

# **GESUCH**

der

# **RADIO PILATUS AG**

um Erteilung einer

# **RADIOKONZESSION**

mit Leistungsauftrag für das

Versorgungsgebiet 19

Innerschweiz West

**Wir spielen die Hits.**



# Inhaltsverzeichnis

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Zusammenfassung und Übersicht</b>   | <b>4</b>  |
| <b>2. Identität der Gesuchstellerin</b>   | <b>5</b>  |
| <b>2.1. Allgemeine Angaben zur Gesuchstellerin</b>  | <b>5</b>  |
| 2.1.a. Name der Gesuchstellerin   | 5         |
| 2.1.b. Sitz der Gesuchstellerin   | 5         |
| 2.1.c. Vertreter gegenüber dem BAKOM  | 5         |
| <b>2.2. Organisation und Zusammensetzung</b>  | <b>6</b>  |
| 2.2.a. Rechtsform   | 6         |
| 2.2.b. Organisationsstruktur  | 6         |
| 2.2.c. Zusammensetzung der leitenden Organe   | 6         |
| 2.2.d. Beteiligungen  | 6         |
| 2.2.e. Unterlagen bei bestehenden Kapitalgesellschaften   | 7         |
| <b>2.3. Tätigkeit der Gesuchstellerin im Bereich des Medienwesens</b>   | <b>8</b>  |
| 2.3.a. Ausgeübte oder geplante Tätigkeiten der Gesuchstellerin im schweizerischen oder ausländischen Medienwesen                                | 8         |
| 2.3.b. Beteiligung an Drittunternehmen  | 8         |
| 2.3.c. Zusammenarbeit mit Drittunternehmen  | 8         |
| <b>2.4. Angaben zu den einzelnen an der Unternehmung Beteiligten</b>  | <b>9</b>  |
| 2.4.a. Natürliche Personen, die einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens 5% halten  | 9         |
| 2.4.b. Juristische Personen, die einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens 5% halten   | 9         |
| 2.4.c. Natürliche und juristische Personen, die dem Gesuchssteller Kredite im Umfang von mindestens einem Viertel seines Eigenkapitals gewähren | 10        |
| <b>3. Programm</b>  | <b>11</b> |
| <b>3.1. Art des geplanten Radioprogramms</b>  | <b>11</b> |
| 3.1.a. Zeitlicher Umfang, Inhalt und Struktur des Programms (Schwerpunkte, Zielpublikum) und allenfalls der geforderten Programmfenster         | 11        |
| 3.1.b. Anteil Sendungen, die sich inhaltlich direkt auf das Versorgungsgebiet beziehen  | 12        |
| <b>3.2. Leistungsauftrag</b>  | <b>14</b> |
| 3.2.a. Inputfaktoren  | 14        |
| 3.2.a.I. Publizistisches Leitbild (Redaktions-Leitbild)   | 14        |
| 3.2.a.II. Sendungskonzepte  | 16        |
| 3.2.a.III. Publizistische Leitlinien und Checklisten  | 17        |
| 3.2.a.IV. Qualitätssicherung  | 17        |
| 3.2.a.V. Sicherungsprozesse   | 18        |
| 3.2.a.VI. Feedback und Weiterbildung  | 18        |
| 3.2.a.VII. Beratungs- und Coachingmassnahmen 2006/2007  | 19        |
| 3.2.b. Outputfaktoren   | 21        |
| 3.2.b.I. Allgemeines  | 21        |
| <b>3.3. Produktion</b>  | <b>23</b> |
| 3.3.a. Anzahl Studios, Grösse und Standort  | 23        |
| 3.3.a.I. Vorgesehene Anzahl Stellen, aufgeschlüsselt nach Redaktion, Technik, Administration und Werbeakquisition                               | 24        |
| 3.3.b. Angaben über Veranstalter mit denen eine regelmässige Zusammenarbeit im Programmbereich geplant ist                                      | 24        |
| <b>4. Finanzierung</b>  | <b>25</b> |
| <b>4.1. Eigenkapital</b>  | <b>25</b> |
| 4.1.a. Letzter revidierter Jahresabschluss  | 25        |
| 4.1.b. Nachweis der stillen Reserven  | 25        |
| 4.1.c. Nachweis des Eigenkapitals per 31. Oktober 2007  | 25        |
| <b>4.2. Fremdkapital</b>  | <b>25</b> |
| 4.2.a. Kreditvereinbarungen mit der Bank  | 25        |
| <b>4.3. Plandaten</b>   | <b>26</b> |
| 4.3.a. Fünfjahresplan   | 26        |
| 4.3.a.I. Investitions- und Abschreibungsplan  | 26        |
| 4.3.a.II. Planerfolgsrechnung   | 26        |
| 4.3.a.III. Planbilanz   | 26        |
| 4.3.a.IV. Geldflussrechnung   | 26        |
| 4.3.b. Quartalsbudget 2008  | 26        |
| <b>4.4. Ertragsberechnung</b>   | <b>27</b> |
| 4.4.a. Ausgangslage aktuelles Konzessionsgebiet   | 27        |
| 4.4.a.I. Hörerverteilung/Hörermarkte  | 27        |
| 4.4.a.II. Kundenmarkte/Tarifstrukturen  | 27        |
| 4.4.b. Einschätzung der Ertragssituation für die nächsten fünf Jahre  | 28        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.4.b.I. Regionaler Werbemarkt Zentralschweiz                                   | 28        |
| 4.4.b.II. Nationaler Werbemarkt   | 28        |
| 4.4.c. Entwicklung nach Werbeformen und Tarifpolitik                            | 28        |
| 4.4.c.I. Programmsponsoring   | 28        |
| 4.4.c.II. Promotionen und Medienpartnerschaften                                 | 28        |
| 4.4.c.III. Spotproduktionen   | 29        |
| 4.4.d. Ertragsberechnung  | 29        |
| <b>4.5. Zusammenfassung mit Kennzahlen</b>                                      | <b>29</b> |
| <b>5. Informationen zu besonderen Pflichten</b>                                 | <b>30</b> |
| 5.1.a. Anstellungsbedingungen   | 30        |
| 5.1.b. Qualitätssicherungssystem  | 31        |
| 5.1.c. Trennung der redaktionellen von der wirtschaftlichen Tätigkeit           | 31        |
| <b>6. Verbreitung</b>   | <b>32</b> |
| 6.1. Das Programm von Radio Pilatus wird derzeit über drei Vektoren verbreitet: | 32        |
| <b>7. Zusatzdienste</b>   | <b>33</b> |
| <b>8. Weitere Bemerkungen und Ausführungen</b>                                  | <b>34</b> |
| <b>9. Beilagenverzeichnis</b>   | <b>35</b> |

# 1. Zusammenfassung und Übersicht

Die Radio Pilatus AG will weiterhin ihr Programm im Sinne des RTVG sowohl terrestrisch als auch über Kabel in den Kantonen Luzern, Zug, Uri, Schwyz, Ob- und Nidwalden verbreiten (Versorgungsgebiet 19 Innerschweiz West).

- Radio Pilatus sendet seit dem 1. Dezember 1983, ist in der Region stark verankert. Er ist heute der reichweitenstärkste Sender der Zentralschweiz und liegt sogar vor DRS 3. Wir verstehen uns als Radiosender für die gesamte Zentralschweiz mit zuverlässiger und kompetenter regionaler, nationaler und internationaler Berichterstattung.
- Die Technische Verbreitung ist im Konzessionsgebiet mit 17 terrestrischen UKW-Sendern und 7 Tunnelfunkanlagen weitgehend abgeschlossen. Damit ist die Zentralschweiz sehr gut versorgt. Einige Verbesserungen an den Randgebieten werden im 2008 die technische Versorgung noch zusätzlich optimieren.
- Die Sendestudios wurden in diesem Jahr alle komplett neu oder umgebaut und sind so auf dem absolut neusten Stand der Technik. Die Mitarbeitenden wurden gleichzeitig mit der modernsten EDV und mit neuen Aufzeichnungsgeräten ausgestattet. Diese Infrastruktur ermöglicht eine professionelle, effiziente Arbeitsweise, die von einem modernen Radiobetrieb erwartet werden kann.
- Die Radio Pilatus AG hat im Jahr 2006 mit der Firma BCI (Nürnberg/BRD) eine intensive Marktforschung durchgeführt und basierend auf den Ergebnissen das gesamte Programm einer Qualitätsüberprüfung unterzogen. Die Massnahmen wurden im Jahr 2007 fortgesetzt. Die Investitionen belaufen sich auf rund SFr. 350'000.  
*(siehe Kapitel 3. Programm/ Ziffer 3.2.a.VII.)*
- Die Radio Pilatus AG und ihre Mitarbeitenden sind höchst motiviert, auch in den nächsten Jahren tagtäglich professionelles Radio für die Zentralschweizer Bevölkerung zu machen. Dafür wird auch in Zukunft viel Zeit und Geld in die Aus- und Weiterbildung aller Mitarbeitenden investiert.
- Die Radio Pilatus AG ist seit Jahren ein wirtschaftlich erfolgreicher Privatradiosender, der über die Mittel verfügt, auch in Zukunft ein qualitativ hochstehendes und unabhängiges Radioprogramm sicherzustellen.

