren	-130	-130	-130	-130
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-120	-120	-120	-120
Marketing- und Werbeaufwand	-180	-180	-180	-180
Abschreibungen Sachanlagen	-440	-440	-440	-440
Sonstiger Betriebsaufwand	-1'470	-1'470	-1'470	-1'470
Betriebsaufwand	-7'270	-7'270	-7'270	-7'270
Betriebsergebnis	-2'080	-1'650	-1'400	-1'150
Aufwand aus Finanzanlagen Aktionäre	-250	-240	-220	-210
Erfolg aus Finanzanlagen	-250	-240	-220	-210
Gebührenanteil	2'335	2'335	2'335	2'335
Subventionen BAKOM	2'335	2'335	2'335	2'335
Management Fees Konzern (Leistungen für Finanzen, Personal, Informatik, Empfang etc.)	-500	-540	-560	-570
Ausserordentlicher Erfolg	-500	-540	-560	-570
Steuern	-5	-5	-5	-5
Jahresgewinn / -verlust	-500	-100	150	400

Planbilanz 2008 - 2013

	B'plan 2008 in TCHF	B'plan 1.Qua.09 in TCHF	B'plan 2.Qua.09 in TCHF	B'plan 3.Qua.09 in TCHF	B'plan 4.Qua.09 in TCHF	B'plan 2009 in TCHF
Flüssige Mittel und Wertschriften	330	134	522	417	470	470
<i>Forderungen aus Lief. & Leistungen Dritte</i>	0	0	600	650	750	750
Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen	0	0	600	650	750	750
<i>Andere kurzfristige Forderungen Dritte</i>	0	0	30	40	50	50
Andere kurzfristige Forderungen	0	0	30	40	50	50
<i>Vorausbezahlte Aufwendungen</i>	0	0	30	40	50	50
Aktive Rechnungsabgrenzung	0	0	30	40	50	50
Umlaufvermögen	330	134	1'182	1'147	1'320	1'320
<i>Mobiliar</i>	263	256	250	243	236	236
<i>Hardware</i>	152	210	244	252	235	235
<i>Software</i>	228	303	358	373	349	349
<i>Fahrzeuge</i>	0	579	557	536	515	515
<i>Feste Einrichtungen und Installationen</i>	529	892	1'154	1'116	1'078	1'078
<i>Übrige mobile Sachanlagen</i>	38	35	33	30	28	28
Mobile Sachanlagen	1'210	2'275	2'595	2'550	2'440	2'440
Anlagevermögen	1'210	2'275	2'595	2'550	2'440	2'440
AKTIVEN	1'540	2'409	3'777	3'697	3'760	3'760
<i>Verbindlichkeiten aus Lief. & Leistungen Dritte</i>	15	40	80	90	100	100
<i>Verbindlichkeiten aus Lief. & Leistungen Konzern</i>	5	20	30	30	40	40
Verbindlichkeiten aus Lief. & Leistungen	20	60	110	120	140	140
<i>Andere kurzfristige Verbindlichkeiten Dritte</i>	10	10	20	20	30	30
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	10	10	20	20	30	30
<i>Noch nicht bezahlte Aufwendungen</i>	10	0	20	30	40	40
<i>Im voraus erhaltene Erträge</i>	0	0	10	20	50	50
Passive Rechnungsabgrenzung	10	0	30	50	90	90
Fremdkapital kurzfristig	40	70	160	190	260	260
Darlehen Aktionäre	1'500	3'500	5'000	5'000	5'000	5'000
Fremdkapital langfristig	1'500	3'500	5'000	5'000	5'000	5'000
Aktienkapital	1'500	1'500	1'500	1'500	1'500	1'500
Allgemeine Reserven	0	0	0	0	0	0
Bilanzgewinn 1.1.	0	-1'500	-1'500	-1'500	-1'500	-1'500
Jahreserfolg	-1'500	-1'161	-1'383	-1'493	-1'500	-1'500
Eigenkapital	0	-1'161	-1'383	-1'493	-1'500	-1'500
PASSIVEN	1'540	2'409	3'777	3'697	3'760	3'760

Planbilanz 2008 - 2013

	B'plan 2010 in TCHF	B'plan 2011 in TCHF	B'plan 2012 in TCHF	B'plan 2013 in TCHF
Flüssige Mittel und Wertschriften	450	260	520	310
<i>Forderungen aus Lief. & Leistungen Dritte</i>	780	800	830	850
Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen	780	800	830	850
<i>Andere kurzfristige Forderungen Dritte</i>	60	70	80	90
Andere kurzfristige Forderungen	60	70	80	90
<i>Vorausbezahlte Aufwendungen</i>	60	70	80	90
Aktive Rechnungsabgrenzung	60	70	80	90
Umlaufvermögen	1'350	1'200	1'510	1'340
<i>Mobiliar</i>	209	182	155	128
<i>Hardware</i>	168	101	134	277
<i>Software</i>	249	150	200	411
<i>Fahrzeuge</i>	429	344	258	173
<i>Feste Einrichtungen und Installationen</i>	927	776	621	470
<i>Übrige mobile Sachanlagen</i>	18	8	42	32
Mobile Sachanlagen	2'000	1'560	1'410	1'490
Anlagevermögen	2'000	1'560	1'410	1'490
AKTIVEN	3'350	2'760	2'920	2'830
<i>Verbindlichkeiten aus Lief. & Leistungen Dritte</i>	110	120	130	140
<i>Verbindlichkeiten aus Lief. & Leistungen Konzern</i>	70	70	70	70
Verbindlichkeiten aus Lief. & Leistungen	180	190	200	210
<i>Andere kurzfristige Verbindlichkeiten Dritte</i>	50	50	50	50
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	50	50	50	50
<i>Noch nicht bezahlte Aufwendungen</i>	50	50	50	50
<i>Im voraus erhaltene Erträge</i>	70	70	70	70
Passive Rechnungsabgrenzung	120	120	120	120
Fremdkapital kurzfristig	350	360	370	380
Darlehen Aktionäre	5'000	4'500	4'500	4'000
Fremdkapital langfristig	5'000	4'500	4'500	4'000
Aktienkapital	1'500	1'500	1'500	1'500
Allgemeine Reserven	0	0	0	0
Bilanzgewinn 1.1.	-3'000	-3'500	-3'600	-3'450
Jahreserfolg	-500	-100	150	400
Eigenkapital	-2'000	-2'100	-1'950	-1'550
PASSIVEN	3'350	2'760	2'920	2'830

Mittelflussplan 2008 - 2013

	B'plan 2008 in TCHF	B'plan 1.Qua.09 in TCHF	B'plan 2.Qua.09 in TCHF	B'plan 3.Qua.09 in TCHF	B'plan 4.Qua.09 in TCHF	B'plan 2009 in TCHF
Ergebnis nach Steuern	-1'500	-1'161	-222	-110	-7	-1'500
Abschreibungen	50	110	110	110	110	440
Gewinn aus Verkauf von Anlagevermögen	0	0	0	0	0	0
Cashflow	-1'450	-1'051	-112	0	103	-1'060
Veränderung Netto-Umlaufvermögen *	40	30	-570	-40	-50	-630
Mittelfluss aus Betriebstätigkeit	-1'410	-1'021	-682	-40	53	-1'690
Investitionen	-1'260	-1'175	-430	-65	0	-1'670
Devestitionen	0	0	0	0	0	0
Mittelfluss aus Investitionstätigkeit	-1'260	-1'175	-430	-65	0	-1'670
Veränderung langfr. Finanzverbindlichkeiten	1'500	2'000	1'500	0	0	3'500
Dividendenauszahlung	0	0	0	0	0	0
Aktienkapital	1'500	0	0	0	0	0
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit	3'000	2'000	1'500	0	0	3'500
Mittelfluss netto	330	-196	388	-105	53	140
Flüssige Mittel am 1.1.	0	330	134	522	417	330
Mittelfluss netto	330	-196	388	-105	53	140
Flüssige Mittel am 31.12.	330	134	522	417	470	470

* Netto aus Veränderungen von Forderungen,
Aktiver Rechnungsabgrenzung und
kurzfristigem Fremdkapital

Mittelflussplan 2008 - 2013

	B'plan 2010 in TCHF	B'plan 2011 in TCHF	B'plan 2012 in TCHF	B'plan 2013 in TCHF
Ergebnis nach Steuern	-500	-100	150	400
Abschreibungen	440	440	440	440
Gewinn aus Verkauf von Anlagevermögen	0	0	0	0
Cashflow	-60	340	590	840
Veränderung Netto-Umlaufvermögen *	40	-30	-40	-30
Mittelfluss aus Betriebstätigkeit	-20	310	550	810
Investitionen	0	0	-290	-520
Devestitionen	0	0	0	0
Mittelfluss aus Investitionstätigkeit	0	0	-290	-520
Veränderung langfr. Finanzverbindlichkeiten	0	-500	0	-500
Dividendenauszahlung	0	0	0	0
Aktienkapital	0	0	0	0
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit	0	-500	0	-500
Mittelfluss netto	-20	-190	260	-210
Flüssige Mittel am 1.1.	470	450	260	520
Mittelfluss netto	-20	-190	260	-210
Flüssige Mittel am 31.12.	450	260	520	310

* Netto aus Veränderungen von Forderungen,
Aktiver Rechnungsabgrenzung und
kurzfristigem Fremdkapital

Planinvestitionstätigkeit 2008 - 2013

	B'plan 2008 in TCHF	B'plan 1.Qua.09 in TCHF	B'plan 2.Qua.09 in TCHF	B'plan 3.Qua.09 in TCHF	B'plan 4.Qua.09 in TCHF	B'plan 2009 in TCHF
Mobiliar	-270	0	0	0	0	0
Hardware	-160	-75	-50	-25	0	-150
Software	-240	-100	-80	-40	0	-220
Fahrzeuge	0	-600	0	0	0	-600
Feste Einrichtungen und Installationen	-550	-400	-300	0	0	-700
Übrige mobile Sachanlagen	-40	0	0	0	0	0
Investitionen in Sachanlagen	-1'260	-1'175	-430	-65	0	-1'670
Total Investitionen	-1'260	-1'175	-430	-65	0	-1'670

Planfinanzierungstätigkeit 2008 - 2013

	B'plan 2008 in TCHF	B'plan 1.Qua.09 in TCHF	B'plan 2.Qua.09 in TCHF	B'plan 3.Qua.09 in TCHF	B'plan 4.Qua.09 in TCHF	B'plan 2009 in TCHF
Zunahme langfr. Finanzverbindlichkeiten	1'500	2'000	1'500	0	0	3'500
Abnahme langfr. Finanzverbindlichkeiten	0	0	0	0	0	0
Dividendenauszahlung	0	0	0	0	0	0
Aktienkapital	1'500	0	0	0	0	0
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit	3'000	2'000	1'500	0	0	3'500

Planinvestitionstätigkeit 2008 - 2013

	B'plan 2010 in TCHF	B'plan 2011 in TCHF	B'plan 2012 in TCHF	B'plan 2013 in TCHF
Mobiliar	0	0	0	0
Hardware	0	0	-100	-210
Software	0	0	-150	-310
Fahrzeuge	0	0	0	0
Feste Einrichtungen und Installationen	0	0	0	0
Übrige mobile Sachanlagen	0	0	-40	0
Investitionen in Sachanlagen	0	0	-290	-520
Total Investitionen	0	0	-290	-520

Planfinanzierungstätigkeit 2008 - 2013

	B'plan 2010 in TCHF	B'plan 2011 in TCHF	B'plan 2012 in TCHF	B'plan 2013 in TCHF
Zunahme langfr. Finanzverbindlichkeiten	0	0	0	0
Abnahme langfr. Finanzverbindlichkeiten	0	-500	0	-500
Dividendenauszahlung	0	0	0	0
Aktienkapital	0	0	0	0
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit	0	-500	0	-500

Investitions- und Abschreibungsplan in TCHF

Mobile Sachanlagen		Inve- stition	ND in J.	WB p.a.	WB 2008	WB 2009	WB 2010	WB 2011	WB 2012	WB 2013
Mobiliar	40 Arbeitsplätze	150	10	15	4	15	15	15	15	15
	Empfang	20	10	2	1	2	2	2	2	2
	Regie	100	10	10	3	10	10	10	10	10
Total		270		27	7	27	27	27	27	27
Hardware	Regie	80	5	16	4	16	16	16	16	16
	Server	40	5	8	2	8	8	8	8	8
	Schnittplätze	50	5	10	0	10	10	10	10	10
	VJ-Ausrüstung	40	5	8	2	8	8	8	8	8
	Workstations	20	4	5	0	5	5	5	5	5
	PC	80	4	20	0	20	20	20	20	20
Total		310		67	8	67	67	67	67	67
Software	Regie	120	5	24	6	24	24	24	24	24
	Server	60	5	12	3	12	12	12	12	12
	Schnittplätze	70	5	14	0	14	14	14	14	14
	VJ-Ausrüstung	60	5	12	3	12	12	12	12	12
	Workstations	30	4	8	0	8	8	8	8	8
	PC	120	4	30	0	30	30	30	30	30
Total		460		100	12	100	100	100	100	100
Fahrzeuge	Livemobil	600	7	85	0	85	85	85	85	85
Total		600		85	0	85	85	85	85	85
Feste Einrichtungen und Installationen	Studios	870	10	87	13	87	87	87	91	87
	Kameras	230	6	39	5	39	39	39	39	39
	Verbreitung	150	6	25	3	25	25	25	25	25
Total		1'250		151	21	151	151	151	155	151
Übrige mobile Sachanlagen	Geräte (Decoder/Encoder)	40	4	10	3	10	10	10	6	10
Total		40		10	3	10	10	10	6	10
Gesamttotal		2'930		440	50	440	440	440	440	440

ND in J. = Nutzungsdauer in Jahren

WB p.a. = jährliche Abschreibung

Zusammenfassung mit Kennzahlen
der Planrechnung 2008 – 2013



Zusammenfassung Planungsrechnung 2008 - 2013

- Sendevorbereitung: August 2008 - April 2009
- Die Periode vom August 2008 - Dezember 2008 wurde bewusst nicht in Quartale unterteilt, sondern jene vom ersten Betriebsjahr 2009.
- Sendestart: 1. Mai 2009
- Die gesamte Planungsrechnung ist exklusive Teuerung umgesetzt.
- Auf dem Darlehen Aktionär wird Rangrücktritt gewährt (siehe auch Bilanzverlust).
- Der Bilanzverlust per 31.12.2013 soll mit den Jahreserfolgen 2014 - 2018 ausgeglichen werden.

	B'plan 2008 in TCHF	B'plan 2009 in TCHF	B'plan 2010 in TCHF	B'plan 2011 in TCHF	B'plan 2012 in TCHF	B'plan 2013 in TCHF
Umsatz netto	0	3'570	5'740	6'200	6'480	6'770
Gewinn / (Verlust)	-1'500	-1'500	-500	-100	150	400
Umsatzrendite (nach Zinsen)	n.a.	-42.0%	-8.7%	-1.6%	2.3%	5.9%
Umsatzrendite (vor Zinsen)	n.a.	-36.1%	-4.4%	2.3%	5.7%	9.0%
Gesamtkapital/Durchschnitt	1'520	2'650	3'555	3'055	2'840	2'875
Gesamtkapitalumschlag	0.0	1.3	1.6	2.0	2.3	2.4
Gesamtkapitalrendite (ROI)	n.a.	-56.6%	-14.1%	-3.3%	5.3%	13.9%
Gesamtkapitalrendite (ROI) *	n.a.	-48.7%	-7.0%	4.6%	13.0%	21.2%
* vor Zinsen						
Anlageintensität	78.6%	64.9%	59.7%	56.5%	48.3%	52.7%
Fremdfinanzierungsgrad *	100.0%	139.9%	159.7%	176.1%	166.8%	154.8%
* Der Fremdfinanzierungsgrad ist >100%, weil auf den Aktionärsdarlehen ein Rangrücktritt gewährt wird.						
Forderungbestand/Durchschnitt	0	400	820	855	890	925
Forderungsumschlag	n.a.	8.9	7.0	7.3	7.3	7.3

Arbeitsvertragliche Bestimmungen
und Reglemente der LZ Medien



- 1. Allgemeine Bestimmungen**
 - 1.1 Geltungsbereich und allgemeine Hinweise
 - 1.2 Rechtsgrundlage / Vorbehalte
 - 1.3 Pflichten der Mitarbeiter
 - 1.4 Information und Mitwirkung der Mitarbeiter im Betrieb
 - 1.5 Personalkommission (PKO)
 - 1.6 Ausübung öffentlicher Ämter
 - 1.7 Immaterialgüterrecht
 - 1.8 Arbeitsort

- 2. Beginn und Ende Arbeitsverhältnis**
 - 2.1 Beginn Arbeitsverhältnis
 - 2.2 Nichtantritt oder fristloses Verlassen der Stelle
 - 2.3 Probezeit
 - 2.4 Beendigung des Arbeitsverhältnisses
 - 2.5 Pensionierung

- 3. Arbeitszeit**
 - 3.1 Normalarbeitszeit
 - 3.2 Arbeitszeitregelung
 - 3.3 Pausen
 - 3.4 Überstunden / Überzeit
 - 3.5 Arbeitszeit vor Feiertagen
 - 3.6 Kurzabsenzen

- 4. Ferien / Feiertage**
 - 4.1 Ferienanspruch
 - 4.2 Ferienfestlegung
 - 4.3 Ferienkürzung
 - 4.4 Ferienverrechnung bei Monatslöhnen
 - 4.5 Feiertage
 - 4.6 Freie Tage ohne Gehaltsabzug
 - 4.7 Urlaub

- 5. Lohn und Zulagen**
 - 5.1 Lohnordnung
 - 5.2 Lohnabzüge
 - 5.3 Lohnvorschüsse
 - 5.4 Lohnfortzahlung bei Tod
 - 5.5 Kinder- und Ausbildungszulagen

- 6. Versicherungen**
 - 6.1 Krankenversicherung
 - 6.2 Berufs- / Nichtberufsunfallversicherung SUVA
 - 6.3 Vorsorgeeinrichtung

7. Krankheit und Unfall

- 7.1 Meldepflicht
- 7.2 Arztzeugnis
- 7.3 Lohnfortzahlung bei Krankheit und Unfall
- 7.4 Schwangerschaft und Niederkunft

8. Militärdienst / Zivilschutz

- 8.1 Meldepflicht
- 8.2 Lohnfortzahlung bei Militärdiensten, Zivilschutz
- 8.3 Freiwillige Kurse Jugend + Sport

9. Diverse Bestimmungen

- 9.1 Nebenbeschäftigung / Erwerb
- 9.2 Datenschutz

10. Inkraftsetzung

Vorbemerkung:

Zur Vereinfachung der Lesbarkeit haben wir in diesen Bestimmungen die männlichen und weiblichen Angestellten als Mitarbeiter bezeichnet. Diese Vorgehensweise stellt in keiner Weise eine Diskriminierung dar.

1. Allgemeine Bestimmungen

1.1 *Geltungsbereich und allgemeine Hinweise*

Die vorliegenden Arbeitsvertraglichen Bestimmungen gelten für alle Mitarbeiter der LZ Medien Holding und ihrer Tochterunternehmen (nachfolgend auch „Firma“ genannt), sofern sie in den individuellen Arbeitsverträgen als Beilage aufgeführt sind. Sie bilden einen integrierenden Bestandteil der individuellen Arbeitsverträge.

Die Arbeitsvertraglichen Bestimmungen sind durchgehend mit Seitenzahlen versehen. Die Firma behält sich jederzeitige Änderungen der Arbeitsvertraglichen Bestimmungen vor. Diese werden allen Mitarbeitern auf dem Korrespondenzweg oder auf andere geeignete Weise bekannt gegeben und gelten ohne Widerspruch innert Monatsfrist als genehmigt.

Die vorliegenden Arbeitsvertraglichen Bestimmungen sollen zu einem guten Einvernehmen zwischen der Firma und den Mitarbeitern der Firma beitragen und das positive Arbeitsklima fördern.

1.2 *Rechtsgrundlage / Vorbehalte*

Der mit den Mitarbeitern abgeschlossene Einzelarbeitsvertrag sowie die Arbeitsvertraglichen Bestimmungen von Gesamtarbeitsverträgen – jedoch nur solange diese in Kraft sind (keine Nachwirkung) – haben gegenüber den vorliegenden Arbeitsvertraglichen Bestimmungen Vorrang. Soweit die vorliegenden Arbeitsvertraglichen Bestimmungen keine abweichenden Regelungen enthalten, gelten die gesetzlichen Vorschriften, insbesondere das Schweizerische Obligationenrecht (OR) und das Arbeitsgesetz.

1.3 *Pflichten der Mitarbeiter*

Die Mitarbeiter widmen sich ihrer Aufgabe mit Einsatz aller ihrer Fähigkeiten und Kenntnisse. Sie unternehmen alles, was die Interessen der Firma fördert und unterlassen alles, was sie beeinträchtigen könnte. Die übernommenen Arbeiten führen sie zielgerichtet und mit Sorgfalt aus und erfüllen die Anordnungen der Vorgesetzten gewissenhaft und nach Treu und Glauben.

In ihren Entscheidungen sind sie kostenbewusst und bestrebt, die Arbeitsabläufe wirtschaftlich zu gestalten.

Von allen Mitarbeitern wird gegenüber Kunden sowie Vorgesetzten und den anderen Mitarbeitern ein höfliches und hilfsbereites Verhalten erwartet.

Die Mitarbeiter haben Maschinen, Arbeitsgeräte, technische Einrichtungen und Anlagen sowie Fahrzeuge der Firma fachgerecht zu bedienen und diese sowie Material, das ihnen zur Ausführung der Arbeit zur Verfügung gestellt wird, sorgfältig zu behandeln.

Für absichtlich oder fahrlässig verursachte Schäden kann der Mitarbeiter haftbar gemacht werden.

Geheime oder vertrauliche Informationen (z.B. Geschäftsgeheimnisse, Kundenadressen) verwenden die Mitarbeiter weder zu ihren Privatinteressen, noch teilen sie diese Drittpersonen mit. Diese Verpflichtung gilt sowohl während der Dauer der Anstellung als auch nach dem Austritt aus der Firma.

Den Mitarbeitern ist es untersagt, von Lieferanten und anderen Personen, die mit der Firma in geschäftlicher Beziehung stehen oder in Geschäftsverkehr zu treten wünschen, Geschenke anzunehmen oder sich Vorteile zuwenden oder zusichern zu lassen.

Das Rauchen ist aus feuerpolizeilichen Gründen, ausgenommen in den dafür speziell bezeichneten Räumen, verboten.

Während der Arbeitszeit dürfen keine alkoholischen Getränke konsumiert werden.

1.4 *Information und Mitwirkung der Mitarbeiter im Betrieb*

Die Firma geht davon aus, dass die Ziele der Mitwirkung zunächst im persönlichen Bereich zu verfolgen sind. Sie ist der Auffassung, dass ein informierter, mitdenkender und an der Firma interessierter Mitarbeiter seine Kenntnisse und Fähigkeiten am persönlichen Arbeitsplatz am Besten einzusetzen vermag.

Die Firma ist überzeugt, dass zu diesem Zweck jener Führungsstil anzuwenden ist, der den Mitarbeitern klare Aufgaben und mit diesen übereinstimmende Kompetenzen und Verantwortungsbereiche überträgt. Die Aufgabenzuweisung soll so erfolgen, dass Kenntnisse und Fähigkeiten der Mitarbeiter voll ausgeschöpft werden und dass ihr Einbezug in die Entscheidungsvorbereitungen und in den Entscheidungsprozess gefördert wird. Durch Mitarbeitergespräche sollen die Mitarbeiter informiert und gefördert werden. Dies kann individuell oder in Gruppen erfolgen.

Die Einzelheiten sind in den Führungsrichtlinien festgehalten, die beim Stellenantritt abgegeben werden.

1.5 *Personalkommission (PKO)*

Zur Förderung einer guten und vertrauensvollen Zusammenarbeit wird eine aus Mitarbeitern bestehende Personalkommission gewählt. Die Personalkommission ist legitimiert zur umfassenden Wahrung der gemeinsamen Interessen aller Mitarbeiter in ihrem Vertretungsbereich. Die Rechte und Aufgaben der PKO sind in einem separaten Reglement festgehalten.

1.6 *Ausübung öffentlicher Ämter*

Den Mitarbeitern wird die Ausübung öffentlicher Ämter ermöglicht, soweit dies der Betriebsablauf gestattet und keine negativen Rückwirkungen auf die Firma zu erwarten sind. Für die Ausübung eines öffentlichen Amtes bedarf es jedoch der vorgängigen schriftlichen Zustimmung des VR-Delegierten auf Antrag des Geschäftsleiters. Fragen betreffend Lohnzahlung und Abwesenheiten werden individuell zwischen dem zuständigen Geschäftsleiter, dem Bereichsleiter und dem Mitarbeiter geregelt.

1.7 *Immaterialgüterrechte*

Erfindungen und Designs – seien es eigentliche Erfindungen, Weiterentwicklungen oder Verbesserungen –, die der Mitarbeiter bei Ausübung seiner dienstlichen Tätigkeit und in Erfüllung seiner vertraglichen Pflichten macht, oder an deren Hervorbringung er mitwirkt, gehören unabhängig von ihrer Schutzfähigkeit der Firma (Art. 332 Abs. 1 OR). Eine besondere Entschädigung ist nicht geschuldet.

Erfindungen und Designs, die der Mitarbeiter bei Ausübung seiner dienstlichen Tätigkeit, aber nicht in Erfüllung seiner vertraglichen Pflichten macht oder an deren Hervorbringung er mit-

wirkt, gehen ohne weiteres auf den Zeitpunkt ihrer Entstehung auf die Firma über. Der Mitarbeiter ist verpflichtet, die Firma über solche Erfindungen und Designs gemäss Absatz 4 hiernach zu informieren. Die Firma hat innerhalb von 6 Monaten seit der schriftlichen Mitteilung dem Mitarbeiter mitzuteilen, ob sie die Erfindung bzw. das Design behalten will oder freigibt. Wird die Erfindung bzw. das Design nicht freigegeben, hat der Mitarbeiter Anspruch auf eine besondere angemessene Vergütung im Sinne von Art. 332 Abs. 4 OR. Laufende Verhandlungen bzw. Auseinandersetzungen über die Höhe dieser Vergütung haben keinen Einfluss auf das Nutzungsrecht der Firma.

