



**TeleZürich – Das Regionalfernsehen  
für Zürich und die Nordostschweiz**

## Inhaltsverzeichnis

I. Rechtsbegehren.....	4
II. Formelles.....	4
III. Materielles.....	5
1. Zusammenfassung.....	5
2. Identität der Gesuchstellerin.....	6
2.1 Allgemeine Angaben zur Gesuchstellerin.....	6
2.2 Organisation und Zusammensetzung.....	7
2.3 Tätigkeit des Gesuchstellers im Bereich des Medienwesens.....	14
2.4 Angaben zu den einzelnen an der Unternehmung Beteiligten .....	16
3. Programm .....	16
3.1 Art des geplanten Fernsehprogramms.....	16
3.2 Leistungsauftrag.....	19
3.3 Produktion .....	45
4. Finanzierung .....	48
4.1 Eigenkapital .....	48
4.2 Fremdkapital.....	49
4.3 Plandaten.....	49
4.4 Ertragsberechnung.....	50
4.5 Zusammenfassung mit Kennzahlen .....	53
5. Informationen zu besonderen Pflichten.....	53
6. Verbreitung.....	54
7. Zusatzdienste.....	55
8. Weitere Bemerkungen und Ausführungen .....	59



### III. MATERIELLES

#### 1. Zusammenfassung

TeleZüri sendet bereits heute ein regionales TV-Programm mit Schwerpunkt Information und Service für den Grossraum Zürich. Der Sender richtet sich hauptsächlich an eine breite Bevölkerungsschicht jeden Alters. TeleZüri ist ein unabhängiger Privatfernsehsender, der Tamedia AG gehört. Die Programmgestaltung, insbesondere die Themenauswahl und -präsentation, nimmt die Gesuchstellerin ausschliesslich nach journalistischen Kriterien und in Übereinstimmung mit dem Leistungsauftrag vor. Die Ausrichtung des Programms wird auch im Falle der Neukonzessionierung grundsätzlich beibehalten – die Kantone Schaffhausen und Thurgau erhalten zusätzlich je ein eigenes Programmfenster. In Schaffhausen produziert das Schaffhauser Fernsehen das Informationsfenster. In diesem Zusammenhang wird ein Beirat eingereichtet. Das Schaffhauser Fernsehen erhält den auf das Fenster entfallenden Gebührenanteil sowie eine leistungsabhängige Beteiligung an den Werbeeinnahmen eines allfälligen Werbefensters. Geplant sind zudem weitere wöchentliche Regional- und Sondersendungen für den Kanton Schaffhausen.

TeleZüri veranstaltet ein tagesaktuelles Fernsehprogramm, welches insbesondere über die lokalen und regionalen politischen, wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhänge informiert sowie zur Entfaltung des kulturellen Lebens im Versorgungsgebiet beiträgt. Es ist sichergestellt, dass zur Hauptsendezeit lokale und regionale Informationssendungen ausgestrahlt werden, die in erster Linie relevante Informationen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport beinhalten, thematisch vielfältig sind, eine Vielfalt an Meinungen und Interessen wiedergeben und das gesamte Versorgungsgebiet widerspiegeln. Der Sender stellt täglich unter Beweis, seiner Pflicht als Service Public-Veranstalter nachzukommen und einen Beitrag zur Grundversorgung zu leisten.

Überdies sind die Finanzierung des Sendebetriebs für die kommenden Jahre gewährleistet, die redaktionelle Tätigkeit von den wirtschaftlichen Aktivitäten

strikt getrennt und die Eigentumsverhältnisse transparent dargelegt. Die technische Verbreitung im gegenwärtigen Konzessionsgebiet funktioniert seit Jahren reibungslos – für die zwei neuen Programmfenster liegt ein realistischer Versorgungsplan vor. Ferner sind die Produktionseinheiten auf dem neusten Stand. TeleZüri erfüllt somit sämtliche Qualifikationskriterien, die vom UVEK zur Erteilung einer Konzession mit Leistungsauftrag gefordert werden.

Ferner setzt die Gesuchstellerin bereits heute sämtliche Inputvorgaben auf freiwilliger Basis um. Die bestehende Qualitätssicherung wurde verbessert – die Arbeitsbedingungen – insbesondere die Löhne – sind vergleichbar mit denjenigen der SRG. Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden wird in überdurchschnittlichem Mass gefördert – jährlich werden alleine für externe Schulungen CHF 30'000.00 aufgewendet. Der Sender verfügt neben einem Programm-Leitbild über ein Redaktionsstatut, welches der Redaktion journalistische, formale und wirtschaftliche Unabhängigkeit zusichert. Im Gegenzug sind die Programmschaffenden verpflichtet, den Leistungsauftrag zu erfüllen und einen hochwertigen Journalismus zu gewährleisten.

TeleZüri trägt unabhängig von seiner Eigentümerschaft zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Sendegebiet bei. Der Sender beschäftigt 81 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erreicht täglich 500'000 Zuschauer. Die Gesuchstellerin beantragt eine Konzession für ein Regionalfernsehen mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil für die Region 10 (Versorgungsgebiet Zürich Nordostschweiz).

## **2. Identität der Gesuchstellerin**

### **2.1 Allgemeine Angaben zur Gesuchstellerin**

- a) Die Gesuchstellerin firmiert als Tamedia AG.
- b) Sitz der Gesuchstellerin ist Zürich.



rischer Ebene eine strikte Trennung zwischen kommerziellen Aktivitäten und Programm statuiert. Die gesamte Akquisition ist in die Belcom AG ausgelagert, die zu 100 % der Tamedia AG gehört. Zwischen Belcom AG und der Redaktion TeleZüri besteht weder eine personelle Verflechtung noch eine Weisungsgebundenheit.

Das Redaktionsstatut regelt ferner die Rechte und Pflichten der Redaktion im Verhältnis zur Unternehmensleitung und zum Verwaltungsrat. Es dient in erster Linie dazu, eine Aufbau- und Ablaufstruktur zu schaffen, welche die Erfüllung des Programmauftrags gewährleistet und in publizistischer Hinsicht für einen Qualitätsjournalismus bürgt. Zudem sichert der Verwaltungsrat der Redaktion – neben wirtschaftlicher – auch journalistische und formale Unabhängigkeit zu.

Der Verwaltungsrat der Tamedia AG ernennt den Programmleiter, der die journalistische Verantwortung für die Umsetzung des Programmauftrags trägt. Seine zentrale Aufgabe besteht darin, mittels der zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel in der Region Zürich ein journalistisch hochwertiges Fernsehprogramm im Auftrag der Öffentlichkeit zu veranstalten und die technische Verbreitung sicherzustellen. Der Bereichsleiter verfügt über die Kompetenz, die Programmleitung zu konstituieren und die übrigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einzustellen. Er kann diese Kompetenz delegieren.

Die Programmleitung besteht derzeit aus sechs Mitgliedern: Dem Programmleiter sind die Verantwortlichen der Ressorts „Leiter Technik/QS-Manager“, „Leiter Moderation News“ und „Leiter Magazine“ unterstellt. Ferner steht ihm ein Stab bestehend aus einer Assistentin/Ausbildungsverantwortlichen sowie dem stellvertretenden Chefredaktor zur Seite. Weitere organisatorische Bestimmungen sind im Redaktionshandbuch festgehalten. Hinsichtlich des Aufbaus der Redaktion ist eine gewisse Flexibilität notwendig, um auf aktuelle Entwicklungen und veränderte Bedürfnisse (z.B. Internet) einzugehen. Die Gesuchstellerin behält sich als innovatives und kreatives Unternehmen deshalb vor, fortlaufend Anpassungen und Verbesserungen vorzunehmen.

Als erstes Zwischenergebnis ist festzuhalten, dass die notwendigen Satzungen vorhanden sind, um den Programmauftrag zu erfüllen und einen Qualitätsjournalismus im Konzessionsgebiet zu gewährleisten. Ferner sind die organisatorischen Rahmenbedingungen geschaffen, damit die Redaktion von den anderen



Organisationsreglement Tamedia AG mit Anhängen **Beilage 7**

Organigramm TeleZüri **Beilage 8**

Geschäftsbericht Tamedia AG **Beilage 9**

Handelsregisterauszug Tamedia AG **Beilage 3**

Gutachten Prof. Rolf H. Weber **Beilage 10**

Organigramm Tamedia AG ab 1. Januar 2008 **Beilage 11**

Medienmitteilung Tamedia AG vom 2. November  
2007 **Beilage 12**

- c) In personeller Hinsicht bekleiden folgende Personen die leitenden Funktionen der Gesuchstellerin:

<b>Name</b>	<b>Funktion</b>	<b>Wohnsitz oder Sitz</b>	<b>Nationalität</b>
Dr. Pietro Supino	VR-Präsident	Zürich	CH
Dr. Robert Karrer	Vize-Präsident VR	Zürich	CH
Prof. Dr. Ueli Maurer	VR	Wil SG	CH
Konstantin Richter	VR	Wangen im Allgäu	D
Prof. Dr. Iwan Ri- ckenbacher	VR	Schwyz	CH
Andreas Schulthess	VR	Wettswil am Albis	CH
Karl Dietrich Sei- kel	VR	Hamburg	Deutschland
Charles von Graf- fenried	VR	Bern	CH

Christina von Wackerbarth	VR	Antwerpen	Belgien
Martin Kall	Vorsitzender Unternehmensleitung	Zollikon	Deutschland
Rolf Bollmann	Unternehmensleitung	Seuzach	CH
Jürg Brauchli	Unternehmensleitung	Freienbach	CH
Dr. Andreas Meili	Unternehmensleitung	Zürich	von Bäretswil, CH
Uli Rubner	Unternehmensleitung	Zürich	CH
Christoph Tonini	Unternehmensleitung	Herrliberg	CH
Ernst & Young AG	Revisionsstelle	Zürich	Keine
Markus Gilli	Programmleiter	Zürich	CH
Peter Canale	Leiter Technik/QS-Manager	Freienbach	CH

Im Handelsregister sind weitere Personen eingetragen, bei denen es sich um leitende Mitarbeiter mit Prokura zu zweien handelt. Sie üben jedoch keinen nennenswerten Einfluss auf TeleZüri aus. Wie bereits erwähnt, gilt ab 1. Januar 2008 eine neue Struktur der Unternehmensleitung.

<b>Beweis</b>	Organigramm TeleZüri	<b>Beilage 8</b>
	Handelsregister-Auszug Tamedia AG	<b>Beilage 3</b>
	Geschäftsbericht Tamedia AG	<b>Beilage 9</b>
	Handelsregister-Auszug Tamedia AG	<b>Beilage 3</b>
	Organigramm Tamedia AG ab 1. Januar 2008	<b>Beilage 11</b>
	Medienmitteilung Tamedia AG vom 2. November 2007	<b>Beilage 12</b>

d) Die ehemalige TeleZüri AG wurde – wie dargelegt – mittels Fusion in die Ge-

suchstellerin integriert. Nach dem Zusammengehen mit der Espace Media Groupe und der damit verbundenen Kapitalerhöhung von 10'000'000 auf 10'600'000 halten folgende natürliche Personen einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent an Tamedia AG:

<b>Personalien</b>	<b>Wohnsitz</b>	<b>Natio- nalität</b>	<b>Aktien</b>	<b>Tätigkeit in den Medien</b>
Dr. Severin Coninx	Bern	CH	1'439'154	Aktien der Espace Media Groupe
Rena Maya Coninx Supino	Zürich	CH	1'372'483	keine
Dr. Hans Heinrich Coninx	Küsnacht	CH	1'264'117	16.67 % Beteiligung an der Vega Film AG, VRP SDA
Annette Coninx Kull	Wettswil a.A.	CH	1'256'052	Mitarbeiterin Tamedia AG

Folgende juristischen Personen halten – nach dem Zusammenschluss mit Espace Media Groupe und der damit verbundenen Kapitalerhöhung von 10'000'000 auf 10'600'000 – einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent (vgl. zum Stand per 31. Dezember 2006 auch Geschäftsbericht 2006, S. 93):

<b>Firma</b>	<b>Sitz</b>	<b>Aktien</b>	<b>Zweck</b>
Ellermann Lawena Stiftung	FL-Vaduz	735'927	Unterstützung karitativer und künstlerischer Einrichtungen.
Ellermann Pyrit GmbH	D-Stuttgart	734'979	Beteiligung an Kapitalgesellschaften und Erhaltung des Gesellschaftsvermögens.

Ellermann Rappenstein Stiftung	FL-Vaduz	620'841	Unterstützung karitativer und künstlerischer Einrichtungen.
Tweedy Browne Company LLC (total 3 Unternehmen)	New York/ Luxenburg	505'332	nicht bekannt
Montalto Holding AG	Zug	194'496	Verwaltung von Beteiligungen an in- und ausländischen Unternehmen.
Epicea Holding AG	Zug	150'000	Beteiligung an Unternehmen aller Art.

Auf Wunsch kann die Gesuchstellerin von den beteiligten Unternehmen weitere Unterlagen betreffend Zusammensetzung des Gesellschaftskapitals sowie Organigramme einfordern und dem UVEK respektive BAKOM nachreichen.

Die restlichen Aktien der börsenkotierten Gesuchstellerin befinden sich im Streubesitz. Folgende nennenswerten Beteiligungen sind derzeit bekannt:

<b>Personalien</b>	<b>Wohnsitz</b>	<b>Nationalität</b>	<b>Aktien</b>
Charles von Gaffenried	Bern	CH	165'164
Franziska Reinhardt-Schwerz	Bern	CH	41'803
Erwin Reinhardt	Muri	CH	31'043
Albert P. Stäheli	Gümligen	CH	7'970
Urs Schweizer	Aarberg	CH	6'349
Guido Albisetti	Bern	CH	3'175

**Beweis** Handelsregister-Auszug Tamedia AG

**Beilage 3**

Geschäftsbericht Tamedia AG

**Beilage 9**

Auszug Aktienbuch Tamedia AG

**zur Edition offeriert**

- e) Aus Geschäftsbericht, Erfolgsrechnung und Bilanz des letzten Geschäftsjahres wird ersichtlich, dass die Gesuchstellerin einen Gewinn erzielt hat und zudem über das gesetzlich vorgeschriebene Eigenkapital verfügt.