## **2. Identität der Gesuchstellerin**

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

#### 2.1.a. Name der Gesuchstellerin

Radio Pilatus AG

#### 2.1.b. Sitz der Gesuchstellerin

Zürichstrasse 5  
6004 Luzern

Beilage: 2.1.b. Handelsregistrauszug der Radio Pilatus AG

#### 2.1.c. Vertreter gegenüber dem BAKOM

Freiberg Joachim, CEO, Zürichstrasse 5, 6004 Luzern

Telefon: 041 418 77 00

Fax: 041 418 77 11

E-Mail: joachim.freiberg@radio-pilatus.ch

## **2.2. Organisation und Zusammensetzung**

### **2.2.a. Rechtsform**

Die Radio Pilatus AG ist eine Aktiengesellschaft nach schweizerischem Recht.

Beilage: 2.2.a. Statuten der Radio Pilatus AG

### **2.2.b. Organisationsstruktur**

Der Generalversammlung obliegt die oberste Führung der AG. Sie wählt den Präsidenten und die Mitglieder des Verwaltungsrates. Die Ernennung und Abberufung der Geschäftsleitung erfolgt durch den Verwaltungsrat.

Beilage: 2.2.b. Organisationsreglement und Organigramm der Radio Pilatus AG

### **2.2.c. Zusammensetzung der leitenden Organe**

Der Verwaltungsrat der Radio Pilatus AG setzt sich wie folgt zusammen:

- Fischer Leo , in Luzern, Schweizer, Präsident
- Bachmann Erwin, in Emmenbrücke, Schweizer, Vizepräsident
- Weber Ernst, in Horw, Schweizer, Mitglied
- Schnyder Jörg, in Luzern, Schweizer, Mitglied

Die Geschäftsleitung obliegt:

Freiberg Joachim, in Luzern, deutscher Staatsangehöriger, CEO

### **2.2.d. Beteiligungen**

Die LZ Medien Holding AG hält 100% der Aktien der Radio Pilatus AG  
Das Aktienkapital beträgt Sfr. 500'000.-- und ist voll liberiert.

Beilage: 2.2.d. Aktienzertifikat

Gestützt auf die vorstehenden Angaben ist die wirtschaftliche wie personelle schweizerische Beherrschung der Gesuchstellerin gemäss RTVG gesichert.

2.2.e. Unterlagen bei bestehenden Kapitalgesellschaften

Beilage: 2.2.e. Geschäftsbericht, Bilanz und Erfolgsrechnung 2006 der Radio Pilatus AG.

## 2.3. Tätigkeit der Gesuchstellerin im Bereich des Medienwesens

### 2.3.a. Ausgeübte oder geplante Tätigkeiten der Gesuchstellerin im schweizerischen oder ausländischen Medienwesen

Die Radio Pilatus AG betreibt seit dem 1. Dezember 1983 einen privaten Radiosender im Rahmen der geltenden Konzession und seit einigen Jahren eine Internetseite ([www.radiopilatus.ch](http://www.radiopilatus.ch)). Die derzeit terrestrische, wie auch Kabel- und Internetverbreitung allenfalls über neue Technologien, wie zum Beispiel DAB zu verbreiten, behält sich die Radio Pilatus AG vor.

### 2.3.b. Beteiligung an Drittunternehmen

Die Radio Pilatus AG ist via Swiss Radio Pool minderheitlich an der **mediasense sa** (Werbezeitvermittler) und mit 3.3% an der **swissMediaCast AG** (Gesellschaft zum Betrieb digitaler Sendeinfrastrukturen) beteiligt.

### 2.3.c. Zusammenarbeit mit Drittunternehmen

Die Radio Pilatus AG arbeitet mit folgenden Unternehmen zusammen:

- Mediasense sa (Vermittler für Radiowerbung)
- Radiotele AG (Vermittler für Radiowerbung)
- IP Multimedia AG (Vermittler für Radiowerbung)
- Spotpromotion AG (Vermittler für Radiowerbung)

Weiter fallweise mit allen Privatradiostationen sowohl auf programmlicher wie auch auf kommerzieller Ebene.



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

### **2.4.a. Natürliche Personen, die einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens 5% halten**

Es halten keine natürlichen Personen Kapital- oder Stimmrechtsanteile an der Radio Pilatus AG.

### **2.4.b. Juristische Personen, die einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens 5% halten**

Die LZ Medien Holding AG, mit Sitz in Luzern, hält 100% des Aktienkapitals der Radio Pilatus AG.

Der Verwaltungsrat setzt sich wie folgt zusammen:

- Kaufmann Hans, in Entlebuch, Schweizer, Präsident
- Bachmann Erwin, in Emmen, Schweizer, Delegierter des Verwaltungsrates
- Lauber Beat, in Würenlos, Schweizer, Vizepräsident
- Bollmann Ulrich, in Zug, Schweizer, Mitglied
- Hofmann Meinrad, in Dallenwil, Schweizer, Mitglied
- Steinegger Franz, in Altdorf UR, Schweizer, Mitglied
- Fischer Beat, in Sempach, Schweizer, Mitglied
- Karrer Heinz, in Münsingen, Schweizer, Mitglied
- Hümmrich Alfred, in Seengen, Schweizer, Mitglied
- Russi Doris, in Luzern, Schweizerin, Mitglied

Die Unternehmensleitung setzt sich wie folgt zusammen:

- Bachmann Erwin, CEO und Delegierter des Verwaltungsrates der LZ Medien Holding AG
- Weber Jürg, Geschäftsleiter Neue Luzerner Zeitung AG
- Schaller Anton, Geschäftsleiter Multicolor Print AG
- Schnyder Jörg, CFO und Geschäftsleiter LZ Management AG

### Zusammensetzung des Gesellschaftskapitals:

Das Aktienkapital beträgt 7'800'000 Franken (78'000 Namenaktien zu je nom. 100 Franken). Das Aktienkapital ist voll einbezahlt. 62% davon werden von der NZZ-Gruppe gehalten. Die übrigen Aktien verteilen sich auf rund 1'500 Aktionäre.

### Tätigkeiten im Bereich des Medienwesens:

Die Tätigkeit bzw. das Produktangebot der LZ Medien Holding AG reicht von der führenden Tageszeitung der Region (Neue LZ und ihre Regionalausgaben) sowie dem grössten Internetportal der Zentralschweiz bis zur Herstellung von Drucksachen, zu Kalendern und Fachzeitschriften. Zudem sind die LZ Medien an weiteren Unternehmen beteiligt, so zum Beispiel an beagdruck, Pressevertriebs GmbH, Anzeiger Luzern AG, Surseer Woche AG und Tele Tell AG.

Zu den LZ Medien gehören Firmen, die in vier Segmente eingeteilt werden können: Für Medien steht die Neue Luzerner Zeitung AG, für Akzidenzdruck stehen die Multicolor Print AG und die Maxiprint.ch AG. In das Segment Zeitschriften/Kalender gehören LZ Fachverlag AG und Calendaria AG. Die LZ Management AG gehört zum Segment Services.