Die Rechte an urheberrechtlich geschützten Werken, die der Mitarbeiter bei der Ausübung seiner dienstlichen Tätigkeit – sei es in Erfüllung seiner vertraglichen Pflichten oder nicht – erarbeitet, mit Einschluss der Rechte an zurzeit noch nicht bekannten Nutzungsarten, überträgt der Mitarbeiter ohne weiteres auf den Zeitpunkt ihrer Entstehung ohne besondere Entschädigung vollumfänglich und ausschliesslich auf die Firma. Diese hat insbesondere das ausschliessliche und uneingeschränkte Recht zu bestimmen, ob, wann und wie das Werk verwendet wird, insbesondere das Recht, Werkexemplare herzustellen und anzubieten, zu veräussern, zu vermieten oder sonst wie zu verbreiten, das Werk vorzutragen, aufzuführen, vorzuführen oder sonst wie wahrnehmbar zu machen, zu versenden, weiterzusenden oder Sendungen und Weitersendungen wahrnehmbar zu machen. Im Übrigen verzichtet der Mitarbeiter – soweit gesetzlich zulässig – auf die Ausübung der Urheberpersönlichkeitsrechte, insbesondere der Rechte auf Anerkennung als Urheber, Bestimmung der erstmaligen Veröffentlichung und Werkintegrität.

Der Mitarbeiter hat der Firma die Schaffung immaterieller Güter der unter Absätze 1 bis 3 hiavor genannten Art jeweils unverzüglich schriftlich mitzuteilen. Der Mitarbeiter verpflichtet sich, sämtliche Erklärungen abzugeben und Dokumente zur Verfügung zu stellen, welche die Firma zur Geltendmachung, Durchsetzung und/oder Ausübung der vorgenannten Rechte allenfalls benötigen sollte.

Die Firma hat das Recht, alle Resultate der arbeitsvertraglichen Tätigkeit des Mitarbeiters ohne weiteres Entgelt zu nutzen. Der Mitarbeiter verpflichtet sich, Arbeitsergebnisse während und nach der Beendigung des Arbeitsverhältnisses nicht selbst zu nutzen und die Nutzung nicht Dritten zu übertragen.

1.8 *Arbeitsort*

Die Firma ist berechtigt, die Mitarbeiter an sämtlichen Arbeitsorten, wo die LZ Medien Holding oder ihre Tochtergesellschaften Niederlassungen/Arbeitsstätten haben und innerhalb der gesamten Holding, einzusetzen.

2. Beginn und Ende Arbeitsverhältnis

2.1 *Beginn Arbeitsverhältnis*

Das Arbeitsverhältnis beginnt gemäss individueller Abmachung im schriftlichen Einzelarbeitsvertrag.

2.2 *Nichtantritt oder fristloses Verlassen der Stelle*

Falls der Mitarbeiter ohne wichtigen Grund die Stelle zum vertraglichen Termin nicht antritt oder sie fristlos verlässt, hat die Firma einen Entschädigungsanspruch, der einem Viertel des

Gehaltes für einen Monat entspricht. Ausserdem hat sie Anspruch auf Ersatz weiteren Schadens (Art. 337 d OR).

2.3 Probezeit

Der definitiven Anstellung geht eine dreimonatige Probezeit voraus. Während der Probezeit kann von beiden Parteien, jederzeit unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von sieben Tagen, schriftlich gekündigt werden.

2.4 Beendigung des Arbeitsverhältnisses

Das Arbeitsverhältnis kann beidseits unter Einhaltung folgender Fristen jeweils auf das Monatsende gekündigt werden:

- im 1. Dienstjahr	1 Monat
- im 2. bis und mit 9. Dienstjahr	2 Monate
- ab 10. Dienstjahr	3 Monate
- ab 21 Dienstjahren und 60. Altersjahr	6 Monate

Die Kündigung des Arbeitsverhältnisses durch den Mitarbeiter hat schriftlich zuhanden der Personalabteilung zu erfolgen. Die Kündigung muss spätestens am letzten Arbeitstag des Monats, an welchem die Kündigung zu erfolgen hat, der Firma zugehen.

Der Kündigende muss die Kündigung schriftlich begründen, wenn die andere Partei dies verlangt (Art. 335 Abs. 2 OR).

Die Kündigungen sind missbräuchlich oder erfolgen zur Unzeit in den in Art. 336 bis Art. 336d OR aufgeführten Fällen.

Aus wichtigen Gründen, namentlich bei Verstössen gegen Treu und Glauben und anderen groben Pflichtverletzungen, können beide Parteien jederzeit das Arbeitsverhältnis fristlos auflösen (Art. 337 OR).

Das auf bestimmte Zeit eingegangene Arbeitsverhältnis endet ohne Kündigung mit Ablauf des festgelegten Zeitpunktes. Vorbehalten bleibt in jedem Fall die fristlose Auflösung eines Arbeitsvertrages aus wichtigen Gründen (Art. 337 OR).

2.5 Pensionierung

Mit dem Erreichen der AHV-Altersgrenze endet das Arbeitsverhältnis auf das Ende des betreffenden Monats ohne Kündigung, und zwar:

- bei Frauen mit dem vollendeten 64. Altersjahr
- bei Männern mit dem vollendeten 65. Altersjahr

3. Arbeitszeit

3.1 Normalarbeitszeit

Die wöchentliche Normalarbeitszeit beträgt:

- | | |
|--|-----------------------------------|
| a) für Kader und Redaktionsmitarbeiter | nach Erfordernissen des Betriebes |
| b) für alle übrigen | 40 Stunden |

Für die Berechnung von redaktionellen Leistungen bei Teilzeitarbeit wird als Basis von einer 44-Stunden-Woche ausgegangen.

Für die Berechnung von Stundenlohnansätzen wird das Monatsgehalt durch 173.89 geteilt.

3.2 *Arbeitszeitregelung*

Die Arbeitszeitmodelle sind je nach Firma / Bereich / Abteilung unterschiedlich. Die entsprechende Präsenzzeit wird von der Firma je nach Bereich / Abteilung individuell festgelegt.

3.3 *Pausen*

Die Pausen gelten nicht als Arbeitszeit, es sei denn, dass auf Anordnung des zuständigen Vorgesetzten der Arbeitsplatz nicht verlassen werden darf.

Gemäss Arbeitsgesetz müssen Pausen von folgender Mindestdauer eingelegt werden:

- | | |
|---|----------|
| a) bei einer Arbeitszeit von mehr als 5 ½ Stunden | ¼ Stunde |
| b) bei einer Arbeitszeit von mehr als 7 Stunden | ½ Stunde |
| c) bei einer Arbeitszeit von mehr als 9 Stunden | 1 Stunde |

Die Pausen sind um die Mitte der Arbeitszeit anzusetzen. Pausen von mehr als einer halben Stunde dürfen aufgeteilt werden.

3.4 *Überstunden / Überzeit*

Als Überstunden gelten die über die wöchentliche Normalarbeitszeit notwendigerweise zu leistenden Arbeitsstunden bis zur Höchstarbeitszeit gemäss Arbeitsgesetz. Die darüber hinaus geleisteten Arbeitsstunden gelten als Überzeit. Beide sind auf Anordnung des zuständigen Vorgesetzten zu leisten bzw. sind vom Mitarbeiter umgehend dem Vorgesetzten schriftlich mitzuteilen und müssen vom zuständigen Vorgesetzten visiert werden.

Die erbrachten Überstunden und Überzeit werden registriert und kumuliert. Sie sind jeweils auf der Lohnabrechnung ersichtlich. Der Saldo ist zu kontrollieren und Unstimmigkeiten sind innert 10 Tagen zu melden, ansonsten der Saldo als genehmigt gilt.

Die Überstunden und Überzeit sind im Verhältnis 1:1 innerhalb von 12 Monaten mit Freizeit auszugleichen. Die Kompensation hat hauptsächlich während der flauen Zeit zu erfolgen. Der Vorgesetzte hat das Recht, in arbeitsarmen Perioden kurzfristig die Kompensation anzuordnen. Ist eine Kompensation aus Gründen seitens der Firma nicht möglich, werden die Überstunden sowie – im gesetzlichen Rahmen – Überzeit ohne Zuschlag entschädigt.

Beim Kader sowie bei den Redaktionsmitarbeitern richtet sich die Arbeitszeit nach den Erfordernissen des Betriebes. Im Bedarfsfall wird eine entsprechende Mehrarbeit vorausgesetzt. Diese gilt mit dem vereinbarten Lohn als abgegolten.

3.5 *Arbeitszeit vor Feiertagen*

Vor Feiertagen, welche nach der im DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.2 (Feiertagsregelung) mit „•“ gekennzeichnet sind, endet die offizielle Arbeitszeit spätestens um 17.00 Uhr.

Für alle übrigen Feiertage gelten am Vortag die normalen Arbeitszeiten. Ausnahme: Am Vorweihnachtstag-Nachmittag (24. Dezember) und an Silvester (31. Dezember) sind 6 Arbeitsstunden zu leisten. Die offizielle Arbeitszeit endet an diesen Tagen spätestens um 15.00 Uhr.

Für die infolge des früheren Arbeitsschlusses ausfallende Arbeitszeit erfolgt kein Lohnabzug.

3.6 Kurzabsenzen

Als Kurzabsenzen gelten z.B. Arztbesuche, öffentliche Amtsstellen, amtliche Vorladungen usw. Diese Termine sind an Randzeiten einzurichten und mit dem Vorgesetzten frühzeitig abzusprechen.

Der Vermerk bzw. der Grund der Kurzabsenz ist auf dem Präsenzblatt bzw. Rapport anzugeben. Die Absenz gilt nicht als Arbeitszeit und ist zu kompensieren. In Ausnahmefällen kann der Vorgesetzte in Absprache mit der Personalleitung eine abweichende Regelung treffen.

4. Ferien / Feiertage

4.1 Ferienanspruch

Der Anspruch auf bezahlte Ferien pro Kalenderjahr beträgt:

- | | |
|-------------------------------|----------|
| a) bis und mit 49. Altersjahr | 5 Wochen |
| b) ab 50. Altersjahr | 6 Wochen |

Für die Berechnung des Ferienanspruches werden angebrochene Altersjahre aufgerundet. Bei Ein- und Austritten bemisst sich der Ferienanspruch pro rata temporis.

Die Ferien haben der Erholung zu dienen. Während dieser Zeit dürfen keine bezahlten Arbeiten für Dritte verrichtet werden.

Grundsätzlich sind die Ferien während dem Kalenderjahr zu beziehen. Mindestens zwei Ferienwochen müssen zusammenhängen (Art. 329c OR). Ferien, die im laufenden Jahr nicht bezogen werden können, werden automatisch auf das nächste Kalenderjahr übertragen. Ein Übertrag von mehr als 10 Ferientagen benötigt eine schriftliche Einwilligung des Geschäftsleiters/Bereichsleiters zuhanden der Personalabteilung.

Erkrankt oder verunfallt ein Mitarbeiter während den Ferien, so gelten die ärztlich bescheinigten Tage nicht als Ferientage, sofern sie die Erholung des Mitarbeiters beeinträchtigen. Nach Rückkehr hat der Mitarbeiter seinen Vorgesetzten umgehend zu verständigen, wann die ausgefallenen Ferientage nachbezogen werden. Ebenfalls ist die Personalabteilung zu informieren.

4.2 Ferienfestlegung

Die zeitliche Ansetzung der Ferien erfolgt unter Berücksichtigung der Wünsche des Mitarbeiters. Dabei ist der Zeitpunkt des Ferienbezuges so anzusetzen, dass der Geschäftsbetrieb nicht beeinträchtigt wird. Für die Ferienplanung sind die Vorgesetzten verantwortlich.

4.3 Ferienkürzung

Bei Absenzen infolge Krankheit, Unfall und Militärdienst während eines Dienstjahres bis gesamthaft 3 Monate werden die Ferien nicht gekürzt. Bei längerer oder anderweitiger Absenz wird der Ferienanspruch für jeden Monat der gesamten Abwesenheit um 1/12 gekürzt.

Absenzen wegen Mutterschaft führen zu keiner Ferienkürzung.

Fehlt ein Mitarbeiter während des ganzen Dienstjahres, besteht kein Ferienanspruch.

4.4 Ferienverrechnung bei Monatslöhnern

Während der Dauer des Arbeitsverhältnisses dürfen Ferien von Gesetzes wegen nicht durch Geldleistung abgegolten werden.

Bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses wird das Ferienguthaben entschädigt, wenn die Ferien aus betrieblichen Gründen nicht mehr bezogen werden können.

Wenn der Mitarbeiter am Ende des Arbeitsverhältnisses mehr Ferien bezogen hat, als ihm bis zu diesem Zeitpunkt zustehen, erfolgt ein entsprechender Lohnabzug.

4.5 Feiertage

Die Feiertage pro Kalenderjahr, welche keinen Lohnabzug nach sich ziehen, werden jährlich von der Unternehmungsleitung in Zusammenarbeit mit der Personalkommission und unter Berücksichtigung der kantonalen Gesetzgebung je nach Arbeitsort festgelegt und für die LZ Medien Holding und ihre Tochterunternehmen für verbindlich erklärt. Es sind mit Einschluss des 1. Mai maximal 10 Tage. Für die Kadermitarbeiter sind mit Ausnahme des 1. Mai diese Feiertage bezahlt und nicht zu kompensieren. Die Feiertagsregelung wird jeweils frühzeitig mit dem Lohnversand zugestellt (DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.2 [Feiertagsregelung]).

Fallen diese Feiertage auf einen üblichen arbeitsfreien Tag, Militärdienst, Zivildienst, eine Krankheit oder Unfall etc., wird dafür keine Ersatzruhe / Kompensation gewährt bzw. es erfolgt keine Auszahlung.

Fallen diese Feiertage in die Ferien, so gelten sie nicht als Ferientage.

4.6 Freie Tage ohne Gehaltsabzug

Für nachfolgende Absenzen erfolgt kein Lohnabzug, sofern sie in die Arbeitszeit fallen:

- | | | |
|----|---|-------------|
| a) | Eigene Heirat | 2 Tage |
| b) | Heirat eigener Kinder / Geschwister / Elternteil, zur Teilnahme an der Trauung | 1 Tag |
| c) | Geburt eines eigenen Kindes | 2 Tage |
| d) | Todesfall des Ehepartners, Lebenspartners, eines eigenen Kindes oder Elternteils oder einer nahe stehenden Person, deren Belange zu regeln sind | 3 Tage |
| e) | Todesfall von Grosseltern, Schwiegereltern, Schwager/Schwägerin, Schwiegersohn/-tochter, Geschwister | 1 Tag |
| f) | Wohnungswechsel bei eigenem Haushalt, sofern kein Stellenwechsel damit verbunden ist (1x pro Jahr) | 1 Tag |
| g) | Teilnahme an eidgenössischen Prüfungen | verschieden |
| h) | Erfüllung bürgerlicher Pflicht, falls sie nur während der | |

Arbeitszeit erledigt werden kann (Tätigkeit in Wahlausschüssen und Schwurgerichten, obligatorischer Feuerwehrdienst, militärische Inspektionen, Militärdienstaushebung, sanitärische Untersuchungen und jede andere obligatorische militärische Dienstleistung ohne Sold und ohne Erwerbsersatz)	die notwendige Zeit max. 1 Tag
i) Bei Krankheit eines eigenen Kindes, sofern der Mitarbeiter die Betreuungspflicht hat	die notwendige Zeit, um sich zu organisieren, max. 3 Tage

4.7 *Urlaub*

Ein längerer, ausserordentlicher Urlaub kann auf begründetes Gesuch hin von den Geschäftsleitern bewilligt werden. Diese entscheiden auch, ob eine Lohnzahlung stattfindet.

5. Lohn und Zulagen

5.1 *Lohnordnung*

Die Höhe des Lohnes richtet sich nach den Aufgaben und der Verantwortung, der beruflichen Ausbildung, den Fähigkeiten und Leistungen und dem Verhalten des einzelnen Mitarbeiters.

Die Mitarbeiter erhalten einen 13. Monatslohn, der in der Regel mit dem Novemberlohn ausbezahlt wird. Die Gruppenleitung LZ Medien Holding kann jedoch einen anderen Zahlungsmodus beschliessen.

Für jene Mitarbeiter, die im Verlaufe des Jahres ein- oder austreten, wird der 13. Monatslohn pro rata temporis ausbezahlt.

Eine allfällige Lohnanpassung erfolgt in der Regel auf Beginn eines Kalenderjahres.

Die Überweisung der Lohnzahlung erfolgt jeweils per 25. des Monats. Die entsprechende Lohnabrechnung wird monatlich zugestellt. Allfällige Unstimmigkeiten sind umgehend der Personalabteilung zu melden.

5.2 *Lohnabzüge*

Vom Bruttolohn werden die gesetzlich vorgeschriebenen und die in den unternehmensinternen Reglementen und Weisungen festgelegten Abzüge für die soziale Sicherheit (AHV, IV, EO, ALV, BVG, Quellensteuer etc.) vorgenommen. Änderungen bleiben ausdrücklich vorbehalten.

5.3 *Lohnvorschüsse*

Vorschüsse sind beim Geschäftsleiter der zuständigen Firma zu beantragen und werden nur in Ausnahmefällen gewährt:

- a) wenn eine Notlage besteht
- b) nach Massgabe der geleisteten Arbeit

5.4 **Lohnfortzahlung bei Tod**

Wenn ein Mitarbeiter stirbt, wird folgende Lohnfortzahlung (Lohn ohne Zulagen) gewährt:

- | | |
|---|--|
| a) Wenn der Mitarbeiter Ehegatten oder minderjährige Kinder hinterlässt und das Arbeitsverhältnis mehr als ein Jahr gedauert hat | Lohnfortzahlung
3 Monate
ab Todesdatum |
| b) Wenn der Mitarbeiter keinen Erben gemäss lit. a hinterlässt, jedoch für Personen gesorgt hat, denen gegenüber er eine Unterstützungspflicht erfüllt und das Arbeitsverhältnis mehr als ein Jahr gedauert hat | Lohnfortzahlung
2 Monate
ab Todesdatum |
| c) Bei unterjährigen Arbeitsverhältnissen in den Fällen von lit. a und b | Lohnfortzahlung
1 Monat
ab Todesdatum |

5.5 **Kinder- und Ausbildungszulagen**

Die Kinder- und Ausbildungszulagen werden gemäss dem Kanton des Arbeitsortes ausgerichtet. Im Ein- und Austrittsmonat wird die Kinderzulage pro rata berechnet. Zulagen werden nur aufgrund einer Verfügung der Ausgleichskasse ausgerichtet. Das Gesuchsformular kann bei der Personalabteilung bezogen werden.

6. **Versicherungen**

6.1 **Krankenversicherung**

Seit dem 1. Januar 1996 ist es obligatorisch, sich gegen Krankheit bei einer nach KVG anerkannten Krankenkasse zu versichern. Im Überobligatorium (Zusatzversicherungen) können von Kollektivvergünstigungen profitiert werden. Informationskarten sind bei der Personalabteilung erhältlich.

6.2 **Berufs- / Nichtberufsunfallversicherung SUVA**

Die Mitarbeiter sind von Gesetzes wegen bei der SUVA gegen die Folgen von Berufsunfällen obligatorisch versichert. Gegen Nichtberufsunfälle sind alle Mitarbeiter versichert, welche die Anzahl der Mindeststunden pro Woche gemäss UVG arbeiten.

Die Prämie für die Berufsunfallversicherung übernimmt die Firma; die Prämie für die Nichtberufsunfallversicherung geht zu Lasten des Mitarbeiters und wird direkt vom Lohn in Abzug gebracht.

Berufs- und Nichtberufsunfälle sind dem Vorgesetzten und der Personalabteilung unverzüglich zu melden.

Die Versicherungsleistungen (Nichtbetriebsunfallversicherung) endet mit dem 30. Tag nach dem Tag, an dem der Anspruch auf mindestens den halben Lohn aufhört. Durch besondere Abreden kann die Versicherung bis zu maximal 180 Tagen verlängert werden.

6.3 *Vorsorgeeinrichtung*

Es gilt das Reglement der Personalstiftung mit ihren Anschlussverträgen. Dieses Reglement wird dem Versicherten mit den Vertragsunterlagen ausgehändigt.

Der Beitritt ist für alle Mitarbeiter, welche die gesetzlichen Aufnahmekriterien erfüllen, obligatorisch.

7. Krankheit und Unfall

7.1 *Meldepflicht*

Der durch Krankheit oder Unfall am Arbeiten verhinderte Mitarbeiter hat unverzüglich den Vorgesetzten zu verständigen, bzw. durch eine Drittperson verständigen zu lassen, welcher anschliessend die Personalabteilung informiert. Dasselbe gilt für Krankheit oder Unfall während den Ferien.

7.2 *Arztzeugnis*

Bei Abwesenheiten infolge Krankheit von mehr als 3 Tagen ist der Personalabteilung unaufgefordert innert 7 Tagen ein Arztzeugnis zuzustellen. Die Firma behält sich das Recht vor, bereits ab dem 1. Tag ein Arztzeugnis zu verlangen. Bei längeren Krankheitsabwesenheiten ist der Personalabteilung unaufgefordert monatlich ein Arztzeugnis zuzustellen.

Bei Unfall ist eine Unfallmeldung zuhanden der Unfallversicherung erforderlich. Der Mitarbeiter erstattet der Personalabteilung so rasch wie möglich die dazu notwendigen Angaben und sucht spätestens nach dem 3. Kalendertag (einschliesslich Unfalltag) einen Arzt auf.

Die Firma hat zudem das Recht, die Begutachtung der Arbeitsunfähigkeit durch einen von ihr bezeichneten Vertrauensarzt zu veranlassen.

Sofern der Mitarbeiter das Arztzeugnis und / oder die notwendigen Angaben nicht, nicht rechtzeitig oder missbräuchlich einreicht bzw. verwendet, hat er mit der Nichtentrichtung oder Einstellung der Lohnfortzahlung, der Nichtgewährung des Nachbezuges der angeblich krank oder unfallbedingt verbrachten Ferientage etc. zu rechnen.

7.3 *Lohnfortzahlung bei Krankheit und Unfall*

Leistungen aus Sozialversicherungen (BVG, IV usw.) im Zeitraum seiner Arbeitsunfähigkeit gemäss Ziffern 7.3.1 und 7.3.2 muss sich der Mitarbeiter auf die Lohnfortzahlungspflicht der Firma anrechnen lassen.

Allfällige Versicherungsleistungen im Zeitraum der Arbeitsunfähigkeit des Mitarbeiters gemäss Ziffern 7.3.1 und 7.3.2 fallen an die Firma. Der Anspruch auf Lohnfortzahlung (und in der Regel auch die Versicherungsleistungen) endet in jedem Fall bei Austritt aus der Firma sowie bei Weiterbeschäftigung im Rentenalter.

7.3.1 *Lohnfortzahlung bei Krankheit*

Bei Arbeitsunfähigkeit infolge ärztlich ausgewiesener, unverschuldeter Krankheit hat der Mitarbeiter ab dem ersten Krankheitstag Anspruch auf Lohnfortzahlung von 100% des Nettolohnes während längstens 730 im Verlauf von 900 aufeinander folgenden Tagen.

7.3.2 Lohnfortzahlung bei Unfall

Der Mitarbeiter hat ab dem ersten Unfalltag Anspruch auf 100% des vollen Nettolohnes. Vorbehalten bleibt nachfolgender Absatz. Die Leistungen werden gleich lang erbracht wie diejenigen der Unfallversicherung.

Bei Leistungskürzungen sowie beim Spitalabzug durch die Unfallversicherung hat der Mitarbeiter nur Anspruch auf die gekürzte / reduzierte Leistung.

7.4 Schwangerschaft und Niederkunft

Bei ärztlich ausgewiesener Abwesenheit infolge Schwangerschaft gelten für die Lohnfortzahlung die Bestimmungen wie bei Krankheit (siehe Ziffern 7.3 und 7.3.1).

Die Firma gewährt einen bezahlten Mutterschaftsurlaub ab Niederkunft während 16 Wochen von 100% des Nettolohnes. Voraussetzung dieses bezahlten Mutterschaftsurlaubes ist, dass die Mitarbeiterin sämtliche Voraussetzungen für die gesetzliche Mutterschaftsentschädigung erfüllt. Die Lohnfortzahlung versteht sich als Zeitminima und entfällt, sobald die gesetzliche Mutterschaftsentschädigung ihre Taggelderleistungen einstellt. War die Mitarbeiterin weniger als 270 Tage vor Geburt bei der Firma angestellt, so hat sie gegenüber der Firma nur Anspruch auf einen bezahlten Mutterschaftsurlaub von 4 Wochen. Entschädigungen aus dem Erwerbsersatzgesetz (EOG) in diesem Zeitraum fallen an die Firma.

8. Militärdienst / Zivilschutz

8.1 Meldepflicht

Die Dienstzeit ist, sobald bekannt, dem Vorgesetzten zu melden. Nach der Militärdienstleistung und Zivilschutz sind die von der militärischen Einheit ausgestellten Soldmeldekarten vollständig auszufüllen und unterschrieben der Personalabteilung zuzustellen. Werden die Soldmeldekarten trotz Mahnung nicht abgegeben, so kann die Firma den Lohn kürzen. Verlorene Meldekarten sind durch den Mitarbeiter bei der Ausgleichskasse wieder zu beschaffen.

8.2 Lohnfortzahlung bei Militärdienst, Zivilschutz

Den Mitarbeitern wird der Lohn bei obligatorischem schweizerischem Militär- und Zivilschutzdienst gemäss Erwerbsersatzordnung ausgerichtet. Während Wiederholungs- und Ergänzungskursen gilt eine 100% Lohnfortzahlung.

Die dem Mitarbeiter gemäss Erwerbsersatzordnung zustehenden Beiträge werden mit den Leistungen der Firma verrechnet. Unterstützungszulagen werden nur verrechnet, wenn diese zusammen mit den Leistungen ein Ersatzeinkommen von über 100% des Nettolohnes ergeben.

Die Entschädigung bei Aktivdienst wird durch besonderen Beschluss der Firma festgesetzt.

8.3 Freiwillige Kurse Jugend + Sport

Für die Teilnahme an J+S-Leiterkursen von bis zu 5 Arbeitstagen pro Jahr wird Urlaub

gewährt, über eine Lohnzahlung entscheidet der Bereichsleiter. Nicht bezogene Urlaubstage verfallen pro Kalenderjahr.

9. Diverse Bestimmungen

9.1 *Nebenbeschäftigung / Erwerb*

Eine in die ordentliche Arbeitszeit fallende ausserberufliche Tätigkeit bedarf der vorgängigen Zustimmung durch die Firma. Diese kann nur erfolgen, wenn der ordentliche Arbeitsablauf am Arbeitsplatz dadurch nicht spürbar beeinträchtigt wird.

9.2 *Datenschutz*

Das Speichern von personenbezogenen Daten wird auf das betriebliche Notwendige beschränkt. Das Bundesgesetz über den Datenschutz und die dazugehörige Verordnung regeln den Personaldatenschutz.

10. Inkraftsetzung

Die Arbeitsvertraglichen Bestimmungen wurden von der Unternehmungsleitung genehmigt und treten am 1.1.2006 in Kraft. Sie ersetzen alle diesbezüglichen Reglemente.

