

10. Beilagen- und Abbildungsverzeichnis

Beilagen

- Beilage zu 2.1b: Handelsregisterauszug Südostschweiz Radio/TV AG
- Beilage zu 2.2a: Statuten Südostschweiz Radio/TV AG
- Beilagen zu 2.2b: Organisationsreglement (Geschäftsordnung)
Pflichtenhefte Programmleiter und Chefredaktion
- Beilagen zu 2.2e: Geschäftsbericht 2006
Erfolgsrechnung / Bilanz 2006
- Beilagen 2.4b: Handelsregisterauszug Südostschweiz Presse AG
Organigramm Südostschweiz Presse AG
Führungsorganigramm Südostschweiz Mediengruppe
- Beilage zu 3.2.1a: CD-Rom mit Sendebeispielen
- Beilagen zu 3.2.1c: „Decleraziun“ / Bekenntnis Lia Rumantscha – Radio Grischa
Sendekonzepte „Sapperlot“ und „Siamo noi“
- Beilage zu 3.2.1d (1-6): Raster Programmfenster „Engiadina“ sowie Radio Grischa
- Beilagen zu 3.2.3: Vereinbarung „ICARO“ mit Kantonspolizei Graubünden
Notfallkonzept Radio Grischa
- Beilagen zu 3.2.5.1 (1): Redaktionsstatut Südostschweiz Radio/TV AG
Publizistische Leitlinien (Leitbild)
Ablauf der Redaktionssitzungen
- Beilage zu 3.2.5.1 (2): Mitarbeiter-Handbuch (auf CD-Rom)
- Beilagen zu 3.2.5.2 (1): Personalreglement
Formular Mitarbeiterbeurteilungsgespräch
- Beilage zu 3.2.5.2 (2): Checkliste Sendekritik und Raster
- Beilage zu 3.2.5.2 (3): Mitgliederliste Programmkommission Südostschweiz Radio/TV AG
- Beilagen zu 3.2.5.3 (1): Konzepte Einstiegspraktikum/Berufspraktikum
Broschüre IMK/SAL
- Beilage zu 3.2.5.3 (2): Broschüre Bachelor „Multimedia Production – Medieneingenieurwesen“
- Beilagen zu 4.1a: Revidierter Jahresabschluss 2006
Revisionsbericht Montana AG
Sanierungsprotokoll der Generalversammlung
- Beilage zu 4.1b: Nachweis Stille Reserven 2006
- Beilage zu 4.1c (1): Eigenkapitalnachweis
- Beilage zu 4.1c (2): Zusicherung
- Beilage zu 4.3.1: Investitions- und Abschreibungsplan Jahr 1 bis Jahr 5
- Beilage 4.4: Detaillierte Berechnung der Erträge und Tarife
- Beilage 4.4 (2): Tarifiedokumentation
- Beilagen zu 5a: Gehaltsstrukturen Südostschweiz Mediengruppe
Vorlage Normalarbeitsvertrag
- Beilage zu 5c: Empfehlung Code of conduct

Beilagen zu 6.1:	Netzbeschrieb BAKOM zu Radio Grischa Netzbeschrieb BAKOM zu Radio Engiadina
Beilagen zu 6.1.1:	Verbreitung Kern Nordbünden Radio Grischa Übersicht Verbreitungskonzept Radio Grischa 2005-2008 Gebührensplitting-Anteile 2005-2008
Beilage zu 6.2a:	Neu zu erschliessende Verbreitungsgebiete

Abbildungsverzeichnis

Seite

Abbildung 1: Organigramm Radio Grischa	8
Abbildung 2: Gewichtung Nachrichteninhalte	16
Abbildung 3: Programm raster Grischa mit Programmfenster „Engiadina“	21
Abbildung 4: Aus- und Weiterbildungskonzept Südostschweiz Radio/TV AG	30
Abbildung 5: Ablauf Inhalt-Generierung bis Verwertung	49



Geschäftsleitung, 2006

I. Allgemeine Grundsätze

a. Einleitung

Die Unternehmung Südostschweiz Radio TV AG (SORTV) ist Herausgeberin / Produzentin vom Radioprogramm „Grischa“ und von Tele Südostschweiz.

b. Wirtschaftliche und institutionell-politische Grundsätze

1. Die Programme beinhalten Werbung und Sponsoring. Das bedeutet insbesondere, dass Nennung wirtschaftlich tätiger Akteure – nicht nur im Rahmen von Informationen – erfolgen kann. Die Programme beinhalten eigens produzierte Werbespots und -sendungen, die in den Programmen enthalten sind.
2. Das Radio und das Fernsehen stehen in keinerlei direkter Abhängigkeit von staatlichen und quasistaatlichen Institutionen und Parteien.

c. Journalistische und medienpolitische Grundsätze

1. Radio Grischa und Tele Südostschweiz verstehen sich als informations- und unterhaltungsorientierte Regionalmedien und als Teil der lokalen/regionalen Medienvielfalt. Das Geschehen in der Konzessionsregion Südostschweiz sowie Graubünden Süd (Radio) und Glarus (Tele) bilden Schwerpunkte im Programm. Lokalbezug meint jedoch nicht den Verzicht auf übergreifende, auch internationale Themen. Diese sind im Gegenteil erwünscht, wenn auch vorzugsweise im Zusammenhang mit lokalen Veranstaltungen aufgegriffen oder durch lokale Initiativen gestaltet.
2. Wortbeiträge (Radio) und Wort- und Bildbeiträge haben primäre Bedeutung.
3. Die Berichterstattung soll sich auf Personen, Gruppen, Themen und Zusammenhänge konzentrieren, die in der Bevölkerung von grossem Interesse sind und die man kennt.
4. Das Programm und die Redaktion sind für unterschiedliche Ansätze und Überzeugungen offen. In den Programmen spiegelt sich die Vielfalt der Meinungen unterschiedlicher gesellschaftlicher Kräfte innerhalb der Verbreitungsgebiete wider. Meinungsunterschiede sollen in den Programmen wie in der inneren Diskussion offen und nachvollziehbar ausgetragen werden.
5. Jede rassistische, sexistische, soziale oder andere Diskriminierung von Personen oder Gruppen, das Schüren von Ängsten oder Vorurteilen gegen solche, jede Art von Gewaltverherrlichung sind in Programm und Struktur des zu betreibenden Radio- bzw. Fernsehprogramms auszuschliessen. Das Gleiche gilt für alle Beiträge und Personen, die solche Verhältnisse oder Haltungen fördern oder vertreten. Bei einer nationalen medialen negativen Resonanz üben die Programme Zurückhaltung.

6. Die Programme wenden sich primär an alle Einwohner in der Region Südostschweiz, Durchreisende und Feriengäste. Der Austausch zwischen Hörenden bzw. Zuschauern und Programmschaffenden soll gefördert werden.
7. Radio Grischa und Tele Südostschweiz streben einen Programmaustausch bzw. eine Programmkooperation sowie die Vernetzung mit anderen, vergleichbaren Radio-, TV- und anderen Medieninitiativen im In- und Ausland an.

d. Grundsätze der Struktur

1. Oberstes Organ ist die Generalversammlung der Südostschweiz Radio/TV AG, die den Verwaltungsrat bestimmt und den Geschäftsführer entsprechend beauftragt.
2. Die Programme werden von eigenständigen Redaktionen produziert. Im redaktionellen Bereich sind hierarchische Strukturen durch den Geschäftsleiter vorgegeben, wobei zugleich klare Verantwortlichkeiten festgelegt werden sollen.

II. Grundsätze für die redaktionelle Arbeit, publizistische Freiheit, Programmverantwortung und Rechte an den Produktionen

a. Selbstbestimmung

1. Kein Redaktor darf veranlasst werden, in Sendungen, Beiträgen oder Moderationen, für die er als Autor verantwortlich ist, eine der eigenen Überzeugung oder dem eigenen Kenntnisstand widersprechende Information als richtig zu bezeichnen, diese zu veröffentlichen oder die Veröffentlichung von Tatsachen oder Meinungen zu unterdrücken. Ausgenommen ist der als solches deklarierte Kommentar.
2. Keine der produzierenden Personen darf gegen ihren Willen gezwungen werden, ein Thema zu bearbeiten oder die Bearbeitung nicht anzunehmen. Aus einer Weigerung dürfen keine Nachteile entstehen.
3. Jedes Redaktionsmitglied bekennt sich dazu, Qualität und deren Sicherung mit festgelegten präventiven, den produktionsprozess begleitenden und korrektiven Elementen anzustreben.

b. Journalistische Grundregeln

1. In allen Sendungen und Beiträgen sind die journalistischen und die publizistischen Grundregeln zu beachten. (Publizistisches Leitbild, Medienrecht)
2. Grundsätzlich ist sorgfältig und nach bestem Gewissen zu recherchieren und auf Tatsachen gestützt zu berichten.
3. Kommentare, persönliche Meinungen oder Interpretationen sind, gegebenenfalls mit Angaben über ihre Herkunft, als solche kenntlich zu machen und dürfen erst nach Gutheissung durch den Programmleiter oder die Chefredaktion ausgestrahlt werden.

c. Musikprogramm (Radio)

1. Eine Musikredaktion organisiert die Bemusterung, den Einkauf und die Archivierung von radioeigener Musik, stellt Musikschleifen zusammen und hält den Kontakt zu Plattenfirmen.
2. Es soll bevorzugt Musik eingesetzt werden, die grundsätzlich der Hörschaft von Radio Grischa (AC-Format) entspricht, allgemein verträglich ist und keinen Ab- oder Umstellimpuls beinhaltet. Mit Hauptbestandteil der Musik bilden Pop- und Rockproduktionen aus dem Kanton Graubünden bzw. der Schweiz. Volksmusik bzw. Schlager und volkstümlicher Schlager, Oldies sowie Klassik ergänzen den Hauptbestandteil mittels Spartensendungen. Stilrichtungen wie Jazz, Hip-Hop, Techno, Funk, Punk, Hardrock und deren Untergruppen etc. werden ohne Zustimmung des Programmleiters nicht gespielt.

d. Programmverantwortung

1. Die Programmverantwortung wird von der Programmleitung getragen. Bei Unklarheiten nimmt der Programmleiter Rücksprache mit dem Geschäftsführer.
2. Radio Grischa wird im Programm täglich mehrmals genannt (nur Radio).
3. Beim Radio werden die für den Inhalt verantwortlichen Redaktoren am Beginn und am Ende genannt.
4. Beim Fernsehen werden die verantwortlichen Moderatoren in Bauchbinden genannt. Die für die Beiträge verantwortlichen Redakteure werden durch die Moderatoren genannt bzw. im Abspann erwähnt.

e. Ausschluss von Veröffentlichungen

1. Der Ausschluss von Veröffentlichungen darf nur erfolgen, wenn durch die Veröffentlichung ein nicht vertretbares Risiko für die Lizenz oder den Lizenznehmer entstehen würde, der Beitrag grob gegen die in diesem Statut festgelegten Kriterien verstösst oder der Produzent des Beitrages nicht bereit ist, grobe, technisch bedingte, qualitative Mängel, welche das einfache Verstehen des Beitrages im Radioempfänger unmöglich machen, zu überarbeiten.

f. Rechte an den Produktionen

1. Für die innerhalb der Mitarbeit bei Radio Grischa und Tele Südostschweiz entstandenen Werke (Produktionen) räumt der Mitarbeiter dem Radio ein ausschliessliches Nutzungsrecht für Verbreitung, Aufführung und Sendung ein. Die Mitarbeiter von Radio Grischa und Tele Südostschweiz treten mit Unterzeichnung des Arbeitsvertrages die immateriellen Rechte an seinen Werken an die Südostschweiz Radio/TV AG ab. Möchte der Urheber selbst oder ein Dritter Produktionen verbreiten, aufführen oder senden, ist dies mit dem Programmleiter vorgängig abzusprechen, wobei diesem das alleinige Entscheidungsrecht zusteht. Mit Bezahlung des geschuldeten Lohnes sind die Urheberrechte vollumfänglich abgegolten. Werden Beiträge von Radio und TV gewinnbringend an Dritte verkauft, sind die Journalisten angemessen zu entschädigen. Ausgenommen sind Audioline sowie der normale Beitrags- und Sendungsaustausch.

2. Ist eine Verwertung durch den Urheber schon vor der Produktion eines Werkes geplant, wird angeraten, eine gemeinsame vertragliche Regelung zu treffen. Soll Radio Grischa bzw. Tele Südostschweiz kein ausschliessliches Nutzungsrecht erhalten, wird von einer privaten/kommerziellen Nutzung ausgegangen.

III. Redaktion und redaktionelle Mitarbeit

a. Programmverantwortung

1. Die oberste Verantwortung liegt beim Programmleiter, der nach den Grundsätzen des Verwaltungsrates und der Geschäftsführung seine Entscheide trifft. Die Programmleitung entscheidet über einzelne Beiträge oder Sendungen, plant die Beiträge und Sendungen sowie die redaktionellen und inhaltlichen Konzepte unabhängig und in eigener Verantwortung.
2. Jeder Programmschaffende sorgt selbständig für die Organisation der nötigen Technik, Regie, Musik und anderer Komponenten der Produktion.

b. Redaktionssitzung

1. Die Redaktionssitzung tagt bei Radio Grischa zweimal täglich, die Redaktionssitzung von Tele Südostschweiz einmal täglich, und beinhaltet eine Sendekritik (Ausnahme Wochenende).
2. Die Redaktionskonferenz von Radio Grischa koordiniert einmal monatlich die redaktionsübergreifende Zusammenarbeit und Abstimmung, kann in dringenden Fällen kurzfristige Programmänderungen beschliessen, frei werdende bzw. ohnehin freie Programmplätze vorläufig vergeben.
3. Die Redaktionskonferenz von Tele Südostschweiz koordiniert quartalsweise die redaktionsübergreifende Zusammenarbeit und Abstimmung.
4. Die Sendepläne werden auf der Radio-Grischa- bzw. Tele-Südostschweiz-Homepage aktualisiert und als Medienmitteilung veröffentlicht.

IV. Gemeinsame Bestimmungen

a. Geltungsbereich

1. Dieses Statut gilt für alle bei der Südostschweiz Radio/TV AG tätigen Redaktionsmitglieder, die arbeitsvertraglich angestellt sind. Das Statut wird ihnen schriftlich ausgehändigt.
2. Dieses Statut bindet die einzelnen Redaktionsmitglieder und die Redaktoren unter Vorbehalt weitergehender gesetzlicher Bestimmungen.



Geschäftsleitung, 2006/2007

Leitsätze und Grundwerte

- Wir werten das Regionale mit seiner Vielfalt und Vielsprachigkeit hoch
- Wir nehmen unser Publikum ernst
- Wir verstehen uns als Forumsmedium und fördern den Dialog
- Wir zeigen Entwicklungen und Zusammenhänge der vielsprachigen Bergregion auf
- Wir nehmen unsere Qualitätskriterien ernst und leben sie täglich
 - Glaubwürdigkeit
 - Regionalität und Aktualität
 - Hörernähe
 - Richtigkeit und Wahrheit
 - Relevanz (Schaffung von Nutzen)
 - Unabhängigkeit
 - Vielfalt
 - Fairness

Ethik/Gesellschaftliche Verantwortung

- Wir achten Würde und Rechte aller Interviewpartner und Zuhörer
- Wir lassen uns nicht einspannen, auch nicht für eine gute Sache
- Wir legen an uns die gleichen Maßstäbe wie an die anderen
- Wir meiden jede Form von Vorverurteilungen
- Wir legen bei Nachrichten die Nationalitäten von Akteuren offen
- Wir berichten nicht über Suizidfälle. Ausnahme: Personen des öffentlichen Lebens

Handwerk:

- Wir beherrschen unser journalistisches Handwerk
- Wir wissen, wovon wir sprechen
- Wir suchen im Beitrag die Vielfalt der Formen
- Wir entwickeln uns ständig weiter

Neugier:

- Wir sind nach allen Seiten neugierig und offen
- Wir suchen nach neuen Aspekten
- Wir suchen nach den Zusammenhängen und Hintergründen

Sprache:

- Wir pflegen eine gute Radiosprache, auf eine Gossensprache verzichten wir
- Wir verzichten auf Germanismen, Fremdwörter setzen wir nur zurückhaltend ein
- Wir sind authentisch mit lokalen Dialekten

Qualität:

- Wir sichern und fördern unsere Qualität (Qualitätskriterien)
- Wir planen und produzieren nach Qualitätszielen und Nutzerbedürfnissen
- Wir pflegen die Sitzungskultur, Sendekritiken, Airchecks und persönliche Feedbacks
- Wir nehmen an internen und externen Weiterbildungen teil

Kommentar:

- Unsere Kommentare sind nie moralinsauer

Kritik/Kommunikation:

- Wir sind offen gegenüber konstruktiver Kritik
- Wir kritisieren uns selbst aktiv
- Wir nehmen Kritik nie persönlich
- Wir kommunizieren offen und aktiv
- Wir bringen uns an den jährlichen Mitarbeiterbeurteilungsgesprächen ein



I Präambel

Das Pflichtenheft Redaktionsleitung und Redaktionsstatut sind integrierender Bestandteil dieses Pflichtenhefts. Die Chefredaktion vertritt die Programmleitung und wird selbst durch die Moderationsleitung vertreten.

II Aufgaben, Verantwortlichkeiten, Kompetenzen

A Führung

Sie führt und motiviert das Team der festangestellten und freien Redaktoren und vertritt diese in der Programmleitung. Die Redaktionen sind programm- und zielorientiert gemäss Vorgaben einzusetzen.

Die Chefredaktion motiviert die langjährigen Mitarbeiter durch laufende Inputs und Feedbacks, führt und fördert die jüngeren und auszubildenden Mitarbeiter in Absprache und Unterstützung mit den erfahrenen Kollegen.

Sie führt gemeinsam mit der Programmleitung jährliche Mitarbeiter- und Qualifikationsgespräche durch und arbeitet im Bereich Mitarbeiter-Gewinnung, -Honorierung und Entwicklung eng mit ihr zusammen.

Die Chefredaktion koordiniert und fördert aktiv in Zusammenarbeit mit der Programmleitung die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter und zeigt Bedürfnisse rechtzeitig an.

Sie beauftragt selbständig das Redaktionsteam in Vertretung der Programmleitung und sorgt für die laufende Abnahme von Beiträgen, Sendekritiken, Airchecks sowie regelmässigen Teamtreffen.

B Programm

Die Chefredaktion stellt die Berichterstattung gemäss Redaktionsstatut/Leitbild sicher und verfügt über entsprechende Entscheidungs- und Weisungsbefugnis

Sie entscheidet selbständig in Themensetzung, Ressourceneinsatz sowie bei Sondersendungen und -aktionen im Bereich Redaktion und Moderation.

Sie analysiert und fördert zusammen mit der Programmleitung Qualität und Inhalte von Stopsets (Programm und Aussenevents) und sorgt für eine optimale Onair-Umsetzung (Inhalt, Sounddesign, Handling).

Sie verantwortet sämtliche Nachrichten und redaktionellen Beiträge gegenüber der Programmleitung und sorgt für Umsetzung und Kontrolle der qualitätssichernden Massnahmen.

C Administration

- Die Chefredaktion besitzt Teil-Budgetverantwortung
- Koordination mit Südostschweiz GriscaCom AG (insbesondere Abstimmung und Personal Ausseneinsätze)
- Weisungsbefugnis gegenüber technischem Personal in Bezug auf Technik Radio und Ausseneinsätze
- Monatliche Teilnahme und Rapport an GL-Sitzungen
- Mitarbeit bei Marketing-Massnahmen

Gelesen und einverstanden
Chur, 1.10.2007


Martina Fehr



I Präambel

Die Programmleitung vertritt die Geschäftsleitung und führt und verantwortet die Bereiche Radio und TV innerhalb der Südostschweiz Radio/TV AG. Das Redaktionsstatut ist integrierender Bestandteil.

II Ziel

Das Radio/TV ist stärkster Sender im Sendegebiet (NR-T und Hördauer)

III Aufgaben, Verantwortlichkeiten, Kompetenzen

- strategische und inhaltliche Entwicklung der einzelnen Produkte
- Sicherstellung der Erfüllung des konzessionsrechtlichen Auftrags
- Verantwortung und Organisation Einführung und Umsetzungen Qualitätssicherungssystem
- Koordination, Entwicklung von Synergien sowie strategische und inhaltliche Vernetzung von Radio, TV, Internet
- Budgetverantwortung Kostenstellen
- Mitarbeiterführung, -politik und -entwicklung
- Erarbeitung neue Ertragsmodelle (Unterstützung CEO)
- Musikredaktion
- Teilnahme und Rapport an den wöchentlichen GL-Sitzungen am Di., 8 Uhr.
- Koordination der Tätigkeiten von Onair-Promotion, Marketing und Verkauf in Bezug auf Programmaufgaben

Gelesen und akzeptiert
Chur, 1. September 2007

Michael Forster



Geschäftsleitung, 2006-2007

II Redaktioneller Status und Ausbildung

Der redaktionelle Status von Redaktionsmitgliedern hängt von der individuellen Ausbildung und der Aufenthaltsdauer in der Redaktion ab:

Praktikanten

Journalistische Anfänger (keine wesentlichen Vorkenntnisse) werden als Praktikanten bei Radio Grischa eingestellt. Sie sind verpflichtet, das Zertifikat „Medien“ am IMK zu erlangen. Das Institut für Medien und Kommunikation (IMK) arbeitet bei den Kursmodulen mit der SAL, der Schule für Angewandte Linguistik, zusammen. Seit 2006 kooperieren IMK und MAZ, die Schweizer Medienschule in Luzern, im Bereich Lokal-/Regional-Journalismus.

Einstiegspraktikum: 3 Monate
Berufspraktikum: 6 bis 12 Monate

Siehe dazu Aus- und Weiterbildungskonzepte Südostschweiz Radio/TV AG.

Redaktionelle Mitarbeiter

Nach erfolgter Grundausbildung mit IMK-Zertifikat steigen Praktikanten zu redaktionellen Mitarbeitern auf. Dies geschieht frühestens ein halbes Jahr nach Eintritt in die Redaktion.

Redaktorinnen und Redaktoren

Redaktionelle Mitarbeiter können als Redaktoren und Redaktorinnen gewählt werden, nachdem sie das IMK-Diplom „Medien“ (nach Grundausbildung II) erlangt haben, frühestens aber ein Jahr nach Eintritt in die Redaktion.

a.) Teilnahme-Pflicht

Ausgenommen von der Ausbildungspflicht sind nur Mitarbeiter, die über eine andere, mindestens gleichwertige Ausbildung verfügen. Über Ausnahmen entscheidet die Geschäftsleitung auf Antrag der Chefredaktion.

Die Teilnahme-Pflicht gilt für Teilzeit- und Vollzeitbeschäftigte. Siehe dazu Personalreglement 2.1/2.2.

Alle bereits ausgebildeten Mitarbeiter können freiwillig Kurse des IMK-Lehrgangs „Medien“ im Sinne einer Weiterbildung besuchen. Die Chefredaktion kann Mitarbeitern Anweisung geben, einzelne Kurse zu besuchen, wenn ihr dies in Einzelfällen nötig erscheint.

b.) Kostenübernahme

Die Firma übernimmt die Kosten für die Grundausbildung der Mitarbeiter (IMK-Zertifikat und IMK-Diplom). Sie trägt ferner die Kosten für einen freiwilligen Kurs im Rahmen des IMK- bzw. MAZ-Ausbildungsprogramms pro Redaktionsmitglied und

Jahr. Für weitere Ausbildungen können die Kosten ganz oder teilweise übernommen werden. Allfällige Spesen gehen zu Lasten der Mitarbeiter. Fällt die Aus- oder Weiterbildung in die Freizeit, kann diese nicht kompensiert werden. Siehe dazu auch Personalreglement Abschnitt ¹¹.

II Redaktions- und Sitzungsgeheimnis

Arbeiten in Redaktionen erfolgen in einem heiklen Bereich auf der Schnittstelle zwischen Betrieb und Öffentlichkeit. Um die Glaubwürdigkeit nach Innen und Aussen zu wahren, ist es unerlässlich, dass Informationen nicht unkontrolliert nach aussen dringen. Es gelten deshalb folgende Grundsätze:

1. Mitglieder der Redaktionen und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die für Redaktionen arbeiten, unterstehen dem Redaktions- und Sitzungsgeheimnis. Sie dürfen Informationen, die sie an Redaktionssitzungen und während der redaktionellen Arbeit erhalten, nicht an Dritte ausserhalb ihres Anstellungsbereichs weitergeben. Dies gilt für interne (geschäftliche) Informationen ebenso wie für externe Informationen (solche, die für die journalistische Arbeit gebraucht werden).
2. Informationen über Informanten unterstehen ebenfalls dem Redaktions- und Sitzungsgeheimnis und dürfen nach aussen nicht preisgegeben werden (Quellenschutz).
3. Das Redaktions- und Sitzungsgeheimnis bleibt auch nach beendetem Arbeitsverhältnis bestehen.
4. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, welche das Redaktions- und Sitzungsgeheimnis missachten, haben mit Sanktionen zu rechnen. Man beachte dabei auch die einschlägigen Bestimmungen in Art. 321a, Abs. 4 OR, in Art. 162 StGB.

III Einsatz des Presseausweises, Akkreditierungen

Der Presseausweis dient primär als Dokument, das den Träger als Journalist oder Journalistin ausweist. Er darf zur Erreichung von Vergünstigungen (z.B. Gratiseintritt) nur dann benutzt werden, wenn diese im Zusammenhang mit einer Berichterstattung oder einem anderen geschäftlichen Auftrag stehen. Ausnahmen sind dann zulässig, wenn Journalisten generell Vergünstigungen gewährt werden und der Presseausweis lediglich als Legitimation dient.

Presse-Akkreditierungen und Anmeldungen als Pressevertreter(in) für Veranstaltungen dürfen nur erfolgen, wenn diese für eine Berichterstattung oder einen anderen geschäftlichen Auftrag nötig sind. Grundsätzlich haben sich solche auf das Einsatzgebiet des Mitarbeiters (Region und Ressort) zu beschränken. Ausnahmen sind mit der Chefredaktion abzusprechen.

IV Informationspflicht / Ausnahmen

Die Mitarbeiter sind verpflichtet Zweifelsfälle sowie Anträge für Ausnahmen der Chefredaktion oder Geschäftsleitung zum Entscheid zu unterbreiten.



Programmleitung, 2006

I Einleitung

Mit diesem Papier möchten wir einige Gedanken für das Radiomachen erläutern (für neueintretende Redaktionsmitglieder) bzw. in Erinnerung rufen. Diese Grundsätze gelten im Sinne einer eisernen Regelung: Es sind Standards für eine gute Redaktions- und Teamarbeit. Sie sind von unserer Direktion verfasst und gewünscht:

„Wer diesen Grundsätzen nicht nachlebt und sie in fortgesetzter Weise missachtet, ist für mich kein brauchbares Mitglied einer Redaktion. Diese Person hat den falschen Beruf gewählt oder ist an einem Punkt angelangt, wo dieser Beruf für sie nicht mehr stimmt. Journalismus hat viel mit Idealismus zu tun. Die Arbeitszeiten sind unregelmässig, viele Einsätze kommen ungelegen und überraschend, oft auf Kosten von Freizeit, Freunden und Familie. Deshalb bestehen auch grosse Bestrebungen und Tendenzen, diesen Beruf zu verbeamten, vor allem seitens der Mediengewerkschaften. Der Beruf des Journalisten-beamten wäre aber unweigerlich der Tod des Journalismus. Journalistinnen und Journalisten sind kreative Menschen, nicht Erbsenzähler und Schrebergärtner.

Ohne Idealismus, ohne Feuer für das Produkt, ohne den Drang, zu schreiben, zu redigieren, zu gestalten, gibt es kein Radio, das andere Menschen anspricht, packt, bewegt. Es ist bloss ein Musikteppich.

Zum Idealismus gehört aber auch Arbeitsdisziplin. Journalismus erfordert Selbstdisziplin, eine hohe Organisationsfähigkeit und Durchsetzungskraft. Der Journalistenberuf hat viele Gemeinsamkeiten mit der Tätigkeit von Selbständigerwerbenden. Man muss selber wissen, wie man zum Ziel kommt. Damit umzugehen ist anspruchsvoll. Und viele erliegen der Verlockung, dass man es sich auch einfacher machen kann, denn das Gehalt kommt Ende des Monats ohnehin.

II „Le Feu Sacré“

1. Neugier

Eine Neugier im positiven Sinn bewirkt, dass wir uns für die Umwelt und die Gesellschaft interessieren, lesen, andere Medien nutzen, in der Beiz und bei Freunden die Ohren und den Geist offen halten. Und uns immer wieder fragen: was steckt dahinter? Und ganz einfach: Gibt das eine Geschichte? Kann ich das verwerten? Daraus ergeben sich Ideen und Inputs für die Sitzung. Journalist ist man immer, auch in der Freizeit.

2. Selbstdokumentation

Rechtzeitig müssen wir im Besitze der täglichen Grundinformationen sein. Vor der Sitzung haben wir die relevanten Zeitungen gelesen und so viele andere Medien genutzt wie möglich. Ohne „Befruchtung“ von aussen kann nichts entstehen! Dies bedeutet: Der Arbeitsbeginn erfolgt so, dass ich nicht direkt aus dem Bett an die erste Sitzung torkle.

3. Nachrichtenbeschaffung

Die internen Vorgaben für die Nachrichtenbeschaffung sind heilig. Diese Publikationen sind stur zu lesen, auch wenn sie noch so langweilen. Zeitungen, Internet, Fernsehen und (anderes) Radios müssen intensiv „abgehört“ werden. Wer eine Geschichte verpasst, weil er seinen Nachrichtenbeschaffungsauftrag vernachlässigt, schadet der ganzen Redaktion.

