



# TELE TOP

## Der Service public-Sender für Zürich und die Nordostschweiz

### Konzessionsgesuch

#### 1. Zusammenfassung und Übersicht

Am 25. Februar 1986 um 20.00 Uhr ging Winti TV auf Sendung. Eine Gruppe von mutigen Initianten und dynamischen Mitarbeitern stellte eines der ersten und spannendsten Lokalfernsehen der Schweiz auf die Beine. Es gelang dem Team von Winti TV sehr rasch, sich in der Region zu verankern. Dazu kam schon früh die Einsicht, dass eine langfristige Zukunft zwischen den grossen Zentren Zürich und St. Gallen nur in einer Zusammenarbeit mit dem Schwesterunternehmen Radio Eulach möglich war. In den ersten Jahren wurden einzelne Sendungen an Abstimmungssonntagen produziert (1986: 2 Sendungen, 1987: 7 Sendungen, 1988: 9 Sendungen, 1989: 18 Sendungen). Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren ehrenamtlich tätig. Die Infrastruktur wurde von der Stadtantenne Winterthur zur Verfügung gestellt.

Nachdem 1998 aus den drei Privatradios Eulach, Thurgau und Wil RADIO TOP hervorging und in kurzer Zeit das neue Programm in der Bevölkerung verankert werden konnte, entschied sich das Schwesterunternehmen Winti TV auf den 1. Januar 1999 ebenfalls für einen regionalen Ausbau im Fernsehbereich. Am 22. März 1999 erhielt das neue TELE TOP eine Konzession für die Regionen Winterthur/Zürcher Oberland, Schaffhausen, Thurgau und Wil/Toggenburg. Im gleichen Jahr wurde in Frauenfeld ein modernes Regionalfernsehstudio in Betrieb genommen. Am 12. April 2000 bewilligte das UVEK zur Schaffung von mehr Wettbewerb im bisherigen Monopolraum St. Gallen eine Gebietserweiterung in den Raum St. Gallen/Rorschach/Appenzell. Die Tagesreichweite von TELE TOP ist von 27'500 (1999) auf über 100'000 (2007) Zuschauerinnen und Zuschauer gestiegen. Die höchsten Tagesreichweiten werden an den Wahl- und Abstimmungswochenenden erreicht. Dort werden regelmässig über 150'000 Zuschauerinnen und Zuschauer gezählt.

TELE TOP ist zusammen mit dem Schwesterunternehmen RADIO TOP das einzige verlagsunabhängige Medienunternehmen im Raum Zürich - Ostschweiz. Noch vor fünf Jahren gab es in den Kantonen Zürich, Schaffhausen, Thurgau, St. Gallen, Appenzell-Ausserrhoden und Appenzell-Innerrhoden eine grosse Presse- und Medienvielfalt. Unterdessen haben die grossen Zürcher Verlagshäuser Tamedia und NZZ-Gruppe die Zürcher Landzeitungen, aber auch die Thurgauer Zeitung und den Winterthurer Landboten gekauft oder über Beteiligungen die effektive Kontrolle übernommen. Die Tagblatt-Medien gehören schon seit 15 Jahren zur NZZ-Gruppe. Die Hoffnung, dass Tamedia und NZZ/Tagblatt-Medien im Raum Zürich – Ostschweiz einen gesunden Medienwettbewerb führen würden, haben sich spätestens seit der einvernehmlichen publizistischen Aufteilung des Kantons Thurgau am 20. September 2006 zwischen der Thurgauer Zeitung und dem St. Galler Tagblatt zerschlagen. Auch aus einer medienpolitischen Gesamtsicht wäre die Erteilung der gewünschten Fernsehkonzessionen an TELE TOP (für das Versorgungsgebiet Region 10 Zürich-Nordostschweiz) bzw. an TELE SÄNTIS (für das Versorgungsgebiet Region 11 Ostschweiz) sinnvoll.

Name bzw. Firma des Gesuchstellers (2.1.a): **TELE TOP**

Art der geplanten Veranstaltung (3. a): Radio  Fernsehen

Verbreitungsart (3. c): terrestrisch  Kabel

Versorgungsgebiet (3.): Region 10 Zürich-Nordostschweiz

Name des Programms (3.): TELE TOP

Schwerpunkte des Programms (3.): Informationen aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft mit 3 Programmfenster für ein breites Zielpublikum (15 – 75 Jahre)

Programm werbefinanziert (4.): ja  nein

Ausbaustufen (8.): Verbreitung über Satellit und DVB-T

## 2. Identität des Gesuchstellers

### 2.1. Allgemeine Angaben zum Gesuchsteller

a. Name bzw. Firma des Gesuchstellers

**TELE TOP**

b. Sitz

**Gertrudstrasse 1, Postfach 2299, 8401 Winterthur**

**Beilage:** Handelsregister-Auszug

c. Vertreter gegenüber dem BAKOM

**Dr. Günter Heuberger**

**TELE TOP**

**Postfach 2299**

**8401 Winterthur**

**Tel 052 244 88 00 / Fax 052 244 88 01 Mail: guenter.heuberger@teletop.ch**

## 2.2. Organisation und Zusammensetzung

- a. Rechtsform  
**Aktiengesellschaft**  
**Beilage:** Statuten 2003 der TELE TOP AG
- b. Organisationsstruktur  
**Beilagen:** - Organigramm TELE TOP 2007  
- Geschäftsordnung von TELE TOP 2005
- c. Vorgesehene personelle Zusammensetzung der leitenden Organe unter Angabe des Wohnsitzes und der Nationalität der Personen  
**Leitende Organe/Verwaltungsrat TELE TOP**  
Dr. Günter Heuberger, Seuzach, Präsident und Delegierter  
Martin Baldauf, Elgg  
Heinrich Schifferle, Winterthur  
Paul Winiker, Kriens  
alles Schweizer Staatsbürger  
**Geschäftsführung**  
Günter Heuberger
- d. Beteiligungsverhältnisse  
**Beilage:** Aktienbuch
- e. Geschäftsbericht  
**Beilagen:** - Geschäftsbericht 2006 der TOP-Medien  
- Erfolgsrechnung und Bilanz 2006

## 2.3. Tätigkeit des Gesuchstellers im Medienbereich

- a. Ausgeübte oder geplante Tätigkeit im schweizerischen und ausländischen Medienwesen oder in verwandten Bereichen  
**Betreiben eines Regionalfernsehens**
- b. Beteiligung an Drittunternehmen in den unter a.) angegebenen Bereichen  
**Die Gesuchstellerin ist an keinen Unternehmen beteiligt.**
- c. Zusammenarbeit mit Unternehmen in den unter a) angegeben Bereichen  
**Die Gesuchstellerin arbeitet nur mit den anderen TOP-Medien zusammen. Allerdings wird jedes Unternehmen separat geführt. Eine Zusammenarbeit wird mit den unter a. und b. erwähnten Bereichen und Gesellschaften besteht. Alle eigenen Rechtsgesellschaften werden als solche behandelt. Allfällige Transferpreise sind transparent und unterstehen dem Ansatz wie Dritte.**

## 2.4. Angaben zu den einzelnen an der Unternehmung Beteiligten

- a. Natürliche Personen, die einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent halten.

Günter Heuberger, Seuzach 92 Prozent, Schweizer, Geschäftsführer  
RADIO TOP / TELE TOP, arbeitet seit 1983  
zu 100 % im Medienwesen.

**Beilage:** Lebenslauf Günter Heuberger mit Tätigkeiten

- c. Natürliche und juristische Personen, die dem Gesuchsteller Kredite im Umfang von mindestens einem Viertel von dessen Eigenkapital gewähren

**Günter Heuberger, Seuzach** Aktionär und Geschäftsführer

## 3. Programm

### 3.1. Art des geplanten Fernsehprogramms

- a. Zeitlicher Umfang, Inhalt und Struktur des Programms

**24 Stundenprogramm. Schwerpunkt ist ein Informationsprogramm, das um 1800 beginnt. In den ersten 15 Minuten des Sendegefässes TOP NEWS sind darin 3 längere Beiträge und ein Nachrichtenblock mit mehreren Einspielungen von Statements (O-Töne). Um 1812 folgt das Wetter für die Region Zürich-Nordostschweiz gefolgt von einem überregionalen/nationalen Werbeblock. Punkt 1815 erfolgt die Trennung in die drei gleichwertigen Programmfenster:**

- Kanton Zürich
- Kanton Thurgau
- Kanton Schaffhausen

**In den nächsten 15 Minuten folgen 2 längere Beiträge und ein regionaler Nachrichtenblock. Anschliessend folgt ein regionaler Werbeblock, der den regionalen Kunden erlaubt, ihre Zielgruppe in jeder Region zu günstigen Preisen zu erreichen.**

**Von 1830 – 1855 wird der TOP TALK ausgestrahlt. Dort werden tagesaktuelle Themen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport in der Regel live diskutiert.**

Mit diesem Programmkonzept wird das seit dem 1. November 1999 bewährte tagesaktuelle Regionalfernsehprogramm von TELE TOP stärker auf die Bedürfnisse der Regionen fokussiert. Das bisherige Programm von TELE TOP hatte nämlich keine inhaltlich-qualitativen, dafür aber geographisch-strukturelle Mängel. Die Redaktion von TELE TOP bemühte sich (zurecht!) nach journalistisch-professionellen Grundregeln (Relevanz, Wahrheit/Ethik, Geschwindigkeit, Attraktivität) zu programmieren. Weil deswegen in den

Kantone des bisherig grossen Sendegebietes (Kantone Thurgau, Schaffhausen, Appenzell-Innerrhoden, Appenzell-Ausserrhoden, Zürich (Teile) und St. Gallen (Teile) praktisch jeden Tag eine andere Reihenfolge der Beiträge und Nachrichten resultierte, konnten sich die Zuschauerinnen und Zuschauer zuwenig an den von ihnen gewünschten Ablauf in geographischer Hinsicht gewöhnen. **Die nun durch die neue Gebietseinteilung auf die Kantone Zürich, Thurgau und Schaffhausen mögliche Konzentration der Beiträge und Nachrichten dürfte sehr rasch zu einem beträchtlichen Anstieg der Zuschauerzahlen, der Nutzungsminuten und des Marktanteils von TELE TOP führen.**

Die gleiche Entwicklung passierte ab 1998 bei RADIO TOP, als zuerst 5, später 6 und schliesslich 7 tägliche Programmfenster in den Studios Winterthur, Frauenfeld und Wil (später St. Gallen) produziert wurden, Die Tagesreichweite stieg innert zwei Jahren von 150'000 auf über 200'000 Hörer.

Wir sind der Ansicht, dass sich mit dem Gebührenanteil von Fr. 1'476'091.00 pro Jahr zur Produktion der Programmfenster für die Kantone Thurgau und Schaffhausen sehr gute qualitativ hochwertige Informationsbeiträge und Nachrichten produzieren lassen. TELE TOP wird die beiden Programmfenster genau gleich hoch – nämlich mit je Fr. 738'045.50 ausstatten.

**Wir machen allerdings das BAKOM und die Kantonsregierungen darauf aufmerksam, dass wir planen, den Wahlkreis Wil (SG) zwischen 1815 und 1830 mit dem Programmfenster für den Kanton Thurgau zu bedienen und nicht mit dem Programmfenster für den Kanton Zürich.** Die Stadt Wil und die Regionalplanungsgruppe Wil hatten sich im Vernehmlassungsverfahren für eine Überlappung der beiden Versorgungsgebiete Zürich-Nordostschweiz und Ostschweiz eingesetzt. Wir gehen davon aus, dass diese Stellungnahmen sich in erster Linie auf die Überlappung der beiden Versorgungsgebiete im Mantelprogramm und nicht auf die Frage der Zugehörigkeit zu einem Programmfenster bezogen.

Die Frage der Bedienung des Wahlkreises Wil (SG) hat aber selbstverständlich Konsequenzen für die Berichterstattung, welche von einem seriösen Gesuchsteller aufgezeigt werden müssen:

1. Die Bedienung des Wahlkreises Wil (SG) mit dem Thurgauer Programmfenster führt dazu, dass regelmässig redaktionelle Kapazitäten dort eingesetzt werden, die der Berichterstattung über den Kanton Thurgau grundsätzlich abgehen. Natürlich wird dies wegen des Thurgauer Studios in Frauenfeld nicht im Übermass der Fall sein, aber trotzdem kann es zu Diskussionen kommen, welchen wir uns stellen werden.

**Beilage:** Qualitätssicherungskonzept TOP-Medien (5.2.3.3. Feedback-System: Einsetzung einer externen Feedback-Systems der Informationschefs der Kantone und wichtigsten Städte im Sendegebiet).

2. Es könnte die Ansicht vertreten werden, dass die Berichterstattung über den Wahlkreis Wil (SG) dem Budget für das Thurgauer Programmfenster von Fr. 738'045.50 abgehen könnte. Wir sehen dies nicht so, da wir davon ausgehen, dass die regionalen Werbeerträge aufgrund der über Jahre erreichten sehr guten Verankerung von TELE TOP im Kanton Thurgau

hoch bleiben werden, auch wenn das Hauptstudio in den Kanton Zürich verschoben werden muss. Das bedeutet, dass für den Kanton Thurgau in einer Vollkostenrechnung gesamthaft mehr Geld zur Verfügung stehen wird, was wiederum in die Qualitätssicherung allgemein und in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investiert werden kann.

3. Die regionalen Werbeerträge der Region Wil sind ebenfalls nicht zu unterschätzen. Einerseits ist die Marke TELE TOP durch die lange Tradition von Radio Wil und von RADIO TOP (mit Studiostandort) ebenfalls sehr gut verankert. Andererseits ist die Region Wil als Drehscheibe auf den Achsen Winterthur – St. Gallen und Frauenfeld/Weinfelden – Wattwil ein wirtschaftlich stark wachsendes Gebiet.

**Bei besonderen regionalen Ereignissen (Wahlen und Abstimmungen, Aussenübertragungen) werden zusätzliche Programmfenster geöffnet. TELE TOP hat in den letzten Jahren zahlreiche Sondersendungen mit grossem Aufwand und Erfolg produziert.** Übertragen wurden Podiumsgespräche zu den Regierungsratswahlen in den Kantonen Zürich, Schaffhausen, Thurgau und St. Gallen, zu den Stadtratswahlen in Winterthur und St. Gallen und – als neueste Beispiele – zu den Ständeratswahlen im Kanton Zürich und im Kanton St. Gallen. An den Wahl- und Abstimmungssonntagen der letzten Jahre bauten wir unser Angebot immer mehr aus. **Mit den beiden Wahlsendungen vom 21. Oktober 2007 (live ab 1200 über Satellit aus dem TV-Studio Leutschenbach) und vom 25. November 2007 (live ab 1200 über 2 Satelliten sowohl aus dem Walcheturm in Zürich als auch aus dem Pfalz Keller in St. Gallen hat TELE TOP eindrücklich bewegt, dass es – mit beträchtlichem Mitteleinsatz – auf der regionalen Ebene möglich ist, eine publizistisch starke Ergänzungsfunktion zu SF DRS einzunehmen.**

Die Sendung TOP TALK von 1830 – 1855 (mit stündlichen Wiederholungen) wurde im Jahr 2004 einmal wöchentlich eingeführt. Aufgrund der guten Resonanz und der zunehmenden Professionalisierung des Teams war es möglich, einen zweiten wöchentlichen TOP TALK zu produzieren. **Nach Erhalt der Konzession wird innerhalb der Redaktion ein eigenständiger Teil für den TOP TALK verantwortlich und gleichzeitig die Anzahl Sendungen von zwei auf vier in der Woche verdoppelt.** Im TOP TALK wird sich sehr deutlich das publizistische Selbstverständnis von TELE TOP zeigen. Es wird dort in erster Linie darum gehen, den Informationsstand der Bevölkerung über alle relevanten gesellschaftlichen Bereiche (Politik, Kultur, Wirtschaft, Sport, Freizeit, Soziales) zu verbessern und damit vor allem die Integration aller Bevölkerungskreise und -schichten sicherzustellen. Das bedeutet umgekehrt, dass "quotenbringende Einzelgäste" aus dem Show-Business und VIP-Bereich nur ausnahmsweise in einen TOP TALK eingeladen werden. Der TOP TALK ist also eine meinungsbildende Vertiefungssendung mit einer Vielfalt von Akteuren und Meinungen und wird nicht zu einem Bruch gegenüber dem Niveau der TOP NEWS und der Programmfenster führen.

Die TOP NEWS, die TOP PROGRAMMFENSTER für die Kantone Zürich, Thurgau und Schaffhausen und der TOP TALK werden während der ganzen Nacht und am Vormittag wiederholt. Allerdings werden wir die Möglichkeit schaffen, aktuelle Beiträge des Abends oder ganz wichtige Meldungen in das Programm einzubauen. Gleiches gilt für den TOP TALK, der beispielsweise zur Vielfalt der Akteure, stündlich abwechselnd ausgestrahlt werden kann.

Von 1500 – 1759 planen wir die Ausstrahlung von Magazinen aus dem Bereichen Wirtschaft, Kultur, Tourismus und Gesundheit, wobei durchaus auch jüngere Zielgruppen angesprochen werden sollten.