Verteiler: Inhaber DOK-Ordner Personelles LZ Gruppe
alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.

Arbeitszeitreglement LZ Gruppe

Arbeitszeitreglement

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
1.1. Geltungsbereich	3
1.2. Grundsätze zur Arbeitszeitgestaltung	3
2. Rahmenbedingungen	3
2.1. Soll-Arbeitszeit	3
2.2. Gleitzeit	4
2.3. Überzeit	4
2.4. Betriebszeiten	4
2.4.1. Ordentliche Betriebszeiten, Blockzeiten, Ansprechzeiten	4
2.4.2. Ausserordentliche Betriebszeiten	4
2.4.3. Betriebszeiten vor Feiertagen	4
2.5. Pausen	5
2.6. Absenzen	5
2.7. Geschäftsreisen	5
2.8. Teilzeitarbeit	5
3. Arbeitszeitmodelle	5
3.1. Gleitzeitarbeit (Bürobetrieb)	6
3.1.1. Arbeitszeiterfassung	6
3.1.2. Kompensation	6
3.1.3. Jährlicher Ausgleich der Zeitsaldi	6
3.1.5. Austritt	6
3.2. Redaktionelles Arbeitszeitmodell (Redaktion)	6
3.3. Schichtarbeit (Vorstufe, Druck, Weiterverarbeitung)	6
3.4. Arbeitszeitmodell Kader	6
4. Entschädigung für spezielle Arbeitsformen	7
4.1. Ordentliche Schichtarbeit (Anhang zum Arbeitszeitreglement)	7
4.2. Nachtarbeit	7
4.3. Pikett	7
5. Zeit- und Leistungserfassung	7
6. Schlussbestimmungen	8
Anhang	
- Schichtmodell Multicolor Print AG	9
- Schichtmodell Calendaria AG	10
- Präsenzzeiten und Ergänzungen zur Zeiterfassung bei Schichtmodell Calendaria AG	11
- Schichtmodell Neue Luzerner Zeitung AG, Bereich P&T	12

1. Einleitung

1.1. Geltungsbereich

Das Arbeitszeitreglement gilt für alle Tochtergesellschaften der LZ Gruppe (nachfolgend „Die Firma“ genannt). Es gilt nicht für die Mitglieder der Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften sowie für die Mitglieder der Unternehmensleitung.

1.2. Grundsätze zur Arbeitszeitgestaltung

Die Firma bietet den Mitarbeitenden die Möglichkeit, soweit der Betriebsbereich dies zulässt, ihre Arbeitszeit flexibel und bedürfnisgerecht zu gestalten. Die Arbeitszeitgestaltung richtet sich dabei nach folgenden Grundsätzen:

- Kundenanforderungen und Kundenbedürfnisse haben höchste Priorität.
- Im Vordergrund steht das Arbeitsergebnis und nicht die Arbeitszeit.
- Die Arbeitszeiten sollen im Hinblick auf die Abdeckung von Kundenbedürfnissen flexibel gestaltbar sein.
- Die Bedürfnisse der Mitarbeitenden nach individueller Arbeitszeit- und Freizeitgestaltung sollen so wenig wie möglich eingeschränkt werden.

Unter Beachtung der in diesem Reglement formulierten Bestimmungen haben die Mitarbeitenden die Möglichkeit nach Absprache mit dem Vorgesetzten,

- den Beginn der Arbeitszeit
- den Zeitpunkt und die Dauer der Mittagspause
- das Ende der Arbeitszeit

selbst zu wählen. Dies setzt ein hohes Verantwortungsbewusstsein jedes/jeder Einzelnen voraus und ist nur auf einer gegenseitigen Vertrauensbasis möglich.

2. Rahmenbedingungen

2.1. Soll-Arbeitszeit

Die Arbeitszeit für Vollzeitbeschäftigte beträgt 40 Stunden pro Woche, die persönliche Soll-Arbeitszeit basiert auf dem vertraglich vereinbarten Beschäftigungsgrad. Die effektive Arbeitszeit richtet sich nach den Anforderungen der Kunden und des Geschäftsverlaufs.

Für die Berechnung redaktioneller Leistungen bei Teilzeitarbeit wird als Basis von einer 44-Stunden-Woche ausgegangen.

Für die Berechnung von Stundenlohnansätzen wird das Monatsgehalt durch 173,89 geteilt.

Beim Kader sowie bei den Redaktionsmitarbeitenden richtet sich die Arbeitszeit nach den Erfordernissen des Betriebs. Im Bedarfsfall wird eine entsprechende Mehrarbeit vorausgesetzt. Diese gilt mit dem vereinbarten Lohn als abgegolten.

2.2. Gleitzeit

Wöchentliche Arbeitszeiten zwischen 0 und 45 Stunden liegen im Bereich der Gleitzeit. Je nach Arbeitszeitmodell (Punkt 3) werden die in diesem Bereich geleisteten Arbeitszeiten unterschiedlich angerechnet.

2.3. Überzeit

Als Überzeit gilt Arbeitszeit, die die Höchstarbeitszeit von 45 Stunden pro Woche übersteigt. Die Überzeitarbeit ist auf maximal 170 Stunden pro Kalenderjahr beschränkt. Überzeitarbeit muss von der vorgesetzten Stelle angeordnet oder nachträglich als solche genehmigt werden.

Gleit- und Überzeit sind im Verhältnis 1:1 innerhalb von 12 Monaten mit Freizeit auszugleichen. Die Kompensation hat hauptsächlich während der flauen Zeit zu erfolgen. Der/die Vorgesetzte hat das Recht, in arbeitsarmen Perioden kurzfristig die Kompensation anzuordnen. Ist eine Kompensation aus Gründen seitens der Firma nicht möglich, werden die Gleitzeitsaldi sowie – im gesetzlichen Rahmen – die Überzeitsaldi ohne Zuschlag entschädigt.

2.4. Betriebszeiten

2.4.1. Ordentliche Betriebszeiten, Blockzeiten, Ansprechzeiten

Die ordentliche Betriebszeit ist von Montag bis Freitag von 7.00 bis 20.00 Uhr. Innerhalb dieser Zeit kann die Arbeitszeit eigenverantwortlich und in Abstimmung mit der vorgesetzten Stelle und dem Team individuell festgelegt werden. Die jeweiligen Bereichs- oder Geschäftsleitungen können je nach betrieblichen Anforderungen eine Blockzeit festlegen.

Es können zudem für Organisationseinheiten oder einzelne Funktionen feste Arbeitszeiten festgelegt werden, während deren Teams oder bestimmte Mitarbeitende erreichbar sein bzw. arbeiten müssen. Die Festlegung der Ansprechzeiten richtet sich nach den Kundenanforderungen und den betrieblichen Gegebenheiten.

2.4.2. Ausserordentliche Betriebszeiten

Zur Abdeckung von Kunden- oder Betriebsanforderungen können abweichende Betriebszeiten festgelegt werden. Insbesondere kann die Lage der Betriebszeit innerhalb des Tages verändert sowie der Samstag als Verlängerung der Betriebszeit definiert werden.

Sonntagsarbeit bedarf grundsätzlich behördlicher Bewilligung. Wenn Sonntagsarbeit aus technischer oder wirtschaftlicher Sicht unumgänglich ist, wird eine entsprechende Bewilligung in Absprache mit der Personalabteilung eingeholt werden.

2.4.3. Betriebszeiten vor Feiertagen

Vor Feiertagen, die im DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.2 (Feiertagsregelung) mit • gekennzeichnet sind, endet die offizielle Arbeitszeit spätestens um 17.00 Uhr.

Die infolge des frühen Arbeitsschlusses ausfallende Arbeitszeit wird kompensiert.

DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.

Für alle übrigen Feiertage gelten am Vortag die normalen Arbeitszeiten. Ausnahme: Am Vorweihnachtstag-Nachmittag (24. Dezember) und an Silvester (31. Dezember) sind 6 Arbeitsstunden zu leisten. Die offizielle Arbeitszeit endet an diesen Tagen spätestens um 15.00 Uhr.

Für die infolge des früheren Arbeitsschlusses ausfallende Arbeitszeit erfolgt kein Lohnabzug.

2.5. Pausen

Der Zeitpunkt und die Dauer der Mittagspause können individuell gewählt werden (ausser bei Schichtarbeit und fixer Arbeitszeit). Die minimale Dauer der Mittagspause beträgt 30 Minuten. Pausen am Vormittag oder am Nachmittag gelten nicht als Arbeitszeit.

2.6. Absenzen

Absehbare Absenzen sollen vor ihrem Eintreffen dem/der Vorgesetzten angezeigt werden, die nicht voraussehbaren sofort nach ihrem Eintreffen.

Kurzabsenzen zur Erledigung privater Angelegenheiten, Arzt-, Zahnarzt- und Therapiebesuche sind so weit möglich in die Freizeit zu verlegen. Sie gelten nicht als Arbeitszeit. Bei teilweiser Arbeitsunfähigkeit (gemäss Arztzeugnis) müssen die Therapie- und Arztbesuche in die Freizeit gelegt werden.

Bezahlte Absenzen gemäss arbeitsvertraglichen Bestimmungen – DOK Personelles – werden mit der persönlichen Tagessollzeit dem Zeitsaldo angerechnet.

2.7. Geschäftsreisen

Reisezeiten im Inland gelten als Arbeitszeit. Bei Reisen vom Wohnort des/der Mitarbeitenden an den Einsatzort (bzw. von dort zurück an den Wohnort) gilt nur der den üblichen Arbeitsweg überschreitende Teil der Reisezeit als Arbeitszeit.

Die Anrechnung der Arbeitszeit bei Geschäftsreisen ins Ausland erfolgt nach Absprache zwischen Mitarbeitenden und ihren Vorgesetzten.

2.8. Teilzeitarbeit

Wenn vertraglich eine individuelle Arbeitszeit von weniger als 40 Stunden vereinbart wird, liegt Teilzeitarbeit vor. Für Mitarbeitende in Teilzeit gelten die Bestimmungen der Arbeitszeit sinngemäss. Eine Entschädigung für Überzeitzuschläge bei Schichtarbeitszeitmodellen ist erst ab der 41. Stunde geschuldet.

3. Arbeitszeitmodelle

Die LZ Gruppe kennt verschiedene Arbeitszeitmodelle:

- Gleitzeitarbeitszeit (Bürobetrieb)
- Redaktionelles Arbeitszeitmodell (Redaktion)
- Schichtarbeit (Vorstufe, Druck, Weiterverarbeitung)
- Kader

DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.

3.1. Gleitzeitarbeit (Bürobetrieb)

3.1.1. Arbeitszeiterfassung

Mitarbeitende mit Gleitzeitarbeit sind zu einer vollständigen Erfassung der An- und Abwesenheitszeiten verpflichtet. Richtlinien zur individuellen Zeit- und Leistungserfassung werden in separaten Anleitungen oder Weisungen bekannt gegeben.

3.1.2. Kompensation

Kompensationstage können nur bezogen werden, wenn sichergestellt ist, dass die Ferientage des laufenden Kalenderjahrs bezogen werden können.

Für jede Kompensation ist die Bewilligung des/der Vorgesetzten einzuholen. Der/die Vorgesetzte kann eine Kompensation von Zeitguthaben anordnen.

3.1.3. Jährlicher Ausgleich der Zeitsaldi

Per Ende Jahr muss das kumulierte Guthaben der beiden Zeitkonten zwischen -20 und +40 Stunden liegen. Die Firma, bzw. der/die Vorgesetzte, hat jederzeit das Recht, den Abbau des Gleitzeitguthabens auch über eine längere Kompensationszeit oder über eine Reduktion der täglichen individuellen Arbeitszeit anzuordnen.

3.1.4. Austritt

Bei Auflösung des Arbeitsvertrages ist der/die Vorgesetzte zusammen mit dem/der Mitarbeitenden für den Ausgleich der Zeitkonten verantwortlich. Falls dies über Kompensation nicht möglich ist, wird das verbleibende Guthaben ausbezahlt; ein negativer Gleitzeit-Saldo führt zu einem entsprechenden Lohnabzug. In besonderen betrieblichen Situationen kann die Auszahlung von Zeitguthaben durch die Bereichs- oder Geschäftsleitung angeordnet werden, um eine Kompensation zu verhindern.

3.2. Redaktionelles Arbeitszeitmodell (Redaktion)

Die Arbeitszeiten für das Redaktionspersonal sind im Redaktionshandbuch separat geregelt.

3.3. Schichtarbeit (Vorstufe, Druck, Weiterverarbeitung)

Siehe Punkt 4 Entschädigung für spezielle Arbeitsformen und Anhang.

3.4. Arbeitszeitmodell Kader

Das Arbeitszeitmodell Kader ist für die Führungskräfte im Kaderstatus ausserhalb der Geschäftsleitung vorgesehen. Es basiert auf dem Arbeitszeitmodell Vertrauensarbeitszeit, und es werden nur Absenzen (Ferien, Krankheit, Weiterbildung etc.) rapportiert. In diesem Arbeitszeitmodell stehen die Eigenverantwortung der Mitarbeitenden und die Ausrichtung der Arbeitszeit an der betrieblichen Notwendigkeit im Mittelpunkt.

4. Entschädigung für spezielle Arbeitsformen

4.1. Ordentliche Schichtarbeit (Anhang zum Arbeitszeitreglement)

Zur Sicherstellung eines lückenlosen und kundenspezifischen Betriebes kann in einzelnen Organisationseinheiten in Schichten gearbeitet werden. Darunter versteht man ein Arbeitszeitsystem, bei dem mehrere Mitarbeitende nach festgelegten Zeitplänen gestaffelt zum Einsatz kommen. Während Arbeitseinsätzen, die durch einen Schichtplan vorgegeben werden, kann der/die Mitarbeitende die Arbeitszeit nicht flexibel wählen.

Für ordentliche Schichtarbeit bestehen erweiterte gesetzliche Bestimmungen und eine Bewilligungspflicht; diese sind in jedem Fall einzuhalten. Schichtarbeit wird gemäss den Schichtmodellen im Anhang entschädigt.

4.2. Nachtarbeit

Der Nachtzeitraum der Firma ist wie folgt geregelt: von 23.00 bis 06.00 Uhr. Die restliche Arbeitszeit gilt als Tages- bzw. Abendarbeitszeit. Wir verweisen auf die Reglementierung gemäss Schichtmodellen im Anhang sowie auf die gesetzliche Grundlage gemäss Arbeitsgesetz. Ohne ausdrückliche Anordnung durch den/die Vorgesetzte/n darf in der Nacht nicht gearbeitet werden (Schichtarbeit und Redaktion ausgenommen).

4.3. Pikett

Der Pikettdienst ist im DOK LZ Management AG 3.4. geregelt.

5. Zeit- und Leistungserfassung

Zum Zweck der Arbeitszeit- und Leistungserfassung stellt die Firma den Mitarbeitenden geeignete Hilfsmittel (Formulare, Software) zur Verfügung. Arbeitszeiten sind ausschliesslich mit diesen Hilfsmitteln zu erfassen bzw. zu melden.

Die Mitarbeitenden sind verpflichtet, ihre Erfassungs- und Meldepflichten gemäss Weisung monatlich zu erfüllen. Sämtliche Zeit- und Leistungserfassungen sind vom Mitarbeitenden persönlich vorzunehmen. Missbräuchliche eigene Zeit- und Leistungserfassung sowie diejenige in Stellvertretung anderer Mitarbeitender ist untersagt und kann Grund für eine fristlose Entlassung sein. Ausgenommen davon ist die Erfassung von Abwesenheiten durch Vorgesetzte für eigene Mitarbeitende. Weiterführende Anweisungen bezüglich Zeit- und Leistungserfassung sind unbedingt zu befolgen.

DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.

6. Schlussbestimmungen

Dieses Arbeitszeitreglement ist an der Unternehmensleitungssitzung vom 22. August 2007 genehmigt worden und tritt per 1. Januar 2008 in Kraft. Es ersetzt sämtliche vorhergehenden Regelungen. Die Unternehmensleitung behält sich vor, dieses Reglement jederzeit neuen Verhältnissen anzupassen.

LZ Medien Holding AG

Erwin Bachmann
Delegierter des Verwaltungsrates

Schichtmodell Multicolor Print AG

Montag bis Freitag

Schichtarbeit	06.00 Uhr bis 23.00 Uhr 23.00 Uhr bis 06.00 Uhr	keine Zuschläge / normale Arbeitszeit Arbeitszeit plus 100% Zuschlag (= total 200%)
---------------	--	--

Überstunden / Überzeit	06.00 Uhr bis 23.00 Uhr 23.00 Uhr bis 06.00 Uhr	Arbeitszeit plus 25% Zuschlag (= total 125%) Arbeitszeit plus 125% Zuschlag (= total 225%)
------------------------	--	---

Samstag / Vorfeiertag

Normalzeit	06.00 Uhr bis 17.00 Uhr	Arbeitszeit ohne Zuschlag
Überstunden / Überzeit	06.00 Uhr bis 17.00 Uhr	plus 25% Zuschlag (= total 125%)

	17.00 Uhr bis 23.00 Uhr	Arbeitszeit plus 50% Zuschlag (= total 150%)
--	-------------------------	--

Sonntag

Normalzeit	00.00 Uhr bis 23.00 Uhr	Arbeitszeit plus 100% Zuschlag (= total 200%)
Überstunden / Überzeit	00.00 Uhr bis 23.00 Uhr	plus 25% Zuschlag (= total 225%)

Feiertag

Normalzeit	00.00 Uhr bis 23.00 Uhr	Arbeitszeit plus 100% Zuschlag (= total 200%)
Überstunden / Überzeit	00.00 Uhr bis 23.00 Uhr	plus 25% Zuschlag (= max. 225%)

Als Feiertage gelten jene Tage, welche im DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.2 mit

- gekennzeichnet sind.

Hinweis:

Für alle Mitarbeitenden wird ein Zeitkonto geführt, in welches die geleisteten Arbeitsstunden sowie die Zuschläge entsprechend eingebucht werden. Das Kompensationsguthaben wird quartalsweise, d.h. per 31.3./30.6./30.9./31.12., kontrolliert. Nach Absprache zwischen Abteilungsleiter/in und Mitarbeiter/in können auf Wunsch Überstunden über 80 Std. ausbezahlt werden. Die Auszahlung der Überstunden wird durch den/die Abteilungsleiter/in schriftlich zuhanden der Personalabteilung gemeldet und erfolgt mit der Lohnauszahlung im Folgemonat.

Zuschlag für Überstunden / Überzeit:

Dieser gilt dann, wenn vor oder nach der ordentlichen Schichtarbeit auf Anordnung des/der Vorgesetzten Überstunden geleistet werden (Wochenarbeitszeit höher als die vereinbarte Zeit von 40 Stunden).

Schichtmodell Calendaria AG

Montag bis Freitag	06.00 Uhr bis 23.00 Uhr 23.00 Uhr bis 06.00 Uhr	keine Zuschläge / normale Arbeitszeit Arbeitszeit plus 50% Lohnzuschlag
Samstag / Vorfeiertag	06.00 Uhr bis 17.00 Uhr 17.00 Uhr bis 24.00 Uhr	keine Zuschläge / normale Arbeitszeit Arbeitszeit plus 50% Zeitzuschlag (= total 150%)
Feiertag	00.00 Uhr bis 24.00 Uhr	Arbeitszeit plus 75% Zeitzuschlag (= total 175%)
		Als Feiertage gelten jene Tage, welche im DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.2 mit • gekennzeichnet sind.
Sonntag	00.00 Uhr bis 24.00 Uhr	Arbeitszeit plus 75% Zeitzuschlag (= total 175%)

Überstunden / Überzeit

Ab der 46. Stunde

25% Zeitzuschlag

(Nach Anordnung des/der Vorgesetzten, Abrechnungsperiode ist eine Woche Sonntag bis Samstag.)

Bei regelmässiger Nachtschicht (über 25 Nächte im Jahr) wird zusätzlich zu den 50% Lohnzuschlag ein 10%iger Zeitzuschlag gutgeschrieben.

Hinweis

Für alle Mitarbeitenden wird ein Zeitkonto geführt, in welches die geleisteten Arbeitsstunden sowie die Zuschläge entsprechend eingebucht werden. Die aufgelaufenen Überstunden sind in flauen Zeiten zu kompensieren.

Präsenzzeiten Calendaria AG

Gemäss neuem Arbeitszeitreglement sind bei der Calendaria AG folgende **Präsenzzeiten** (Schichtbetrieb ausgenommen) für **alle Mitarbeitenden obligatorisch**:

Arbeitsbeginn frühestens ab: 06.00 Uhr
Blockzeit Morgen: 08.00 Uhr – 11.30 Uhr
Mittagspausen zwischen: 11.30 Uhr – 13.30 Uhr (mindestens ½ Stunde)
Blockzeit Nachmittag: 13.30 Uhr – 16.00 Uhr (freitags 15.00 Uhr)

Sind die vorgeschriebenen Blockzeiten aus persönlichen Gründen nicht einzuhalten, muss der/die direkte Vorgesetzte in jedem Fall informiert sein.

Der Verkauf-Innendienst ist verantwortlich dafür, dass die eingehenden Telefonate von Montag bis Freitag immer bis 17.00 Uhr entgegengenommen werden.

Ergänzung zur Zeiterfassung bei Schichtarbeit Calendaria AG

Wenn in den Abteilungen verkürzte Schichten anfallen, gelten **ab sofort für sämtliche Wochentage** die folgenden Pausenregelungen:

Schichtarbeitszeiten	Pausenregelung
5,5 Std. oder weniger	keine bezahlte Pause
5,5 Std. bis 7 Std.	bezahlte Pause von 15 Minuten
7 Std. bis 9 Std.	bezahlte Pause von 30 Minuten
ab 9 Std.	bezahlte Pause von 60 Minuten

Schichtmodell Neue Luzerner Zeitung AG, Bereich P&T

Montag bis Freitag

Schichtarbeit	07.00 Uhr bis 23.00 Uhr	keine Zuschläge / normale Arbeitszeit
	23.00 Uhr bis 07.00 Uhr	Arbeitszeit plus 100% Lohnzuschlag (= total 200%)
Überstunden / Überzeit	07.00 Uhr bis 23.00 Uhr	Arbeitszeit plus 25% Zeitzuschlag (= total 125%)
	23.00 Uhr bis 07.00 Uhr	Arbeitszeit plus 25% Zeitzuschlag (= total 125%) plus 100% Lohnzuschlag Nacht

Samstag / Vorfeiertag

keine reguläre Arbeitszeit

Sonntag

Schichtarbeit	07.00 Uhr bis 24.00 Uhr	Arbeitszeit plus 100% Lohnzuschlag
Überstunden / Überzeit	00.00 Uhr bis 24.00 Uhr	Arbeitszeit plus 125% Zeitzuschlag (= total 225%)

Feiertag

Überstunden / Überzeit	00.00 Uhr bis 24.00 Uhr	Arbeitszeit plus 100% Zeitzuschlag (= total 200%)
------------------------	-------------------------	--

Als Feiertage gelten jene Tage, welche im DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.2 mit

- gekennzeichnet sind.

Hinweis:

Die Zuschläge werden jeweils mit der nächstfolgenden Lohnzahlung ausbezahlt.

Zuschlag für Überstunden / Überzeit:

Dieser gilt dann, wenn vor oder nach der ordentlichen Schichtarbeit auf Anordnung des/der Vorgesetzten Überstunden geleistet werden (Wochenarbeitszeit höher als die vereinbarte Zeit von 40 Stunden).

Arbeitszeitregelung TV-schaffende Neue Luzerner Zeitung AG

Technik / Marketing / Verkauf / Sekretariat

Montag bis Samstag

Tagesarbeit	06.00 Uhr bis 23.00 Uhr	keine Zuschläge / normale Arbeitszeit
Nachtarbeit	23.00 Uhr bis 06.00 Uhr	Arbeitszeit plus 100% Zeitzuschlag
Überstunden / Überzeit	06.00 Uhr bis 23.00 Uhr	Arbeitszeit wird 1:1 ins Kompensationsguthaben übertragen

Sonntag / Feiertag

Tag- und Nachtarbeit	00.00 Uhr bis 24.00 Uhr	Arbeitszeit plus 100% Zeitzuschlag
----------------------	-------------------------	------------------------------------

Redaktion

Montag bis Samstag

Tagesarbeit	06.00 Uhr bis 23.00 Uhr	keine Zuschläge / normale Arbeitszeit
Nachtarbeit	23.00 Uhr bis 06.00 Uhr	Arbeitszeit plus 100% Zeitzuschlag

Sonntag / Feiertag

Kompensationsansprüche aus Wochenend- und Feiertagsdiensten werden wie folgt abgegolten:

– Ein Wochenend- oder Feiertagsdienst auf der Redaktion (mehr als 5 Std.)	2 Punkte
– Reduzierter Wochenend- oder Feiertagsdienst auf der Redaktion (3 bis 5 Std.)	1 Punkt
– Reportereinsatz Sa und/oder So bis zu 3 Stunden	0 Punkte
– Reportereinsatz Sa und/oder So 3 bis 5 Stunden	1 Punkt
– Reportereinsatz Sa und/oder So über 5 Stunden	2 Punkte
– Reportereinsatz Sa und So über 6 Stunden	3 Punkte

Das Jahrestotal der Punkte wird mit folgenden Ferienansprüchen abgegolten:

Weniger als 10 Punkte =	kein Ferienanspruch
10 bis 15 Punkte =	1 Ferientag
16 bis 21 Punkte =	2 Ferientage
22 bis 27 Punkte =	3 Ferientage
28 bis 33 Punkte =	4 Ferientage
34 bis 39 Punkte =	5 Ferientage
40 und mehr Punkte =	6 Ferientage

DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.

Zusätzlich werden die redaktionellen Wochenenddienste mit Kompensations-Tagen (K-Tag) abgegolten. Ein 2-Punkte-Wochenende berechtigt zum Einzug eines ganzen K-Tages, ein 1-Punkte-Wochenende zu einem halben K-Tag.

Als Feiertage gelten jene Tage, welche im DOK Personelles LZ Gruppe 7.1.2 mit • gekennzeichnet sind.

Pikettdienst

Pikettdienst ohne Einsatz berechtigt zu

halber K-Tag

Pikettdienst mit Einsatz

weniger als 5 Std. ½ K-Tag

mehr als 5 Std. 1 K-Tag

Die Ferienansprüche aufgrund des Jahres-Punktetotals müssen von jedem Mitarbeiter Ende Jahr schriftlich geltend gemacht werden. Mit einer Kopie des visierten Monats-Kontrollblattes erfolgt die Mitteilung an den Chefredaktor.