4. Aktualität

Unaktualität ist der Tod des Radios. Also: Was ich heute erfahre, ist heute auf dem Sender. Und was nicht bis zum Redaktionsschluss mit vertretbarem Aufwand reingeht, geht anderntags onair. Bei einem Radio gibt es kein Morgen oder Übermorgen. Dies bedeutet auch, dass ich bei unverhofftem Aktualitätswechsel den inneren Schweinehund überwinde und es schaffe, das Steuer herumzureissen: Eine produzierte Geschichte nochmals aufzuziehen, weil sich die Kernaussage verändert hat.

5. Hartnäckigkeit

Ich gebe nicht auf beim Recherchieren, wenn nach zwei Telefonaten niemand was sagen will. Ich versuche das Thema einzukreisen und auszuweiten, ich dokumentiere mich überall dort, wo es etwas zu erfahren gibt. Die meisten „gestorbenen“ Geschichten fallen auf die Phantasielosigkeit, die Naivität und die Bequemlichkeit der Rechercheure zurück.

6. Kreativität

Wie gehe ich ein Thema interessant an? Kann ich es durch andere Aspekte erweitern? Gibt es neue Ansatzpunkte? Viele Themen werden stur nach Schema X behandelt, Telefon hier, Telefon da, Ende. Doch vieles lässt sich auch bunter machen und/oder auf grundsätzliche Fragen zurückführen: Ein am hellichten Tag geklauter Tresor – was sagt der Besitzer dazu? Und gibt es bei der Polizei Indizien, dass Einbrecher immer dreister werden?

7. Fairness

Kein Medium kann objektiv sein. Aber fair schon. Dazu gehört, dass in jedem Fall und ausnahmslos die Gegenseite einer Sache ebenfalls befragt und beschrieben wird. Und dass keine Fakten unterdrückt werden, die einer bestimmten These zuwiderlaufen. Der gute Journalist ist immer dabei, gehört aber niemals dazu. Zudem hat er eine Meinung, die aber nie Bestandteil eines Berichts oder Interviews ist.

8. Hörerführung

Der Hörer ist viel schlechter orientiert als der Journalist. Er kennt die Zusammenhänge nicht (mehr), er ist nicht im Informationsbusiness zuhause. Ein guter Beitrag schafft Zusammenhänge und erklärt das Umfeld, er ist in sich verständlich. Er vermeidet auch Informationen, die zu detailliert und zu fachspezifisch sind und nur vom Kernthema ablenken (sog. Infomüll). Dazu gehört auch, dass Vergangenes im Lichte einer neuen Entwicklung oder eines aktuellen Ereignisses wieder aufgearbeitet und neu präsentiert wird und dass Fakten, die mir selber längst klar sind, die Öffentlichkeit aber kaum kennt, trotzdem beschrieben werden. (Aussagen wie: „Das hatten wir doch schon mal geschrieben“ und „Das sagte der Bundesrat doch schon 1992 in der Botschaft zum Agrarartikel“ sind nichts anderes als die Arroganz der Wissenden.) Man macht Radio für die Hörer, nicht für sich selbst.

9. Formalientreue

Die Redaktion kennt interne formale Grundsätze, so zum Beispiel die Sendekritik. Solche Formalien stehen gleichberechtigt neben den inhaltlichen Anforderungen und sind diesen nicht etwa untergeordnet. Korrekt eingehaltene Formalien führen im Produkt zur unerlässlichen Ordnung und Klarheit, verletzte Formalien zu Indifferenz und Auflösung.

10. Kreuzkommunikation

Zeitungen, TV und ausgewählte Internetsites sind Quellen und Partner: Statt auf Konfrontation zu machen, gehen wir den Weg der Kooperation: Wir greifen exklusive Informationen dieser Medien mit Quellenangaben auf (und erweitern sie allenfalls durch unsere Möglichkeiten), und im Gegenzug werden diese unsere Stärken ans Publikum weitertragen.

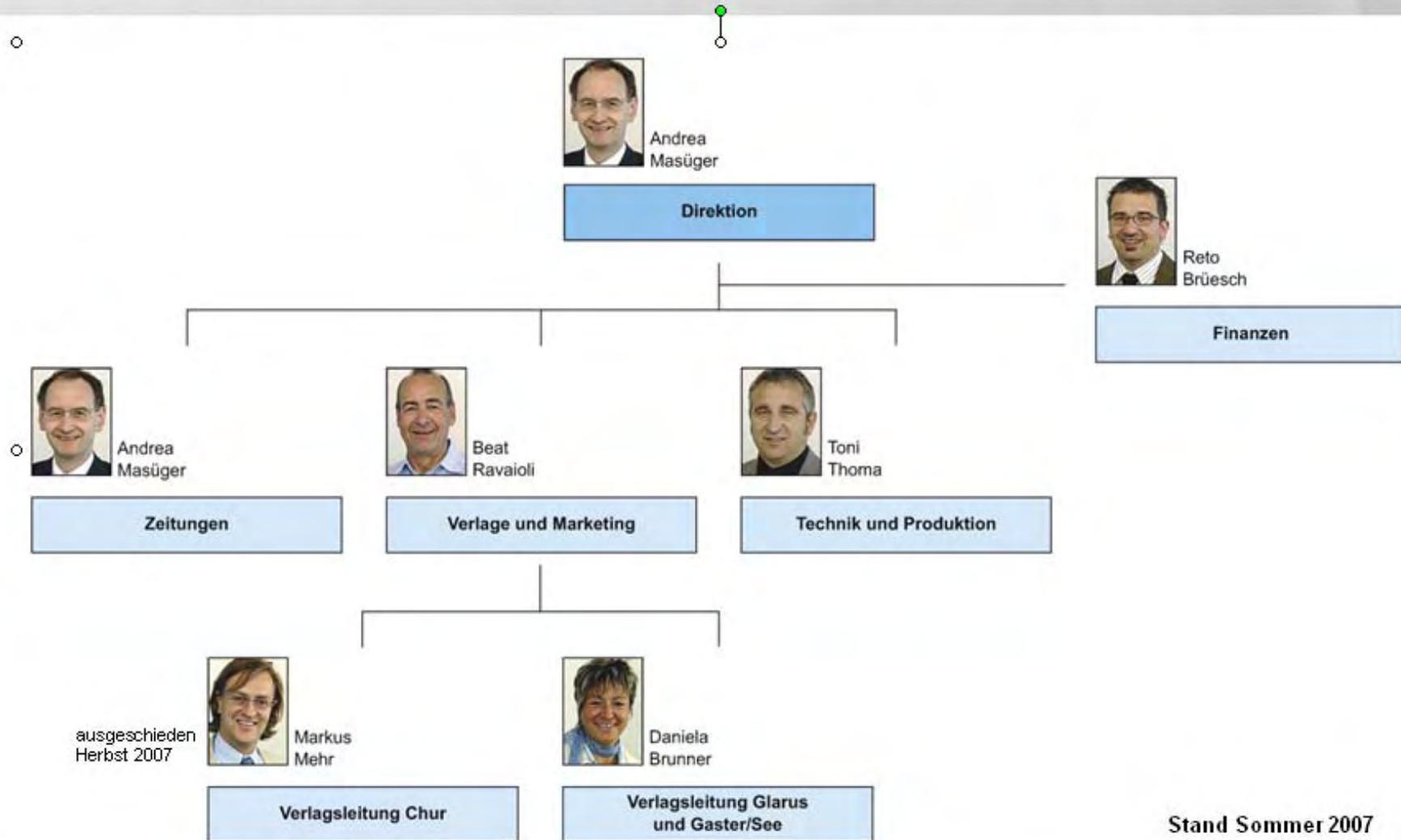
11. Produktinteresse

Eine Medienfirma ist kein gemeinnütziger Verein, sondern ein gewinnorientiertes Unternehmen. Dennoch bemühen sich alle Verlage, ihre Redaktionen von wirtschaftlichem Druck und von unternehmerischen Zwängen abzuschotten, damit eine Redaktionstätigkeit möglich ist. Von den Journalistinnen und Journalisten ist im Gegenzug zu erwarten, dass sie ihr Produkt so gut machen, wie es ihnen möglich ist. Dazu gehört das Bemühen, die Punkte 1 bis 10 umzusetzen und einzuhalten.“

Führungsorganigramm



Organigramm Südostschweiz Presse AG





Programmleitung, 2007

Die Südostschweiz Radio/TV AG setzt sich für journalistische Qualität und deren Sicherung mit präventiven, den Produktionsprozess begleitenden und korrektiven Elementen ein.

- alle Mitarbeiter sind im steten Prozess integriert
- Selbstkontrolle
- Prozessorientierung mit klaren Zielvorgaben
- Rücksicht auf Besonderheiten der Branche und des Versorgungsgebiets
- kontinuierlicher Verbesserungsprozess (im Sinne eines KVP¹)
- Aus- und Weiterbildungskonzepte

Bereiche und Instrumente

Der Prozess der redaktionellen Qualitätssicherung beinhaltet - gestützt durch Organisations-reglement, publizistisches Leitbild und Redaktionsstatut - folgende Bereiche und Instrumente.

Ziele und Normen

Radio Grischa hat 2006 eine Reorganisation in Struktur und Ausrichtung durchgeführt. Basis dazu bildete eine repräsentative Imagestudie in Zusammenarbeit mit der Hochschule für Wirtschaft und Technik Chur. Gemeinsam mit dem Radioteam wurde die bisherige Strategie überprüft, die Strukturen und das Programm überarbeitet sowie ein Leitbild mit qualitativen und quantitativen Zielen erarbeitet.

Diese Qualitätsziele wurden vom Team als Grundwerte definiert:

- | | |
|-------------------|-----------------------------|
| • Glaubwürdigkeit | Regionalität und Aktualität |
| • Hörernähe | Richtigkeit und Wahrheit |
| • Unabhängigkeit | Vielfalt |
| • Fairness | |

Sie sind in das publizistische Leitbild (Leitlinien) und in die Sendungskonzepte eingeflossen.

¹ KVP: Verbesserung der Produkt-, Prozess- und Servicequalität im Rahmen eines umfassenden Qualitätsmanagements. Diese Verbesserung wird durch Zusammenarbeit in kleinen Schritten erreicht. Die wichtigsten Ablaufpunkte sind:

1. Arbeitssystem festlegen und abgrenzen (Was soll verbessert werden?)
2. Ist-Zustand und Soll-Zustand anhand von Kennzahlen beschreiben
3. Probleme beschreiben und bewerten (Häufigkeit pro Zeiteinheit oder Objekteinheit - Angebot, Auftrag, Los, etc.)
4. Probleme bewerten (Zeit, Geld, Energie, Stress pro Zeiteinheit)
5. Problemanalyse (Ursachen, Zusammenhänge, Schnittstellen, Nebenwirkungen)
6. Lösungsideen sammeln (Brainstorming)
7. Lösungsideen bewerten und entscheiden
8. Massnahmen ableiten, Aufwand und Ertrag bewerten
9. Präsentation der Ergebnisse vor dem Entscheidungsgremium
10. Massnahmen vereinbaren (Wer tut was bis wann?) und Ressourcen klären
11. Massnahmen umsetzen
12. Erfolg prüfen

Gleichzeitig wurden die Arbeitsprozesse bei Radio Grischa wurden überarbeitet und erweitert:

- geregelter Ablauf der täglichen Redaktionssitzungen (09.00/14.00h)
- Definition journalistischer Grundformen
- Sendekritiken innerhalb der Redaktionssitzungen mit Checkliste
- Beitragsabnahme
- Moderation: wöchentliche Airchecks
- Teamsitzungen, monatlich sowie quartalsweise
- elektronische Agenda-Führung mit Inputliste
- Erarbeitung einer Feedback-Kultur
- Bestimmung von individuellen Ausbildungsmassnahmen

Regelsystem – Mitarbeiter-Handbuch

Radio Grischa hat diese Ziele, Werte und Normen für die Mitarbeiter in einem Handbuch zusammengefasst. Es liegt diesem Konzessionsgesuch bei.

Das Mitarbeiter-Handbuch dient der Redaktion als Regelwerk, Leitfaden und tägliche Referenz. Es vereint Organisations- und Programmrichtlinien wie auch Grundlagen zur Qualitätssicherung.

- Publizistisches Leitbild
- Organisationsreglement und Redaktionsstatut
- Nachrichten- und Sendungskonzepte
- Journalistische Grundformen
- Checklisten (Sendekritik)
- Externe Normen (Medienrecht, Journalisten-Kodex)
- Spezialfälle: Umgang mit PR, Notfall-Konzept
- Aus- und Weiterbildungskonzept
- Mitarbeiterbeurteilung

Das Handbuch wird allen Mitarbeitenden bei Stellenantritt vorgestellt und persönlich abgegeben. Es ist in Redaktion und Intranet jederzeit einsehbar.

Ressourcen und Prozesse

Mitarbeiter und Führung

Die Gesamtverantwortung für die Qualitätssicherung, Dokumentation und Ressourcenverteilung liegt beim Programmleiter. Er wird vom Chefredaktor unterstützt. Gemeinsam sorgen sie für die Umsetzung der Qualitätsziele und setzen sich für die Durchsetzung der Qualitätsphilosophie ein.

Die Südostschweiz Radio/TV AG ist eine Gesellschaft innerhalb der Südostschweiz Mediengruppe. Innerhalb dieser Mediengruppe wurden per 1.1.2006 gruppenweit Weisungen zu Mitarbeitergewinnung, -beurteilung und -entwicklung eingeführt.

- jährliche Mitarbeitergespräche mit persönlichen Leistungs- bzw. Zielvereinbarungen im Sinne eines Beurteilungsgesprächs
- neues Personalreglement per 1.1.2006
- Aus- und Weiterbildungskonzepte (siehe Abschnitt 3.2.6)

Redaktionelle Qualitätssicherung

Qualität und deren Sicherung muss vor, während und nach der Sendung verfolgt werden. Die Produktionsabläufe in der Redaktion sind von der Themenfindung über die Speicherung der Sendungen bis zur Sendekritik geregelt.

Vor der Sendung/Ausstrahlung

Die Redaktion legt Wert auf die inhaltliche Planung von Sendungen und Beiträgen. Die täglich stattfindende Redaktionssitzung wird dafür genutzt. In der Regel werden Beiträge während den drei Hauptsendezeiten mit einem Vorgesetzten oder innerhalb der Redaktionsteams vor der Ausstrahlung abgenommen. Dies ist in Live-Situationen, bei ungeplanten aktuellen Ereignissen sowie Nachrichten nicht oder nur beschränkt möglich. Während der Herstellung des Beitrages kann jederzeit auf den Tagesverantwortlichen bzw. den Chefredaktor zugegriffen werden.

Der Vorgesetzte orientiert den ausführenden Redaktor über die geforderten inhaltlichen Grundsätze und definierten Qualitätskriterien.

Während der Sendung/Ausstrahlung

Internes sowie externes Monitoring² sind qualitätssichernde Massnahmen. Unter anderem sind vorgesehen:

- internes Monitoring durch Gesamtverantwortlichen (Geschäftsleiter, Programmleiter, Chefredaktor)
- externes Monitoring durch eine journalistisch versierte externe Fachperson, welche stichprobenweise und regelmässig anhand einer Checkliste auf journalistische, formale und qualitätssichernde Aspekte eingeht und diese der Redaktion vermittelt

Nach der Sendung/Ausstrahlung

Nach der Sendung erfolgt die Sendekritik. Diese findet innerhalb der täglichen Redaktionssitzungen statt und zeigt, ob die gesetzten Ziele erreicht wurden und was verbessert werden kann. Ausgewählte Beiträge werden nach der Ausstrahlung abgehört und analysiert.

Dazu erfolgt in der Regel ein Feedback unter Kollegen bzw. vom Vorgesetzten.

Die Sendekritik wird im Sinne einer internen Weiterbildung schriftlich festgehalten und allem Mitarbeitenden zugänglich gemacht. Die Redaktion verfügt über ein adäquates System, das die Rückverfolgbarkeit von Beiträgen sicherstellt. Die Redaktion hat Zugriff auf Nachrichten-Agenturen (siehe Abschnitt 3.3.3). Ein digitales Archivsystem unterstützt die qualitätsorientierte Vorbereitung, Recherche und Speicherung.

² Monitoring ist ein Überbegriff für die unmittelbare systematische Erfassung, Beobachtung oder Überwachung eines Vorgangs oder Prozesses mittels technischer Hilfsmittel oder anderer Beobachtungssysteme. Die Funktion des Monitorings besteht darin, bei einem beobachteten Ablauf bzw. Prozess steuernd einzugreifen, sofern dieser nicht den gewünschten Verlauf nimmt bzw. bestimmte Schwellwerte unter- bzw. überschritten sind.

Programmkommission

Seit Konzessionsbeginn besitzt Radio Grischa (via Südostschweiz Radio/TV AG) eine Programmkommission, in welcher wichtige Vertreter aus dem Versorgungsgebiet einsitzen. Diese Kommission begleitet die Programmarbeit, bearbeitet Fragen, kritisiert und berät. In dieser Kommission vertreten sind Exponenten aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Arbeitnehmer- und Arbeitgeberschaft, Landeskirchen und Lia Rumantscha. Die Kommission ist zuständig für Radio und Fernsehen.

Publikumsforschung

Als externe Stellen liefern die Medien- und Publikumsforschung der Publica Data AG sowie WEMF Informationen über das Nutzungsverhalten. Die vorhandenen Daten werden analysiert und Schlussfolgerungen für das Programm gezogen.

Publikumskritik wird von der Redaktion ernst genommen. Das Feedback wird intern diskutiert und fließt gegebenenfalls in die qualitätssichernden Massnahmen ein.



Pro Grigioni Italiano

Sede centrale
Martinsplatz 8
CH-7000 Coira

rif.: Giuseppe Falbo
Segretario generale
tel.: +41 81 252 86 16
e-mail: giuseppe.falbo@pgi.ch
web: www.pgi.ch

Spett.
Südostschweiz Radio/TV AG
Comercialstrasse 22
Postfach 68
7000 Coira

Coira, 19 dicembre 2007

Concessione radiofonica e televisiva per la zona di copertura «Südostschweiz»

Stimate signore, stimati signori

Con la presente ci rallegriamo di poter confermare che Südostschweiz Radio/TV AG prevede l'integrazione di contributi in lingua italiana nel suo palinsesto, come richiesto dal bando di concorso per l'ottenimento della concessione *radiofonica* per la zona di copertura «Südostschweiz». A Südostschweiz Radio/TV AG riconosciamo la volontà di fornire anche programmi in lingua italiana di livello qualitativo buono e dare così un contributo al trilinguismo del nostro Cantone.

Visto che la zona di copertura «Südostschweiz» per la concessione *televisiva* si estende anche sul Grigionitaliano, qualora la Südostschweiz Radio/TV AG avesse presentato una candidatura per questa concessione, chiediamo cortesemente l'integrazione anche di contributi in lingua italiana nel palinsesto televisivo, in analogia alla concessione radiofonica.

La Pro Grigioni Italiano è disposta a seguire, consigliare e sostenere la pianificazione di trasmissioni radiofoniche e televisive in lingua italiana della Südostschweiz Radio/TV AG, affinché i programmi in lingua italiana, in special modo l'offerta informativa, siano conformi alla volontà del legislatore, vale a dire d'informare in modo completo sulla realtà politica, economica e sociale nella zona di copertura e contribuire così allo sviluppo della sua vita culturale.

La Pro Grigioni Italiano manifesta inoltre l'intenzione di partecipare alla consultazione pubblica che l'Ufficio federale della comunicazione ha previsto nel processo di valutazione delle candidature per le concessioni radiofoniche e televisive.

Ringraziando già fin d'ora per la vostra attenzione, porgiamo in nostri più distinti saluti.

PRO GRIGIONI ITALIANO

Dr. Sacha Zala
Presidente

Giuseppe Falbo
Segretario generale

Chur, 29. November 2007 / PAM

martina.padrun@radiogrischa.ch

Bekennnis

Die Südostschweiz Radio/TV AG bewirbt sich mit Radio Grischa für eine Radiokonzession des Versorgungsgebiets „Südostschweiz“, welches die Rumantschia umfasst. Die Lia Rumantscha ist die Dachorganisation zur Förderung der rätoromanischen Sprache und Kultur.

Beide Partner streben an, über das Medium Radio, die Verständigung und den Austausch zwischen den Sprachgemeinschaften zu fördern und Sprachgräben zu überbrücken.

Die Lia Rumantscha kennt und unterstützt die programmlichen Bemühungen und infrastrukturellen Aufwendungen von Radio Grischa hinsichtlich dieser Ziele. Sie sitzt in der Programmkommission ein und beteiligt sich aktiv und fördernd. Auf beiden Seiten sind Ansprechpersonen bestimmt, welche einen regelmässigen Kontakt und Austausch pflegen.

Declaraziun

La Südostschweiz Radio/TV SA - Radio Grischa s'annunzia per la concessiun da radio en la regiun sid-ost da la Svizra che include er la Rumantschia. La Lia Rumantscha è l'organisaziun superiura per la promoziun da la lingua e cultura rumantscha.

Tuts dus partenaris intendan da promover - via il medium radio - la comunicaziun ed il barat tranter las cuminanzeas linguisticas e da surmuntar barrieras linguisticas.

La Lia Rumantscha conuscha e renconuscha l'effort programatic e las expensas d'infrastructura da Radio Grischa en vista a questas finamiras. Ella è commembra da la cumissiun da program e sa participescha activamain londervi. Da tuttas duas varts èn destinadas personas da contact che interageschan regularmain ina cun l'autra.

Lia Rumantscha

Lia Rumantscha

Südostschweiz Radio/TV AG
Radio Grischa


Urs Cadruvi
secretari general


Andreas Gabriel
manader comunicaziun/medias


Michael Forster
Programmleiter

Sendekonzept - Italienische Sendung



Name «Siamo noi»

Zielgruppe: Italienisch sprechende BündnerInnen in ganz Graubünden, Schwerpunkt Italienisch-Bünden (Bergell, Puschlav, Misox nach Möglichkeit)

Sendegefäss: Live-Sendung mit redaktionellen Inhalten

Sendezeit: 19 bis 21h

Anzahl Sendungen: ca. 45 Sendungen pro Jahr

Verpackung CI

Moderator: _____

Produktionsort Studio Radio Engiadina

Inhalte

Sendungsgrundsätze:

- Musik und Unterhaltung in italienischer Sprache
- kompetente Information aus den Valli (Politik, Sport, Kultur, Tourismus ...)
- regelmässige Talk-Gäste zu aktuellen Themen
- (Ein-)Bindung der Hörerschaft an das Programm (Interaktivität)
 - „Must“-Sendeteile: Zwei regelmässige journalistische Beiträge
Veranstaltungskalender (VK)
Musikanteil: italienische Musik 100%
Interaktion mit Hörern

Online-Dienste für Ital. news.

- ilbernina.ch
- ilmaesano.ch
- puntobregaglia.ch
- grigioniitaliano.ch



Programmleitung, 2006

I Ausstrahlung

Sapperlot wird wöchentlich ausgestrahlt. Jeweils von 19.00 – 21.00 Uhr. Ebenfalls gibt es zwei gestaltete romanische Beiträge pro Woche für die Infostunden von Mittwoch und Freitag. Produktionsorte sind das Aussenstudio in Ilanz und die Studios Chur/Samedan. Einmal monatlich wird das Sonntagsgespräch „Lüüt“ auf Rätoromanisch produziert.

II Ziele der Sendung

Die romanische Sprache soll bei Radio Grischa hörbar gelebt werden. Mit dem Sapperlot und mit den Beiträgen sollen die verschiedensten Themen aus der ganzen Rumantschia sowie auch mit romanischsprechenden Personen aufgegriffen werden. Wir bieten eine Plattform für das Romanische, sind mediale Klammer des Versorgungsgebietes und wollen Brücken bauen. Dazu werden ausführliche Gespräche mit Gästen zu aktuellen Themen geführt, Events in der Sprachregion abgedeckt, aber auch Spiele und Wunschkonzerte durchgeführt. Für eine optimale inhaltliche Breite pflegen wir laufend den Kontakt zur Lia Rumantscha.

III Musik

Die Sapperlot-Musik entspricht grundsätzlich dem Musikteppich von Radio Grischa und wird von der Musikredaktion geplant und zur Verfügung gestellt. Der Hauptteil der Musik ist romanisch. Die Sapperlot-Redaktion thematisiert neue Musik und Kultur allgemein regelmässig in Beiträgen und Interviews (z.B. neue CD von Mario Pacchioli oder Lircas Analas).

IV Erkennungssignete

Sapperlot ist mit einem Intro und einem Outro erkennbar. Jeder Moderator/in kann seine persönlichen Signete und Stations-ID während der Sendung verwenden. Auch diese Signete sind in romanischer Sprache produziert und ausschliesslich einzusetzen. Neue Signete sind mit dem Vorgesetzten zu koordinieren.

V Informationen/Zuständigkeit

Einladungen sowie Events, welche die Rumantschia betreffen, müssen von der Redaktion in Chur ans Sapperlot-Team weitergeleitet werden. Spezielle Aktionen werden in Absprache mit der Marketing/Onair-Promotion-Stelle von Radio Grischa mit Bild publiziert, je nach Bedarf und Gewicht in Print, Internet und Onair.

Organisation, Arbeitspläne usw. werden von der Ausstelle in Absprache mit der Chefredaktion Radio Grischa koordiniert. Von jedem Mitarbeiter sind Inputs erwünscht.

VI Grundsätzliches zur Sendung „Sapperlot“

Die Sendung kennt den bewährten Namen „Sapperlot“. Die zwei Sendestunden sind nach dem üblichen Senderaster/Sendeuhr von Radio Grischa einteilbar.

- 00.10 Teaser/Mod.Beitrag
- 00.20 Mod.Beitrag

- 00.30 freies Stopset (evtl. aktueller Verkehr, Wetter)
- 00.40 Teaser/Mod.Beitrag
- 00.50 Mod.Beitrag

Inhalte

Redaktionelle Beiträge / Interviews / Live-Gäste / Hörspiele / Spiele / Wuko / Reportagen.

Allgemein

Die Hörer in der Rumantschia müssen sich mit der Sendung stark identifizieren können. Dies erreichen wir durch Live-Gäste, Telefon-Interviews, Portraits, Events und Präsenz im romanischen Sprachgebiet. Einen Beitrag leisten auch Wettbewerbe, Spiele und Wunschkonzerte.

VII Beiträge für die Grischa-Infostunden (Mittwoch, Freitag)

Das Sapperlot-Team beliefert die Grischa-Redaktion wöchentlich mit gestalteten romanischen Beiträgen sowie dazu gehörenden Teaser mit einem O-Ton.

Die Beitragsthemen sind primär Aktualitäten aus der Rumantschia mit Nachrichtenwert. Sie können sporadisch auch bunter Natur sein. Es sind ausschliesslich Themen aus der (romanischsprachigen) Region und damit eng verbundene Geschichten.

Beitragssprache (auch Interviewpartner!) ist romanisch.

In den Informationssendungen von Radio können auch romanische bzw. italienische O-Töne vorkommen.

Die Anmoderation zu den Beiträgen wird in deutscher Sprache geliefert, inklusive einem kurzen Anriss über den Beitragsinhalt (für die Redaktion in Chur). Ebenso ist ein kurze Einleitung in den Beitrag gewünscht. Diese Nachrichten-Beiträge können/sollen in Sapperlot wiederholt werden. Die Moderationsbeiträge für Sapperlot sind meist bunter Natur und zeigen "Land und Leute".