Beilage: 2.4.b.I. Handelsregisterauszug LZ Medien Holding AG  
2.4.b.II. Geschäftsbericht LZ Medien 2006 mit Organigramm  
2.4.b.III. Geschäftsbericht NZZ-Gruppe 2006 mit Organigramm

### 2.4.c. Natürliche und juristische Personen, die dem Gesuchssteller Kredite im Umfang von mindestens einem Viertel seines Eigenkapitals gewähren

Eine solche Kreditzusage liegt weder vor, noch ist sie notwendig.

### 3. Programm

Das Programm von Radio Pilatus definiert sich aus einer ausgewogenen Mischung von Information, Service, Musik und Begleitung und versucht so, die Vielfalt der Hörerbedürfnisse der sechs Zentralschweizer Kantone optimal abzudecken. Wir können uns dabei auf fundierte Erfahrungswerte unserer langjährigen Mitarbeitenden stützen. Im 2006 hat die Radio Pilatus AG in Zusammenarbeit mit der Firma Brand Support Company (BCI) in Nürnberg/BRD eine aufwendige Marktforschung durchgeführt und darauf basierend das gesamte Programm einer schonungslosen Qualitätsprüfung unterzogen. Die Ergebnisse wurden sofort umgesetzt und die Beratungs- und Coachingmassnahmen im 2007 fortgesetzt. Die Investitionen dafür belaufen sich auf ca. SFR. 350'000.

*(siehe Ziffer 3.2.a.VII. Beratungs- und Coachingmassnahmen)*

#### 3.1. Art des geplanten Radioprogramms

##### 3.1.a. Zeitlicher Umfang, Inhalt und Struktur des Programms (Schwerpunkte, Zielpublikum) und allenfalls der geforderten Programmfenster

###### *Zeitlicher Umfang:*

Radio Pilatus liefert ein Vollprogramm für die sechs Zentralschweizer Kantone (Luzern, Zug, Obwalden, Nidwalden, Uri, Schwyz) während 365 Tagen pro Jahr. Gesendet wird rund um die Uhr während 24 Stunden. Ausser während der Nachtstunden sind die Redaktion und die Moderation ständig besetzt. Die detaillierten Sendeplätze sind in den Redaktions- und Moderationshandbüchern aufgeführt.

###### *Inhalt:*

Radio Pilatus berichtet über das politische, wirtschaftliche, kulturelle, gesellschaftliche und sportliche Geschehen der sechs Zentralschweizer Kantone (Luzern, Zug, Obwalden, Nidwalden, Schwyz, Uri). Das regionale Geschehen in der Zentralschweiz hat bei der Redaktion und Moderation oberste Priorität. Weiter informiert Radio Pilatus über die wichtigen nationalen und internationalen Geschehnisse. Der Hörschaft wird ein Vollprogramm geboten mit Informationen zu allen relevanten Themen. Neben der Information und Unterhaltung wird ein moderiertes AC-Musikprogramm (Adult Contemporary) geboten.

### *Struktur:*

Die Redaktion ist grundsätzlich für die Information verantwortlich, die Moderation für die Unterhaltung. Das Aushängeschild im Programm sind die stündlichen Nachrichten. Die wichtigsten Themen jedes Tages werden von der Redaktion in der Morgenshow und in den Info-Sendungen am Mittag und am Abend vertieft behandelt. Die Moderation liefert der Hörerschaft im Tagesprogramm zusätzliche Informationen über das regionale, nationale und internationale Geschehen unter anderem in Form von Servicebeiträgen, Veranstaltungshinweisen, Konzert- und Musikkritiken, Wetter- und Verkehrsinformationen.

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

Von den täglich 24 Stunden Sendezeit sind wochentags 14,5 Stunden redaktionell und moderativ abgedeckt. Am Wochenende beträgt diese Abdeckung 14 Stunden am Samstag und 12 Stunden am Sonntag. Mit der leichten Reduktion am Wochenende wird der Nachrichtenlage Rechnung getragen. In den Nachtstunden läuft ein Nonstop-Musikprogramm.

Bei aussergewöhnlichen Ereignissen kann die redaktionelle und moderative Abdeckung des Versorgungsgebietes jederzeit auf 24 Stunden ausgedehnt werden (z.B. Unwetterkatastrophen, Grossbrände, internationale Krisen). Dies hat sich in der Vergangenheit bereits mehrmals bewährt (z.B. *beim Jahrhunderthochwasser im August 2005 sendete Radio Pilatus **über 72 Stunden** rund um die Uhr und profilierte sich damit als der schnellste und hörerstärkste Radiosender der Zentralschweiz*).

Bei sämtlichen Sendeplätzen steht der für die Hörerschaft relevante Nutzen im Versorgungsgebiet immer im Vordergrund. Radio Pilatus bietet viertelstündlich auf verschiedenen Sendeplätzen redaktionelle und/oder moderative Informationen für das Versorgungsgebiet. Schwerpunkt bilden dabei die stündlichen Nachrichten, welche zu den Hauptsendezeiten am Morgen, Mittag und Abend sogar im Halbstundenrhythmus erfolgen. Am Mittag und am Abend wird die Hörerschaft in den speziellen Info-Sendungen mit Hintergrundbeiträgen vertieft über besonders relevante Themen informiert. Ebenfalls wird in der Morgenshow wochentags mindestens ein redaktioneller Info-Beitrag gesendet.

Bei der Themenauswahl steht immer das Versorgungsgebiet im Vordergrund. Auch bei den Beitragsplätzen ausserhalb der Hauptsendezeiten liegt das Schwergewicht klar bei relevanten Themen aus der Zentralschweiz.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass sich alle unsere Sendungen inhaltlich direkt auf unser Versorgungsgebiet beziehen.

Raster mit redaktionellem und moderativem Wortanteil für eine durchschnittliche Sendewoche:

|                               | <b>Montag -Freitag</b>   | <b>Samstag</b>        | <b>Sonntag</b>         |
|-------------------------------|--------------------------|-----------------------|------------------------|
| <b>Nachrichten</b>            | 15 x 3 Min.= 45 Min.     | 15 x 3 Min. = 45 Min. | 13 x 3 Min. = 39 Min.  |
| <b>Kurznachrichten</b>        | 4 x 2 Min. = 8 Min.      | 3 x 2 Min. = 6 Min.   |                        |
| <b>Regional</b>               | 6 x 2 Min. = 12 Min.     | 2 x 2 Min. = 4 Min.   | 2 x 2 Min. = 4 Min.    |
| <b>Infobeiträge</b>           | 5 x 2,5 Min. = 12,5 Min. | 2 x 2,5 Min. = 5 Min. | 2 x 2,5 Min. = 5 Min.  |
| <b>Sport</b>                  |                          | 2 x 2,5 Min. = 5 Min. | 4 x 2,5 Min. = 10 Min. |
| <b>Sportflash</b>             |                          |                       | 3 x 2 Min. = 6 Min.    |
| <b>Sonntags-presseschau</b>   |                          |                       | 1 x 3 Min. = 3 Min.    |
| <b>Moderation</b>             | 120 Min.                 | 100 Min.              | 90 Min.                |
| <b>TOTAL</b>                  | 5 x 197,5 = 987,5 Min.   | 165 Min.              | 157 Min.               |
| <b>TOTAL Montag - Sonntag</b> |                          |                       | 1'309.5 Min            |

Das entspricht in etwa 13% der Gesamtsendezeit, respektive 21,5% der Tageszeit (0630 bis 2000 Uhr).

## 3.2. Leistungsauftrag

Zur Erfüllung der Konzessionsvorgaben stellt Radio Pilatus den Programmschaffenden eine professionelle, topmoderne Infrastruktur zur Verfügung. Auf der Redaktion arbeiten ausgebildete Journalisten mit überwiegend mehrjähriger Erfahrung. In unregelmässigen Abständen stellt Radio Pilatus auch auszubildende Mitarbeitende (Volontäre) ein, welche in einem festgesetzten Zeitrahmen zu vollwertigen Redaktoren ausgebildet werden.