Leitbild



Die Zentralschweiz stellt mit ihren sechs Kantonen nicht nur geografisch ein weitläufiges, sondern auch politisch, wirtschaftlich, kulturell und gesellschaftlich ein facettenreiches, unverwechselbares Gebilde dar. Das Konzessionsgebiet zwischen Gotthard-Hospiz im Süden, Reiden im Norden, Freienbach im Osten und Escholzmatt im Westen (zuzüglich Freiamt und Bezirk Zofingen) umfasst nicht nur Ballungszentren, sondern auch zahlreiche ländliche Zonen und Berggebiete. Urschweizerische Traditionen sind hier genauso verankert wie urbanes Denken und Handeln.

Unsere Bevölkerung ist lokal verankert, aber gleichzeitig interessiert an den grossen Zusammenhängen unserer globalisierten Gegenwart. Wir sehen es als wichtige Aufgabe, den Menschen in diesem Lebensraum eine Stimme zu geben und gemeinsame Erfahrungen und Werte zu pflegen. Mit unserem publizistischen Angebot soll das gegenseitige Verständnis gestärkt werden. Wir reflektieren die regionale Wirklichkeit und fördern das bessere Verständnis für die Unterschiedlichkeiten im Sendegebiet. Auch stellen wir uns in den Dienst einer toleranten und integrativen Gesellschaft.

Mit unserem Programm wollen wir umfassend, sachgerecht und unvoreingenommen über die wichtigen politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Ereignisse und Entwicklungen in der Zentralschweiz berichten. Mit profilierten journalistischen Eigenleistungen soll unserem Publikum Meinungsbildung erleichtert werden. Dies gilt neben der Informationssendung auch für die anderen eigenproduzierten Sendungen: das kritische Tagesinterview, den kontroversen Wochentalk, die Magazine zu Themen aus den Bereichen Kultur, Musik, Sport, Film sowie unsere Sendung Campus-TV. Wir wollen das Bedürfnis nach kurzer und schneller Information genauso abdecken wie das Bedürfnis nach Hintergrundwissen und nach Erklärung komplexer Zusammenhänge. Und mit unserem publizistischen Angebot im Bereich Kultur wollen wir auch selber Teil des kreativen und kulturellen Schaffens in der Region sein. Wir bilden es nicht nur ab, sondern fördern es gezielt, um die regionale Identifikation und den Zusammenhalt zu stärken.

Wir stehen im Dienst der Öffentlichkeit. Publikumsnähe ist deshalb für uns ein zentraler Wert. Wir sind offen für die Themen, welche die Öffentlichkeit beschäftigen, und respektieren die Anliegen unseres Publikums. Wir fördern die Nähe zum Publikum und wollen Fernsehen erlebbar machen. Publikumsnähe fördern wir zudem mit Unterstützung des Internets. Wir stellen unsere aktuellen Sendungen als Livestreams zur Verfügung. Verfügbar sind zudem alle Sendungen aus dem Archiv.

Unser wichtigstes Gut ist die journalistische Unabhängigkeit. Unsere Mitarbeitenden sind integer, unvoreingenommen und handeln im Interesse der Öffentlichkeit. Fairness prägt nicht nur unser publizistisches Schaffen, sondern unser gesamtes unternehmerisches Handeln. Unabhängigkeit und Fairness sind die wichtigsten Voraussetzungen für unsere Glaubwürdigkeit. Leitbild, Redaktionsstatut und -handbuch sind für alle Programmschaffenden die verbindlichen Grundlagen der täglichen Arbeit.

Das Publikum will ein eigenständiges, originelles Programmangebot. Obwohl unsere finanziellen Mittel beschränkt sind, versuchen wir organisatorische und kulturelle Voraussetzungen zu schaffen, die kreative neue Ideen fördern. Innovation darf nicht ausser Acht gelassen werden. Unsere Mitarbeitenden, Partner und Kunden verlangen von uns Verlässlichkeit. Eine klare interne und externe Kommunikation ist dabei unverzichtbar.

Wir kommunizieren offen alle Unternehmens- und Programmentscheide, die für das Publikum und die Mitarbeitenden relevant sind. Für die unternehmensinterne und -externe Kommunikation nutzen wir alle wichtigen Plattformen. Gegenüber der Öffentlichkeit schaffen wir Transparenz über die Erfüllung unseres Leistungsauftrags. Nicht umsonst sind unser Leitbild und unsere publizistischen Grundsätze (Redaktionsstatut/ -handbuch) öffentlich.

Unser Publikum darf von uns nicht nur ein gutes publizistisches Angebot, sondern auch die bestmögliche Ton- und Bildqualität erwarten. Wir investieren in eine moderne, HDTV-taugliche, aber dennoch schlanke und kostenoptimierte Technik. Unser Angebot soll mittelfristig auf allen elektronischen Plattformen verfügbar sein. Die neuen Plattformen verändern die Kommunikation zwischen Publikum und Sender. Das Spektrum reicht von einfacheren Feedbackmöglichkeiten über Mitspielen und Miträtseln bis hin zum Mitgestalten. Dies bedeutet, dass wir nicht nur „Einweg“-Broadcaster sein, sondern zum dialogorientierten Kommunikator werden wollen.

Redaktionelle Inhalte sind für das Qualitätsversprechen der Marke das zentrale Element. Aber auch die Moderation, die visuelle und akustische Gestaltung und Inszenierung, der Internetauftritt, die Promotion der einzelnen Gefässe auf dem Sender und über andere Kanäle prägen die Marke entscheidend mit. Die zunehmende Komplexität der Themen sowie die technischen Innovationen fordern die Programmschaffenden wie auch die Mitarbeitenden der Produktion und setzen bei ihnen neue Fertigkeiten voraus.

Deshalb hat die Aus- und Weiterbildung einen hohen Stellenwert. Ihre wichtigste Aufgabe ist die Aktualisierung und Ergänzung des vorhandenen Know-hows mit Blick auf sich verändernde, neue journalistische und technische Anforderungen. Die Aus- und Weiterbildung vermittelt neben dem journalistischen und filmischen Handwerk auch neue Produktionstechniken. Neben der internen Aus- und Weiterbildung ermöglichen wir unseren Mitarbeitenden spezifische Ausbildungslehrgänge, wie sie vom Medienausbildungszentrum MAZ in Luzern und vom Schweizer Fernsehen SF angeboten werden.

Wir arbeiten mit externen Partnern zusammen, weil wir durch sie neue Impulse, neue Ideen, Anregungen und Know-how gewinnen und weil sie uns im kreativen Wettbewerb anspornen.

Redaktionsstatut und -handbuch



Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeines

- 1.1. Grundprinzipien
- 1.2. Journalistische Normen
- 1.3. Politische und wirtschaftliche Unabhängigkeit
- 1.4. Interessenbindung der Programmschaffenden
- 1.5. Mandate
- 1.6. Öffentliche Auftritte
- 1.7. Informationshonorare
- 1.8. Geschenke und Hilfestellungen
- 1.9. Werbung
- 1.10. Nebenbeschäftigung
- 1.11. Insiderkenntnisse
- 1.12. Rechtlicher Schutz

2. Themenwahl

- 2.1. Heikle Themen
- 2.2. Umgang mit Werbe- und Sponsoringkunden

3. Recherche

- 3.1. Recherche
- 3.2. Alle Betroffenen anhören
- 3.3. Recherchegespräch
- 3.4. Besondere Regeln beim People-Journalismus

4. Realisation, Schnitt, Texten

- 4.1. Interviews vor der Kamera
- 4.2. Rechte des Interviewpartners
- 4.3. Situationsgerechte Kleidung
- 4.4. Grundlagen des Nachrichtenjournalismus
- 4.5. Transparenz
- 4.6. Symbolbilder
- 4.7. Überprüfung von Amateurbildern
- 4.8. Zusicherung von Anonymität
- 4.9. Redaktionsgeheimnis, Zeugnisverweigerung
- 4.10. Sperrfristen
- 4.11. Recht am eigenen Bild
- 4.12. Recht am eigenen Wort: Keine Telefonmitschnitte
- 4.13. Spontane Konfrontation ("Journalistischer Überfall")
- 4.14. Verdeckte Recherchen
- 4.15. Drehen mit versteckter Kamera
- 4.16. Meinungsumfragen
- 4.17. Anrede
- 4.18. Unschuldsvermutung
- 4.19. Namensnennung und Abbildung mutmasslicher Straftäter
- 4.20. Rassistische Äusserungen

5. Abnahme

5.1. Abnahme und Gegenlesen

5.2. Verkürzung in Moderationen, Schlagzeilen, Trailern

6. Rechte der Autoren

6.1. Primeurs

6.2. Redaktionelle Änderung von Beiträgen

7. Reklamationen, Berichtigung, Gegendarstellung, Publikationsverbot

7.1. Reklamationen

7.2. Berichtigung und Entschuldigung

7.3. Gegendarstellungen

7.4. Publikationsverbote

7.5. Aufbewahrung von Materialien

8. Zusatz

1. Allgemeines

1.1. Grundprinzipien

Dem Leistungsauftrag entsprechend, orientiert sich die Programmtätigkeit von Tele 1 im Informationsbereich an drei Grundgeboten: Sachgerechtigkeit, Vielfalt und Unabhängigkeit. Die Sachgerechtigkeit in der Berichterstattung bedeutet, dass alle verfügbaren Fakten in Betracht gezogen werden und dass nur gesagt wird, was nach bestem Wissen und Gewissen für wahr gehalten wird. Sachgerechtigkeit bedingt auch Transparenz (Offenlegung der Quelle), faire Darstellung der anderen Meinung und Unvoreingenommenheit bezüglich des möglichen Ergebnisses einer journalistischen Recherche. Die Vielfalt der Tatsachen und Meinungen zu einem Thema muss angemessen zum Ausdruck gebracht werden. Tatsachen, die der «Storyline» oder These eines Beitrags widersprechen, dürfen nicht ausgeblendet werden. Unabhängigkeit bedeutet, dass die Programme keine Ideologie, keine Partei oder sonstige Interessengruppe bevorzugen. Unabhängig ist die Redaktion aber auch insbesondere von den anderen Unternehmenseinheiten der LZ Medien Holding AG.

1.2. Journalistische Normen

Programmschaffende von Tele 1 setzen den gesetzlichen Leistungsauftrag um. Dabei sind sie der Rechtsordnung, dem Journalistenkodex und den unternehmensethischen Normen von Tele 1 verpflichtet. Kommt es zu Konflikten zwischen Rechtsordnung und Berufsethik (Beispiele: Zeugnisverweigerungsrecht StGB Art. 27bis, Publikation vertraulicher Amtsinformationen StGB Art. 293), nehmen Programmschaffende von Tele 1 eine sorgfältige Güterabwägung vor. In Grenzfällen von Gesetz und Konzession oder bei heiklen Themen und Vorgehensweisen, die Kontroversen rund um Tele 1 oder Gerichtsverfahren auslösen können, konsultieren Programmschaffende ihren redaktionellen Vorgesetzten. Damit übernimmt dieser grundsätzlich die Verantwortung.

1.3. Politische und wirtschaftliche Unabhängigkeit

Das Publikum von Tele 1 muss sich darauf verlassen können, dass redaktionelle Entscheidungen nur aufgrund journalistischer Erwägungen und nicht aufgrund anderer Einflüsse getroffen werden. Um Interessenkonflikte von Tele-1-Programmschaffenden auszuschließen und um Befangenheit (oder auch nur den Anschein davon) zu vermeiden, gelten diese Leitlinien für alle als verbindlicher Verhaltenskodex.

1.4. Interessenbindung der Programmschaffenden

Programmschaffende legen Interessenbindungen (z. B. Zugehörigkeit zu einer Partei), die für ihre jeweilige berufliche Tätigkeit von Bedeutung sein könnten, gegenüber ihrem Vorgesetzten offen.

Der Vorgesetzte entscheidet aufgrund der Offenlegung, ob ein journalistischer Auftrag, bei dem eine Interessenbindung bestehen könnte, aufrechterhalten wird.

In folgenden Fällen ist ein journalistischer Auftrag in jedem Fall ausgeschlossen:

- bei Tätigkeit für Parteien, Verbände des öffentlichen Lebens und wirtschaftliche Unternehmen;
- bei Beteiligung an wirtschaftlichen Unternehmen (z. B. Familienunternehmen);
- bei Aktienbesitz, sobald der Programmschaffende über die betreffende Unternehmung mehr als routinemässig berichten soll. Im zeitlichen Umfeld der Berichterstattung dürfen solche Papiere weder gekauft noch verkauft werden;
- bei Verwaltungsratsmandaten und Beratungsverträgen;
- bei verwandtschaftlichen oder nahen persönlichen Beziehungen zu Personen des öffentlichen Interesses, sobald der Programmschaffende über diese berichten soll.

1.5. Mandate

Programm-Mitarbeitende können einer politischen oder wirtschaftlichen Vereinigung als einfaches Mitglied angehören, verzichten aber auf Mandate (Ämter, Aufträge, Beratertätigkeiten und dergleichen). Generell ausgeschlossen sind Mandate in Sachgebieten, in denen Mitarbeitende journalistisch tätig sind. Grundsätzlich unvereinbar mit einer Programmtätigkeit sind Mandate in Legislativen, Exekutiven oder in der Justiz. Über Ausnahmen, die insbesondere im lokalen Bereich möglich sind (zum Beispiel Einsitz in die Exekutive einer kleinen Gemeinde oder in eine Schulkommission), entscheidet der Vorgesetzte. Wer für ein öffentliches Amt kandidieren will, bespricht dies vorgängig mit seinem Vorgesetzten. Dieser trifft die nötigen Massnahmen (Bildschirmabstinenz, Funktionswechsel, eventuell Auflösung des Arbeitsverhältnisses, Folgen für die Zeit nach dem eventuell erfolglosen Wahlgang). Das Engagement in Berufsverbänden der Programmschaffenden gilt nicht als Mandat im hier definierten Sinne.

1.6. Öffentliche Auftritte

Aufträge zur Leitung von Podiumsdiskussionen und Ähnliches können angenommen werden, solange die Themen kontrovers debattiert werden und klar ist, dass der Tele-1-Mitarbeitende vom Veranstalter unabhängig ist. Derartige Einsätze sind mit den Vorgesetzten abzusprechen. Das Unterzeichnen von Testimonials oder Wahlaufrufen ist untersagt, ebenso wie die Teilnahme an Promi-Umfragen zu aktuellen, kontroversen politischen Fragen. Der Vorgesetzte kann die Mitarbeit eines Programmschaffenden an einem Thema, zu dem er sich ausserberuflich exponiert hat, einschränken. Kommerzielle Auftritte (z. B. Firmenanlässe, Mode-Präsentationen) sind grundsätzlich unerwünscht. Auf jeden Fall ist eine Bewilligung für eine Nebenbeschäftigung einzuholen.

1.7. Informationshonorare

Programmschaffende von Tele 1 betreiben keinen Scheckbuch-Journalismus. Sie kaufen Berufsfremden keine Informationen oder Dossiers gegen Geld ab. Unzulässig ist es insbesondere, für brisante Dokumente («Skandal-Informationen») zu bezahlen, vor allem auch, wenn diese illegal beschafft worden sind. Zulässig ist hingegen eine Entschädigung für Spesen und für die Zeit, die Informanten zur Unterrichtung oder Begleitung der Programmschaffenden aufwenden. Honorare werden nicht ausgerichtet an Personen, die ohnehin dafür bezahlt sind, in der fraglichen Materie Auskunft zu geben (Medienbeauftragte, Angestellte einer Firma oder Behörde, über deren Belange berichtet wird, etc.). Zulässig sind kleine Geschenke (Bücher, Wein). Die Entschädigung für Auftritte in Sendungen wird separat geregelt. In Absprache mit dem Vorgesetzten kann für Filmaufnahmen, die im Programm Verwendung finden können, Geld bezahlt werden. Amateuraufnahmen (Nachbar filmt brennende Fabrik, Baum stürzt auf Auto usw.) werden gemäss separatem Tarifblatt honoriert.

1.8. Geschenke und Hilfestellungen

Programmschaffende von Tele 1 nehmen keine Geschenke oder Zuwendungen an, die ihre berufliche Unabhängigkeit in irgendeiner Weise einschränken könnten. Als Richtschnur gilt, dass Geschenke, deren Wert 100 Franken übersteigt, nicht angenommen werden dürfen. Zudem ist die Glaubwürdigkeit von Tele 1 tangiert, wenn die Zuwendung publik wird. Ausgenommen von dieser Regel sind Leistungen Dritter, die allen Medien zugutekommen und die branchenüblich akzeptiert werden, solange die Unabhängigkeit der Berichterstattung nicht in Frage gestellt ist, also zum Beispiel Essen und Giveaways an Medienkonferenzen, vom Organisator bezahlte Reisen zum Besuch eines Schauplatzes, Einladungen an Premieren und Promi-Veranstaltungen etc. Auch der Besuch von kostenlosen Seminaren und Weiterbildungsveranstaltungen, die von Interessengruppen organisiert werden, ist zulässig. Unterstützt eine Organisation oder Firma die Arbeit von Tele 1 durch Sachleistungen (Übernachtungen, Flüge, Fahrzeuge etc.), wird ein Formularvertrag (Zusammenarbeit mit Dritten) abgeschlossen und die Unterstützung im Abspann vermerkt. Das Angebot von Requisiten und das Product-Placement sind separat geregelt. Schleichwerbung ist verboten.

1.9. Werbung

Programmschaffenden ist die Mitwirkung in der Werbung verboten. Ausnahmen kann der Vorgesetzte bewilligen. Als Werbung gelten Radio- und TV-Werbespots und alle anderen kommerziellen Werbeformen. Für Identifikationsstimmen von Sendungen gelten besondere Regeln.

1.10. Nebenbeschäftigung

Über alle Formen von Nebenbeschäftigung gelten die entsprechenden Weisungen der LZ Medien (s. Beilage: Anstellungsbedingungen Kapitel 9, Punkt 9.1 «Nebenbeschäftigung/Erwerb»).

1.11. Insiderkenntnisse

Programmschaffende von Tele 1 verpflichten sich, Insider-Informationen, die ihnen im Rahmen der beruflichen Tätigkeit zukommen, weder für sich selbst zu nutzen noch in irgendeiner Form an Dritte weiterzugeben.

- Als Insider-Informationen gelten alle geschäftsrelevanten Informationen, die Auswirkungen auf den Börsenkurs haben können. Dazu gehören insbesondere Fusionen und Übernahmen sowie andere Veränderungen der Besitzverhältnisse, wie sie in Artikel 161 StGB erwähnt sind.
- Programmschaffenden von Tele 1 ist es generell untersagt, mit Aktien und Optionen von Firmen zu handeln, über die sie selbst berichten. Dieses Verbot erstreckt sich vom Moment der Kenntnisnahme der Information bzw. spätestens vom Moment der Auftragserteilung bis 10 Tage nach Ausstrahlung des Berichts.

Verstöße gegen diese Regeln können arbeitsrechtliche und strafrechtliche Konsequenzen haben.

1.12. Rechtlicher Schutz

Tele 1 stellt sich grundsätzlich hinter seine Mitarbeitenden, falls sie im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit mit der Justiz in Kontakt kommen. Zivilrechtlich übernimmt Tele 1 die Verantwortung für Handlungen seiner Mitarbeitenden im beruflichen Kontext. Strafrechtlich sind die Mitarbeitenden für ihre Handlungen grundsätzlich selbst verantwortlich. In beiden Fällen gewährt Tele 1 Rechtsschutz. Vorbehalten bleibt der Rückgriff im Falle von beruflichem Fehlverhalten, bei grober Fahrlässigkeit oder Absicht.

2. Themenwahl

2.1. Heikle Themen

Tele 1 kennt grundsätzlich keine verbotenen Themen. Gewisse Themen verlangen aber bei der Bearbeitung besondere Aufmerksamkeit, so etwa:

- Wahlen und Abstimmungen: Grundsätzlich sind kontroverse Themen immer kontrovers zu behandeln. In der Phase vor einem Urnengang sind die Anforderungen an die Ausgewogenheit der Beiträge besonders gross (vergleichbare Auftrittsmöglichkeiten für die Akteure, vergleichbare Redezeit etc.). Die Ausgewogenheit muss nicht innerhalb eines Beitrags gewährt werden; sie kann auch innerhalb einer Beitrags- oder Sendereihe hergestellt werden. Wichtig ist in einem solchen Fall, dass in der Moderation die einzelnen Folgen eingangs und ausgangs verknüpft werden.
- Die tägliche Informationssendung von Tele 1 beachtet im Vorfeld von Abstimmungen spezielle Regeln. Zum Pflichtstoff gehören grundsätzlich im näheren Vorfeld des Urnengangs die offiziell-

len Pressekonferenzen der offiziellen Komitees pro und contra. Zudem berichtet die Informationssendung im Regelfall über die Pressekonferenz des Bundesrates oder des zuständigen Departementschefs zu den jeweiligen Abstimmungsthemen. Zudem berücksichtigt die Sendung die Parolen der Bundesratsparteien, die meistens an Delegiertenversammlungen beschlossen werden, sowie die Parolen der Parteien, die im Parlament alleine Fraktionsstärke haben. Für alles, was darüber hinausgeht, gelten strenge journalistische Kriterien. Das heisst, dass die Informationssendung nur über Ereignisse, Stellungnahmen, neue Entwicklungen berichtet, die einen klaren Newswert und eine gewisse Relevanz haben. Reine Tendenzveranstaltungen (zum Beispiel die Pressekonferenz eines Komitees «Ärzte gegen Atomkraftwerke», «Gewerbetreibende gegen die Personenfreizügigkeit» etc.) gehören nicht zum Pflichtstoff. Besondere Zurückhaltung übt die Sendung bei extra für die Kameras organisierten Happenings, Kundgebungen, Prominenten-Demos, etc.

- Religiöse Themen behandelt Tele 1 nicht anders als andere Themen. Allerdings kann eine Infragestellung der so genannten zentralen Glaubensinhalte religiöse Gefühle der Zuschauer verletzen. Die zentralen Werte der Landeskirchen dürfen nicht ins Lächerliche gezogen werden. Auch Andersgläubige, deren Glaubensinhalte und Werte sind konsequent zu respektieren.
- Konsumentenschutz, Produktvergleiche

Wer mit produktkritischen Berichten in den marktwirtschaftlichen Wettbewerb eingreift, untersteht einer erhöhten Sorgfaltspflicht (Gesetz über den unlauteren Wettbewerb UWG). Unrichtige, irreführende oder unnötig verletzende Kritik an Produkten oder Dienstleistungen kann grossen wirtschaftlichen Schaden anrichten. Deshalb dürfen sich Programmschaffende nicht von einem Anbieter instrumentalisieren lassen. Wenn dieser im Interview über die Konkurrenz herzieht, ist auch diese zu befragen und deren Standpunkt einzubringen. Wenn unter mehreren gleich gefährlichen oder schlechten Produkten eines herausgegriffen wird (pars pro toto), muss die Auswahl begründet sein; auch muss mindestens ein knapper Hinweis auf die übrigen Produkte gemacht werden. Ist eine umfassende Gesamtschau angesichts der grossen Anzahl Produkte oder Anbieter nicht möglich oder zumutbar, muss dies erwähnt werden.

- Gewaltdarstellung

Nachrichtenredaktionen müssen immer wieder (und häufig unter Zeitdruck) entscheiden, ob und wenn ja wie ausführlich sie Bilder von Gewalt zeigen wollen. Unter diese Kategorie fallen insbesondere Kriegsbilder, aber auch Bilder von Opfern von Verbrechen, Unfällen oder Naturkatastrophen. Auswahl und Präsentation solcher Bilder am Sender sollen sich an den folgenden Überlegungen orientieren: Es ist nicht Aufgabe von Tele 1, ein geschöntes Bild der Realität zu liefern. Ereignisse, die schockierend sind, sollen auch schockieren. Ein Ereignis in seiner Brutalität zu sehen, kann dazu beitragen, es zu verstehen. Häufig haben solche Bilder einen Nachrichtenwert, oder sie spielen eine Rolle in der Propaganda (die ersten toten US-Soldaten im Irak-Krieg, Bilder der toten Saddam-Söhne). Gewaltbilder sollen in der angemessenen Länge gezeigt werden. Ereignisse, von denen Gewaltbilder gezeigt werden, unterstehen einem verschärften Relevanzkriterium. Gewaltbilder zu zeigen, nur weil sie vorliegen, ist unzulässig. Zuschauer sollen in der Moderation

darauf aufmerksam gemacht werden, dass nachfolgende Bilder schockierend sein können. Sie sollen nicht übertextet (es hört ohnehin niemand auf den Text) und auch nicht als Bildteppich benutzt werden. In jedem Fall werden keine sterbenden Menschen gezeigt und bei Toten keine erkennbaren Gesichter. Zuschauer sollen niemals via Fernsehen erfahren, dass eine ihnen nahestehende Person umgekommen, schwer verletzt oder gefangen genommen worden ist.

- Bei Entführungen kommt es vor, dass den Medien oder den Agenturen Videos der Entführten zugespielt werden. Damit wollen die Entführer via Öffentlichkeit Druck auf die Adressaten ihrer Forderungen ausüben. Solche Videos dürfen nur ausgestrahlt werden, wenn eine besondere Begründung vorliegt. Die Ausstrahlung muss in jedem Fall vom Chefredaktor bewilligt werden. Das gilt noch verschärft für Bilder von Exekutionen von Entführten.
- Tötungsdelikte gegen die eigene Familie und Verzweiflungstaten. Bei so genannten Familiendramen berichtet Tele 1 grundsätzlich zurückhaltend.
- Über Suizide von «Normalbürgern» berichtet Tele 1 in der Regel nicht und verzichtet insbesondere darauf, Details über die Art des Todes zu erwähnen. Eine Brücke zum Beispiel, von der sich jemand in den Tod gestürzt hat, wird nicht gezeigt. Tele 1 will nicht Suizid-Gefährdete auf solche todsicheren Exit-Möglichkeiten hinweisen. Ausnahmen von der Regel sind möglich, wenn die Tat öffentlich war (zum Beispiel Selbstverbrennung in der Öffentlichkeit), wenn die Tat mit Straftaten kombiniert war (zum Beispiel eine Entführung) oder wenn es sich um eine in der Öffentlichkeit bekannte Person handelte.
- Sex ist kein Tabu-Thema. Wichtig ist, dass die Beiträge der Art der Sendung und deren Publikum entsprechen. Generell gilt: Zuschauer sollen in ihrer Erwartung an den Themenmix einer Sendung nicht erschreckt werden. Beispiel: Ein Studio-Beitrag über Bodypainting ist in einer Sendung für ein junges Publikum schon am Vorabend möglich, ein Beitrag über neue Trends im Sado-Maso-Bereich hingegen nicht. Je später der Abend, desto mehr ist möglich – eine Regel, die allerdings durch Wiederholungen im Tagesprogramm relativiert wird.
- Satire ist eine Kleinkunstform, auf welche Tele 1 in seinen Informationssendungen grundsätzlich verzichtet.
- Über die LZ Medien und Tele 1 berichtet Tele 1 nach den gleichen journalistischen Kriterien wie über andere Unternehmen.