Grundraster

Programmfenster "Engiadina"

Timeline	Stunde 1
T xx:00	News-Übernahme Grischa
T xx:03	Begrüssung Fensterprogramm
T xx:15	Regio-Beitrag 1
T xx:25	Werbeblock 1
T xx:30	<p>Nochrichta für Südbünda</p> <ul style="list-style-type: none"> a News-Schlagzeilen und Begrüssung b Kurz-News 1 (2 bis 3 Meldungen) c Kurzwetter mit Prognosen d Regio-Beitrag 2 e Verkehrsservice
T xx:40	Regio-Sport/Sport
T xx:50	Agenda (Veranstaltungen/Kultur)
T xx:55	Werbeblock 2
T xx:59:59	News-Übernahme Grischa
Timeline	Stunde 2
~T xy:03	Begrüssung Fensterprogramm
T xy:10	ausführliches Wetter/Ausblick
T xy:20	Regio-Beitrag 3
T xy:25	Werbeblock 3
T xy:30	<p>Nochrichta für Südbünda (Ablauf wie xx.30)</p> <ul style="list-style-type: none"> a News-Schlagzeilen und Begrüssung b Kurz-News 1 (2 bis 3 Meldungen) c Kurzwetter mit Prognosen d Regio-Beitrag 2 e Verkehrsservice
T xy:55	Werbeblock 4
T xy:59:59	News-Übernahme Grischa

Sendezeiten: 07.00 bis 09.00 Uhr / 11.00 bis 13.00 Uhr / 16.00 bis 18.00 Uhr

Programmrastrer Montag bis Freitag

T0600 Grischa-Nachrichten (Schema 00 ohne O-Töne)		PRIME 1
Showopener		Service und Information
T06xy	Kurze Moderation / Eigenpromo	Stundenübersicht
T0615	Jede Viertelstunde mehr Wetter und Verkehr	Ton ab Audioline
T0621	Presse-Schlagzeilen	
T0625	Werbung	Teaser mit Inhalten der 0630 <i>Regio-News</i>
T0630	Regionalnachrichten und Verkehr	SCHEMA 0030 Lawinenbulletin
T0640	SPORT	mit regelmässigem Hockey-Ton
T0650	Live-Wetter	LIVE-Wetter mit Aussichten
T0655	Werbung	Teaser nächste Stunde (Musik und Inhalte)
T0700 Grischa-Nachrichten (Schema 00)		PRIME 1
Showopener		Informationsstunde 1
T07xy	Beitrag Tagesthema 1	Stundenübersicht
T0715	Jede Viertelstunde mehr Wetter und Verkehr	Meteonews-Ton ab Audioline
T0720	Beitrag Tagesthema 2	Vor Beitrag Teaser auf 0730 oder Radar.
T0725	Werbung	
T0730	Regionalnachrichten und Verkehr	SCHEMA 0030
T0740	SPORT	mit regelmässigem Hockey-Ton
T0745	Jede Viertelstunde mehr Wetter und Verkehr	
T0750	Spiel /Wettbewerb	
T0755	Werbung	Werbung verkaufen mit Teaser-Ton (max. 10 Sekunden) auf z.B. Horoskop nächste Stunde
T0800 Grischa-Nachrichten (Schema 00)		PRIME 1
Showopener		Infotainment
T08xy	Allemann täglich	Stundenübersicht
T0815	Jede Viertelstunde mehr Wetter und Verkehr	Meteonews-Ton ab Audioline
T0820	Horoskop	
T0825	Werbung Teaser und Verkehr	Teaser Tagesthema und Inhalte News um 08.30h
T0830	Regionalnachrichten und Verkehr	SCHEMA 0030
T0840	Tages-Thema / Mod-Beitrag	Tages-Thema
T0850	Tages-Thema / Mod-Beitrag	
T0855	Werbung	



T0900 Grischa-Nachrichten (Schema 00)		Drivetime 1	
Showopener		Musik und Service	
T09xy	Grischa Hit-4er	Stundenübersicht	
T0920	Schnee-Infos/Pooltemperaturen	Schnee-/Skipisten/Lawine/Promo/Badetemperaturen (O-Töne)	
T0925	Werbung		
T0930	Mod-Beitrag und Verkehr		
T0940	Immobilienmarkt		
T0950	Mod-Übergabe und kurzes Morgen-Best-of		
T0955	Werbung		
T1000 Grischa-Nachrichten (Schema 00 ohne O-Töne)		DRIVE 1	
Showopener		Infotainment	
T10xy	Grischa - Hit-3er	Stundenübersicht	
T1020	Mod-Beitrag		
T1025	Werbung		
T1030	Verkehr und Wetter		
T1040	Teaser Veranstaltungen		
T1045	Veranstaltungen		
T1055	Werbung		
T1100 Grischa-Nachrichten (Schema 00 ohne O-Töne)		PRIMETIME 2	
Showopener		Infotainment	
T11xy	Teaser Ratgeber	Stundenübersicht mit Ton	
T1120	Ratgeber-Stopset		
	Montag	Fokus Wirtschaft	
	Dienstag	Gevag-Ratgeber	
	Mittwoch	Computer / Webtipp	
	Donnerstag	GVA-Ratgeber	
	Freitag	Ratgeber Gesundheit	
	Samstag	Gartentipp	
T1125	Werbung / Teaser Spiel		
T1130	Regionalbulletin und Verkehr		
T1140	SPIEL	Promo	
T1150	Info-Stunde-Teaser		
T1155	Werbung		



T1200 Grischa-Kurznachrichten und Wetter (Schema 00)		PRIME 2
Showopener		Informationsstunde 2
T12xy Top-Event (Feature, TI, Gast)	Regionale Themen	
T1220 Top-Event (Feature, TI, Gast)	Regionale Themen	
T1225	Werbung	
T1230 Regionalbulletin und Verkehr	SCHEMA 0030	
T1240 SPORT		
T1250 Top-Event (Feature, TI, Gast)	Regionale Themen; Serien-Platz für Spezialthemen, Beitragsserien(Sommer, Winter)	
T1255	Werbung	
T1300 Grischa-Kurznachrichten und Wetter (Schema 00)		PRIME 2
Showopener		Wunschkonzert
T13xy Kurze Moderation / Eigenpromo		
T1310 Yesterhits		
T1320 Mod-Beitrag		
T1325	Werbung	
T1330 Gratulationen		
T1350 Teaser - Übernahme neuer Mod		
T1355	Werbung	
T1400 Grischa-Nachrichten (Schema 00 ohne O-Töne)		DRIVETIME 2
Showopener		Service und Musik
T14xy Grischa Hit 4er	Stundenübersicht	
T1420 Jackpot / Lädeli / Börse		
T1425	Werbung	
T1430 Verkehr und Strassenzustand	Verkehr (zwingend wenn Sponsoring)	
T1440 Veranstaltungen		
T1455	Werbung	



T1500 Grischa-Nachrichten (Schema 00 ohne O-Töne)		DRIVE 2	
Showopener		Infotainment	
T15xy	Grischa Hit-3er	Stundenübersicht	
T1520	Musiktip		
T1525	Werbung		
T1530	Verkehr und Strassenzustand	Mo Frage der Woche (Tages)	
	Teaser Kino-Programm	Di Hollywood-News und Movie-Charts	
T1540	Promiagenda	Mi TV-Tipp	
		Do Kino-Tipp (Chur) und Verlosung	
T1550	Multimedia-Termin	Fr Kino-Hörer-Rezession	
T1555	Werbung	Sa Buchtipp	
T1600 Grischa-Kurznachrichten (Schema 00 "light")		PRIMETIME 3	
Showopener		Infotainment	
T16xy	Teaser/Eigenpromo	Stundenübersicht	
T1615	Wetter und Verkehr zu Viertelstunde	mit Meteonews-Ton	
T1630	Kulturtermin	Winter: auch Lawinenbulletin für nächsten Tag	
T1625	Werbung		
T1630	Regionalnachrichten und Verkehr		
T1640	Spiel		
T1645	Wetter und Verkehr zu Viertelstunde		
T1650	News-Teaser für Info-Stunde		
T1655	Werbung		
T1700 Grischa-Kurznachrichten (Schema 00)		Prime 3	
Showopener		Informationsstunde 3	
T17xy	Stundenübersicht mit 1. Top-Event (Feature, TI, Gast)		
T1715	Wetter und Verkehr zu Viertelstunde		
T1720	Top-Event (Feature, TI, Gast)		
T1725	Werbung		
T1730	Regionalnachrichten und Verkehr		
T1740	Sport		
T1745	Wetter und Verkehr zu Viertelstunde		
T1750	Top-Event (Feature, TI, Gast)		
T1755	Werbung		



T1800 Grischa-Kurznachrichten (Schema 00)		Prime 3
Showopener		Wunschkonzert
		Live Hörer, per SMS/Mail/Fax
T18xy	Gruss, Wunsch 2x	
T1820	Gruss, Wunsch 1x	
T1825	Werbung	
T1830	Kinder-Nachrichten	Wetter und Verkehr
T1840	Gruss, Wunsch 2x	
T1850	Gruss, Wunsch 1x	Teaser Abendprogramm
T1855	Werbung	



T1900 Grischa-Tageszusammenfassung ABENDPROGRAMM

T2000 Grischa-Tageszusammenfassung ABENDPROGRAMM

Programm raster 2006 - SAMSTAG

T0700	Grischa-Nachrichten (Schema 00)	PRIMETIME 1
	Showopener	Informationsstunde 1
T07xy	Stundenübersicht/Top-Thema 1	
T0715	Wetter und Verkehr zu Viertelstunde	mit Meteonews-Ton ab Audioline
T0720	Presse-Schlagzeilen	
T0725	Werbung	Teaser nächste 30 Min.
T0730	Regionálnachrichten und Verkehr	
T0740	SPORT	mit Eishockey-Ton
T0745	Top-Thema 2	
T0750	Wetter-Talk	LIVE-Wetter mit Aussichten
T0755	Werbung	Teaser nächste Stunde (Musik und Inhalte)
T0800	Grischa-Nachrichten (Schema 00)	PRIME 1
	Showopener	Unterhaltung und Information
T08xy	Stundenübersicht/Promo	
T0815	Wetter und Verkehr zu Viertelstunde	mit Meteonews-Ton ab Audioline
T0820	Horoskop	
T0825	Werbung	
T0830	Regionálnachrichten und Verkehr	Im Winter: 'Lawinenbulletin-Termin
T0840	Sport	
T0850	Spiel (Mo-Sa)	
T0855	Werbung	
T0900	Grischa-Nachrichten (Schema 00 ohne Töne)	DRIVETIME 1
	Showopener	Service und Musik
T09xy	Grischa Hit-3er	
T0920	Allemann täglich "Best of"	plus Schnee-/Skipisten/Badetemperaturen
T0925	Werbung	
T0930	Regionálnachrichten und Verkehr	
T0940	Veranstaltungen	
T0950	Wdh Wettertalk (Ausschnitt)	Teaser Feriensendung
T0955	Werbung	

T1000	Grischa-Nachrichten (Schema 00 ohne Töne)	DRIVE 1
	Showopener	Tourismusstunde
T10xy	Stundenübersicht plus Service	Land und Lüüt
T1020	Beitrag 1	
T1025	Werbung	plus Verkehr und Radar, evtl. Eigenpromo
T1030	Tourismus-Veranstaltungen	
T1040	Beitrag 2	
T1050	Verlosung für Tourismus-Event	
T1055	Werbung	

T1100	Grischa-Nachrichten (Schema 00 ohne Töne)	PRIMETIME 2
	Showopener	Unterhaltung und Service
T11xy	Teaser Ratgeber/Eigenpromo	Teaser für Kirchenmagazin
T1120	Ratgeber	
T1125	Werbung	
T1130	Regionalnachrichten und Verkehr	
T1140	Spiel	
T1150	Info-Stunde-Teaser und Übergabe	
T1155	Werbung	

T1200	Grischa-Nachrichten (Schema 00)	PRIME 2
	Showopener	Informationsstunde 2
T12xy	TEASER Top-Event (Feature, TI, Gast)	
T1220	Top-Event (Feature, TI, Gast)	
T1225	Werbung	Teaser für Spirit
T1230	Regionalnachrichten und Verkehr	Verkehr
T1240	Teaser Top-Event	
T1250	Top-Event 2	Information
T1255	Werbung	

T1300	Grischa-Nachrichten (Schema 00)	PRIME 2
	Showopener	Land und Leute
T1310	Yesterhits	
T1320	Mod-Beitrag	
T1325	Werbung	
T1330	Gratulationen	
T1350	Übergabe	
T1355	Werbung	

Raster Mo-Fr

T1900/2000	Grischa-Tageszusammenfassung	ABENDPROGRAMM
-------------------	-------------------------------------	----------------------

Samstagabend-Sendung NACHTSCHICHT / Redline

Programmraster 2006

SONNTAG

Brunch (PRIMETIME 1)

T0800	Grischa-Kurznachrichten (MOD, Schema 0030)		
	Showopener		
		Musik und Information	Stundenübersicht
T08xy	Grischa Hit-4er		
T0820	Horoskop		
T0830	Regionalnachrichten und Verkehr	Wetter	
T0840	Sport		
T0845	Presse-SZ		
T0855	Werbung	Teaser nächste Stunde (Musik und Inhalte)	

PRIME 1

T0900	Grischa-Kurznachrichten (MOD, Schema 0030)		
	Showopener		
		Musik und Service	Stundenübersicht
T09xy	Grischa Hit-3er		
T0920	Kirche		
T0925	Werbung		
T0930	Regionalnachrichten und Verkehr	Verkehr, Schnee-/Skipisten/Badetemperaturen	
T0940	Sport/Veranstaltungen		
T0950	Mod-Beitrag	Mod-Kurz-Beitrag, aktuell, Übergabe MM-Charts	

T1000 **Grischa-Kurznachrichten (MOD, Schema 0030)**

Regionale Verkaufs-Charts

T1100 **Grischa-Kurznachrichten (RED, Schema 0030)**

PRIME 2**T1200** Grischa-Nachrichten (Schema 00)

Showopener

Informationsstunde

T12xy Top-Thema 1**T1220** Kommentar zur Woche

Alternierende Referenten (Hansmartin Schmid, Andrea Masüger, Marianne Manzanell, Hansruedi Schiesser,)

T1230 Regionálnachrichten und Verkehr**T1240** Top-Thema 2**T1250** Wetter-Talk

LIVE-Wetter mit Aussichten

PRIME 2**T1300** Grischa-Nachrichten (Schema 00)

Showopener

Lüüt - Das Sonntagsgespräch

T13xy Grischa Hit-3er**T1320** Lüüt - Einleitung und Kurzgespräch

Interview Teil 1

T1330 Wetter und Verkehr**T1338** Lüüt

Interview Teil 2

T1345 Lüüt

Interview Teil 3 - Übergabe an nächsten AV

DRIVETIME 2**T1400** Grischa-Kurznachrichten (RED, Schema 0030)

Showopener

Service und Musik

T14xy Teaser/Stundenopener**T1420** Wochenrückblick 1

Lädelitermin

T1425 Werbung

T1430 Service

Verkehr

T1440 Veranstaltungen (Wdh.)**T1445** Wochenrückblick 2

T1455 Werbung

DRIVETIME 2

T1500 **Grischa-Kurznachrichten (RED, Schema 0030)**

Showopener

Information und Service

T15xy **Stundenübersicht**

T1520 **Wochenrückblick 3**

T1525 Werbung

T1530 **Service**

Verkehr

T1540 **Wochenrückblick 4**

PRIMETIME 3

T1600 **Grischa-Kurznachrichten (Schema 00 "light")**

Showopener

Infotainment

T16xy **Teaser/Trailer**

Stundenübersicht

T1615 **Wetter und Verkehr zu Viertelstunde**

mit Meteonews-Ton ab Audioline

T1625 Werbung

T1630 **Regionalnachrichten und Verkehr**

Winter: Lawinenbulletin für nächsten Tag

T1640 **Veranstaltungen**

Am Sonntag das Spiel: "Lückenlos"

T1650 **News-Teaser für Info-Stunde**

T1655 Werbung

Prime 3

T1700 **Grischa-Nachrichten (Schema 00)**

Showopener

Informationsstunde

T17xy **Stundenübersicht mit 1. Top-Event (Feature, TI, Gast)**

T1715 **Wetter und Verkehr zu Viertelstunde**

mit Meteonews-Ton ab Audioline

T1720 **Top-Event (Feature, TI, Gast)**

T1725 Werbung

T1730 **Regionalnachrichten und Verkehr**

T1740 **Sport**

T1745 **Wetter und Verkehr zu Viertelstunde**

T1750 **Top-Event 3 (Feature, TI, Gast)**

T1755 Werbung

Prime 3

T1800	Grischa-Nachrichten (Schema 00)		
	Showopener	Wunschkonzert	Live Hörer, per SMS/Mail/Fax
T18xy	Gruss, Wunsch 2x		
T1820	Gruss, Wunsch 1x		
T1825	Werbung		
T1830	Interaktion	Verkehr	
T1840	Gruss, Wunsch 2x		
T1850	Gruss, Wunsch 1x		
T1855	Werbung	Teaser Abendprogramm	

T1900 **Grischa-Tageszusammenfassung** **ABENDPROGRAMM**

T2000 **Grischa-Tageszusammenfassung** **ABENDPROGRAMM**

Programmraaster - Feiertage

T0800	Grischa-Kurznachrichten (MOD, Schema 0030)	Brunch (PRIMETIME 1)
	Showopener	Musik und Information

T08xy	Grischa Hit-4er	
T0820	Horoskop	
T0830	Regionalinformation (Nachrichten-Bulletin)	mit Wetter, Verkehr
T0840	Sport	
T0845	Mod-Beitrag zum Feiertag	

T0900	Grischa-Kurznachrichten (MOD, Schema 0030)	PRIME 1
	Showopener	Musik und Service

T09xy	Grischa Hit-3er	
T0920	Kirche	Spirit von Katharina Peterhans
T0930	Regionalinformation (Nachrichten-Bulletin)	Verkehr, Wetter, Schnee-/Skipisten/Badetemperaturen
T0945	Veranstaltungen zum Feiertag	
T0950	Mod-Beitrag/Top-Event	Beitrag, aktuell

T1000	Grischa-Kurznachrichten (MOD, Schema 0030)
--------------	---

2h-Spezial-Programm zum Feiertag Spezialsendung, Hörerstimmen, evtl. plus 1 Stunde Talk

T1200	Grischa-Bulletins (Schema 00)	PRIME 2
	Showopener	Informationsstunde

T12xy	Grischa Hit-3er	
T1220	1. Top-Event (Feature, TI, Gast)	
T1230	Regionalinformation (Nachrichten-Bulletin)	mit Wetter, Verkehr, Sport
T1240	Sport	
T1250	Wetter-Talk	LIVE-Wetter mit Aussichten

T1300	Grischa-Bulletins (Schema 00)	PRIME 2
	Showopener	Feiertags-Saluti

T13xy	Wunsch 1	
T1320	Wunsch 2	
T1330	Regionalinformation (Nachrichten-Bulletin)	Verkehr
T1338	Wunsch 2	
T1345	Wunsch 3	

T1400	Grischa-Kurznachrichten (RED, Schema 0030)	DRIVETIME 2
	Showopener	Service und Musik

T1420	Mod-Beitrag	
T1430	Service	Verkehr
T1440	Veranstaltungen zum Feiertag (Wdh.)	
T1445	Mod-Beitrag	

T1500	Grischa-Kurznachrichten (RED, Schema 0030)	DRIVETIME 2
	Showopener	Information und Service

T1520	Mod-Beitrag	
T1530	Service	Verkehr
T1540	Mod-Beitrag	

T1600	Grischa-Kurznachrichten (Schema 00 "light")	PRIMETIME 3
	Showopener	Infotainment

T16xy	Teaser/Trailer	Stundenübersicht
T1615	Wetter und Verkehr zu Viertelstunde	mit Meteonews-Ton ab Audioline
T1630	Regionalinformation (Nachrichten-Bulletin)	Winter: Lawinenbulletin für nächsten Tag
	Grischa-Mega-Hit	
T1640	Sport	
T1650	News-Teaser für Info-Stunde	

T1700 **Grischa-Nachrichten (Schema 00)**

Prime 3

Showopener

Informationsstunde

T17xy **1. Top-Event** (Feature, TI, Gast)

T1715 **Wetter und Verkehr zu Viertelstunde** mit Meteonews-Ton ab Audioline

T1720 **2. Top-Event** (Feature, TI, Gast)

T1730 **Regionalinformation (Nachrichten-Bulletin)**

T1640 **Sport**

T1750 **Top-Event** (Feature, TI, Gast)

T1800 **Grischa-Nachrichten (Schema 00)**

Prime 3

Showopener

Feiertags-Saluti 2

T18xy **Gruss, Wunsch 2x**

T1820 **Gruss, Wunsch 1x**

T1830 **Kinder-Nachrichten** Verkehr

T1840 **Gruss, Wunsch 2x**

T1850 **Gruss, Wunsch 1x**

T1900

Feiertags-Abendprogramm

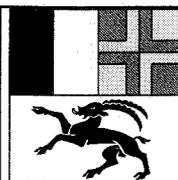
Programmrastrer Radio Grischa

Zeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
T 00-01							
T 01-02							
T 02-03							
T 03-04							
T 04-05							
T 05-06							
T 06-07							
T 07-08	1	1	1	1	1		
T 08-09						1	
T 09-10							1
T 10-11							
T 11-12	2	2	2	2	2		
T 12-13							
T 13-14						2	2
T 14-15	3	3	3	3	3		
T 15-16							
T 16-17							
T 17-18							
T 18-19	Wuko	Wuko	Wuko	Wuko	Wuko		
T 19-20						3	3
T 20-21	Abendprogramm	Abendprogramm	Abendprogramm	Abendprogramm	Abendprogramm		
T 21-22							
T 22-23							
T 23-24							



Programmleitung, 2006 - Vorgehen bei aussergewöhnlichen und/oder unvorhersehbaren Ereignissen:

Nachrichtenstufe	Kontaktperson	Ablauf
Grün (normal)	Keine	Normal
Gelb (planbar) Wahlen, Abstimmung, GRat etc.	In Absprache mit Redaktionsleitung	Gemäss Redaktions- Konzept
Orange (absehbar) Vogelgrippe, Tod Papst Johannes Paul II. etc.	In Absprache mit Redaktion	Gemäss Redaktions- Konzept
Rot (unvorhersehbar) Rüfen, Hochwasser, Brand, Mord an Promi oder im Sendegebiet, überraschender Rücktritt von BR oder RR.	Sofort Chefredaktion kontaktieren (JEDERZEIT!). Falls Martina (081 356 08 04 oder 079 470 53 61) nicht erreichbar ist: Michael (079 345 88 39) kontaktieren. Zusätzlichen Reporter aufbieten. Auskunftspersonen <i>Rüfen:</i> Hans Gasser, Chef Kantonalen Krisenstab, 081 257 35 22 oder 079 423 03 03 <i>Kant. Gebäudeversicherung:</i> Markus Fischer: 081 257 39 01 <i>Verbrechen:</i> Kapo GR: 081 284 11 44 Stapo Ueli Caluori: 079 611 09 28 <i>Regierungsräte:</i> Florian Jörg: 079 470 68 60 <i>Bundesräte/Bundeshaus:</i> Käsermann: 031 312 33 04 oder 079 434 07 34	Vorgehen nach Absprache mit der Redaktion/-sleitung. Prinzipiell gilt: RUHE BEWAHREN! A Bei <u>gesicherter Newslage</u> im ½-h-Takt informieren. B Bei <u>unmittelbarer Gefahr</u> für die Bevölkerung (Rüfen) erfolgt die Info im ¼-h-Takt (Redi schreibt, Modi liest).
Rot-Rot (dramatisch) 11. September, Tsunami	Sofort Redaktionsleitung kontaktieren. Zusätzliche Reporter aufbieten.	Vorgehen nach Absprache mit Redaktion/-sleitung. Prinzipiell gilt: RUHE BEWAHREN! Laufend informieren.



ICARO GRAUBÜNDEN

Information Catastrophe Alarme Radio Organisation

24.02.2006

Besprechung

16.02.2006 mit Johann Clopath, respunsabel ICARO Radio Rumantsch / Gerd Rehm, respunsabel center-transmissiun / Anna Maria Elmer-Cantieni, Informationsbeauftragte Kapo GR / Alois Hafner, Chef Info/Medien, Kapo GR

1. Ausgangslage

- 1.1. Unter der Bezeichnung ICARO betreibt die SRG SSR idée suisse (SRG) im Rahmen des Service public und ihres publizistischen Auftrages ein Informationsangebot für Krisen- und Katastrophenfälle. Zusätzlich informiert die SRG mit ICARO bei ausserordentlichen Ereignissen ohne Katastrophencharakter, d.h. auch in Fällen ohne Sirenenalarm. Sie erfüllt damit die Informationspflicht gemäss RTVG Art. 6.
- 1.2. Die SRG betreibt ICARO in Zusammenarbeit mit verschiedenen Behörden (Bundeskanzlei, Nationale Alarmzentrale (NAZ), Kantone und Polizei) und dem Führungsstab der Armee. Alle dem RTVG unterstehenden Veranstalter sind verpflichtet, behördliche Alarmmeldungen und dringliche polizeiliche Bekanntmachungen auf Anordnung der zuständigen Instanzen (zB Polizeikorps) zu verbreiten (Art 17 Abs 1 + 3 RTVV). Dazu sind Einschränkungen der Programmgestaltungsautonomie vorgesehen.
- 1.3. ICARO ist einzusetzen, wenn die Bevölkerung lokal, regional oder national über bestimmte Ereignisse informiert werden muss und konkrete Verhaltensanweisungen notwendig sind. Im weiteren unterstützt ICARO die Behörden bei Aufgeböten von Rettungs-, Katastrophen- und Armeepersonal und der Koordination beim Einsatz verschiedener Hilfsorganisationen.
- 1.4. ICARO-Meldungen sind jeweils zeitgerecht auch an die Kommerzradiostationen weiterzuleiten, damit die Bevölkerung im Ereignisfall möglichst optimal informiert werden kann. Die SRG SSR idée suisse unterstützt dieses Vorhaben. Diesbezüglich führen die Polizeikorps selbstständig in ihrem Einsatzgebiet Gespräche mit den Kommerzradiostationen und vereinbaren den Modus vivendi. Die Information der Kommerzradios im Alarmfall liegt in der Verantwortung der betroffenen Polizeikorps.
- 1.5. Die SRG, der Verband Schweizer Lokalradios und die NAZ wollen bei ao Lagen mit den Behörden eng zusammenarbeiten, damit die Bevölkerung bei Störfällen optimal informiert wird. Dazu erwarten die Radiostationen von den Behörden, schnelle, kompetente und glaubhafte Angaben:
 - Informationen über das Ereignis und seine bereits eingetretenen Auswirkungen
 - Informationen über den möglichen und wahrscheinlich weiteren Verlauf des Störfalls und seine Auswirkungen
 - Informationen über die Massnahmen, die angeordnet oder empfohlen werden und auch wenn diese wieder aufgehoben werden.

- 1.6. An ICARO partizipieren:
- Sämtliche Kantone (via Einsatzzentralen der Kantonspolizeien)
 - Alle grösseren Schweizer Städte
 - Die Nationale Alarmzentrale (NAZ)
 - Die Bundeskanzlei
 - Weitere Instanzen

2. ICARO Graubünden 1987

- 2.1. Alarmierung und Information der Bevölkerung bei Gefahren für Mensch, Tier und Umwelt sind sachlich und zeitlich aufeinander abzustimmen und bedürfen nicht der Zustimmung der Regierung. Die entsprechenden Kompetenzen liegen bei Einsatz des Kantonalen Führungsstabs (KFS) ad hoc bei dessen Stabschef und im übrigen (Einsatz des Polizeiführungsstabes allein) beim Polizeikommandanten. (RB vom 16.02.1987, Prot Nr 333)
- 2.2. Gestützt auf die Entscheide der Regierung (RB 16.02.1987) fand am 05.07.1988 im Rahmen der Katastrophenvorsorge unter Leitung des Kanzleidirektors Dr. Fidel Caviezel, in Absprache mit der Fernmeldedirektion Chur und der SRG (Programmleiter DRS-1 Bern, Studioleitung Chur und technische Direktion) eine Besprechung statt, um in Graubünden die ICARO Radioinformation individuell zu regeln.
Der Kanton Graubünden stellte an die SRG das Begehren, bei ICARO Ereignissen die Bündner Bevölkerung direkt von der SRG Programmstelle Chur aus zu informieren (sprachliche Besonderheiten, fünf romanische Idiome usw).

Folgende Massnahmen wurden beschlossen:

- Errichtung einer permanenten Sendeleitung zwischen dem Regionalstudio Graubünden und der Kantonspolizei
- Erhöhung der Erreichbarkeit beim Regionalstudio Graubünden (Techniker und Moderatoren)
- Stationierung einer mobilen Reporterstation bei der Kantonspolizei (Konferenzzimmer 4. Stock und UKP)
- Personelle Erweiterung des Informationsdienstes KFS mit Korrespondenten vor Ort
- Errichtung eines Radiostudios im Chalet (RB vom 07.05.1991, Prot Nr 1317)

3. ICARO Graubünden 2006

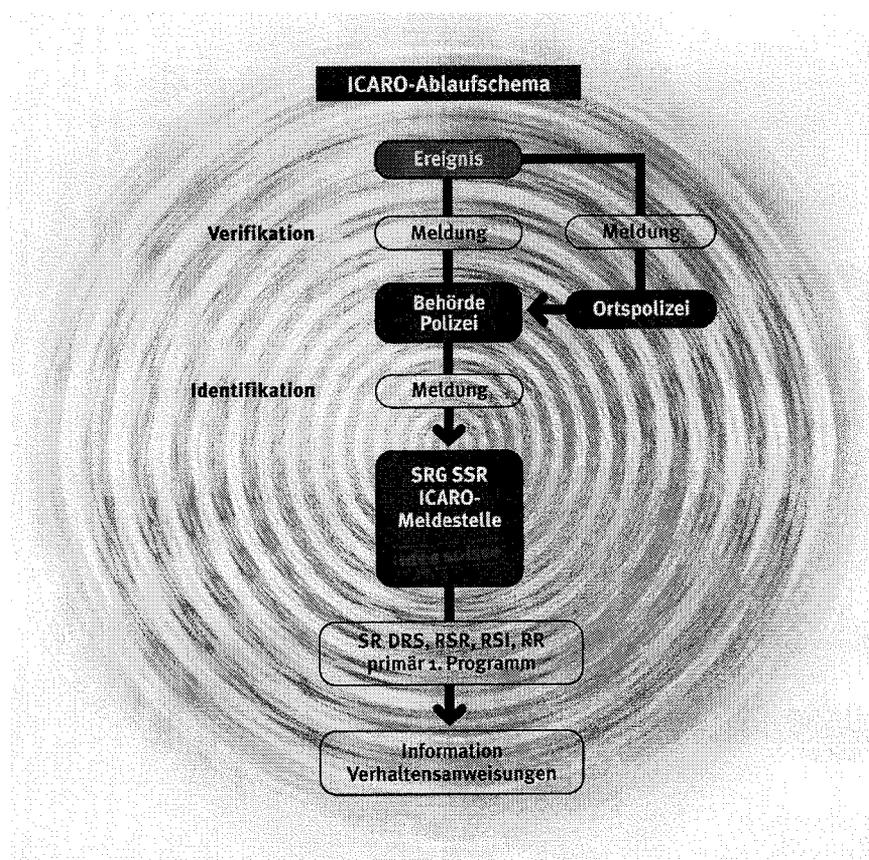
- 3.1. Im Zusammenhang mit dem neuen Standort der Studios von Radio e Televisiun Rumantsch (RTR) an der Masanserstrasse 2 müssen die Kantonspolizei-Sendeleitungen (MC2 222 und MC2 285) von und zu RTR ersetzt und in die neue Z-A umbestellt werden. Die mobile Reporterstation bei der Kantonspolizei entspricht nicht mehr der heute zwingend notwendigen Technik (Digitalisierung usw). Seit 1987 musste ICARO Graubünden nie für einen Ernstfall in Betrieb genommen werden (sehr geringe Eintretenswahrscheinlichkeit).
- 3.2. Aus technischen und Kostengründen wird die bisherige individuelle Lösung für Graubünden (ICARO Graubünden 1987) aufgehoben. Neu werden ab Juli 2006 ICARO Meldungen direkt aus den Studios Chasa RTR bzw. Radio Grischa gesendet.
- 3.3. Die Kantonspolizei kündigt per sofort die im Rahmen des Y2K-Projektes realisierten Sendeleitungen MC2 222 und MC2 285, Einsparung monatlicher Kosten von CHF 120.-.