### 3.2.a. Inputfaktoren

Die inhaltlichen und formalen Qualitätsziele und -standards sind im Redaktionshandbuch festgehalten. Darin umschrieben sind das publizistische Leitbild, die Redaktions-Organisation, die publizistischen Leitlinien (Sendeinhalte, journalistischen Grundsätze, Sendeformen) und die Qualitätssicherung (Aus- und Weiterbildungskonzept, interne Feedback-Kultur). Die Verantwortung für diese Dokumente, deren Interpretation, Aktualisierung und die kommunikative Umsetzung liegt bei der Redaktionsleitung, welche bei Zweifelsfällen in der Praxis die verantwortliche Ansprechstelle ist. Jedem neu eintretenden Programmschaffenden von Radio Pilatus wird das entsprechende Handbuch bei Stellenantritt vorgestellt und persönlich ausgehändigt. Er ist verpflichtet, dieses Handbuch genau durchzulesen und bei Unklarheiten mit den Programmverantwortlichen sofort Rücksprache zu nehmen.

#### 3.2.a.I. Publizistisches Leitbild (Redaktions-Leitbild)

Das Publizistische Leitbild dient der strategischen Qualitätslenkung. Die darin zum Ausdruck gebrachte Qualitätsstrategie hält publizistische Qualitätsziele fest, welche als Grundwerte operationalisiert werden. Das Leitbild drückt das publizistische Selbstverständnis des Senders aus.

Nachfolgend das Leitbild im Detail (gem. Redaktionshandbuch Seite 5).

1. Radio Pilatus ist das führende Privatrado für die Zentralschweiz. Da die verschiedenen Privatradiostationen sich im Musik- und Moderationsprogramm immer mehr angleichen, ist die Information einer der wichtigsten Gründe, für welche Station sich die Hörer entscheiden (Unique Selling Point USP). Radio Pilatus will bei der

Information seine Leaderposition in der Zentralschweiz weiter ausbauen.

2. Radio Pilatus berichtet über das politische, kulturelle und sportliche Geschehen der sechs Zentralschweizer Kantone Luzern, Zug, Obwalden, Nidwalden, Schwyz und Uri. Das regionale Geschehen in der Zentralschweiz hat dabei oberste Priorität. Weiter informiert Radio Pilatus über die wichtigen nationalen und internationalen Geschehnisse.
3. Die von Radio Pilatus aufgegriffenen Themen müssen für die Hörer relevant sein. Relevante Themen helfen den Hörern, die kommunalen, kantonalen, nationalen und internationalen Ereignisse besser einordnen und verstehen zu können.
4. Die Informationen sind korrekt, aktuell, verständlich, relevant und kompakt. Das Aushängeschild sind die stündlichen Nachrichten. Die wichtigsten Themen jedes Tages werden von der Redaktion vertieft bearbeitet.
5. Die Redaktion besucht die wichtigsten Medienorientierungen. Sie berichtet über die Sitzungen der Luzerner Stadt- und Kantonsparlamente und über das Geschehen im Bundeshaus. Die Parlamentsberichterstattung kann je nach Aktualität und Bedarf auf weitere Zentralschweizer Kantone ausgedehnt werden. Für die nationalen und internationalen Themen kann auf andere Informationsanbieter zurückgegriffen werden.
6. Neben der Bewältigung des täglichen Pflichtstoffes will Radio Pilatus seinen Hörern selbst recherchierte Berichte bieten, die sie sonst von keinem anderen Zentralschweizer Medium erhalten.
7. Die Angestellten der Radio Pilatus AG halten sich an die journalistischen Grundregeln, die von den entsprechenden Landesorganisationen (z.B. Impressum, Presserat) vorgegeben werden, insbesondere die „Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten“ (*siehe Anhang Seite 54 im Redaktionshandbuch*). Die Redaktion nimmt demnach grundsätzlich keine inhaltlichen Weisungen entgegen, weder von anderen Abteilungen noch von der Geschäftsleitung. Inhaltliche Weisungen könnten der Berufsethik von Journalisten und auch den Grundregeln der entsprechenden Landesregeln widersprechen. Die Redaktion lässt sich aber im Sinne einer guten Teamarbeit gerne beraten. Sie nimmt Wünsche und Anregungen entgegen.
8. Für Radio Pilatus ist eine solide Ausbildung der Redaktoren ein wichtiges Anliegen. Nur gut ausgebildete Mitarbeiter garantieren ein professionelles Produkt (*siehe Anhang Seite 50 Redaktionshandbuch*).

### 3.2.a.II. Sendungskonzepte

Die Ziele und Machart der Informationssendungen, Nachrichtenbulletins, Sportmeldungen usw. sind in spezifischen Sendungskonzepten detailliert dargestellt. Die Konzepte orientieren sich am publizistischen Leitbild und dienen bei der Planung bzw. Kritik einzelner Sendungen als Referenz.

Nachfolgend ein Beispiel zum Sendegefäss „Regional“. Sämtliche spezifischen Sendungskonzepte im Redaktionshandbuch (Seiten 12 bis 26)

*Regionalnachrichten gibt es bei Radio Pilatus von Montag bis Freitag jeweils um 1130, 1230, 1530, 1630, 1730 und 1830 Uhr. An den Wochenendtagen finden die Regionalbulletins um 1230 und 1730 Uhr statt. Der redaktionelle Teil der Regionalnachrichten dauert maximal 2 Minuten. Die Regionalnachrichten werden mit einem Einstiegsignet, aber ohne Schlagzeilen, ohne Trenner und ohne Back in Mundart-Sprache präsentiert. Der Redaktor sagt sich nach dem Einstiegsignet an mit „met em Hans Muster“.*

*Das Regional enthält nur Meldungen aus der Zentralschweiz. Eine Meldung besteht aus 2 bis 5 Sätzen und wird höchstens dreimal im selben Wortlaut gesendet. Die Reihenfolge richtet sich nach Wichtigkeit der Themen. Bei gleicher Relevanz werden die Regionalmeldungen nach Kantonen geordnet. Im Regional sind grundsätzlich auch O-Töne möglich, es findet in der Regel aber ohne O-Töne statt. Falls O-Töne verwendet werden, gelten die gleichen Regeln wie bei den Nachrichten.*

Teasing innerhalb der Regionalnachrichten:

*In den Regionalnachrichten werden redaktionelle Beiträge geteast, wenn das gleiche Thema weiter behandelt wird. Dieser Teaser fügt sich unmittelbar an die entsprechende Meldung an. Die Hörer werden nicht direkt angesprochen, also nicht „hören Sie“. Geteast wird nur im Gefäss unmittelbar vor dem Beitragsplatz, das heisst beispielsweise in den 1230-Regionalnachrichten für den Beitragsplatz um 1245 Uhr.*



### 3.2.a.III. Publizistische Leitlinien und Checklisten

Die spezifischen publizistischen Leitlinien der Redaktion sind im Redaktionshandbuch beschrieben. Dort sind auch ethisch heikle Fälle (z.B. Umgang mit Suiziden, Persönlichkeitsschutz usw.)

senderspezifisch genau umschrieben und geregelt.

Alle Programmschaffenden finden im Redaktionshandbuch auch externe Normen von Standesorganisationen (z.B. *Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalisten*, Seite 54) aufgelistet.

*Nachfolgend ein Beispiel zum Thema Suizide (gem. Redaktionshandbuch Seite 30).*

Radio Pilatus berichtet in der Regel nicht über Suizide oder Suizidversuche von „Normalbürgern“. Ausnahmen kann es geben, wenn die Tat öffentlich war (z.B. Selbstverbrennung), wenn die Tat mit Straftaten kombiniert war oder, wenn es sich um eine Amtsperson oder um eine Person der Zeitgeschichte handelt.

### 3.2.a.IV. Qualitätssicherung

Die Programmverantwortlichen (Redaktions- und Moderationsleitung) tragen die Gesamtverantwortung für die Qualitätssicherung. Sie kontrollieren und aktualisieren regelmässig die im Leitbild bzw. in den Sendungskonzepten festgehaltenen Qualitätsziele. Weiterbildung wird individuell auf die Bedürfnisse der einzelnen Mitarbeitenden zugeschnitten. Jeder Mitarbeiter erhält von den Programmverantwortlichen einmal monatlich ein Feedback auf seine Arbeit. Dies erfolgt detailliert in schriftlicher Form. Wenn nötig, werden zusätzliche individuelle Ausbildungselemente ermittelt. Einmal jährlich wird mit jedem Programmschaffenden ein Jahresqualifikationsgespräch geführt, welches zusammen mit dem Gesamtverantwortlichen (CEO) und dem jeweiligen Programmverantwortlichen geführt wird.