**Beweis** Geschäftsbericht Tamedia AG inkl. Erfolgsrechnung und Bilanz

**Beilage 9**

## 2.3 Tätigkeit des Gesuchstellers im Bereich des Medienwesens

- a) Unter dem Label TeleZüri betreibt die Gesuchstellerin – abgesehen von der Distribution des Programms im Kabelnetz – eine Internet-Plattform und bietet diverse elektronische Dienstleistungen an (vgl. hinten Ziff. 7). Ferner ist sie als Schweizer Medienhaus publizistisch aktiv und an diversen Medienunternehmen beteiligt. Ein vollständige Liste der Tätigkeiten und Beteiligungen per 31. Dezember 2006 findet sich im Geschäftsbericht Tamedia AG für das Jahr 2006, S. 79 f.; die Geschäftsbereiche sind detailliert auf S. 16 ff. beschrieben. Zu berücksichtigen gilt es zudem die im Jahr 2007 erfolgte Übernahme der Espace Media Groupe. Der Zusammenschluss der Firmengruppen ist derzeit formaljuristisch vollzogen und wird per 1. Januar 2008 durch eine neue Struktur der Unternehmensleitung in organisatorischer Hinsicht abgeschlossen. Bezüglich des Geschäftsfelds der Espace Media Groupe sowie ihrer Beteiligungen an Medienunternehmen wird auf ihren Geschäftsbericht 2006 verwiesen.

### Übersicht über die Medien und Bereiche Tamedia

Zeitungen	Zeitschriften	E-Medien	Services
			
			

**Beweis**

Geschäftsbericht Tamedia AG

**Beilage 9**

Geschäftsbericht Espace Media Groupe

**Beilage 13**

- b) vgl. vorne 2.3. a)
- c) Die Gesuchstellerin arbeitet mit diversen Medienunternehmen zusammen. Vorliegend werden die für TeleZüri relevanten Kooperationen aufgezeigt. Im Bereich Werbevermittlung handelt es sich bei den wichtigsten Partnern um: Radiotele, Publisuisse und IP Multimedia. Für den Bereich Wetter ist MeteoNews AG verantwortlich, welche zu 100 % im Besitz des unabhängigen Zürcher Meteorologen Peter Wick steht und unter anderen – gemeinsam mit Jörg Kachelmann – die Meteocentrale betreibt (Unwetterwarnungen). Zu den übrigen Kooperationen im Programmbereich vgl. hinten 3.3 c).

Die Gesuchstellerin sieht sich als innovatives und dynamisches Unternehmen veranlasst, flexibel und innovativ am Markt auftreten und sich den gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen anpassen zu können. Sie schliesst daher weitere Kooperationen nicht aus – ebenso wenig wie die Beteiligung an anderen Medienunternehmen oder die Ausweitung ihrer eigenen Tätigkeiten im Bereich des Medienwesens. Nur auf diese Weise kann die wirtschaftliche Stärke, welche für die Unabhängigkeit der Redaktion und die Erfüllung des Programmauftrags unerlässlich ist, beibehalten werden.

Jegliche Form von Zusammenarbeit bezweckt somit auch künftig in erster Linie, wirtschaftliche Synergien zu schaffen respektive zu nutzen. Die publizistische Unabhängigkeit bleibt von diesen Kooperationen unberührt – das Redaktionsstatut schreibt nicht zuletzt auch aus diesem Grund verbindlich vor, dass die Redaktion journalistisch, formal und wirtschaftlich unabhängig ist und insbesondere über die Verwertung und Platzierung allfälliger mit Hilfe von Synergien gewonnener Informationen selbstständig entscheidet. Wie die Eigentumsverhältnisse wirken sich deshalb auch die Kooperationen unter dem Gesichtspunkt von Art. 45 Abs. 3 RTVG nicht negativ auf die Angebots- und Meinungsvielfalt im Sendegebiet aus, sondern fördern die wirtschaftliche Stärke und garantieren dadurch die Erfüllung des Leistungsauftrags. Die Gesuchstellerin versichert, in

jedem Fall ihrer Melde- und Auskunftspflicht gem. Art. 16 ff. RTVG nachzukommen.

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

- a) Zu den natürlichen Personen, die einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent halten, vgl. 2.2 d).
- b) Zu den juristische Personen, die einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent halten, vgl. 2.2 d).
- c) Es existieren keine natürlichen und juristischen Personen, die der Gesuchstellerin Kredite im Umfang von mindestens einem Viertel von deren Eigenkapital gewähren.

**Beweis**

Geschäftsbericht Tamedia AG

**Beilage 9**

## **3. Programm**

### **3.1 Art des geplanten Fernsehprogramms**

- a) TeleZüri sendet ein abwechslungsreiches, professionell gemachtes und ausschliesslich journalistischen Kriterien folgendes Programm, welches sich an ein breites Publikum und alle Altersklassen richtet und über Kabel verbreitet wird. Der Fokus liegt auf Nachrichten und Informationen, ergänzt durch spezielle Magazine und Unterhaltungsformate. TeleZüri sendet folgende Programme:

- um 18:00 Uhr werden täglich die ZüriNews, der BörsenFlash (Montag bis Freitag) und anschliessend das ZüriWetter ausgestrahlt;
- um 18:20 Uhr folgt vom Montag bis Freitag die Live-Sendung ZüriInfo;
- um 18:30 Uhr folgt von Montag bis Donnerstag die Live Sendung TalkTäglich
- um 18:30 Uhr sendet TeleZüri am Freitag Lifestyle, am Samstag SwissDate und sonntags SonnTalk

Diese Programmpunkte werden jeweils stündlich bis in die frühen Abendstun-

den des darauf folgenden Tages wiederholt. Das weitere TeleZüri-Programm von Montag bis Freitag sieht folgendermassen aus:

Zeit	Sendung
09:15, 11:20	MediaShop
13:15	GlobeTV
16:00, 16:45	Futura.TV
12:15	Kochen mit Annemarie Wildeisen
17:15	Inform.TV
17:30	Wohntraum.TV
17:50	Kochen.TV

## TeleZüri sendet ein abwechslungsreiches Programm mit News ...



**ZüriNews:** Die tägliche Nachrichtensendung mit aktuellen News aus der Region, der Schweiz und der Welt



**Lifestyle:** Das Magazin am Freitag mit einem prominenten Gast und Tipps rund um Mode, Lifestyle und Trends



**ZürilInfo:** Die Hintergrundsendung (Montag bis Freitag) mit Nachrichten, Reportagen und Infoserien



**SwissDate:** Die wöchentliche Kultursendung mit Joël Gilgen, in der die Hauptkandidaten jeweils drei Singles ins Schwitzen bringen



**TalkTäglich:** Die Talksendung (Montag bis Donnerstag) mit Gästen aus Politik, Kultur, Show und Alltag



**Live-Sondersendungen und Diskussionsrunden** bei wichtigen Ereignissen, Wahlen und Abstimmungen

## ... Talks und Magazinen



**SonnTalk:** Die sonntägliche Gesprächsrunde zu den wichtigsten Ereignissen der Woche (TvStar-Auszeichnung 2006)



**ZüriWetter:** Das aktuelle Wetter und die Prognosen für das ganze Sendegebiet täglich im Anschluss an die ZüriNews



**BörsenTrend:** Jeweils am Freitag bietet die Wirtschaftssendung eine Übersicht über das aktuelle Marktgeschehen

Für die Kantone Schaffhausen und Thurgau ist je ein eigenständiges, 10-minütiges, tägliches regionales Informationsfenster direkt im Anschluss an die Hauptnachrichten vorgesehen. Das Programmfenster in Schaffhausen wird vom lokalen Anbieter Schaffhauser Fernsehen produziert. Zum detaillierten Programmangebot vgl. hinten Ziff. 3.2 b).

- b) 60 % der Sendungen beziehen sich inhaltlich direkt auf das Versorgungsgebiet (gemessen an der Gesamtsendezeit). Der Anteil Fremdproduktionen beträgt lediglich 7.9 %.

## TeleZüri ist das Informations-Fernsehen für die Region...

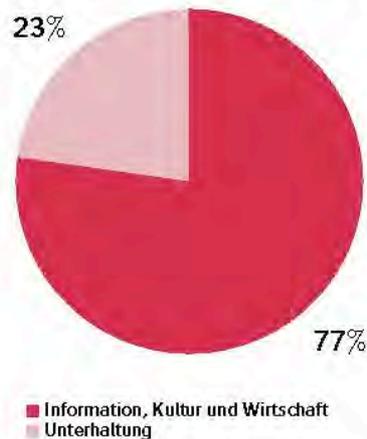
### Regionaler Bezug im Vordergrund

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



### Schwerpunkt liegt auf Information

- Anteil Sendezeit mit Informations-, Kultur-, oder Wirtschafts-Inhalten (gemessen an der Gesamtsendezeit in Minuten)



Quelle: TeleZüri

## 3.2 Leistungsauftrag

### a) Input

Vorweg ist festzuhalten, dass TeleZüri bereits heute sämtliche in der öffentlichen Ausschreibung vom 4. September 2007 unter 4.3.2 beschriebenen Input-Voraussetzungen (Prozessmanagement) freiwillig umgesetzt hat und praktiziert.

#### Sicherung der redaktionellen Qualität

Tamedia AG setzt als börsenkotiertes Unternehmen hohe Compliance-Standards. Die Gesuchstellerin verfügt daher über ein ausgereiftes Qualitätssicherungssystem, welches über Jahre gewachsen ist und sich als praxistauglich erwiesen hat. TeleZüri hat dieses System im Hinblick auf die Neukonzessionierung geringfügig angepasst. Die Gesuchstellerin erklärt sich bereit, mit dem BAKOM ihr Qualitätssicherungssystem weiterzuarbeiten und zu verbessern.

Im Wesentlichen setzt die Gesuchstellerin Total Quality Management auf Redaktionsstufe um (vgl. Wyss Vincent, Qualitätsmanagement im Journalismus: Das Konzept TQM auf Redaktionsstufe) und folgt den Vorgaben der Branche. Die strukturellen Grundlagen der Qualitätssicherung (Organisation und Aufgabenverteilung) regeln die Statuten sowie die Organisationsreglemente (vgl. vorne Ziff. 2.2 b). Die inhaltlichen und formalen Qualitätsziele sind in folgenden Dokumenten hinreichend definiert und festgehalten:

Zentrale Bedeutung kommt dem Redaktionsstatut zu, welches die Rechte und Pflichten der Redaktion im Verhältnis zur Unternehmensleitung, dem Verwaltungsrat sowie den übrigen Redaktionen der Tamedia AG regelt. Oberste Gebote stellen die Pflicht zum Qualitätsjournalismus sowie die Unabhängigkeit der Redaktion dar. Bei beidem handelt es sich aus der Sicht der Gesuchstellerin um notwendige Voraussetzungen, die gewährleisten, dass Ereignisse sachgerecht dargestellt werden und die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck kommt. Nur auf diese Weise kann die Informationsqualität gewährleistet und die Meinungs- und Angebotsvielfalt im Sendegebiet sichergestellt werden. Demzufolge definiert das Redaktionsstatut zunächst die Pflicht der Redaktion, für die Erfüllung des Leistungsauftrags besorgt zu sein, d.h. ein Fernsehprogramm zu veranstalten, das in seiner Gesamtheit zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung beiträgt und die Besonderheiten und Bedürfnisse der Kantone und Gemeinden im Sendegebiet berücksichtigt. Im Gegenzug sichert das Redaktionsstatut der Redaktion publizistische Unabhängigkeit zu – und zwar auf drei Ebenen:

Erstens gewährleistet der Verwaltungsrat als publizistischer Verantwortungsträger der Gruppe die journalistische und redaktionelle Unabhängigkeit der Redaktion. Das bedeutet, dass die Redaktion von TeleZüri und die Redaktionen der übrigen Medien der Tamedia AG organisatorisch voneinander getrennt sind und bezüglich des journalistischen Tagesgeschäfts zwischen den Redaktionen keinerlei formelle oder informelle Koordination erfolgt – es finden zwischen den Redaktionen also keine Absprachen über die jeweilige journalistische Schwerpunktsetzung statt. Auch auf personeller Ebene sind die Redaktionen voneinander unabhängig. Die Redaktionen der Tamedia AG stehen mit anderen Worten in einem Konkurrenzverhältnis zueinander. Über die Platzierung allfälliger Synergien gewonnener Informationen entscheidet TeleZüri selbstständig.

Die Redaktion von TeleZüri genießt zweitens, was das journalistische Tagesgeschäfts anbelangt, redaktionelle Weisungsfreiheit gegenüber der Geschäftsleitung und dem Verwaltungsrat (formale Unabhängigkeit). Drittens wird die Redaktion von der Verkaufsorganisation organisatorisch getrennt geführt und nimmt von dieser keine Weisungen entgegen (wirtschaftliche Unabhängigkeit).

Das Redaktionsstatut stellt ferner ein verbindliches Bekenntnis zum Qualitätsjournalismus dar – die Richtlinien und Erklärungen des Schweizer Presserats werden integral übernommen und für anwendbar erklärt. Es bietet überdies Gewähr, dass die Gesuchstellerin das anwendbare Recht und namentlich die mit der Konzession verbundenen Rechte und Pflichten und Auflagen einhält – wie z.B. das Verbot der Ausstrahlung gewisser Sendungen. TeleZüri sendet übrigens bereits heute freiwillig keine Publikumsgewinnspiele, die ausschliesslich darauf ausgerichtet sind, Einnahmen zu generieren und die kaum publizistischen Gehalt aufweisen, oder pornographische Werbung, insbesondere Werbung für Mehrwertdienst-Nummern mit erotischem Inhalt und Werbung für erotische Dienstleistungen.