- 3.4. Die bei der Kapo GR deponierte mobile Reporterausrüstung "unitronic UNIMUG Set 1" (ICARO Graubünden 1988) wird der Kantonspolizei für das Polizeimuseum Graubünden überlassen.

4. Aufträge ICARO 2006

4.1. SRG SSR idée suisse

ICARO wird eingesetzt, wenn die Bevölkerung regional oder national über ein bestimmtes Ereignis informiert werden muss und konkrete Verhaltensanweisungen nötig sind sowie wenn die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Helferorganisationen aktiviert und koordiniert werden soll.



Die auf der Webseite www.srg.ch fehlenden Publikationen betreffend ICARO sind auf Initiative von Georges auf der Maur, SR DRS, seit dem 21.02.2006 wieder aufgeschaltet. Damit kann sich die Schweizer Bevölkerung wieder auf www.srg.ch/295.0.html?&changeLang=set&L=0 (oder über www.srg.ch und suchen "Icaro") über die vorgesehenen Massnahmen der Behörden bei Gefahren für Mensch, Tier und Umwelt informieren.

4.2. Notruf- und Einsatzzentrale (NEZ), Pikettof, Info/Medien:

Bei GEFAHREN für Mensch, Tier und Umwelt, Dispo ICARO Graubünden auslösen!

- Front Nachrichten beschaffen: Bestehen Gefahren für Mensch, Tier oder Umwelt?
- Entscheid Pikettof, ICARO-Alarm Graubünden ja/nein
- Wenn ja; Alarmierung RTR Studio Chur, Telefon 081 255 75 50 oder 081 255 75 52 und Radio Grischa 081 255 77 33. Ausserhalb der Sendezeiten gemäss Ziff 4.3. bzw 4.4.

- Wenn ja: Voralarm ICARO Bern, Nachrichtenzentrale SR DRS via VULPUS. Bern meldet sich darauf telefonisch zurück, um die Meldung zu verifizieren.
- Bei Fehlalarmen erfolgt die Meldung nach Bern via VULPUS oder Fax (gelbes Formular)
- Info/Medien aufbieten und verstärken
- Polizei-Verbindungspersonen in die Studios RTR und Radio Grischa
- Mobile Informationseinheiten bei den externen Polizeidienststellen einsetzen
- ICARO-Meldungen, Alarmierung der Bevölkerung mit oder ohne Verhaltensmassnahmen
- Periodizität, Aufbereitung und Ausstrahlung festlegen, mindestens alle Stunde eine Meldung (Kontinuität sicherstellen)!
- Simultan dito Meldungen per Mail an alle Medien verbreiten, Titel immer ICARO Graubünden, Zeit: ...
- Lagebüro in Betrieb nehmen, laufende Nachrichtenbeschaffung
- Bei Bedarf Sorgentelefon (Kapo) in Betrieb nehmen, Pikettstellung Hotline KFS
- Entwarnung planen
- Entscheid Pikettorf: Ende ICARO Graubünden > Normalbetrieb

4.3. Radio e Televisun Rumantsch (RTR)

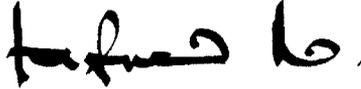
RTR stellt sicher, dass die Notruf- und Einsatzzentrale (NEZ) der Kantonspolizei ihre ICARO Beauftragten im Alarmfall auch ausserhalb der Sendezeiten zeitgerecht alarmieren kann. Dies erfolgt über den RTR Helpdesk, Telefon 081 255 76 78, der von T&I 365/24h Tage betreut wird.

4.4. Radio Grischa

Radio Grischa stellt sicher, dass die Notruf- und Einsatzzentrale (NEZ) der Kantonspolizei ihre ICARO Beauftragten im Alarmfall auch ausserhalb der Sendezeiten zeitgerecht alarmieren kann. Dies erfolgt über Natel 079 345 88 39 (Michael Forster, Programmleiter) oder über 079 424 24 19 (Pikett Redaktion).

4.5. Vollzug

Die Änderungen für ICARO 2006 betreffen insbesondere technische Anpassungen. Deshalb ist nach Rücksprache mit der Standeskanzlei vom 21.02.2006 kein neuer Regierungsbeschluss erforderlich

<p><u>Geht an</u> Erwin Banzer, Chef NEZ Anna Maria Elmer-Cantieni, Kapo GR Johann Clopath, ICARO RTR, auch zHd der Vorgesetzten Gerd Rehm, Technik RTR Michael Forster, Programmleiter Radio Grischa Georg auf der Maur, SR DRS</p>	<p>z K an Hans Gasser, SC KFS Standeskanzlei Graubünden Kdt, SC, AL</p>	<p>KANTONSPOLIZEI GRAUBÜNDEN Chef Information / Medien Informationschef KFS Stv Stabschef</p>  <p>Hafner Alois, Oblt mailto: alois.hafner@kapo.gr.ch</p>
--	--	--



Programmleitung, 2007

Die täglichen Redaktionssitzungen (09.05 und 14.05 Uhr) sind ein wesentlicher Bestandteil der redaktionellen Arbeit bei Radio Grischa und ein wichtiges Instrument der Qualitätssicherung. Diese Stehsitzungen dienen der genauen Themenplanung und Analyse von bereits gesendeten Beiträgen und Nachrichten.

Die Redaktionssitzung wird vom Tagesverantwortlichen (Chef vom Dienst) geleitet.

Vorbereitung

- Die Redaktionsmitglieder sind für die Sitzung vorbereitet
 - Inputs von allen (mindestens 1 Input pro Sitzung und Mitarbeiter)
 - Medienkonferenzen, Termine
 - Agenda prüfen und nachtragen
 - Inputliste
 - Bundeshaus-Redaktion
 - Konkurrenzmedien gesichtet

Durchführung

- Inputs, anstehende Themen und Pressetermine werden aufgenommen und diskutiert
- Themensetzung / Einsatzplanung
 - Beitragsthemen festlegen
 - klare Aufträge erteilen (Erwartungen, Einsatzplanung, Qualitätskriterien)
 - Termine setzen
 - Koordination von Information und Unterhaltung
 - Einsatz der Praktikanten

Der Tagesverantwortliche kann jederzeit die Themen der Aktualität anpassen und neu Setzen.

- Sendekritik – Einsatz/Ausfüllen der Checkliste



Geschäftsleitung, 2006/2007

Leitsätze und Grundwerte

- Wir werten das Regionale mit seiner Vielfalt und Vielsprachigkeit hoch
- Wir nehmen unser Publikum ernst
- Wir verstehen uns als Forumsmedium und fördern den Dialog
- Wir zeigen Entwicklungen und Zusammenhänge der vielsprachigen Bergregion auf
- Wir nehmen unsere Qualitätskriterien ernst und leben sie täglich
 - Glaubwürdigkeit
 - Regionalität und Aktualität
 - Hörernähe
 - Richtigkeit und Wahrheit
 - Relevanz (Schaffung von Nutzen)
 - Unabhängigkeit
 - Vielfalt
 - Fairness

Ethik/Gesellschaftliche Verantwortung

- Wir achten Würde und Rechte aller Interviewpartner und Zuhörer
- Wir lassen uns nicht einspannen, auch nicht für eine gute Sache
- Wir legen an uns die gleichen Massstäbe wie an die anderen
- Wir meiden jede Form von Vorverurteilungen
- Wir legen bei Nachrichten die Nationalitäten von Akteuren offen
- Wir berichten nicht über Suizidfälle. Ausnahme: Personen des öffentlichen Lebens

Handwerk:

- Wir beherrschen unser journalistisches Handwerk
- Wir wissen, wovon wir sprechen
- Wir suchen im Beitrag die Vielfalt der Formen
- Wir entwickeln uns ständig weiter

Neugier:

- Wir sind nach allen Seiten neugierig und offen
- Wir suchen nach neuen Aspekten
- Wir suchen nach den Zusammenhängen und Hintergründen

Sprache:

- Wir pflegen eine gute Radiosprache, auf eine Gossensprache verzichten wir
- Wir verzichten auf Germanismen, Fremdwörter setzen wir nur zurückhaltend ein
- Wir sind authentisch mit lokalen Dialekten

Qualität:

- Wir sichern und fördern unsere Qualität (Qualitätskriterien)
- Wir planen und produzieren nach Qualitätszielen und Nutzerbedürfnissen
- Wir pflegen die Sitzungskultur, Sendekritiken, Airchecks und persönliche Feedbacks
- Wir nehmen an internen und externen Weiterbildungen teil

Kommentar:

- Unsere Kommentare sind nie moralinsauer

Kritik/Kommunikation:

- Wir sind offen gegenüber konstruktiver Kritik
- Wir kritisieren uns selbst aktiv
- Wir nehmen Kritik nie persönlich
- Wir kommunizieren offen und aktiv
- Wir bringen uns an den jährlichen Mitarbeiterbeurteilungsgesprächen ein



Geschäftsleitung, 2006

I. Allgemeine Grundsätze

a. Einleitung

Die Unternehmung Südostschweiz Radio TV AG (SORTV) ist Herausgeberin / Produzentin vom Radioprogramm „Grischa“ und von Tele Südostschweiz.

b. Wirtschaftliche und institutionell-politische Grundsätze

1. Die Programme beinhalten Werbung und Sponsoring. Das bedeutet insbesondere, dass Nennung wirtschaftlich tätiger Akteure – nicht nur im Rahmen von Informationen – erfolgen kann. Die Programme beinhalten eigens produzierte Werbespots und -sendungen, die enthalten sind.
2. Das Radio und das Fernsehen stehen in keinerlei direkter Abhängigkeit von staatlichen und quasistaatlichen Institutionen und Parteien.

c. Journalistische und medienpolitische Grundsätze

1. Radio Grischa und Tele Südostschweiz verstehen sich als informations- und unterhaltungsorientierte Regionalmedien und als Teil der lokalen/regionalen Medienvielfalt. Das Geschehen in der Konzessionsregion Südostschweiz sowie Graubünden Süd (Radio) und Glarus (Tele) bilden Schwerpunkte im Programm. Lokalbezug meint jedoch nicht den Verzicht auf übergreifende, auch internationale Themen. Diese sind im Gegenteil erwünscht, wenn auch vorzugsweise im Zusammenhang mit lokalen Veranstaltungen aufgegriffen oder durch lokale Initiativen gestaltet.
2. Wortbeiträge (Radio) und Wort- und Bildbeiträge haben primäre Bedeutung.
3. Die Berichterstattung soll sich auf Personen, Gruppen, Themen und Zusammenhänge konzentrieren, die in der Bevölkerung von grossem Interesse sind und die man kennt.
4. Das Programm und die Redaktion sind für unterschiedliche Ansätze und Überzeugungen offen. In den Programmen spiegelt sich die Vielfalt der Meinungen unterschiedlicher gesellschaftlicher Kräfte innerhalb der Verbreitungsgebiete wider. Meinungsunterschiede sollen in den Programmen wie in der inneren Diskussion offen und nachvollziehbar ausgetragen werden.
5. Jede rassistische, sexistische, soziale oder andere Diskriminierung von Personen oder Gruppen, das Schüren von Ängsten oder Vorurteilen gegen solche, jede Art von Gewaltverherrlichung sind in Programm und Struktur des zu betreibenden Radio- bzw. Fernsehprogramms auszuschliessen. Das Gleiche gilt für alle Beiträge und Personen, die solche Verhältnisse oder Haltungen fördern oder vertreten. Bei einer nationalen medialen negativen Resonanz üben die Programme Zurückhaltung.

6. Die Programme wenden sich primär an alle Einwohner in der Region Südostschweiz, Durchreisende und Feriengäste. Der Austausch zwischen Hörenden bzw. Zuschauern und Programmschaffenden soll gefördert werden.
7. Radio Grischia und Tele Südostschweiz streben einen Programmaustausch bzw. eine Programmkooperation sowie die Vernetzung mit anderen, vergleichbaren Radio-, TV- und anderen Medieninitiativen im In- und Ausland an.

d. Grundsätze der Struktur

1. Oberstes Organ ist die Generalversammlung der Südostschweiz Radio/TV AG, die den Verwaltungsrat bestimmt und den Geschäftsführer entsprechend beauftragt.
2. Die Programme werden von eigenständigen Redaktionen produziert. Im redaktionellen Bereich sind hierarchische Strukturen durch den Geschäftsleiter vorgegeben, wobei zugleich klare Verantwortlichkeiten festgelegt werden sollen.

II. Grundsätze für die redaktionelle Arbeit, publizistische Freiheit, Programmverantwortung und Rechte an den Produktionen

a. Selbstbestimmung

1. Kein Redaktor darf veranlasst werden, in Sendungen, Beiträgen oder Moderationen, für die er als Autor verantwortlich ist, eine der eigenen Überzeugung oder dem eigenen Kenntnisstand widersprechende Information als richtig zu bezeichnen, diese zu veröffentlichen oder die Veröffentlichung von Tatsachen oder Meinungen zu unterdrücken. Ausgenommen ist der als solches deklarierte Kommentar.
2. Keine der produzierenden Personen darf gegen ihren Willen gezwungen werden, ein Thema zu bearbeiten oder die Bearbeitung nicht anzunehmen. Aus einer Weigerung dürfen keine Nachteile entstehen.
3. Jedes Redaktionsmitglied bekennt sich dazu, Qualität und deren Sicherung mit festgelegten präventiven, den produktionsprozess begleitenden und korrektiven Elementen anzustreben.

b. Journalistische Grundregeln

1. In allen Sendungen und Beiträgen sind die journalistischen und die publizistischen Grundregeln zu beachten. (Publizistisches Leitbild, Medienrecht)
2. Grundsätzlich ist sorgfältig und nach bestem Gewissen zu recherchieren und auf Tatsachen gestützt zu berichten.
3. Kommentare, persönliche Meinungen oder Interpretationen sind, gegebenenfalls mit Angaben über ihre Herkunft, als solche kenntlich zu machen und dürfen erst nach Gutheissung durch den Programmleiter oder die Chefredaktion ausgestrahlt werden.

c. Musikprogramm

1. Eine Musikredaktion organisiert die Bemusterung, den Einkauf und die Archivierung von radioeigener Musik, stellt Musikschleifen zusammen und hält den Kontakt zu Plattenfirmen.
2. Es soll bevorzugt Musik eingesetzt werden, die grundsätzlich der Hörschaft von Radio Grischa (AC-Format) entspricht, allgemein verträglich ist und keinen Ab- oder Umstellimpuls beinhaltet. Mit Hauptbestandteil der Musik bilden Pop- und Rockproduktionen aus dem Kanton Graubünden bzw. der Schweiz. Volksmusik bzw. Schlager und volkstümlicher Schlager, Oldies sowie Klassik ergänzen den Hauptbestandteil mittels Spartensendungen. Stilrichtungen wie Jazz, Hip-Hop, Techno, Funk, Punk, Hardrock und deren Untergruppen etc. werden ohne Zustimmung des Programmleiters nicht gespielt.

d. Programmverantwortung

1. Die Programmverantwortung wird von der Programmleitung getragen. Bei Unklarheiten nimmt der Programmleiter Rücksprache mit dem Geschäftsführer.
2. Radio Grischa wird im Programm täglich mehrmals genannt (nur Radio).
3. Am Beginn und am Ende werden die für den Inhalt verantwortlichen Redaktoren und Moderatoren genannt.

e. Ausschluss von Veröffentlichungen

1. Der Ausschluss von Veröffentlichungen darf nur erfolgen, wenn durch die Veröffentlichung ein nicht vertretbares Risiko für die Lizenz oder den Lizenznehmer entstehen würde, der Beitrag grob gegen die in diesem Statut festgelegten Kriterien verstösst oder der Produzent des Beitrages nicht bereit ist, grobe, technisch bedingte, qualitative Mängel, welche das einfache Verstehen des Beitrages im Radioempfänger unmöglich machen, zu überarbeiten.

f. Rechte an den Produktionen

1. Für die innerhalb der Mitarbeit bei Radio Grischa und Tele Südostschweiz entstandenen Werke (Produktionen) räumt der Mitarbeiter dem Radio ein ausschliessliches Nutzungsrecht für Verbreitung, Aufführung und Sendung ein. Die Mitarbeiter von Radio Grischa und Tele Südostschweiz treten mit Unterzeichnung des Arbeitsvertrages die immateriellen Rechte an seinen Werken an die Südostschweiz Radio/TV AG ab. Möchte der Urheber selbst oder ein Dritter Produktionen verbreiten, aufführen oder senden, ist dies mit dem Programmleiter vorgängig abzusprechen, wobei diesem das alleinige Entscheidungsrecht zusteht. Mit Bezahlung des geschuldeten Lohnes sind die Urheberrechte vollumfänglich abgegolten. Werden Beiträge von Radio und TV gewinnbringend an Dritte verkauft, sind die Journalisten angemessen zu entschädigen. Ausgenommen sind Audioline sowie der normale Beitrags- und Sendungsaustausch.
2. Ist eine Verwertung durch den Urheber schon vor der Produktion eines Werkes geplant, wird angeraten, eine gemeinsame vertragliche Regelung zu treffen. Soll Radio Grischa bzw. Tele Südostschweiz kein ausschliessliches Nutzungsrecht erhalten, wird von einer privaten/kommerziellen Nutzung ausgegangen.

III. Redaktion und redaktionelle Mitarbeit

a. Programmverantwortung

1. Die oberste Verantwortung liegt beim Programmleiter, der nach den Grundsätzen des Verwaltungsrates und der Geschäftsführung seine Entscheide trifft. Die Programmleitung entscheidet über einzelne Beiträge oder Sendungen, plant die Beiträge und Sendungen sowie die redaktionellen und inhaltlichen Konzepte unabhängig und in eigener Verantwortung.
2. Jeder Programmschaffende sorgt selbständig für die Organisation der nötigen Technik, Regie, Musik und anderer Komponenten der Produktion.

b. Redaktionssitzung

1. Die Redaktionssitzung tagt bei Radio Grischa zweimal täglich, die Redaktionssitzung von Tele Südostschweiz einmal täglich, und beinhaltet eine Sendekritik (Ausnahme Wochenende).
2. Die Redaktionskonferenz von Radio Grischa koordiniert einmal monatlich die redaktionsübergreifende Zusammenarbeit und Abstimmung, kann in dringenden Fällen kurzfristige Programmänderungen beschliessen, frei werdende bzw. ohnehin freie Programmplätze vorläufig vergeben.
3. Die Redaktionskonferenz von Tele Südostschweiz koordiniert einmal quartalsweise die redaktionsübergreifende Zusammenarbeit und Abstimmung.
4. Die Sendepäne werden auf der Radio-Grischa- bzw. Tele-Südostschweiz-Homepage aktualisiert und als Medienmitteilung veröffentlicht.

IV. Gemeinsame Bestimmungen

a. Geltungsbereich

1. Dieses Statut gilt für alle bei der Südostschweiz Radio/TV AG tätigen Redaktionsmitglieder, die arbeitsvertraglich angestellt sind. Das Statut wird ihnen schriftlich ausgehändigt.
2. Dieses Statut bindet die einzelnen Redaktionsmitglieder und die Redaktoren unter Vorbehalt weitergehender gesetzlicher Bestimmungen.

Checkliste Beitragsfeedback



Beitragsthema

- war relevant, aktuell oder informativ

Sehr gut	gut	mässig	nicht spielbar
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kommentar:

- war der Sendung (Morgen, Mittag, Abend -> Länge) angepasst

Sehr gut	gut	mässig	nicht spielbar
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kommentar:

Inhalt

- Anmoderation

Sehr gut	gut	mässig	nicht spielbar
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kommentar:

- verständlich (Sprache, Aufbau etc.)

Sehr gut	gut	mässig	nicht spielbar
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kommentar:

- passende(r) Interviewpartner

Sehr gut	gut	mässig	nicht spielbar
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kommentar:

Technik

- Sauber geschnitten/fehlerfrei

Sehr gut	gut	mässig	nicht spielbar
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kommentar:

Beitrag von _____ Sendezeit _____ Modi _____

→ Zutreffendes bitte ankreuzen, bei Bewertung mässig oder nicht spielbar unbedingt begründen.

Mitarbeiterbeurteilungsgespräch

Personalien Mitarbeiter/in

Name/Vorname	_____	Geb.-Datum	_____
Funktion, Einsatzort	_____		
Spezielle Aufgaben	_____		
Direkte/r Vorgesetzte/r	_____	Letztes MA-Gespräch am	_____
Gesprächsdatum und Ort	_____		

Einleitung

Sehr geehrte Mitarbeiterin, sehr geehrter Mitarbeiter

Das Mitarbeitergespräch ist eine jährliche Standortbestimmung, die dazu genutzt werden sollte, die Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeiter/innen herauszuspüren. Ihr jährliches Mitarbeiterbeurteilungsgespräch dient als Standortbestimmung und schlussendlich auch zur eigenen Förderung im Unternehmen.

Weiter erhalten Sie Gelegenheit, Ihrem Vorgesetzten Ihre Sicht und Erwartungen, aber auch Anregungen und Verbesserungsvorschläge einzubringen. Auf der Basis der Unternehmensziele vereinbart der Vorgesetzte mit dem Mitarbeiter jährlich die persönlichen Ziele und überprüft diese regelmässig.

Bewertungsmassstab bezüglich Leistungen, Verhalten und Erwartungen

sehr gut	Anforderungen übertroffen (6 Punkte)
gut	Anforderungen werden erfüllt (5 Punkte)
genügend	Anforderungen werden mehrheitlich erfüllt (4 Punkte)
ungenügend	Anforderungen werden nicht erfüllt – Massnahmen müssen definiert werden (3 Punkte).

Handhabung des Beurteilungsbogens – Beispiel

Bitte beurteilen Sie die Aussagen im Beurteilungsbogen, wie Sie diese aus Ihrer Sicht bei Ihrer Arbeit erfüllen/wie diese auf Ihre Arbeit zutreffen.

1. Aussage: Sie arbeiten rationell, effizient, strukturiert und setzen Prioritäten
Beurteilung: Diese Aussage erfülle ich/trifft zu sehr gut gut genügend ungenügend

Verwendete Abkürzungen: MA = Mitarbeiter/in
VG = Vorgesetzte/r

Bei jeder Frage steht Ihnen Platz zur Verfügung, den Sie für Aussagen, wichtige Bemerkungen und/oder Ergänzungen einsetzen können.

Bitte nehmen Sie zum Gespräch Ihren ausgefüllten Bogen mit.

Fachkompetenz

<p>1. Arbeitstechnik, Einhalten von Terminen: Sie arbeiten rationell, effizient, strukturiert und setzen Prioritäten. Zudem planen Sie den Arbeitsaufwand, halten die vorgegebenen Termine ein und liefern die Arbeiten pünktlich.</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>Bemerkungen:</p>	
<p>2. Fachkompetenz: Sie verfügen über kompetente Fachkenntnisse und können diese professionell einsetzen.</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>Bemerkungen:</p>	
<p>3. Qualität/Quantität: Sie arbeiten bei hohen Anforderungen konzentriert und erbringen konstante, professionelle Leistungen im geforderten Arbeitsvolumen. Fehler und Reklamationen kommen selten vor.</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>Bemerkungen:</p>	

Selbst- und Sozialkompetenz

<p>4. Teamfähigkeit, Kritik und Konfliktfähigkeit: Im Team können Sie Rücksicht nehmen, und Ihre Haltung ist tolerant, hilfsbereit und loyal. Konfliktsituationen gehen Sie konstruktiv an, Sie sind dialogbereit und können mit Kritik umgehen.</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>Bemerkungen:</p>	
<p>5. Engagement und Belastbarkeit: Sie zeigen grosse persönliche Leistungsbereitschaft und leisten einen vorbildlichen Einsatz. In hektischen Situationen sind Sie belastbar und stellen sich rasch auf neue Situationen ein.</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>Bemerkungen:</p>	
<p>6. Kundenorientierung: Sie sind für die Anliegen der Kunden (Inserenten, Leser, interne Kunden usw.) sensibilisiert, zeigen Dienstleistungsbereitschaft und bieten konstruktive Lösungen an.</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>Bemerkungen:</p>	
<p>7. Selbständigkeit, Eigeninitiative: Sie nutzen die zustehenden Handlungsräume aus und arbeiten selbständig. Zudem verfügen Sie über die notwendige Eigeninitiative, um Ihre Aufgabe zu optimieren, rationalisieren und weiterzuentwickeln.</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>Bemerkungen:</p>	

Führungskompetenz (nur für Führungspersonen)

<p>8. Entscheidungs- und Beratungskompetenz: Sie bringen Probleme auf den Punkt, zeigen Lösungssätze auf, entscheiden selbständig und sind bereit, Entscheidungen zu tragen.</p> <p>Bemerkungen:</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend</p> <p>VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>MA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>9. Mitarbeiterführung: Sie setzen das Potenzial der Mitarbeiter sinnvoll ein, fordern und fördern diese und achten dabei auf ein motivierendes Umfeld.</p> <p>Bemerkungen:</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend</p> <p>VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>MA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>10. Vorbildfunktion: Sie bleiben innerhalb des gesetzlichen/reglementarischen Rahmens und wirken dabei als Vorbild.</p> <p>Bemerkungen:</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend</p> <p>VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>MA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>11. Planen und Organisieren: Sie setzen die Führungsinstrumente gezielt ein, setzen die Prioritäten richtig, planen die Termine und organisieren Ihre Arbeitsprozesse sinnvoll und wirtschaftlich.</p> <p>Bemerkungen:</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend</p> <p>VG <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>MA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>

Rückmeldung seitens Mitarbeiter/in an Arbeitgeber

<p>12. Arbeitsinhalt, Identifikation mit der Arbeit: Ihre Arbeit leisten Sie motiviert und sie bereitet Ihnen Freude.</p> <p>Bemerkungen:</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend</p> <p>MA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>13. Wohlbefinden am Arbeitsplatz: Sie fühlen sich an Ihrem Arbeitsplatz wohl und empfinden den Umgang und die Zusammenarbeit in Ihrem Team als positiv.</p> <p>Bemerkungen:</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend</p> <p>MA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>14. Arbeitsauslastung: Sie sind bei Ihrer Arbeit weder unter- noch überfordert, und die aktuelle Arbeitsauslastung ist optimal.</p> <p>Bemerkungen:</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend</p> <p>MA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>15. Arbeitsklima: Sie empfinden das Arbeitsklima und die Zusammenarbeit mit anderen Diensten als positiv.</p> <p>Bemerkungen:</p>	<p>sehr gut gut genügend ungenügend</p> <p>MA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>

Zielvereinbarung des letzten Jahres Rückschau

Welche Ziele wurden erreicht? Was wurde nicht erreicht? Warum?

Zielvereinbarung für das kommende Jahr Zukunftsorientiert

Persönliche Zielvereinbarung für das kommende Jahr; erforderliche Massnahmen für die Erfüllung der Zielvereinbarung, Förderungsmassnahmen (inkl. Aus- und Weiterbildungsmassnahmen). Folgende konkreten und messbaren Ziele werden für das Folgejahr definiert:

Stellungnahme des/r Mitarbeiters/in

Führungskompetenz des/r Vorgesetzten aus Sicht des/r MA	MA	sehr gut <input type="checkbox"/>	gut <input type="checkbox"/>	genügend <input type="checkbox"/>	ungenügend <input type="checkbox"/>
Bemerkungen:					

Input Mitarbeiter/in: Allfällige Bemerkungen/Wünsche/Vorschläge

Gesamtbewertung

Leistung, Verhalten und Erwartungen während der ganzen Beurteilungsperiode: Erfüllung des Stellenziels unter Berücksichtigung von Rahmenbedingungen und Arbeitsumfang. Der/Die Beurteiler/in berücksichtigt dabei die Wichtigkeit und Rahmenbedingungen der einzelnen Beurteilungspunkte.

Die Erwartungen bezüglich Aufgabenerledigung und Einsatz der Kompetenzen sowie Verhalten ...

<input type="checkbox"/> Sehr gut	<input type="checkbox"/> gut	<input type="checkbox"/> genügend	<input type="checkbox"/> ungenügend
... wurden übertroffen.	... wurden erfüllt.	... wurden mehrheitlich erfüllt.	... wurden nicht erfüllt.

Unterschriften

Die Unterschrift bestätigt lediglich, dass alle Punkte mit dem/r Mitarbeiter/in besprochen wurden. Falls der/die Mitarbeiter/in mit der Zusammenfassung nicht einverstanden ist, kann eine Besprechung mit dem/r nächsthöheren Vorgesetzten verlangt werden.