### 3.2.a.V. Sicherungsprozesse

Auf die Qualitätskontrolle und die damit verbundenen Feedbacks wird an den beiden täglichen Redaktionssitzungen (0905 und 1305 Uhr) besonderen Wert gelegt. Bereits bei der Beitragsplanung wird der Inhalt an der Sitzung im Voraus gemeinsam nach den inhaltlichen Schwerpunkten besprochen. Die zentrale Aussage des Beitrages wird festgelegt und die wichtigen Personen und/oder Parteien, welche man angeht. Im Fall von kontroversen Themen müssen immer beide Seiten angesprochen werden. Auch die journalistische Form des Beitrages wird besprochen. Durch dieses „Voraus-Feedback“ wissen die Redaktoren schon vor der Beitragsgestaltung genau, was ihr journalistischer Auftrag ist. Die Qualität wird im Voraus verbessert, mögliche Versäumnisse können verhindert werden (*siehe Seite 6 im Redaktionshandbuch*).

Die Redaktoren bereiten sich seriös auf Medienkonferenzen, Termine oder Themen vor. Der Tagesverantwortliche und die Redaktionsleitung sorgen für einen angemessenen zeitlichen Rahmen für die Vorbereitung. Zur Vorbereitung gehören unter anderem Einlesen in Unterlagen, Archive durchstöbern, Internet- und andere Recherchen.

Bevor die Beiträge ausgestrahlt werden, müssen diese von einem Redaktor abgenommen werden. So können journalistische und inhaltliche Unklarheiten beseitigt werden. Damit steigen Verständlichkeit, Nutzen und Qualität für die Hörerschaft (*siehe Seite 39 im Redaktionshandbuch unter „Feedback-Kultur“*). Ausserdem werden die redaktionellen Themen bereits an den Redaktionssitzungen detailliert besprochen (*siehe Seite 6 im Redaktionshandbuch unter „Ablauf der Redaktionssitzungen“*).

### 3.2.a.VI. Feedback und Weiterbildung

Die Redaktion legt Wert auf qualifiziertes Personal und fördert die ständige Weiterbildung der Programmschaffenden. Besonders gefördert werden dabei neue Redaktionsmitarbeitende und auszubildende Volontäre, für welche die Redaktionsleitung jeweils ein individuelles Einarbeitungs- und Ausbildungsprogramm erstellt.

Die Redaktionsleitung gibt jedem Redaktionsmitglied pro Monat ein Feedback auf seine Arbeit. Wenn nötig, werden individuelle Ausbildungselemente ermittelt. Diese werden soweit möglich von den internen Ausbildnern abgedeckt. In regelmässigen Zeitabständen

nehmen die Schulungs-Verantwortlichen ausserdem unterschiedliche Themengebiete genauer unter die Lupe (z.B. Nachrichten, Teaser).

Es finden spezielle Weiterbildungseinheiten für das gesamte Team zu unterschiedlichen Themengebieten statt. Diese Einheiten sind getrennt nach Redaktion und Moderation. Spezifische Themen werden genauer besprochen. Dieses Vorgehen wiederholt sich in einem bestimmten Rhythmus oder je nach Bedarf alle drei bis vier Monate. Vereinzelt werden zu solchen Weiterbildungseinheiten auch externe Fachpersonen eingeladen, um dem Team Hintergrundwissen zu spezifischen Themenfeldern zu vermitteln. Die wichtigsten Punkte der Weiterbildungseinheiten werden von den Abteilungsleitern festgehalten und allen Programmschaffenden schriftlich in Form eines monatlichen Newsletters abgegeben (*siehe im Redaktionshandbuch Seite 50 Anhang 1: Interne Redaktionsschulung*).

Angeboten wird auch externe Schulung in Form von MAZ-Kursen, Sprechausbildung und technischer Schulung. Den Programmschaffenden stehen in der Regel pro Jahr eine Anzahl Weiterbildungstage während der Arbeitszeit zur Verfügung (20 bis 60 Stellenprocente: 1 Tag / 60 bis 100 %: 2 Tage). Abendkurse werden in der Freizeit besucht. Diplomkurse am Medienausbildungszentrum Luzern MAZ werden individuell geregelt. Angestrebt wird, dass jeweils maximal zwei Radio Pilatus-Mitarbeiter den MAZ-Diplomkurs belegen. Möglich ist auch der Besuch von Weiterbildungs-Angeboten anderer entsprechender Anbieter. Die Geschäftsleitung entscheidet, wie stark sich der Betrieb finanziell an einem Weiterbildungsangebot beteiligt und ob der Kurs während der Arbeitszeit besucht werden kann. MAZ-Kurse können Festangestellte normalerweise während der Arbeitszeit absolvieren.

### 3.2.a.VII. Beratungs- und Coachingmassnahmen 2006/2007

In die Aus- und Weiterbildungsmassnahmen mit der Firma BCI waren und sind alle Programmschaffenden (Redaktion, Moderation, Musik/Layout, WEB-Master) der Radio Pilatus AG sowie der CEO und der Marketing- und Verkaufsleiter involviert.

Die Massnahmen zur qualitativen Verbesserung des Gesamtprogramms wurden teilweise in Luzern, aber auch in Nürnberg und Hamburg erarbeitet:

## **Ablaufplan im Jahr 2006**

|                     |                                |          |
|---------------------|--------------------------------|----------|
| 14.01. – 15.01.2006 | Morningshow-Workshop           | Luzern   |
| 20.07.2006          | Focus Group                    | Luzern   |
| 10.08. – 11.08.2006 | Strategieworkshop              | Nürnberg |
| 12.08. – 13.08.2006 | Redaktions-Seminar             | Nürnberg |
| 28.08. – 29.08.2006 | Umsetzungsbegleitung           | Luzern   |
| 02.09. – 03.09.2006 | Top-Box-Seminar                | Luzern   |
| 16.09. – 17.09.2006 | Airchecks Redaktion/Moderation | Luzern   |
| 07.10. – 08.10.2006 | Produktionsworkshop            | Luzern   |
| 07.10. – 08.10.2006 | Airchecks Redaktion/Moderation | Luzern   |

## **Ablaufplan im Jahr 2007**

|                     |  |          |
|---------------------|--|----------|
| 16.07. – 19.07.2007 | Moderations-Seminar II                           | Nürnberg |
| 21.07. – 23.07.2007 | Coaching A. Wolf/S. Schürch<br>(Morgenshow Crew) | Hamburg  |
| 20.08. – 23.08.2007 | Moderations-Seminar II                           | Nürnberg |
| 24.09. – 27.09.2007 | Moderations-Seminar II                           | Nürnberg |
| 22.10. – 25.10.2007 | Moderations-Seminar II                           | Nürnberg |
| 26.11. – 29.11.2007 | Moderations-Seminar II                           | Nürnberg |

Innerhalb dieser Qualitätsprüfung hat unser Musik- und Layout Chef in Zusammenarbeit mit den Firmen BCI und Foster Kent, Music Imaging, in Salzburg/Österreich ein durchkomponiertes Audiobranding für unseren Sender erarbeitet. Während einer Woche wurde dieses in Salzburg produziert und danach auf dem Sender implementiert.

Die Zusammenarbeit mit beiden Firmen, BCI und Foster Kent, wird auch in den kommenden Jahren fortgesetzt.

Weiter werden für die Publikumsforschung vorhandene, allgemeingültige Forschungsdaten (Publica Data AG, WEMF) analysiert und entsprechende Schlussfolgerungen für das Programm daraus gezogen.

### 3.2.b. Outputfaktoren

#### 3.2.b.I. Allgemeines

Radio Pilatus liefert ein 24stündiges Vollprogramm (*siehe Ziffer 3.1.a. zeitlicher Umfang*).