Das Redaktionsstatut beauftragt den Geschäftsführer und den Programmleiter im Weiteren, ein Programm-Leitbild und ein Qualitätssicherungskonzept zu erlassen. Die ausnahmslose Verpflichtung zum ethisch und juristisch fundierten Journalismus findet schliesslich ihren konsequenten Abschluss in der Bestimmung, dass kein Redaktionsmitglied gezwungen werden darf, etwas zu produzieren oder zu verantworten, was dem Redaktionsstatut widerspricht.

Das Programm-Leitbild definiert für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nachvollziehbar den Leistungsauftrag sowie die publizistische Ausrichtung. Ferner hat die Redaktion bei ihrer journalistischen Tätigkeit sämtliche Leitlinien und Reglemente der Tamedia AG umzusetzen, wie z.B. das „Reglement zur Wahrung der publizistischen Unabhängigkeit, Lauterkeit und Transparenz“, welches unter anderem die Offenlegung von Beteiligungsverhältnissen regelt und die Transparenz bei der Berichterstattung über Wertpapiere sichert. Die „Richtlinie zum Handel mit Effekten“ zielt darauf ab, dass keine Insidergeschäfte getätigt werden. Die „Richtlinie zu Gegengeschäften“ regelt den Umgang mit Medienpartnerschaften. Ferner sind die Richtlinien und Erklärungen des Schweizer

Presserats strikt zu befolgen. Zu erwähnen ist ferner, dass die Programmschaffenden gemäss Programm-Leitbild bei der Verrichtung ihrer journalistischen Arbeit verpflichtet sind, im Falle juristischer Unklarheiten recht- und frühzeitig den Rechtsdienst der Tamedia AG zu konsultieren. Dadurch ist sichergestellt, dass die gesetzlichen Bestimmungen und Programmvorschriften eingehalten werden.

Um die Grundversorgung im Sendegebiet auch in Krisensituationen zu gewährleisten, existiert überdies ein Notfalldispositiv. Es stellt sicher, dass dringliche polizeiliche Bekanntmachungen, die für die Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung und Sicherheit oder für die Sicherheit von Personen unumgänglich sind, sowie behördliche Alarmmeldungen und Verhaltensanweisungen unverzüglich ausgestrahlt werden.

Zu erwähnen ist schliesslich, dass für jede Sendung Konzepte und Drehbücher existieren, welche z.B. die qualitativen Ziele und Selektionskriterien definieren. Sie dienen den Programmschaffenden einerseits als Orientierungshilfe, weisen zudem aber auch Züge interner Ausbildung auf

Sämtliche erwähnten Reglemente etc. sind integraler Bestandteil des Programm-Leitbilds und des Arbeitsvertrags. Sie sind überdies im firmeninternen Netzwerk jederzeit abrufbar. Somit steht fest, dass die Gesuchstellerin sämtliche inhaltlichen und formalen Qualitätsziele und -standards hinreichend definiert und allen Mitarbeitern zugänglich gemacht hat.

TeleZüri verfügt zudem konsequenterweise über ein Qualitätssicherungskonzept, welches die Einhaltung der erwähnten Reglemente, Richtlinien und Leitbilder – d.h. die formalen und inhaltlichen Qualitätsziele- und -standards – überprüfen lässt. Die entsprechenden Prozesse sind im Redaktionshandbuch beschreiben. Im Vordergrund stehen Airchecks, Sendungsbesprechungen, protokollierte Feedback- und Planungssitzungen, Mitarbeitergespräche, Zuschauerbefragung, Marktforschung und Strategiesitzungen. Das Konzept erlaubt es, die organisatorischen Strukturen und Abläufe, welche die journalistische Qualität und Sorgfalt einzelner Sendungen sowie des Programms in seiner Gesamtheit gewährleisten, auf ihre Funktionalität zu überprüfen und – falls nötig – korrigierend einzugreifen.

Die Gesamtverantwortung für die Qualitätssicherung liegt beim QS-Verantwortlichen – eine Position, welche TeleZüri neu geschaffen hat. Er und der Programmleiter aktualisieren gemeinsam regelmässig die im Leitbild bzw. in den Sendungskonzepten festgehaltenen Qualitätsziele und setzen sich in der Redaktion für die Durchsetzung der Qualitätsphilosophie ein. Ferner wird für das vom Schaffhauser Fernsehen produzierte Programmfenster ein Beirat eingereicht. Am Rande sei in diesem Zusammenhang noch erwähnt, dass – neben der Ombudsstelle gemäss Art. 91 ff. RTVG – nach wie vor Arthur Liener als offizieller Ombudsmann waltet und Beanstandungen des redaktionellen Inhalts und der Werbung entgegen nimmt. Der Ombudsmann ist eine unabhängige Persönlichkeit und nicht weisungsgebunden. Er leistet einen Beitrag zur Qualitätssicherung, wie im Übrigen auch der Presserat und die Lauterkeitskommission.

## Zusätzlich unabhängiger Ombudsmann als Kontrollinstanz



### Ombudsmann der Tamedia

- Tamedia verfügt seit langem über einen unabhängigen Ombudsmann
- Der ehemalige Generalstabschef Arthur Liener übt diese Aufgabe seit 1998 aus und nimmt Beanstandungen, die von jedermann eingereicht werden können, entgegen
- Liener ist Beschwerdestelle und setzt sich für die Einhaltung ethischer Grundsätze im redaktionellen wie auch im Werbeteil ein
- Auch TeleZüri verfügte damit bereits vor der Einführung des gemeinsamen Ombudsmanns durch das neue Radio- und TV-Gesetz 2007 über einen Ombudsmann

### Neu gemeinsamer Ombudsmann für alle Veranstalter

- Mit dem neuen Radio- und TV-Gesetz ist neu ein Ombudsmann für eine gesamte Sprachregion zuständig, im Falle von TeleZüri ist das Guglielmo Bruni in Basel

Aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung als TV-Veranstalterin ist sich die Geschwisterliener bewusst, dass Qualitätsjournalismus eine adäquate Personalpolitik voraussetzt. Ihre Position als langjährige Marktleaderin verbunden mit den entsprechenden Qualitätsansprüchen der Rezipienten macht es unabdingbar, auf einem professionellen Team aufzubauen. Die Grundzüge dieser Personalpolitik

sind – wie das oben beschriebene Qualitätssicherungskonzept – im Redaktionshandbuch geregelt. Insbesondere besteht die Pflicht, die arbeitsrechtlichen Vorschriften sowie die Arbeitsbedingungen der Branche einzuhalten. Zudem existiert ein Leitfaden für Mitarbeitergespräche, die unter anderem dazu dienen, Zielvereinbarungen schriftlich festzuhalten und die Qualitätsvorgaben zu kommunizieren.

Die Gesuchstellerin beschäftigt derzeit ausschliesslich Journalisten und Programmschaffende mit langjähriger Berufserfahrung oder angemessener Ausbildung. Die jüngsten Ereignisse zeigen, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oftmals nahtlos zur SRG oder zu deutschen Sendern bzw. Programmfenstern wechseln. Wie unten (Ziff. 3.2. b) dargelegt, sieht sich die Gesuchstellerin aus diesem Grund seit Jahren veranlasst, im Rahmen einer adäquaten Personalpolitik ein zeitgemässes und professionelles Arbeitsumfeld zu schaffen, um die Programmschaffenden langfristig ans Haus zu binden – was letztlich der Sicherung der redaktionellen Qualität dient.

Ferner werden Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten individuell erörtert. Hauptaufgabe der Personalpolitik ist es, Mitarbeiterleistungen zu schätzen und zu anerkennen und gleichzeitig die Durchsetzung der Leistungsziele zu fördern. Die Redaktion verfügt zudem über ein adäquates Redaktionssystem, das die Rückverfolgbarkeit von Beiträgen sicherstellt. Die Redaktion hat ferner Zugriff auf Agenturen und profitiert von einem Archivsystem, welches die qualitätsorientierte Vorbereitung und Recherche unterstützt.

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass die Gesuchstellerin neben den organisatorischen (vgl. vorne Ziff. 2.2 b und 2.3) auch die materiellen Grundlagen geschaffen hat, die einen qualitativ hochwertigen und unabhängigen Journalismus ermöglichen, der im Hinblick auf Art. 45 Abs. 3 RTVG die Angebots- und Meinungsvielfalt im Sendegebiet fördert (vgl. auch Gutachten Prof. Dr. Rolf H. Weber). Die Gesuchstellerin behält sich als innovatives und kreatives Unternehmen ausdrücklich vor, ihr Qualitätssicherungssystem fortlaufend dem neusten Stand der Erkenntnisse anzupassen und gegebenenfalls zu verbessern. Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass Tamedia AG im Bereich Druckzentrum über eine ISO-Zertifizierung verfügt. Sollte es das BAKOM verlangen, wird auch eine ISO-Zertifizierung der Redaktion nicht ausgeschlossen, über die in Europa bislang lediglich ein Medienunternehmen verfügt.

Die Evaluation der qualitätssichernden Massnahmen durch eine vom BAKOM anerkannte und durch den Veranstalter frei wählbare Evaluationsstelle wird als wesentlicher Bestandteil des QS-Systems anerkannt. Die Bereitstellung von Dokumenten bzw. die Gespräche mit den Assessoren werden als Teil der organisationsinternen Bemühungen um Qualitätssicherung begrüsst.

<b>Beweis</b>	Unternehmensleitbild Tamedia AG	<b>Beilage 14</b>
	Redaktionsstatut „TeleZüri“	<b>Beilage 5</b>
	Programm-Leitbild TeleZüri	<b>Beilage 15</b>
	Reglement zur Wahrung der publizistischen Unabhängigkeit, Lauterkeit und Transparenz	<b>Beilage 16</b>
	Tamedia Richtlinien (Ordner)	<b>Beilage 17</b>
	Erklärung und Richtlinien Presserat	<b>Beilage 18</b>
	Notfalldispositiv	<b>Beilage 19</b>
	Redaktionshandbuch „TeleZüri“	<b>Beilage 6</b>
	Der rote Faden zum Gespräch Im Dialog inklusive Musterprotokoll	<b>Beilage 20</b>
	ISO-Zertifizierung Tamedia AG	<b>Beilage 21</b>
	Reglement Ombudsmann	<b>Beilage 22</b>
	Gutachten Prof. Rolf H. Weber	<b>Beilage 10</b>

### Arbeitsbedingungen

Für TeleZüri arbeiten 81 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, deren Pensum insgesamt 61 Vollzeitstellen ausmacht (Stichtag: 30. Oktober 2007). Hinzukommen sieben Vollzeitstellen bei der Belcom AG. In der Redaktion sind zurzeit keine Stagiaires beschäftigt. Bei sämtlichen Mitarbeitern handelt es sich um ausgebildete und erfahrene Journalisten und Moderatoren. TeleZüri verpflichtet sich, das vorgeschriebene Verhältnis erfahrener Programmschaffender zu Stagiaires von 3:1 einzuhalten. Die Personalkosten betragen total CHF 8.9 Millionen (Geschäftsjahr 2006). Diese Zahl sowie die beiliegende anonymisierte Lohnliste machen deutlich, dass die Löhne weit über dem liegen, was als branchenüblich zu bezeichnen ist. Der Anteil der Betriebsmittel, der ins Personal investiert wird, beträgt rund 80 %.

<b>Mitarbeiterzahlen TeleZüri</b>	
(Stichtag 31. Oktober 2007)	
<u>Bereich</u>	<u>Vollzeitstellen</u>
Programmleitung	1.0
Redaktion News	26.2
Redaktion Unterhaltung	7.2
Redaktion Talk	2.8
Technik (inkl. Dispo/Maske)	21.0
Administration	2.8
<b>Total</b>	<b>61.0</b>

Die Gesuchstellerin unterstützt flexible Arbeitszeiten und Teilzeitpensen, um die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter (z.B. Familie, allein erziehende Mütter, Ausbildungen, Studium etc.) zu berücksichtigen. Die Kündigungsfrist beträgt bereits nach Ablauf der Probezeit drei Monate – beim Kader sogar mehr. Ferner ist festzuhalten, dass sämtliche Angestellten über einen schriftlichen Arbeitsvertrag verfügen. Sollten künftig wieder Praktikanten eingestellt werden, erhalten sie ebenfalls einen schriftlichen Arbeitsvertrag. Sämtliche Mitarbeiter kommen – vgl. unten Ziff. 3.2. c – in den Genuss eines grosszügigen und durchdachten Ausbildungskonzepts, welches individuell auf ihre Persönlichkeit zugeschnitten

wird und das berufliche Fortkommen und die persönliche Entwicklung fördert.

## Das Team mit bekannten Gesichtern und kompetenten VJs

 <b>Marcel Anderwert</b> Videojournalist	 <b>Tina Biedermann</b> Moderatorin ZüriNews	 <b>Hugo Bigi</b> Chef-Moderator	 <b>Pascal Billeter</b> Videojournalist	 <b>Daniel Brassel</b> Produzent ZüriNews	 <b>Melchior Bruder</b> Produzent ZüriNews
 <b>Jeannette Eggenschwiler</b> Moderatorin ZüriWetter	 <b>Dana Gablinger</b> Videojournalistin	 <b>Nadine Gerber</b> Videojournalistin	 <b>Joël Gilgen</b> Moderator SwissDate	 <b>Daniel Graf</b> Videojournalist	 <b>Martina Kaelin</b> Videojournalistin
 <b>Christian Köppel</b> Redaktionsleiter Lifestyle	 <b>Michael Lerch</b> Videojournalist	 <b>Ursula Mezger</b> Videojournalistin	 <b>Bettina Ramseier</b> Videojournalistin	 <b>Maria Rodriguez</b> Moderatorin ZüriNews	 <b>Philippe Schmucki</b> Sportchef
 <b>Oliver Steffen</b> Moderator ZüriNews	 <b>Nicole Ulrich</b> Videojournalistin	 <b>Peter Wick</b> Moderator ZüriWetter	 <b>Adrian Winkler</b> Redaktor Newsdesk	 <b>Igor Zilincan</b> Videojournalist	 <b>Patrizia Zuber</b> Videojournalistin

Den Mitarbeitern der Redaktion stehen aufgrund der unregelmässigen Arbeitszeiten sowie der mit der Natur des Arbeitsverhältnisses verbundenen überdurchschnittlichen Belastung 5.5 Wochen Ferien pro Jahr zu.