Datum:

Unterschrift Mitarbeiter/in

Unterschrift direkte/r Vorgesetzte/r

Unterschrift nächsthöherer/n Vorgesetzter/n

Das original unterschriebene Gesprächsprotokoll wird dem Personaldienst in einem verschlossenen Couvert zugestellt.



Programmleitung, 2007

Die tägliche Sendekritik wird durch den Chefredaktor durchgeführt. Er bündelt und analysiert laufend die publizistische Leistung. Der Chefredaktor kann diese Aufgabe an den Tagesverantwortlichen (Chef vom Dienst) delegieren.

Die Sendekritik ist Teil der täglichen Redaktionssitzungen um 09.00 Uhr bzw. 14.00 Uhr und wichtiger Bestandteil der redaktionellen Qualitätssicherung bei Radio Grischa. Gegenstand der Sendekritik sind der vergangene Radiotag sowie die aktuellen Morgen- und Mittagssendungen. Ergänzend zur Beurteilung der Chefredaktion ist das Team aktiv gefordert Feedback zu geben.

- eigener Höreindruck
- Beurteilung Feedbacks Redaktionsmitglieder
- Zuhörerreaktionen
- Konkurrenzvergleich)

I **Checkliste Sendekritik/Analyse**

a.) Beiträge:

- Themensetzung (wurden die richtigen/wichtigen Themen behandelt)
- Themengewichtung (wurden die richtigen Prioritäten gesetzt)
- verpasste Themen (was ist uns entgangen, weshalb)
- Ausführung/Inhalt (waren die Beiträge verständlich, „peppig“ (d.h., wurde das Auftragsziel erreicht), die O-Töne sauber geschnitten, waren die Angaben korrekt, was fiel auf)
- Verbesserungsmöglichkeiten (wie können die festgestellten Fehler in Zukunft vermieden werden)

b.) Nachrichten/Bulletins (hochdeutsch):

- Themensetzung (waren die Nachrichten relevant)
- Themengewichtung (wie wurden die Prioritäten gesetzt)
- Aufbau des Bulletins
 - inhaltlich (waren die Nachrichten verständlich und korrekt umgetextet; wurden, wo nötig, Quellen genannt, wichtige Aspekte herausgestrichen, waren die O-Töne aussagekräftig und in guter Qualität)
 - sprachlich (korrektes Deutsch, gepflegte, aber einfache Sprache, wie weit wurden Fachausdrücke/Fremdwörter/ Germanismen ausgemerzt)
 - Präsentation (fehlerfreies Lesen, Präsenz, Tempo, Stimmführung)
- Verbesserungsmöglichkeiten (wie können die festgestellten Fehler in Zukunft verhindert werden)

c.) Regionalbulletins (dialekt)

- Themensetzung
- Themengewichtung
- Aufbau des Regionalbulletins
 - inhaltlich (waren die Nachrichten verständlich und korrekt umgetextet, wurden Quellen, wo nötig, genannt, wichtige Aspekte herausgestrichen, waren die O-Töne aussagekräftig und in guter Qualität)
 - sprachlich (war der Dialekt lupenrein, die Satzstrukturen dem Dialekt angepasst)
 - Präsentation (fehlerfreies Lesen, Präsenz, Tempo, Stimmführung)
- Verbesserungsmöglichkeiten (wie können die festgestellten Fehler in Zukunft verhindert werden)

II Auswertungstool

Wir lernen aus Fehlern. Damit sich diese nicht wiederholen möchten wir ein Auswertungstool einrichten, das den Ursachen auf den Grund geht und diese festhält. Dieses Tool bündelt und analysiert die festgehaltenen Fehler systematisch und dient als Nachschlagewerk. Das Instrument wird von der Chefredaktion entwickelt.

Personalreglement der Südostschweiz Mediengruppe

gültig ab 1.1.2007

1. WER SIND WIR?	5
2. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN	5
2.1 Grundsätzliches /Anwendungsbereich	5
2.2 Begriffsbestimmungen	6
2.3 Unterscheidung Arbeitsverhältnisse	6
2.4 Ausserbetriebliche Tätigkeiten	6
2.5 Annahme von Geschenken	7
2.6 Informationen	7
2.7 Schweigepflicht	7
2.8 Informatik	7
2.9 Konkurrenzverbot	8
2.10 Sexuelle Belästigung und psychische Belästigung (Mobbing)	8
3. BEGINN UND ENDE DES ARBEITSVERHÄLTNISES	9
3.1 Beginn Arbeitsverhältnis	9
3.2 Probezeit	9
3.3 Kündigung	9
3.4 Ende Arbeitsverhältnis	10
4. ARBEITSZEIT	11
4.1 Grundlagen	11
4.2 Zeiterfassung	12
4.3 Arbeitszeit /Pausen	12
4.3.1 Zeitlimiten	12
4.3.2 Gleitende Arbeitszeit (GLAZ)	13
4.3.3 Überstunden	13
4.3.4 Pausen	14
4.4 Kompensation und Abgeltung von Überstunden und Gleitzeitstunden	14
4.4.1 Ausgleich von Überstunden durch Freizeit	14
4.4.2 Ausgleich von Überstunden durch Entlöhnung	14
4.4.3 GLAZ-Saldo-Kompensation	14
4.4.4 Sonntagsarbeit ohne Zeiterfassung	15
4.4.5 Verlängerung der Ausgleichsfrist	15
4.4.6 Bereitschafts- oder Pikettdienst	15
4.4.7 Arbeitsweg	15
4.5 Zeitzuschläge	15
4.5.1 Berechnung der Zeitzuschläge	16

4.6	Massnahmen und Konsequenzen bei Unregelmässigkeiten	16
5.	FERIEN / FEIERTAGE / ABSENZEN	16
5.1	Grundsätzliches	16
5.2	Ferienanspruch	17
	5.2.1 Ferienanspruch für Mitarbeitende im Stundenlohn	17
	5.2.2 Ferienanspruch für Medienkuriere	17
5.3	Krankheit oder Unfall während den Ferien	17
5.4	Ferienkürzung infolge Abwesenheiten	18
5.5	Feiertagsregelung	18
	5.5.1 Feiertagsregelung für Mitarbeitende im Stundenlohn	19
5.6	Bezahlte Absenzen	19
5.7	Unbezahlter Urlaub	
	für ausserschulische Jugendarbeit	19
5.8	Unbezahlter Urlaub	19
5.9	Private Absenzen	20
6.	LOHN / ZULAGEN / DIENSTALTERSGESCHENKE	20
6.1	Grundsätzliches	20
6.2	Lohnabzüge	20
6.3	Kinder- und Ausbildungszulagen	21
6.4	Dienstaltersgeschenke	21
	6.4.1 Dienstaltersgeschenke für Teilzeitmitarbeiter	21
6.5	Einmalige Entschädigung	
	zur ordentlichen oder vorzeitigen Pensionierung	22
6.6	Hochzeitsgeschenk	22
6.7	Bestandene Lehrabschlussprüfung	22
6.8	Lohnpfand/Lohnverrechnung	22
7.	SPESEN	23
7.1	Ausnahmen	23
7.2	Grundsatz und Definition des Spesenbegriffs	23
7.3	Abrechnungen / Belege	23
7.4	Fahrtenentschädigung	24
	7.4.1 Grundsätzliches	24
	7.4.2 Wahl des Verkehrsmittels	24
	7.4.3 Öffentliche Verkehrsmittel	24
	7.4.4 Einsatz des privaten Autos	24
7.5	Verpflegung	25

7.6	Mobiltelefonie	25
7.7	Spezielle Spesen und Kleinauslagen	26
8.	PENSIONSKASSE UND SOZIALVERSICHERUNGEN	26
8.1	Pensionskasse	26
8.2	AHV, IV, EO und ALV	26
8.3	Unfallversicherung für Betriebs- und Nichtbetriebsunfälle	26
8.4	Krankentaggeldversicherung	27
8.5	Private Ergänzungsversicherung	27
9.	UNFALL / KRANKHEIT / SCHWANGERSCHAFT / MILITÄR / TODESFALL / AUTOUNFALL BEI DIENSTFAHRTEN	27
9.1	Meldepflicht	27
9.2	Lohnzahlung bei Krankheit und Unfall	28
9.3	Lohnzahlung bei Schwanger- und Mutterschaft	28
9.4	Lohnzahlung bei Militärdienst	29
9.5	Lohnzahlung im Todesfall	29
9.6	Kürzung der Lohnfortzahlung	29
9.7	Auto-Unfälle bei Dienstfahrten	29
10.	MITARBEITER-BEURTEILUNG	30
11.	AUS- UND WEITERBILDUNG	30
12.	VERGÜNSTIGUNGEN	30
12.1	Print-/Online-Abonnements	30
12.2	Private Gelegenheitsanzeigen in Zeitung und Radio	30
12.3	Todesanzeigen und Danksagungen	31
12.4	Geburtsanzeigen	31
12.5	Kürzung bzw. Verzicht auf Vergünstigungen	31
13.	DIVERSES	31
13.1	Gesundheitsschutz und Unfallverhütung	31
13.2	Allgemeingültige Bestimmungen und Auszug aus der Hausordnung	32
13.3	Massnahmen bei Zuwiderhandlungen	33

14. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

33

14.1 Gültigkeit

33

14.2 Änderung des Reglements

33

14.3 Unklarheiten

33

14.4 Einverständnis der Steuern

34

1. WER SIND WIR?

Medien verbinden Menschen

Die Südostschweiz Mediengruppe ist ein regionales Medienhaus von nationaler Bedeutung. Sie hat ihren Hauptsitz in Chur. In der Südostschweiz Mediengruppe werden Tages-, Sonntags- und Wochenzeitungen sowie Fachzeitschriften und Bücher herausgegeben. Die Gruppe betreibt zwei Radios und einen TV-Sender sowie ein Internetportal. Dienstleistungen werden im grafischen und drucktechnischen Bereich, für Internet und Informatik, für Film und Radio und im Verkauf von Werbung erbracht.

Sie ist in den Kantonen Graubünden, Glarus, Zürich und St. Gallen tätig und kooperiert mit Zeitungsgesellschaften in den Kantonen Schwyz, St. Gallen und im Fürstentum Liechtenstein.

Als eine der grössten Arbeitgeberin der Region bietet die Südostschweiz Mediengruppe dem Kunden hochqualifizierte Produkte und Dienstleistungen, den Mitarbeitenden qualifizierte Arbeitsplätze und ein gutes soziales Umfeld.

2. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

2.1 Grundsätzliches / Anwendungsbereich

Das Personalreglement stellt allgemeine Grundsätze auf, welche die Zusammenarbeit zwischen dem Unternehmen und den Mitarbeitenden regeln. Dem Personalreglement übergeordnet sind alle verfassungsrechtlichen und gesetzlichen Bestimmungen von Bund und Kanton. Das Personalreglement zählt diese Bestimmungen nicht auf.

Das jeweils gültige Personalreglement gilt für alle fest angestellten Mitarbeitenden der Südostschweiz Mediengruppe. Es bildet einen integrierenden Bestandteil des zeitlich unbefristeten oder fest für länger als drei Monate eingegangenen Arbeitsvertrages. Es gelangt zur Anwendung, wenn im Arbeitsvertrag keine individuellen Bedingungen vereinbart werden. Allfällige Abmachungen haben gegenüber dem vorliegenden Reglement den Vorrang. Das Personalreglement ist nicht für freie Mitarbeitende anwendbar. Der Mitarbeitende hat während seiner Arbeitszeit seinen gesamten Einsatz dem Geschäft zu widmen und die ihm übertragenen Aufgaben nach bestem Wissen und Können zu erledigen. Falls es die betrieblichen Verhältnisse erfordern, kann

einem Mitarbeitenden eine andere Funktion übertragen werden. Die Zuweisung eines anderen zumutbaren Standortes bzw. Arbeitsplatzes gilt als vereinbart. Die beruflichen Fähigkeiten und Neigungen sowie die persönlichen Verhältnisse des Mitarbeitenden sind soweit als möglich zu berücksichtigen.

In den Betrieben der Südostschweiz Mediengruppe sind Mitarbeitende mit verschiedenen Muttersprachen und Idiomen tätig. Die Vielfalt an Geschlechtern, Sprachen und Konfessionen setzt Toleranz und Rücksichtnahme voraus.

2.2 Begriffsbestimmungen

Als **Mitarbeitende** werden sämtliche Personen bezeichnet, mit denen ein Arbeitsvertrag abgeschlossen worden ist. Ohne abweichende Präzisierung steht Mitarbeitende für Personen beiderlei Geschlechts.

Als **Unternehmen** gelten Firmen der Südostschweiz Mediengruppe.

Als **Vorgesetzter** gilt, wer mit der entsprechenden Funktion als vorgesetzte Stelle im Arbeitsvertrag aufgeführt wird bzw. gemäss Führungsorganigramm über die entsprechende Entscheidungskompetenz verfügt.

2.3 Unterscheidung Arbeitsverhältnisse

Das Personalreglement unterscheidet vollzeit-, teilzeit- und stundenweise beschäftigte Mitarbeitende und Auszubildende (Lehrvertrag).

Für Teilzeit- und stundenweise Beschäftigte finden die Bestimmungen des jeweiligen Personalreglementes unter dem Vorbehalt spezialgesetzlicher oder individueller Regelungen sinngemäss Anwendung.

2.4 Ausserbetriebliche Tätigkeiten

Zur Bekleidung öffentlicher Ämter, zur Annahme von Verwaltungsrats- oder politischen Mandaten, zur Ausübung einer Lehrtätigkeit oder ähnlicher regelmässiger Nebenbeschäftigungen ist die Einwilligung des Vorgesetzten erforderlich.

Die Ausübung einer weiteren Erwerbstätigkeit ist bei Anstellungsverhältnissen von insgesamt mehr als 100 % untersagt. In Ausnahmefällen kann der Vorgesetzte eine Bewilligung erteilen.

Der Mitarbeitende hat den Vorgesetzten über die Tätigkeiten zu informieren.

2.5 Annahme von Geschenken

Ausser den üblichen Gelegenheitsgeschenken dürfen die Mitarbeitenden keine besonderen Leistungen von Dritten fordern, entgegennehmen oder sich zusichern lassen. Die Annahme von Zuwendungen, die den Charakter von Aufmerksamkeiten übersteigen, ist untersagt.

2.6 Informationen

Der Vorgesetzte informiert seine Mitarbeitenden über wichtige Änderungen in der Südostschweiz Mediengruppe.

2.7 Schweigepflicht

Mitarbeitende haben über Informationen, Geschäftsvorgänge, Produktionsabläufe und weitere geschäftliche Belange Stillschweigen zu bewahren. Wird das Stillschweigen verletzt, kann in leichten Fällen eine Verwarnung ausgesprochen werden. In schweren Fällen kann das Arbeitsverhältnis fristlos aufgelöst werden.

Die Pflicht zur Verschwiegenheit besteht auch nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses.

2.8 Informatik

Für die Sicherheit der Systeme (wie Server, Apparate, Programme und Daten) ist jeder Mitarbeitende mitverantwortlich; insbesondere auch für die Umsetzung der Sicherheitsvorkehrungen. Der Mitarbeitende ist verpflichtet, nur solche betriebsnotwendige Software auf den Computern des Unternehmens einzusetzen, für die eine gültige Nutzungslizenz vorliegt. Die Installation von unternehmensfremden Programmen (wie z.B. Spiele) ist verboten.

Mitarbeitende dürfen Software auf ihren Computern nur in Absprache mit dem Vorgesetzten installieren.

Die Nutzung des Internets ist ausschliesslich für die berufliche Tätigkeit reserviert. Eine nicht berufliche Verwendung (wie freies Surfen, Diskussionsforen, Spiele, Chats, Hören von Musik, Anschauen von Videos, Herunterladen von Dateien für private Zwecke sowie das Besuchen von sitten- und gesetzeswidrigen Sites) ist verboten.

Die elektronische Post hat den beruflichen Interessen zu dienen. Eine beschränkte private Nutzung wird toleriert. Infolge Virengefahr ist es verboten, suspekte Anhänge von unbekanntem Absendern zu öffnen. Eine erhöhte Aufmerksamkeit ist zwingend zu berücksichtigen.

Aufgrund der betrieblichen Sicherheit besteht die Möglichkeit einer personenbezogenen Auswertung der Protokollierungen. Die Auswertungsergebnisse werden über den Geschäftsführer an den Personaldienst weitergegeben und bei Bedarf gemeinsam mit den Betroffenen und den Vorgesetzten besprochen.

Im Falle eines Missbrauchs kann das Unternehmen angemessene zivil- und strafrechtliche Schritte gegen fehlbare Mitarbeitende einleiten (wie Mahnung, Schadenersatzforderung, Versetzung, Entlassung bzw. fristlose Entlassung).

2.9 Konkurrenzverbot

Das Unternehmen behält sich vor, Mitarbeitende zur Unterzeichnung eines Konkurrenzverbots aufzufordern; dies sofern sie im Rahmen ihrer Tätigkeit Zugang zu Informationen über die Kundschaft und zu Geschäftsgeheimnissen erhalten.

2.10 Sexuelle Belästigung und psychische Belästigung (Mobbing)

Als sexuelle Belästigung gilt jede Handlung mit sexuellem Bezug. Sie kann von anzüglichen und peinlichen Bemerkungen, sexistischen Sprüchen und aufdringlichen Blicken bis zu sexuellen Übergriffen reichen.

Als psychische Belästigung gelten Verhaltensweisen oder Äusserungen, die gegen eine bestimmte Person gerichtet sind; dies mit dem Ziel, die betroffene Person auszugrenzen, erheblich zu verunsichern oder auszuschliessen.

Sexuelle und/oder psychische Belästigung wird im Unternehmen nicht toleriert. Belästigende Personen haben mit Massnahmen zu rechnen, die je nach Schwere von einem schriftlichen Verweis bis zu einer fristlosen Kündigung gehen können. Dasselbe gilt bei Diskriminierung wegen des Geschlechts, der Sprache, der Konfession oder anderen Unterschieden.

Mitarbeitende, die sich sexuell bzw. psychisch belästigt oder diskriminiert fühlen, werden aufgefordert, den belästigenden bzw. Personen unmissverständlich mitzuteilen, dass sie ihr Verhalten nicht tolerieren. Die betroffenen Personen können sich zudem jederzeit an den Vorgesetzten oder an andere Bezugspersonen wenden. Zusammen mit den Betroffenen wird die Vorgehensweise bestimmt.

3. BEGINN UND ENDE DES ARBEITSVERHÄLTNISSES

3.1 Beginn Arbeitsverhältnis

Für jedes Arbeitsverhältnis wird ein schriftlicher Arbeitsvertrag erstellt und gegenseitig unterzeichnet. Es gelten die jeweils gültigen Reglemente und Verordnungen. Die im Arbeitsvertrag aufgeführten Beilagen werden durch Unterzeichnung des Arbeitsvertrages ausdrücklich anerkannt.

3.2 Probezeit

Die im Arbeitsvertrag vorgesehene Probezeit beträgt maximal drei Monate. Absenzen infolge Krankheit, Unfall, Militär oder Zivildienst sowie anderen Gründen werden zur Probezeit hinzugezählt. Sie gilt als entsprechend verlängert.

Während der Probezeit kann das Arbeitsverhältnis jederzeit und beidseitig mit einer Kündigungsfrist von 7 Tagen aufgelöst werden.

3.3 Kündigung

Sofern nichts anderes vereinbart, kann der Arbeitsvertrag von beiden Parteien mit folgenden Kündigungsfristen jeweils auf Ende eines Monats gekündigt werden:

Im 1. Dienstjahr	1 Monat
Vom 2. bis 9. Dienstjahr	2 Monate
Ab Ablauf des 9. Dienstjahres	3 Monate

In schwerwiegenden Fällen kann die Kündigung fristlos erfolgen (Art. 337 ff OR).

Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen. Sie ist bis spätestens Ende des Monats vor Beginn der Kündigungsfrist wie folgt anzuzeigen:

- durch persönliche Überreichung oder
- eingeschrieben per Post. In diesem Fall muss die Kündigung beim Empfänger spätestens am letzten Arbeitstag des Monats vor Beginn der Kündigungsfrist eintreffen bzw. in Empfang genommen werden können

3.4 Ende Arbeitsverhältnis

Das Arbeitsverhältnis erlischt mit dem Ablauf der Kündigungsfrist, dem Aufhebungsvertrag, ab Beginn der Auszahlung der Altersrente, dem Tod des Mitarbeitenden; ferner ab dem Zeitpunkt des Anspruchs auf eine volle Invalidenrente gemäss Beschluss bzw. Verfügung der AHV/IV.

Bei der Pensionierung geht das Arbeitsverhältnis auf Ende des Monats, in welchem der Mitarbeitende das ordentliche Rücktrittsalter erreicht, ohne vorausgehende Kündigung zu Ende.

Vor dem Austritt aus der Firma hat der Mitarbeitende sämtliche im Eigentum des Unternehmens befindlichen Gegenstände (wie Schlüssel, Dokumente, Geräte usw.) in ordnungsgemäsem Zustand zurückzugeben. Der Mitarbeitende ist für Beschädigungen und Verlust haftbar.

Der Mitarbeitende hat Anrecht auf ein Arbeitszeugnis, das sich über die Art und Dauer des Arbeitsverhältnisses sowie über seine Leistungen und sein Verhalten ausspricht. Auf besonderes Verlangen des Mitarbeitenden hat sich das Zeugnis auf Angaben über die Art und Dauer des Arbeitsverhältnisses zu beschränken.

Ferien und/oder weitere Zeitguthaben, die der Mitarbeitende bis zum Ende des Arbeitsverhältnisses nicht beziehen oder kompensieren konnte, werden ausbezahlt.

Wenn der Mitarbeitende am Ende des Arbeitsverhältnisses mehr Ferien bezogen hat, als ihm zustehen oder der Saldo der gleitenden Arbeitszeit (GLAZ) im Minus liegt, kann ein entsprechender Lohnabzug erfolgen.

Wird ein Mitarbeitender freigestellt, können nicht bezogene Ferien, Überstunden und Überzeiten mit den Freistelltagen verrechnet werden.

4. ARBEITSZEIT

4.1 Grundlagen

Die Südostschweiz Mediengruppe untersteht den Bestimmungen des schweizerischen Obligationenrechts (OR), dem Schweizerischen Arbeitsgesetz (ArG) bzw. den Verordnungen zum Arbeitsgesetz (ArGV).

In der Südostschweiz Mediengruppe arbeiten verschiedene Berufsgruppen mit unterschiedlichem Leistungsauftrag. Der entsprechende Vorgesetzte wendet die Arbeitszeit-Regelungen und -Modelle so an, dass er seinen Auftrag zusammen mit seinen Mitarbeitenden optimal erfüllen kann. Veränderungen bespricht der Vorgesetzte vorgängig mit den betroffenen Mitarbeitenden.

Vorgesetzte können folgende Arbeitszeit-Modelle zur Anwendung bringen:

- Schichtarbeit
- Fixe Arbeitszeit nach Einsatzplan
- Gleitende Arbeitszeit (GLAZ)
- Teilzeitarbeit nach Einsatzplan und Arbeitsanfall
- 5-, 5^{1/2}- und 6-Tage-Woche
- Nacharbeit (gemäss Bewilligungsvoraussetzungen)

Diese Aufzählung ist nicht abschliessend.

Die Bewirtschaftung der Arbeitszeit richtet sich nach der Jahresarbeitszeit von 2087 Stunden bei einem 100 %-Beschäftigungsgrad. Die wöchentliche Arbeitszeit beträgt in der Regel 40 Arbeitsstunden auf 5 Arbeitstage verteilt.

Die Jahresstunden setzen sich wie folgt zusammen:

365.00 Tage/Jahr
–52.14 Ruhetage (in der Regel Sonntag)
–52.14 Ausgleichstage (bei 5-Tage-Woche, in der Regel Samstag)
260.72 Tage zu 8 Stunden = 2087 Stunden (gerundet) – Feiertage gemäss Punkt 5.5

Der Beschäftigungsgrad bestimmt die Höhe der Jahres-SOLL-Arbeitszeit. Diese Daten bilden Grundlage im Arbeitsvertrag. Die Jahres-SOLL-Arbeitszeit umfasst die Arbeit an Werktagen, Wochenenden, gesetzlich bezahlten Feiertagen und in der Nacht. Die Ferientage sind im SOLL enthalten. Für Teilzeitanestellte gelten diese Regelungen sinngemäss.

4.2 Zeiterfassung

Die Entscheidung, wie die Zeiterfassung zu erfolgen hat und welche Mitarbeitende in die einzelnen Entscheidungskategorien fallen, liegt beim Vorgesetzten.

Die Zeiterfassung mittels Geräten hat durch den Mitarbeitenden persönlich zu erfolgen. Die Zeiterfassung ist gleichzusetzen mit Arbeitsbeginn und Arbeitsende. Falsche, unwahre oder durch Dritte gemachte Zeiterfassungen sind verboten und haben für den verursachenden Mitarbeitenden entsprechende Konsequenzen (vgl. Art. 4.6).

Alle Mitarbeitenden mit Zeiterfassungschip erfassen:

- Arbeitsbeginn und Arbeitsende
- Beginn und Ende der (Mittags)pause,
- Beginn und Ende jeder anderen Arbeitsunterbrechung

Alle Zeiten, die nicht maschinell erfasst werden (wie Beginn oder Ende der Arbeit ausserhalb des Betriebes, vergessenes Erfassen usw.) sind durch den Vorgesetzten zu kontrollieren und zu visieren.

Die gemäss Stellenbeschreibung im Arbeitsvertrag eingesetzten Kadermitarbeitenden, die Mitarbeitenden der Redaktionen und der elektronischen Medien usw. arbeiten ohne Zeiterfassung. Sie haben keinen Kompensations- oder Entschädigungsanspruch für die geleisteten Überstunden. Die Mehrarbeit ist im Lohn enthalten.

4.3 Arbeitszeit / Pausen

4.3.1 Zeitlimiten

Eine Verlängerung der gesetzlichen wöchentlichen Höchstarbeitszeit von 45 Stunden um zwei Stunden täglich und um höchstens 170 Stunden jährlich hat bewilligungsfrei unter folgenden Voraussetzungen zu erfolgen:

- bei Ausgleich ausfallender Arbeitszeit (wegen Betriebsstörungen, zwischen arbeitsfreien Tagen, evtl. auf Wunsch des Mitarbeitenden bei gleitender Arbeitszeit),
- bei ausserordentlichem Arbeitsanfall, wegen Dringlichkeit der Arbeit,
- bei Inventaraufnahme, Rechnungsabschlüssen, Liquidationsarbeiten,
- allfällige weitere Gründe.

Ausser in Notfällen ist in der Südostschweiz Mediengruppe die maximale Arbeitszeit auf 11 Stunden pro Tag festgelegt. Für Jugendliche bis zum vollendeten 19. Altersjahr bzw. Lehrlinge bis zum vollendeten 20. Altersjahr beträgt die maximale Arbeitszeit 9 Stunden pro Tag.

4.3.2 Gleitende Arbeitszeit (GLAZ)

Alle Mitarbeitenden mit Zeiterfassung, die gemäss Arbeitsvertrag oder Vereinbarung mit ihrem Vorgesetzten die Möglichkeit von GLAZ haben, übernehmen zusammen mit dem Vorgesetzten gemeinsam die Verantwortung der Sicherstellung der Bereitschaft der entsprechenden Abteilungen. Die organisatorischen Einheiten müssen während der entsprechenden Geschäftszeit erreichbar sein. Die Stellvertretung für nicht anwesende Mitarbeitende ist angemessen zu regeln. Die Aufsicht für die Einhaltung der Bereitschaft liegt beim Vorgesetzten. Dieser ist verpflichtet, Einschränkungen vorzunehmen, wenn die Selbstverantwortung der Mitarbeitenden nicht genügend wahrgenommen wird bzw. ein geordneter Arbeitsablauf nicht gewährleistet ist.

Der GLAZ-Saldo am Ende jedes Monats von maximal 50 Mehrarbeitsstunden und 30 Minusstunden wird von den Mitarbeitenden selbst verwaltet. Ein Arbeitszeitsaldo ausserhalb dieser Grenzen kann nur mit Unterschrift des Vorgesetzten auf den Folgemonat übertragen werden. Ansonsten verfallen die Plusstunden über dem Maximum resp. führen die überzähligen Minusstunden zu einem Lohnabzug.

4.3.3 Überstunden

Als Überstunden gelten jene Stunden, die Mitarbeitende auf ausdrückliche Anordnung des Arbeitgebers hin über die normale (vereinbarte oder übliche) wöchentliche Arbeitszeit hinaus geleistet haben. Eine solche Anordnung ist nur zulässig, wenn die Leistung von Überstunden notwendig (objektiv gerechtfertigt) ist.

4.3.4 Pausen

Pausen zählen nicht zur Arbeitszeit und werden nicht bezahlt. Unter Pausen sind sämtliche Unterbrüche während des Arbeitstages zu verstehen, einschliesslich Essenspausen.

Die Arbeit ist durch Pausen von folgender Mindestdauer zu unterbrechen:

- eine Viertelstunde bei einer täglichen Arbeitszeit von mehr als 5½ Stunden;
- eine halbe Stunde bei einer täglichen Arbeitszeit von mehr als 7 Stunden;
- eine Stunde bei einer täglichen Arbeitszeit von mehr als 9 Stunden;
- zwei Stunden (mit Teilungs- und Staffelungsmöglichkeit) in Fällen bei ununterbrochenem Betrieb von 12 Stunden.