2.2. Umgang mit Werbe- und Sponsoringkunden

Werbe- und Sponsoringkunden von Tele 1 erhalten keine bevorzugte Behandlung im Programm. Buchungen oder Sponsoringverträge mit Tele 1 dürfen nicht mit redaktionellen Auflagen verbunden werden. Events, bei denen Tele 1 Medienpartner ist, erhalten keine Bevorzugung in der Berichterstattung. Sie werden nach den üblichen Regeln der journalistischen Unabhängigkeit behandelt.

3. Recherche

3.1. Recherche

Programmschaffende von Tele 1 recherchieren nach den Grundsätzen von Unvoreingenommenheit und Wahrhaftigkeit. Unvoreingenommenheit bedeutet nicht den Verzicht auf eine Arbeitshypothese. Es ist zulässig und oft sinnvoll, Recherchen mit einer Hypothese zu beginnen. Aber es müssen in deren Verlauf auch jene Fakten berücksichtigt werden, die der Arbeitshypothese widersprechen. Wahrhaftigkeit fordert, keine Schlüsse zu ziehen, die nach sorgfältig erarbeitetem Wissen nicht für wahr gehalten werden. Für kontroverse Informationen sollen in der Regel zwei gleich lautende, von einander unabhängige Quellen zur Verfügung stehen («Watergate-Regel»). Programmschaffende dürfen sich aber auf Nachrichten einer anerkannten Nachrichtenagentur verlassen, es sei denn, dass sich Agenturen widersprechen oder Ungereimtheiten auftauchen. Je schwieriger die Quellenlage, desto wichtiger ist das Gebot, darüber Transparenz herzustellen. Umstrittene Fakten sind als solche darzustellen. Fakten und Meinungen sollen strikte getrennt werden. Die Interessenlage von Experten ist offenzulegen (zum Beispiel bei Finanzanalysten, deren Bank in enger Geschäftsbeziehung zu der analysierten Firma steht). Mit Quellenangabe veröffentlichte polizeiliche und amtliche Mitteilungen müssen in der Regel nicht nachrecherchiert werden. Zeitungsartikel sind keine amtlichen Quellen und sind dementsprechend kritisch zu prüfen.

3.2. Alle Betroffenen anhören

Wird Nachteiliges über eine Person, eine Unternehmung, ein Amt oder eine Organisation verbreitet, müssen sich die Betroffenen im selben Kontext dazu äussern können. Dabei werden sie mit ihren besten Argumenten zitiert. Ausgewogenheit im Sinne von gleich vielen oder gleich langen Statements ist nicht gefordert. Niemand ist verpflichtet, Tele 1 Red und Antwort zu stehen. Wer sich weigert, wird deswegen weder getadelt noch lächerlich gemacht. Verweigert ein Betroffener die Stellungnahme, wird das im Beitrag – wenn möglich mit Angabe des Grundes – erwähnt.

3.3. Recherchegespräch

Am Anfang des Recherchegesprächs stellen sich Programmschaffende von Tele 1 vor und umschreiben ihr Vorhaben in den Grundzügen (Stossrichtung, Format). Wenn nicht ausdrücklich ein Vorbehalt vereinbart ist, werden Auskünfte «on the record» erteilt, das heisst: Sie können unter Nennung von Namen und Stellung des Auskunftgebers verwendet werden. «Off the record» heisst, dass der Name des Auskunftgebers entfällt und seine Stellung verundeutlicht wird («Ein hoher Beamter des Justizdepartements ...»); die genaue Formulierung ist in diesem Fall zu vereinbaren. Bei Auskünften, die als reine Hintergrundinformation gegeben werden («On background»), entfällt jede Zuschreibung («Wie uns zugetragen wurde...»). Bei Informationen, die nicht zugeordnet werden können, ist die Absicherung durch eine zweite, unabhängige Quelle wichtig. Diese sollte in der Regel zitierbar sein. Wer wesentlich und im Berufskontext mit Programmschaffenden spricht, macht einen Schritt an die Öffentlichkeit. Er kann nicht den ganzen Informationsinhalt zurückzie-

hen: Programmschaffende von Tele 1 dürfen diese Person in indirekter Rede und über einem neutralen Bild zitieren (siehe auch Abschnitt 4. 1.).

3.4. Besondere Regeln beim People-Journalismus

Im Gegensatz zum Nachrichtenjournalismus kann im People-Journalismus auch über Gerüchte berichtet werden, sofern die Quelle glaubwürdig ist. Wichtig ist, dass die Quelle genannt wird («das berichtet ‚Blick‘ in seiner heutigen Ausgabe») und dass das Gerücht als solches bezeichnet wird. Bei Gerüchten über internationale Stars kann auf den Versuch verzichtet werden, die Betroffenen damit zu konfrontieren. Auch im People-Bereich betreibt Tele 1 keinen Paparazzi-Journalismus und beachtet die Privatsphäre der Prominenten. Es darf daher zum Beispiel nicht durch eine Hecke in einen privaten Garten gefilmt werden. Wenn internationale Paparazzi-Bilder Furore machen, können sie gesendet werden, sofern die Rechtslage kein Hindernis darstellt.

4. Realisation, Schnitt, Texten

4.1. Interviews vor der Kamera

Je nach Vorgehensweise und nach Art des Beitrags können gefilmte Interviews kurz (eine Kernaussage auf den Punkt bringen) oder auch ausführlich sein (gefilmtes Recherchegespräch, «Jagen und Sammeln»). Auf jeden Fall muss der Interviewte erfahren, dass nur Ausschnitte des Gesprächs verwendet werden. Falls dies nicht schon im Rahmen des Recherchegesprächs erfolgt ist, muss der Interviewpartner darüber informiert werden, für welche Sendung das Interview gemacht wird, welchen Gegenstand der Beitrag behandelt und wie das Interview oder der Quote voraussichtlich im Beitrag eingebettet sein werden. Zentral ist, dass der Interviewte zu allen wichtigen Vorhalten Stellung nehmen kann. Werden mehrere Versionen aufgezeichnet, sind Abmachungen darüber, welche Version im Beitrag verwendet wird, einzuhalten. Tauchen nach dem Interview wesentliche neue Aspekte auf, so muss der Interviewte nochmals Stellung nehmen können. Beim Schneiden des Beitrags soll der Autor die Stellen auswählen, in denen der Befragte seinen Standpunkt zum zentralen Vorhalt am besten darlegt (Regel des «Best argument»). Beim nachträglichen Antexten von Interviewfragen darf die ursprüngliche Fragestellung eventuell gestrafft, aber nicht verfälscht werden.

4.2. Rechte des Interviewpartners

Der Interviewte kann beim Recherchegespräch bzw. beim Drehen des Interviews verlangen, dass ihm die verwendeten Zitate vorgelegt werden. Das gilt sowohl für Aussagen, die in indirekter Rede im Off-Text wiedergegeben werden, als auch für Interview-Ausschnitte im On. Der Interviewte hat keinen Anspruch darauf, dass ihm der ganze Beitrag vorgespielt wird. Eine Visionierung des ganzen Beitrags kann in Ausnahmefällen, z. B. bei einem sensiblen Porträt, als vertrauensbildend-

de Massnahme zugesichert werden. Bei kontroversen Themen ist davon abzusehen, nicht zuletzt aus Praktikabilitäts-Gründen und um keine Präjudizien zu schaffen. Auch soll vermieden werden, dass Interviewte Druck auf andere Personen, die im Beitrag vorkommen, ausüben können. Das Vorlegen der verwendeten Interviewteile kann schriftlich oder telefonisch erfolgen. Am einfachsten ist es, die Ausschnitte dem Interviewten vom Schnittplatz aus am Telefon vorzuspielen. Das ist viel einfacher als ein Ortstermin (möglicherweise mit Anwälten!) im Schneiderraum. Auch eine schriftliche Benachrichtigung ist möglich (Fax oder E-Mail); diese Methode hat aber den Nachteil, dass man möglicherweise lange auf das Okay warten muss. Inhaltliche Korrekturwünsche des Interviewten sollen berücksichtigt werden, wenn der Interviewpartner zum Beispiel wünscht, dass er eine andere Aussage unbedingt im Beitrag haben will oder wenn es darum geht, Versprecher, Missverständnisse etc. zu vermeiden. Auch klare Irrtümer (der Interviewte nennt im Quote eine falsche Zahl) sollen korrigiert werden.

Kommt eine Einigung über die zu verwendenden Interviewteile nicht zustande, können Interviewte unter Umständen das Interview zurückziehen. Sie müssen aber dulden, dass der Kern ihrer Aussage verwendet wird. Allerdings gilt auch: Wer ein Interview vor der Kamera gibt, macht einen Schritt an die Öffentlichkeit. Deshalb können gegebene Interviews nicht einfach generell zurückgezogen werden. Das gilt insbesondere für Interviews mit mediengewandten Personen (Politiker, Amtsinhaber, Manager, Firmeninhaber, Prominente und andere Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens.) Bei ihnen ist das Recht auf einen Rückzug des Interviews eingeschränkt, insbesondere wenn das Interview ordnungsgemäss vereinbart worden ist (Thema, Sendung, Interviewtermin). Eine solche Abmachung ist wie ein Vertrag; sie kann nicht einfach rückgängig gemacht werden. Spontaninterviews (zum Beispiel ein Wutausbruch beim Verlassen eines Sitzungszimmers oder unbedachte Beschimpfungen) hingegen können auch mediengewandte Personen zurückziehen. Anders ist es bei «Normalbürgern». Sie können das Interview unter Berufung auf das Recht am eigenen Bild zurückziehen. Nicht zurückziehen können sie den Informationsgehalt des Gesprächs. Notfalls kann die Aussage 1:1 nachvertont oder in indirekter Rede zitiert (zum Beispiel auf einem Standbild) gleichwohl verwendet werden. Es sind Fristen einzuhalten; ein Interview-Rückzug kurz vor der geplanten Sendung ist missbräuchlich und muss nicht befolgt werden. Wenn zwischen Aufzeichnung und Ausstrahlung Kontroversen um die Verwendung von Interviewteilen entstehen, ist der Chefredaktor beizuziehen.

4.3. Situationsgerechte Kleidung

Programmschaffende von Tele 1 werden beim Drehen und bei andern Aussenauftritten als Botschafter des Zentralschweizer Regionalfernsehens wahrgenommen. Das verlangt, dass Reporterinnen und Reporter situationsgerecht gekleidet sind, was bedeutet, dass ihre Kleidung etwa so formell zu sein hat wie die des Anlasses oder des Gesprächspartners. Für ENG-Kamerateams gelten diese Regeln sinngemäss, auch wenn hier aus beruflich-praktischen Gründen die Toleranz grösser ist.

4.4. Grundregeln des Nachrichtenjournalismus

Beim Texten insbesondere von Nachrichten halten sich die Programmschaffenden von Tele 1 an die Grundregeln des Nachrichtenjournalismus. Jede Nachricht beantwortet die 5 W (Wer? Was? Wie? Wann? Wo?). Eine korrekte Verwendung von Indikativ und Konjunktiv hilft, Gesichertes von Behauptetem zu unterscheiden. Soweit es Sendeplatz und Zeit erlauben, interessieren auch die anderen W: Warum? Und wie weiter? Zum professionellen Nachrichtenjournalismus gehört auch, dass in Informationssendungen über die Schweiz grundsätzlich in der dritten Person gesprochen wird.

4.5. Transparenz

Das Gebot der Quellentransparenz gilt insbesondere auch für Bilder. Agenturmaterial werden nicht extra gekennzeichnet. Eine spezielle Erwähnung ist dort sinnvoll, wo die Quelle ein Teil der Nachricht oder der Story ist. Inszenierungen im Alltagsrahmen und ohne Einfluss auf die inhaltliche Beurteilung sind unbedenklich und müssen nicht deklariert werden. Fernsehen ist immer ein Stück weit Inszenierung. Eine Inszenierung darf jedoch keine wesentlichen Elemente des Sachverhalts verfälschen. Archivmaterial ist ebenfalls mit den vorgegebenen Einblendern zu bezeichnen. Bei Bildern vom Vortag genügt der Einblender «gestern». Weiter zurückliegende Bilder sind wenn möglich mit dem genauen Datum, mindestens aber mit «Archiv» - oder bei Übernahme von Bildern des Schweizer Fernsehens mit «Bilder SF» zu bezeichnen. Nicht angeschrieben werden müssen reine Symbolbilder, die nicht ein Ereignis wiedergeben (z. B. Heliflug über das Bundeshaus, Huckepack-Zug auf der Gotthardrampe). Material, das Tele 1 von Zuschauern zur Verfügung gestellt wird, wird ebenfalls deklariert (z. B. Zuschauervideo). Politiker (Parlament und Exekutive) sind im Einblender mit Amt, Partei und geografischer Herkunft zu bezeichnen. Richter können genannt werden, wenn sich die Namensnennung aufgrund der Verhandlungsführung oder des Urteils aufdrängt. Ihre Parteizugehörigkeit wird erwähnt, wenn die Weltanschauung im Verfahren bedeutsam war. In den Namenseinblendern werden akademische Titel grundsätzlich nicht erwähnt, hingegen ist eine Erwähnung in der Funktionszeile möglich. Also nicht «Prof. Dr. Peter Muster, Universität Luzern», sondern «Peter Muster, Professor für Theologie».

4.6. Symbolbilder

Bei der Verwendung von Symbolbildern muss jedes Mal geprüft werden, ob diese wirklich nur Symbolcharakter haben oder ob sie – zumindest für einen Teil des Publikums – auch eine (nicht beabsichtigte) konkrete Aussage beinhalten. Beispiel: Ein Beitrag über sexuelle Verfehlungen von Lehrern wird mit einer Bildmontage aus dem Archiv mit Aussenansichten von Schulhäusern illustriert, und im Text wird gesagt, dass hinter diesen Fassaden Lehrer üble Verfehlungen begangen hätten. Die Auswahl der Schulhäuser stützt sich auf Zeitungsartikel über Vorwürfe gegen Lehrer. Die Bewohner des Dorfes X oder Y werden das eigene Dorfschulhaus erkennen. Für sie transportiert das Symbolbild eine konkrete Aussage. In diesem Fall muss sichergestellt sein, dass in jedem Schulhaus, dessen Fassade wir zeigen, tatsächlich in jüngster Zeit ein Lehrer wegen sexueller Verfehlungen rechtsgültig verurteilt worden ist.

4.7. Überprüfung von Amateurbildern

Wenn zugesandte oder elektronisch übermittelte Amateurbilder verwendet werden sollen, muss die Quelle respektive der Absender der Bilder in einer persönlichen Kontaktaufnahme überprüft werden. Die Deklaration als Amateurbilder enthebt die Programm-Mitarbeitenden nicht der journalistischen Sorgfaltspflichten. Ist die Überprüfung innert nützlicher Frist nicht möglich (z. B. bei Handy-Bildern zu Breaking News o.Ä.), gilt neben der Plausibilitätsabklärung eine zusätzlich erhöhte Pflicht zur Transparenz («... diese Amateuraufnahmen wurden mit einem Kamerahandy aufgenommen und zeigen angeblich die Bombenleger...»). Die Entschädigung für Amateurbilder richtet sich nach den branchenüblichen Ansätzen (vgl. Abschnitt 1.7.).

4.8. Zusicherung von Anonymität

Sollten Quellen auf Anonymität bestehen, so gewährleisten Programmschaffende von Tele 1 diese,

- wenn ein öffentliches Interesse am Thema besteht,
- der Wunsch begründet ist,
- die Qualität der Aussage überprüfbar ist (zweite Quelle!)
- und wenn die von einer anonymen Aussage betroffene oder angeschuldigte Person Gelegenheit hat, sich angemessen zu äussern. Anonyme Aussagen vor der Kamera müssen mit dem Chefredaktor abgesprochen sein. Gerade in politischen und gesellschaftlichen Kontroversen sind Transparenz und Offenheit anzustreben; Maskierungen und Stimmverfälschungen sind wenn möglich zu vermeiden. Allerdings kann es in besonderen Fällen sinnvoll sein, eine Person aus Gründen des Selbstschutzes zu anonymisieren, selbst wenn diese von sich aus offen auftreten würde. Zugesicherte Anonymität muss unter allen Umständen gewährleistet werden. Bei anonymen Testimonials in Beiträgen von Dritten überzeugen sich die Sendeverantwortlichen im Rahmen der Möglichkeiten von der Authentizität der Aussagen. Vermummte Auftritte von Akteuren, die politische Aussagen machen und/oder unbewilligte Demonstrationen o.Ä. ankündigen, müssen vom Chefredaktor bewilligt werden. Tele 1 verbreitet keine Aufrufe zu Sachbeschädigungen oder andern kriminellen Handlungen. Ebenfalls vom Chefredaktor bewilligt werden müssen Auftritte von Personen, die von sich aus verumummt auftreten und deren Identität die Redaktion nicht kennt.

4.9. Redaktionsgeheimnis, Zeugnisverweigerung

Programmschaffende von Tele 1 wahren das Redaktionsgeheimnis. Sie gewähren Informantenschutz und geben die Quellen vertraulicher Informationen auch gegenüber den Strafverfolgungsbehörden nicht preis. Das Strafrecht geht nicht automatisch vor. Bei behördlichen Ersuchen ist der Chefredaktor zu informieren. Dieser zieht den Rechtsberater bei. Bei schwer wie-

genden Verbrechen gegen Leib und Leben (wenn z. B. Programmschaffende Kontakt mit Kidnappern hatten) ist eine Güterabwägung vorzunehmen. Heikles Rohmaterial (zum Beispiel von Ausschreitungen an Demonstrationen oder von Interviews mit Leuten, die in einem Strafverfahren Beschuldigte sind) darf nicht an die Untersuchungsbehörden abgegeben werden, auch auf Verlangen nicht. Solche Aufnahmen sind entsprechend sicher aufzubewahren. Auch hier ist bei schwer wiegenden Verbrechen gegen Leib und Leben eine Güterabwägung unter Einbezug des Redaktionsleiters vorzunehmen.

4.10. Sperrfristen

Sperrfristen können gerechtfertigt sein, wo sie der Informationsgeber im Interesse aller Programmschaffenden und der Medienqualität verhängt (Beispiel: Ein umfangreicher Bericht wird unter Embargo drei Tage vor einer Pressekonferenz abgegeben, um den Medien Zeit zu geben, den Bericht zumindest summarisch zu lesen; das verbessert die Qualität der Berichterstattung). Sachlich nicht gerechtfertigt sind Sperrfristen, welche nur dazu dienen, bestimmte Medien gegenüber anderen zu bevorzugen. Hält ein Chefredaktor von Tele 1 eine Sperrfrist für unberechtigt, teilt er dies dem Informationsgeber rechtzeitig mit, damit dieser auch die andern Medien benachrichtigen kann. Im Zweifelsfall konsultiert er vor Bruch des Embargos den Chefredaktor.

4.11. Recht am eigenen Bild

Programmschaffende von Tele 1 respektieren beim Drehen den Persönlichkeitsschutz. Wer fokussiert und bildfüllend fotografiert oder gefilmt werden soll, muss dazu seine Einwilligung geben. In der Praxis reicht die Bereitschaft, ein Interview zu geben, als Einwilligung. Wichtig: Schon die Aufnahme, nicht erst die Ausstrahlung kann Persönlichkeitsrechte verletzen. Personen, die sich offenkundig freiwillig in der Öffentlichkeit exponieren (z.B. Demonstrationsteilnehmer, Akteure einer Medienkonferenz), und Personen, die nebenbei und zufällig auf ein Bildsujet geraten (z. B. Passanten vor einem Neubau), müssen sich eine Filmaufnahme ohne Rücksprache gefallen lassen. Wer an Orten dreht, die der Öffentlichkeit nicht ohne weiteres zugänglich sind, und dabei Personen so filmt, dass sie erkennbar sind, muss ihr Einverständnis haben. Je nachdem reicht es, wenn jemand nicht abwinkt, sobald er eine Tele-1-Mikrofonmanschette oder eine mit Tele 1 beschriftete Kamera sieht. Auch VJ-Kameras sind entsprechend zu beschriften. In heiklen Fällen ist das ausdrückliche Einverständnis nötig. Amtsträger, Prominente und Personen in den Schlagzeilen dürfen abgebildet werden, solange die Aufnahmen direkt mit dem Grund ihrer Bekanntheit zusammenhängen. Je mehr «Personality Stories» sie veranlassen oder zulassen, desto eher haben sie unwillkommene Zugriffe hinzunehmen. Auch sie haben jedoch das Recht auf eine geschützte Intimsphäre. Aufnahmen mit Kindern oder Urteilsunfähigen, an privaten Trauerfeiern, in Gottesdiensten, Schockbilder an Unfall- oder Katastrophenstellen greifen grundsätzlich in die Privatsphäre ein. Besteht ein öffentliches Interesse, sind Einzelheiten mit Betroffenen, Angehörigen oder Verantwortlichen vorher abzusprechen.

4.12. Recht am eigenen Wort: Keine Telefonmitschnitte

Telefongespräche mit Dritten dürfen nur mit deren Zustimmung aufgenommen werden (Gesetzesbestimmung Art. 179ter StGB in Revision). Das bedeutet insbesondere, dass nicht autorisierte Gesprächsmitschnitte vor Gericht als Beweismittel nicht zulässig sind. Deshalb muss am Anfang eines Gesprächs eine entsprechende Einwilligung eingeholt werden. Wenn das nicht möglich ist, besteht eine taugliche Möglichkeit darin, ausführlich Notizen zu machen oder einen Kollegen als Zeugen beizuziehen, der über Lautsprecher mithört. Je umstrittener die Fakten, desto mehr Beweise müssen vorliegen. In wichtigen Fällen sollen die Gespräche schriftlich zusammengefasst und dem Betroffenen zugestellt werden. Das gilt namentlich für Aussagen aus dem Telefongespräch, die im Beitrag zusammengefasst werden. Auch wenn wichtige Akteure ein Interview verweigern, ist es nützlich, dies schriftlich zu bestätigen.

4.13. Spontane Konfrontation («Journalistischer Überfall»)

Spontane Interviews (beim Verlassen eines Konferenzsaals, nach der Ankunft eines Sportlers im Ziel) sind insbesondere bei Personen zulässig, die Routine im Umgang mit Medien haben. Eine Konfrontation mit laufender Kamera kann aus aktueller Lage oder als «Wiedererwägungsgesuch» nach abgelehntem Interviewwunsch zulässig sein. Die «überfallene» Person kann darauf bestehen, dass erste emotionale Reaktionen weggeschnitten werden. (Beispiel: Umstrittener Amtsrichter wird auf dem Parkplatz «gestellt», rastet kurz aus, beantwortet aber nachher die Fragen). «Klinkenputzen» – Läuten an der Wohnungstür mit laufender Kamera – ist wegen des Rechts auf Antwortverweigerung problematisch und muss in jedem Fall vorgängig mit dem Chefredaktor abgesprochen werden.

4.14. Verdeckte Recherchen

Tele-1-Programmschaffende geben ihren Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern gegenüber ihre Identität bekannt. «Tarnung» des Berufs verstösst gegen das Lauterkeits- und Transparenzgebot, ist aber ausnahmsweise zulässig, wenn das Thema von hohem öffentlichem Interesse ist und die Information anders nicht erhältlich ist. (Beispiel: Günter Wallraffs verdeckte Recherche bei der «Bild»-Zeitung 1977; sie wurde nachträglich auch vom deutschen Bundesverfassungsgericht gedeckt.) Geplante verdeckte Recherchen müssen vom Chefredaktor bewilligt werden. Nicht nötig ist die Selbstdeklaration bei allgemein zugänglichen Informationen (zum Beispiel bei der Bewertung eines ausgeschriebenen Reiseangebots oder eines Restaurants, Besichtigung einer Ausstellung usw.).

4.15. Drehen mit versteckter Kamera

Das Drehen mit versteckter Kamera ist gemäss Artikel 179quater StGB grundsätzlich verboten. Besteht ein überwiegendes öffentliches Interesse an der Veröffentlichung eines Sachverhalts, der

nur mit einer versteckten Fernsehaufnahme belegt werden kann, kann die Missachtung des Verbots straffrei sein. Im Alltag heisst das, dass Dreharbeiten mit versteckter Kamera im Informationsbereich in jedem Fall im Voraus mit dem Chefredaktor besprochen werden müssen. Für die in Konsumentensendungen üblichen verdeckten Tests (zum Beispiel Vergleich von Qualität und Preis bei Handwerker- und Beratungsangeboten) gilt die Regel, dass der Betroffene sogleich nach der verdeckten Aufnahme aufgeklärt wird und sich dazu äussern kann. Generell gilt: Stimmt die gefilmte Person der Ausstrahlung zu, gilt die Gesetzesverletzung als «behooben». Stimmt sie ihr nicht zu, ist die Aufnahme grundsätzlich zu vernichten. Allenfalls kommt eine Ausstrahlung in anonymisierter Form in Betracht, wenn das öffentliche Interesse an der Ausstrahlung so gross ist, dass die Gesetzesverletzung straffrei wäre. In einem solchen Fall ist unbedingt der Rechtsberater beizuziehen.

4.16. Meinungsumfragen

Bei der Veröffentlichung von politischen Meinungsumfragen hält sich Tele 1 an die Regeln der Branchenvereinigung Swiss Interview. Diese schreiben unter anderem vor:

- Die Ausgangsstichprobe muss mindestens 1000 Stimmberechtigte umfassen.
- In den letzten 10 Tagen vor dem offiziellen Abstimmungstermin dürfen keine neuen Umfrageergebnisse mehr veröffentlicht werden. Nach gängiger Interpretation dieser Regel ist der Mittwoch der Woche vor dem Abstimmungswochenende der letztmögliche Publikationstermin. Im Rahmen der Berichterstattung müssen erwähnt werden:
 - das Umfrageinstitut
 - der Auftraggeber
 - der Befragungszeitraum
 - die Durchführungsart (persönlich oder telefonisch)
 - die Zahl der Befragten
 - der Kern-Wortlaut der Fragen
 - die Fehlermarge bei den einzelnen Aussagen.

Diese Informationen können in der Moderation, im Text des Beitrags oder als reine Textinformation in den Grafiken vermittelt werden. Meinungsumfragen sollen generell als "Momentaufnahmen" präsentiert werden, nicht als Prognosen. In der Berichterstattung soll grundsätzlich erwähnt werden, wenn zum Beispiel die Fehlermarge einer Umfrage mehrere Ergebnisse eines Urnengangs zulässt. Ebenfalls ist zu erwähnen, wenn sich seit der Umfrage Ereignisse zugetragen haben, die die Meinungsbildung beeinflussen könnten. Eigene Umfragen gibt Tele 1 nur bei renommierten Umfrageinstituten in Auftrag. Eine Zusammenarbeit (Kostenteilung) mit andern Medien ist möglich. In diesem Fall kann eine einfache, gegenseitige Namensnennung vereinbart werden.