### Leistungsfähige Redaktion und kompetente Programmleitung



**Markus Gilli**  
Chefredaktor und  
Programmleiter



**Claude Winet**  
stv. Chefredaktor



**Peter Canale**  
Leiter Technik/  
QS-Manager

#### Die grösste Regional-TV-Redaktion

- TeleZüri ist mit rund 68 Vollzeitstellen der mit Abstand grösste Regional-TV-Sender der Schweiz
- Mit 39 Stellen in der Redaktion, 21 Stellen in der Sendetechnik sowie 8 Stellen im Marketing und Sales\* sowie in diversen Bereichen erstellt TeleZüri viel Programm mit wenig Verwaltungsaufwand
- TeleZüri ist die Talentschmiede der Schweizer TV-Landschaft

#### Überdurchschnittliche Arbeitsbedingungen

- TeleZüri zahlt seinen Mitarbeitenden überdurchschnittliche Löhne
- Bei TeleZüri erhalten alle Mitarbeitenden 5,5 Wochen Ferien im Jahr
- Gemäss den Allgemeinen Arbeitsbedingungen haben alle Mitarbeitenden eine Kündigungsfrist von 3 Monaten und Kader mindestens 4 Monate

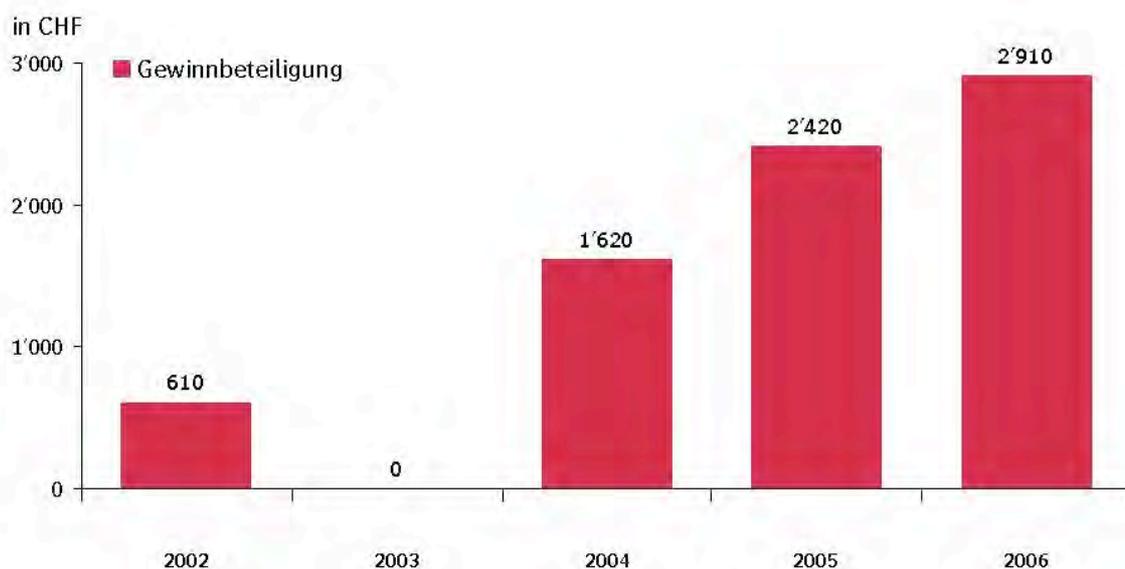
\*Teil dervon der Redaktion getrenntes Vermarktungsgesellschaft Belcom AG

Sämtliche Mitarbeiter erhalten zudem einen Ordner mit verbindlichen Richtlinien

der Tamedia AG, welche z.B. Feiertage, Spesen, die Handhabung elektronischer Hilfsmittel sowie das Vorgehen bei sexueller Belästigung oder Mobbing am Arbeitsplatz regeln. Die erwähnten Dokumente sind allesamt Bestandteil des Einzelarbeitsvertrags. Nicht ausser Acht gelassen werden dürfen die grosszügigen Pensionskassenbestimmungen sowie die institutionalisierten Mitarbeitergespräche, für die ein separater Leitfaden existiert. Zu erwähnen ist schliesslich noch das zeitgemässe Gewinn- und Erfolgsbeteiligungsmodell, welches individuelle Anreize schafft.

## Tamedia beteiligt alle Mitarbeitenden am Unternehmensgewinn

Entwicklung der Gewinnbeteiligung für Mitarbeitende von Tamedia seit 2002 in CHF



Somit steht fest: Die Arbeitsbedingungen der Gesuchstellerin liegen weit über dem, was branchenüblich und arbeitsrechtlich vorgeschrieben ist. Salärniveau, Sozialleistungen, Kündigungsschutz, Erfolgsbeteiligungsmodelle für Kader, Gewinnbeteiligung für alle Mitarbeiter sowie Ferienansprüche sind bereits seit vielen Jahren „best of class“ und vergleichbar mit denjenigen der SRG oder ARD und ZDF. Die Gesuchstellerin beschäftigt überdies ausschliesslich erfahrene und ausgebildete Programmschaffende – nicht zuletzt auch aufgrund der Tatsache, das TeleZüri als Marktleader in der Region Zürich den hohen Ansprüchen der Rezipienten gerecht werden muss (zur Personalpolitik vgl. vorne Ziff. 3.2 a).

<b>Beweis</b>	Unternehmensleitbild Tamedia AG	<b>Beilage 14</b>
	Einzelarbeitsvertrag	<b>Beilage 23</b>
	AAB	<b>Beilage 24</b>
	Tamedia Richtlinien (Ordner)	<b>Beilage 17</b>
	Reglement zur Wahrung der publizistischen Unabhängigkeit, Lauterkeit und Transparenz	<b>Beilage 16</b>
	Pensionskassenbestimmungen	<b>Beilage 25</b>
	Ausbildungsvereinbarung	<b>Beilage 26</b>
	Redaktionsstatut TeleZüri	<b>Beilage 5</b>
	Der rote Faden zum Gespräch Im Dialog inklusive Musterprotokoll	<b>Beilage 20</b>
	Lohnliste (anonymisiert)	<b>Beilage 27</b>
	Geschäftsbericht Tamedia AG 2006	<b>Beilage 9</b>
	Gewinnbeteiligungsprogramm	<b>Beilage 28</b>

#### Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden

Die Gesuchstellerin gewichtet den Bereich Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr stark. Für die gesamte Gruppe existiert ein Leitfaden Ausbildungsvereinbarung. Konkretisiert werden diese Bestimmungen – freilich unter Berücksichtigung der konzessionsrechtlichen Erfordernisse – im Ausbildungskonzept. Es fördert die berufsspezifische Aus- und Weiterbildung, um jene Kompetenzen zu steigern, die zur Erfüllung des Leistungsauftrags bedeutsam sind.

Das Ausbildungskonzept unterscheidet zwischen interner und externer Ausbildung. Der Weiterbildungsbedarf der Mitarbeitenden wird regelmässig abgeklärt und fliesst in die Zielvereinbarung (MAG) ein. Auf einer Liste mit Ausbildungseinrichtungen wählen die Programmschaffenden gemeinsam mit dem Ausbildungsverantwortlichen und dem jeweiligen Ressortleiter die geeigneten Kurse aus. Bei der Selektion steht die Förderung der zur Erbringung des Leistungsauftrags notwendigen Qualitäten im Vordergrund. Zudem werden regelmässig interne und externe Feedbacks, Coachings und Schulungen durch ausgewiesene Fachkräfte durchgeführt.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern steht ein jährliches Kontingent an kostenlosen Ausbildungstagen zur Verfügung, welches sie ausschöpfen müssen. TeleZüri budgetiert für das Jahr 2008 einen Mindestbetrag von CHF 30'000.00 für externe Ausbildungskosten (interne Ausbildung und Personalkosten nicht eingerechnet). Bei grösseren Aus- oder Weiterbildungen bietet TeleZüri den Programmschaffenden die Möglichkeit, eine Ausbildungsvereinbarung abzuschliessen. An dieser Stelle wird deutlich, dass die Einbettung der Redaktion von TeleZüri in Tamedia AG verschiedene Möglichkeiten zur beruflichen und persönlichen Weiterbildung schafft – nicht zuletzt auch ein Praktikum oder eine befristete Anstellung in einer anderen Redaktion.

Das Ausbildungskonzept schreibt vor, dass die Gesuchstellerin 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 legt.

<b>Beweis</b>	Leitfaden Ausbildungsvereinbarung	<b>Beilage 29</b>
	Ausbildungskonzept	<b>Beilage 30</b>
	Liste mit Institutionen	<b>Beilage 31</b>
	Ausbildungsvereinbarung	<b>Beilage 26</b>

b) Output:

TeleZüri ist der private Schweizer TV-Anbieter der ersten Stunde und seither unangefochtener Marktführer im regionalen Fernsehmarkt, was insbesondere auf die hohe Informationskompetenz und die Gewichtung auf Inhalte, welche die Region Zürich – und künftig auch die Kantone Schaffhausen und Thurgau – bewegen, zurückzuführen ist. Die Zuschauerinnen und Zuschauer können sich zudem darauf verlassen, über wichtige Ereignisse auf nationaler und internationaler Ebene informiert zu werden. Das Programm von TeleZüri besteht grob ausgedrückt aus den Sparten Information und Unterhaltung. Es trägt in seiner Gesamtheit zur Meinungs- und Angebotsvielfalt bei. Ein Programmbeschrieb findet sich in der Beilage.

## TeleZüri ist der private Schweizer TV-Anbieter der ersten Stunde



### Die wichtigsten Meilensteine

- 1994 gegründet, ist TeleZüri der erste unabhängige TV-Sender der Schweiz
- Dieser Pioniergeist und die Nähe zur Basis prägen den Sender bis heute
- Innovative Konzepte wie die Stundenschleife wurden zuerst von TeleZüri eingeführt
- Seit 2001 gehört TeleZüri zu Tamedia
- Mit Markus Gilli ist heute ein Mann der ersten Stunde Chefredaktor und Programmleiter von TeleZüri



**Beweis**

Programmbeschrieb

**Beilage 32**

### Information

TeleZüri legt einen besonderen Schwerpunkt auf journalistisch hochwertige Information. Im Vordergrund stehen die lokale Berichterstattung und die Erbringung eines Service Public Régional, der die Vielfalt des Geschehens im Sen-

degebiet widerspiegelt. Die Informationssendungen haben vorwiegend relevante Informationen des lokal-regionalen Raumes aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport zum Inhalt. Kein anderer Schweizer privater Regionalanbieter bietet ein derart dichtes Angebot an Information.

## Ein Grossteil der Sendeleistung fliesst in Informationsformate

**Sendungen TeleZüri pro Woche in Minuten**  
Insgesamt 10'080 Sendeminuten pro Woche



Quelle: TeleZüri

### Professionelles Programm

- TeleZüri fokussiert auf regionale und lokale News; die Hälfte des Programmangebots besteht aus Informationssendungen wie ZüriInfo und ZüriNews mit täglich 300'000 Zuschauern
- TeleZüri verzichtet konsequent auf Erotik-Sendungen und Sex-Werbung sowie Abzocker-Programme

TeleZüri zeigt in verschiedenen Interessenbereichen lokale und regionale, aber auch gesamtschweizerische und internationale Zusammenhänge. In den Nachrichten- und Infosendungen werden alle relevanten Informationen für das gesamte Sendegebiet vermittelt – immer unter dem Gesichtspunkt, dass die Informationen von übergeordnetem und für alle Zuschauerinnen und Zuschauer relevantem Gehalt sind. Dieses Selektionskriterium wird im Falle der Neukonzessionierung auf die Kantone Thurgau und Schaffhausen ausgedehnt.

Die Redaktion von TeleZüri bespricht zweimal pro Tag unter der Leitung des Nachrichtenchefts in einer Sitzung, welche Themen in der abendlichen News-Sendung behandelt werden. Dabei koordiniert der Tagesleiter die Einsätze der Reporter und VJ. TeleZüri stellt mit diesem Team die lokale und regionale Berichterstattung sicher. Die Programmschaffenden überprüfen die Themenauswahl regelmässig auf ihre Übereinstimmung mit dem Programmauftrag und dem Anspruch, ein qualitativ hochwertiges Programm zu produzieren. Die Informationssendungen haben thematisch vielfältig zu sein und müssen den unterschiedlichen Meinungen und Interessen Ausdruck verleihen – neben dem Bezug zum Sendegebiet weitere Selektionskriterien. Die Gesuchstellerin produziert ihr gesamtes Programm bisher praktisch ausschliesslich in Zürich und im eigenen Bundeshausstudio in Bern (Korrespondentenbüro mit eigenem Schnittplatz). Neu sind zusätzliche eigene Studios in den Kantonen Schaffhausen und Thurgau vorgesehen.

Als einziger Schweizer Regionalsender produziert TeleZüri Beiträge zu nationalen und internationalen Themen. Der Sender verfügt zudem über ein Korrespondentennetz an allen Brennpunkten des aktuellen Zeitgeschehens und beschäftigt zahlreiche freie Korrespondenten in aller Welt: Washington, London, Paris, Berlin, Rom, Madrid, Naher Osten und Moskau.