Besteht aus arbeitsorganisatorischen Gründen keine Möglichkeit, den Arbeitsplatz zu verlassen, gelten die Pausen als Arbeitszeit. Der Entscheid liegt beim Vorgesetzten.

4.4 Kompensation und Abgeltung von Überstunden und Gleitzeitstunden

4.4.1 Ausgleich von Überstunden durch Freizeit

Die aufgelaufenen Überstunden werden grundsätzlich durch Freizeit von gleicher Dauer ausgeglichen und sind bis Ende März des folgenden Jahres zu beziehen.

4.4.2 Ausgleich von Überstunden durch Entlöhnung

Können die aufgelaufenen Überstunden – in Ausnahmefällen – nicht im Kalenderjahr durch Freizeit ausgeglichen werden (z.B. aus arbeitstechnischen Gründen und ähnlichem), wird die Überzeit mit einem Zuschlag von 25 % bis Ende Mai des folgenden Jahres ausbezahlt.

4.4.3 GLAZ-Saldo-Kompensation

Die Kompensation ganzer oder halber Tage erfolgt nach Absprache mit dem Vorgesetzten. Die Kompensation eines Zeitguthabens hat grundsätzlich stundenweise zu erfolgen.

Gleitzeitstunden, sofern sie nicht vom Vorgesetzten angeordnet worden sind, gelten nicht als Überstunden und sind durch Zeitausgleich zu kompensieren.

4.4.4 Sonntagsarbeit ohne Zeiterfassung

Werden Mitarbeitende zur Sonntagsarbeit eingesetzt (z.B. Redaktoren), welche mehr als 5 Stunden dauert, wird statt des Zeitzuschlages ein Kompensationstag gewährt. Dieser ist in gegenseitiger Absprache mit dem Vorgesetzten zu beziehen; allerdings nicht später als 6 Monate nach dem ausserordentlichen Einsatz.

4.4.5 Verlängerung der Ausgleichsfrist

In ausserordentlichen Situationen kann die Ausgleichsfrist für Überstunden und GLAZ-Saldo um weitere 6 Monate verlängert werden. Dies ist mit dem Vorgesetzten schriftlich zu vereinbaren.

4.4.6 Bereitschafts- oder Pikettdienst

Mitarbeitende, welche zu Bereitschafts- oder Pikettdienst verpflichtet werden, müssen während den ihnen vorgeschriebenen Bereitschaftszeiten uneingeschänkt telefonisch erreichbar und einsatzbereit sein. Wird zum Pikettdienst aufgeboden, wird der Einsatz, ohne Anfahrtszeit, als Arbeitszeit angerechnet. In diesem Fall werden auch die Zeitzuschläge gewährt. Der Pikettdienst wird in der Regel im Arbeitsvertrag festgehalten und mit einer Monatspauschale abgegolten.

4.4.7 Arbeitsweg

Der Weg zu und von der Arbeit gilt nicht als Arbeitszeit im Sinne des Arbeitsgesetzes. Die Reisezeit von Mitarbeitenden, deren Tätigkeit eine Reise zum Arbeitsort oder eine Reise von einem Arbeitsort zum andern erfordert (im Verkaufswesen, für den technischen Unterhalt usw.) gilt als Arbeitszeit, sofern die eigentliche Berufsausübung ohne diese Fahrten gar nicht möglich wäre.

4.5 Zeitzuschläge

Zeitzuschläge werden nur gewährt, wenn Mitarbeitende in Ausnahmefällen an Wochenenden, Feiertagen oder in der Nacht arbeiten. Bei regelmässig

wiederkehrender Arbeit an Wochenenden, Feiertagen oder in der Nacht sind die Zeitzuschläge im Brutto-Jahreslohn enthalten.

4.5.1 Berechnung der Zeitzuschläge

50 % an Sonn- und bezahlten Feiertagen (gem. Artikel 5.5)

25 % an Samstagen

25 % Stunden zwischen 23.00 und 06.00 Uhr. In diesen 25 % ist auch der 10 %-Zeitzuschlag* gem. ArG inbegriffen.

10 %* Nachtdienst bei Schichtanfang vor 6.00 Uhr bzw. Schichtende nach 23.00 Uhr.

* Der 10 %-Zeitzuschlag muss nach ArG separat ausgewiesen werden

Fallen Zeitzuschläge für Nacht-, Wochenend- oder Feiertagsarbeit zusammen, kommt jeweils der höhere Ansatz zur Anwendung. Eine Kumulation der Zeitzuschlagsätze findet nicht statt.

4.6 Massnahmen und Konsequenzen bei Unregelmässigkeiten

Die Arbeitszeit-Rapportierung und -Erfassung beruht auf gegenseitigem Vertrauen. Die Konsequenzen bei Missbrauch können von der genauen Festlegung der Arbeitszeit bis zur fristlosen Auflösung des Arbeitsverhältnisses führen.

5. FERIEN / FEIERTAGE / ABSENZEN

5.1 Grundsätzliches

Die Ferien dienen der Erholung. Der Mitarbeitende ist verpflichtet, seine Ferien im entsprechenden Kalenderjahr zu beziehen. Sie sollen, wenn immer möglich in ganzen Wochen bezogen werden; davon mindestens 2 Wochen zusammenhängend. Tageweiser Ferienbezug ist vom Vorgesetzten zu bewilligen.

Bei der Festlegung der Ferien sind einerseits die Bedürfnisse des Betriebes und andererseits die Wünsche der Mitarbeitenden zu berücksichtigen. Zudem soll unter den Arbeitnehmern denjenigen mit schulpflichtigen Kindern für die Zeit während der Schulferien der Vorrang gewährt werden. Der Mitarbeitende hat die Möglichkeit, jeweils bis am 31. Januar die Ferienwünsche des aktuellen Kalenderjahres dem Vorgesetzten mitzuteilen.

Bei Ein- oder Austritt während des Kalenderjahres wird der Ferienanspruch pro rata temporis berechnet.

Gesetzliche Feiertage, welche in die Ferien fallen, sind kompensierbar.

5.2 Ferienanspruch

4 Wochen bis und mit vollendetem 40. Altersjahr

5 Wochen bis und mit vollendetem 50. Altersjahr

6 Wochen ab dem 51. Altersjahr

Vorbehalten bleiben Abweichungen im individuellen Arbeitsvertrag.

Der Anspruch auf die längere Feriendauer beginnt mit der Vollendung des 40. resp. 50. Altersjahrs. Er ist ab dem Monat nach dem Geburtstag pro rata temporis gültig.

5.2.1 Ferienanspruch für Mitarbeitende im Stundenlohn

Auf der Basis von vier Wochen Ferien wird der Stundenlohn um 8,33% erhöht; bei fünf Wochen Ferien um 10,64 % erhöht und bei 6 Wochen um 13,04 %.

Der Anspruch auf die längere Feriendauer beginnt mit der Vollendung des 40. resp. 50. Altersjahrs. Er ist ab dem Monat nach dem Geburtstag pro rata temporis gültig. Der Grundlohn und der Zuschlag für die Ferien werden auf der Lohnabrechnung ausgewiesen.

5.2.2 Ferienanspruch für Medienkuriere

4 Wochen bis und mit vollendetem 50. Altersjahr

5 Wochen ab dem 51. Altersjahr.

Der Ferienanteil wird mit dem Gehalt verrechnet, d.h. bei vier Wochen mit 8,33% Zuschlag und bei fünf Wochen mit 10,64% Zuschlag.

5.3 Krankheit oder Unfall während den Ferien

Bei Erkrankung oder Unfall während den Ferien wird ein Nachbezug der davon betroffenen Ferientage soweit gewährt, als dies aufgrund eines vorgeleg-

ten Arztzeugnisses als gerechtfertigt erscheint. (Betreffend Arztzeugnis und Vertrauensarzt siehe Art. 9.1)

5.4 Ferienkürzung infolge Abwesenheiten

Bei Abwesenheit bis zu einem vollen Monat pro Kalenderjahr wegen Militärdienst und bis zu zwei vollen Monaten pro Kalenderjahr wegen Unfall oder Krankheit, Schwangerschaft oder Geburt wird der Ferienanspruch nicht gekürzt. Für jeden weiteren vollen Monat der Abwesenheit werden die Ferien um einen Zwölftel gekürzt.

Bei Mutterschaft gilt, dass mit dem Tag der Niederkunft für mindestens 14 Wochen, während denen die Mutter Mutterschaftsentschädigung bezieht, keine Kürzung des Ferienanspruchs geltend gemacht wird.

5.5 Feiertagsregelung

Es gelten folgende Feiertage als bezahlt (F = freiwillig oder G = gesetzlich):

Feiertage		Kanton GR	Kanton GL	Kanton SG	Kanton ZH
Neujahrstag	1. Januar	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)
Berchtoldstag	2. Januar	Bezahlt (F)	Kein	Bezahlt (F)	Kein
Karfreitag	verschieden	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)
Ostermontag	verschieden	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)
Näfelser Fahrt	verschieden	Kein	Bezahlt (G)	Kein	Kein
Tag der Arbeit	1. Mai	Kein	Kein	Kein	Bezahlt (G)
Auffahrtstag	verschieden	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)
Pfingstmontag	verschieden	Bezahlt (G)	Bezahlt (F)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)
Nationalfeiertag	1. August	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)
Allerheiligen	1. November	Kein	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Kein
Weihnachtstag	25. Dezember	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)
Stephanstag	26. Dezember	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)	Bezahlt (G)

Örtliche Feiertage werden durch Gleitzeit oder Ferien kompensiert. Feiertage, die auf einen arbeitsfreien Samstag oder Sonntag fallen, werden weder kompensiert noch bezahlt. Der Arbeitsort ist ausschlaggebend, welche kantonale Regelung gilt. Vor Feiertagen reduziert sich die Soll-Arbeitszeit um eine Stunde.

5.5.1 Feiertagsregelung für Mitarbeitende im Stundenlohn

Fällt ein bezahlter Feiertag auf einen regelmässigen Einsatztag, hat der Mitarbeitende einen entsprechenden Lohnanspruch.

5.6 Bezahlte Absenzen

a) Eigene Hochzeit	2 Tage
b) Hochzeit innerhalb der Familie (Kinder, Geschwister, Eltern)	1 Tag
c) Niederkunft der Ehefrau / Lebenspartnerin	1 Tag
d) Umzug eigener Haushalt (max. einmal pro Jahr)	1 Tag
e) Tod des Ehegatten / Lebenspartners, der Kinder, eigener Elternteil	max. 3 Tage
f) Tod eines anderen Familienmitgliedes (Schwiegereltern, Geschwister, Grosseltern, Schwägerin, Schwager)	1 Tag
g) Tod in der Verwandtschaft oder im engen Freundeskreis	Kompensation Gleitzeit/Überstunden

Diese Urlaubstage werden nur zum Zeitpunkt des betreffenden Ereignisses gewährt.

5.7 Unbezahlter Urlaub für ausserschulische Jugendarbeit

Betreffend unbezahltem Urlaub für ausserschulische Jugendarbeit (Jugendurlaub) / Jugend und Sport richtet sich die Regelung nach Art. 329e OR. Bei Vorliegen einer anspruchsberechtigten Tätigkeit gewährt das Unternehmen dem Mitarbeitenden bis zum vollendeten 30. Altersjahr für jedes Kalenderjahr maximal eine Arbeitswoche unbezahlten Jugendurlaub. Eine allfällige Taggeldentschädigung an das Unternehmen (z.B. bei der Betätigung als Kursleiter «Jugend und Sport») ist an den Mitarbeitenden weiterzuleiten; dies sofern der Urlaub nicht vom Unternehmen bezahlt wird.

5.8 Unbezahlter Urlaub

Sofern in betrieblicher Hinsicht möglich, kann das Unternehmen den Mitarbeitenden einen unbezahlten Urlaub gewähren. Ein Anspruch besteht nicht.

Ein unbezahlter Urlaub muss frühzeitig schriftlich beim Vorgesetzten beantragt werden. In einer schriftlichen Vereinbarung werden sämtliche relevanten Punkte (Auswirkung auf den 13. Monatslohn, Ferienanspruch, Versicherungsschutz usw.) definiert. Während des unbezahlten Urlaubs ruhen einerseits die Arbeitspflicht des Mitarbeitenden, andererseits die Lohnzahlungspflicht des Unternehmens. Ebenso entsteht in dieser Periode kein anteilmässiger Anspruch auf Ferien und einen allfälligen 13. Monatslohn.

5.9 Private Absenzen

Private Absenzen zur Erledigung dringender persönlicher Angelegenheiten (Arztbesuch, Therapie usw.) sind ausserhalb der Arbeitszeit zu beziehen. Ist dies nicht möglich, besteht kein Anspruch auf Bezahlung dieser Absenz. Über Ausnahmen entscheidet der Vorgesetzte nach Rücksprache mit dem Personaldienst.

6. LOHN / ZULAGEN / DIENSTALTERSGESCHENKE

6.1 Grundsätzliches

Jeder Mitarbeitende erhält entsprechend seiner Funktion, Verantwortung und Leistung einen individuellen Brutto-Jahreslohn. Dieser wird in 13 Raten ausbezahlt. Der Lohn wird in der Regel per 25. des laufenden Monats bargeldlos überwiesen. Die Mitarbeitenden erhalten eine entsprechende Lohnabrechnung. Die Auszahlung des 13. Monatslohnes erfolgt mit dem Dezemberlohn. Bei Ein- oder Austritt während des Kalenderjahres wird dieser pro rata temporis berechnet.

Im Brutto-Jahreslohn sind allfällige regelmässig wiederkehrende Tätigkeiten wie Schichtarbeit, Wochenend- und Feiertagsarbeiten usw. enthalten.

6.2 Lohnabzüge

Vom Bruttolohn werden die gesetzlichen Versicherungsbeiträge (wie AHV, IV, ALV, EO, Nichtbetriebsunfall und Pensionskasse) in Abzug gebracht. Zusätzliche individuelle Abzüge sind möglich.

6.3 Kinder- und Ausbildungszulagen

Die Kinder- und Ausbildungszulagen werden im Rahmen der gesetzlichen kantonalen Bestimmungen ausgerichtet.

6.4 Dienstaltersgeschenke

Den Mitarbeitenden mit einem Jahreslohn kann für treue Betriebszugehörigkeit ein Dienstaltersgeschenk in Form einer Geldzahlung gemäss folgender Skala ausgerichtet werden. Diese Zahlung gilt als steuerbares Einkommen und wird auf dem Lohnausweis deklariert.

5 Dienstjahre	Geld im Wert von	CHF 500.–
10 Dienstjahre	Geld im Wert von	CHF 1000.–
15 Dienstjahre	Geld im Wert von	CHF 1500.–
20 Dienstjahre	Geld im Wert von	CHF 2000.–
25 Dienstjahre	Geld im Wert von	CHF 2500.–
30 Dienstjahre	Geld im Wert von	CHF 3000.–
35 Dienstjahre	Geld im Wert von	CHF 3500.–
40 Dienstjahre	Geld im Wert von	CHF 4000.–
45 Dienstjahre	Geld im Wert von	CHF 4500.–

Ein Dienstjahr entspricht einem vollen Jahr Mitarbeit, d.h. ab Eintrittsdatum gemäss Arbeitsvertrag plus 12 Monate. Angerechnet wird die gesamte in den Diensten der Südostschweiz Mediengruppe verbrachte Zeit (inkl. Lehre, Praktikum etc.).

Das Unternehmen kann bei gekündigtem Arbeitsverhältnis oder in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eine Kürzung oder einen Verzicht der Dienstaltersgeschenke beschliessen. Es besteht kein Anspruch auf Dienstaltersgeschenke.

6.4.1 Dienstaltersgeschenke für Teilzeitmitarbeitende

Den Teilzeitangestellten kann ein Dienstaltersgeschenk prozentual aufgrund ihres durchschnittlichen Arbeitspensums der vorangegangenen fünf Jahre erstattet werden.

6.5 Einmalige Entschädigung zur ordentlichen oder vorzeitigen Pensionierung

Zusammen mit dem letzten Monatslohn kann aufgrund der Dienstjahre folgende einmalige Entschädigung ausbezahlt werden:

ab 20 Dienstjahren	1 Brutto-Monatslohn
ab 30 Dienstjahren	2 Brutto-Monatslöhne

Dieser Brutto-Monatslohn berechnet sich als Brutto-Jahreslohn dividiert durch 13.

Das Unternehmen kann in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eine Kürzung oder einen Verzicht der einmaligen Entschädigung zur Pensionierung beschliessen. Ein Anspruch auf Auszahlung der Entschädigung besteht nicht.

6.6 Hochzeitsgeschenk

Die Höhe des Geschenks an die Mitarbeitenden beträgt CHF 300.–.

Die Zivilstandsänderung ist durch Abgabe des Familienbüchleins der Personalabteilung zu melden.

6.7 Bestandene Lehrabschlussprüfung

Den erfolgreichen Absolventen einer Lehrabschlussprüfung wird eine Anerkennungsprämie von CHF 200.– ausbezahlt.

6.8 Lohnpfand/Lohnverrechnung

Das Unternehmen hat das Recht, Forderungen gegenüber dem Mitarbeitenden (Vorschüsse, zu viel bezogene Ferien usw.) mit dem Lohn zu verrechnen (Art. 323 b Abs. 2 OR).

Der Mitarbeitende kann zukünftige Lohnforderungen nur soweit im Gesetz vorgesehen (Art. 325 OR) abtreten oder verpfänden.

Der pfändbare Lohnanteil ist vor der Auszahlung durch das Betreibungsamt am Wohnort des Mitarbeitenden festzulegen.

7. SPESEN

7.1 Ausnahmen

Die Bestimmungen im Zusammenhang mit den Spesen sind – sofern vertraglich vereinbart – für die «Freien Mitarbeitenden» sinngemäss anwendbar. Sie gelten nicht für die Medienkuriere und für Mitarbeitende mit Pauschalregelungen.

7.2 Grundsatz und Definition des Spesenbegriffs

Als Spesen gelten die Auslagen, die einem Mitarbeitenden im Interesse des Arbeitgebers im unmittelbaren Geschäftsauftrag angefallen sind. Sämtliche Mitarbeitende sind verpflichtet, ihre Spesen im Rahmen dieses Reglements möglichst tief zu halten. Auslagen, die für die Arbeitsausführung nicht notwendig sind, werden von der Firma nicht übernommen.

Grundsätzlich gilt: ohne Quittungen erfolgt keine Rückerstattung!

Ausnahmen: Festgelegte Pauschalen und Auto-Kilometerentschädigung.

Im Wesentlichen werden den Mitarbeitenden folgende geschäftlich bedingte Auslagen ersetzt:

- Fahrkosten (nachfolgend Art. 7.3)
- Verpflegungskosten (nachfolgend Art. 7.4)
- spezielle Spesen und Kleinauslagen (nachfolgend Art. 7.6)

7.3 Abrechnungen / Belege

Für die Rückerstattung der Spesen ist das Formular «Spesenabrechnung» auszufüllen. Die Spesenabrechnung trägt die Unterschrift des Spesenempfängers und des Vorgesetzten. Bis spätestens am 15. des Monats hat die Spesenabrechnung unterschrieben im Zahltagsbüro in Chur einzutreffen. Später eingereichte Spesenabrechnungen werden erst in der übernächsten Lohnabrechnung berücksichtigt. Generell verfallen Spesen, die nicht innert dreier Monate ab Datum der Verursachung eingereicht werden.

Um die Mehrwertsteuer zurückzufordern, müssen Spesenbelege ab einem Betrag von CHF 400.– zwingend auf die betreffende Firma ausgestellt werden (z.B. Südostschweiz Presse AG, Kasernenstrasse 1, 7007 Chur).

7.4 Fahrtenentschädigung

7.4.1 Grundsätzliches

Als Fahrtenentschädigung werden die Auslagen für geschäftlich bedingte Fahrten vergütet. Steht für die Dienstreise kein Geschäftswagen zur Verfügung, gilt die Entschädigung generell für die Reise vom Arbeitsort zum Reiseziel und retour. Für Fahrten zu einem gemeinsamen Zielort sind wenn immer möglich zweckmässige Fahrgemeinschaften zu bilden. Die Spesen werden von einem Mitarbeitenden erhoben und diesem zurückerstattet.

7.4.2 Wahl des Verkehrsmittels

Steht für Dienstreisen kein Geschäftswagen zur Verfügung, sind wenn immer möglich und zumutbar die öffentlichen Verkehrsmittel zu benützen.

7.4.3 Öffentliche Verkehrsmittel

Für Geschäftsreisen mit öffentlichen Verkehrsmitteln werden die effektiven Auslagen vergütet. Diese sind mit Fahrausweis zu belegen. Dabei gelten folgende Einschränkungen:

Bahnfahrten	2. Klasse
Bahnfahrten mit Halbtaxabo	1. Klasse

Für Mitarbeitende, welche aus geschäftlichen Gründen oft mit der Bahn reisen, kann auf Gesuch hin durch den Vorgesetzten ein Generalabonnement (GA) oder ein Halbtaxabo gekauft werden. Inhaber eines GA haben keinen Anspruch auf weitere Fahrtenentschädigungen. (Für Reiseziele, die über 100 km vom Startort entfernt sind, gibt es oftmals günstigere Pauschalfahrausweise, die unbedingt genutzt werden sollten.)

7.4.4 Einsatz des privaten Autos

Die mit dem Privatwagen für geschäftliche Zwecke gefahrene Strecke wird pro Kilometer entschädigt. Der Kilometer-Ansatz wird jährlich auf Antrag der Gruppenleitung durch den Verwaltungsrat der Südostschweiz Mediengruppe AG festgelegt und ist nach oben gemäss den Richtlinien der Schweizerischen Steuerkonferenz (SSK) begrenzt. Anpassungen werden den Mitarbeitenden

mitgeteilt. In der Kilometerentschädigung sind alle Auslagen wie Verkehrssteuer, Autohaftpflicht, Kasko-, Mitinsassenversicherung usw. inbegriffen. Die Fahrzeuge der Mitarbeitenden sind während bezahlter Geschäftsfahrten vollkaskoversichert. Der Selbstbehalt von CHF 500.– muss bei einem Schadenfall vom Betroffenen übernommen werden (vgl. Art. 9.6). Betreffend Distanzen gelten für Einfachfahrten folgende Kilometerangaben:

	Bonaduz	Chur	Disentis	Glarus	Ilanz	Rapperswil	Samedan	Uznach	Zürich
Bonaduz	—	13	54	82	24	100	73	86	131
Chur	13	—	62	72	32	86	84	75	120
Disentis	54	62	—	131	31	150	126	135	181
Glarus	82	72	131	—	101	40	153	26	71
Ilanz	24	32	31	101	—	119	96	105	150
Rapperswil	100	86	150	40	119	—	171	14	39
Samedan	73	84	126	153	96	171	—	160	201
Uznach	86	75	135	26	105	14	160	—	47
Zürich	131	120	181	71	150	39	201	47	—

Bei den grösseren Ortschaften wird ab Bahnhof gerechnet. Für nicht aufgeführte Strecken gilt die Angabe gemäss Kilometeranzeige des Fahrzeugs.

Fahrten, die nicht zur Arbeitszeit zählen, werden nicht vergütet (vgl. Art. 4.4.7).

7.5 Verpflegung

Bei einem Tageseinsatz ausserhalb des Arbeitsortes kann für die Verpflegung eine Mahlzeitenpauschale (Mittag- und Abendessen) von je CHF 20.– geltend gemacht werden. Dabei sind die Getränke inbegriffen. Entschädigungen für regelmässige auswärtige Einsätze werden durch den Vorgesetzten festgelegt und sind nach oben gemäss den Richtlinien der Schweizerischen Steuerkonferenz (SSK) begrenzt. Werden Kunden oder Informanten (im Bereich Medien und Verkauf) eingeladen, können die effektiv belegten Auslagen verrechnet werden.

7.6 Mobiltelefonie

Mitarbeitende, die auf die Benützung eines Mobiltelefons angewiesen sind und dabei ihr privates Gerät benutzen, erhalten auf Antrag des Vorgesetzten eine monatliche Pauschalentschädigung von CHF 25.–. Damit sind sämtliche Ansprüche an die Südostschweiz Mediengruppe abgegolten. Insbesondere

haftet der Arbeitgeber nicht bei Verlust und Beschädigung von privaten Mobiltelefonen. In Ausnahmefällen kann auf Grund einer schriftlichen Vereinbarung mit dem Vorgesetzten von den vorerwähnten Normen abgewichen werden.

7.7 Spezielle Spesen und Kleinauslagen

Aussergewöhnliche Auslagen (wie Flugreisen, längere Hotelaufenthalte, auswärtige Kursbesuche usw.) werden individuell erstattet. Der Mitarbeitende hat sich zu diesem Zweck vorgängig mit dem Vorgesetzten über die Modalitäten abzusprechen. Der Vorgesetzte entscheidet nach Massgabe des Budgets.

Kleinauslagen für z. B. Parkgebühren, kleinere Konsumationen usw. werden – soweit sie geschäftsbedingt sind – gegen Originalbeleg vergütet; ausgenommen davon ist das Kader, sofern monatliche Pauschalspesen ausbezahlt werden. Ordnungsbussen sind durch den Verursacher persönlich zu bezahlen.

8. PENSIONSKASSE UND SOZIALVERSICHERUNGEN

8.1 Pensionskasse

Die Aufnahme, Bestimmungen und Leistungen sind im Vorsorgereglement für das Personal der Südostschweiz Mediengruppe geregelt.

8.2 AHV, IV, EO und ALV

Jeder Mitarbeitende ist bei der Alters- und Hinterlassenenversicherung (AHV), der Invalidenversicherung (IV) und für den Erwerbsausfall während dem Militärdienst, Zivildienst und der Mutterschaft (EO) sowie auch gegen Arbeitslosigkeit (ALV) obligatorisch versichert.

8.3 Unfallversicherung für Betriebs- und Nichtbetriebsunfälle

Bei Aufnahme der Berufstätigkeit mit einem minimalen Arbeitspensum von 8 Wochenstunden ist jeder Mitarbeitende gegen die Risiken von Betriebs- und Nichtbetriebsunfällen versichert. Bei weniger als 8 Wochenstunden deckt die Versicherung nur die Betriebsunfälle ab. (Zu den Leistungen: vgl. Art. 9.2)

8.4 Krankentaggeldversicherung

Es besteht eine Krankentaggeldversicherung, welche bei krankheitsbedingter Arbeitsverhinderung Leistungen erbringt (vgl. Art. 9.2).

8.5 Private Ergänzungsversicherung

Für den Mitarbeitenden besteht die Möglichkeit, eine private Taggeld-Ergänzungsversicherung zu einem Einheitstarif sowie unabhängig von Geschlecht und Alter abzuschliessen. Diese Versicherung betrifft Unfall und Krankheit. Nach der obligatorischen Gesundheitsabklärung entscheidet die Versicherung über die Aufnahme (bei Interesse an dieser Versicherung ist der Personal-dienst anzusprechen).

9. UNFALL / KRANKHEIT / SCHWANGERSCHAFT / MILITÄR / TODESFALL / AUTOUNFALL BEI DIENSTFAHRTEN

9.1 Meldepflicht

Absenzen infolge Krankheit oder Unfall müssen dem Unternehmen sofort gemeldet werden; dasselbe gilt für bevorstehende militärische Dienste.

Bei Absenzen infolge Unfall oder Krankheit von mehr als drei Tagen ist der Mitarbeitende verpflichtet, ein ärztliches Zeugnis abzugeben (für Medienkuriere ab dem ersten Tag der Arbeitsunfähigkeit). Der Vorgesetzte kann das ärztliche Zeugnis vom Mitarbeitenden auch für die ersten drei Tage verlangen.

Das Unternehmen ist berechtigt, einen Vertrauensarzt beizuziehen. Es kann eine entsprechende Untersuchung verlangen. Der Vertrauensarzt wird ausdrücklich von seiner Schweigepflicht bezüglich der Diagnose entbunden. Der Mitarbeitende verpflichtet sich, diese allfällige Aufforderung nachzukommen. Bei unterschiedlicher Interpretation der Arztzeugnisse geht jene des Vertrauensarztes der Unternehmung vor. Bei Weigerung des Mitarbeitenden, der Aufforderung des Unternehmens zur Vertrauensarzt-Konsultation Folge zu leisten, wird das Arztzeugnis des Mitarbeitenden nicht anerkannt. Die Abwesenheit des Mitarbeitenden gilt als unbegründetes Fernbleiben vom Arbeitsplatz.

9.2 Lohnzahlung bei Krankheit und Unfall

Bei Arbeitsunfähigkeit infolge ärztlich ausgewiesener, unverschuldeter Krankheit hat der Mitarbeitende Anspruch auf Lohnzahlung von 100 % während den ersten 90 Tagen und von 80 % ab dem 91. Tag während längstens 730 Tagen. Bei Arbeitsunfähigkeit infolge eines Berufs- oder Nichtberufsunfalls hat der Mitarbeitende Anspruch auf Lohnzahlung von 100 % während den ersten 90 Tagen und von 80 % ab dem 91. Tag.

In beiden Situationen reduziert sich das 13. Salär ebenfalls ab dem 91. Tag pro rata auf 80 %.

Die Differenz der reduzierten Lohnzahlung (von 100% auf 80%) kann mit dem Abschluss einer privaten Ergänzungsversicherung vermindert werden (vgl. Art. 8.5).

9.3 Lohnzahlung bei Schwanger- und Mutterschaft

Bei Verhinderung der Arbeitsleistung infolge Schwangerschaft gemäss Arztzeugnis bezahlt das Unternehmen den Lohn gemäss Art. 9.2 (Krankheit) bis längstens zur Niederkunft.