**Das Wochenendprogramm weist ebenfalls Fokussierungen auf den Service public régional gegenüber dem heutigen Programm auf.** So scheiden die von Tele Züri übernommenen Sendungen "Life-Style" (Freitagabend) und "Swiss-Date" (Samstagabend) aus dem Programm aus. Am Freitagabend wird ein eigenes Ausgehmagazin mit kulturellem Anspruch produziert. **Und am Samstagabend werden von 1830 bis 1900 mit der Sendung TOP KULTUR neue Wege beschritten.** Hier werden Ausschnitte aus kulturellen Veranstaltungen journalistisch aufbereitet gesendet. Ausserdem gibt es Überlegungen mit kulturellen Institutionen im ganzen Sendegebiet Zusammenarbeiten analog der SRG zu treffen, welche zu Live-Übertragungen führen werden. Dieses Konzept wird zweifellos zu einer starken Verankerung in allen Regionen der drei Kantone Zürich, Thurgau und Schaffhausen führen.

**Selbstverständlich gehört zu jedem ernstzunehmenden Regionalfernsehen ein TALK AM SONNTAG.** Für diese nach den TOP NEWS und TOP PROGRAMMFENSTERN von 1830 – 1900 dauernde attraktive Sendung werden die Gäste nach folgenden Kriterien ausgewählt:

- Beitrag an die politische Meinungsvielfalt (keine Stammgäste)
- Beitrag an die publizistische Meinungsvielfalt (keine Chefredaktoren von anderen Medien)
- Relevanz zu den geplanten Themen (keine Alleswisser)
- Beitrag zur geographischen Vielfalt (Gleichbehandlung der Kantone)
- Beitrag zur vertieften Diskussion der Themen (keine primär polarisierenden Quotenbringer)
- Beitrag zur Meinungsbildung über Fragen des Zusammenlebens und der Integration
- Beitrag zur Förderung des kulturellen und sozialen Zusammenlebens

TELE TOP widmet sich intensiv den Themen des Raumes Zürich - Nordostschweiz, aber insbesondere der sich oft benachteiligt fühlenden Ostschweiz. Die Ostschweiz ist ein Raum mit vielen interessanten Ereignissen, aktiven Einwohnern und einem starken Zusammengehörigkeitsgefühl.

Durch das Programm wird das politische, kulturelle, wirtschaftliche und sportliche Leben des Kommunikationsraumes Zürich - Nordostschweiz gefördert und in den anderen Landesteilen und in der Euregio Bodensee besser bekannt gemacht.

Durch die hinter TELE TOP stehenden Partner ist gewährleistet, dass ein wesentlicher Beitrag zur Meinungsbildung über Fragen des lokalen und regionalen Zusammenlebens sowie zur Förderung des kulturellen Lebens geleistet werden kann.

**Beilage:** Publizistische Leitlinien der TOP-Medien

- b. Anteil Sendungen, die sich inhaltlich direkt auf das Versorgungsgebiet beziehen

**Der Anteil der Sendungen die sich inhaltlich direkt auf das Versorgungsgebiet beziehen, liegt bei 100 %.**

### **3.2. Leistungsauftrag**

Wir begrüßen es, dass das BAKOM in diesem Bereich hohe Vorgaben macht und sich nicht durch die in der Branche geäußerte Kritik beeinflussen lässt. Für uns ist klar: Wer eine Konzession, also ein nicht unbeschränktes Gut, von der Allgemeinheit haben will, hat dafür einen ausgebauten Leistungsauftrag zu erfüllen! Wir unterstreichen auch an dieser Stelle, dass RADIO TOP und TELE TOP in diesem Bereich in den letzten Jahren sehr viel unternommen haben und weitere Schritte prüfen werden, welche über die in der Ausschreibung gemachten Anforderungen hinausgehen werden. Wir legen unsere Absichten und bereits erreichten Vorgaben in den folgenden Abschnitten dar:

#### **3.2.1. Sicherung der redaktionellen und programmlichen Qualität**

##### **3.2.1.1. Sicherung der redaktionellen Qualität**

##### **3.2.1.1.1. Verfahren der Qualitätssicherung**

**Wir verstehen unter der redaktionellen Qualitätssicherung die Sicherung und Steigerung der Qualität im ganzheitlichen Sinn für das Programm, aber auch für die anderen Abteilungen (Technik, Verkauf, Promotion/Dienste). TELE TOP hat in den letzten Jahren diesen Punkt trotz beschränkter Ressourcen und trotz dem Branchentrend zum Mainstream und zur Kommerzialisierung sehr stark gewichtet.** Unsere Entstehungsgeschichte aus dem kleinen WINTI TV des Jahres 1986 zum Start von TELE TOP auf den 1. Januar 1999 und den Gebietserweiterungen der Jahre 2000 und 2001 nach St. Gallen und Schaffhausen in die Räume der Monopolunternehmen (Zeitung, Radio, Fernsehen), hat unser Streben nach Qualität positiv beeinflusst. Wir legen Ihnen deshalb dar, mit welchen Elementen wir im Produktionsprozess die Qualitätssicherung begleiten und allfällige Korrekturen sicherstellen. Mit diesen strukturellen Massnahmen und organisatorischen Abläufen sorgen wir für eine kontinuierliche Überprüfung der erbrachten Leistungen im gesamten Unternehmen. Ausserdem verweisen wir ausdrücklich auf 5.b) Qualitätssicherungssystem. **Wir erarbeiten auch immer wieder neue Ziele, die über die gesetzten Ziele im Programmauftrag hinausgehen und so höheren selbst gesetzten Standards entsprechen müssen. Vor diesem Hintergrund begrüßen wir die mit der Konzession verbundenen Verpflichtungen, ein Qualitätssicherungssystem zu etablieren, welches mit Bezug auf die publizistische Programmproduktion folgende Elemente umfasst:**

**Inhaltliche und formale Qualitätsziele und -standards, welche sich auf den Programmauftrag beziehen und senderspezifische Leistungsanforderungen konkretisieren. Es bestehen bei TELE TOP bereits verschiedene wichtige Dokumente. Wir legen deren wichtigste Inhalte in Bezug auf das Verfahren der Qualitätssicherung hier dar.**

## **1. Leitbild**

Das Leitbild macht auf zwei Seiten die entscheidenden Aussagen zu folgenden Punkten: Unternehmen, MitarbeiterInnen, Programm, Finanzen, Technik, Führung, Ethik, Leistungsauftrag und Qualitätssicherung. In Bezug auf das Verfahren weisen wir insbesondere auf Punkt 2, MitarbeiterInnen, hin. Dort wird bereits die laufende interne und externe Ausbildung ein erstes Mal verankert. Eine Besonderheit ist sicher auch die Umschreibung, dass die laufende Evaluierung neuer und die Pflege des bestehenden Kaderns höchste Aufmerksamkeit erfordert. Diese Sicht unterstreicht, dass das Kader zur Sicherstellung der Qualität eine wichtige Rolle spielt, weil Qualitätssicherung ein laufender Prozess ist, der immer wieder gegenüber anderen Interessen durchgesetzt werden muss.

In diese Richtung geht unsere in Punkt 4 des Leitbildes, Finanzen, deutlich formulierte Absicht, dass für uns die Maximierung des Gewinnes kein unternehmerisches Ziel ist.

Wir freuen uns, dass schon unser bisheriges Leitbild in der **BAKOM-Studie: Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006 von Vinzenz Wyss** gleich an mehreren Stellen gut dargestellt wird.

Vgl. Vinzenz Wyss, Forschungsbericht: Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006, Seite 10f.:

### ***Beliebiger und diffuser Qualitätsbegriff***

*"Auffallend ist, dass allein ein einziger TV-Sender (FC/Tele Top) und ein Radiosender über umfassende Leitbilder verfügen, welche die relevanten Punkte journalistischer Qualität, Unabhängigkeit, Ethik ansprechen. Im Falle des Radiosenders sind jedoch die Qualitätskriterien in einer grösseren Textmenge disparat so angeordnet, dass sie wenig praktikabel scheinen. Zudem werden sie bei diesem Sender kommerziellen Überlegungen nachgestellt bzw. untergeordnet. Das Leitbild von FC/Tele Top lässt alle anderen weit hinter sich (und könnte eventuell für einen Benchmark geeignet sein). Drei weitere Radiosender haben partielle Qualitäts-Leitbilder; darunter befindet sich auch das Kontrastradio. Ein kleiner Radio- und ein TV-Sender benennen in ihren Dokumenten wenigstens einzelne Prinzipien journalistischer Qualität. Erstaunlich ist, dass zwei der untersuchten TV-Sender (darunter FD/Tele Züri) und zwei Radio-Sender glauben, ganz ohne schriftliche Referenz auf journalistische Standards ihr Programm gestalten zu können".*

Vgl. weiter Vinzenz Wyss, Forschungsbericht: Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006, Seite 15f.:

### **Medientypischer und sprachkultureller Vergleich**

*"Die Vorstellung, dass grosse Stationen mit mehr Ressourcen auch mehr in die Qualitätssicherung investieren, konnte in der Dokumentenanalyse nicht erhärtet werden. Dies illustriert etwa das Beispiel eines Fernsehsenders (FD/Tele Züri), bei dem im Wesentlichen auf die Dokumente des Mutterhauses verwiesen wird. In diesen Dokumenten finden sich hingegen alle möglichen Reglemente bis hin zu einem Reglement über den Erlass von Reglementen – aber kaum Hinweise auf journalistische Qualität im Fernsehen. Ein anderer Fernsehsender (FC/Tele Top) – ressourcenschwächer – ist hingegen mit einem vergleichsweise adäquaten Leitbild ausgestattet. Die Dokumentenanalyse zeigt keinen eindeutigen Unterschied zwischen Radio und Fernsehen. Tendenziell lässt sich aus dem Duktus der Dokumente auf ein leicht höheres Qualitätsbewusstsein bei den Radiosendern schliessen – **mit Ausnahme der erwähnten Beispielhaftigkeit von Tele Top**. Auch bezüglich der Sprachregion ist keine eindeutige Differenz feststellbar. Vorsichtig können allenfalls zwei Beobachtungen festgehalten werden: Zweisprachige Sender an der Sprachgrenze verwenden einige Sorgfalt auf die Sicherung der Produktion, also auch auf einige Elemente der Qualitätssicherung. Sender der Romandie scheinen stärker auf informelle Qualitätswerkzeuge zu setzen, etwa Gespräche zwischen Redaktorinnen und Redaktoren oder Ausbildungsmassnahmen am Arbeitsplatz".*

Trotz diesem guten Zwischenzeugnis der BAKOM-Studie haben wir das Leitbild noch einmal in Richtung Leistungsauftrag und Qualitätssicherung verbessert, weil unterdessen das neue RTVG unsere bisherigen Bemühungen um den Service public régional nun gesetzlich umschrieben hat.

**Beilage:** Leitbild der TOP-Medien

## **2. Geschäftsordnung**

Auch dieses Dokument besteht schon sehr lange und wurde regelmässig den Veränderungen des Unternehmens angepasst. Entscheidend ist die Regelung der Aufgaben, Kompetenzen, Verantwortungen und der Zusammenarbeit der verschiedenen Organe. In den letzten Jahren wurde der **Geschäftsführer zur Erstellung eines Ausbildungskonzeptes und zur Erarbeitung einer Ethik-Charta des Unternehmens verpflichtet**. Beide Punkte sind Eckpfeiler der Qualitätssicherung für die Erfüllung des Leistungsauftrages. In den nächsten Monaten wird der Geschäftsführer mit der Erarbeitung eines umfangreichen Qualitätssicherungskonzeptes beauftragt, das auf Stufe Verwaltungsrat verabschiedet werden muss.

## Beilage: Geschäftsordnung von TELE TOP 2005

### 3. Organigramm

In diesem Punkt werden die TOP-Medien (RADIO TOP, TELE TOP) unter den neuen Konzessionen ihre Verpflichtung zur Erfüllung der Leistungsaufträge und damit der Qualitätssicherung am deutlichsten unterstreichen. Mit dem Erhalt der neuen Konzessionen mit Leistungsauftrag wird die **Stelle des Leiters "Qualitätssicherung"** geschaffen. Diese Stelle wird **als Stabsstelle direkt dem Geschäftsführer der TOP-Medien zugewiesen** und auf der gleichen Stufe wie der Leiter "Finanzen/Controlling" stehen. Diese ausgewiesene **Persönlichkeit mit primär publizistisch/strategischem Hintergrund** wird auf Kaderstufe entlohnt. Sie erhält die Mittel und Ressourcen um die mehrfach bewiesene **Vorreiterrolle von RADIO TOP und TELE TOP im Service public régional weiter auszubauen**. Aus unserer Sicht wird sich diese Persönlichkeit neben der Qualitätssicherung im redaktionellen Bereich auch mit den Voraussetzungen in den anderen Bereichen (Moderation, Promotion/Dienste, Technik) befassen, damit die Qualitätssicherung in den ganzen Unternehmen gelebt wird.

## Beilage: Organigramm TELE TOP 2008

### 4. News-Konzept 2006

Das News-Konzept 2006 gültig ab dem 21. August 2006 ist eine Weiterentwicklung der früheren News-Konzepte und enthält im wesentlichen die folgenden Kapitel:

#### Programm raster TELE TOP Montag bis Freitag

Zeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
8.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
8.30	Tierisch	Globe TV TOP POT	SPORT / WIRTS./ GESUND. TALK	TOP TALK	TOP EVENTS USFLUG
9.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
9.30	Mediashop 1	Mediashop 1	Mediashop 1	Mediashop 1	Mediashop 1
10.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
10.30	Mediashop 2	Mediashop 2	Mediashop 2	Mediashop 2	Mediashop 2
11.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
11.30	Tierisch	Globe TV TOP POT	SPORT / WIRTS./ GESUND. TALK	TOP TALK	TOP EVENTS USFLUG

12.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
12.30	Tierisch	Globe TV TOP POT	SPORT / WIRTS./ GESUND. TALK	TOP TALK	TOP EVENTS USFLUG
13.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
13.30	Mediashop 3	Mediashop 3	Mediashop 3	Mediashop 3	Mediashop 3
14.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
14.30	Tierisch	Globe TV TOP POT	SPORT / WIRTS./ GESUND. TALK	TOP TALK	TOP EVENTS USFLUG
15.00	Murmi 1 / News	Murmi 1 / News	Murmi 1 / News	Murmi 1 / News	Murmi 1 / News
15.30	Videogang	Videogang	Videogang	Videogang	Videogang
16.00	Murmi 2 / News	Murmi 2 / News	Murmi 2 / News	Murmi 2 / News	Murmi 2 / News
16.30	Videogang	Videogang	Videogang	Videogang	Videogang
17.00	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV
17.30	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV
18.00	TOP NEWS	TOP NEWS	TOP NEWS	TOP NEWS	TOP NEWS
18.15	TOP WETTER	TOP WETTER	TOP WETTER	TOP WETTER	TOP WETTER
18.20	TOP SPORT	TOP THEMA/TYP	TOP THEMA/TYP	TOP THEMA/TYP	TOP THEMA/TYP
18.30	Globe TV	SPORT / WIRTS./ GESUND. TALK	TOP TALK	TOP EVENTS	LIFESTYLE
18.45	TOP POT			USFLUG (Start 18.50)	

Intensive Farben = Erstaussstrahlung

Ab 19.00 Uhr Wiederholungen von 18.00 Uhr

### Programmrastrer TELE TOP Samstag und Sonntag

Zeit	Samstag	Sonntag
8.00	TOP NEWS TOP THEMA/TYP	Rückblick 2
8.30	LIFESTYLE	SWISSDATE
9.00	TOP NEWS TOP THEMA/TYP	Rückblick 2
9.30	LIFESTYLE	SWISSDATE
10.00	TOP NEWS TOP THEMA/TYP	Rückblick 2
10.30	LIFESTYLE	SWISSDATE
11.00	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV
11.30	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV
12.00	Rückblick 1	TTT
12.30	Globe TV TOP POT	Tierisch
13.00	Rückblick 1	TTT
13.30	Globe TV TOP POT	Tierisch

14.00	Rückblick 1	TTT	
14.30	Globe TV TOP POT	Tierisch	
15.00	Rückblick 1	TTT	
15.30	Globe TV TOP POT	Tierisch	
16.00	Autonews TV	TTT	Fussball TALK (alle 4 Wochen)
16.30	Autonews TV	Tierisch	
17.00	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV	
17.30	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	
18.00	Rückblick 2	TTT	
18.30	SWISSDATE	Tierisch	

Intensive Farben = Erstaussstrahlung

Ab 19.00 Uhr Wiederholungen von 18.00 Uhr

Am **Wochenende** finden in der Regel keine tagesaktuellen News-Sendungen statt. Am Samstag wird ein Wochenrückblick ausgestrahlt, am Sonntag werden die besten Beiträge aus den Magazinen TOP TYP, TOP THEMA und TOP SPORT wiederholt. Eine Ausnahme bilden die zahlreichen Abstimmungssonntage, die mit separaten Memos geregelt werden.