In den Hauptsendezeiten werden speziell aufwendige Sendungen für die Zentralschweiz produziert:

- 0530 – 1000 Uhr:  
Morgenshow mit redaktionellen und unterhaltenden Inhalten
- 1200 – 1300 Uhr:  
Mittagsinfo mit redaktioneller Hintergrundberichterstattung
- 1700 – 1800 Uhr:  
Mittagsinfo mit redaktioneller Hintergrundberichterstattung

Die Infosendungen behandeln die relevanten Themen aus der Zentralschweiz aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport (*siehe Ziffer 3.1.a. Inhalt*). Die einzelnen Themen für die Infosendungen werden an den täglichen Redaktionssitzungen besprochen. Die redaktionellen Beiträge orientieren sich in der Regel an der aktuellen Nachrichtenlage. Sie behandeln das Thema, von dem die Redaktion annimmt, dass es die Hörerschaft zu dieser Zeit am meisten beschäftigt, d.h., es muss für den Hörer relevant und verständlich aufgearbeitet sein. Bei der Themenwahl stehen die Regionalität und Aktualität im Mittelpunkt. Im Versorgungsgebiet mit insgesamt sechs Kantonen muss die gesamte Vielfalt der Zentralschweiz wiedergegeben werden.

Alle wichtigen Themen aus dem Versorgungsgebiet (Termine von Medienorientierungen, Parlamentssitzungen, kulturelle Veranstaltungen, Sportanlässen) sind in einer für alle zugänglichen Agenda abgelegt. Für die mittel- und langfristige Themenplanung sind die Programmverantwortlichen zuständig. Das Tagesgeschäft übernimmt der Tagesdienst in Absprache mit den Programmverantwortlichen.

Radio Pilatus Reporter besuchen täglich die wichtigsten Medienorientierungen. Radio Pilatus berichtet regelmässig auch über die Sitzungen der Luzerner Stadt- und Kantonsparlamente und über das Geschehen im Bundeshaus. Die Parlamentsberichterstattung kann je nach Aktualität und Bedarf auf weitere Zentralschweizer Kantone ausgedehnt werden. Für die nationalen und internationalen Themen kann auf andere Informationsanbieter zurückgegriffen werden.

Neben dem täglichen Pflichtstoff will Radio Pilatus seiner Hörerschaft selbstrecherchierte Berichte bieten, die sie sonst von keinem anderen Zentralschweizer Medium erhält. Themen können auch durch ein Aufgreifen von Radio Pilatus aktuell und damit zum „talk about“ werden. Mit diesem USP macht sich Radio Pilatus zum unverzichtbaren Medium für das Versorgungsgebiet.

Radio Pilatus Redaktoren recherchieren nach den Grundsätzen von Unvoreingenommenheit und Wahrhaftigkeit. Sie bleiben kritisch und ausgewogen, d.h. sie berücksichtigen immer alle direkt betroffenen Parteien. Vor allem wenn Nachteiliges über eine Person, eine Firma, eine Behörde oder eine Organisation verbreitet wird, müssen sich die Betroffenen im selben Zusammenhang dazu äussern können. Verweigert ein Betroffener eine Stellungnahme, wird das in der Berichterstattung transparent gemacht, wenn möglich mit Angabe eines Grundes. Auch transparent zu machen ist, wenn ein Betroffener für eine Stellungnahme nicht erreicht werden konnte.

Die Produktion der Hauptsendungen erfolgt vom Studio Luzern aus. Hier verfügen die Programmschaffenden über modernste Infrastruktur mit einem Sende- und zwei Produktionsstudios. Wochentags stehen täglich 12 Programmschaffende für die Gestaltung der verschiedenen Beiträge und Sendeplätze (*detaillierte Einsatzpläne in den Redaktions- und Moderations-Handbüchern*) im Einsatz. Für Aussenreportagen stehen Laptops mit entsprechender Software zur Verfügung. Dieses Hilfsmittel ermöglicht praktisch von allen Punkten der Schweiz aus drahtlose Beitragsübermittlung in Studioqualität. Alle Programmschaffenden sind mit persönlichen digitalen Aufnahmegeräten ausgerüstet. Dies ermöglicht Reportageeinsätze innert kürzester Zeit im ganzen Versorgungsgebiet. Für die Reportageeinsätze stehen dem Team Geschäftsfahrzeuge, einsatzbereit in der Tiefgarage, zur Verfügung.

Beilage: 3.2. Redaktions- und Moderationshandbuch.

**Hoch Vertraulich!**

Da in diesen beiden Bücher alle Ergebnisse und Massnahmen der Qualitätsprüfung des Gesamtpogramms zusammengefasst sind, unterliegen sie der **Vertraulichkeitsstufe HOCH!**

### 3.3. Produktion

#### 3.3.a. Anzahl Studios, Grösse und Standort

Für die Produktion und Vorproduktion der Sendungen, für die Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie für die Produktion der Werbespots stehen an der Zürichstrasse 5 in Luzern 6 Studios zur Verfügung. Gegenwärtig werden die Studioräumlichkeiten erweitert, modernisiert und ausgebaut. Die anspruchsvollen Arbeiten sind bis Ende Juni 2008 beendet. Ausserhalb der Studioräumlichkeiten können Sendungen aus einem modernen Reportagewagen oder mittels eines portablen Kleinstudios produziert werden.

Studio 1: Baujahr September 2007

- Hauptsendestudio für alle Livesendungen mit modernster Produktionsplattform basierend auf Studer Onair-3000 mit 18 Fadern und u.a. zwei Programmautomatisierungssystemen
- Grösse: 43 m<sup>2</sup>

Studio 2: Befindet sich im Bau (Baujahr Januar 2008)

- Sendestudio analog Studio 1 für Livesendungen, Vorproduktionen und Schulungen. Basierend auf modernster Produktionsplattform Studer Onair-3000 mit 18 Fadern und u.a. zwei Programmautomatisierungssystemen.
- Grösse: 34 m<sup>2</sup>

Studio 3: Befindet sich im Bau (Baujahr April 2008)

- Sendestudio für Livesendungen, Vorproduktionen und Schulungen. Basierend auf modernster Produktionsplattform Studer Onair-3000 mit 12 Fadern
- Grösse: 34 m<sup>2</sup>

Studio 4: Baujahr 2005

- Produktion von Werbespots, Trailern, Layouts etc.
- Ausgestattet mit volldigitaler Produktions- und Editierplattform
- Grösse: 10 m<sup>2</sup>

Studio 5: Baujahr 2005

- Produktion von Werbespots, Trailern, Layouts etc.
- Ausgestattet mit volldigitaler Produktions- und Editierplattform
- Grösse: 5.5 m<sup>2</sup>

Studio 6: Baujahr 2005

- Sprecherkabine als abgeschlossene Ergänzung zu den Studios 4 und 5
- Grösse: 4.8 m<sup>2</sup>

3.3.a.I. Vorgesehene Anzahl Stellen, aufgeschlüsselt nach Redaktion, Technik, Administration und Werbeakquisition

Verteilung – Funktion

|                   |      |                     |
|-------------------|------|---------------------|
| Redaktion         | 11.0 | davon 1 Volontariat |
| Moderation        | 10.0 |                     |
| Musik/Layout      | 1.0  |                     |
| Marketing         | 1.0  |                     |
| Sekretariat       | 1.0  |                     |
| Verkauf           | 5.0  |                     |
| Technik           | 1.0  |                     |
| WebMaster         | 1.0  |                     |
| Sportreporter     | 2.0  |                     |
| Tourismusredaktor | 1.0  |                     |

Das ergibt 34 Mitarbeitende verteilt auf 2160 Stellenprozent.

3.3.b. Angaben über Veranstalter mit denen eine regelmässige Zusammenarbeit im Programmbereich geplant ist

Radio Pilatus pflegt mit dem Bundeshausradio, der SDA und SI eine regelmässige Zusammenarbeit. Der Wetterservice wird mit der meteoNews AG abgedeckt.

Informationen über internationale Ereignisse entnehmen wir der Deutschen Presseagentur DPA.



## 4. Finanzierung

### 4.1. Eigenkapital

#### 4.1.a. Letzter revidierter Jahresabschluss

Beilage: 4.1.a. Revisionsbericht 2006 der Radio Pilatus AG

#### 4.1.b. Nachweis der stillen Reserven

- Es existieren per 31.10.2007 keine stillen Reserven.