Mit dem Tag der Niederkunft hat die Mutter das Anrecht auf 14 Wochen bezahlte Absenz; dies sofern die notwendigen Voraussetzungen der Anspruchsberechtigung auf Erwerbsersatz (EO) bei Mutterschaft erfüllt sind. Während der ausgewiesenen Absenz wird der Lohn zu 80 % bezahlt. Die Leistungen der EO werden dem Unternehmen erstattet.

Hat die Mutter zum Zeitpunkt der Niederkunft mehr als ein Jahr im Unternehmen gearbeitet, hat sie Anrecht auf bezahlten Schwanger-/Mutterschaftsurlaub gemäss nachstehender « Berner Skala ». Der bezahlte Urlaub kann frühestens einen Monat vor dem prognostizierten Geburtstermin bezogen werden. Während dem bezahlten Urlaub wird das volle Gehalt bezahlt. Die Leistungen der EO (nach der Geburt) fallen dem Arbeitgeber zu. Der bezahlte Schwanger-/Mutterschaftsurlaub ist als Ergänzung zur EO-Entschädigung und EO-Absenz zu verstehen.

Im 2. Dienstjahr	4 Wochen
Im 3. und 4. Dienstjahr	9 Wochen
Im 5. bis und mit 9. Dienstjahr	13 Wochen
Im 10. bis und mit 14. Dienstjahr	17 Wochen
Im 15. bis und mit 19. Dienstjahr	22 Wochen
Im 20. bis und mit 24. Dienstjahr	26 Wochen
Im 25. bis und mit 29. Dienstjahr	30 Wochen

9.4 Lohnzahlung bei Militärdienst

Angehörige der Armee, welche obligatorische WK, Kadervorkurse oder Zivildienst leisten, haben Anspruch auf volle Lohnzahlung. Die Erwerbsausfallentschädigung wird dem Unternehmen ausbezahlt. Die EO-Karte ist unaufgefordert nach der Dienstleistung direkt dem Personaldienst zuzustellen.

Die Lohnentschädigung während der RS und Beförderungsdiensten bleibt der freien Vereinbarung zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden vorbehalten.

9.5 Lohnzahlung im Todesfall

Stirbt ein Mitarbeitender während der Dauer des Arbeitsverhältnisses und hinterlässt er den Ehegatten, minderjährige Kinder oder andere Personen, denen gegenüber er eine Unterstützungspflicht erfüllt hat, besteht ein gesetzlicher Anspruch auf Lohnnachbezug.

Dieser wird wie folgt geregelt:

- 1 Monatslohn, gerechnet vom Todestag, wenn das Arbeitsverhältnis weniger als 5 Jahre gedauert hat.
- 2 Monatslöhne, gerechnet vom Todestag, wenn das Arbeitsverhältnis mehr als 5 Jahre gedauert hat.

9.6 Kürzung der Lohnfortzahlung

Bei Verschulden (Absicht oder Grobfahrlässigkeit) kann die Lohnfortzahlung gekürzt werden.

9.7 Auto-Unfälle bei Dienstfahrten

Das Unternehmen hat eine Dienstfahrtenvollkasko-Versicherung abgeschlossen. Diese gewährt den Vollkaskoschutz sowie den Bonusschutz der Haftpflicht bei Kollisions-Unfällen mit Privatautos auf bezahlten Dienstfahrten (Auskünfte erteilt der Personaldienst).

Der Selbstbehalt von CHF 500.– ist bei jedem Schadenfall durch den Mitarbeitenden zu übernehmen. Parkschäden sind nicht versichert (vgl. Art. 7.4.4).

10. MITARBEITER-BEURTEILUNG

Die Vorgesetzten sind gehalten, die Mitarbeitenden im Rahmen von Qualifikationsgesprächen periodisch über den Stand der Arbeitsleistung zu informieren.

11. AUS- UND WEITERBILDUNG

Das Unternehmen unterstützt die Aus- und Weiterbildung der Arbeitnehmenden. Interessierte können sich beim Vorgesetzten um Unterstützung bewerben. Der Nutzen für das Unternehmen und das Dienstalter des Mitarbeitenden ist zu berücksichtigen. Eine allfällige Übernahme oder Beteiligung an den Arbeitszeit- und Weiterbildungs-Kosten durch die Unternehmung ist mit dem Vorgesetzten zu vereinbaren. Mehrtätige Weiterbildungen bedürfen der Rücksprache mit dem Vorgesetzten und dem Personaldienst. Schriftlichkeit ist in beiden Fällen Gültigkeitserfordernis.

12. VERGÜNSTIGUNGEN

12.1 Print-/Online-Abonnements

Jeder Mitarbeitende erhält auf Wunsch zum Eigengebrauch ein Gratisabonnement (Online oder Print) und auf die weiteren eigenen Verlagsprodukte / Publikationen eine Ermässigung von 50 %.

12.2 Private Gelegenheitsanzeigen in Zeitung und Radio

Gelegenheitsanzeigen, die ausschliesslich privaten Charakter haben und dem Eigenbedarf des Mitarbeitenden dienen, können in den Verlagszeitungen und Radiosendern der Südostschweiz Mediengruppe gratis aufgegeben werden. Es bedarf der Zustimmung des Vorgesetzten und des Geschäftsführers jenes Unternehmens, in der die Veröffentlichung erfolgt. Der Mitarbeitende ist zur zurückhaltenden Beanspruchung anzuhalten.

Es besteht kein Rechtsanspruch auf die Veröffentlichung von Gelegenheitsanzeigen.

12.3 Todesanzeigen und Danksagungen

Im Todesfall von Eltern, Ehegatten oder Kindern der Mitarbeitenden sind die Todesanzeige und die Danksagungsanzeige in den eigenen Verlagszeitungen gratis; ebenso Trauerzirkulare und Danksagungskarten bis zu internen Kosten von max. CHF 300.–.

12.4 Geburtsanzeigen

An internen Kosten für Geburtsanzeigen von eigenen Kindern beteiligt sich das Unternehmen bis max. CHF 300.–.

12.5 Kürzung bzw. Verzicht auf Vergünstigungen

Das Unternehmen kann in wirtschaftlich schwierigen Zeiten jederzeit die Kürzung oder den Verzicht von Vergünstigungen beschliessen.

13. DIVERSES

13.1 Gesundheitsschutz und Unfallverhütung

Im Interesse, der eigenen Gesundheit, eines geordneten Betriebsablaufes sowie zum Schutze der beanspruchten Objekte bzw. Einrichtungen haben sich alle Mitarbeitenden an folgende Grundsätze zu halten:

- Die Bewahrung der Gesundheit und die Verhütung von Unfällen sind für den Mitarbeitenden und den Betrieb von grosser Bedeutung. Deshalb ist jeder Mitarbeitende verpflichtet, den Vorgesetzten in der Durchführung aller Massnahmen zur Gesundheitsvorsorge und Unfallverhütung zu unterstützen und sinnvolle Anregungen dem Vorgesetzten zu melden.
- Die Mitarbeitenden haben Weisungen des Vorgesetzten über Schutzmassnahmen genau zu befolgen. Schutzeinrichtungen an Maschinen und an anderen Betriebseinrichtungen müssen zwingend angewendet werden. Sie dürfen auf keinen Fall ohne ausdrückliche Erlaubnis des Vorgesetzten entfernt oder geändert werden.
- Schutzausrüstungen, wie besondere Arbeitskleider, Schutzhelme, Schutzbrillen, Schutzschirme, Gehörschutzmittel und dergleichen dienen vor allem dem Mitarbeitenden. Sie müssen stets zweckentsprechend gebraucht bzw. eingesetzt werden.

- Wer Beschädigungen oder Mängel an Gebäuden, an Maschinen oder anderen Betriebseinrichtungen, an Schutzeinrichtungen oder Schutzausrüstungen feststellt, hat sie unverzüglich zu melden.
- Jeder Unfall ist sofort dem Vorgesetzten und dem Personaldienst zu melden. Verletzungen sind in jedem Fall behandeln zu lassen.
- Das Rauchen ist in allen Räumen und Gebäuden der Südostschweiz Mediengruppe untersagt.
- Das Arbeiten in alkoholisiertem Zustand sowie die Einnahme von Drogen oder reaktionsverändernden Medikamenten (falls nicht vom Arzt verschrieben) vor und während der Arbeitszeit bzw. in den Pausen ist untersagt.
- Die besonderen Weisungen des Vorgesetzten für bestimmte Arbeitsplätze oder für bestimmte Verrichtungen gelten als Bestandteil dieses Personalreglements. Sie sind uneingeschränkt zu befolgen.

13.2 Allgemeingültige Bestimmungen und Auszug aus der Hausordnung

- Die Mitarbeitenden sind verpflichtet, die ihnen übertragenen Arbeiten gewissenhaft auszuführen und das Material sowie die Betriebseinrichtungen, besonders die Maschinen und Werkzeuge, sorgfältig zu behandeln. Für absichtlich oder fahrlässig verursachte Schäden kann der schuldige Mitarbeitende zur Verantwortung gezogen werden.
- Aus Gründen der Betriebssicherheit werden die Mitarbeitenden angehalten, sich nur in den ihnen zugewiesenen Arbeitsräumen und in den öffentlich zugänglichen Bereichen aufzuhalten.
- Ohne Erlaubnis des Vorgesetzten dürfen keine betriebsfremden Personen durch den Betrieb geführt werden.
- Betriebsführungen sind im Interesse des Unternehmens. Aus Gründen der betrieblichen Sicherheit bedürfen sie vorgängig der Absprache mit dem Vorgesetzten.
Betriebsfremde Personen sind anzumelden und zu begleiten.
- Das Mitbringen oder Halten von Haustieren in den Betriebsräumlichkeiten ist verboten.
- Der Mitarbeitende ist verpflichtet, für gute Ordnung und Reinlichkeit im Betrieb zu sorgen.
- Zum Aufbewahren von Kleidern und anderen Gegenständen sowie zum Einstellen von Fahrzeugen sind die dafür bestimmten Einrichtungen zu benutzen.
- Die vorgegebene Parkplatz-Ordnung ist einzuhalten.

- Für die Beschilderung der einzelnen Räume und Bereiche ist der Vorgesetzte zuständig.
- Jeder Mitarbeitende wird angehalten, die Energiequellen (Heizung, Beleuchtung, PC, Drucker, Kopierer usw.) möglichst energiesparend einzusetzen.

Jeder Unternehmensstandort kann weitergehende Bestimmungen im Sinne einer eigenen Hausordnung erlassen.

13.3 Massnahmen bei Zuwiderhandlungen

Bei schwerwiegenden Verletzungen des Personalreglements, die zu Unfällen und/oder zu schweren Schäden führen, können gegen die fehlbaren Mitarbeitenden versicherungstechnische, zivilrechtliche und strafrechtliche Ansprüche geltend gemacht werden.

14. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

14.1 Gültigkeit

Dieses Personalreglement ist gültig ab 1. Januar 2007 für alle Betriebe der Südostschweiz Mediengruppe. Es ersetzt das vor diesem Datum erlassene Personalreglement.

14.2 Änderung des Reglements

Es ist dem Unternehmen vorbehalten, das bestehende Reglement anzupassen.

14.3 Unklarheiten

Bei Unsicherheiten in Bezug auf die korrekte Anwendung und Auslegung des vorliegenden Reglements entscheidet auf Antrag der Gruppenleitung der Verwaltungsrat der Südostschweiz Mediengruppe AG.

14.4 Einverständnis der Steuern

Dieses Reglement wurde von der Kantonalen Steuerverwaltung des Kantons Graubünden geprüft und genehmigt.

Chur, 8. Januar 2007

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Hanspeter Lebrument". The signature is written in a cursive style and is positioned above the printed name.

Hanspeter Lebrument
Verleger
Südostschweiz Mediengruppe



Programmleitung, 2007

I Voraussetzungen Bewerber

- mindestens 20 Jahre
- Matur oder Berufslehre
- gute PC-Kenntnisse
- Interesse und Freude am Medium
- Journalistische Neugier
- Führerschein ideal
- eine gute Stimme, sprachliches Talent
- hohe Flexibilität bei Arbeitszeiten
- Spass am Arbeiten im Team
- hohe Selbständigkeit, Ausdauer

II Dauer

Berufspraktikum: 6 - 12 Monate

Der Praktikant erhält praxisorientierte und theoretische Einführung in die elektronischen Medien.

III Ausbildungsziele

- Erlangen Diplom „Medien“ am Institut für Medien und Kommunikation, Chur
- Berufsbefähigung als redaktioneller Mitarbeiter bei Radio und/oder TV

IV Betreuung

Der Praktikant wird während der Praktikumszeit von einem Götti bzw. Coach begleitet. Dieser ist Redaktor und von der Programmleitung/Chefredaktion bestimmt.

V Vergütung

Das Praktikum wird pro Monat mit CHF 1500.- vergütet.

VI Arbeitszeiten und -bedingungen

Arbeitszeiten und -bedingungen gemäss Personalreglement und Arbeitsvertrag. Der Praktikant informiert den Coach rechtzeitig über seine Absenzen (z.B. bei externen Vorstellungsgesprächen). Der Praktikant ist während des Praktikums gegen Arbeitsunfälle versichert. Das Praktikum gilt als Ausbildungsangebot und wird vom Praktikanten im eigenen Interesse so gut wie möglich genutzt.

VI Coaching-System

Verantwortlich: Coach

- aktives Coaching/Mentoring
- laufende Lernziel-Kontrolle
- individuelle Anpassung der Ausbildungsmassnahmen

VII Ausbildungsprogramm

- Theoretische Grundlagen

Einführung in den Journalismus

Fallstricke der deutschen Sprache

Mit Worten haushälterisch umgehen

Den Hörer führen / Fakten und Einschätzungen sauber trennen

Die Botschaft auf den Punkt bringen

Das politische System der Schweiz

Sprechschulung

Menschliches Verhalten in der Kommunikation

Texte nachvollziehbar gliedern

Reportageformen

Recherchieren

Medienrecht und Medienethik

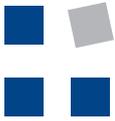
Meinungsformen

Sprechschulung 2

- Sendekritiken, Airchecks und „Journalistische Grundformen Radio Grischa“
- Mitarbeiter-Handbuch Radio Grischa

- Praktische Anwendung

- Selbständige Arbeitsweise
- Anwendung und Beherrschung journalistische Grundformen: Berichte, Nachrichten, Interviews, Reportagen, Kommentar
- Live-Reportagen
- Einführung in die Moderation
- eigenständige Gestaltung von Spezialsendungen
- Kennen und Beherrschen der Werkzeuge
- Option: eigene regelmässige Sendung/Sendegefässe



HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft

Fachhochschule Ostschweiz
University of Applied Sciences

NEU ab 2008

Multimedia Production
Medieningenieurwesen
Bachelor-Studium



www.fh-HTWchur.ch
STUDIERN FÜRS LEBEN

Multimedia Production Medieningenieurwesen Bachelor-Studium

Vollzeit

mit Vertiefungen:

- TV Production
- Net Production
- Digital Design
- PR- und Kommunikationsmanagement
- Medien-, Sport- und Eventmanagement
- Sportjournalistik/Sportmanagement

Stand: August 2007

Inhaltsverzeichnis

Bachelor-Studium Multimedia Production

1. Positionierung des Studiums	3
2. Berufsfelder der Medientechnik	4
3. Zielpublikum	5
4. Zulassung zum Studium	5
5. Studienkonzept	6
6. Churer Modell „Studieren und Produzieren“	8
7. Medien- und Kooperationspartner	9
8. Vertiefungsrichtungen	10
9. Studienplan Assessment-Stufe	11
10. Studienplan Bachelor-Stufe	12

Studienbetrieb und -organisation

11. ECTS-Punkte und Studienaufwand	13
12. Studiendauer und Semester	13
13. Unterrichtszeiten	13
14. Abschluss und Titel	13
15. Studienkosten	14

Hochschule für Technik und Wirtschaft

16. Fachbereiche	15
17. Leistungsangebot HTW Chur	16
18. Leitbild und Schulphilosophie	17
19. Schulstandorte und -infrastruktur	17
20. Student Services	17
21. Bachelor-/Master-System	18
22. Studienort	19

Studienleitung und Administration

23. Anmeldung und Administration	20
24. Fachliche Leitung	20
25. Informationsveranstaltungen	20

Multimedia Production

Medieningenieurwesen

Bachelor-Studium

1. Positionierung des Studiums

Die Medienindustrie wächst: Jedes Jahr arbeiten mehr Menschen in grossen Verlagshäusern, in kleinen Internet-Start ups, bei einem der zahlreichen Schweizer Lokalradios oder den wachsenden Lokal-TV-Stationen. Gleichzeitig entwickeln sich die Medientechnologien rasant weiter. In diesem Zusammenhang lösen sich etablierte Berufsbilder der Medienbranche auf: Die bisherige Spezialisierung in traditionelle Berufsgruppen ist durch die Digitalisierung und Verschmelzung aller Massenmedien überholt. Medienfachleute der Zukunft sind Generalisten und verfügen über Mehrmedien-Kompetenz, medientechnische Kenntnis sowie unternehmerisches (wirtschaftliches) Verständnis.

Das neue Bachelor-Studium Multimedia Production entspricht den aktuellen Entwicklungen in der Medienbranche. Es vermittelt neben der wissenschaftlichen Forschungsmethodik eine anwendungsorientierte Ausbildung für die berufliche Medienpraxis. Die Breite dieses interdisziplinären und generalistischen Fachwissens garantiert, dass Studierende komplexe und wenig strukturierte Probleme rasch lösen. Sie versetzt Studierende in die Lage, Medienproduktionen und -dienstleistungen eigenverantwortlich zu planen, durchzuführen und zu vermarkten. Dabei steht die Multimediaalkompetenz (Mehrmedienkompetenz) mit der dazu erforderlichen Technologie im Zentrum der Ausbildung. Das Zusammenwachsen von Printmedien mit elektronischen Medien und der Telekommunikation erfordert zudem neue Inhalte, die es zu finden und zu gestalten gilt. Schliesslich sind medienwirtschaftliche Aspekte ein unabdingbarer Bestandteil einer modernen medienpezifischen Ausbildung. Denn für Medienunternehmer und -dienstleister lauten die ökonomischen Gebote der Zeit: Konzentration zur Sicherung des Betriebes, Schaffung mehrerer Standbeine, internationale Expansion und internationales Management.

Eine derartig integrale Medienausbildung wird an Schweizer Fachhochschulen kaum – und erst recht nicht in Gestalt eines eigenständigen Bachelor- oder Master-Studiums – angeboten: Die einschlägigen Universitätsinstitute beschränken sich in medienwirtschaftlichen Studiengängen mehrheitlich auf einen theoretischen, wissenschaftlichen Hintergrund; der ökonomische – medienwirtschaftliche – Bezug ist bestenfalls durch ein Vertiefungsseminar sichergestellt. Das neue Studium füllt damit eine Lücke im Schweizer Fachhochschul-Angebot.

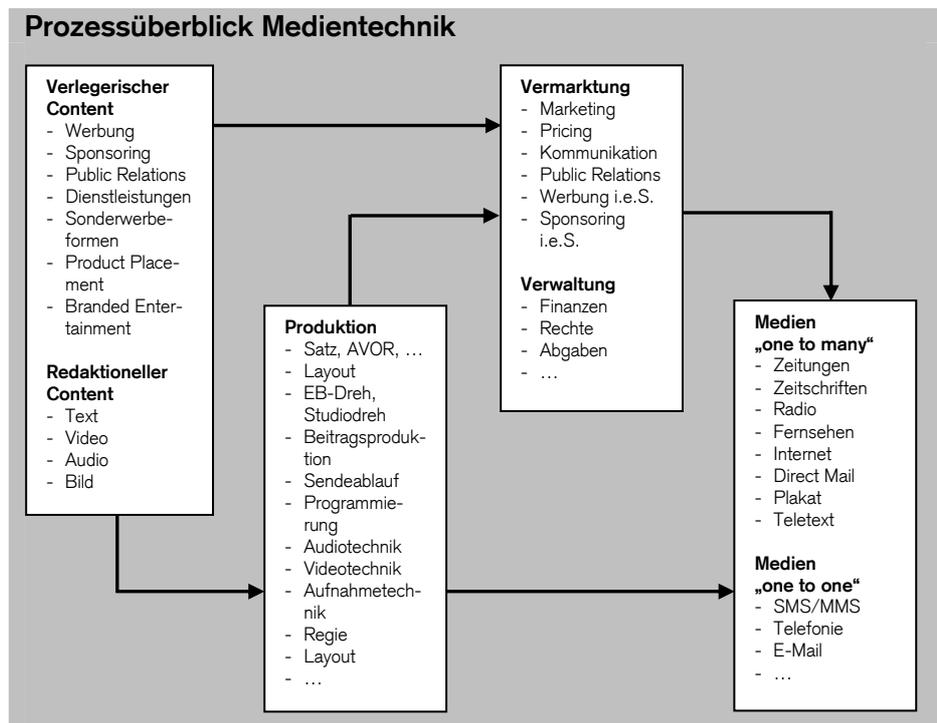
Hingegen sind sie in Studiengängen der Medienwirtschaft an den (staatlichen oder privaten) Fachhochschulen in Deutschland weit verbreitet. Sie vermitteln dabei ein Querschnittswissen rund um die Medienproduktion. Das Studium an der HTW Chur wird deshalb in Kooperation mit einer deutschen Partnerhochschule angeboten. Die Hochschule bietet einen akkreditierten Studiengang in Deutschland und international an. Sie begleitet die HTW Chur, um die formalen Voraussetzungen des Abschlusses zu gewährleisten. Weiter übernimmt die deutsche Hochschule die pädagogische und wissenschaftliche Begleitung. Eine weitere Kooperation ist mit Medienpartnern in Planung. Diese stellen für die Vertiefungsfächer ihre Infrastruktur zur gemeinsamen Nutzung zur Verfügung. Dank dieser Kooperation wird das Studium dem Motto „Studieren und Produzieren“ des Churer Modells gerecht.

2. Berufsfelder der Medientechnik

Im Zentrum des Studiums steht die spezialisierte Kenntnis der Medientechnik. Durch die enorme Digitalisierung entstehen nicht nur neue Arten von Medien, sondern auch neue Inhalte, welche zukünftige Medienfachleute dank grosser Kompetenz in Medientechnik schaffen können. Ohne eine generalistische Ausbildung in Medientechnik würden Medienfachleute ein Opfer der „digitalen Spaltung“ – dies sowohl im Verlag als auch in der Redaktion.

Die Anforderungen an zukünftige Medienfachleute können grundsätzlich nur noch mit einer generalistischen Ausbildung gewährleistet werden. Denn durch die rasante technologische Weiterentwicklung – Stichwort Digitalisierung und Verschmelzung aller Massenmedien – ist die bisherige Spezialisierung in traditionelle Berufsgruppen überholt. So müssen Medienfachleute in Zukunft Text, Foto und Videoaufnahmen machen. Gleichzeitig müssen Verlagsfachleute neben dem traditionellen Marketing-Know-how auch viel vom Medien-Content verstehen, den es zu verkaufen gilt.

Die folgende Grafik beantwortet die Frage nach den Anforderungen des Berufsfeldes und der Arbeitswelt, in der sich die Studierenden des Studiums bewegen.



3. Zielpublikum

Das Studium richtet sich an Personen,

- die sich sowohl medientechnische als auch kommunikationswissenschaftliche Kenntnisse erwerben wollen.
- die das Spannungsfeld von Medien, Wirtschaft, Politik, Gesellschaft, Recht, Informationstechnik und Journalismus schätzen.
- die ökonomische Zusammenhänge erkennen, beurteilen und ihre Analyse nutzbringend für ein Unternehmen einsetzen wollen.

Das Studium bietet in seiner Breite den Einstieg in eine Vielzahl von Medienberufen. Typische Arbeitgeber sind nationale und internationale PR-Dienstleister, Unternehmen der Informations- und Kommunikationsindustrie, Kommunikations- und PR-Abteilungen klassischer KMU und Grossunternehmen oder spezialisierte Dienstleister im Corporate Publishing. Absolventinnen und Absolventen des Studiums sind jedoch auch als Mitarbeitende für Rechts- und Programmagenturen geeignet – oder für Betreiber von Onlinediensten und Call-Centern, für Unternehmen mit E-Commerce und Direct-Marketing-Angeboten, für Sportunternehmen und -vereine oder Event- und Veranstaltungsagenturen.

4. Zulassung zum Studium

Zum Studium werden prüfungsfrei zugelassen:

- Inhaberinnen und Inhaber einer eidgenössisch anerkannten Berufsmatura mit einer absolvierten Berufslehre in einem der Studienrichtung verwandten Berufsfeld.
- Inhaberinnen und Inhaber einer eidgenössisch anerkannten Gymnasialmatura, sofern sie bis zum Zeitpunkt der Studienaufnahme eine Praxis in einem der Studienrichtung verwandten Unternehmen von mindestens einem Jahr nachweisen können.
- Inhaberinnen und Inhaber anderer vergleichbarer Ausweise. Es gelten sinngemäss die obigen Praxisanforderungen.

Zulassung in Ausnahmefällen

In besonderen Fällen können Interessentinnen und Interessenten ohne die oben genannten Zulassungsvoraussetzungen zum Studium zugelassen werden (Aufnahme sur Dossier). Der Prorektor entscheidet zusammen mit der Studienleitung über die Aufnahmebedingungen.

Auswahlverfahren und Vergabe von Studienplätzen

Zur Vergabe von Studienplätzen wird ein Auswahlverfahren durchgeführt, in dem folgende Kriterien berücksichtigt werden: Anmeldezeitpunkt, formale Zugangsqualifikation, Qualität der Qualifikation (Praxiserfahrung und Notendurchschnitt), persönliche Qualifikation und Motivation, Altersbonus. Der Anmeldung sind ein Lebenslauf und ein kurzes Motivationsschreiben beizulegen, aus dem ersichtlich ist, weshalb der Wunsch besteht, das Studium aufzunehmen. Die Anmeldung gilt als eingegangen, wenn das offizielle Anmeldeformular vollständig ausgefüllt und die darin verlangten Beilagen komplett sind. Sofern bereits beim Eingang der Unterlagen ein Studienplatz zugesichert werden kann, erfolgt dies mit dem Bestätigungsschreiben der Administration direkt nach der Anmeldung. Die Studienplätze werden in der Reihenfolge des Eingangs vergeben. Sind alle Studienplätze besetzt, wird – nach dem Eingangsdatum der Anmeldung – eine Warteliste erstellt.

5. Studienkonzept

Das nach dem Bologna-Modell aufgebaute Vollzeitstudium über drei Jahre wird wie folgt aufgeteilt: 50 % Kontaktstudium (Präsenzunterricht und begleitetes Selbststudium, wozu auch Projektarbeiten gehören) und 50 % unbegleitetes Selbststudium.

Assessment-Stufe

Die Assessment-Stufe umfasst die ersten beiden Semester. Darin enthalten sind der Wahlpflichtblock der Medienproduktionssysteme und zwei Wahlpflicht-Module in Medientechnik.

Bachelor-Stufe

Das Hauptstudium beginnt im dritten Semester. Darin enthalten ist ebenfalls ein Wahlpflicht-Modul in Medientechnik. Es enthält unter anderem sechs Vertiefungsrichtungen sowie die Bachelor-Arbeit.

Überblick Module und Ablauf des Studiums:

Assessment-Stufe		Bachelor-Stufe			
Semester 1	Semester 2	Semester 3	Semester 4	Semester 5	Semester 6
Wahlpflichtblock Medienproduktionssysteme		Wahlpflicht Praxis Medientechnik III	Crossmedia Production	Medienwissenschaften	Internationaler Medienmarkt
Medien, Medientechnik, Wirtschaft und Gesellschaft	Aufbaukurs Wirtschaft	Kommunikation und Netzwerke		Akademischer Dialog	Lehrprojekt Medienunternehmen
Grundkurs Wirtschaft	Grundkurs Gestaltung	Arbeitstechniken der Medien	Studienrichtung: TV Production		Bachelor Thesis
Grundkurs Informationstechnik	Wahlpflicht Praxis Medientechnik I	Spezielle Betriebswirtschaftslehre	Studienrichtung: Net Production		
Journalistische Grundlagen	Wahlpflicht Praxis Medientechnik II	Empirische Kommunikationsforschung	Studienrichtung: Digital Design		
		Kommunikation in der Mediengesellschaft	Studienrichtung: PR- und Kommunikationsmanagement		
			Studienrichtung: Medien-, Sport- und Eventmanagement		
			Studienrichtung: Sportjournalistik/Sportmanagement		

- Pflichtmodule
- Wahlpflichtmodule

Änderungen vorbehalten

Synergien zu bestehenden Tätigkeitsfeldern

Der modulare Aufbau des neuen Bachelor-Studiums gestattet Synergien zu bestehenden Tätigkeitsfeldern der HTW Chur – sowohl in der Lehre als auch in angewandter Forschung und Entwicklung. Die sechs an der HTW Chur angesiedelten Fachbereiche bieten eine solide Basis, um die Studieninhalte sinnvoll zu integrieren, beziehungsweise zu ergänzen. So verfügt die HTW Chur mit dem Institut für Medien und Kommunikation IMK über Kompetenzen im Bereich der Regionaljournalistenausbildung sowie durch die „Forschungsstelle für Sprache in Medien, Wirtschaft und Corporate Publishing“ einen Anknüpfungspunkt zu PR und Unternehmenspublizistik.