Je nach Ereignis schickt TeleZüri eigene Sonderkorrespondenten in diese Länder. In den vergangenen Jahren waren das die Wahlen in Frankreich, Deutschland, Italien und den USA. Sonderkorrespondenten waren auch nach folgenden internationalen Ereignissen im Einsatz: Concorde-Absturz, Seilbahn-Katastrophe Kaprun, 9/11 in New York, Terroranschläge in London, Sharm-el-Sheik, Dahab, Tsunami-Katastrophe in Asien sowie bei sämtlichen G8-Gipfeln in Europa.

Sonderberichterstattungen mit Live-Sendungen vor Ort leistet TeleZüri bei allen Wahlen in Stadt und Kanton Zürich und künftig in den Kantonen Schaffhausen und Thurgau, bei Bundesratswahlen in Bern, bei Festanlässen wie Zürifäscht und Streetparade, bei grossen Gerichtsverfahren wie Swissair- oder Skyguide-

Prozess, am 1. Mai in Zürich sowie beim WEF in Davos. TeleZüri beweist, dass es dynamisch auf gesellschaftliche und politische Ereignisse reagiert und darüber informiert. Spontane Einsätze vor Ort leisten die Reporter und VJ von TeleZüri nach Naturkatastrophen, schweren Unfällen und Verbrechen. TeleZüri kennt bei der täglichen Arbeit keine Kantonsgrenzen oder Grenzen des Sendegebiets. Wenn das Ereignis im Sendegebiet stattfindet, wird die Berichterstattung dementsprechend ausgebaut.

Zusätzlich zu den regelmässigen Informations- und Nachrichtensendungen ist TeleZüri bei grossen Newsereignissen sowie bei Wahlen und Abstimmungen und grossen Sportanlässen mit Sondersendungen präsent. TeleZüri hat sich in den vergangenen Jahren bei seinen Zuschauerinnen und Zuschauern einen glaubwürdigen Ruf für transparente und kompetente Informationsvermittlung geschaffen. Diese Zuschauerbindung ist das Ergebnis eines jahrelangen konsequent auf Qualität ausgerichteten Journalismus.

## TeleZüri bietet einen regionalen Service Public

### Regionaler Service Public

- TeleZüri gewichtet die politische Berichterstattung hoch und trägt unter anderem mit TalkTäglich und SonnTalk zur Meinungsbildung im Sendegebiet bei
- TeleZüri berichtet in Sondersendungen fair und kontrovers über regionale und kantonale Wahlen und Abstimmungen im Versorgungsgebiet
- TeleZüri berichtet regelmässig über wichtige Geschäfte der Kantone im Sendegebiet

### Berichterstattung im Katastrophenfall

- TeleZüri garantiert im Katastrophenfall eine rasche und professionelle Berichterstattung und steht in engem Kontakt mit den Sicherheitsorganen

### Sport und Kultur

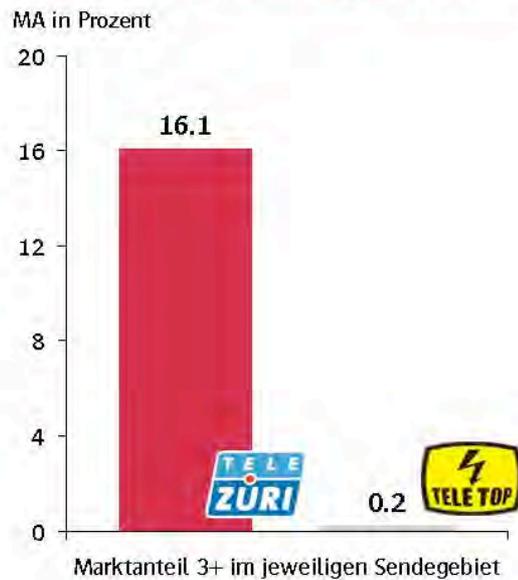
- Mit Direktsendungen und Medienpartnerschaften fördert TeleZüri die Kultur, den Sport und regionale Veranstaltungen
- Bei Grossereignissen wie ZüriFäscht, StreetParade, Feuerwerk Silvester oder Sechseläuten ist TeleZüri mit Grossproduktionen vor Ort

Als Beispiel dient der Wahlsonntag vom 21. Oktober 2007 (National- und Ständeratswahlen). Ziel war es, die komplexe Ausgangslage und die Vielfalt der

Kandidaten den Zuschauerinnen und Zuschauern verständlich zu machen, um einen konstruktiven Beitrag zum Verstehen politischer Probleme und Zusammenhänge zu leisten.

## Beispiel Wahlberichterstattung vom 21. Oktober 2007

TeleZüri erreicht deutlich mehr Zuschauer am Wahlsonntag vom 21.10.07



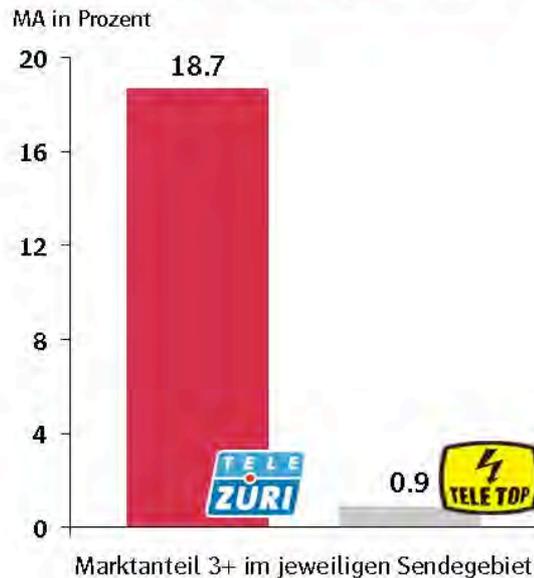
TeleZüri mit hohem Marktanteil

- TeleZüri und Tele Top berichten beide am Wahlsonntag vom 21. Oktober 2007 von 12:00 bis 24:00 Uhr in Sondersendungen
- Um 18:00 Uhr verzeichnete TeleZüri 70'000 Zuschauer und einen Marktanteil von 16.1 Prozent
- Die guten Werte erzielte TeleZüri trotz der Entscheidung in der Formel 1-WM, die zur gleichen Zeit läuft
- Im Vergleich erzielt Tele Top um 18:00 Uhr während den News zwischen 300 und 800 Zuschauer und einen Marktanteil von 0.2 Prozent

Quelle: TeleControl Zuschauer +3 im jeweiligen Sendegebiet

## Beispiel Wahlberichterstattung vom 25. November 2007

### TeleZüri erreicht deutlich mehr Zuschauer am Wahlsonntag vom 25.11.07



### TeleZüri mit hohem Marktanteil

- TeleZüri und Tele Top berichten beide am Wahlsonntag vom 25. November 2007 in Sondersendungen
- Um 18:00 Uhr verzeichnete TeleZüri 66'400 Zuschauer und einen Marktanteil von 18.7 Prozent
- Im Vergleich erzielt Tele Top um 18:00 Uhr 2'100 Zuschauer und einen Marktanteil von 0.9 Prozent
- In der Primetime (18 – 23 h) lag der Marktanteil 3+ von TeleZüri bei 5.4 Prozent; bei Tele Top lediglich bei 0.1 Prozent

Quelle: TeleControl Zuschauer +3 im jeweiligen Sendegebiet

Im Rahmen dieser Berichterstattung hat TeleZüri bewiesen, sich kritisch und neutral mit den kontroversen Kandidaten auseinanderzusetzen und somit dem Stimmbürger einen Anhaltspunkt zu geben, welche Partei und welcher Politiker für welches politische Programm steht. Sachinformation wurden durch Hintergrundberichte und Talks vertieft. TeleZüri hat dadurch die Meinungsvielfalt sowie die politische Kultur im Sendegebiet gefördert.

## Die gute Leistung von TeleZüri wird breit anerkannt

Neue Zürcher Zeitung vom 11. August 2007



*(...) das in den neunziger Jahren gegründete TeleZüri hat die politische Debatte im Kanton stärker verändert, als das mancher Zeitungsverleger zugeben würde. Der Sender bereitet mit Erfolg politische Themen in einfach konsumierbaren Happen auf, freut sich über Kontroversen und setzt vor allem auf Köpfe. Entsprechend hoch im Kurs ist TeleZüri bei den Parteien. Wer als Zürcher Politiker regelmässig im Lokalfernsehen erscheint, bekommt eine Publizität wie sonst nirgends.*



### Unterhaltung, Kultur und Sport

Im Unterhaltungsbereich liegt der Schwerpunkt auf Service-Themen wie Lifestyle, Gesundheit, Kultur, Kochen, Finanzen und Wohnen. TeleZüri ist zudem der einzige Schweizer Regionalsender, der lokale Unterhaltungsformate produziert (SwissDate und Lifestyle). Erwähnenswert sind zudem die Live-Reportagen vom Sechseläuten, ZüriFäsch und der Streetparade. TeleZüri setzt auch im Unterhaltungsprogramm auf publizistische Sorgfalt und Qualität und erhebt gegenüber allen politischen, wirtschaftlichen, religiösen, sozialen oder anderen Interessengruppen den Anspruch auf Unabhängigkeit. Bei sportlichen Grossereignissen (Fussball-WM, Olympische Spiele etc.) produziert TeleZüri spezielle Sportmagazine.

**Beweis:**

Programmbeschrieb

**Beilage 32**

### Medienpartnerschaften

TeleZüri ist regelmässig Partner wichtiger Institutionen und/oder Initiativen im Sendegebiet. Regelmässig unterstützt der Sender karitative Organisationen aktiv bei ihrer Arbeit (z.B. Pfarrer Sieber). TeleZüri ist fest im Sendegebiet veran-

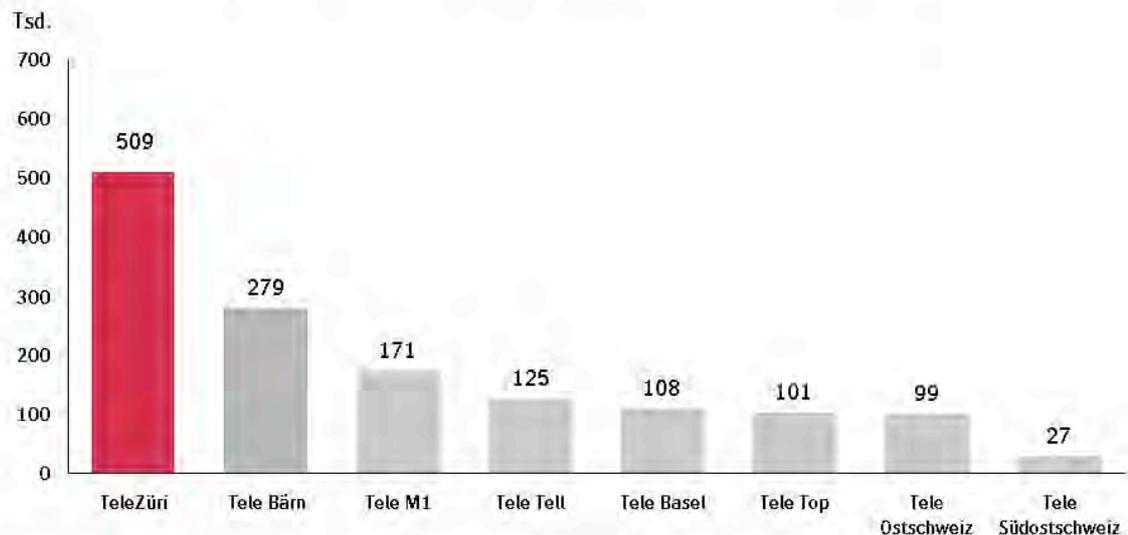
kert und sieht sich auch als Mittler zwischen den Menschen und den öffentlichen Institutionen der Region.

### **Starke Verwurzelung: Erfolgt im Zuschauermarkt**

TeleZüri ist in der Bevölkerung breit akzeptiert. Das Programmangebot entspricht einem echten Bedürfnis. Das zeigt nicht zuletzt auch die mit 24 Minuten täglich mit Abstand längste durchschnittliche Sehdauer aller Regional-TV-Sender. Die aktuelle Entwicklung auf dem Zuschauermarkt belegt, dass ein Grossteil der Bevölkerung im Sendegebiet TeleZüri als Informationsquelle nutzt.

## **Der Erfolg: Mit 500'000 Zuschauern ist TeleZüri das Zugpferd des Regional-TV-Marktes in der Schweiz**

Durchschnittliche Anzahl Zuschauer pro Tag in der Deutschschweiz 2006



Quelle: Telecontrol Publica Data, Deutschschweiz, Personen ab 3 Jahren, durchschnittliche Tages-Nettoreichweite (24 Stunden), 2006

### **Positionierung**

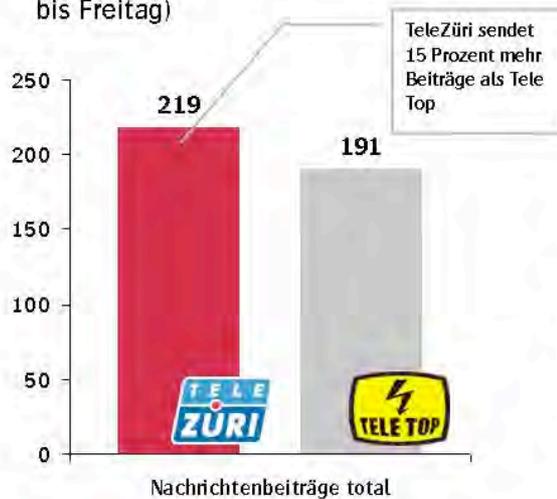
TeleZüri produziert Programm für das urbane Millionen-Zürich sowie künftig die Kantone Schaffhausen und Thurgau mit einem starken Fokus auf Information. Die Gesuchstellerin sendet mehr und längere Nachrichten als ihre Konkurrenz. Ferner investiert TeleZüri mit CHF 13.3 Millionen deutlich mehr Mittel ins Programm als die Konkurrenz (zum Vergleich: Tele Top: CHF 4.0 Millionen). Der Aufwand pro Sendeminute beträgt CHF 609.00 (zum Vergleich: Tele Top: CHF

183.00).