TED-Umfragen zu unterhaltenden Themen sind möglich («Würden Sie Arnold Schwarzenegger Ihre Stimme geben?»). Im Bereich der politischen Willensbildung sind sie nicht zulässig. TED-

Umfragen müssen vom Chefredaktor bewilligt werden. Bei der Auftragserteilung sind allfällige Zusammenarbeitsvereinbarungen von Tele 1 mit TED-Firmen einzuhalten.

4.17. Anrede

Die Schweiz ist ein demokratisches Land. Die Adelstitel sind abgeschafft. Zurückhaltung ist auch bei der Anwendung akademischer Titel oder anderer Veredelungen des Namens einer Person geboten. Im journalistischen Alltag bedeutet das, dass selbst ein Bundesrat in der Regel bei der ersten Begrüssung als «Herr Bundesrat» angesprochen werden soll, anschliessend sprechen wir ihn mit seinem bürgerlichen Namen an. Auch bei kirchlichen Würdenträgern gilt die gleiche Regel. Zum Beispiel wird ein Bischof zuerst mit «Bischof Kurt Koch» eingeführt, später kann er auch einfach mit «Kurt Koch» angesprochen oder im Text erwähnt werden. Die Du- bzw. die Höflichkeitsform wird situationsgerecht eingesetzt. Einen Geschäftsmann in einem Porträt zu duzen, wirkt anbiedernd und ist deplatziert, auch wenn Reporter und Porträtierten längst per Du sind. Tele-1-Mitarbeitende, die als Gast in einer Magazinsendung interviewt werden, können geduzt werden. In Newssendungen hingegen ist das Du untersagt. Im Zweifelsfall wird grundsätzlich die Höflichkeitsform verwendet.

4.18. Unschuldsvermutung

Während Strafuntersuchungen und Prozessen ist die Unschuldsvermutung (Art. 32 BV) zu respektieren – bis zum Vorliegen eines rechtskräftigen, nicht ordentlich weiterziehbaren Urteils. Für Beschuldigte, die nicht rechtskräftig verurteilt sind, gilt grundsätzlich die Unschuldsvermutung. Täter sind also mutmassliche Täter, es liegt Betrugsverdacht und nicht Betrug vor usw. Bei Beschuldigten ist der Hinweis wichtig, dass der Betroffene als unschuldig gilt, bis ein Gericht entschieden hat. Bei Verurteilten, die an die nächste Instanz appellieren, ist die Information «verurteilt in erster Instanz» von Bedeutung. Tele 1 verlangt von seinen Programmschaffenden eine korrekte Terminologie gemäss strafprozessualen Grundsätzen. Während der Strafuntersuchung heisst es also «der Verdächtige» oder «der Beschuldigte», nach Vorliegen der Anklageschrift «der Angeklagte» - und nicht der «Mörder» oder der «Betrüger». Wenn jemand «festgenommen» worden ist, ist er noch lange nicht verhaftet; von einer Verhaftung kann man erst nach Erlass eines Haftbefehls sprechen. Jemand ist angezeigt (eine Strafanzeige besagt an sich wenig, weil jedermann die Polizei anrufen kann), angeklagt (nach strafrechtlicher Anklageerhebung durch die zuständige Behörde), eingeklagt (x hat gegen y eine Zivilklage eingereicht). Falls der «Verdächtige» bzw. der «Beschuldigte» den Vorwurf bestreitet, muss dies angemerkt werden. Auch beim Strafvollzug sind die Begriffe «Haft», «Gefängnis» und «Zuchthaus» korrekt einzusetzen. Dieses Gebot der sprachlichen Korrektheit gilt nicht nur für den Off-Text eines Beitrags, sondern auch für die Schlagzeilen und die Moderation.

4.19. Namensnennung und Abbildung mutmasslicher Straftäter

Tele 1 ist bei der Namensnennung, Abbildung oder sonstigen Identifizierung von Verdächtigen, Angeklagten oder Personen, denen sonst irgendein verwerfliches Verhalten vorgeworfen wird, zurückhaltend und respektiert den Persönlichkeitsschutz. Es ist keine journalistische Leistung, den Namen eines Lehrers oder Pfarrers zu publizieren, der in einem Dorf wegen des Verdachts auf Kindsmisbrauch verhaftet worden ist. Ebenso grosse Zurückhaltung ist bei der Publikation seines Bildes geboten, insbesondere dann, wenn der Verdächtige sich gegen Aufnahmen sträubt. Mutmassliche oder verurteilte Straftäter sind grundsätzlich so zu identifizieren, dass höchstens der engste Kreis der Bezugspersonen (Kernfamilie, Nachbarn) erkennen kann, wer gemeint ist. Angaben von Adressen oder Aufnahmen seines Hauses, die eine Identifizierung ermöglichen, sind – nicht zuletzt aus Rücksicht auf Angehörige – ebenfalls zu vermeiden. Bei Verwendung von Initialen werden in der Regel unverfängliche Buchstaben oder Pseudonyme verwendet. Achtung vor eindeutigen Initialen (wenn es in einem Dorf nur einen Arnold F. gibt)! Filmaufnahmen vor dem Gerichts- oder Polizeigebäude sind im Bildmedium Fernsehen möglich. Allerdings müssen die Gesichter der Angeklagten und Opfer in der Regel abgedeckt werden. Achtung vor Sequenzen mit mehreren abgebildeten Personen! Der Zuschauer nimmt eventuell an, die unverfremdete Person, die zufälligerweise im Bild ist, sei der Angeschuldigte. Im Gerichtssaal sind Gerichtszeichnungen ein klassisches Mittel, um dem Bildnotstand zu begegnen; meist herrscht bekanntlich Drehverbot während der Verhandlungen. Gerichtszeichnungen sind bei Tele 1 grundsätzlich möglich. Der Auftrag an den Zeichner soll allerdings nicht lauten, auf anatomische Genauigkeit und Erkennbarkeit hin zu zeichnen. Vielmehr soll er eine Stimmung wiedergeben und die Personen typenähnlich zeichnen.

Ausnahmen vom Verzicht auf Namensnennung oder sonstige Identifizierung sind möglich. Zum Beispiel

- bei überwiegendem öffentlichem Interesse (in der Regel, wenn die Polizei im Rahmen der Fahndung den Namen eines Gesuchten nennt)
- bei Personen des Zeitgeschehens (Politiker, Amtsträger und andere Prominente, deren Name und Bild allgemein bekannt sind, sofern das Delikt mit der Prominenz zu tun hat). Je prominenter eine Person ist, desto eher kann ihr Name genannt werden.
- wenn der Name bereits allgemein bekannt ist. Aber Vorsicht! Die Nennung durch vereinzelte Zeitungen schafft noch nicht allgemeine Bekanntheit; eine Nennung in den Sendungen von Tele 1 hat eine nachhaltigere Wirkung. Tele 1 geht bei der Namensnennung nicht voran.
- wenn der Verdächtige weiter straffällig ist resp. die Namensnennung eine warnende Wirkung haben soll (Beispiel: Haftpflichtprozess gegen einen Schönheitschirurgen, der weiterhin Kundinnen akquiriert).
- in der Regel, wenn der Betroffene mit der Publizität einverstanden ist (indem er Interviews gibt oder in die Kamera lacht). Aber Vorsicht: Allenfalls müssen wir Betroffene vor sich selbst schützen!

- wenn die Story nur mit Namensnennung Sinn macht (wenn zum Beispiel der Präsident der Verkehrsofopfer-Vereinigung bei Fahren in angetrunkenem Zustand erwischt wird). Bei der Nachbearbeitung von lange zurückliegenden Ereignissen ist (nicht zuletzt im Interesse der Resozialisierung) das Recht auf Vergessen hoch zu gewichten. Jeder Fall ist individuell zu beurteilen. Die vorstehenden Grundsätze ermöglichen eine erste, grobe Beurteilung des Einzelfalles. In allen Zweifelsfällen konsultiert der Chefredaktor den Rechtsberater.

4.20. Rassistische Äusserungen

Tele 1 berichtet auch über Politiker oder Skinheads, die rassistische Parolen verbreiten. Solche Akteure können im Originalton zitiert werden, auch wenn dadurch ihre rassistischen und möglicherweise strafbaren Aussagen eine zusätzliche Verbreitung erhalten. Die Moderation und die Einbettung im Beitrag sorgen dafür, dass die rassistischen Aussagen keine Propagandawirkung entfalten. Auch Aussagen von politischen Gegnern, Geschädigten oder Untersuchungsbehörden geben Gegensteuer. Wenn Nationalitäten wegen ihres Informationswerts genannt werden, dann gleichberechtigt (heisst: Gleichbehandlung von Schweizern). Rassistische Stereotype vermeiden («Balkan-Typ», «maghrebinisches Aussehen»). Latenter Rassismus in Diskussionssendungen oder in Zuschauergefässen bricht dann auf, wenn negative Eigenschaften einer Volks- oder Rassen-Gruppe fest zugeordnet werden («Ich mag Juden wegen ihrer Art nicht»). In einem solchen Fall soll die Moderationsperson sofort reagieren, indem sie den Rassenbegriff zurückweist.

5. Abnahme

5.1. Abnahme und Gegenlesen

Jedes Ressort von Tele 1 organisiert sich so, dass alle redaktionellen Produktionen (Beitragstexte, Moderationen, Vorbereitung von Live-Gesprächen) abgenommen werden, bei tagesaktuellen Newssendungen durch den Produzenten, bei Magazinsendungen durch den Ressortverantwortlichen und den Chefredaktor. Die Person, die einen Beitrag abnimmt, übernimmt Mitverantwortung für erkennbare Fehler und Normverstösse. Es steht einer Person, die eine Abnahme macht, jederzeit frei, bei Unsicherheiten den nächsten Vorgesetzten beizuziehen. Damit übernimmt dieser grundsätzlich die Verantwortung. In wichtigen Fällen ist der Beizug Pflicht.

5.2. Verkürzung in Moderationen, Schlagzeilen, Trailern

Beiträge sind grundsätzlich sorgfältig und differenziert getextet; häufig ist das Wording sogar mit den Betroffenen oder mit dem Rechtsberater abgesprochen. Es ist darauf zu achten, dass beim Verknappen der Aussagen in Moderationen, Schlagzeilen, Trailern oder Presseankündigungen keine verfälschenden Kürzungen oder Fehler passieren.

6. Rechte der Autoren

6.1. Primeurs

Die Programmschaffenden von Tele 1 betreiben aktives Newsgetting. Sie versuchen, bei laufenden Ereignissen in der Zentralschweiz die Nachrichten-Führerschaft zu erlangen. Dies einerseits durch Recherche, anderseits durch Aussagen, die Akteure laufender Kontroversen in Sendungen machen. Tele 1 soll so häufig wie möglich in anderen Medien zitiert werden. Umgekehrt respektieren Programmschaffende von Tele 1 Primeurs aus andern Medien und erwähnen sie entsprechend («wie der Willisauer Bote in seiner heutigen Ausgabe berichtet»). Dieses Gebot gilt nur für echte Primeurs und nur, wenn der Tele-1-Bericht die Story nicht wesentlich weiterentwickeln kann.

6.2. Redaktionelle Änderung von Beiträgen

Berichte in allen Sendegefässen von Tele 1 können gekürzt, ergänzt, umgeschnitten oder umformuliert werden. Sofern es die Umstände (Zeit!) erlauben, ist der Autor über die Änderung zu informieren. Dabei ist insbesondere darauf zu achten, dass sich bei den Änderungen keine sachlichen Fehler einschleichen. Auch dürfen bei Kürzungen keine Abmachungen mit Gesprächspartnern verletzt werden, und das Gebot des «Best argument» muss eingehalten sein. Ist der Autor mit einer Änderung nicht einverstanden, kann er verlangen, dass sein Name aus Byline und Abspann entfernt wird. Im Konfliktfall liegt der Entscheid beim zuständigen Ausgabeleiter (Produzent) oder beim Chefredaktor selber.

7. Reklamationen, Berichtigung, Gegendarstellung, Publikationsverbot

7.1. Reklamationen

Der Umgang mit Reklamationen trägt massgeblich zum Aussenbild von Tele 1 bei. Das Redaktionssekretariat führt eine Reklamationskontrolle und sorgt dafür, dass Reklamationen beantwortet werden. Die Programmschaffenden von Tele 1 beantworten Reklamationen, die an sie persönlich adressiert sind, selber. Für Reklamationen, die Eigenheiten von Sendungen beanstanden, ist der Chefredaktor verantwortlich. Offensichtliche Beschimpfungen sowie anonyme E-Mails (Pseudonym als Absender) müssen nicht beantwortet werden. Reklamationen, die Beanstandungscharakter haben, werden direkt beantwortet. Dabei muss auf die Möglichkeit hingewiesen werden, mit einer Beanstandung an den Ombudsmann zu gelangen. Irrtümlich an die Redaktion adressierte Beanstandungen können direkt an den Ombudsmann geleitet werden.

7.2. Berichtigung und Entschuldigung

Stellen Tele-1-Programmschaffende in ausgestrahlten Sendungen sachliche Fehler fest, berichtigen sie diese in angemessener Form. Die klare und unmissverständliche Korrektur schadet der Glaubwürdigkeit nicht, im Gegenteil. Fehler unterlaufen allen; es geht darum, möglichst wenige zu machen. Glaubwürdig sind diejenigen, welche offen zu Fehlern stehen und korrigieren, was korrigiert werden muss. Eine rasche Korrektur ist auch wichtig, um eine Weiterverbreitung der Fehlleistung in nachfolgenden Sendungen oder via Archiv zu vermeiden.

Fehler der nachfolgend dargestellten Kategorien «Irrtümer» und «Richtigstellungen» werden so schnell wie möglich in den betroffenen Sendungen korrigiert. Der Text soll kurz und sachlich sein; unterschrieben wird er vom Chefredaktor. Für Fehlerkorrekturen on air gelten die folgenden Regeln: Wird ein Fehler noch während der laufenden Sendung festgestellt, sollte er – wenn möglich – noch während der Sendung korrigiert werden. Blosser Irrtümer, also sachliche Fehler, die für das Renommee der Betroffenen ohne jede Tragweite sind, müssen nach Ablauf der Sendung nicht mehr korrigiert werden (zum Beispiel falsche Schreibweise eines Namens, eine falsche Parteibezeichnung etc.). Richtigstellungen, also ausdrückliche Hinweise darauf, dass ein Fehler unterlaufen ist, erfolgen (verbunden mit der Korrektur) bei klaren Fehlern, also bei Fehlleistungen, die in ihrer Tragweite über reine Irrtümer oder banale Details hinausgehen. Ebenso bei Irrtümern, welche negative Konsequenzen für natürliche oder juristische Personen haben können. Eine Entschuldigung durch den Chefredaktor am Bildschirm ist (als absolute Ausnahme) dann geboten, wenn legitime Gefühle von Zuschauern verletzt worden sind oder wenn durch Falschinformationen das Renommee einer Person/Organisation erheblich geschädigt worden ist.

7.3. Gegendarstellungen

Gegendarstellungen korrigieren – anders als Berichtigungen – nicht die sachliche Unrichtigkeit eines Berichts. Das Gesetz verlangt sie vielmehr, um eine abträgliche Tatsachenbehauptung durch eine Gegenbehauptung des Betroffenen zu ergänzen (Art. 28 g ZGB). Offen bleibt, wer Recht hat. Ihr Platz ist in der Regel in der Abmoderation einer Sendung. Gegendarstellungsgesuche werden in der Regel dem Rechtsberater unterbreitet. Die meisten Gegendarstellungen können vermieden werden, wenn die kritisierten Parteien im Beitrag genügend zu Wort kommen.

7.4. Publikationsverbote

Wer glaubhaft macht, dass die bevorstehende Ausstrahlung eines Berichts seine Persönlichkeit verletzt und ihm einen «besonders schweren Nachteil» zufügt, kann die Ausstrahlung vom Richter verbieten lassen – bei zeitlicher Dringlichkeit sogar ohne Anhörung der Redaktion (Art. 28 c, d ZGB) und im letzten Moment (superprovisorische Verfügung). Es lohnt sich, den Rechtsberater und den Redaktionsleiter bei drohendem Verbot vorab beizuziehen. Gelegentlich wird der Rechtsberater den fraglichen Richter schon im Voraus informieren, um eine böse Überraschung vor Beginn der Ausstrahlung zu vermeiden. Hat ein Gericht eine superprovisorische Verfügung gegen die Ausstrahlung eines Beitrags ausgesprochen, muss diese eingehalten werden.

7.5. Aufbewahrung von Materialien

Sendungsaufzeichnungen, Recherchematerial und -unterlagen sind während mindestens vier Monaten aufzubewahren (Art. 20 Radio- und Fernsehgesetz RTVG). Tele 1 legt diesen Artikel aus praktischen Gründen so aus, dass Rohmaterial zu kontroversen Beiträgen im Ermessen der einzelnen Ressorts aufzubewahren ist. Das heisst konkret, dass im Prinzip alles Material während eines Monats unbedingt aufbewahrt werden muss, weil bis zu 20 Tage nach der Ausstrahlung eine Beanstandung an den Ombudsmann eingereicht werden kann. Heikles Rohmaterial soll im eigenen Interesse länger aufbewahrt werden; wer zivilrechtlich gegen Tele 1 klagen will, hat dafür ein volles Jahr Zeit.

8. Zusatz

Das Handbuch «Medienrecht für die Praxis» (Peter Studer und Rudolf Mayr von Baldegg, 3. Auflage, Zürich 2006) listet alle Bestimmungen aus schweizerischen Gesetzen auf, die im journalistischen Alltag wichtig sein können. Diese Bestimmungen sind selbstredend auch für Tele 1 verpflichtend.

Demoscope-Befragung



Beachtung, Nutzung, Bewertung und Interesse am Regionalfernsehen

**Umfrage erstellt für:
LZ Medien AG, Luzern
27. August 2007**

Projektbeschreibung

Ausgangslage

Im Herbst 2007 schreibt das BAKOM die Lizenzen für den Betrieb regionaler TV-Sender neu aus. Die Verantwortlichen bei der LZ Medien AG überlegen, ob in diesem Zusammenhang, ob eine **Beteiligungserhöhung** am Zentralschweizer Fernsehen TeleTell oder ein Antrag für eine **eigene Sendelizenz** sinnvoller und erfolgversprechender ist. Um diese Evaluation besser vornehmen zu können, wurde eine Umfrage zum Thema „Regional-TV“ in Auftrag gegeben, mit dem Ziel, die Beachtung, Nutzung und Bewertung von TeleTell sowie das Interesse an regionalen Sendethemen erheben zu lassen.

Universum / Zielgruppe

Die Grundgesamtheit umfasst die sprachassimierte Wohnbevölkerung der 6 Zentralschweizer Kantone von 15 bis 74 Jahren. Die Zielpersonen haben im 2007 zumindest gelegentlich Fernsehen geschaut.

Befragungszeit / -ort

06. bis 16. August 2007; DemoSCOPE Telefonlabor in Adligenswil

Erhebungsmethode

Quantitative CATI-Studie mit computergestützten Telefoninterviews. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug **16 Minuten 59 Sekunden**.

Stichprobe

752 Interviews; quotiert nach Geschlecht und Alter, mit **repräsentativer** Verteilung innerhalb der Befragungsgebiete.

Projektleitung

Gyula Sövegjarto Senior Research Consultant
Valérie Humbrecht Marktforschungsassistentin

Präsentationsgrafiken

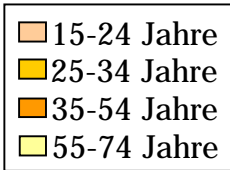
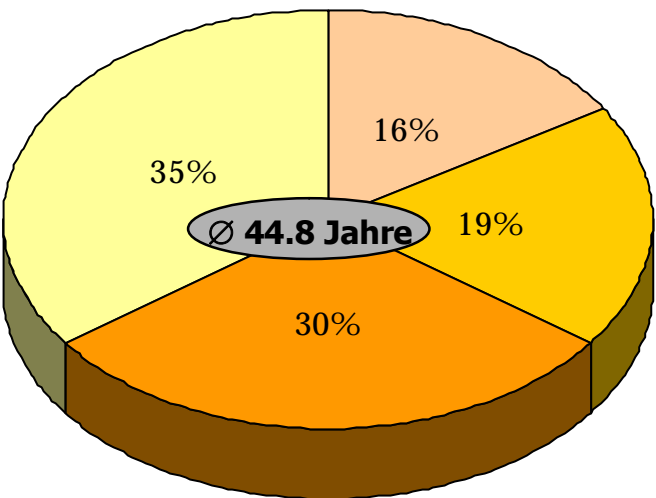
Die folgende Grafikset beinhaltet die wichtigsten Umfrageresultate, zumeist dargestellt in Form von Totalwerten, inkl. +/- für signifikante Abweichungen.

„Statistisches“ zu den Befragten

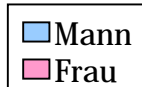
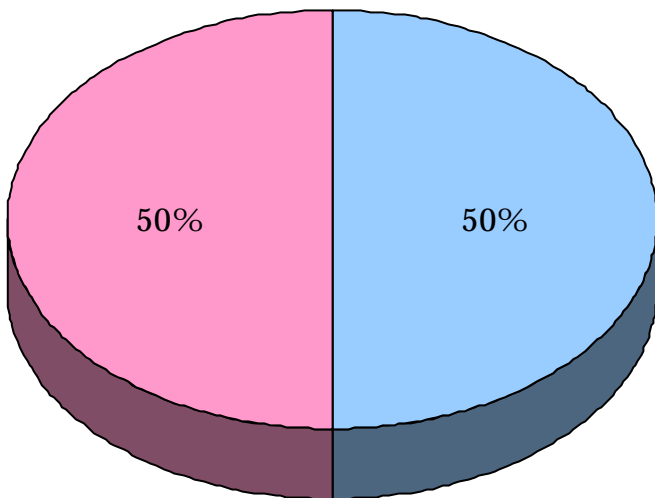
Alter, Geschlecht, Erwerbstätigkeit der Auskunftsperson

S1, S2, SD04

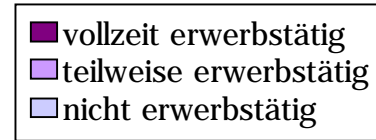
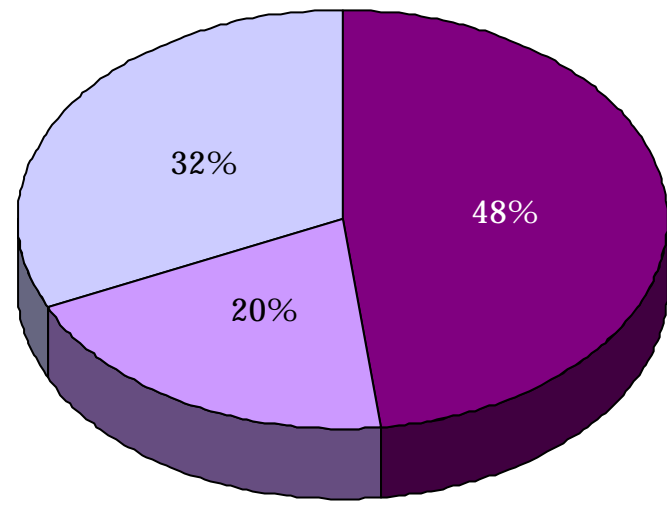
Alter



Geschlecht



Erwerbstätigkeit

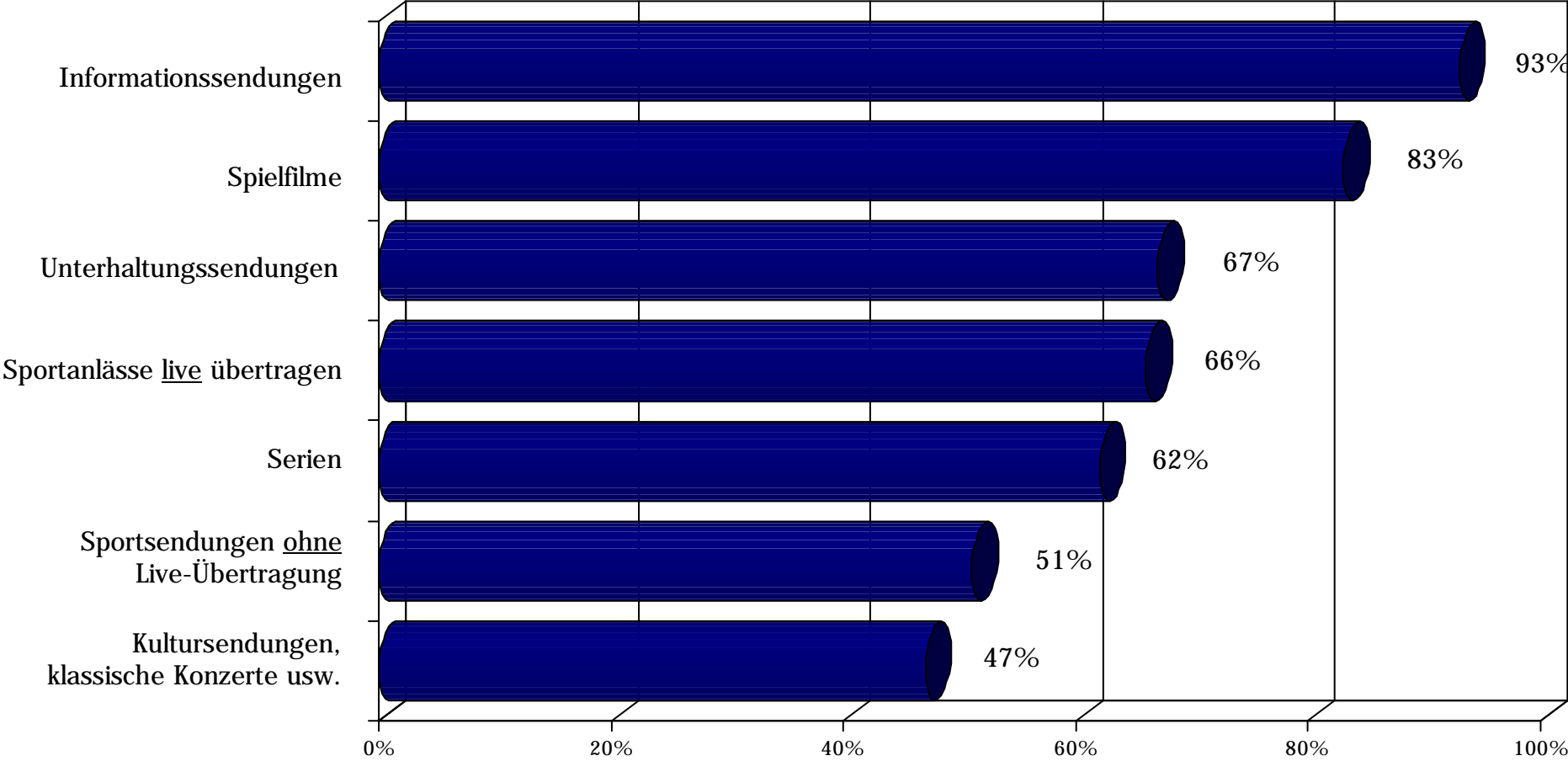


Basis: 752 Befragte

TV-Nutzung generell

Genutzte TV-Sendungen

Q01 "Wir möchten wissen, wer welche Medien nutzt, was ihm/ihr dabei wichtig ist und was über einzelne Medien gedacht wird. Welche von den folgenden Arten von Sendungen haben Sie in diesem Jahr mindestens gelegentlich angeschaut, egal auf welchem Sender?"