### TOP NEWS

Die TOP NEWS sind die journalistische Visitenkarte von TELE TOP. Sie informieren den Zuschauer täglich über die wichtigsten Ereignisse in der Region und bieten ihm so ein festes Gerüst in seinen täglichen Ritualen. Die TOP NEWS bestehen aus Schlagzeilen, Beiträgen und Nachrichtenmeldungen.

### Schlagzeilen

Die Schlagzeilen geben dem Zuschauer ein Inhaltsverzeichnis der News-Sendung. Sie müssen knackig formuliert sein und sollen den Zuschauer mit Bild und Ton dazu animieren, den dazugehörigen Beitrag unbedingt schauen zu wollen. Dafür muss Zeit investiert werden.

### Beitrag

Der Beitrag beleuchtet ein Thema tiefer als eine Kurz-Meldung oder eine Quote-Meldung. Verantwortlich für einen Beitrag ist ein Redaktor, der ihn entweder als VJ oder zusammen mit einem Kameramann realisiert. Der Beitrag sollte wie eine Geschichte aufgebaut werden, das heisst, er soll den Zuschauer fesseln. Gleich am Anfang des Beitrages soll der Zuschauer mit Bild und Ton abgeholt werden. Die Spannungskurve kann dann leicht abflachen, allerdings nie so stark, dass die Zuschauer abschalten oder wegzappen. Am Schluss des Beitrages soll wieder ein Highlight stehen.

Die Beiträge müssen die Maxime der Redaktion einhalten (separates Blatt). Dies bedeutet, dass die Beiträge unbedingt verständlich sein sollen. Beim Medium Fernsehen gehört hier neben dem Off-Text und den Quotes natürlich auch das Bild dazu. Eine Text-Bild-Schere kann dazu führen, dass der Zuschauer sich nicht mehr auf die Inhalte

konzentrieren kann und ist deshalb zu vermeiden. Ausserdem soll eine einfache, zuschauergerechte Sprache verwendet werden. Nebensätze, komplizierte Satzkonstrukte und schwerverständliche Fremdwörter sollen vermieden werden.

### **Nachrichtmeldung**

Eine Nachrichtmeldung besteht grundsätzlich aus den drei Elementen: Meldungs-Schlagzeile, Leadsatz und dem Meldungsteil.

Der Aufbau der Meldung erfolgt aber nicht in der Reihenfolge der bekannten W-Fragen, sondern richtet sich nach einer (fast) unumstösslichen Regel. Die Schlagzeile und der Leadsatz transportieren den Fact, also das Neue. Danach folgt die Quelle, falls sie nicht offensichtlich ist, wie z.B. ein Fussballmatch. Mit weiteren Details kann nun der Fact präzisiert werden und der Hintergrund kommt an den Schluss. Die Meldungen sind damit nach abnehmender Wichtigkeit aufgebaut. Bei einer idealen Nachrichtmeldung kann von hinten Satz für Satz weggestrichen werden, die Meldung macht aber immer noch Sinn.

### **TOP THEMA / TOP TYP**

Das TOP THEMA behandelt ein Thema detaillierter und vertiefter als es in der Nachrichten-Sendung oder einem News-Beitrag möglich ist. Dafür sind verschiedene Präsentationsformen denkbar. Am häufigsten wird das TOP THEMA Beitragsform haben. Allerdings ist es auch möglich eine Reportage zu machen oder einen Kurz-Talk zu senden.

Eine Sonderform des TOP THEMAS ist der TOP TYP. In dieser Rubrik wird eine Person näher vorgestellt. Dies kann auf der einen Seite eine öffentliche Person sein, aber auch spezielle Persönlichkeiten können portraitiert werden. Ein TOP THEMA oder ein TOP TYP dauert zwischen fünf und sieben Minuten..

### **TOP SPORT**

Am Dienstagabend wird anstelle des TOP THEMAS oder des TOP TYPS die Sportsendung ausgestrahlt. Ähnlich wie die anderen Sendungen ist auch TOP SPORT ca. 7 Minuten lang. Der TOP SPORT setzt sich aber aus mehreren Beiträgen zusammen. Die Beiträge im TOP SPORT sind kürzer als die Beiträge in der Newssendung. Sie sollten im Normalfall eine Länge von 2 ½ Minuten nicht überschreiten. Auch die Quotes sollten eher kürzer sein und maximal 20 Sekunden dauern.

**Beilage:** News-Konzept 2006

## 5. Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten

inklusive:

- Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten
- Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten
- Richtlinien zu den Erklärungen der Pflichten
- Richtlinien zu den Erklärungen der Rechte

**TELE TOP hat sowohl die Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten, die Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten, die Richtlinien zu den Erklärungen der Pflichten sowie die Richtlinien zu den Erklärungen der Rechte integral in das Redaktions-Handbuch von TELE TOP übernommen.** Damit belegen wir, dass wir die branchenüblichen Qualitätsstandards, die vom Schweizer Presserat an seiner konstituierenden Sitzung vom 18. Februar 2000 verabschiedet und an den Plenarsitzungen vom 9. November 2001 sowie vom 28. Februar 2003 revidiert wurden, sehr ernst nehmen.

**Beilage:** Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten

## 6. Redaktionsstatut

Dieses wichtige Dokument regelt die **publizistischen Grundsätze von TELE TOP sowie das Verhältnis zwischen Redaktion, Geschäftsführung und Verwaltungsrat.** Es präzisiert die Geschäftsordnung, die Ethik-Charta für die Mitglieder der Redaktion. Selbstverständlich können sich alle Programmmitarbeitenden (Moderation) auf das Redaktionsstatut berufen. Dieses wird innerhalb der Redaktion durch Einzelarbeitsverträge und Pflichtenhefte ergänzt. Das Redaktionsstatut verweist auf die Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten.

**Beilage:** Redaktions-Statut TELE TOP

## 7. Maximen der Redaktion TELE TOP

Dieses Dokument zeigt den Redaktorinnen und Redaktoren auf einem Blatt unsere **Hauptzielsetzungen unter folgenden Titeln: Wahrheit/Ethik, Verständlichkeit, Geschwindigkeit und Attraktivität.** TELE TOP versucht besonders im ethischen Bereich Massstäbe zu setzen, welche im harten Newsgeschäft und Kampf um Marktanteile und Werbeumsätze einen Kontrapunkt bilden.

**Beilage:** Maximen der Redaktion TELE TOP

## 8. Programmraster TELE TOP 2007

Der **Programmraster** wird jedes Jahr erneuert und regelt alle **Programminhalte der Redaktion und der Moderation**. Er zeigt **deutlich, dass die Prioritäten des Programms in den Informationssendungen** und nicht in der Unterhaltung liegen. Weil für jeden einzelnen Wochentag eine differenzierte Programmübersicht in Kraft ist, wird sichergestellt, dass keine Zufälligkeiten die Programmqualität mindern können.

**Beilage:** Programmraster TELE TOP 2007

Wir stellen als Beispiel für die Arbeitsweise und die Vielfalt der Themen den Sendeablauf von Montag, 26. November 2007, dar.

**Beilage:** Sendeablauf 2007, Tagessendung vom 26.11.2007

**Die Punkte 4 - 8 werden den Mitgliedern der Redaktion im Redaktions-Handbuch TELE TOP vom ersten Arbeitstag an bekannt gemacht. Jeder erhält ein persönliches Exemplar, das diese Punkte umfasst.**

## 9. Neu: Qualitätssicherungskonzept

Nach Erhalt der Konzession mit Leistungsauftrag wird TELE TOP ein umfangreiches Qualitätssicherungskonzept in Kraft setzen. Dieses wird für sämtliche Bereiche des Unternehmens Prozesse festschreiben, durch welche regelmässig überprüft werden kann, ob die festgelegten Qualitätsziele erfüllt werden.

Für die Inkraftsetzung des Qualitätssicherungskonzeptes trägt der Geschäftsführer von TELE TOP die Hauptverantwortung. Er kann sich dabei auf die vielfältigen Projekte, bestehende Arbeiten und Konzepte seiner Mitarbeiter stützen. Günter Heuberger hat sich in den über 20 Jahren seiner Medientätigkeit in folgenden Bereichen für die Erreichung von Qualitätsstandards in den durch ihn geführten Unternehmen ausgebildet:

### 1. **Unternehmergruppe Kommunikation der HSG St. Gallen (UGRU), Leitung: Prof. Dr. Klaus Haake**

Von 1998 - 2007 hat der Geschäftsführer von RADIO TOP und TELE TOP gesamthaft über 30 Ausbildungstage bestritten. Die folgenden Themen wurden behandelt:

Datum	Ausbildungsthemen	Beschreibung	Referent	Dauer
05.02.1998	Strategieentwicklung für KMU	Informationsanalyse Strategieentwicklung Strategieumsetzung	Willi Seiler, Dipl. KMU/HSG	1 Tag

		<b>Strategieüberprüfung</b>		
24.06.1998	Umgang Menschen	Teamarbeit, Lernbereitschaft	Prof. Dr. Klaus Haake	1 Tag
23./24.09.1998	Suchen und Finden von Personal	Personalmanagement, Stellenbeschreibung Anforderungsprofile	Prof. Dr. Klaus Haake	2 Tage
27./28.11.1998	Verkaufskommunikation	Zuhören – Verstehen – Nachforschen	Christian Engeler, Promocom Team	2 Tage
26./27.04.1999	Workshop Burn-out: Prophylaxe und Ressourcenmanagement	Sicherung der Leistungserbringung, Produktivität	Kernen Ressourcen Management	2 Tage
01.0/2.10.1999	Ergebnisse der Szenarioübung	Gesellschaftliche Megatrends (Mobilität, Lebenslanges Lernen)	Prof. Dr. Klaus Haake	2 Tage
19.06.2000	Balanced-Scorecard-Managementansatz	Einbezug von nichtmonetären Leistungsindikatoren	Prof. Dr. Klaus Haake	1 Tag
23./24.09.2000	Workshop: Arbeit und Unternehmenskultur im Zeitalter der Globalisierung	Krise der Gesellschaft: Verteilung Arm/Reich, Arbeitslosigkeit Mann/Frau, Umwelt, Demographie	Prof. Dr. Hans Ruh	2 Tage
08./09.03.2001	Neue Führungs- und Organisationsformen	Von der Hierarchie zur Organisation	Prof. Dr. Johannes Rüegg-Stürm	2 Tage
25./26.10.2001	Workshop: Ethik in der Führung	Transfer der Ethik in das Unternehmen	Prof. Dr. Hans Ruh	2 Tage
21.03.2002	Workshop: Personalselektion	Persönlichkeit, Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Jack Welch	1 Tag
24./25.06.2002	Event-Marketing – ein neues Zauberwort des Marketings?	Grundlagen, Planung, Prozesse, ROE, Zukunft, Controlling	Thomas Weber, Newton 21	2 Tage
17./18.06.2003	Team-Performance – gemeinsam zum Ziel	Sichtbarmachung der Performance	Rainer A. Künzle, Atelier K Glattfelden	2 Tage
30.10.2003	Neue Trends in der Kommunikation	Zeitung und Zeitschrift im Digitalzeitalter	Prof. Dr. Peter Glotz	1 Tag
30.08.2005	Medienrecht	Gegendarstellung, Urheberrechtsschutz	Dr. Bruno Glaus	1 Tag
03.03.2006	"Motivation"	Wertschätzung, Vorbild, Kommunikation, Zeit	Prof. Dr. Klaus Haake	1 Tag
13./14.07.2006	Arbeit als Stressor? Arbeit als Ressource	Eigener Mix finden, Kohärenzgefühl, Klare Agreements	Dr. Hans Kernen	2 Tage
18./19.06.2007	Das Mediennutzungsverhalten der Zukunft und die Konsequenzen für die Anbieter	Handy erobern Community kreieren Inhalte konvergieren	Matthias W. Zehder, Redaktor	2 Tage
05.09.2007	Mitarbeiterführung	Ziele festlegen Entscheiden Organisieren Kontrollieren	Prof. Dr. Klaus Haake / Willi Seiler	1 Tag
30.11.2007	Markenidentität/Markengeschichte	Behavioral Branding	Prof. Dr. Torsten Tomczak	1 Tag

## 2. Persönliches Coaching mit Jacqueline Fehr, Organisationsberaterin und Coach

Seit über 5 Jahren hat der Geschäftsführer in der Person von Nationalrätin Jacqueline Fehr einen persönlichen Coach, der alle 2 Monate ein längeres Coaching durchführt. In diesen Sitzungen wurden u.a. die folgenden Themen behandelt:

- Personalentwicklung
- Personalentscheide
- Ausbildungsfragen
- Qualitätskontrollen
- Arbeitsbedingungen
- Verhandlungen für einen Firmenvertrag mit SSM

### **3. Brühlgut-Stiftung für Behinderte**

Der Geschäftsführer ist seit 1992 Stiftungsrat der Brühlgut Stiftung für Behinderte in Winterthur. In den Jahren 2000 und 2001 hat der Stiftungsrat zusammen mit der Geschäftsleitung ein umfangreiches Quality-Management-Handbuch erarbeitet, das sämtliche Leistungen und Prozesse der Brühlgut Stiftung festschrieb. Daraus konnte Günter Heuberger zahlreiche Lehren aus einem in einem ganz anderen Bereich tätigen Unternehmen ziehen.

**Das Qualitätssicherungssystem wird für alle TOP-Medien gelten und dabei Standards für die Sicherung und Steigerung der Qualität im ganzheitlichen Sinn für alle Abteilungen (Redaktion, Programm, Technik, Verkauf, Promotion/Dienste) festlegen. Im jetzigen Zeitpunkt umschreiben wir die vorgesehenen Dokumente für den Bereich Redaktion. Diese Ziele und Dokumente werden allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit einer Informationsveranstaltung und Abgabe der Dokumente bekannt gemacht:**

- Leitbild der TOP-Medien
- Publizistische Leitlinien der TOP-Medien
- Organigramm RADIO TOP / TELE TOP
- Redaktions-Statut RADIO TOP / TELE TOP
- Redaktions-Handbuch
- Maximen der Redaktion RADIO TOP / TELE TOP
- Konzept für die Aus- und Weiterbildung der TOP- Medien
- Qualitätssicherungskonzept der TOP-Medien
- Ethik-Charta der TOP-Medien
- Merkblatt "Keine sexuellen Übergriffe in den TOP-Medien"
- Weisung zur Nutzung der Informatikmittel
- Checklisten
- Moderationskonzept
- Programmübersicht 2007
- Newskonzept 2006
- Kritik-Raster
- Regeln zu Vorteilen und Versprechen (Pt. 8, Erklärung der

- Pflichten)
- Regeln zu PR und Werbung (Pt. 10, Erklärung der Pflichten
- Sendergeschichte (auf TOP ONLINE, Rubrik History)
- Verhalten in Spezialfällen
- - Suizid (Richtlinie 7.9 der Erklärung der Pflichten)
- Bilder von Prominenten (Richtlinien 7.10 der Erklärung der Pflichten)
- Pflichtenhefte

### 3.2.1.1.2. Evaluation des Qualitätssicherungssystem

TELE TOP wird das Qualitätssicherungssystem laufend weiterentwickeln und ist deshalb gerne bereit dieses regelmässig durch eine unabhängige Institution auf die Zweckmässigkeit und die Einhaltung prüfen zu lassen. Allfällige Verbesserungsmassnahmen werden umgehend umgesetzt. Das BAKOM wird die entsprechenden Evaluationsberichte erhalten, inklusive Berichterstattung der Behebung von allenfalls festgestellt Mängeln. Die BAKOM-Studie: Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006 von Vinzenz Wyss hat auf S. 10 unter anderem ausgeführt, dass das Leitbild von RADIO TOP und TELE TOP für ein Benchmark geeignet sei. Wir hoffen, dass uns diese Einschätzung nach einer gewissen Zeit auch mit dem gesamten Qualitätssicherungssystem gelingen wird.

### 3.2.1.2. Sicherung der programmlichen Qualität

Wir erachten die Sicherung der redaktionellen Qualität als wichtigsten Pfeiler zur Erfüllung des Leistungsauftrages und haben deshalb diesen Punkt ausführlich dargestellt. Allerdings gehört nach unserem Verständnis für die Erbringung des Service public régional auch die Qualitätssicherung im gesamten Programm (Moderation, Musik, Promotion/Dienste) dazu. Mit den publizistischen Leitlinien der TOP-Medien haben wir deshalb weitere journalistische Kriterien festgelegt, welche unseres Erachtens für den Erhalt einer Konzession mit Leistungsauftrag zwingend sein müssen.

Wie in Absatz 3.2.1.1.1. unter Punkt 3. Organigramm ausgeführt, werden die TOP-Medien unter den neuen Konzessionen mit Leistungsauftrag die **Stelle des Leiters "Qualitätssicherung"** schaffen. Diese Stelle wird **als Stabsstelle direkt dem Geschäftsführer der TOP-Medien zugewiesen**. Diese ausgewiesene Persönlichkeit mit primär publizistisch/strategischem Hintergrund erhält die Mittel und Ressourcen um die mehrfach bewiesene Vorreiterrolle von RADIO TOP und TELE TOP im Service public régional weiter auszubauen. Aus unserer Sicht wird sich diese Persönlichkeit neben der Qualitätssicherung im redaktionellen Bereich auch mit den Voraussetzungen in den anderen Bereichen (Moderation, Promotion/Dienste, Technik) befassen, damit die Qualitätssicherung in den ganzen Unternehmen gelebt wird.