## TeleZüri sendet mehr und längere Nachrichten als die Konkurrenz

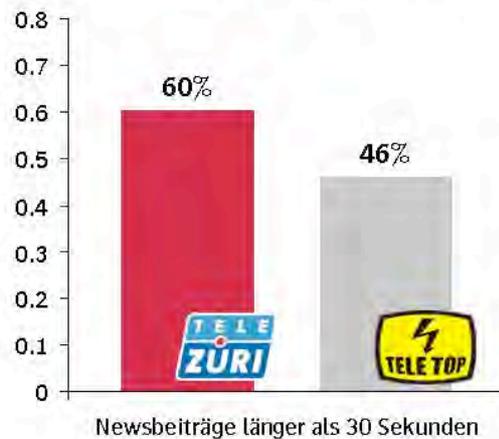
### Mehr Beiträge auf TeleZüri

- Anzahl Beiträge in den Hauptnachrichten ZüriNews und TopNews im September 2007 (jeweils von Montag bis Freitag)



### Längere Beiträge auf TeleZüri

- Anteil der Beiträge, die länger sind als 30 Sekunden in ZüriNews und TopNews im September 2007 (jeweils von Montag bis Freitag)



Quelle: Auswertung Programm Tele Top und TeleZüri

Ferner zeigt ein Blick auf die Positionierung der Tamedia-Medien in der Deutschschweiz, dass sich die Redaktion von TeleZüri offenkundig unabhängig im Markt positioniert. Das ist nicht zuletzt auf das Qualitätssicherungssystem (vgl. vorne Ziff. 3.2 a) sowie die Unabhängigkeit der Redaktion (vgl. 2.2 b, 2.3 und 3.2. a) zurückzuführen. Im Ergebnis steht somit fest, dass TeleZüri die Angebotsvielfalt im Sendegebiet fördert.

## Die Medien von Tamedia sind sehr unterschiedlich positioniert; das Unternehmen kennt keinen Konzernjournalismus

### Positionierung der Tamedia-Medien in der Deutschschweiz gemäss Medienradar 2006



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

### Programmfenster für Schaffhausen und Thurgau

Für die Kantone Schaffhausen und Thurgau plant TeleZüri je ein eigenständiges 10-minütiges Informationsfenster. Das Informationsfenster ist direkt im Anschluss an die Hauptnachrichten vorgesehen. Es stellt das politische, gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben der Kantone Schaffhausen und Thurgau dar.

## Informationsfenster für die Kantone Schaffhausen und Thurgau



### Informationsfenster

- TeleZüri plant je ein eigenständiges 10-minütiges regionales Informationsfenster für Schaffhausen und Thurgau
- Das Informationsfenster ist, wie die Hintergrundsendung für Zürich, direkt im Anschluss an die Hauptnachrichten vorgesehen
- In diesen Informationsfenstern soll das politische, gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben der Kantone Schaffhausen und Thurgau abgebildet werden

Die Informationsfenster für Schaffhausen und Thurgau ermöglichen TeleZüri eine kontinuierliche Berichterstattung von und für Schaffhausen und den Thurgau.

## Informationsfenster: Kontinuierliche Berichterstattung

---



### Service Public Regional

- Das Informationsfenster ermöglicht TeleZüri eine kontinuierliche und journalistisch fundierte Berichterstattung von und für Schaffhausen und den Thurgau
- Das Informationsfenster berichtet über wichtige politische Geschäfte, Wahlen und Abstimmungen und nimmt gesellschaftliche Diskussionen auf



### Sondersendungen und Specials

- Bei wichtigen Ereignissen in der Region sind darüber hinaus Sondersendungen geplant
- Vor Wahlen und Abstimmungen finden politische Diskussionen zur Meinungsbildung der Bevölkerung statt

Zu diesem Zweck wird je eine Redaktion vor Ort mit eigenem Studio aufgebaut.

## Informationsfenster: Studio mit erfahrenen Journalisten vor Ort

---



### Redaktion vor Ort mit eigenem Studio

- Vorgesehen ist je ein eigenes Studio in Schaffhausen und im Kanton Thurgau
- Geplant ist, dass die VJs auch Moderationsaufgaben im Informationsfenster übernehmen
- Vor Ort sind 2.5 Redaktionsstellen (VJs) geplant, so dass (inklusive Ferientage) jeweils 2 ortskundige und erfahrene Journalistinnen und Journalisten verfügbar sind



### Eigenständige Redaktion

- Im Thurgau wird TeleZüri die Infrastruktur und die Administration der Huber & Co. AG nutzen
- Redaktionell ist TeleZüri jedoch vollständig unabhängig von der Thurgauer Zeitung – wie auch in Zürich vom Tages-Anzeiger

Die Gesuchstellerin rechnet mit beträchtlichen Investitionen in die beiden regionalen Studios. Zur Deckung dieser Kosten sowie der laufenden Betriebskosten werden die für den künftigen Konzessionär zur Verfügung gestellten Gebührenanteile vollumfänglich eingesetzt.

## Informationsfenster: Hohe Investitionen in regionale Studios



### Investitionen als Bekenntnis zu Informationsfenstern

- TeleZüri und Tamedia rechnen mit beträchtlichen Investitionen für den Aufbau eigener Regionalstudios in Frauenfeld und Schaffhausen
- Die hohen Investitionen sind ein klares Bekenntnis zu den beiden regionalen Informationsfenstern für Schaffhausen und den Thurgau

Mit den beiden regionalen Programmfenstern werden neue attraktive Werbemöglichkeiten für die regionale Wirtschaft geschaffen.

Für die Produktion des Programmfensters Schaffhausen beauftragt TeleZüri das Schaffhauser Fernsehen. Eine entsprechender „Letter of Intent“ zwischen Tamedia AG und Schaffhauser Fernsehen AG liegt vor. Das Schaffhauser Fernsehen wird täglich ein 10-Minütiges Programmfenster produzieren, welches sich strikt am Leistungsauftrag orientiert. Produktionsstandort sind die Sendestudios des Schaffhauser Fernsehens. Der Produktionsauftrag umfasst auch die zeitgerechte und den technischen Ansprüchen genügende Einspeisung der Daten in das im Kanton Schaffhausen zur Ausstrahlung gelangende Programm von TeleZüri. Das Sendekonzept wird vom Chefredaktor TeleZüri und dem für die Produktion zuständigen Redaktionsleiter des Schaffhauser Fernsehens

ausgearbeitet. Zur Überwachung des Programmauftrags wird ein Beirat eingesetzt. Ferner besteht für das Schaffhauser Fernsehen die Möglichkeit, auf eigene Kosten ein weitergehendes Programm zu produzieren, welches einmal wöchentlich zusätzlich zum Programmfenster für den Kanton Schaffhausen auf TeleZüri ausgestrahlt wird (z.B. Sendungen vor Wahlen und Abstimmungen, Talks etc.). Zur Abgeltung sämtlicher Produktionskosten erhält das Schaffhauser Fernsehen den jährlichen Gesamtbetrag, den TeleZüri im Rahmen des Gebührensplittings aus den Rundfunkgebühren für die Produktion und Ausstrahlung eines Informationsfensters für den Kanton Schaffhausen erhält (gemäss Ausschreibung CHF 735'000.00 pro Jahr). Ferner erhält das Schaffhauser Fernsehen im Falle eines speziellen Werbefensters eine leistungsabhängige Beteiligung an diesen Werbeerträgen. Der Produktionsvertrag wird vorerst für die Dauer von vier Jahren abgeschlossen.

**Beweis:**

Letter of Intent mit Anhang (Eckdaten)

**Beilage 39**

## Attraktive neue Werbemöglichkeiten für regionale Wirtschaft

### Regionale Wirtschaft als wichtiger Kunde

- TeleZüri ist für die regionale Wirtschaft im bisherigen Versorgungsgebiet ein zuverlässiger Partner
- Mit attraktiven Angeboten und einer engen Zusammenarbeit mit nahe stehenden Produktionsfirmen hat es TeleZüri im bisherigen Versorgungsgebiet geschafft, dem regionalen Gewerbe das Medium Fernsehen als Werbekanal zu günstigen Konditionen zu erschliessen

### Angebote für Schaffhausen und Thurgau

- Mit den neuen Informationsfenster für Schaffhausen und den Thurgau könnte TeleZüri diese Angebote auf die Kantone Schaffhausen und Thurgau ausweiten
- Der Schaffhauser und Thurgauer Wirtschaft stünde damit ein innovativer neuer Werbekanal zur Verfügung, mit dem die Einwohnerinnen und Einwohner der beiden Wirtschaftsgebiete angesprochen werden könnten

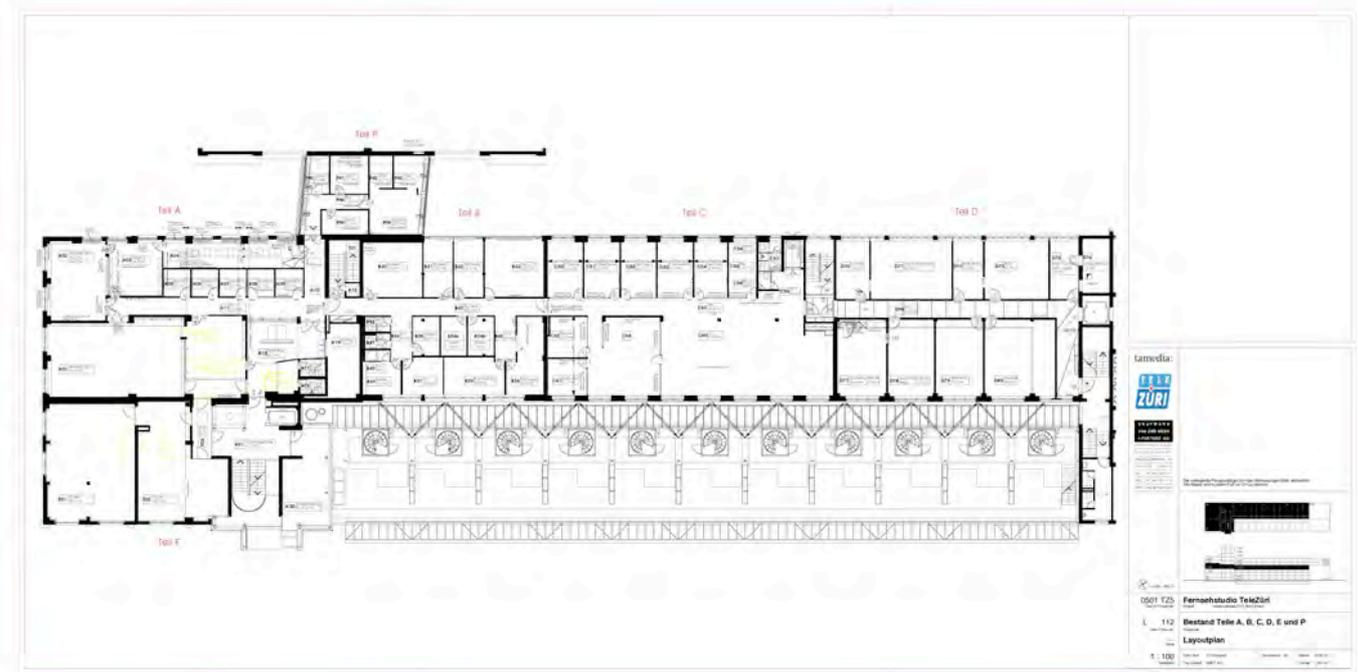
## **Fazit und Ausblick**

Das Programm von TeleZüri trägt in seiner Gesamtheit zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung bei. Die strenge Verpflichtung zum Qualitätsjournalismus sowie die Verankerung in der Bevölkerung führen dazu, dass TeleZüri unangefochtener Marktleader unter den Regionalveranstaltern ist. Das Programm in dieser Form ist ausschliesslich möglich, weil die Redaktion unabhängig ist (vgl. vorne Ziff. 2.2 b, 2.3, 3.2. a), der Sender über die notwendigen technischen Voraussetzungen verfügt (vgl. hinten Ziff. 3.3), einen hohen journalistischen Qualitätsmassstab setzt (vgl. vorne Ziff. 3.2 a) und aufgrund konsequenter Personalpolitik (vgl. vorne Ziff. 3.2. a und b) über ein ausgebildetes und erfahrenes Team verfügt, welches Arbeitsbedingungen (vgl. vorne Ziff. 3.2. b und c) vorfindet, die es ermöglichen, langfristig die geforderte Leistung zu erbringen.

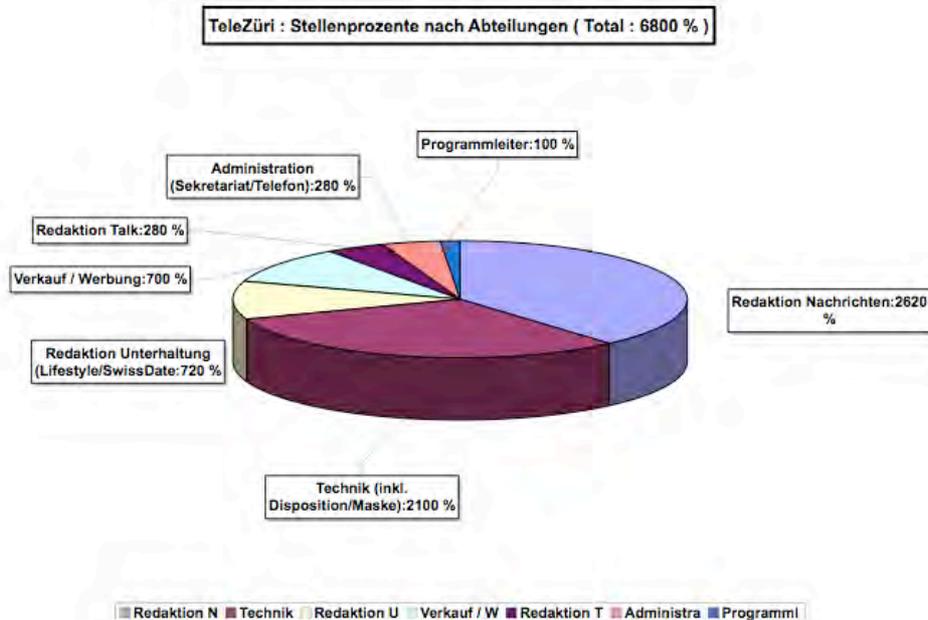
Bezüglich des Programms sei schliesslich der Hinweis gestattet, dass die vorliegend beantragte Konzession für mindestens zehn Jahre erteilt wird. Die Gesuchstellerin behält sich vor, ihr Programm während dieser Zeit den veränderten Bedürfnissen sowie der aktuellen Entwicklung fortlaufend anzupassen – freilich immer unter Berücksichtigung sämtlicher gesetzlicher Bestimmungen sowie der Vorgaben in der Konzession (Leistungsauftrag).