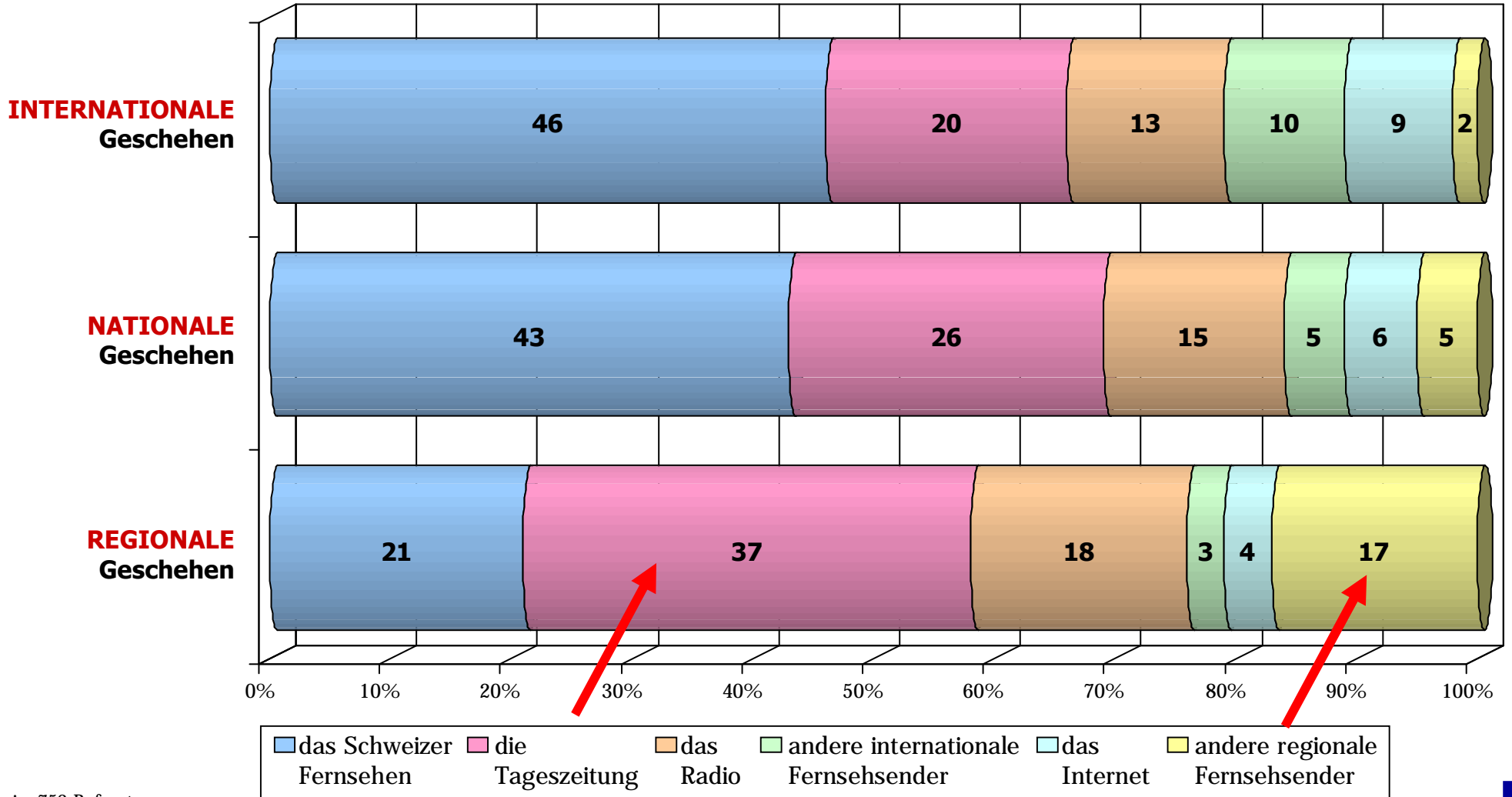


Basis: 752 Befragte, Werte „ja, angeschaut“

Präferierte Medien

Q02

"Wenn Sie sich über das tagesaktuelle informieren, welches Medium bevorzugen Sie dann? Ist das das Schweizer Fernsehen, andere internationale Fernsehsender, andere regionale Fernsehsender, das Radio, die Tageszeitung oder das Internet?"

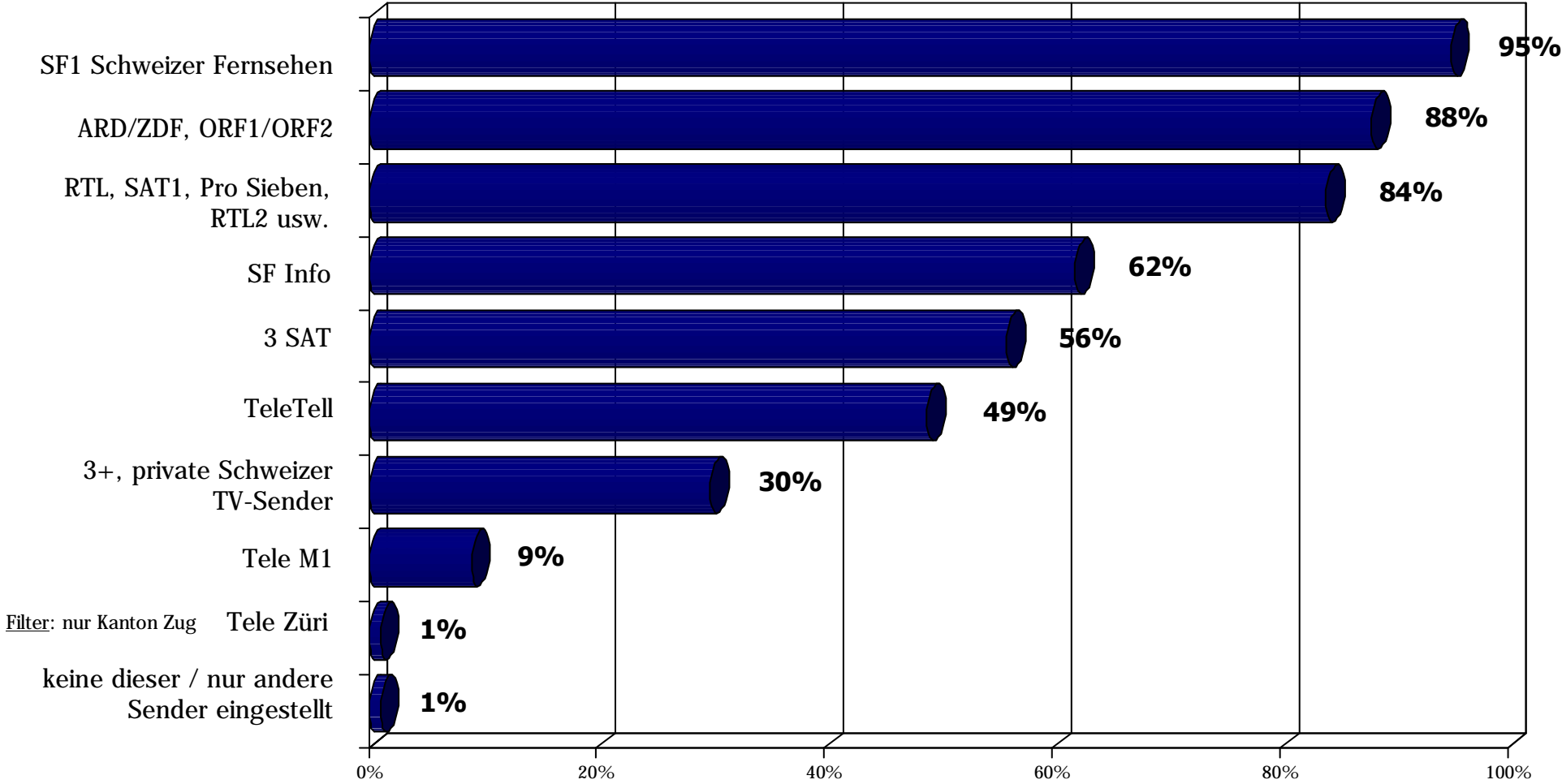


Basis: 752 Befragte

Genutzte TV-Sender

Q03

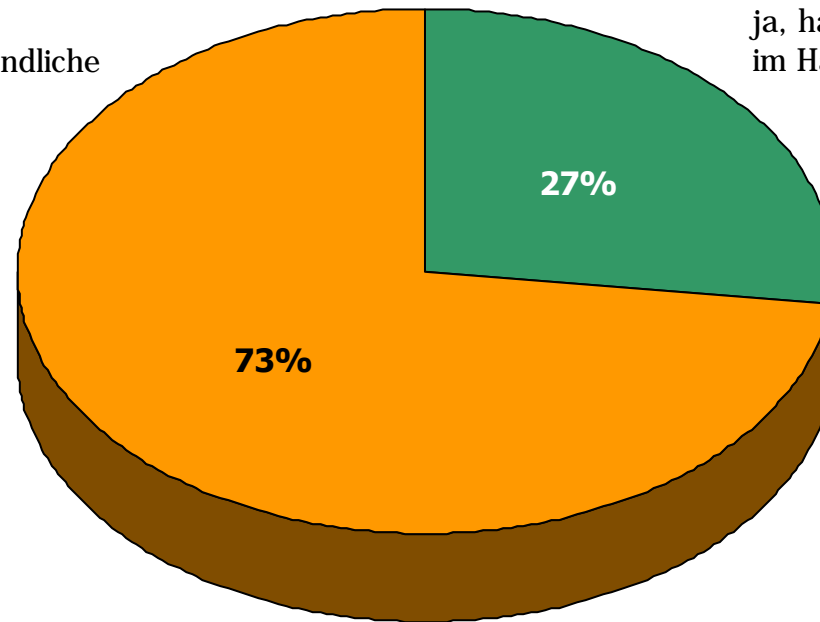
"Haben Sie in diesem Jahr mindestens gelegentlich folgende deutschsprachige Sender eingestellt?"



Basis: 752 Befragte, Werte „ja, Sender eingestellt“

"Gibt es in Ihrem Haushalt Kinder/Jugendliche, die mindestens gelegentlich Kinderprogramme oder Jugendsendungen am Fernsehen schauen?"

nein, keine solchen Kinder/Jugendliche im Haushalt

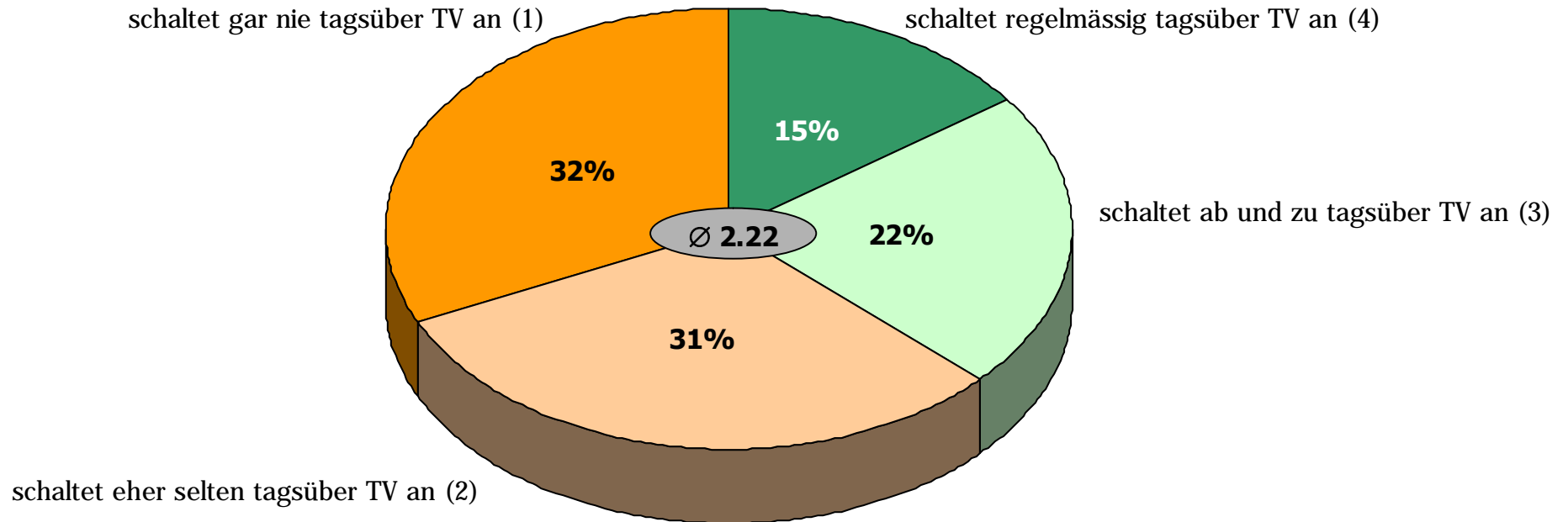


ja, hat solche Kinder/Jugendliche im Haushalt = 203 Haushalte

Fernsehen als Tagesmedium

Q05.01

"Viele Menschen schalten den Fernseher auch schon mal tagsüber ein, um sich zu informieren oder zu unterhalten. Machen Sie selber das regelmässig, ab und zu, eher selten oder gar nie?"



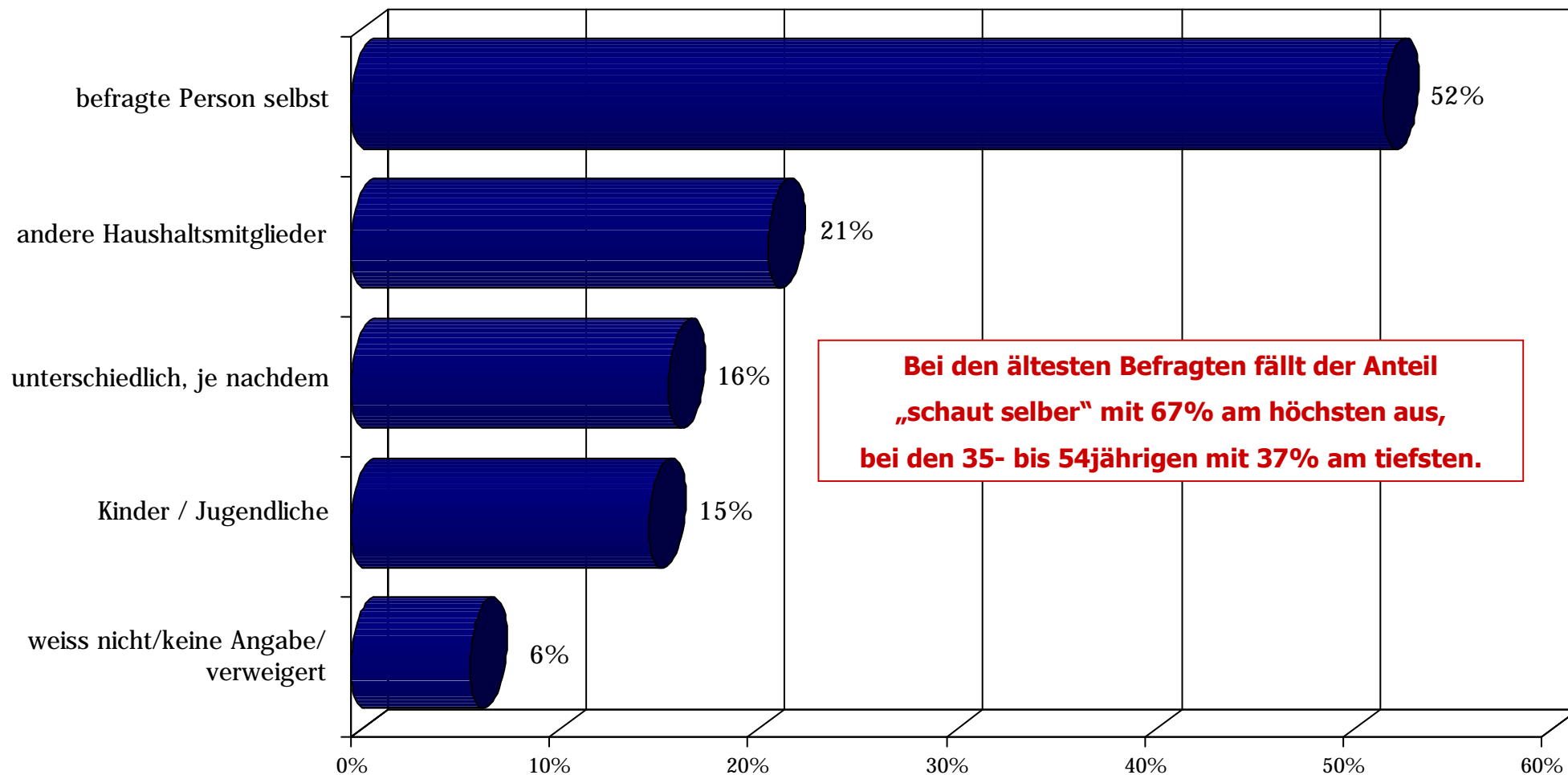
26% der 15- bis 24jährigen schalten regelmässig tagsüber den Fernseher an.

Fernsehnutzer tagsüber

Q05.02

"Wer schaut bei Ihnen tagsüber vor allem Fernsehen?
Sie selber, Kinder/Jugendliche oder andere Haushaltsmitglieder?"

Filter: schaltet tagsüber TV regelmässig / ab und zu / selten an



Basis: 499 Befragte

11

Allgemeine Fernsehnutzung

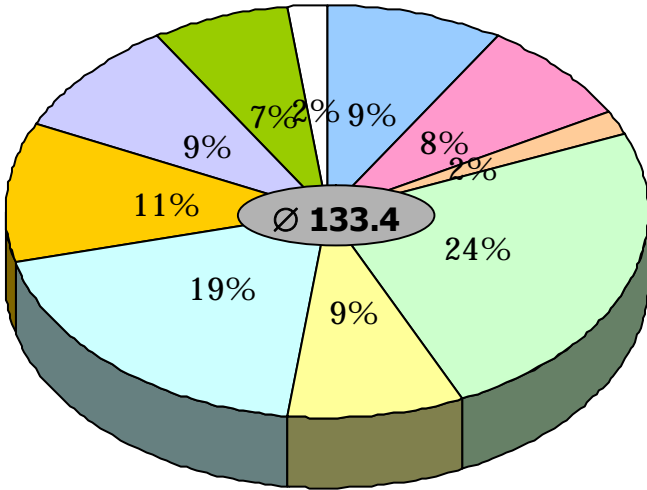
Q06.01 – Q06.03

"Wie lange etwa schauen Sie pro Tag während der Woche, also von Montag bis Freitag, normalerweise Fernsehen?"

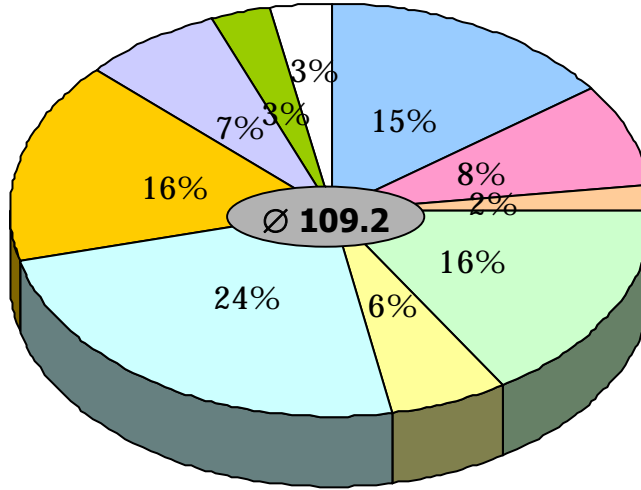
"Und wie lange etwa schauen Sie am Samstag normalerweise Fernsehen?"

"Und wie lange etwa schauen Sie am Sonntag normalerweise Fernsehen?"

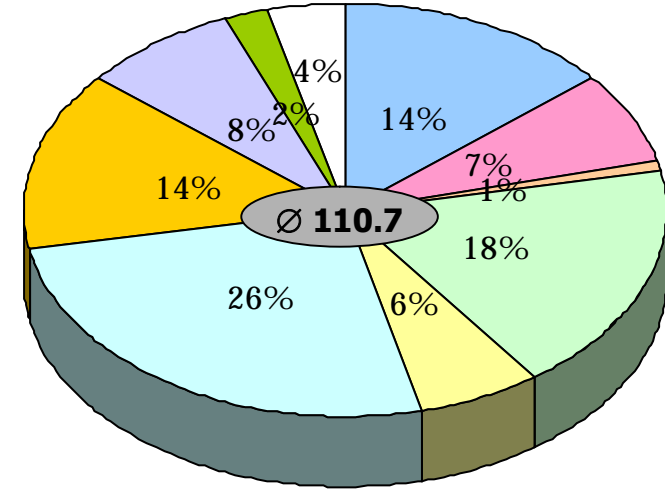
Werktags



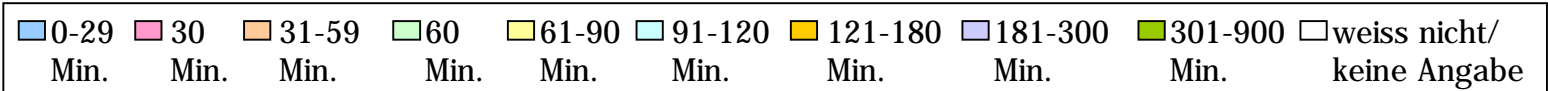
Samstags



Sonntags



15- bis 24jährige schauen werktags im Schnitt 161 Minuten TV, 35- bis 54jährige hingegen ,nur' 99 Minuten.

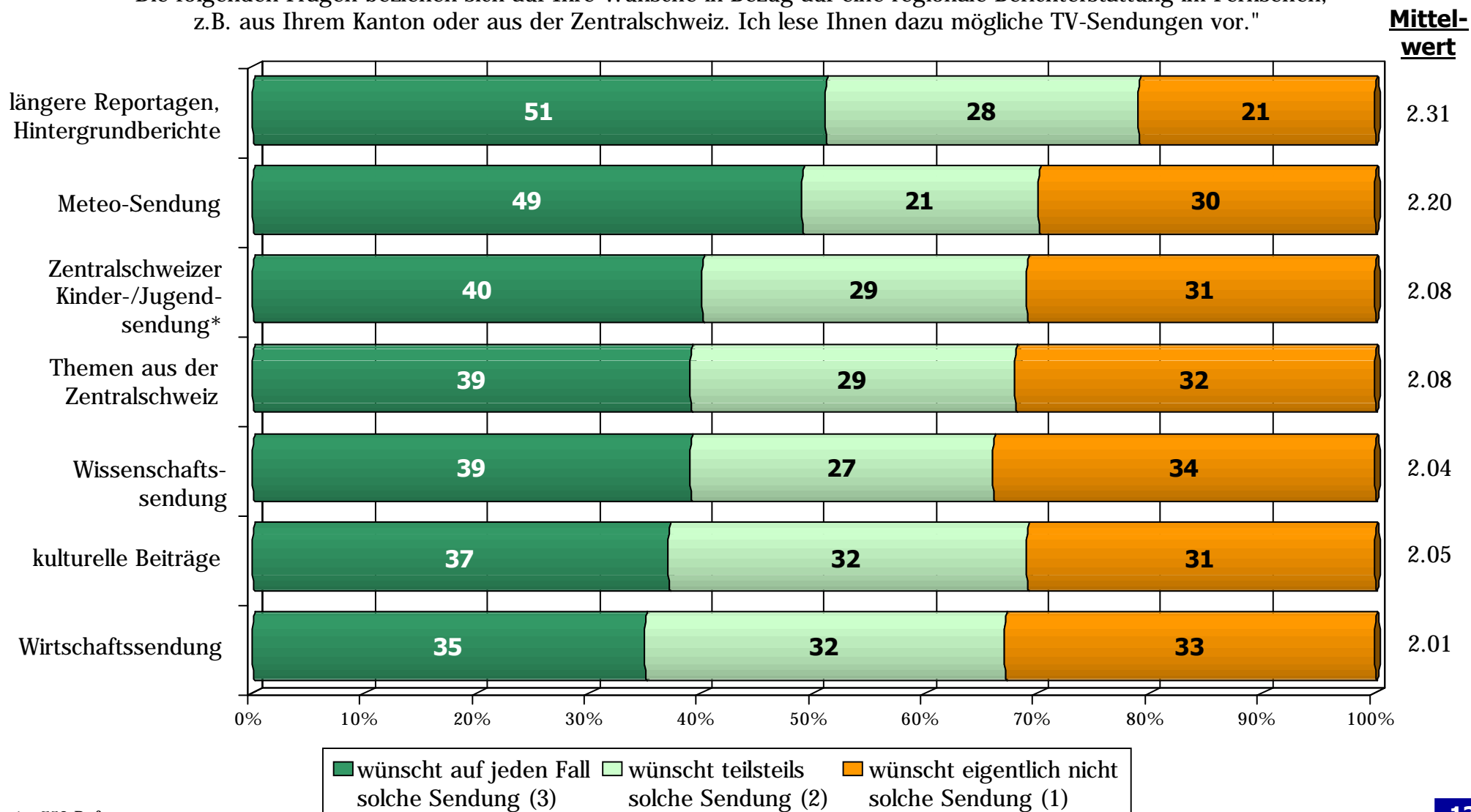


Basis: 752 Befragte

Berichterstattung aus der Region - I

Q07

"Die folgenden Fragen beziehen sich auf Ihre Wünsche in Bezug auf eine regionale Berichterstattung im Fernsehen, z.B. aus Ihrem Kanton oder aus der Zentralschweiz. Ich lese Ihnen dazu mögliche TV-Sendungen vor."