#### **Beilagen:**

- Publizistische Leitlinien der TOP-Medien
- Sportkonzept TELE TOP

- Promotionskonzept TELE TOP

### **3.2.2. Arbeitsbedingungen**

#### **3.2.2.1. Ausreichende Dotation der Redaktion**

TELE TOP wird die Redaktion für die Erfüllung des publizistischen Leistungsauftrags personell in ausreichendem Masse ausgestattet. Die Personalkosten für Programm (Redaktion und Moderation) betragen im Jahr 2009 (1. Jahr im Vollbetrieb) voraussichtlich Fr. 3.00 Mio. oder rund 68.0 % der Gesamtpersonalkosten von Fr. 4.43 Mio. Diese machen wiederum circa 62.0 % des Gesamtbudgets von Fr. 7.15 Mio. der TELE TOP AG aus.

**Vgl. zur Dotation der Redaktion, 3.2.4. Informationsangebote**

#### **3.2.2.2. Firmenvertrag mit dem SSM**

TELE TOP hält die arbeitsrechtlichen Vorschriften und die Arbeitsbedingungen der Branche gemäss Art. 44 Abs. 1 Bst. d RTVG ein. Die Vorgabe des BAKOM, dass die Bereiche Lohn, Arbeitszeit, Ferien, Aus- bzw. Weiterbildung, Mutter- und Vaterschaftsurlaube verbindlich geregelt sind, ist erfüllt.

**RADIO TOP hat nach über zwei Jahren dauernden harten aber fairen Verhandlungen mit dem Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) einen Firmenvertrag abgeschlossen, der auf den 1. Januar 2008 in Kraft tritt. Es besteht eine klare Abmachung, dass ein gleich lautender Firmenvertrag auf das Datum des Inkrafttretens der Konzession für TELE TOP in Kraft treten kann. Deshalb führen wir die entsprechenden Eckpunkte bereits ins Konzessionsverfahren ein. Für TELE TOP sind diese Angaben deshalb bindend.**

Der Firmenvertrag umfasst folgende Eckpunkte (Auszüge mit Besonderheiten im Vergleich zu den Standard-Arbeitsbedingungen für Mitglieder des Verbandes Schweizer Privatradios (VSP), Telesuisse und Schweizer Presse (CHP). Alle \* bedeuten eine Besserstellung des Firmenvertrages gegenüber den Standard-Arbeitsbedingungen):

**Präambel: Die Grundsätze der Gleichbehandlung (analog der Ethik-Charta der TOP-Medien) werden dem Dokument zugrunde gelegt, mit besonderer Betonung der Frauenförderung und der Teilzeitbeschäftigung.\* Die Vertragsparteien setzen sich dafür ein, dass TELE TOP uneingeschränkt den Leistungsauftrag (Service public régional) erfüllen kann.\***

Art. 2 legt fest, dass die Anwendung des Firmenvertrages auf alle Arbeitsverhältnisse Anwendung findet, welche mindestens 30 % einer Vollbeschäftigung entsprechen.\* Nicht angewendet wird der Firmenvertrag auf Geschäftsleitung, Oberes Kader und das Verkaufspersonal, wobei aus Gründen der Gleichbehandlung keine Schlechterstellung dieser

Mitarbeitergruppen vorgesehen ist.

Gemäss Art. 5 werden in schriftlichen Einzelarbeitsverträgen die Tätigkeit, der Lohn, der Arbeitsort und die Einsatzart festgelegt.

Art. 6 führt die betriebliche Mitbestimmung ein. Die Mitarbeitenden haben ein Informationsrecht für alle wichtigen Angelegenheiten und eine Mitsprache bei innerbetrieblichen Organisations- und Produktionsfragen.\*

**In Art. 7 wird der Schutz der Mitarbeitenden aufgenommen. Danach nimmt TELE TOP auf die Gesundheit gebührend Rücksicht, sorgt für die Wahrung der körperlichen Integrität und duldet keine Form von sexueller Belästigung und Mobbing.\***

Gemäss Art. 9 sind alle arbeitsrechtlich relevanten Vorgänge über Mitarbeitende in einem Personaldossier enthalten. Die Mitarbeitenden haben jederzeit das Recht, ihr Personaldossier einzusehen.\*

**Ganz wichtig sind Art. 11 und Art. 12, welche der persönlichen Entwicklung der Mitarbeitenden und der Erfüllung des Leistungsauftrages und der Qualitätssicherung von TELE TOP dienen.\***

Art. 11 legt fest, dass jährlich ein persönliches Mitarbeitergespräch mit Zielvereinbarung und gemeinsamer Standortbestimmung durchgeführt wird. Es dient als ein Instrument der Personalentwicklung und als Grundlage für Massnahmen gemäss Art. 12. Dieser Ausbildungsartikel verlangt die permanente berufliche Aus- und Weiterbildung. TELE TOP hat für die entstehenden Kosten aufzukommen. Für zusätzliche individuelle Weiterbildung ausserhalb der beruflichen Tätigkeit können unbezahlte Urlaube bewilligt werden. Auch Art. 17 mit einem Verbot der Annahme von Geschenken dient indirekt der Qualitätssicherung.\*

In Art. 19 verpflichten sich TELE TOP mit dem SSM Massnahmen zur Förderung der Chancengleichheit auszuhandeln. Es sollen Rahmenbedingungen für die Vereinbarkeit von Familien- und Erwerbsarbeit garantiert, welche zur Unterstützung familienergänzender Kinderbetreuung führen sollen.

**Neue Wege für die privaten elektronischen Medien wurden in Art. 20 beschritten. Die Mitarbeitenden treten die Nutzungsrechte und Vergütungsansprüche an TELE TOP ab, erhalten aber Arbeitszeit für individuelle Weiterbildung von zwei Tagen pro Jahr. (Die Standard-Arbeitsbedingungen für VSP, Telesuisse und CHP formulieren demgegenüber trocken: Mit Bezahlung des geschuldeten Lohnes sind die Urheberrechte vollumfänglich abgegolten.)\***

Gemäss Art. 21 beträgt die durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit für Vollbeschäftigte 42.5 Stunden, die Jahresarbeitszeit 2'210 Stunden bzw. 260 Tage. Die gesamte Dauer der beruflichen Aus- und Weiterbildung, einschliesslich der Reisezeit, zählt als Arbeitszeit.

**Als Entschädigung für unregelmässige Arbeitszeit im Programmbereich**

**wird gemäss Art. 22 eine fünfte Ferienwoche gewährt.\***

Gemäss Art. 24 wird eine tägliche Ruhezeit von mindestens 11 aufeinander folgenden Stunden zu gewähren.\*

Art. 25 hält fest, dass die Mitarbeitenden während des Kalenderjahres Anspruch auf so viele vertragliche bzw. gesetzliche Ruhetage haben, wie das Jahr Samstage und Sonntage zählt. Dazu kommen 9 offizielle bzw. vertragliche Feiertage, die nicht auf einen Samstag oder Sonntag fallen. Dieser Artikel enthält 9 Absätze, welche die Kompensationen der Ruhe- bzw. Feiertage detailliert regeln, sofern an diesen gearbeitet werden muss.\*

**Gemäss Art. 26 beträgt der Ferienanspruch für die Mitarbeitenden 25 Arbeitstage bzw. 30 Arbeitstage ab Kalenderjahr, in dem das 50. Altersjahr vollendet wird.\***

Auch Art. 27 geht beim Recht auf bezahlten Urlaub in mehreren Fällen über die Standard-Arbeitsbedingungen für VSP, Telesuisse und CHP hinaus. So wird ein Vaterschaftsurlaub von 5 Tagen und ein Urlaub von 10 Tagen bei der Adoption eines Kindes gewährt. Je nach persönlicher Nähe bei einem Todesfall in der Familie werden bis zu 5 Tage bezahlter Urlaub gewährt.\*

Art. 28 ermöglicht den Arbeitnehmenden-Vertretern des SSM für die Ausübung ihrer gewerkschaftlichen Tätigkeit bezahlte Urlaube in der Höhe von max. 4 Tagen.\*

**Gemäss Art. 29 richten sich Gehaltsanspruch der Mitarbeitenden und die Lohnpolitik von TELE TOP nach den Prinzipien einer anforderungs-, leistungs- und marktgerechten Entlohnung. Es werden Mindestlöhne gemäss dem Anhang IV bezahlt.\***

In Art. 30 wird festgelegt, dass die Vertragsparteien jährlich den geltenden Prozentsatz für eine allgemeine Lohnerhöhung festlegen. Findet keine Einigung statt, kann eine Schiedsstelle angerufen werden, für deren Zusammensetzung, Verfahren und Kostentragung ein Reglement im Anhang II erarbeitet wurde.\*

**Die Art. 31 – 36 regeln die Lohnfortzahlungen bei Krankheit, Unfall und Berufskrankheit, Mutterschaft, Militär-, Zivil- und Zivilschutzdienst und im Todesfall. Diese Lohnfortzahlungen liegen teilweise deutlich über den gesetzlichen Vorschriften.\***

Art. 37 hält fest, dass weil ein über die Erwerbsersatzordnung finanzierter Mutterschaftsurlaub in Kraft ist, TELE TOP bereit ist, einen angemessenen Teil der Einsparungen für zusätzliche Investitionen und Beiträge zur Förderung familienergänzender Kinderbetreuung sowie anderer personalorientierter Projekte zur Verfügung zu stellen.\*

Die in Art. 38 geregelten Kinderzulagen betragen bis zum 12. Altersjahr Fr. 20.00 mehr und ab dem 13. Altersjahr Fr. 50.00 mehr als die gesetzlichen Kinderzulagen des Kantons Zürich.\*

**Eine wichtige Innovation, welche die Erfüllung des Leistungsauftrages und der Sicherung der Qualität dienen soll, sind die in Art. 39 eingeführten Treueprämien.\* Sie betragen ½ Monatslohn nach 10 vollendeten Dienstjahren und einen ganzen Monatslohn nach 20 vollendeten Dienstjahren. Die Mitarbeitenden können anstelle des Barbetrages einen entsprechenden Urlaub beziehen.\***

Art. 41 legt die Kündigungsfristen vom 3. – 15. Jahr der Anstellung auf 3 Monate und danach auf 6 Monate fest.\*

Der Kündigungsschutz in Art. 42 ist in sechs verschiedenen Punkten aufgebaut und ermöglicht den Mitarbeitenden eine Einsprachemöglichkeit, die Berufung auf im Personaldossier enthaltene Sachverhalte und eine Differenzzahlung bei Arbeitslosigkeit im Falle einer Entlassung ab dem 5. Dienstjahr. Vor einer Entlassung eines Mitarbeitenden mit 10 Dienstjahren findet ein Dialog mit den Sozialpartnern statt, um Alternativmassnahmen zu prüfen (Umschulung, interner Stellenwechsel, vorzeitige Pensionierung).\*

Art. 44 gibt dem SSM einen umfassenden Anspruch auf Information, Mitsprache und Mitentscheidung.\*

**Die Art. 45 – 50 regeln zur Sicherung der dauernden Zusammenarbeit die Bildung einer ständigen paritätisch zusammengesetzten Sozialpartnerschafts- und Schlichtungskommission, die Schiedsstelle Lohnverhandlungen, die Friedens- und Verhandlungspflicht, die Bildung eines Firmenvertrag-Schiedsgerichts sowie eine Mindestlohntabelle. Deren Bestimmungen sind in vier ausführlichen Anhängen festgelegt worden, die integrierende Bestandteile des Firmenvertrages sind.\***

Der Firmenvertrag wird nach der Konzession im Jahr 2008 gemäss Art. 51 in Kraft treten und gilt bis zum 31. Dezember 2013. Nach dem Erhalt einer Konzession wird RADIO TOP frühzeitig in Verhandlungen eintreten, damit die Laufzeit der Konzessionsdauer entspricht.

**Beilage:** Firmenvertrag zwischen der Radio Top AG und dem Schweizer Syndikat Medienschaffender SSM vom 22. Mai 2007 als Vorlage für den Firmenvertrag mit der Tele Top AG.

### **3.2.2.3. Behandlung der Stagiaires**

TELE TOP verzichtet als Medium in einem sehr kompetitiven Umfeld auf die systematische Einstellung von Stagiaires. In unregelmässigen Abständen stellen wir Lernende (Praktikanten) ein. Diese erhalten ergänzend zum Firmenvertrag mit dem SSM einen speziellen Lehrvertrag. Die maximale Praktikumsdauer beträgt 6 Monate. Der Firmenvertrag mit dem SSM gilt bis auf wenige Artikel auch für die Stagiaires. Das Verhältnis Stagiaires zu fest angestellten Programmschaffenden beträgt 1 zu 10. Deren Lohn ist im Firmenvertrag auf Fr. 1'500.00 pro Monat festgelegt. Seit der Gründung von TELE TOP im Jahre 1998 konnten alle Stagiaires als festangestellte Mitarbeitende übernommen werden.

### 3.2.3. Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden

Die Konzession verlangt,

- der Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden hohe Priorität beizumessen;
- die Teilnahme der Programmschaffenden an berufsspezifischen Aus- und Weiterbildungskursen zu fördern, die namentlich jene Kompetenzen steigern, die zur Erfüllung des Leistungsauftrags bedeutsam sind;
- jährlich einen Betrag zu bestimmen, welcher ausschliesslich der Förderung der externen Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden dient;
- dem BAKOM jährlich das entsprechende Aus- und Weiterbildungsbudget sowie die hinsichtlich der Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden ergriffenen Massnahmen im Rahmen der Jahresrechnung (Art. 18 RTVG) offen zu legen.

TELE TOP betrachtet die Aus- und Weiterbildung des Verwaltungsrates, der Geschäftsleitung und der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als für den Erfolg des Unternehmens matchentscheidend. Entsprechende Vorschriften und Hinweise finden sich deshalb in allen wichtigen Dokumenten des Unternehmens. Im Einzelnen sind das:

- Leitbild der TOP-Medien Punkt 2: " Dazu gehört ein gutes Aus- und Weiterbildungskonzept"
- Geschäftsordnung von TELE TOP 2005: "2. Die Aufgaben, Kompetenzen, Verantwortung und die Zusammenarbeit der verschiedenen Organe: Ausbildungskonzept wird durch den Geschäftsführer verantwortet. Er ist gegenüber dem Verwaltungsrat informationspflichtig".
- Ethik-Charta der TOP-Medien, Punkt 5: "Laufende Weiterbildung und systematische Qualitätskontrolle! Wir bilden unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter regelmässig intern und extern aus. Die Qualitätskontrolle findet auf allen Stufen systematisch statt"

TELE TOP arbeitet mit allen wichtigen Ausbildungsstätten zusammen und fordert die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv dazu auf, bestehende Aus- und Weiterbildungsangebote zu benutzen.

TELE TOP wird pro Jahr für Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zwischen Fr. 75'000.00 und Fr. 100'000.00 ausgeben. Darin nicht einberechnet ist die interne Weiterbildung durch die Kader, welche bei einer Vollkostenrechnung noch einmal auf Fr. 25'000.00 bis Fr. 50'000.00 zu stehen kommt.

Durch den hohen Stellenwert der Medien und deren Bedeutung für die gesellschaftliche Entwicklung kann das Aus- und Weiterbildungskonzept immer wieder gute Beispiele von Firmen, Schulen, Vereinen und Verbänden heranziehen. Dadurch können hohe Qualitätsstandards erreicht werden. Das Aus- und Weiterbildungskonzept der TOP-Medien gibt auf folgende Fragen

Antwort:

**Was will mit der Aus- und Weiterbildung bezweckt werden?**

**Wie ist die Aus- und Weiterbildung aufgebaut?**

**Wer wird als Ausbilder intern und extern eingesetzt?**

**Wie kann man Ausbildung und Praxis sinnvoll verbinden?**

**Wie setzt man die vorhandenen finanziellen Mittel am effizientesten ein?**

**Wie können Ausbildungserfolge kontrolliert werden?**

**Und als wichtigster Punkt: Welche Lerninhalte werden in den einzelnen Abteilungen konkret vermittelt?**

**Beilage:** Aus- und Weiterbildungskonzept der TOP-Medien (mit Anhang: Aus- und Weiterbildung in den einzelnen Bereichen)

### 3.2.4. Informationsangebote (Output)

TELE TOP begrüsst die in der Konzession festgelegten folgenden Verpflichtungen:

- Die Konzessionärinnen und Konzessionäre produzieren ihr während der Hauptzeiten (Radio: 06.30 - 08.30 Uhr, 11.30 - 13.30 Uhr, 17.00 - 19.00 Uhr; TV: 18.00 - 23.00 Uhr) ausgestrahltes Programm überwiegend im Versorgungsgebiet (Art. 42 RTVW).
- Die Informationsangebote (z.B. Nachrichtenformate), welche die Konzessionärinnen und Konzessionäre im Rahmen ihres Leistungsauftrages ausstrahlen, genügen den folgenden Anforderungen:
  - Sie umfassen in erster Linie relevante Informationen des lokal-regionalen Raums aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport;
  - sie sind thematisch vielfältig;
  - in ihnen kommt eine Vielfalt an Meinungen und Interessen zum Ausdruck;
  - sie bieten einer Vielfalt an Personen bzw. Personengruppen Gelegenheit, zu Wort zu kommen;
  - in ihnen spiegelt sich die Vielfalt des Geschehens des ganzen Versorgungsgebiets wieder;
  - sie werden zumindest während der oben angegebenen Hauptsendezeiten ausgestrahlt.