## **3.3 Produktion**

- a) An der Heinrichsstrasse 267 in Zürich befinden sich zwei Sendestudios mit einer Grösse von 80,6 m<sup>2</sup> respektive 38,3 m<sup>2</sup>. Zudem besitzt TeleZüri im Bundesmedienhaus in Bern eine weitere Produktionseinheit, welche durch den Korrespondenten genutzt wird. Die Infrastruktur besteht aus einem Schnittplatz (10,0 m<sup>2</sup>) sowie aus einem Redaktionsarbeitsplatz (20,0 m<sup>2</sup>). Im Kanton Thurgau wird nach erfolgreicher Neukonzessionierung ein weiteres Studio eröffnet – in Schaffhausen erfolgt die Produktion in den Räumlichkeiten des Schaffhauser Fernsehens.

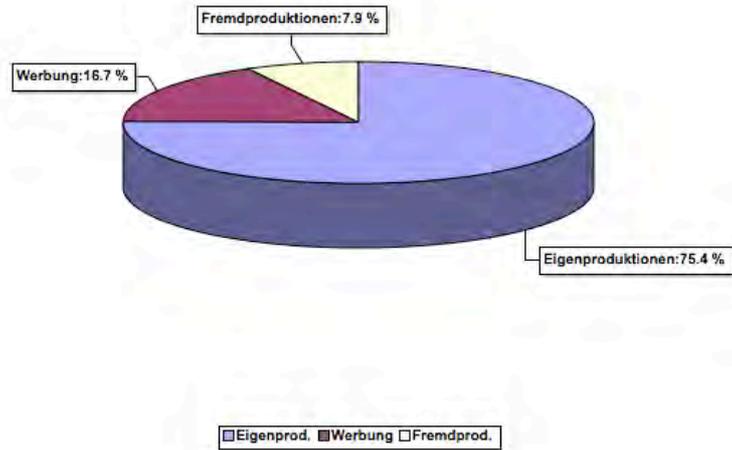


- b) Schlüsselte man die 68 Vollzeitstellen nach Bereichen auf, ergibt sich folgendes Bild:



- c) TeleZüri beabsichtigt weiterhin eine Zusammenarbeit mit den anderen regionalen TV-Veranstaltern in der Schweiz. Dies betrifft auf der kommerziellen Ebene den TeleNewsCombi (TNC). Im Programmbereich wird der Austausch von Informationen, Bildern und Berichten mit den anderen Veranstaltern weitergeführt werden. Dabei darf auch erwähnt werden, dass TeleZüri primär in der Rolle des Anbieters von Material für die kleineren Stationen ist. Zudem wird TeleZüri als konzessionierter Sender weiterhin seine Unterhaltungsformate Lifestyle und SwissDate den anderen Regionalsendern ohne Verrechnung der Produktionskosten anbieten. Im Bereich der Fremdproduktionen wird TeleZüri die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Primetime AG weiterführen. Diese Firma produziert für TeleZüri die Formate Wohntraum TV, Kochen.tv, inform.tv und Futura.tv. TeleZüri hat folgende Nachrichtenagenturen abonniert : SDA, AP, Sportinformation sowie alle Wetterinformationen (inkl. Meteocentrale) von MeteoNews AG. Als Bildagentur für den internationalen Teil der Nachrichten ist die Agentur APTN abonniert. Für die Produktion des Programmfensters für den Kanton Schaffhausen erfolgt eine Zusammenarbeit mit dem Schaffhauser Fernsehen.

ProgrammTeleZüri : Eigen - und Fremdproduktionen in Prozente



## 4. Finanzierung

### 4.1 Eigenkapital

Zunächst ist festzuhalten, dass für TeleZüri innerhalb der Tamedia AG keine separaten Bilanzkonti geführt werden. Die zur Sicherung des Eigenkapitals verlangten Unterlagen für eine bereits bestehende Gesellschaft beziehen sich auf Tamedia AG. Die Gesellschaft ist gesund. Sie verfügt über ausreichend Eigenkapital zur Aufrechterhaltung ihres Sendebetriebs und zur Erfüllung des Leistungsauftrags.

**Beweis**            letzter revidierter Jahresabschluss

**Beilage 9**

Nachweis der stillen Reserven  
(zusätzlich zur Auflösung von stillen Reserven  
im Anhang)

**Beilage 33**

Nachweis des Eigenkapitals im Zeitpunkt des  
Antrags

**Beilage 34**

## 4.2 Fremdkapital

Die Gesellschaft ist gesund und benötigt kein Fremdkapital.

## 4.3 Plandaten

Die notwendigen Plandaten sind für den Zeitraum von fünf Jahren separat für TeleZüri erstellt. Das erste Planjahr ist jeweils in Quartale aufgeteilt. Die Gliederung der einzelnen Pläne folgt dem BAKOM-Kontenplan. Die Geldflussrechnung weist den Cash-Flow aus Tätigkeit, Investitionen und Finanzierung aus und ist auf die flüssigen Mittel abgestimmt. Gewinnausschüttungen sind explizit auszuweisen.

<b>Beweis</b>	Plandaten inkl. Investitions- und Abschreibungsplan	<b>Beilage 35</b>
	Plandaten inkl. Planerfolgsrechnung	<b>Beilage 35</b>
	Plandaten inkl. Planbilanz	<b>Beilage 35</b>
	Plandaten inkl. Geldflussrechnung (Fonds flüssige Mittel)	<b>Beilage 35</b>

## 4.4 Ertragsberechnung

### TeleZüri mit hohem Ansehen bei Werbern und Einzelkunden...



**Dominique von Matt, Mitinhaber Jung von Matt/Limmat, Vorstandsmitglied bsw leading swiss agencies**

«Radio 24 und TeleZüri sind im «Millionen-Zürich» nicht mehr wegzudenken. Neben Information und Meinungsbildung sind sie ein Wegweiser durch die Region. Die Medien helfen der breiten Bevölkerung das kulturelle, sportliche und soziale Angebot der Region richtig zu nutzen. Dieser Mehrwert schafft eine enge Bindung zu den Nutzern. Beide Medien haben bei den Zürchern eine sehr hohe Glaubwürdigkeit. Für mich als Werber sind die Medien besonders wichtig, da immer wieder Kampagnen entwickelt werden, die ohne die Möglichkeit das «Millionen-Zürich» effizient mit elektronischen Medien abdecken zu können, gar nicht entstehen würden.»



**Benjamin Sinniger, Knies Kinderzoo**

«Knies Kinderzoo bucht Werbung auf TeleZüri, weil wir auf diesem Weg sowohl geografisch als auch publikumsmässig unsere Zielgruppen optimal erreichen können.»

Die Ertragsberechnung basiert im Wesentlichen auf den Erfahrungswerten der vergangenen Jahre. Im nationalen Werbemarkt werden die Umsätze von TeleZüri zu gut 50 % aus der Vermarktung des TeleNewsCombi (TNC) und im Übrigen via Einzelbuchungen des Senders generiert. Das TNC stellt eine Werbekombination von 8 Deutschschweizer Regionalsendern dar. Es wird exklusiv von der Radiotele und der Publisuisse vermarktet, wobei der Grossteil der Vermarktungsaktivitäten bei der Radiotele liegt. Für Werbebuchungen in der Kombination TNC kommt das Onlinebuchungstool "Publiplan" zur Anwendung. Innerhalb des TNC gibt es verschiedene Angebote, die auf die Sender des TNC beschränkt sind: Lifestyle, SwissDate, tierisch und Newsblock. Ferner gibt es zwei Angebote, die zusätzlich die Sender des öffentlichen Fernsehens, SF 1 und SF 2, einschliessen: InfoPool und TrendPool. Nationale Werbung wird zum Teil aber auch von TeleZüri über die Belcom AG selber akquiriert oder direkt (ohne Einschaltung von Vermittlern) durch Mediaagenturen, Kunden und in ganz seltenen Fällen von Werbeagenturen gebucht.

## ...und auch Media-Agenturen schätzen TeleZüri als Werbemedium

---

Caroline Trachsler, MindShare AG

«TeleZüri wird als Ergänzung zu nationalen Kampagnen berücksichtigt, wegen des attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis auf diversen Zielgruppen unserer Kunden. Ich sehe TeleZüri als innovativen Sender, der am «Puls des Geschehens» in Zürich berichtet.»

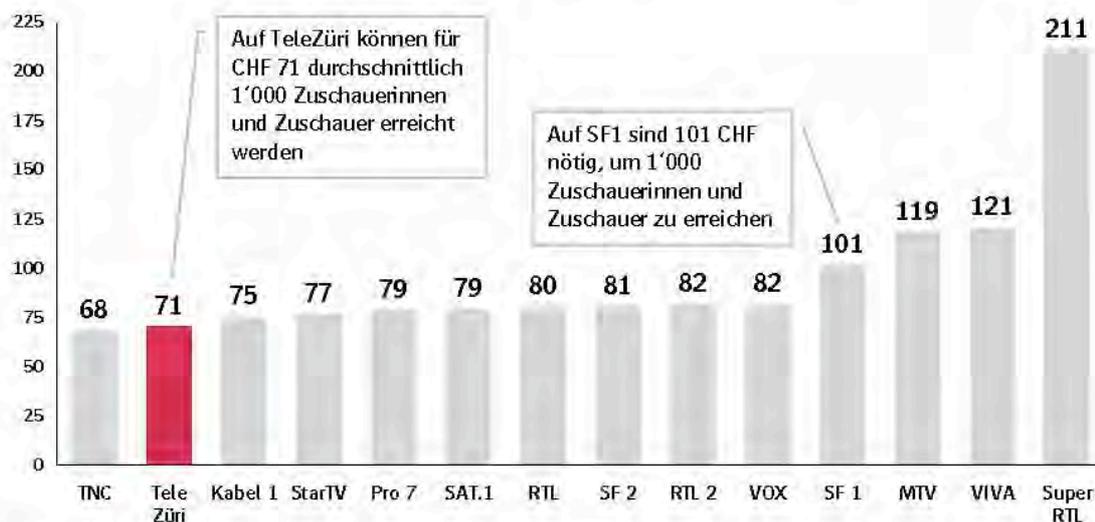
Caroline Nünlist, ZipMedia GmbH

«TeleZüri buchen wir gerne, wenn wir Kampagnen im kaufkräftigsten Wirtschaftsgebiet «Millionen-Zürich», verstärken wollen. Mit TeleZüri steigern wir die Reichweite und bleiben durch Mehrfachkontakte «Top of Mind» bei dieser wichtigen Zielgruppe. Relativ kurze Werbeblöcke, ein interessanter TKP und die lokale Verankerung des Senders, sind wichtige Qualitätsmerkmale für unsere Kunden.»

Regionale Werbung wird zum Grossteil von der zur Tamedia AG gehörenden Vermarktungsorganisation Belcom AG gebucht (sog. Eigenvermarktung im Unterschied zur Fremdvermarktung durch Buchungen von Vermittlerseite). Die Belcom AG ist vom Programm von TeleZüri strikte getrennt. Auch im regionalen Werbemarkt werden jedoch viele Werbeaufträge über die vorgenannten Vermittler bzw. übrigen Marktpartner (Agenturen, Kunden etc.) gebucht.

## TeleZüri ermöglicht regionale TV-Werbung zu attraktiven Preisen

Tausend-Kontakt-Preis im Jahresdurchschnitt in der Deutschschweiz 2006



Quelle: TV Key-Daten für 2006, Personen 15-49 Jahre

Im Bereich des Marketings besteht ebenfalls eine Reihe von Partnerschaften. Es handelt sich in erster Linie um gewöhnliche Gegengeschäfte (gemäss den Richtlinien der ESTV betr. MWSt-konforme Gegengeschäfte) und Medienpartnerschaften mit einer Vielzahl unterschiedlicher kultureller und sozialer Organisationen. Dazu kommen Werbemöglichkeiten innerhalb der Tamedia-Gruppe (Intercompany), die ebenfalls in Übereinstimmung mit den einschlägigen Bestimmungen der ESTV zu rabattierten Konditionen gebucht werden können.

Die Berechnung der Erträge basiert auf der Annahme, dass sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht ändern. Im Falle der Konzessionierung eines Konkurrenzunternehmens wäre der heutige Sendebetrieb von TeleZüri in Frage gestellt. Unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten ist der Sendebetrieb von zwei Sendern im Konzessionsgebiet nicht möglich und würde beide Sender vor ernsthafte finanzielle Probleme stellen. Aufgrund der beschränkten wirtschaftlichen Ressourcen wäre von einem langjährigen Konkurrenz- und Überlebenskampf auszugehen, der sämtliche Ertragsberechnungen zur Makulatur erklären würde und mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit negative Auswirkungen auf die Grundversorgung im Sendegebiet nach sich ziehen würde.