#### 4.1.c. Nachweis des Eigenkapitals per 31. Oktober 2007

- |                        |      |           |
|------------------------|------|-----------|
| • Aktienkapital        | SFr. | 500'000   |
| • Gesetzliche Reserven | SFr. | 400'000   |
| • Freie Reserven       | SFr. | 1'500'000 |

#### Bilanzgewinn

- |                                |      |         |
|--------------------------------|------|---------|
| • Gewinnvortrag per 01.01.2007 | SFr. | 201'948 |
| • Jahresgewinn per 30.09.2007  | SFr. | 753'383 |

**Total Eigenkapital** **SFr. 3'355'331**

### 4.2. Fremdkapital

#### 4.2.a. Kreditvereinbarungen mit der Bank

Beilage: 4.2.a. Kreditvereinbarung mit der Luzerner Kantonalbank

### **4.3. Plandaten**

#### 4.3.a. Fünfjahresplan

##### 4.3.a.I. Investitions- und Abschreibungsplan

Beilage: 4.3.a.I. Investitions- und Abschreibungsplan 2008 - 2012

##### 4.3.a.II. Planerfolgsrechnung

Die Ertragsprognose basiert auf der Analyse der Werbeeinnahmen gemäss Ziffer 4.4. Das angenommene Wachstum der Hörerzahlen stützt sich auf die Erfahrungen der Jahre 2003 – 2007 (*siehe Ziffer 4.4.a.I.*) Wir gehen davon aus, das prozentuale Hörerwachstum ganz oder anteilig auf die Tarife überwälzen zu können. Die steigenden Hörerzahlen sollte auch die Zunahme von Neukunden zur Folge haben, was nach unserer langjährigen Erfahrung durchaus realistisch ist.

Die investitionsintensive Zeit der Radio Pilatus AG wird im Geschäftsjahr 2008 abgeschlossen sein. Die Büro- sowie die Studioräumlichkeiten werden dann alle vollumfänglich um- und ausgebaut, sowie technisch auf dem neusten Stand sein. Auch die technische Versorgung wird unserem Versorgungsauftrag gemäss weiterverfolgt und optimiert (*siehe Kapitel 6*).

Beilage: 4.3.a.II. Planerfolgsrechnung 2008 - 2012

##### 4.3.a.III. Planbilanz

Beilage: 4.3.a.III. Planbilanz 2008 - 2012

##### 4.3.a.IV. Geldflussrechnung

Beilage: 4.3.a.IV. Geldflussrechnung 2008 – 2012

#### 4.3.b. Quartalsbudget 2008

Beilage: 4.3.b. Quartalsbudget pro 2008

## 4.4. Ertragsberechnung

### 4.4.a. Ausgangslage aktuelles Konzessionsgebiet

#### 4.4.a.I. Hörerverteilung/Hörermärkte

Im Jahr 2001/02 wurden für die drei Zentralschweizer Privatradios Pilatus, Sunshine und Central die Konzessionsgebiete neu definiert und sind seither nahezu identisch. Weiter wurde im Jahr 1998 für die Stadt Luzern und Teilen der Agglomeration dem Jugendsender Radio 3fach eine Konzession erteilt. In diesem Umfeld und unter Miteinbezug der Sender DRS 3 und DRS 1 als Mitbewerber im Hörermarkt, verzeichnete Radio Pilatus in den letzten Jahren ein stetiges Hörerwachstum.

Nettotagesreichweite Montag – Sonntag, ab 15 Jahren:

|      |                        |
|------|------------------------|
| 2003 | 147'500                |
| 2004 | 165'800                |
| 2005 | 170'500                |
| 2006 | 169'700                |
| 2007 | 179'500 (bis 05.11.07) |

Die aktuelle Verteilung der Hörerschaft im aktuellen Konzessionsgebiet sieht in etwa wie folgt aus:

56% in den Kantonen Luzern, Ob- und Nidwalden  
20% im Kanton Zug  
24% in den Kantonen Uri und Schwyz

#### 4.4.a.II. Kundenmärkte/Tarifstrukturen

Radio Pilatus konnte bis heute seine Tarifstruktur (Einheitstarif), sowohl für den nationalen als auch für den regionalen Werbekunden, gleich halten. Diese Tarifierung führt zu folgender Umsatzverteilung in den verschiedenen Werbeformen (gerundet):

Basis sind die Netto/Netto/Netto-Erträge in Franken

|  |       |
|--|-------|
| Klassische Spotwerbung (Regional/National) | 84.0% |
| Sponsoring                                 | 10.0% |
| Produktionen                               | 3.0%  |
| Spezielle Erträge/Veranstaltungen          | 2.5%  |
| Vermittlerkommissionen                     | 0.5%  |

Die Erträge der Klassischen Radiowerbung halten sich mit je 50% aus dem regionalen und nationalen Markt die Waage.

#### 4.4.b. Einschätzung der Ertragssituation für die nächsten fünf Jahre

##### 4.4.b.I. Regionaler Werbemarkt Zentralschweiz

Durch das Wachstum im Hörermarkt wird auch eine Zunahme im Werbekundenmarkt möglich sein. Wir befinden uns in einem harten Verdrängungsmarkt und werden die erwarteten höheren Hörerzahlen ganz oder mindestens teilweise auf den Werbetarif umwälzen müssen. Weiter liegen wir mit einem Anteil, in der für die Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe der 15 - 49 jährigen, von 139'800 Hörern oder 4.0% Marktanteil sehr gut im Feld.

##### 4.4.b.II. Nationaler Werbemarkt

Im nationalen Werbemarkt sehen wir gute Chancen, das hohe Umsatzvolumen halten zu können. Es gilt, durch eine verbesserte Angebotsstruktur neue Märkte zu erschliessen und so Radiowerbe-Neukunden zu gewinnen. Massnahmen dazu wurden mit der Gründung des SwissRadioPool SRP eingeleitet und werden ab 2008 greifen.

#### 4.4.c. Entwicklung nach Werbeformen und Tarifpolitik

##### 4.4.c.I. Programmsponsoring

Programmsponsoring beschränkt sich bisher auf regionale Kunden, da eine flächendeckende nationale Abdeckung mit Privatsendern zu „teuer“ ist und Radio DRS Sponsoring im Vergleich wesentlich günstiger anbieten kann. Einer Steigerung im lokalen Markt steht neben dem Preis immer auch noch die Frage der Programmverträglichkeit entgegen. Hier erwarten wir eine Stagnation auf hohem Niveau.

##### 4.4.c.II. Promotionen und Medienpartnerschaften

Hier wird die Situation wie im Sponsoring beurteilt (*siehe Ziffer 4.4.c.I.*).

#### 4.4.c.III. Spotproduktionen

Hier konnte die Radio Pilatus AG durch Neuinvestitionen bereits im 2006 einen Sprung nach vorne machen. Dieses Segment wird kontinuierlich ausgebaut und im Verkauf als zusätzliches Angebot für unsere Werbekunden aktiv eingesetzt.

#### 4.4.d. Ertragsberechnung

In der Fünfjahresplanung gehen wir von einem moderaten Wachstum aus. Begründet ist diese Einschätzung in den Punkten 4.4.a. bis 4.4.c.

Beilage: 4.4. Detaillierte Ertragsberechnung 2008 - 2012

#### **4.5. Zusammenfassung mit Kennzahlen**

Beilage: 4.5. Kennzahlen zu den Plandaten 2008 – 2012

## 5. Informationen zu besonderen Pflichten

### 5.1.a. Anstellungsbedingungen

Die Radio Pilatus AG garantiert die Einhaltung des geltenden Rechts, der arbeitsrechtlichen Vorschriften und der Arbeitsbedingungen der Branche. In den ‚Allgemeinen arbeitsvertraglichen Bedingungen‘, welche Bestandteil eines jeden Arbeitsvertrages sind, sind die Anstellungsbedingungen verbindlich geregelt.

#### Arbeitszeit/Ferien

Die wöchentliche Arbeitszeit beträgt 42 Stunden. Alle Mitarbeitenden haben Anspruch auf fünf bezahlte Ferienwochen.

#### Lohn

Die Löhne werden jedes Jahr auf ihre Marktkonformität hin geprüft und wenn nötig angepasst. Der Mindestlohn bei ausgebildeten Mitarbeitern liegt bei SFr. 4'000.- brutto, der Maximallohn bei SFr. 9'000.- brutto. Der Lohn für Volontäre liegt in den ersten drei Monaten bei SFr. 2'500.- und wird dann auf SFr. 3'000.- erhöht. Nach der Ausbildung, in der Regel nach einem Jahr, wird er wieder angepasst. Alle Mitarbeitenden haben Anspruch auf ein 13. Monatsgehalt.