Diese Vorgaben setzen wir wie folgt um:

#### 1. Produktion im Versorgungsgebiet

TELE TOP produziert alle Sendungen im Versorgungsgebiet und zwar während der Hauptsendezeit TV: 18.00 – 24.00 Uhr. Das Mantelprogramm wird aus dem Studio im Kanton Zürich ausgestrahlt. Die Studios Frauenfeld und Schaffhausen sind ebenfalls voll in das ausgeklügelte System der Nachrichten, redaktionelle Beiträge,

Sportbeiträge, Kulturbeiträge und Veranstaltungen integriert. Die personelle Dotierung ist grosszügig, in dem ca. 28 redaktionelle Stellen wie folgt aufgeteilt sind:

<b>Funktion / Prozent</b>	<b>Prozente</b>	<b>Dienst-Jahre</b>	<b>Einsatzort und Besonderes</b>
Chefredaktor	100	9	Kanton Zürich
Stv. CR / Programmfenster	100	8.5	Frauenfeld, Schaffhausen
Sportchef	100	4	Kanton Zürich
Chef v. Dienst	100	7	Kanton Zürich
Chef v. Dienst	100	5	Frauenfeld
Chef v. Dienst	100	4.5	Schaffhausen
Redaktor	100	2	Kanton Zürich
Redaktor	100	3	Kanton Zürich, Koordination Gerichtsfälle
Redaktor	100	1	Kanton Zürich
Redaktor	100	2	Kanton Zürich
Redaktorin	100	1	Kanton Zürich
Redaktor	100	2	Kanton Zürich
Redaktorin	80	1	Frauenfeld, Schaffhausen
Redaktorin	80	1	Kanton Zürich
Redaktorin	100	2	Frauenfeld
Redaktorin	100	2	Schaffhausen
Redaktorin	80	2	Frauenfeld
Redaktorin	70	1.5	Schaffhausen
Redaktor	70	10	Frauenfeld, Schaffhausen
Redaktor	60	2	Frauenfeld, Schaffhausen
Kultur-Redaktor	20	11	Kultur für ganzes Sendegebiet
Freier Redaktor	Frei/ca. 20	0	Kanton Zürich
Sport-Reporter	Frei/ca. 20	> 10	Reporter Kloten Flyers
Sport-Reporter	Frei/ca. 20	> 10	Reporter Kloten Flyers
Sport-Redaktor	Frei/ca. 20	> 10	Bulletins, Reporter
Sport-Redaktor	Frei/ca. 20	23	Bulletins, Reporter
Sport-Moderator	Frei/ca. 20	> 10	Sportmoderator
Sport-Redaktor	Frei/ca. 20	> 10	Regionalsport

## 2. Informationsangebote zur Erfüllung des Leistungsauftrages

### 2.1. Relevante Informationen des lokal-regionalen Raums aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport

TELE TOP deckt alle relevanten Informationen des lokal-regionalen Raums aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport dank grosszügigem Mitteleinsatz extensiv ab. Unser Programmformat ist klar auf die Informationsvermittlung und nicht auf Infotainment, Boulevard und VIP-Events reduziert.

Unsere Redaktion wird mit ca. 2'500 Stellenprozenten eine der grössten Redaktionen eines Regionalfernsehens sein. Wir haben für unsere Informationen die folgenden Schwergewichte gelegt:

- Politik: TELE TOP berichtet über alle wichtigen politischen Ereignisse im Versorgungsgebiet.:

Die Redaktion von TELE TOP **informiert über Ereignisse von allgemeinem Interesse** ausschliesslich im lokalen und regionalen Bereich und legt bei der Auswahl ein **besonderes Gewicht auf die Regionen**. Sie scheut sich auch nicht Pflichtstoffe (Budget, Bilanzen, Leitbilder) gekonnt zu vermitteln, um damit dem reinen Häppchen-Journalismus etwas entgegenzuwirken.

**Beilage:** Redaktions-Statut TELE TOP

**Ein besonderes Schwergewicht legen wir auf die Berichterstattung aus den Parlamenten. TELE TOP ist regelmässig in den Kantonsparlamenten von Thurgau, St. Gallen und Zürich. Besonders geschätzt wird auch die Berichterstattung aus den Stadtparlamenten von Winterthur und St. Gallen.**

Unsere Einschätzung der Programmqualität von RADIO TOP und TELE TOP deckt sich mit den Ergebnissen einer vom BAKOM mitfinanzierten Studie "Politische Öffentlichkeitsarbeit in regionalen Medien", welche am 26. Januar 2007 publiziert wurde. Darin wird in einem Kapitel die quantitative und qualitative Arbeit der Privatradios und Regionalfernsehen am Beispiel von Medienkonferenzen der Kantonsregierungen Zürich und St. Gallen untersucht. **Während TELE TOP in beiden Kantonen als aktiver und interessierter Sender bezeichnet wird, sei bei Tele Züri ein Rückgang des Interesses für politische Themen beobachtet worden, seit der Sender an die Tamedia verkauft wurde. In St. Gallen ist überraschenderweise TELE TOP an 70 Prozent der kantonalen Medienkonferenzen anwesend, während das dort ansässige Tele Ostschweiz nur 40 Prozent der kantonalen Medienkonferenzen abdeckt.** Dazu kommt das aus Sicht der Politik für die Qualität der Berichterstattung wichtige Kriterium der Platzierung der Beiträge innerhalb des Sendeablaufs eines Fernsehsenders. Die am 31. Oktober 2006 abgeschlossene **Studie hält fest, dass von den drei untersuchten regionalen TV-Sendern TELE TOP die Themen der kantonalen Medienkonferenzen am häufigsten prominent platziert, d.h. als einziger, als erster, zweiter oder dritter Beitrag. Diese für die Information an die Bevölkerung entscheidende prominente Platzierung und Gewichtung erreicht bei TELE TOP mit 54 Prozent der Beiträge einen sehr hohen Wert. Bei Tele Züri ist dies bei 45 Prozent der Beiträge der Fall.** Demgegenüber hält die Studie fest, dass die Themen der kantonalen Medienkonferenzen für **Tele Ostschweiz "offenbar nur marginale Bedeutung"** haben. Aus den sonst schon deutlich weniger besuchten Medienkonferenzen wird beim **St. Galler Sender kein Thema als einziger oder als erster, zweiter oder dritter Beitrag ins Programm aufgenommen (0 Prozent).**

Die Studie "Politische Öffentlichkeitsarbeit in regionalen Medien" macht auch Aussagen zur Situation im Radiobereich. Sie zeigen, dass RADIO TOP die Erfüllung des Leistungsauftrages sehr ernst nimmt.

**Beilage:** Thomas Forsberg, Publicom AG, Kantonale Medien-

konferenzen: Radio Top und Tele Top im Vergleich zu den Mitbewerbern.

- Wirtschaft: TELE TOP berichtet ebenfalls über die wirtschaftlichen Ereignisse im Versorgungsgebiet. Allerdings sind wir kein Wirtschaftssender und bieten auch keine speziellen grossen Wirtschaftssendungen an. Unser Augenmerk liegt auf den Themen, welche unsere Hörerschaft im Wirtschaftsbereich interessieren. Dazu gehören: Arbeitsplatzsituation, Gründung von Jungunternehmen, Hilfe beim Aufbau von Unternehmen, Steuersituation. Wie in anderen Bereichen geht unsere Berichterstattung weit über den Informationsbereich hinaus. So machen wir beispielsweise Porträts von Jungunternehmen, welche ausgezeichnet worden und wir arbeiten mit Initiativen von Städten und Unternehmen zusammen.

Vgl. START-Gründerzentrum in Frauenfeld, Jungunternehmerpreise in Winterthur

- Kultur: Im kulturellen Bereich engagieren wir uns noch stärker. Die Berichterstattung über kulturelle Ereignisse in unserem Versorgungsgebiet ist jedes Jahr sehr lang. Die Vielfalt an Theater, Konzerten, Musicals, Open-Airs, Gassen-Kultur, aber auch an alternativen kulturellen Veranstaltungen ist so gross, dass wir uns überlegen, einen Mitarbeiter analog dem RADIO TOP einzustellen. Sein Pensum würde 20 Prozent betragen. Die redaktionellen Beiträge streut die Redaktion unterdessen mit Schergewicht am Wochenende ein. Wir sind überzeugt, dass wir damit unserer Zuschauerschaft einen echten Mehrwert schaffen.

**Beilage:** Kulturelle Beiträge in der Sendung TOP EVENTS

- Gesellschaft: Hier legen wir das Schwergewicht auf alle relevanten Themen der gesellschaftlichen Entwicklung. In unserer Region sind Fragen der Integration, der Überalterung, der Ökologie und des Zusammenlebens der Ethnien und Kulturen von enormer Bedeutung. Wir versuchen immer wieder positive Beiträge von Entwicklungen auszustrahlen um den Gedanken der "Community" zu pflegen. TELE TOP kann hier auch seine hohe Sozialkompetenz ausspielen. Unser Leitbild, unsere Ethik-Charta und die persönlichen Engagements unseres Geschäftsführers als Vorbildwirkung führen dazu, dass soziale Themen einen breiten Raum in unserem Programm haben. Zu diesen Engagements gehören:
  - Brühlgut Stiftung, Winterthur (Günter Heuberger im Stiftungsrat)
  - Greuterhof, Islikon
  - Kinderdorf Pestalozzi, Trogen
  - Stiftung SchlossTurbenthal (Gehörlosendorf), Turbenthal
  - Fannyhof (Reiten für behinderte Kinder), Altikon (Günter Heuberger im Vorstand)
  - Stiftung Wunderlampe, Zürich

- Chile-Zirkus Konfetti, Seuzach
  - Pro Juventute, Zürich
  - World Vision, Zürich
  - Zirkus Knopf (Behinderte Kinder lernen Zirkus), Winterthur
  - Solidarität Dritte Welt (Günter Heuberger im Regionalkomitee)
- Sport: Im Sport berichtet TELE TOP von allen regionalen Anlässen. Im Vordergrund steht aber die regionale Verankerung im Sendegebiet und das Interesse der Zuschauerschaft. Auch im Sport sollen hohe ethisch-publizistische Erwartungen erfüllt werden, welche den Kriterien **Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und journalistische Professionalität, Meinungsvielfalt und lokal-regionale Priorität** entsprechen. Im Zentrum steht die Hilfe an unsere Hörer und Zuschauer beim Erkennen der Bedeutung des Sports in der gesellschaftlichen Entwicklung. In den **Fragen der Integration, der Überalterung, der Volksgesundheit und des Zusammenlebens der Ethnien und Kulturen spielt der Sport eine immer wichtigere Rolle**. Wir versuchen deshalb immer wieder positive Beiträge von Entwicklungen auszustrahlen um den Gedanken der "Community" zu pflegen. Gerade im Sport, wo viele etwas "verstehen" und ebenso viele "mitreden" wollen, sind unsere "Markenzeichen"
- Verständnis für die Situation des anderen
  - Zurückhaltung in der Verbreitung der eigenen Meinung besonders gefragt.

#### **Beilage: Sportkonzept TELE TOP**

### 2.2. Vielfalt an Themen, an Meinungen, an Interessen und an Akteuren

Die in Leitbild, Redaktions-Statut, Maximen der Redaktion und Ethik-Charta festgelegten Grundsätze und Abläufe sorgen dafür, dass auf TELE TOP eine grosse Vielfalt an Themen, an Meinungen und an Interessen im Programm (Redaktion, Moderation und Promotion) zu Worte kommen. **TELE TOP bietet durch die grosse Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Vielfalt von kreativen Meinungen innerhalb des Teams für den Einbezug von Akteuren. Dadurch erhalten sehr viele Personen bzw. Personengruppen Gelegenheit, zu Wort zu kommen.**

**Weil RADIO TOP und TELE TOP durch die den Verlegern gehörenden Radio- und Fernsehveranstalter in Zürich, Schaffhausen und St. Gallen publizistisch totgeschwiegen oder sogar mit falschen redaktionellen Beiträgen und dauernde Werbung für ihre Sender aus den Monopolmärkten verdrängt werden sollen, haben wir natürlich eine besondere Sensibilität für die Meinungsvielfalt erlangt.**

**Die Nachteile der Bekämpfung eines regionalen elektronischen Mediums durch ein regionales Multi-Mediamonopol sind im publizistischen Bereich beträchtlich.** Der Aufstieg von RADIO TOP zum zweitstärksten Privatrado jeweils im 2. Halbjahr 2005 und im 2.

Halbjahr 2006 wurde in den dominierenden Tageszeitungen in Zürich, Winterthur, Schaffhausen, Frauenfeld und St. Gallen nicht vermeldet. Im St. Galler Tagblatt werden die Fakten in der Berichterstattung der Halbjahreszahlen jeweils so ausgesucht, dass man doch noch unter irgendeinem Titel bessere Hörerzahlen für das hauseigene Radio Aktuell findet. So werden jeweils Ganzjahreszahlen ins Feld geführt, wenn die Zahlen im 2. Halbjahr schlechter sind als im 1. Halbjahr. Als Basis wird jeweils das Sendegebiet von Radio Aktuell genommen, wo RADIO TOP in Teilen (Kantone Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden) gar nicht empfangbar ist. Gleich ist das Vorgehen bei den Zuschauerzahlen von Tele Ostschweiz. **Der Rückgang in den Zuschauerzahlen wird jeweils verschwiegen und durch einen Vergleich im eigenen Konzessionsgebiet ersetzt.** Die harte Feststellung, dass es Tele Ostschweiz trotz massiver täglicher Unterstützung durch redaktionelle Artikel, Programmhinweise und Inserate, nicht gelungen ist, TELE TOP aus St. Gallen zu verdrängen, wird natürlich nirgends gemacht. Die bekannte Studie "Wettbewerbsvoraussetzungen in Räumen mit marktbeherrschenden Multimedia-Anbietern, Das Beispiel Radio- und TV-Markt St. Gallen" brachte folgende Ergebnisse:

- Das **St.Galler Tagblatt** berichtet über die eigenen Medien häufiger und prominenter als über die Konkurrenz: vor allem Tele Ostschweiz erhält grosse Aufmerksamkeit im redaktionellen Teil. Die **eigenen elektronischen Medien** erhalten gemäss der Studie **mehr als dreimal soviel redaktionelle Beachtung** wie die Konkurrenz von RADIO TOP und TELE TOP.
- Bei den **Programmhinweisen** wird die **Konkurrenz sogar totgeschwiegen**. Hinter SF1 und Arte erreicht **Tele Ostschweiz am meisten Programmhinweise, während auf TELE TOP überhaupt nie und auf RADIO TOP nur ein einziges Mal hingewiesen wird**. Zweifellos kann diese **massive Bevorzugung des eigenen Senders** weder mit journalistischen Kriterien noch mit der Zuschauergunst legitimiert werden. **Einzig unternehmerische Erwägungen** vermögen dies zu begründen.
- Durch die Ausgrenzung eines wichtigen Wettbewerbers sollen offensichtlich **unerwünschte Werbeeffekte ausgeschlossen** werden. Der Werbewert dieser Massnahmen für Tele Ostschweiz und Radio Aktuell erreicht den Betrag von rund Fr. 750'000.00 in zwölf Monaten.
- Schliesslich setzt das St. Galler Tagblatt auch das Instrument **"Anzeige" für die Promotion der eigenen elektronischen Angebote in grossem Stile ein: Der Gesamtwert dieser Anzeigen liegt über Fr. 900'000.00**. Sowohl Tele Ostschweiz als auch Radio Aktuell befinden sich unter den acht Unternehmen mit der grössten Werbeintensität im St. Galler Tagblatt und noch vor Unternehmen wie DiAx, Sunrise und der Post. **Welch enormer Werbedruck hier erzeugt wird, wird deutlich, wenn der Werbewert der Programmhinweise hinzugerechnet wird. So betrachtet, platzieren sich die**

**elektronischen Medien der Tagblatt-Gruppe mit Fr. 1.67 Mio direkt hinter den beiden Grossverteilern Migros und Coop und noch vor Swisscom. Ein Betrag, der im übrigen fast einem Viertel des Gesamtaufwandes der beiden Stationen entspricht.**

**Beilage:** René Grossenbacher, Publicom: "Wettbewerbsvoraussetzungen in Räumen mit marktbeherrschenden Multimedia-Anbietern, Das Beispiel Radio- und TV-Markt St. Gallen"

### 2.3. Vielfalt des Geschehens des ganzen Versorgungsgebietes

TELE TOP ist schon durch seine Entstehungsgeschichte ein Sender, der sich sehr breit für das Geschehen in allen Regionen interessiert. Winti TV berichtete seit 1986 mit Schwergewicht über die **Region Winterthur, Zürcher Weinland, Zürcher Oberland und Zürcher Unterland. Mit TELE TOP kamen 1999 die Kantone Thurgau und Schaffhausen sowie die Regionen Wil, Fürstenland und Toggenburg dazu. Alle diese Schwergewichte wurden ab 2000 von TELE TOP in den TOP NEWS übernommen**, weil wir feststellten, dass es ein überregionales Interesse an vielen Themen im Raum Zürich - Ostschweiz gibt. Beispiele dafür sind die Entwicklung des Flughafens Zürich, die Spitalplanungen oder der Ausbau des öffentlichen Verkehrs. **Die Konzession für die Region 10 Zürich-Nordostschweiz umfasst wie erhofft, zusätzlich zum bisherigen Sendegebiet von TELE TOP, den ganzen Kanton Zürich. Mit der Verdoppelung der Stellen in der Redaktion werden wir das Geschehen im ganzen Versorgungsgebiet abdecken können.**

TELE TOP wird weiterhin viele Partnerschaften in allen Regionen eingehen. Dabei geht es nicht nur um die üblichen Medienpartnerschaften mit Open-Airs oder Musicals. Wir sind ganz bewusst grosse Engagements mit Sportvereinen, kulturellen Einrichtungen, sozialen Einrichtungen und Unternehmen des öffentlichen Verkehrs eingegangen. Diese Partnerschaften haben regelmässig auch Konsequenzen für das Programm, in dem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dadurch angespornt werden, ähnliche Institutionen, Einrichtungen oder ÖV-Unternehmen zu porträtieren.