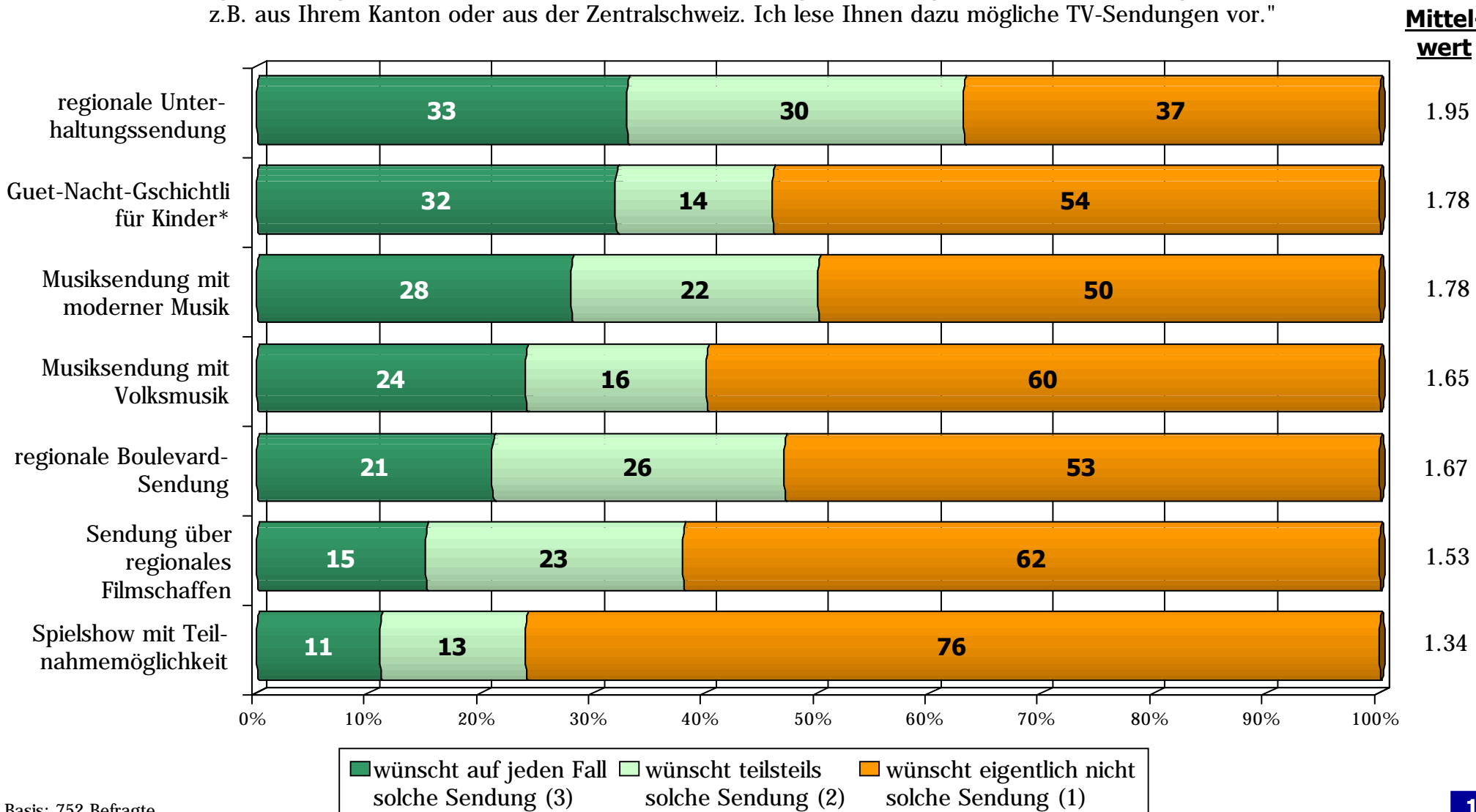
Basis: 752 Befragte

13

Berichterstattung aus der Region - II

Q07

"Die folgenden Fragen beziehen sich auf Ihre Wünsche in Bezug auf eine regionale Berichterstattung im Fernsehen, z.B. aus Ihrem Kanton oder aus der Zentralschweiz. Ich lese Ihnen dazu mögliche TV-Sendungen vor."



Basis: 752 Befragte

*Filter: Kinder/Jugendliche im Haushalt – 203 Befragte

Erwartete Beiträge Regionalsender

Q08

"Ich lese Ihnen nochmals einige mögliche Themen vor und bitte Sie, mir zu sagen jeweils, ob Sie zu diesen Themen "regelmässig", "ab und zu" oder "eher nicht" Beiträge auf einem regionalen Fernsehsender erwarten würden."

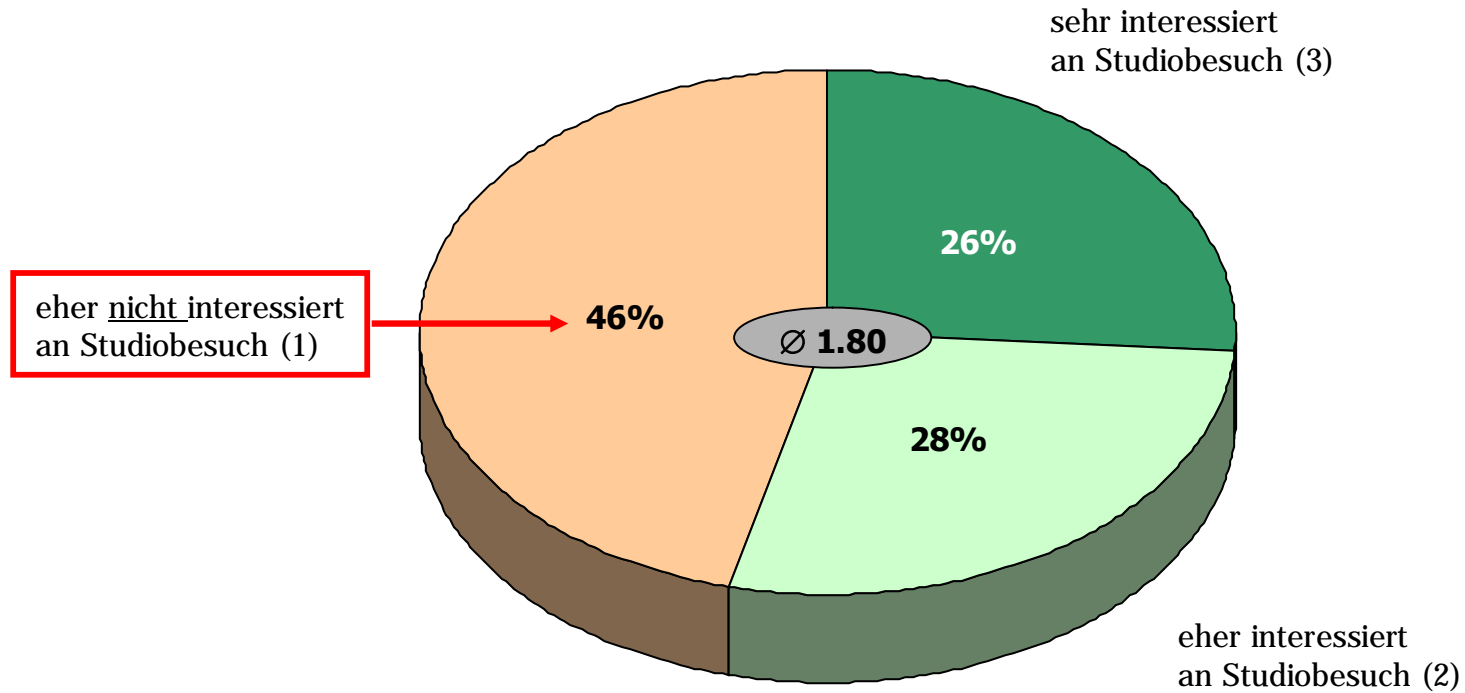


Basis: 752 Befragte

Interesse für Studiobesuch

Q09

"Würde es Sie interessieren, das Studio von einem Regionalfernsehen zu besuchen und den Fernsehmachern bei der Arbeit über die Schulter zu schauen?"



Basis: 752 Befragte

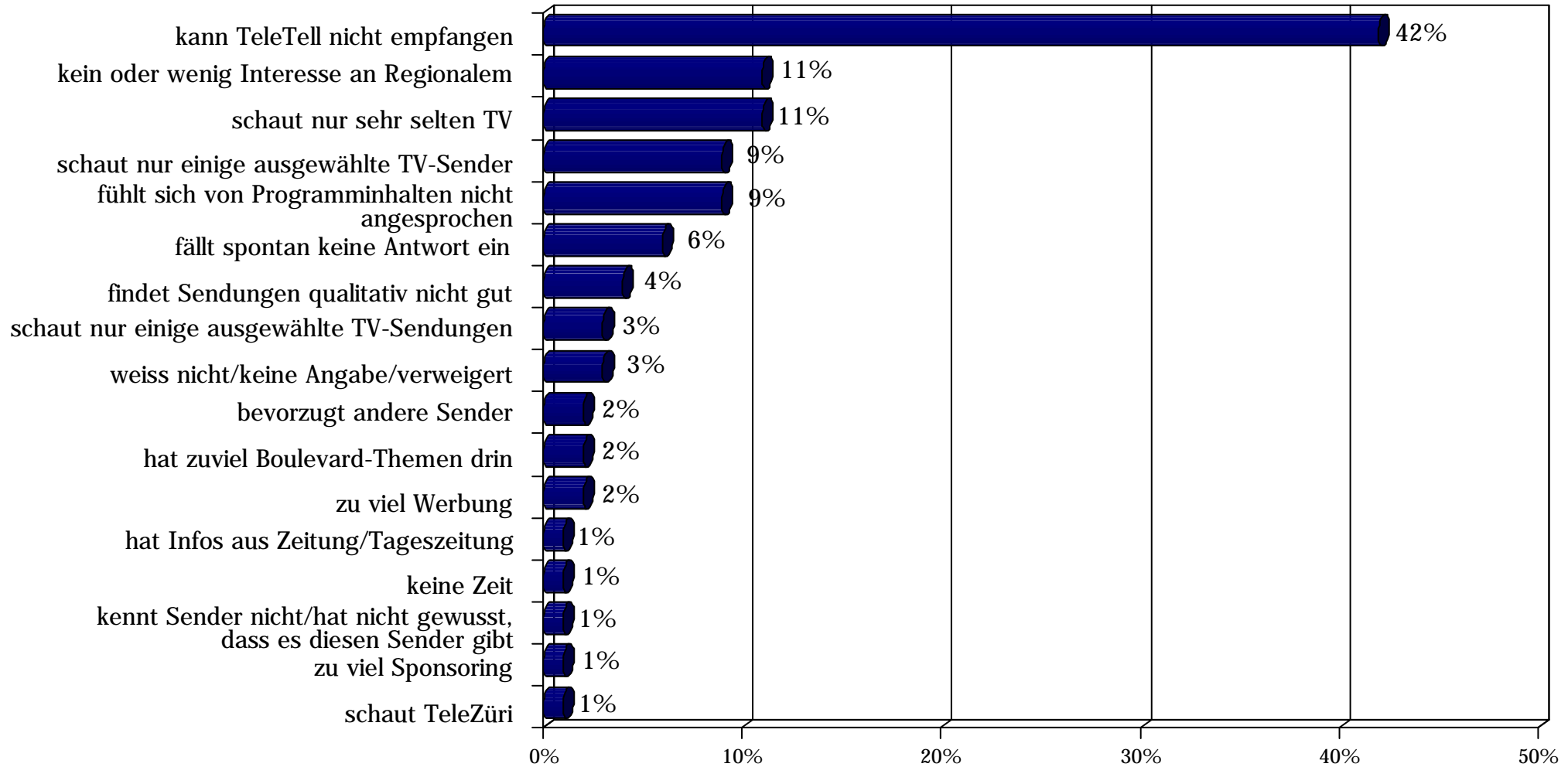
16

Befragte, die den Sender TeleTell NICHT nutzen

Gründe, warum TeleTell nicht eingestellt

Q27

"Warum schauen Sie nie/fast nie den Zentralschweizer Fernsehsender TeleTell?"



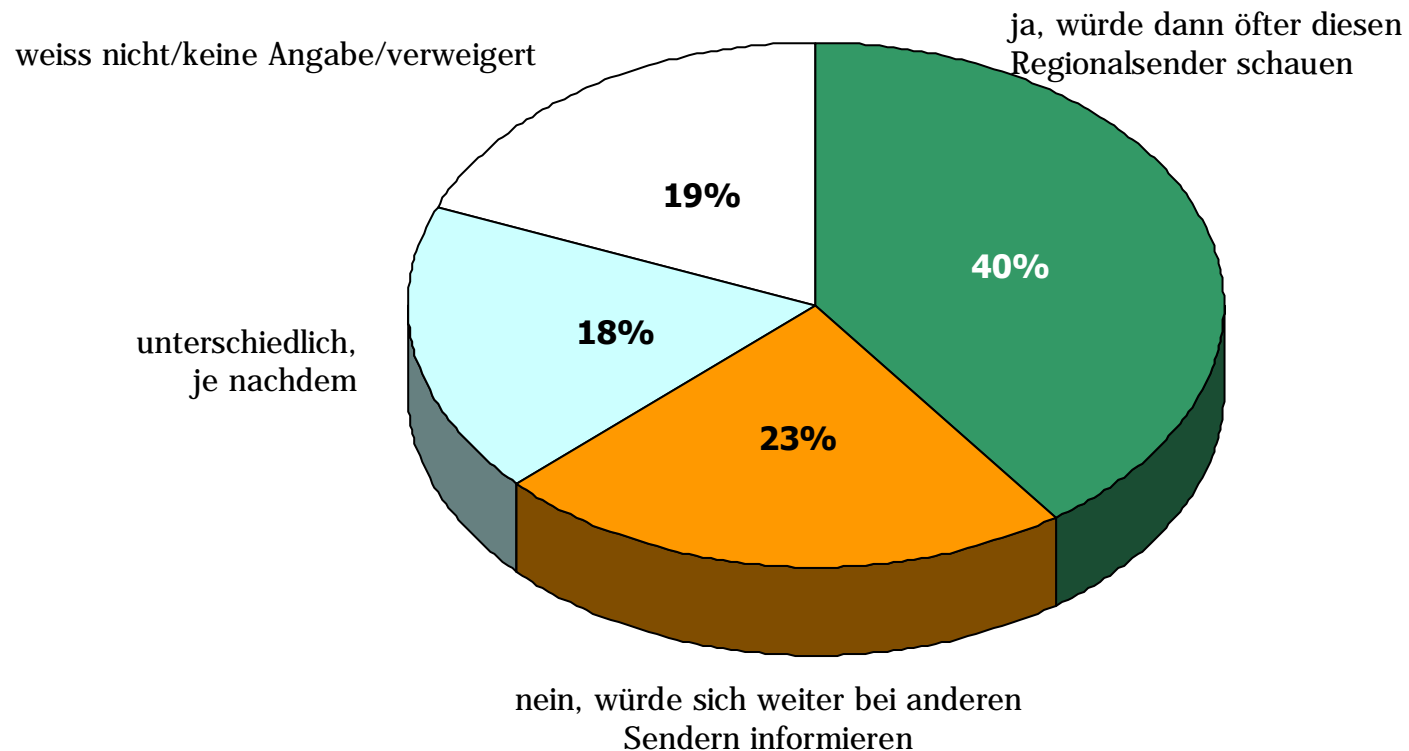
Basis: 385 Befragte

18

Nutzung TeleTell/Regionalsender, wenn besser

Q28

"Wenn TeleTell oder ein anderer regionaler Fernsehsender in seinen Informationssendungen breiter und/oder qualitativ besser und/oder ausgewogener berichten würde, würden Sie diese Sendungen dann öfter auf diesem Regionalsender schauen oder sich weiter bei anderen Sendern informieren?"



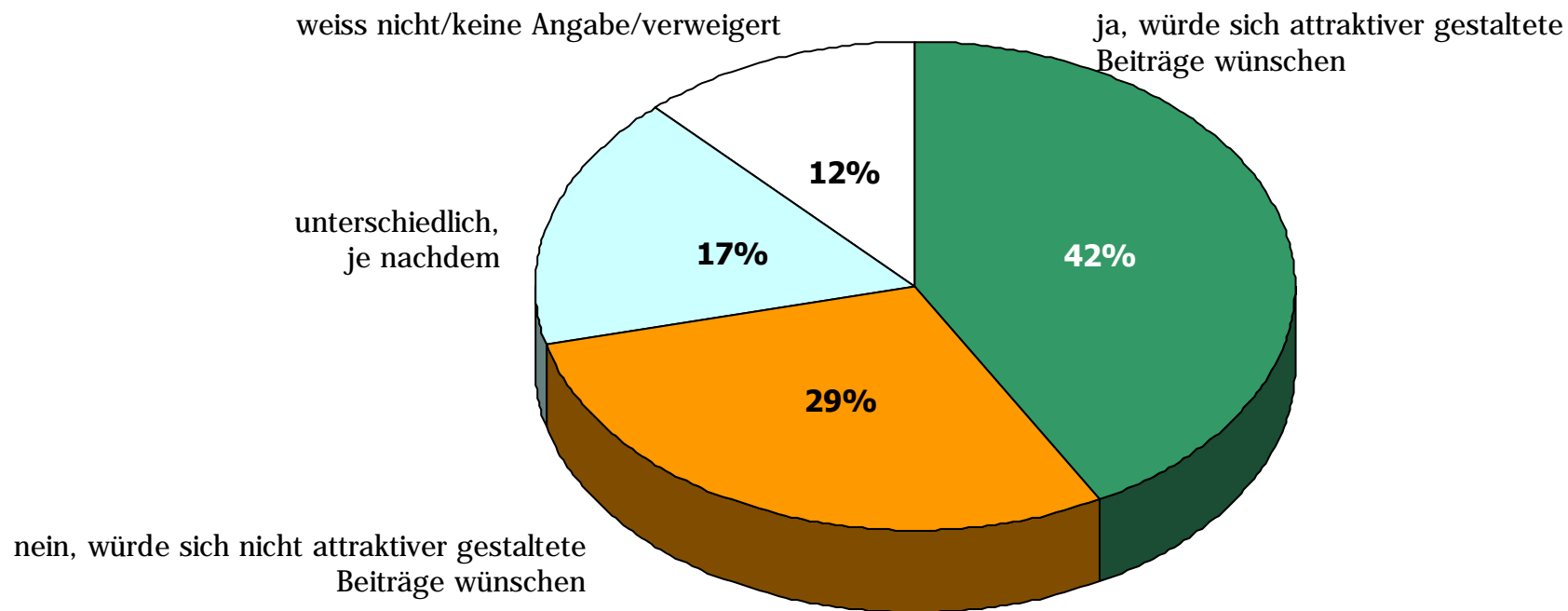
Basis: 385 Befragte

19

Wunsch nach attraktiver gestaltetem TV-News Magazin

Q29

"Würden Sie sich ganz allgemein in einem regionalen TV-News Magazin vermehrt attraktiver gestaltete Beiträge zum politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Geschehen wünschen?"



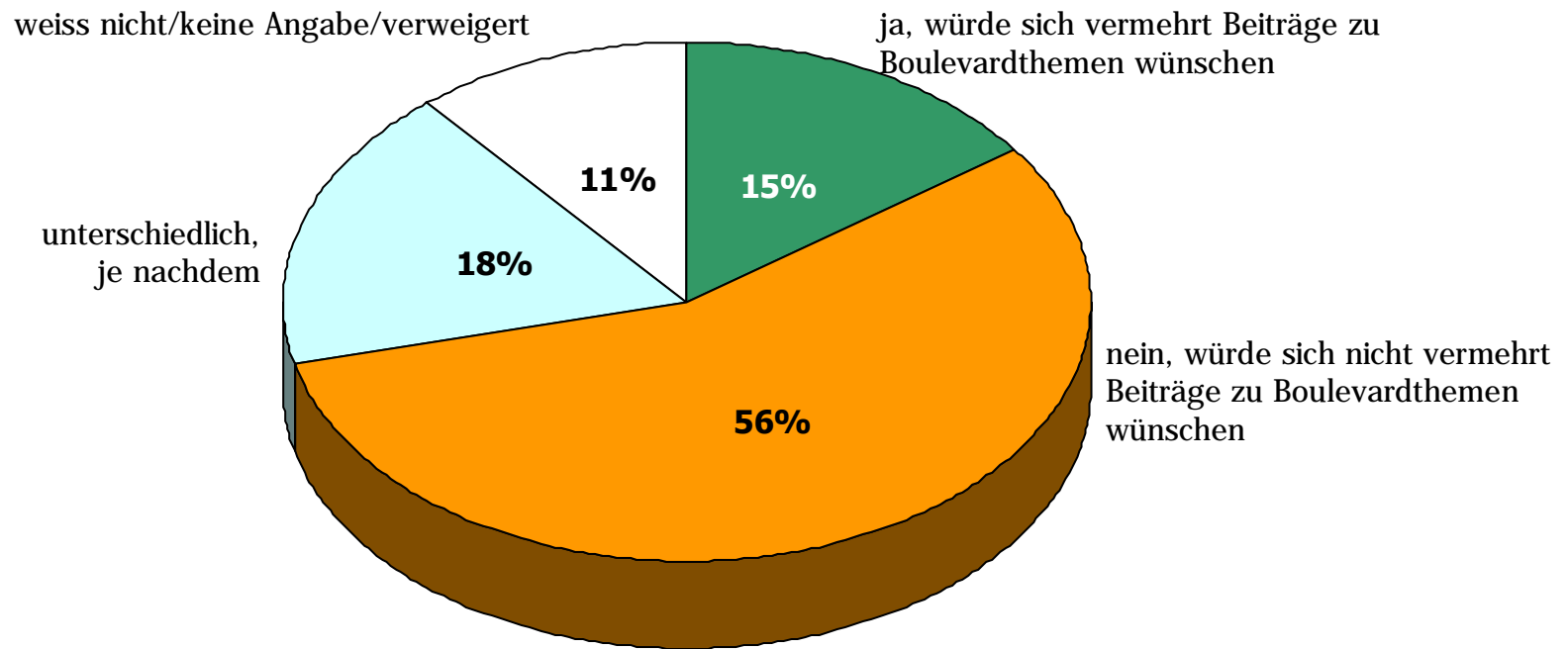
Basis: 385 Befragte

20

Wunsch nach vermehrten Boulevardthemen

Q30

"Würden Sie sich ganz allgemein in TeleTell oder in einem anderen regionalen Fernsehsender vermehrt Beiträge zu Boulevardthemen wünschen, also Beiträge über Unfälle, Verbrechen, Streitereien oder auch sogenannte VIP's, über Menschen und Schicksale?"



Basis: 385 Befragte

21

Um auf die anvisierte Zahl von 750 TV-Nutzern zu kommen, mussten insgesamt 911 Personen in den 6 Zentralschweizer Kantonen kontaktiert werden. Damit gaben 159 bzw. **17,5% aller Kontaktpersonen** an, sie hätten in diesem Jahr **NIE** ,mindestens ab und zu` **Fernsehen geschaut**.

Von diesen TV-Nichtnutzern sind 54% weiblich und 46% männlich. Mit 49% ist die Hälfte im Alter von 35 bis 54 Jahren, weitere 30% sind 55 bis 74 Jahre alt.

Verglichen mit der effektiven Befragtengruppe sind es vermehrt Bewohner/innen der Innerschweizer Kantone. So stammen hier ,nur` 28% aus dem Kanton Luzern, dessen Anteil bei den TV-Nutzern 40% beträgt.

Bei den 752 Befragten ist das Geschlechterverhältnis mit je 50% ausgeglichen und das Durchschnittsalter liegt bei 44,8 Jahren.

Die Stichprobe wurde ,disproportional` festgelegt, um die Kantone mit tieferen Bevölkerungsanteilen zumindest im Total ausweisen und analysieren zu können. Für eine „repräsentative Zentralschweizer Analyse“ müssten die regionalen Anteile gewichtet werden. So würden Obwalden und Uri z.B. statt je 10% effektiv noch rund 5% Anteil aufweisen.

Die durchschnittliche TV-Nutzung: während der Woche **133**, am Samstag **109** und am Sonntag **111** Minuten.

Von den erfragten Sendern wird **SF DRS von 95%** genutzt, gefolgt von ARD/ZDF, ORF1/ORF2 mit 88% und den deutschen Privatsendern mit 84%. **SF Info** wird von **62%** und 3sat von 56% beachtet. **49%** aller 752 TV-Nutzern haben in diesem Jahr **TeleTell** gelegentlich eingestellt.

Insgesamt kommt die „Information“ vor der „Unterhaltung“, gefolgt von „Sport live“ und „Serien“. „Sport ohne live-Beträge“ rangiert noch vor „Kultur“, wobei das individuelle Nutzungserhalten nach Alter und Geschlecht stärker differieren kann.

Von 385 Befragten geben 162 an, den Sender TeleTell **nicht empfangen** zu können (=22% der Gesamtheit). Auch hier sind die kantonalen Unterschiede gross. So sind zwar mit knapp 30% die meisten aus dem Kanton Luzern, doch weisen die Kantone Schwyz (27%) und Obwalden (17%) überproportional hohe Anteile aus.

Von total 752 Befragten **nutzen effektiv 223 Personen (30%) TeleTell nicht**, z.B. weil sie den Sender zu wenig attraktiv finden, weil sie wenig fernsehen, weil sie nicht an regionalen Themen interessiert sind.

Das **Interesse** aller 752 Befragten an regionalen Themen fokussiert sich auf „längere Reportagen und Hintergrundberichte“, auf eine „Meteo-Sendung“ wie auch auf Sendungen mit ‚*Bildungs-Charakter*‘. Musikalische und andere Unterhaltungssendungen scheinen weniger geschätzt und bei ‚*Boulevard-Themen*‘ wird nur sehr verhaltenes Interesse geäußert.

Die ‚*Erwartungshaltung*‘ hingegen zeigt, dass auf einem regionalen TV-Sender die **Mehrheit** regelmässig ‚**Beiträge zu internationalen Themen**‘ erwarten würde. Auch „Tier-/Naturthemen“ scheinen gewünscht wie auch „Kinder-/Jugendthemen“. Die Themen „Boulevard“ und „Sex“ werden nur von einer geringen Anteil der Befragten regelmässig erwartet.

Je nach Bevölkerungsgruppe fallen bei Einzelfragen die Werte deutlich verschieden aus. So finden rund 15% der 15- bis 24jährigen, das Thema „Boulevard“ werde in der Sendung AKTUELL zu wenig behandelt.

An einem **Studio-Besuch** ist **ein Viertel** aller 752 Befragten ‚**sehr interessiert**‘. Dieser Anteil von 26% findet sich grundsätzlich in jedem Segment wieder und ist mit 32% am höchsten bei den 25- bis 34jährigen.

46% sind ‚**eher nicht interessiert**‘, wobei dieser Anteil mit 53% überdurchschnittlich hoch bei den 55- bis 74jährigen ausfällt.