Weiter werden alle, bei gutem Geschäftsgang, am Erfolg beteiligt. Dem Verwaltungsrat wird von der Geschäftsleitung ein entsprechender Betrag zur Genehmigung vorgeschlagen. Diese Boni konnten seit 1999 jährlich ausbezahlt werden und bewegten sich zwischen SFr. 2'500.- und SFr. 7'000.- pro Person und Geschäftsjahr.

#### Aus- und Weiterbildung

Jedem Mitarbeitenden stehen bei einem 60 bis 100% Pensum zwei Tage und bei einem 20 bis 60% Pensum 1 Tag zu. Länger dauernde Ausbildungen, wie der Diplomkurs am Medienausbildungszentrum MAZ, werden individuell geregelt. In den vergangenen Jahren haben pro Jahr zwei Mitarbeitende den Diplomkurs angetreten.

Beratungs- und Coachingmassnahmen werden von der Geschäftsleitung für alle Mitarbeitenden separat festgelegt.

Personalvorsorgeversicherung, Lohnfortzahlung bei Krankheit und Unfall, bezahlte Absenzen, Mutterschaftsurlaub sowie die Kindergeldentschädigung etc. sind in den ‚Allgemeinen vertraglichen

Bestimmungen' geregelt (Beilage 5.1.a.) sowie im Vorsorgereglement der Personalvorsorgestiftung der LZ Medien Holding (Beilage 5.1.b.). Die Standard-Arbeitsbedingungen für Mitglieder des Verbandes Schweizer Privatradios VSP sind somit in allen Bereichen eingehalten oder sogar übertroffen (Beilage 5.1.c.).

Der Personalaufwand macht rund 40% vom Betriebsertrag aus.  
**Darin sind Sfr. 80'000 für individuelle Aus- und Weiterbildung enthalten.**

Beilage: 5.1.a. Allgemeine arbeitsvertragliche Bestimmungen  
5.1.b. Vorsorgereglement Personalvorsorgestiftung LZ Medien Holding  
5.1.c. Standard-Anstellungsbedingungen VSP

#### 5.1.b. Qualitätssicherungssystem

Der umfassenden und ständigen Qualitätssicherung wird in verbindlichen Redaktions- und Moderationshandbüchern, welche laufend aktualisiert werden, sichergestellt.

*(siehe Beilage 3.2. Redaktions- und Moderationshandbuch)*

Weiter wird sich die Radio Pilatus AG gemäss den Vorgaben des BAKOM regelmässig durch eine externe, unabhängige und vom BAKOM anerkannte Institution kontrollieren lassen. Die Kosten von SFr. 20'000.- pro Audit werden im Jahr 2009 erstmals im Budget aufgenommen.

Die enge Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Privatradios VSP wird sich künftig auch in der Entwicklung des Qualitätssicherungsprozesses weiter vertiefen. Als Fachmann zur Unterstützung dieses Prozesses konnte der VSP Prof. Vinzenz Wyss gewinnen.

#### 5.1.c. Trennung der redaktionellen von der wirtschaftlichen Tätigkeit

Die Verkaufsabteilung arbeitet unabhängig vom Programm und hält sich strikte an die geltenden rechtlichen Richtlinien.

Die Journalisten der Radio Pilatus AG sind in ihren redaktionellen Entscheiden völlig unabhängig und entscheiden ausschliesslich nach publizistischen Kriterien. Die Redaktionsleitung ist angehalten dies durch laufende Kontrollen und Abnahmevorgaben bei redaktionellen Beiträgen sicherzustellen *(siehe Ziffer 3.2.a.I. Publizistisches Leitbild)*.

## 6. Verbreitung

### 6.1. Das Programm von Radio Pilatus wird derzeit über drei Vektoren verbreitet:

- über 17 terrestrische UKW-Sender, 7 Tunnelfunk- und 1 Parkanlage
- über 13 Kabelfernsehnetze in der Zentralschweiz
- über Internet

Das terrestrische Distributionsnetz, gemäss im Anhang beigefügtem Konzept (Sendernetzplan mit Konzept Programmzuführung, Schema Nr. PS-980511-01E), ist bis auf fünf Standorte in Betrieb und durch die Radio Pilatus AG grösstenteils eigenfinanziert worden. Einzelne Kleinsendeanlagen, welche als frequenz-schonend ausgeschieden wurden, hat das BAKOM mitfinanziert.

Das Sendernetz wird gemäss der geltenden Radio- und Fernsehverordnung im Rahmen der Möglichkeiten weiter ausgebaut. Derzeit befinden sich vier Sendestandorte in der Abklärungs- und Planungsphase, wobei die Arbeiten am Standort Melchnau soweit vorangetrieben sind, dass bald das Baubewilligungsverfahren eingeleitet werden kann. Der Standort Sörenberg befindet sich in der Beschaffungs- und Bauphase. Der Bau der restlichen Anlagen erfolgt fortlaufend nach Erteilung der nötigen Baubewilligungen durch die Behörden und nach Erteilung der entsprechenden Konzessionen durch das BAKOM (*siehe Ziffer 4.3.a.1. Investitions- und Abschreibungsplan*).

Die Weiterentwicklung in der Digitalisierung von UKW via HD Radio und DAB wird mitverfolgt. Unser Techniker nimmt regelmässig an verschiedenen Informationsveranstaltungen/Workshops (HD Radio Tage, etc.) teil und als Minderheitsaktionär der **swissMediaCast AG** sind wir im laufenden Entwicklungsprozess aktiv eingebunden (*siehe Ziffer 2.3.b. Beteiligung an Drittunternehmen*).

Beilage: 6.1. Sendernetzplanung



## 7. Zusatzdienste

Die Radio Pilatus AG betreibt die ständige Weiterentwicklung der eigenen Homepage radiopilatus.ch. Dieser Internetauftritt dient als Komplementärmedium zum Radioprogramm. Es wird regelmässig auf Rubriken, Serien, Dienstleistungen hingewiesen. Unsere User können sich an Votings zu aktuellen Themen äussern oder sich über die Personen hinter den Stimmen informieren. Weiter kann man nach gesendeten Beiträgen, Nachrichten und Musiktiteln gezielt suchen. Zusätzlich werden unsere Medienpartnerschaften und Eigenveranstaltungen auf der Page durch Hintergrundinformationen dazu aktiv unterstützt.

Die Radio Pilatus AG bietet seit Jahren einen RDS Service an, über welchen sich die Hörerschaft über die aktuell gespielten Musiktitel und deren Interpreten informieren kann. Dieser Service wird von unserer Hörerschaft, die im Auto unterwegs ist (Pendlerströme), besonders geschätzt.

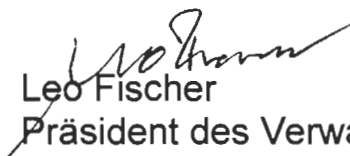
## 8. Weitere Bemerkungen und Ausführungen

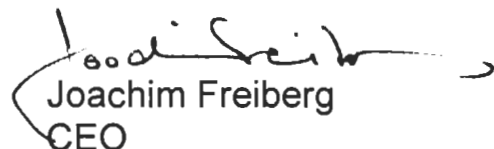
Die Radio Pilatus AG wird auch in Zukunft den vielfältigen und unterschiedlichen Bedürfnissen der sechs Zentralschweizer Kantone Luzern, Ob- und Nidwalden, Zug, Schwyz und Uri Rechnung tragen und ein Vollprogramm mit den Schwerpunkten Information über das politische, wirtschaftliche, kulturelle, gesellschaftliche und sportliche Geschehen sicherstellen. Den Willen zur ständigen Qualitätsverbesserung sowohl des Programms wie auch der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden kann die Radio Pilatus AG nachweislich darlegen.

Wir werden der Qualitätssicherung des Gesamtprogramms weiter grösste Aufmerksamkeit schenken und die Programmentwicklung kontinuierlich auf die Bedürfnisse der Hörerschaft hin verbessern.

Dafür wird die Radio Pilatus AG auch in Zukunft konsequent in die Weiter- und Ausbildung seiner Mitarbeitenden und in die Programmentwicklung investieren.

### Radio Pilatus AG

  
Leo Fischer  
Präsident des Verwaltungsrates

  
Joachim Freiberg  
CEO

Luzern, 5. Dezember 2007