**Beilage:** Promotionskonzept TELE TOP

### 2.4. Ausstrahlung mindestens während der Hauptsendezeit

Alle Angebote zur Erfüllung des Leistungsauftrages werden während der Hauptsendezeiten von TELE TOP ausgestrahlt. Diese sind von 18.00 - 24.00 Uhr und gehen also 1 Stunde über die geforderten 5 Stunden hinaus. Die wichtigsten Meldungen aus Politik und Wirtschaft werden auch in den anderen Zeiten durch Unterbrüche im laufenden Programm (Breaking-News) eingesetzt und laufend aktualisiert.

2.5. Sendungskonzepte mit inhaltlichen und zeitlichen Angaben sowie journalistischen Selektionskriterien

TELE TOP erfüllt den Programmauftrag täglich neu durch zahlreiche Informationsbeiträge und deren Qualität, die laufend überprüft wird. Die zahlreichen Sendungskonzepte enthalten inhaltliche und zeitliche Angaben sowie journalistische Selektionskriterien. Wir sind unter 3.2.1.1.1. Verfahren der Qualitätssicherung auf die folgenden Dokumente eingegangen:

- News-Konzept 2006
- Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten
- Redaktionsstatut TELE TOP
- Maximen der Redaktion TELE TOP
- TELE TOP Programm raster 2007

Diese Dokumente regeln alle inhaltlichen und journalistischen Vorgaben der Chefredaktion und der Programmleitung. Für die journalistischen Selektionskriterien ist das Dokument "Publizistische Leitlinien der TOP-Medien" wichtig. Diese legen insbesondere in Punkt 5. "Sendungskonzepte und programmlich-journalistische Selektionskriterien" das publizistische Selbstverständnis ausführlich dar.

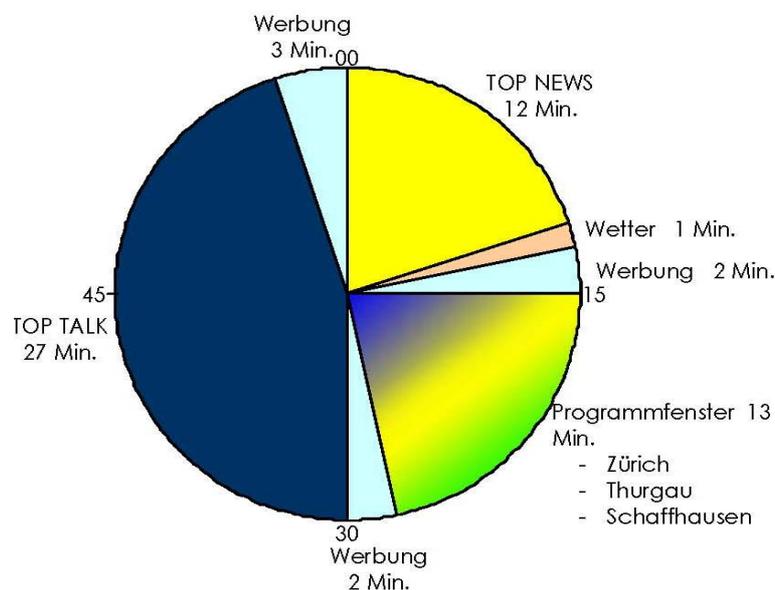
**Beilagen:**

- News-Konzept 2006
- Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten
- Redaktionsstatut TELE TOP
- Maximen der Redaktion TELE TOP
- TELE TOP Programmübersicht 2007
- Publizistische Leitlinien der TOP-Medien
- Ethik-Charta der TOP-Medien
- Merkblatt: Keine sexuellen Übergriffe in den TOP-Medien

**Nach Erhalt der Konzession gilt der folgende Stundenraster:**

Abbildung: TELE TOP - Stundenraster 2008

### TELE TOP – Stundenraster 2008



TELE TOP legt aber auch Wert darauf, dass es nicht als überorganisiertes und deswegen programmlich unflexibles Medium wahrgenommen wird. Im Gegenteil: Unsere Redaktion leistet den Service public régional ohne das dauernde Schielen auf die Einhaltung des hintersten und letzten Punktes der verschiedenen Konzepte! **Allerdings können beispielsweise die durch die Ausdehnung des Sendegebietes über die Kantone Zürich, Schaffhausen, Thurgau, St. Gallen, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden immer zahlreichere Wahl- und Abstimmungssonntage nicht mehr ohne systematische Vorbereitungen professionell umgesetzt werden.** Wie umfassend unterdessen ein Wahlsonntag geplant werden muss, zeigt das MEMO der Chefredaktion von TELE TOP vom Wahlsonntag, 21. Oktober 2007. An jenem Tag waren 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Einsatz. Die Vorbereitung umfasste die folgenden Punkte:

- Allgemeines
- Aufbau der Sendung
- Standorte (Zürich-Leutschenbach, Zürich-Walcheturm, St. Gallen-Pfalzkeller, Wahl-Studio Frauenfeld, Wahl-Studio Schaffhausen, Wahl-Studio Herisau und Wahlstudio Bundeshaus)
- Pflichtenheft
- Ausgangslage in allen TOP-Kantonen und in der Schweiz
- Resultate - Zeitplan
- Politische Ausgangslage mit Parteien und in Bezug auf Nationalrat und Ständerat (Allgemein, Kantone Schaffhausen, Zürich, Appenzell-Ausserrhoden, St. Gallen, Thurgau, Appenzell-Innerrhoden)
- Weitere Vorlagen (Städte Gossau, Uster und Schaffhausen,

- Gemeinden Brunnadern, Mogelsberg und St. Peterzell)  
 - Anhang 1 – Kleine Staatskunde (Nationalrat, Ständerat)  
 - Anhang 2 – Wahlparties im TOP-Land (20 in den Kantonen!)

**Beilage:** TELE TOP Memo Wahlsonntag, 21. Oktober 2007

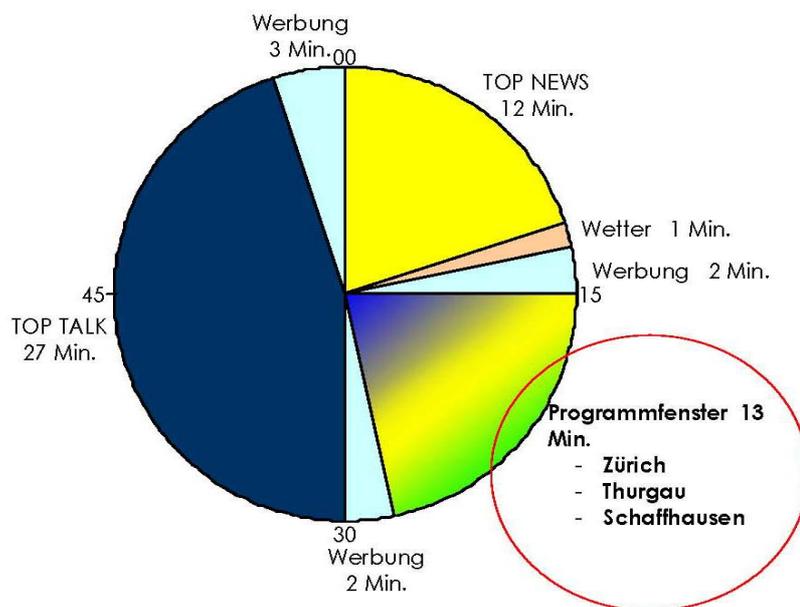
### 3.2.4.2 Programmfenster

Wie in Pt. 3.1. a) ausgeführt, wird TELE TOP mit der neuen Konzession tägliche Programmfenster aus den Studios Frauenfeld und Schaffhausen produzieren. Bei besonderen regionalen Ereignissen (Wahlen und Abstimmungen, Aussenübertragungen) werden zusätzliche Programmfenster geöffnet. Aufgrund der zusammengezählten Längen aller Sendungen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft/Soziales und Sport ist klar, dass die Beiträge aus den Regionen die geforderten mindestens 10 Minuten bei weitem übersteigen. Wir stellen im Verlaufe der Jahre fest, dass die regionalen Politiker nun vermehrt wünschen, im Mantelprogramm wahrgenommen zu werden, was wir sehr vorsichtig beurteilen wollen.

Wir haben unter 3.1. a. "Zeitlicher Umfang, Inhalt und Struktur des Programms" dargelegt, dass in den drei Programmfenstern für die Kantone Zürich, Thurgau und Schaffhausen ab 1815 (mit stündlicher Wiederholung) je zwei längere Beiträge und Regionalnachrichten ausgestrahlt werden.

Abbildung: TELE TOP - Stundenraster 2008, Programmfenster

#### 'ELE TOP – Stundenraster 2008, Programmfenster



Die drei Programmfenster bieten auch die Möglichkeit den regionalen Sport zu berücksichtigen. Geplant sind Beiträge über die Kloten Flyers, den HC Thurgau, die Kadetten Schaffhausen, Pfadi Winterthur, den FC Schaffhausen, den FC Wil und den FC Winterthur.

**Im Rahmen des Qualitätssicherungskonzeptes der TOP-Medien 2007 haben wir festgelegt, dass wir zusätzlich zum internen Feedback-System ein externes Feedback-System einführen werden.** Dort wird das gesamte Programm durch externe Fachleute beurteilt. Die dazu eingeladenen Fachleute sind einerseits Wissenschaftler der ZHAW Winterthur, der Universität Zürich und der Universität St. Gallen. Andererseits sind die Informationsschefinnen und die Informationsschefs der Kantone Zürich, Schaffhausen, St. Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden sowie die Informationsschefinnen und die Informationsschefs der Städte Winterthur, Uster, Wetzikon, Bülach, Zürich, Rapperswil-Jona, Schaffhausen, Frauenfeld, Kreuzlingen, Weinfelden, Wil, Gossau, St. Gallen, Rorschach, Altstätten, Buchs, Sargans, Herisau und Appenzell eingeladen. Als Gesprächspartner sind ebenfalls die Mitglieder der Programmkommissionsmitglieder der SRG Zürich-Schaffhausen und der SRG Ostschweiz vorgesehen. Die Ergebnisse dieser Programmbeurteilungen werden den Redaktionsmitgliedern und dem BAKOM in Protokollen mitgeteilt. Sollte sich der Punkt "Forcierung des Mantelprogrammes" als unabdingbar erweisen, werden wir versuchen, diese Bedürfnisse zuerst über unser News-Portal TOP ONLINE abzudecken. Allerdings haben wir auch dort die regionalen Programmfenster nach der Kantonzugehörigkeit aufgebaut und wollen nicht davon abweichen.

Für die Programmfenster wird die **neue direkt dem Geschäftsführer der TOP-Medien zugewiesene Stabsstelle "Leiter Qualitätssicherung"** entscheidend sein. Gerade weil diese ausgewiesene Persönlichkeit mit primär publizistisch/strategischem Hintergrund die Mittel und Ressourcen um die mehrfach bewiesene Vorreiterrolle von RADIO TOP und TELE TOP im Service public régional weiter auszubauen, erhält, wird der Teil Qualitätssicherung der Programmfenster im redaktionellen Bereich, aber auch in den anderen Bereichen (Moderation, Promotion/Dienste, Technik) befassen, eine weitere Stärkung der regionalen Berichterstattung in den Programmfenstern und im Mantelprogramm bringen.

### **3.2.5. Sendungsarten, die der Leistungsauftrag ausschliesst**

TELE TOP begrüsst, dass Artikel 41 Absatz 3 RTVV in der Konzession die folgenden Sendungsarten untersagt, da sie der Erfüllung des Leistungsauftrags zuwiderlaufen:

- Die Ausstrahlung von Publikumsgewinnspielen, die ausschliesslich darauf ausgerichtet sind, Einnahmen zu generieren und die kaum publizistischen Gehalt aufweisen;
- Die Ausstrahlung von Radarwarnungen;
- Die Ausstrahlung von pornographischer Werbung, insbesondere Werbung

für Mehrwertdienste-Nummern mit erotischem Inhalt und Werbung für erotische Dienstleistungen.

TELE TOP strahlt keine Publikumsgewinnspiele oder pornografische Werbung aus. Eine Mitbeteiligung in der Wertschöpfungskette der TOP-Medien, wie wir dies von privaten Fernsehstationen in Deutschland und der Schweiz kennen, finden bei uns schon aus ethischen Gründen nicht statt (keine "Abzockerei"!)

### 3.2.6. **Verbreitung**

TELE TOP stellt schon heute die Verbreitung in seinem Sendegebiet sicher. Das Versorgungsgebiet Region 10 Zürich – Nordostschweiz muss wegen seiner Grösse und wegen den Programmfenstern den Leistungsauftrag in der Verbreitung mit einem sehr aufwendigen Verbreitungskonzept erfüllen. Aufgrund der Erfahrung beim Zusammenschluss von Radio Eulach, Radio Thurgau und Radio Wil zu RADIO TOP habe wir aber bewiesen, dass wir sehr gut technische Herausforderungen bewältigen können.

Um das Versorgungsgebiet Region 10 Zürich – Nordostschweiz zu verbreiten, muss ein sehr komplexes Verbreitungskonzept erarbeitet werden, welches laufend den neuen Möglichkeiten der Anspeisung angepasst wird. Einbezogen werden auch die Chancen der Verbreitung über Satellit und DVB-T.

#### 3.2.6.1. **Verbreitungskonzept**

##### 3.2.6.1.1 **Ist-Zustand und Start**

TELE TOP wird nach Erhalt der Konzession sein Programm über Kabel via die folgenden Kabelbetreiber verbreiten:

<b>Kabelnetzbeteiber</b>	<b>Versorgte Netze</b>
Cablecom	Zürich Winterthur Zürcher Oberland Zürcher Unterland Zürichsee beide Ufer
TB Wil	Wil / Toggenburg
RKO (Techn. Betriebe Amriswil)	Oberthurgau
Stafag Frauenfeld	Frauenfeld + Signallieferungen
TB Weinfelden	Weinfelden / Märstetten
Stadtantenne Kreuzlingen	Kreuzlingen / Ermatingen / Steckborn
Sasag Schaffhausen	Schaffhausen / Neuhausen / Diessenhofen
GGA Maur	Zürcher Oberland
GGA Ossingen	Zürcher Weinland (Teile)

### 3.2.6.1.2. Erschliessung des ganzen Versorgungsgebietes

TELE TOP plant zusätzlich in den nächsten Jahren die Verbreitung seines Programmes über Satellit und DVB-T. Wir sind bereit, dafür nochmals erhebliche Investitionen zu tätigen.

### 3.2.6.1.4. Vernetzung der Studios mit Datenleitungen und Internet

Für die Sicherstellung der Erfüllung des Leistungsauftrages und für die Qualitätssicherung wird TELE TOP die Verbindungen zwischen den Studios im Kanton Zürich, dem Studio Frauenfeld und dem Studio Schaffhausen laufend ausbauen.

Das bedeutet, dass wir über die folgenden Kapazitäten verfügen werden:

- 20 MB Internetleitung für Standort im Kanton Zürich
- 15 MB für Standort Frauenfeld
- 15 MB für Standort Schaffhausen
- 1 MB für die Standorte St. Gallen, Wil und Zürich.

Die Betriebskosten für die ganze Vernetzung betragen rund Fr. 60'000.- bis Fr. 80'000.- per Jahr.