<b>Beweis</b>	Verkaufsprospekt Tele News Combi	<b>Beilage 36</b>
	Werbeprospekt TeleZürli/Telequotenrenner	<b>Beilage 37</b>
	CD mit Plandaten inkl. Ertragsberechnung	<b>Beilage 35</b>

#### 4.5 Zusammenfassung mit Kennzahlen

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Umsatz (CHF)	15'056'582	15'207'122	15'359'169	15'512'735	15'667'838
Gewinn/Verlust CHF	774'640	761'711	770'641	927'083	580'246
Umsatzrendite	6.8%	6.6%	6.7%	7.9%	4.9%

Aufgrund der Tatsache, dass für TeleZürli innerhalb der Tamedia AG keine separaten Bilanzkonti geführt werden, sind die übrigen Kennzahlen nicht erhältlich.

#### 5. Informationen zu besonderen Pflichten

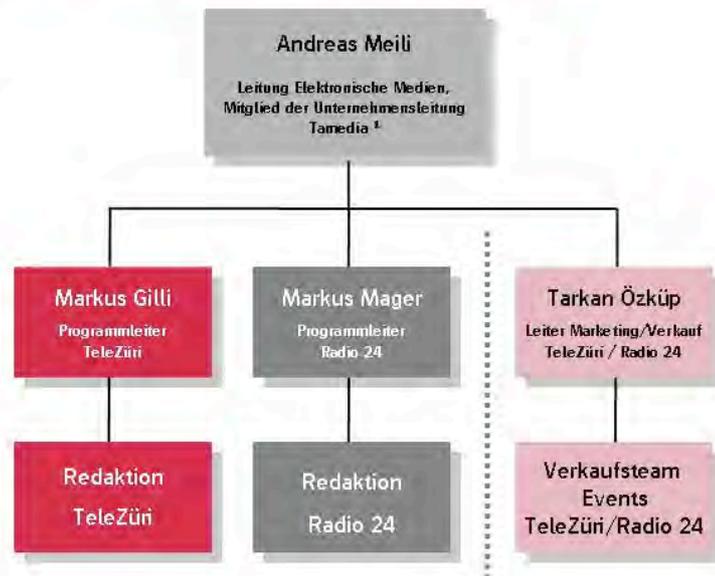
- a) Bezüglich der Gewähr, dass das geltende Recht, insbesondere die arbeitsrechtlichen Vorschriften und die Arbeitsbedingungen der Branche eingehalten werden, vgl. Ziff. 3.2 a) und b). Zur Weiter- und Ausbildung vgl. Ziff. 3.2. c). Zur Aufschlüsselung der Betriebskosten vgl. Ziff. 3.3. b).
- b) Zum umfassenden und praxiserprobten Qualitätssicherungssystem vgl. Ziff. 3.3. a).
- c) Zur strikten Trennung von wirtschaftlichen Aktivitäten und Programm vgl. Ziff. 2.2 b) und 3.2 a). Zur vom Mutterhaus unabhängigen Positionierung vgl. Ziff. 3.2 d). Im Ergebnis steht fest, dass die Gesuchstellerin wirtschaftliche Aktivitäten und Programm strikt trennt. Darüber hinaus ist die Redaktion formal und journalistisch unabhängig.

## TeleZüri garantiert unter den Regionalsendern eine hohe Qualität

### Journalistische Qualität

- TeleZüri garantiert hohe journalistische Qualität
- Bis jetzt ist der Sender nur einmal von der Unabhängigen Beschwerdeinstanz (UBI) gerügt worden; dabei ging es um eine umstrittene Szene im Rahmen einer Demonstration von Tierschützern in einem Pelzfachgeschäft

### Klare Trennung zwischen Redaktion und Verkauf



<sup>1</sup> Ab 1. Januar 2008 wird der Bereich von Rolf Bollmann, Leiter Medien Zürich und Nordostschweiz, geführt.

- d) Das Mutterhaus der Gesuchstellerin bewirbt sich für zwei Radio- und zwei TV-Konzessionen, was im Einklang mit Art. 44 Abs. 3 RTVG steht.
- e) Die Gesuchstellerin stellt ein börsenkotiertes Schweizer Unternehmen dar. Es ist nicht ausschliesslich, dass vereinzelt Aktien durch ausländische Unternehmen oder Privatpersonen erworben werden. Wie die Gesuchstellerin jedoch vorne (Ziff. 2.4 a und b) dargelegt hat, wird sie grossmehrheitlich von Schweizer Privatpersonen und Unternehmen beherrscht. Im Bedarfsfall werden weitere Unterlagen zur Edition offeriert.

## 6. Verbreitung

Die Gesuchstellerin ist in der Lage, ein Versorgungskonzept einzureichen, das die technische Verbreitung des Programms, die zeitliche Staffelung der Er-

schliessung des ganzen Versorgungsgebietes und die Finanzierung der geplanten Verbreitung aufzeigt. Sie verfügt bereits über eine bestehende Infrastruktur, welches es ihr ermöglicht, das aktuelle Konzessionsgebiet zu versorgen. Aufgrund der Tatsache, dass es sich bei den Verbreitungsmodalitäten um das Ergebnis jahrelanger zeit- und kostenintensiver Bemühungen und somit Geschäftsgeheimnissen handelt, legt die Gesuchstellerin Wert darauf, dass an den entsprechenden Unterlagen und Konzepten überwiegende private Interessen bestehen. Die entsprechenden Informationen sind deshalb in Form einer Beilage vorhanden mit dem Antrag, sie in Anwendung von Art. 43 Abs. 4 RTVV nicht an Dritte respektive interessierte Kreise weiterzuleiten.

**Beweis**

Versorgungskonzept TeleZüri

**Beilage 38**

## 7. Zusatzdienste

TeleZüri bietet dem Publikum einige Zusatzdienste in den Bereichen Internet, Teletext und Mobile Kommunikation an.

### a) Datendienste: Website

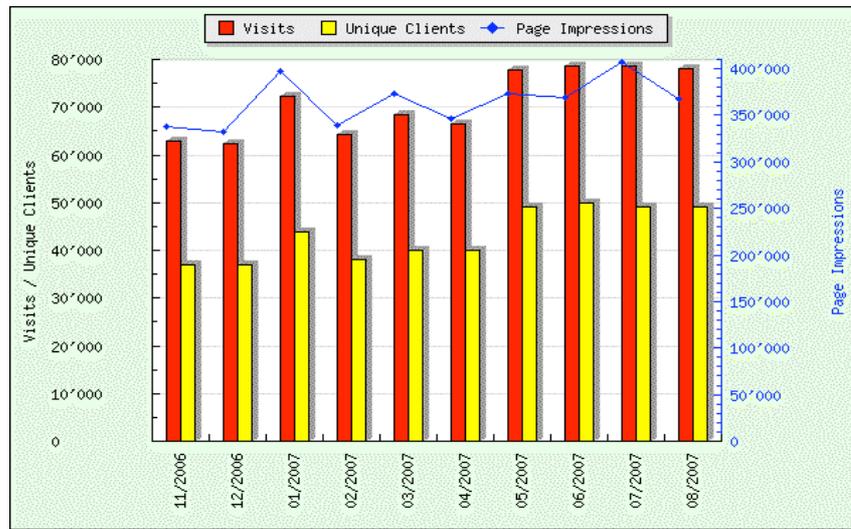
Unter der URL [www.telezueri.ch](http://www.telezueri.ch) publiziert TeleZüri ein umfassendes Online-Angebot. Der Service umfasst Informationen zum aktuellen Programm, zu den Sendungen, Nachrichten, Wetternews, Aktionen und Hintergrundberichte über das Team und seine Macher.



Die Homepage der Website wechselt täglich und stellt damit immer eine aktuelle Sendung aus dem Hauptprogramm von TeleZüri ins Zentrum des Interesses. Bei speziellen Sondersendungen (Katastrophen / Spezialübertragungen und Sondersendungen) wird die Homepage jeweils angepasst, um den jeweiligen Ereignissen zusätzliches Gewicht zu verleihen.

[www.telezueri.ch](http://www.telezueri.ch) liefert den Usern einen übersichtlichen Blick auf das Programm von TeleZüri und bietet je nach Aktualität vertiefende Informationen zu einzelnen Sendungen. Die beliebte Online-Rubrik „WebTV“ (VideoOnDemand in Flash) erlaubt es, alle TeleZüri-Sendungen zeitunabhängig via Internet zu sehen. WebTV bildet das Online Archiv aller TeleZüri-Sendungen. Die Sendungen können in der Regel über 12 Monate zurück abgerufen werden.

Nutzung Website Telezüri: Quelle, Wemf Netaudit



b) Datendienste: Teletext „ZüriText“

TeleZüri bietet mit dem ZüriText einen umfassenden und kompletten 24 h Teletext Service an. Zuschauerinnen und Zuschauer gelangen via den ZüriText schnell und bequem zu allen Informationen, welche das Programm von TeleZüri betreffen. Zusätzlich wird ein News-Service angeboten, der von 06.00 Uhr bis jeweils 22.00 Uhr laufend aktualisiert wird. Das Teletext-Programm wird ergänzt mit einem Eventkalender, Werbung und Informationen zu Sport und Freizeit. Der ZüriText ist nicht nur via TV-Geräte abrufbar, sondern auch Online via Internet.



### c) Telefondienste

#### *Telefondienste „Zuschauertelefon“ (Normaltarif)*

Via die bekannte Telefonnummer 0848 88 24 24 können sich Zuschauerinnen und Zuschauer live in Sendungen wie TalkTäglich oder bei Bedarf auch in Sondersendungen einschalten. TeleZüri pflegt damit eine aktive Kommunikation mit seinem Kreis der Zuschauer.

Unter der Nummer 044 447 24 24 treffen bei TeleZüri im Rahmen des „Reporterphone“ jedes Jahr wertvolle Hinweise aus der Bevölkerung ein, welche durch die Redaktion entgegengenommen, verifiziert und bei Bedarf am Fernsehen publiziert werden.

#### *Telefoniedienste „Services“*

Billettbörse: 0901 566 424 (CHF 1.49 / Minute) Zuschauerinnen und Zuschauer verkaufen oder suchen unter dieser Nummer Tickets für aktuelle Events wie Konzerte etc.

Lifeplay: 0901 581 880 (CHF. 0.90/ Minute) Fragespiel zur Sendung Lifetsyle

TeleZüri-Teds: 0901 590 910/20/30 (CHF. 0.50/ Anruf) Umfragen zu aktuellen Themen

d) SMS / MMS Applikationen

Schliesslich können via SMS/MMS diverse kostenpflichtige Applikationen im Bereich Service, Informationen und Unterhaltung abgerufen werden (Dating, Wetter). Um einen Service zu stoppen, muss lediglich ein entsprechendes Service-Keyword mit einem Abstand und dem Wort STOP an die entsprechende Zielnummer gesendet werden.

**8. Weitere Bemerkungen und Ausführungen**

a) Weitere Ausbauschritte

Teile des Programms von TeleZüri können künftig auch via DVB-H verbreitet werden. Damit kann dem gesteigerten Mobilitätsverhalten der Zuschauerinnen und Zuschauer entsprochen werden. Der Content und das Programm für DVB-H würden speziell aufbereitet, um den technischen Anforderungen und dem anderen Nutzungsverhalten der Zuschauerinnen und Zuschauer im Bereich von DVB-H gerecht zu werden.

Im Bereich von Bürger-TV und "user generated content" wird TeleZüri den Zuschauerinnen und Zuschauern künftig vermutlich eine Online-Plattform zur Verfügung stellen, über die das Publikum eigene Programminputs, Videobeiträge etc. online und via Mobile-Kanäle up- und downloaden kann. Diese Beiträge werden bei Bedarf im laufenden Programm von TeleZüri weiterverwendet. Ziel ist es, damit die Zuschauerinnen und Zuschauer verstärkt in die Programmgestaltung mit einzubeziehen (Community-TV).

b) Gutachten Prof. Rolf H. Weber

Tamedia AG und St. Galler Tagblatt AG haben bei Prof. Rolf H. Weber ein Gutachten in Auftrag gegeben, welches sich zur Frage äussert, ob die in Art. 45 Abs. 3 RTVG erwähnte Bereicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt auch durch verschiedene Medien desselben Eigentümers hergestellt werden kann. In

der öffentlichen Ausschreibung zur Erteilung von Konzessionen mit Leistungsauftrag vom 4. September 2007 nennt das BAKOM neben der inhaltlichen Ausrichtung der Bewerbung die Unabhängigkeit des Bewerbers als Kriterien. Prof. Rolf H. Weber gelangt zum Schluss, dass das Kriterium der Unabhängigkeit nicht sachgerecht erscheint, weil die programmliche Vielfalt und nicht die Eigentumsdiversität ausschlaggebend ist. Die publizistischwissenschaftliche Lehre weist sogar darauf hin, dass zwischen verschiedenen Medienunternehmen der Wirtschaftswettbewerb zu einer „me too“-Strategie führt („more of the same“). Schliesslich konnte bislang empirisch nicht nachgewiesen werden, dass die Konzentration der Medienträger negativen Einfluss auf die Qualität der Programme und die Breite der Inhalte hat. Im Gegenteil – ein starkes Mutterhaus, wie z.B. Tamedia AG mit dem Flaggschiff „Tages-Anzeiger“, kann es sich eher leisten, ein Rundfunkprogramm für Minderheiten auszustrahlen als ein kleiner Konkurrent, der von jedem einzelnen Werbetreibenden abhängig und dringend auf kommerziellen Erfolg angewiesen ist (vgl. zur Positionierung der Tamedia-Titel: vorne Ziff. 3.2 d). Schliesslich weist Prof. Rolf H. Weber auf die konkreten Umstände hin, was die abschliessende Bemerkung der Gesuchstellerin gestattet, auf die organisatorische und materielle Unabhängigkeit der Redaktion zu verweisen, welche die Erfüllung eines Programmauftrags losgelöst von den Eigentumsverhältnissen ermöglicht (vgl. vorne 2.2 b und 3.2 a).

**Beweis**

Gutachten Prof. Rolf H. Weber

**Beilage 10**

Redaktionsstatut TeleZüri

**Beilage 5**