## 3.3. Produktion

a. Anzahl Studios, Grösse und Standort

**TELE TOP wird die folgenden Studios betreiben**

<b>Agglomeration im Kanton Zürich</b>	<b>ca. 500 m<sup>2</sup></b>	<b>neu</b>
<b>Frauenfeld</b>	<b>ca. 150 m<sup>2</sup></b>	<b>Walzmühlestrasse (bestehend)</b>
<b>Schaffhausen</b>	<b>107 m<sup>2</sup></b>	<b>neu</b>

b. Vorgesehene Anzahl Stellen, aufgeschlüsselt nach Bereichen Redaktion, Technik, Administration und Werbeakquisition

<b>Redaktion</b>	<b>25</b>	<b>2200 %</b>
<b>Moderation</b>	<b>10</b>	<b>850 %</b>
<b>Technik</b>	<b>10</b>	<b>850 %</b>
<b>Administration</b>	<b>7</b>	<b>530 %</b>
<b>Werbeakquisition</b>	<b>9</b>	<b>850 %</b>

c. Angaben über Veranstalter, mit denen eine regelmässige Zusammenarbeit im Programmbereich geplant ist. Natur (Information, Kultur, Unterhaltung) und Umfang der geplanten Zusammenarbeit; Angaben der regelmässigen Bezugsquellen für weitere nicht selbst produzierte Programmbestandteile (Programmersteller)

**TELE TOP arbeitet mit keinen anderen Veranstaltern im Fernsehbereich zusammen. Im Radio arbeiten wir mit den anderen TOP-Medien zusammen. Allerdings sind wir der Meinung, dass die**

TOP-Medien die gleiche publizistische und ethische Handschrift tragen sollen. Hingegen müssen die Programme (Redaktion und Moderation), die Promotion, Technik und Verkauf separat geführt und verantwortet werden. Es soll ein gesunder Wettbewerb auf dem gleichen Spielfeld, aber mit verschiedenen Spielern geführt werden. Eine gemeinsame Abschottung gegenüber anderen Medien, wie dies die Verleger immer wieder publizistisch und kommerziell gleich mit allen Medien (Zeitung, Gratisanzeiger, Radio, Fernsehen und Online-Portal) anstreben, führt zu schlechteren Leistungen und damit letztlich zur Gefährdung des gesamten Monopols.

Mit anderen Medienunternehmen bestehen gemeinsame Interessen im Rahmen der Zusammenarbeit für die Förderung von DVB-T in der Deutschen Schweiz. Hier sind die TOP-Medien eine der Lokomotiven für eine nachhaltige Entwicklung zusammen mit der SRG. Dies äussert sich auch in der Wahl des Geschäftsführers von TELE TOP als Verwaltungsratspräsident der SwissMediaCast AG, welche den Aufbau der DAB-Infrastruktur sicherstellen wird. Möglich ist eine Erweiterung des Tätigkeitsbereiches auf DVB-T.

## 4. Finanzierung

### 4.1. Eigenkapital

Die TELE TOP AG (ehemals WINTI TV) wurde mit Statuten vom 5.3.1987 gegründet. Ein Jahresabschluss erfolgt jeweils per Kalenderjahr.

- Dem Gesuch liegt der Revisionsbericht inklusive Jahresrechnung des Abschlusses per 31.12.2006 bei.

**Beilage:** revidierter Jahresabschluss 2006

- Wertberichtigungen und Rückstellungen entsprechen betriebswirtschaftlichen Ansätzen. Es bestehen deshalb zum Berichtszeitpunkt keine stillen Reserven.
- Die Rechnung des laufenden Jahre (2007) wird mit einem Verlust zwischen knapp unter CHF 1 Mio. abschliessen. Nach einer Kapitalerhöhung im Jahre 2003 hat die TELE TOP AG ein Aktienkapital von CHF 3'000'000.--, das einem aktuellen Verlustvortrag von rund CHF 7'700'000.-- gegenüber stehen wird.
- Zur Sanierung der Bilanz gemäss OR 725<sub>2</sub> bestehen Darlehen mit Rangrücktritt des Hauptaktionärs. Per Ende des Vorjahres betrug der Saldo CHF 3'950'000.--, per Ende 2007 wird es auf CHF 4'800'000.-- erhöht.

**Beilage:** Rangrücktrittsvereinbarung mit Günter Heuberger

### 4.2. Fremdkapital

- Die UBS AG stellt der TELE TOP AG eine Kontokorrentlimite von CHF 100'000.-- zur Verfügung. Sie wird sporadisch zur Einhaltung der Zahlungsfristen benutzt und jeweils durch Aktionärszuschüsse wieder eingedeckt.

**Beilage:** Kreditvertrag mit UBS AG

- Für das Darlehen des Hauptaktionärs Günter Heuberger, Seuzach, besteht eine verbindliche, unbefristete Zusage, wonach das Darlehen weder zurückgeführt noch verzinst werden muss, solange das Aktienkapital der TELE TOP AG nicht mindestens zur Hälfte wieder hergestellt ist bzw. es eine positive Ertragslage zulässt. Wie unter Punkt 4.1 erwähnt, ist der Darlehensgläubiger im Rang zurückgetreten.

**Beilage:** Darlehensvertrag mit Günter Heuberger

- Der Hauptaktionär wird auch für die zusätzlichen Investitionen der Planjahre 2008 bis 2010 aufkommen. Eine verbindliche Zusage ist im Darlehensvertrag vom 30. November 2007 erwähnt.

#### 4.3. Plandaten

In der Beilage finden Sie die folgenden Finanzpläne für die Jahre 2008 - 2012:

- Investitions- und Abschreibungsplan
- Planerfolgsrechnung
- Planbilanz
- Geldflussrechnung (Fonds flüssige Mittel)

**Beilage:** Finanzpläne Jahre 2008 - 2012

#### 4.4. Ertragsberechnung

Die genaue Ertragsberechnung geht aus den Bemerkungen zu den Finanzplänen 2008 - 2012 hervor. Der Umsatz wurde aufgrund von Erfahrungszahlen und einer plausiblen Wahrscheinlichkeitsrechnung eingesetzt. Ergänzend werden dazu Informationen zu Tarifen, Werbesekunden sowie zu Werbepartner und -kunden gemacht.

**Beilage:** Finanzpläne Jahre 2008 – 2012

#### 4.5. Zusammenfassung mit Kennzahlen

Aufgrund der Plandaten wurden folgende Kennzahlen berechnet und als Beilage zu den Finanzplänen 2008 - 2012 separat ausgewiesen:

- Umsatz (absolute Zahl)
- Gewinn/Verlust (absolute Zahl)
- Umsatzrendite (Gewinn in % des Umsatzes)
- Gesamtkapitalumschlag (Bruttoumsatz durch Ø-Gesamtkapital)
- Gesamtkapitalrendite (Return on Investment, Gewinn in % des Ø-Gesamtkapitals)

- Anlageintensität (Anlagevermögen in % der Bilanzsumme)
- Fremdfinanzierungsgrad (Fremdkapital in % der Bilanzsumme)
- Forderungsumschlag (offene Forderungen x 360 durch Umsatz)

**Beilage:** Finanzpläne Jahre 2008 – 2012

## 5. Informationen zu besonderen Pflichten

- a. Einhaltung des geltendes Rechts, insbesondere der arbeitsrechtlichen Vorschriften und der Arbeitsbedingungen in der Branche

**TELE TOP hält das geltende schweizerische Recht ein. Die Arbeitsbedingungen werden schrittweise verbessert. Seit 2005 besteht ein regelmässiger Gedankenaustausch mit dem SSM. Auf die Konzessionserteilung tritt ein Gesamtarbeitsvertrag in Kraft.**

**Vgl. ausführlich 3.2.2.2. Firmenvertrag mit dem SSM**

Für die Nutzung der Informatikmittel besteht eine Weisung, die für alle Mitarbeiter der TOP-Medien bindend ist. Zweck der Weisung ist, nebst einer klaren Regelung für den Umgang mit Hard- und Software, die Steigerung der Verfügbarkeit der IT-Mittel, besserer Schutz vor Viren, Datenspionage und dergleichen, der sinnvolle Einsatz der Ressourcen, die Kostenkontrolle sowie die Einhaltung von bestehendem Recht.

**Beilage:** Weisung zur Nutzung der Informatikmittel

- b. Qualitätssicherungssystem

**TELE TOP hat ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem eingeführt und wird dieses laufend ausbauen.**

### 1. Zielsetzungen des Qualitätssicherungskonzeptes

Das umfangreiche Qualitätssicherungskonzept soll für sämtliche Bereiche der Unternehmen Prozesse festschreiben, durch welche laufend überprüft werden kann, ob die festgelegten Qualitätsziele erfüllt werden. **Gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, der Konzessionsbehörde, den Anspruchsgruppen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport, aber auch den Kunden und Aktionären soll volle Transparenz und Rechenschaft über die Einhaltung der selbst erarbeiteten Qualitätsvorgaben zur Erfüllung der Leistungsaufträge abgelegt werden.** Als private Medienunternehmen für Radio und Fernsehen, die geographisch die Kantone Zürich, St. Gallen, Thurgau, Schaffhausen und beide Appenzell abdecken, hat für RADIO TOP und TELE TOP die Qualitätssicherung höchste Priorität. **Durch die Unabhängigkeit von den grossen Medienhäusern in Zürich und von den regionalen Monopolzeitungen in unserem Raum soll die Qualitätssicherung den Mitarbeitenden auf allen Stufen ein hohes Vertrauen und Selbstbewusstsein für die eigenen Leistungen sichern.**

## 2. Verantwortung für die Erarbeitung, Inkraftsetzung und Durchführung

Für die Erarbeitung, Inkraftsetzung und Durchführung des Qualitätssicherungskonzeptes trägt der Geschäftsführer von RADIO TOP und TELE TOP die Hauptverantwortung. Er kann sich dabei auf die vielfältigen Vorarbeiten, bestehende Arbeiten und Konzepte seiner Mitarbeiter stützen.

Der jetzige Geschäftsführer Günter Heuberger hat sich in den über 20 Jahren seiner Medientätigkeit in verschiedenen Bereichen für die Erreichung von Qualitätsstandards in den durch ihn geführten oder begleiteten Unternehmen ausgebildet.

## 3. Grundsätzliches Bekenntnis zum redaktionellen Qualitätssicherungssystem

Die TOP-Medien erkennen das Potenzial des redaktionellen Qualitätssicherungssystems für die Optimierung und ständige Verbesserung der redaktionellen Leistung. Der damit ausgelöste **Selbstkontrollprozess macht transparent, dass die am Leistungsauftrag orientierten Qualitätsziele und Standards die redaktionelle Arbeit steuern und dass mit präventiven, produktionsbegleitenden und korrektiven Massnahmen in der Redaktion die Umsetzung der Ziele systematisch evaluiert wird.** Qualitätsmanagement wird von uns als Führungsinstrument aufgefasst, das die interne Feedbackkultur wesentlich prägt und in dem sich die Prozesse und Sicherungsmassnahmen jeweils auf die Qualitätsziele beziehen.

Als Mitglied des VSP und von TELESUISSE können die TOP-Medien die Implementierung und die Begleitung ihres Qualitätssicherungssystems auf andere Beispiele der beiden Verbände zurückgreifen. Allerdings sind wir nicht bereit, die Kritik des VSP in seinem Mediencommuniqué vom 22. März 2007 an einer umfassenden Formulierung der Leistungsaufträge und den Verfassern der Studien zu den Strukturen der redaktionellen Qualitätssicherung zu unterstützen oder mitzutragen. Wir werden uns vielmehr erlauben, die anderen Privatradios und Regionalfernsehen auf die umfassende Umsetzung der Leistungsaufträge als Äquivalent zum Erhalt von Konzessionen mit oder ohne Gebührenanteile zu erinnern.

## 4. Das Qualitätssicherungs-Modell der TOP-Medien

Das Qualitätssicherungs-Modell stellt die wesentlichen Bereiche und Instrumente dar, auf die im Prozess der redaktionellen Qualitätssicherung zurückgegriffen wird. Es beinhaltet auch diejenigen Faktoren, deren Tauglichkeit regelmässig einer internen und externen Evaluation unterzogen wird. Wir hoffen, dass unser **Qualitätssicherungs-Modell mit seiner laufenden Weiterentwicklung im Verlaufe der Jahre organisatorisch und inhaltlich als Benchmark für die Branche** betrachtet wird, wie die schon beim Leitbild der Fall ist.

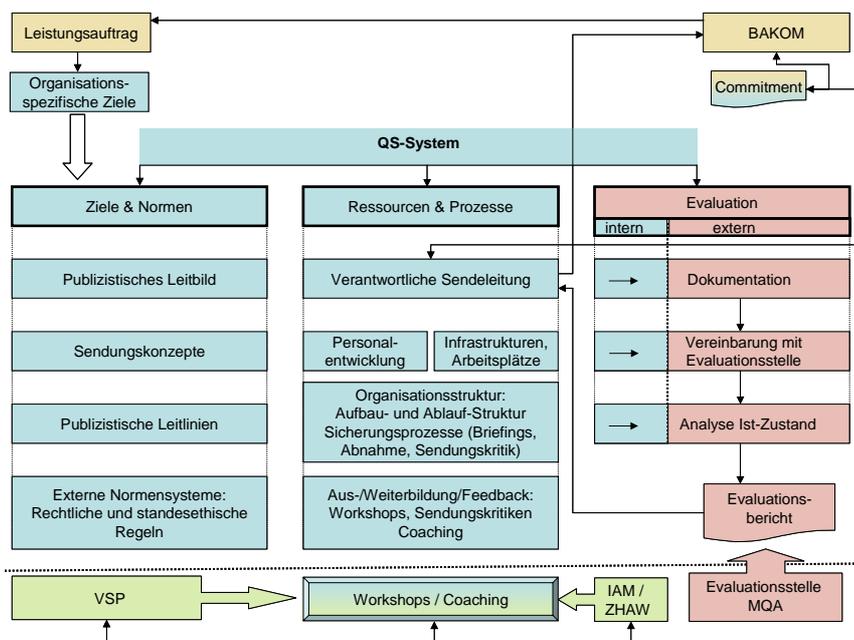
Vgl. Wyss Vinzenz, Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006, S. 10 f.:

*"Auffallend ist, dass allein ein einziger TV-Sender (FC/Tele Top) und ein*

*Radiosender über umfassende Leitbilder verfügen, welche die relevanten Punkte journalistischer Qualität, Unabhängigkeit, Ethik ansprechen. Im Falle des Radiosenders sind jedoch die Qualitätskriterien in einer grösseren Textmenge disparat so angeordnet, dass sie wenig praktikabel scheinen. Zudem werden sie bei diesem Sender kommerziellen Überlegungen nachgestellt bzw. untergeordnet. **Das Leitbild von FC/Tele Top lässt alle anderen weit hinter sich (und könnte eventuell für einen Benchmark geeignet sein).***

Die TOP-Medien möchten im Qualitätssicherungsprozess im eigentlichen Sinn keinen Extrazug fahren und sind deshalb bereit das organisatorische Schema des Qualitätssicherungsprozesses von Vinzenz Wyss, welches der VSP übernommen hat, als Darstellung des gesamten Qualitätssicherungsprozesses ebenfalls zu berücksichtigen. Hingegen möchten wir uns in der Breite und in der Tiefe der Qualitätssicherungsmaßnahmen an der Spitze bewegen.

Abbildung: Der Qualitätssicherungsprozess



#### 4.1. Ziele und Normen

Die Redaktionen von RADIO TOP und TELE TOP verfügen über ein **transparentes Regelsystem**, welches im **Leitbild der TOP-Medien**, im **Redaktions-Statut**, in den **Maximen der Redaktion** mit Aussagen zu **Wahrheit/Ethik, Verständlichkeit, Geschwindigkeit und Attraktivität**, in den **Sendungskonzepten** sowie in den **Publizistischen Leitlinien** der TOP-Medien **zum Ausdruck gebracht** wird. Die Verantwortung für diese Dokumente, deren Interpretation, Aktualisierung und die kommunikative Umsetzung ist je nach Dokument geregelt. Der Chefredaktor ist die allen bekannte Ansprechperson für Zweifelsfälle in der Praxis. Dokumente werden allen Mitarbeitenden bei Stellenantritt vorgestellt. Sie gelten zudem als Orientierungshilfe bei Redaktionskonferenzen und Sendungskritiken bzw. in der internen Aus- und Weiterbildung.

#### 4.1.1. Leitbild und Publizistische Leitlinien

Das Leitbild der TOP-Medien und die die Tätigkeit im Programmbereich weiter definierenden Publizistischen Leitlinien der TOP-Medien dienen der strategischen Qualitätslenkung. Die darin zum Ausdruck gebrachte **Qualitätsstrategie hält publizistische Qualitätsziele fest, die die im Leistungsauftrag formulierten Normen (Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und journalistische Professionalität, Meinungsvielfalt und lokal-regionale Priorität in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft/Soziales und Sport; Fragen der Integration, der Überalterung, der Ökologie und des Zusammenlebens der Ethnien und Kulturen) als Grundwerte operationalisiert.** Die Publizistischen Leitlinien drücken das publizistische Selbstverständnis der TOP-Medien aus.

#### 4.1.2. Sendungskonzepte

In unseren spezifischen Sendungskonzepten werden die Ziele und die Machart von Informationssendungen transparent gemacht. Die Konzepte orientieren sich an den Publizistischen Leitlinien und dienen der Planung und Kritik einzelner Sendungen.

#### 4.1.3. Publizistische Leitlinien und Checklisten

Die Redaktionen von RADIO TOP und TELE TOP verfügen über spezifische publizistische Leitlinien, die ethisch heikle Fälle (Umgang mit Suiziden, Umgang mit Prominenten etc.) senderspezifisch oder auf externe Normen gestützt (Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten), regeln. Für die regelmäßig stattfindenden Sendungskritiken zieht die Redaktion eine vom Chefredaktor entwickelte Qualitäts-Checkliste heran, welche die für die Redaktion geltenden Qualitätsgrundsätze zum tragen bringt.

### 4.2. Ressourcen und Prozesse

#### 4.2.1. Gesamtverantwortung für den Qualitätssicherungsprozess

**Die Gesamtverantwortung für die Qualitätssicherung liegt beim jeweiligen Kadermitarbeiter, also Geschäftsführer, Programmleiter oder Chefredaktor.** Diese aktualisieren regelmässig die im Leitbild bzw. in den Sendungskonzepten festgehaltenen Qualitätsziele und setzen sich in der Redaktion für die Durchsetzung der Qualitätsphilosophie ein. Dabei kommen neben einer qualitätsorientierten Personalpolitik folgende Mittel zum Einsatz: Zielvereinbarungen, Qualifikationsgespräche, Feedbackgespräche. Die für die Redaktion geltende Qualitätsstrategie wird zudem in den Sendungs-Feedbacks regelmässig in Erinnerung gerufen.

#### 4.2.2. Mitarbeitende und Infrastruktur

Die Redaktion legt Wert auf qualifiziertes Personal und fördert die ständige Weiterbildung der Mitarbeitenden. Das Verhältnis zwischen Ausgebildeten und Auszubildenden entspricht im Minimum der Vorgabe im Leistungsauftrag von 3:1. Der Weiterbildungsbedarf der Mitarbeitenden wird regelmässig abgeklärt und

fließt in die Zielvereinbarungen ein.

Die Redaktion verfügt über ein adäquates Redaktionssystem, das die Rückverfolgbarkeit von Beiträgen sicherstellt. Die Redaktion hat Zugriff auf die folgenden Agenturen: SDA, SI und DPA. Ein Archivsystem unterstützt die qualitätsorientierte Vorbereitung und die Recherchen.

#### **4.2.3. Sicherungsprozesse**

**Die Produktionsabläufe in der Redaktion sind von der Themenfindung bis zur Ablage der Sendungen und der Sendekritik klar geregelt und Verantwortlichen zugeteilt.**

##### **4.2.3.1. Briefings**

**Folgende Vorkehrungen gehören in den Redaktionen von RADIO TOP und TELE TOP zum Standard-Procedure:**

1. Das Briefing wird durch den Chef vom Dienst vorgenommen.
2. Das Briefing umfasst die folgenden Punkte: Thema des Beitrages, bisherige Entwicklung des Themas, Umfang der zu leistenden Recherche, Protagonisten des Beitrages, Länge des Beitrages, Aufteilung des Beitrages in Anmoderation und Audio-/Videoteil.
3. Bei Beiträgen, die heikel werden könnten, werden die möglichen Klippen des Beitrages und der Protagonisten besprochen.
4. Wenn immer möglich wird festgelegt, in welchem Sendegefäß der Beitrag ausgestrahlt werden soll. In der Regel wird zusätzliches Bild-/Tonmaterial besprochen, falls sich der Beitrag während der Recherche und/oder Produktion als wichtiger herausstellt, als geplant.
5. Der Chef vom Dienst legt fest, wie das Redaktionsmitglied vorzugehen hat, wenn während der Recherche und/oder in der Produktion der geplante Beitrag eine höhere Wichtigkeit erhält oder als wegen der mangelnden Relevanz nicht weiterverfolgt wird (Alarmnummer.)
6. Die Chefredaktion sorgt dafür, dass das Briefing allein oder im Team als ein Recht, aber auch als eine Verpflichtung betrachtet wird.

##### **4.2.3.2. Abnahme von Sendungen**

**Folgende Vorkehrungen gehören in den Redaktionen von RADIO TOP und TELE TOP zum Standard-Procedure:**

1. Die Abnahme der Gesamtsendung (TOP NEWS) wird durch den Chef vom Dienst vorgenommen.
2. Die Abnahme von einzelnen Beiträgen wird je nach Erfahrung des Redaktors durch einen bezeichneten "Götti" oder den Chef vom Dienst vorgenommen: Erste drei Monate: jeder Beitrag. Bis zu einem Jahr Erfahrung: jeder zweite Beitrag. Bis zu zwei Jahren Erfahrung: Jeder vierte Beitrag. Die Chefredaktion kontrolliert die Abnahmen im Ausbildungsdossier jedes Redaktors.
3. Bei Beiträgen, die umfangreiche Recherchen erfordern, wird ein Zwischenstand an jeder der täglich zweimal stattfindenden Redaktionssitzung besprochen.
4. Bei Beiträgen, die Recherchen erfordern, ist an der Redaktionssitzung ein Reservethema zu bestimmen, welches durch ein anderes Redaktionsmitglied

bearbeitet wird. Dies ermöglicht einen nicht genügenden Beitrag aus dem Programm zu kippen.

5. Bei schwierig zu recherchierenden Beiträgen bestimmt der Chef vom Dienst einen "Götti", welcher die Fortschritte des Beitrages beurteilt und ihn anschliessend abnimmt.

6. Die Chefredaktion sorgt dafür, dass die Beitragsabnahme im Team als ein Recht, aber auch als eine Verpflichtung betrachtet wird.

#### **4.2.3.3. Feedback-System**

**Feedback gehört zu den Kernaufgaben des Qualitätsmanagements und nimmt deshalb einen wichtigen Platz für die Erfüllung des Leistungsauftrages ein.**

**Folgende Vorkehrungen gehören in den Redaktionen von RADIO TOP und TELE TOP zum Standard-Procedure:**

1. An jeder Redaktionssitzung wird ein Feedback über die vergangenen Sendungen durchgeführt.
2. Die Chefredaktion bestimmt verbindlich im voraus, ob zu Beginn des Feedbacks-Prozesses im Tages- oder Wochenrhythmus eine Person alle Beiträge kritisiert oder ob die erste Kritik durch verschiedene Redaktionsmitglieder erfolgt.
3. Die Chefredaktion sorgt dafür, dass die Kritik durch den Beitragsproduzenten quittiert wird. In Fällen von Ausbildungsdefiziten werden diese im Ausbildungsdossier des Redaktors aufgeführt und mit geeigneten Mitteln behoben.
4. Die Chefredaktion gibt einen Kritik-Raster ab, nach dessen Qualitätskriterien die Kritik erfolgt. Der Kritik-Raster der TOP-Medien umfasst die folgenden Punkte:
  - Handwerkliche Machart des Beitrages
  - Vielfalt der Meinungen
  - Aufbauende Machart
  - "Nagel am Schluss" eingeschlagen
5. Einmal monatlich wird eine eigentliche Kritiksitzung durchgeführt. Die Chefredaktion legt fest, welche allgemeinen Erkenntnisse und Lehren anschliessend im Rahmen der CR-News allen Redaktionsmitgliedern zugestellt werden. Die CR-News werden in das Redaktions-Handbuch von RADIO TOP oder TELE TOP aufgenommen.
6. Einmal im Quartal führt die Chefredaktion eine Sitzung mit der kompletten Redaktion durch. Diese dient unter anderem dazu, die Feedbacks in einen grösseren Zusammenhang zu stellen und die einzelnen Dokumente des Redaktions-Handbuches (insbesondere Aufbau- und Ablaufstruktur und Programmplanung im Rahmen des News-Konzeptes 2006) zu verifizieren und gegebenenfalls anzupassen.
7. Das Feedback-System muss in seiner Art menschlich integer sein (nicht auf die Person zielen!). Die Kritiken sind klar zuzuweisen (die Verantwortlichkeit wird nicht verwischt, sondern wahrgenommen!).
8. Das Feedback-System muss beim Redaktionsmitglied persönlich mit dem mindestens halbjährlich durch die Chefredaktion stattfindenden Qualifikationsgespräch ein nachhaltig positives und produktive Verhalten (An sich arbeiten!) hervorrufen.
9. Zusätzlich zum internen Feedback-System führt die Geschäftsleitung ein

externes Feedback-System ein. Dort wird das gesamte Programm durch externe Fachleute beurteilt. Die dazu eingeladenen Fachleute sind einerseits Wissenschaftler der ZHaW Winterthur, der Universität Zürich und der Universität St. Gallen. Andererseits sind die Informationschefinnen und die Informationschefs der Kantone Zürich, Schaffhausen, St. Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden sowie die Informationschefinnen und die Informationschefs der Städte Winterthur, Uster, Wetzikon, Bülach, Zürich, Rapperswil-Jona, Schaffhausen, Frauenfeld, Kreuzlingen, Weinfelden, Wil, Gossau, St. Gallen, Rorschach, Altstätten, Buchs, Sargans, Herisau und Appenzell eingeladen. Als Gesprächspartner sind ebenfalls die Mitglieder der Programmkommissionsmitglieder der SRG Zürich-Schaffhausen und der SRG Ostschweiz eingeladen. Die Ergebnisse dieser Programmbeurteilungen werden den Redaktionsmitgliedern und dem BAKOM in Protokollen mitgeteilt.

10. Die Ombudsstelle wird ebenfalls über die Programmbeurteilungen informiert. Sie wird im Redaktions-Handbuch und auf [www.toponline.ch](http://www.toponline.ch) veröffentlicht.

#### **4.2.3.4. Aus- und Weiterbildung**

Die Redaktion ermöglicht es den Mitarbeitenden, regelmässig an internen und externen Aus- und Weiterbildungskursen (qualifizierte interne Ausbilder, "Glücksfälle" von ehemaligen Mitarbeitern für interne Kurse, externe Kurse am MAZ, Luzern) teilzunehmen. Besonderes Augenmerk wird auf die Ausbildung und Einarbeitung von neuen Mitarbeitern und Volontären gelegt. Auch die regelmässig stattfindenden Sendungskritiken sind als Teil der Weiterbildung zu verstehen. An diesen Sitzungen bespricht die Redaktionsleitung ausgewählte Beiträge mit den Redaktionsmitgliedern. Die Kritiken werden verschriftlicht und allen Mitarbeitenden (auch nicht anwesenden) zugänglich gemacht. Mitarbeitende haben zudem die Möglichkeit während der Herstellung eines Beitrages bei Schwierigkeiten einen Vorgesetzten oder Coach oder „Paten“ anrufen. Feedback aus dem Publikum (Mail, Gästebuch, Telefone etc.) wird ernst genommen und weiterverarbeitet.

Die Redaktionsleitung entwickelt ein Instrument, mit dem die an Redaktionssitzungen oder in Sendungskritiken festgehaltenen Fehler systematisch gebündelt und analysiert werden. Ziel ist die Feststellung und Bekämpfung der Fehlerursachen.

#### **Beilage:**

- Konzept für die Aus- und Weiterbildung der TOP-Medien (mit Anhang Aus- und Weiterbildung in den einzelnen Bereichen)
- Mitarbeiter Beurteilung
- Vorgesetzten Beurteilung

## **5. Evaluation**

Die Evaluation der qualitätssichernden Massnahmen durch eine vom BAKOM anerkannte und von den TOP-Medien frei wählbare Evaluationsstelle wird als wesentlicher Bestandteil des Qualitätssicherungssystems anerkannt. Die Bereitstellung von Dokumenten und die Gespräche mit den Assessoren sind ebenfalls als Teil der organisationsinternen Bemühungen um Qualitätssicherung

aufzufassen und zu würdigen. Zudem konzipiert der VSP zusammen mit Prof. Dr. Wyss des IAM der ZHAW einen Workshop, der die Veranstalter für die anstehende Evaluation fit machen soll. RADIO TOP und TELE TOP werden an diesem Workshop teilzunehmen.

**Das Qualitätssicherungssystem wird für alle TOP-Medien gelten und dabei Standards für die Sicherung und Steigerung der Qualität im ganzheitlichen Sinn für alle Abteilungen (Redaktion, Programm, Technik, Verkauf, Promotion/Dienste) festlegen. Diese Ziele und Dokumente werden allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit einer Informationsveranstaltung und Abgabe der Dokumente bekannt gemacht:**

- Leitbild der TOP-Medien
- Publizistische Leitlinien der TOP-Medien
- Organigramm RADIO TOP / TELE TOP
- Redaktionsstatut RADIO TOP / TELE TOP
- Redaktionshandbuch
- Maximen der Redaktion RADIO TOP und TELE TOP
- Konzept für die Aus- und Weiterbildung der TOP-Medien
- Qualitätssicherungskonzept der TOP-Medien
- Ethik-Charta der TOP-Medien
- Merkblatt „Keine sexuellen Übergriffe in den TOP-Medien“
- Weisung zur Nutzung der Informatikmittel
- Moderationskonzept
- Programmübersicht 2007
- Newskonzept 2006
- Schichtenplan Redaktion
- Aufgaben der Schichten
- Kritik-Raster
- Regeln zu Vorteilen und Versprechen (Pt. 8, Erklärung der Pflichten)
- Regeln zu PR und Werbung (Pt. 10, Erklärung der Pflichten)
- Sendergeschichte (auf TOP ONLINE, Rubrik History)
- Verhalten in Spezialfällen
  - Suizid (Richtlinie 7.9 der Erklärung der Pflichten)
  - Bilder von Prominenten (Richtlinie 7.10 der Erklärung der Pflichten)
- Pflichtenhefte

### **5.1. Evaluation des Qualitätssicherungssystem**

RADIO TOP und TELE TOP werden das Qualitätssicherungssystem laufend weiterentwickeln und sind deshalb gerne bereit dieses regelmässig durch eine unabhängige Institution auf die Zweckmässigkeit und die Einhaltung prüfen zu lassen. Allfällige Verbesserungsmaßnahmen werden umgehend umgesetzt. Das BAKOM wird die entsprechenden Evaluationsberichte erhalten, inklusive Berichterstattung der Behebung von allenfalls festgestellt Mängeln. Die BAKOM-Studie: Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006 von Vinzenz Wyss hat ausgeführt, dass das Leitbild von RADIO TOP und TELE TOP für ein Benchmark geeignet sei. Wir hoffen, dass uns diese Einschätzung nach einer gewissen Zeit auch mit dem gesamten Qualitätssicherungssystem gelingen wird.

## 5.2. Sicherung der programmlichen Qualität

Wir erachten die Sicherung der redaktionellen Qualität als wichtigsten Pfeiler zur Erfüllung des Leistungsauftrages und haben deshalb diesen Punkt ausführlich dargestellt. Allerdings gehört **nach unserem Verständnis für die Erbringung des Service public régional auch die Qualitätssicherung im gesamten Programm (Sport und Promotion) dazu**. Dieser Punkt ermöglicht uns deshalb weitere Punkte aufzuzählen, welche unseres Erachten für den Erhalt einer Konzession mit Leistungsauftrag zwingend sein müssen.

- Sportkonzept TELE TOP
- Promotionskonzept TELE TOP

### Beilage: Qualitätssicherungskonzept der TOP-Medien

- c. Trennung der redaktionellen Tätigkeit von den wirtschaftlichen Aktivitäten des Unternehmens

**Die Redaktion von TELE TOP widersetzt sich allen Druckversuchen, die darauf abzielen, die Programmfreiheiten einzuschränken – sei es von Seiten der Behörden, von wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Gruppierungen, von Werbekunden oder Einzelpersonen (Formulierung des Redaktions-Statuts der TELE TOP AG vom 1. Juni 2004).**

- d. und e. entfällt

## 6. Verbreitung

- a. Verbreitungskonzept

**Wir verweisen auf die Erläuterungen unter Punkt 3.2.6.1.**

## 7. Zusatzdienste

TELE TOP gehört zu den kleineren aber innovativen Medienunternehmen der Schweiz. Mit den digitalen Möglichkeiten baut TELE TOP die Angebote der Interaktivität laufend aus. Bereits heute können Videobeiträge auf TOP ONLINE individuell geschaut werden. Im Rahmen der Zusammenarbeit mit RADIO TOP sind über DAB die folgenden Zusatzdienste möglich:

1. Programmbegleitende Datendienste – PAD  
Gemeinsam mit den Radioprogrammen werden zusätzlich Daten

übertragen. Es können Informationen zum Programm oder der Name des Moderators sein, Werbung, Verkehrsmeldungen oder eine Wetterkarte.

2. Programmunabhängige Datendienste – PAD

Zusätzlich besteht die Möglichkeit, unabhängig von den Radioprogrammen, Datendienste anzubieten. Möglich sind z. B. aktuelle Nachrichten, die Verkehrslage in der Schweiz, Tourismustipps, Hotelinformationen, Werbung und vieles mehr.

3. Zusatzdienste

Über DAB ist in der Zukunft noch mehr möglich. So befindet sich schon ein Navigationssystem im Einsatz, das seine Informationen zum Teil über DAB bezieht. Geplant sind auch Dienste, die nur einem bestimmten Personenreis zugänglich sind (Paging-Dienste).

## 8. Weitere Bemerkungen und Ausführungen (Ausbau- und Programmentwicklungsstufen)

Wir planen die Verbreitung über Satellit und über DVB-T um die wenigen Gemeinden ohne Kabelanschluss ebenfalls zu versorgen.

TELE TOP



Günter Heuberger