Übereinstimmung von Kompetenzerwerb und Berufsbefähigung

Die Studierenden erwerben im Studium grundlegende Kompetenzen: so beispielsweise generelles medientechnisches und kommunikationswissenschaftliches Wissen; ferner Kenntnisse zu Medien, Wirtschaft, Politik, Gesellschaft, Recht, Informationstechnologie und Journalismus; schliesslich das Erkennen und die Beurteilung medienökonomischer Zusammenhänge. Daher sind die folgenden drei Kompetenzen feste Säulen des Studiums:

- Multimedia-Kompetenz
- medientechnische Kompetenz
- ökonomisch-unternehmerische Kompetenz.

Weiter lernen die Studierenden die modernen Medienproduktionssysteme kennen, wobei sie diese nutzen und weiterentwickeln. Im Rahmen des Studiums sind die Studierenden gefordert, ihr theoretisches, wissenschaftliches und praktisches Wissen interdisziplinär und praxisgerecht umzusetzen und anzuwenden. Die Berufsbefähigung wird durch das Churer Modell „Studieren und Produzieren“ bereits während des Studiums weiterentwickelt und abgesichert. Denn die Studierenden wenden ihr theoretisches Wissen nicht im Labor an, sondern wenden es von Studienbeginn weg im Markt an: Dies mit eigenen Radio- und TV-Programmen und durch Mitarbeit an bestehenden Print- und Web-Projekten der Medienpartner.

Internationalität als Zusatzvariante

Das Konzept sieht vor, dass das Studium dank der Modularisierung teilweise auch international absolviert werden kann. Dabei sind die Studentinnen und Studenten drei Semester in Chur, zwei Semester in Mittweida und ein Semester an einem internationalen Standort der AMAK AG/Hochschule Mittweida.

6. Churer Modell „Studieren und Produzieren“

Die Studierenden produzieren gemeinsam mit verschiedenen Medienpartnern eigene Radio- und Fernsehprogramme, welche sich im Markt bewähren müssen. Dadurch wird erst das Churer Modell „Studieren und Produzieren“ ermöglicht.

Kompetenzen des Studiums sind:

- Generelle medientechnische- und kommunikationswissenschaftliche Ansätze (Dialog) zu Medien, Politik, Gesellschaft, Recht und Studium
- Beurteilung des medialen, politischen und rechtlichen Systems sowie anwendungsorientierte Erkennung von ökonomischen Zusammenhängen. Vermittlung von grundlegenden Kompetenzen zu Medien, Gesellschaft, Wirtschaft, Informationstechnik und Journalismus.
- Technische Weiterentwicklung, Nutzung und Anwendung der verschiedenen Medienproduktionssysteme: darunter Videotechnik, Audiotechnik, Technik der Printmedien, Veranstaltungstechnik sowie Technik der interaktiven Medien. Weiter steht im Zentrum die Übertragungstechnologie von Medieninhalten und der Kommunikation allgemein. Dies in enger Zusammenarbeit mit dem Institut für Informations- und Kommunikationstechnologie IKT.
- Theorie und Produktionspraxis von Radio, Online-Medien, Fernsehen, Event sowie Fernsehfilm.
- Medienspezifische Arbeitstechniken – insbesondere medienbetriebswirtschaftliche Kompetenzen und Verständnis von Methoden der Publikums-, Produkt- und Wirkungsforschung in der Kommunikationswirtschaft
- Analyse medienübergreifender Projekte
- Internationaler Medienmarkt
- Interdisziplinäre und praxisgerechte Umsetzung und Anwendung

Die klassischen und neuen Mediendisziplinen stehen nicht nebeneinander, sondern sind durch bestimmte Module im Sinne einer modernen „crossmedialen“ Verkettung verbunden. Die Studierenden sind gefordert, das erworbene theoretische, wissenschaftliche und praktische Wissen interdisziplinär praxisgerecht umzusetzen und anzuwenden.

Dabei wird durch das Churer Modell eine in der Schweiz einmalige Berufsbefähigung der Studierenden erreicht. Dies bedeutet, dass die Studierenden unter echter Konkurrenzsituation, Radio- und TV-Beiträge selber produzieren und selbstverantwortlich ausstrahlen. Das Churer Modell „Studieren und Produzieren“ wird somit nicht nur durch Professoren und Dozierende beurteilt, sondern auch durch die Medienkonsumentinnen und -konsumenten.

7. Medien- und Kooperationspartner

Das Studium wird in Kooperation mit folgenden Partnern angeboten:

Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences

Die Hochschule Mittweida wurde am 7. Mai 1867 als privates Technikum gegründet und war um 1900 eine der grössten privaten Lehrinrichtungen Deutschlands. Seit 1992 wird sie als Hochschule für Technik und Wirtschaft Mittweida (HTWM) geführt. Die Hochschule liegt im Bundesland Sachsen hat rund 5'000 Studierende in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften; Informationstechnik und Elektrotechnik; Maschinenbau, Mathematik, Physik, Informatik, Medien sowie Soziale Arbeit/Pädologie. Der Fachbereich Medien unterhält neben mehreren Fernsehstudios noch einen UKW-Radiosender (99,3 MHz Radio Mittweida), einen digitalen Fernsehsender (MW Digital) sowie eine regelmässig erscheinende Wochenzeitung Novum. Unabhängig vom Fachbereich Medien gibt es noch die ausschliesslich von Studierenden betreute Zeitung Sprinter. Weitere Informationen unter www.htwm.de

Akademie für multimediale Ausbildung und Kommunikation an der Hochschule Mittweida (AMAK AG)

AMAK AG ist ein privates Hochschulinstitut, das mit der staatlichen Hochschule Mittweida kooperiert und durch die leitenden Mitarbeitenden auch personell mit der Hochschule verbunden ist. AMAK AG bietet interdisziplinäre, am Bedarf des Arbeitsmarktes ausgerichtete, internationale akademische Studiengänge mit dem Abschluss Bachelor und Master an. Daneben ist das Unternehmen in Medienproduktion, Medienforschung und Weiterbildung tätig. Durch eine innovative Divisionsstruktur mit eigenständigen Einheiten kann das Unternehmen jederzeit flexibel auf Marktströmungen reagieren. Die AMAK AG verfügt neben der Hauptniederlassung in Mittweida über Standorte in Deutschland, Europa und Asien. Weitere Informationen unter www.amak-online.de

Institute der HTW Chur

Das Institut für Medien und Kommunikation IMK der HTW Chur unterhält seit Anfang 2005 zusammen mit der Schweizerischen Text Akademie eine Forschungsstelle für „Sprache in Medien, Wirtschaft und Corporate Publishing“. Das Institut für Informations- und Kommunikationstechnologien IKT evaluiert, konzipiert und entwickelt innovative Informations- und Kommunikationslösungen. Die fachlichen Schwerpunkte des Instituts sind: Mobile Computing, Multimedia-Kommunikation, Embedded Systems sowie Konvergenz der Netze und Dienste und Sicherheit in Kommunikationssystemen.

8. Vertiefungsrichtungen

a. TV Production

Diese Studienrichtung vermittelt das Grundwissen, wie eine Fernsehsendung funktioniert. Dies vor allem in medientechnischer Hinsicht: Was für Kameras braucht es? Was hat das (Studio-)Licht für eine Bedeutung? Wie unterscheidet sich eine Studio-Produktion von einer Aussenproduktion? Dabei lernen die Studierenden die Arbeiten der Kameraleute ebenso kennen, wie die der Tonspezialisten, Beleuchter, Regisseure und – ganz am Rande – die Tätigkeiten der Fernsehredaktoren.

b. Web Production

In dieser Studienrichtung erhalten die Studierenden ein generalistisches Wissen über das Internet und dessen Teil-Systeme wie internetbasierte Datenbanken. Im Zentrum steht die Produktion moderner Websites – auch mit interaktiven Bild- und Video-Plattformen. Dabei steht immer die Medientechnik im Vordergrund und weniger das künstlerische Talent. Es wird Grundwissen über den XHTML-Code (Extensible Hypertext Markup Language) vermittelt, über Webdesign und über digitale Bild- und Grafik-Bearbeitung.

c. Digital Design

In dieser Studienrichtung sind wie beim Web Producer Computer- und Internet-Interessierte gefragt. Es geht um Gestaltung aller Art. Immer aber im Computer – resp. im Internet. Während der Web Producer plant, Konzepte erstellt und Projekte von Anfang bis zum Schluss leitet, ist der/die Digital-Designer/in in erster Linie für die Gestaltung verantwortlich. Der Digital Designer entwickelt neben der hauptsächlichen Gestaltungsarbeit von Web-Sites und anderen digitalen Medien auch Video-Games, und setzt Spiele aller Art für digitale Medien um.

d. PR- und Kommunikationsmanagement

PR- und Kommunikationsmanager können nicht nur gut schreiben, Konzepte erstellen oder den Medien gewandt Red und Antwort stehen, sie sind vor allem Profis in Medientechnik. Dies hat einen entscheidenden Vorteil in einer digitalen Arbeitswelt: Sie können fotografieren, Kurzfilme mit der eigenen Kamera drehen, diese ins Web stellen und sämtliche Abläufe in allen modernen Medien verstehen und aktiv mitgestalten.

e. Medien, Sport- und Eventmanagement

Aufmerksamkeit ist in unserer modernen, medialisierten Welt zum extrem teuren Gut geworden. Darum müssen sich Unternehmen inszenieren: Von der Verkündung der Quartalszahlen bis zum Messestand wird jeder Auftritt in der Öffentlichkeit genau organisiert. Doch, was wäre so ein Event ohne ein grosses Medienecho? Damit dies gelingt, wird in dieser Vertiefungsrichtung ein moderner Eventmanager ausgebildet, der Events von Anfang an nur mit den Medien plant – meist im Bereich von Sportanlässen.

f. Sportjournalistik, Sportmanagement

Sport am Fernsehen – und in den Medien allgemein – locken die meisten Leute an. Sport ist heutzutage zu einer modernen Unterhaltungsmaschine geworden. Damit Sportveranstalter und Medienmacher Hand in Hand arbeiten können, braucht es Sportmanager. Den Studierenden wird vor allem vermittelt, wie der Sportmarkt funktioniert und welche wichtige Rolle der Medienarbeit zukommt, will eine Sportveranstaltung über längere Zeit erfolgreich sein.

9. Studienplan Assessment-Stufe

Assessment-Stufe 1. und 2 Semester	Assessment-Stufe		Bachelor-Stufe			
	1.Sem.	2.Sem.	3.Sem.	4.Sem.	5. Sem.	6.Sem.
	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS
Wahlpflichtblock (3 aus 5)* Medienproduktionssysteme: - Videotechnik - Audiotechnik - Technik der Printmedien - Veranstaltungstechnik - Technik der interaktiven Medien <small>*Es müssen ein Modul im 1. Semester und zwei Module im 2. Semester belegt werden</small>	5	10				
Medien, Wirtschaft und Gesellschaft - Mediensystem der Schweiz - Einführung in das medienwirtschaftliche Arbeiten - Einführung in die Rechtsordnung - Medienrecht	10					
Grundkurs Wirtschaft - Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre - Einführung in die Volkswirtschaftslehre	5					
Grundkurs Informationstechnik - Angewandte Informatik - Computertechnik	5					
Journalistische Grundlagen - Journalistische Darstellungsformen - Recherche und journalistische Informationssysteme - Journalistische Recherche und Darstellungsformen	5					
Aufbaukurs Wirtschaft - Wirtschaftsrecht - Rechnungswesen - Marketing		5				
Grundkurs Gestaltung - Grafik und Design - Fotografie		5				
Wahlpflicht (2 aus 5) Medienpraxis I/II - Medienpraxis Hörfunk: Redaktion/Produktion - Medienpraxis Onlinemedien - Medienpraxis Fernsehen: FS-Redaktion/FS-Produktionsmanagement - Medienpraxis Event: Redaktion/Produktion - Medienpraxis Fernseh-Film: Film-Redaktion/Film-Produktion		10				
Gesamt Assessment-Stufe: 60 ECTS-Punkte	30	30				

Änderungen vorbehalten

10. Studienplan Bachelor-Stufe

Bachelor-Stufe 3. und 4. Semester	Assessment-Stufe		Bachelor-Stufe			
	1.Sem.	2.Sem.	3.Sem.	4.Sem.	5. Sem.	6.Sem.
	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS
Wahlpflicht (1 aus 5)* Medienpraxis III* <small>* gleiche Auswahl von Modulen wie Medienpraxis I/II</small>			5			
Kommunikation und Netzwerke			5			
Arbeitstechnik der Medien			5			
Spezielle Betriebswirtschaftslehre			5			
Empirische Kommunikationsforschung			5			
Kommunikation in der Mediengesellschaft			5			
Crossmedia-Produktion				10		
Wahlpflichtmodulkomplexe Studienrichtungen Vertiefungen (1 aus 6) 1. TV Production 2. Net Production 3. Digital Design 4. PR- & Kommunikationsmanagement 5. Medien, Sport und Eventmanagement 6. Sportjournalistik/Sportmanagement				20	20	
Bachelor-Stufe 3. und 4. Semester: 60 ECTS-Punkte			30	30		

Bachelor-Stufe 5. und 6. Semester	Assessment-Stufe		Bachelor-Stufe			
	1.Sem.	2.Sem.	3.Sem.	4.Sem.	5. Sem.	6.Sem.
	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS	ECTS
Medienwissenschaften - Einführung Kommunikationswissenschaft - Einführung Medientheorie - Mediengeschichte					5	
Akademischer Dialog - Wettbewerbe und Fachkongresse - Vorträge und wissenschaftliches Publizieren - Exkursion					5	
Internationaler Medienmarkt - Internationale Mediensysteme - Internationale politische Systeme - Medienpolitik						5
Lehrprojekt Medienunternehmen (Praxismodul, 12 Wochen im 6. Semester)						15
Bachelor-Arbeit						10
Bachelor-Stufe 5. und 6. Semester: 60 ECTS-Punkte					30	30
Gesamt Bachelor-Studium: 180 ECTS-Punkte	30	30	30	30	30	30

Änderungen vorbehalten

Studienbetrieb und -organisation

11. ECTS-Punkte und Studienaufwand

Für jedes Semestermodul werden ECTS-Punkte (European Credit Transfer System) vergeben. Diese dienen der Studierendenmobilität und ermöglichen eine Anerkennung der erbrachten Studienleistungen durch in- und ausländischen Hochschulen. Die volle Arbeitsleistung pro Semester im Vollzeit-Lehrgang entspricht mindestens 30 ECTS-Punkten. Ein ECTS-Punkt entspricht in etwa dem Aufwand von 30 Arbeitsstunden (Kontaktunterricht, Projektunterricht, Selbststudium). Zum Selbststudium gehören Hausaufgaben, E-Learning, Lösen von Fallstudien in Gruppen, Studien- und Projektarbeiten, Bachelor Thesis etc. Der Studienaufwand beträgt 5'400 Arbeitsstunden, was 180 ECTS-Punkten entspricht. Von der ganzen Studienleistung wird etwa die Hälfte als Kontaktstudium erbracht und 50 Prozent im unbegleiteten Selbststudium. Der Selbststudiumsanteil steigt mit der Semesterzahl an.

12. Studiendauer und Semester

Das Bachelor-Studium wird im Vollzeit-Studium in 6 Semestern absolviert. Ein Semester besteht in der Regel aus 14 Unterrichtswochen, einer Blockwoche und einer Prüfungswoche. Das Studium beginnt in der Kalenderwoche 38.

13. Unterrichtszeiten

Der Unterricht findet von Montag bis Freitag statt. Üblich sind Doppellektionen von 90 Minuten oder Halbtagesblöcke von vier Lektionen. Im letzten Studienjahr können die Halbtagesblöcke je nach Wahl der Vertiefung anders verteilt sein.

14. Abschluss und Titel

Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen erhalten den Titel Bachelor of Science FHO in Medieningenieurwesen mit der Angabe der Vertiefungsrichtung.

Mit dem erfolgreichen Abschluss des Bachelor-Studiums ist es möglich, an der deutschen Partnerhochschule Mittweida ohne zusätzliche Hürden zum konsekutiven „Master of Information and Communication Science“ zugelassen zu werden und dabei die Berechtigung zur Promotion zu erwerben.

15. Studienkosten

Die Semestergebühr für Studierende mit Wohnsitz in der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein beträgt CHF 960.–. Prüfungsgebühren und fotokopierte Arbeitspapiere sind in der Semestergebühr enthalten.

In der Semestergebühr nicht inbegriffen sind:

- Lehrbücher (im Durchschnitt ist mit Auslagen von CHF 500.– pro Semester zu rechnen)
- Reise-, Verpflegungs- und Unterkunftskosten im Rahmen von Exkursionen, Blockseminaren, Gruppendiplomarbeiten oder Einzeldiplomarbeiten

Die Anschaffung eines leistungsfähigen, WLAN-fähigen Notebooks wird vorausgesetzt. Informationen über die Anforderungen unter <http://my.fh-htwchur.ch>

Einschreibgebühr

Mit der Studienplatzbestätigung wird eine Einschreibgebühr von CHF 300.– erhoben. Sie verfällt, wenn das Studium nicht angetreten wird. Bei hochschulinternen Übertritten entfällt die Gebühr.

Weitere Informationen zum Studienbetrieb sind im entsprechenden Reglement der Bachelor-Studiengänge festgehalten.

Hochschule für Technik und Wirtschaft

Die Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur ist Teil der Fachhochschule Ostschweiz FHO, zusammen mit der Hochschule für Technik Buchs NTB, der Hochschule für Technik Rapperswil HSR und der Hochschule für Angewandte Wissenschaften St. Gallen FHS.

16. Fachbereiche

Die HTW Chur bietet Aus- und Weiterbildungen, Dienstleistungen sowie Angewandte Forschung und Entwicklung in sechs Fachbereichen an:

- Tourismus
- Management
- Informationswissenschaft
- Telekommunikation und Elektrotechnik
- Bau und Gestaltung
- Medien

Vernetzung von Wirtschaft und Technik

Die HTW Chur ist in drei Departementen organisiert:

- Entrepreneurial Management
- Medien, Information und Kommunikation
- Regionalentwicklung, Tourismus

Die Verbindung der Bereiche Medien, Information und Kommunikation sowie der Bereiche Regionalentwicklung und Tourismus miteinander ist einmalig in der Schweizer Fachhochschullandschaft. Durch diese Verzahnung von Fachgebieten aus Technik und Wirtschaft werden wichtige Synergieeffekte geschaffen, wie z. B. mit Tourismus und Bau oder mit Medien, Information und Kommunikation. Das Departement Entrepreneurial Management übernimmt die Klammerfunktion über alle Fachbereiche. So sind Innovation, Internationalisierung, Unternehmertum, Start-up sowie Management-Fähigkeiten in allen Gebieten zentrale Elemente in der Aus- und Weiterbildung.

Die HTW Chur arbeitet eng mit der Wirtschaft zusammen und betreibt in den sechs Fachbereichen auch Angewandte Forschung und Entwicklung. Die Institute sind die Leistungsträger der Fachbereiche und sorgen für eine auf die Wirtschaft ausgerichtete und praxisorientierte Ausbildung in den Studiengängen. Die Institute bieten auch fachbezogene Weiterbildungen an.

17. Leistungsangebot HTW Chur

Dept	Fachbereiche	Studiengänge und Institute	
Departement Entrepreneurial Management	Management	Bachelor-Studium mit Vertiefungen	- Betriebsökonomie Accounting, BankAssurance, Communication Design, Entrepreneurship, Human Resources, Marketing, Sports Management, Tourismus
	Master-Studien; Major	- *MSc in Business Administration: Major Entrepreneurial Management	
	Weiterbildung	- MAS in Business Administration - Executive MBA - Höhere Berufsbildung	
	Institute	- Schweizerisches Institut für Entrepreneurship (SIFE) - Institut für Management und Weiterbildung (IMW) - Zentrum für Verwaltungsmanagement (ZVM)	
Departement Medien, Information, Kommunikation	Informationswissenschaft	Bachelor-Studium mit Vertiefungen	- Informationswissenschaft Archivwissenschaft, Bibliothekswissenschaft, Informationsmanagement, Medienwirtschaft
		Master-Studien	- *MSc in Information Science
		Weiterbildung	- MAS in Information Science
		Institut	- Schweizerisches Institut für Informationswissenschaft (SI)
Departement Medien, Information, Kommunikation	Telekommunikation und Elektrotechnik	Bachelor-Studium mit Vertiefungen	- Telekommunikation/Elektrotechnik Angewandte Elektrotechnik, Telekommunikation und Informatik, Wirtschaftsingenieur/in
		Master-Studien MRU	- Master of Science in Engineering (MSE): MRU Telekommunikation und Neue Medien
		Institut	Institut für Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)
Departement Medien, Information, Kommunikation	Medien	Bachelor-Studium mit Vertiefungen	- Multimedia Production, Medieningenieurwesen TV Production, Net Production, Digital Design, PR- und Kommunikationsmanagement, Medien-, Sport- und Eventmanagement, Sportjournalistik/Sportmanagement
		Weiterbildung	- MAS in Writing and Corporate Publishing
		Institut	- Institut für Medien und Kommunikation (IMK)
Departement Regionalentwicklung, Tourismus	Tourismus	Bachelor-Studium mit Vertiefungen	- Tourism Leisure Industry, Sports Management, Tourism Marketing Management
		Master-Studium; Major	- *MSc in Business Administration: Major Tourism
	Weiterbildung	- Executive MBA in Tourism Management	
	Institut	- Institut für Tourismus und Freizeitforschung (ITF)	
Departement Regionalentwicklung, Tourismus	Bau und Gestaltung	Bachelor-Studium mit Vertiefungen	- Bau und Gestaltung Architektur, Ingenieurbau
		Master-Studien MRU	- Master of Science in Engineering (MSE): MRU Schutz vor Naturgefahren
		Weiterbildung	- MAS in nachhaltigem Bauen
		Institut	- Institut für Bau und Gestaltung (IBG)

* Das Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) entscheidet definitiv über die Zuteilung Ende 2007.

18. Leitbild und Schulphilosophie

Die HTW Chur ist eine aktive Hochschule, in der sich Mitarbeitende und Studierende für eine qualitativ hoch stehende Lehre, Weiterbildung, Forschung und Dienstleistung einsetzen. Die Studierenden werden bei ihrer Entwicklung zu selbständigen Menschen, welche verantwortungsbewusst entscheiden und handeln, unterstützt. Die HTW Chur als national und international vernetzte Hochschule gibt innovationsfördernde Impulse an die Wirtschaftsregion Südostschweiz weiter.

Innovation, ständige Weiterentwicklung und internationale Ausrichtung sind die Markenzeichen der HTW Chur. Neue Ausbildungsbedürfnisse lassen sich durch einen ständigen Dialog mit den Unternehmungen, den Forschenden und Lehrenden sowie den Studierenden frühzeitig erkennen.

Internationalität hat in Graubünden Tradition. Die Mehrsprachigkeit der Bevölkerung (Deutsch, Italienisch, Romanisch), gemeinsame Grenzen mit Italien, Österreich und dem Fürstentum Liechtenstein und nicht zuletzt die zahlreichen ausländischen Gäste haben Graubündens offenes Denken und Handeln geprägt. Für die HTW Chur ist die internationale Ausrichtung Anliegen und Verpflichtung zugleich.

19. Schulstandorte und -infrastruktur

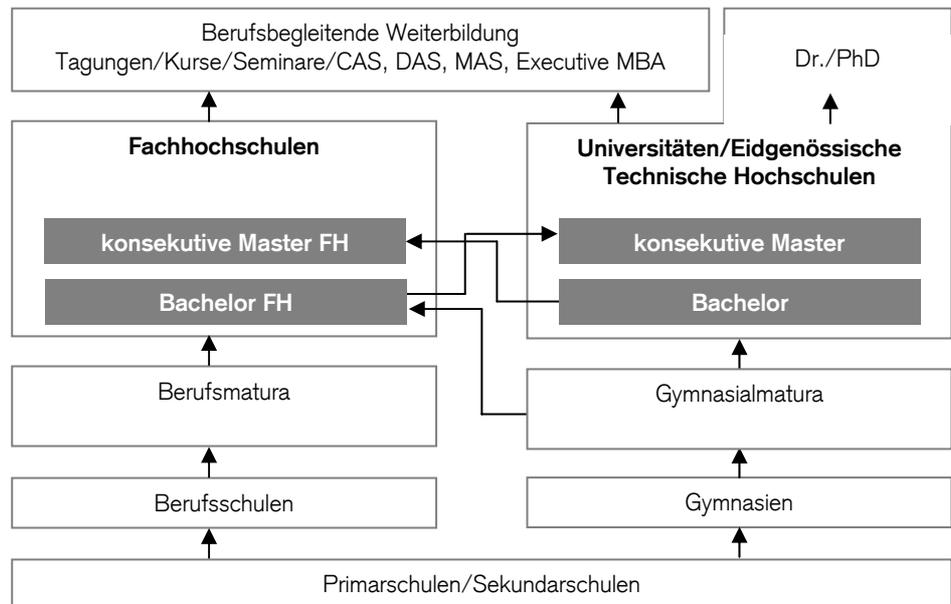
Die HTW Chur verfügt an der Ringstrasse/Pulvermühlestrasse 57 und an der Commercialstrasse über moderne und attraktive Schul- und Institutsräume. An allen Standorten ist WLAN installiert. Damit können in allen Räumlichkeiten der Hochschule drahtlos Daten abgerufen werden. Eine grosszügige Bibliothek sowie günstige Verpflegungsmöglichkeiten in der Cafeteria gehören an den beiden Hauptschulstandorten zum Standard.

21. Student Services

Den Studierenden der Bachelor- und Masterstudiengänge stehen diverse Dienstleistungen zur Verfügung. Die Dienstleistungen umfassen neben ausserschulischen Aktivitäten auch diverse Beratungsprogramme mit dem Ziel, die Persönlichkeit der Studierenden zu fördern, sie optimal auf ihre berufliche Karriere vorzubereiten und in ihrer beruflichen Laufbahn zu unterstützen. Weitere Informationen zu den einzelnen Dienstleistungen finden sich auf der jeweiligen Internet-Website:

- Career Center (Coaching, Personality Profile, Karriereplattform), www.fh-htwchur.ch/careercenter
- Erasmus-Programm, Ausland Austausch, www.fh-htwchur.ch/international
- Hochschulsport, www.fh-htwchur.ch/sport
- Mentoring, www.fh-htwchur.ch/mentoring

21. Bachelor-/Master-System



Zweistufiges Studiensystem nach Bologna

Bologna steht für eine tief greifende, internationale und auf gleichen Prinzipien beruhende Reform aller europäischen Hochschulen (Universitäten und Fachhochschulen). Im Zentrum steht das zweistufige Studiensystem: als Erstabschluss der Bachelor, als Zweitabschluss der Master. Die Stufen-Übertritte (↑) werden teilweise von Bedingungen abhängig gemacht.

Der Bachelor-Abschluss FH ist der erste berufsqualifizierende Abschluss einer Hochschule. Die Bachelor-Studiengänge haben gegenüber den früheren FH-Diplomen eine verkürzte Semesterdauer mit weniger Präsenzlektionen, dafür mit mehr Selbststudium und unterstützendem E-Learning. Das Studium wird dadurch flexibler und erfordert mehr Selbstverantwortung. Ausserdem sind die Vertiefungsrichtungen erweitert worden. Damit können sich die Studentinnen und Studenten je nach individueller Neigung spezialisieren.

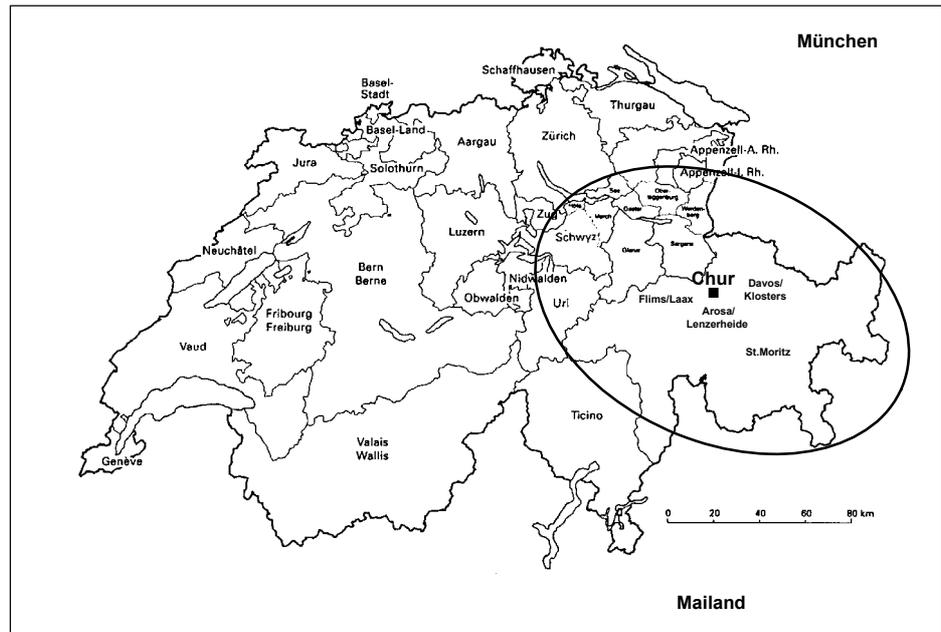
Die konsekutiven Master-Studiengänge werden den jeweiligen Hochschulen vom Bundesamt für Berufsbildung und Technologie BBT Ende 2007 zugeteilt und erstmals ab 2008 angeboten.

Das Angebot der berufsbegleitenden Weiterbildungsstudien, den exekutiven Master-Studien, kann jede Hochschule selbst bestimmen. Exekutiv bedeutet, dass es sich um einen Studiengang handelt, der qualifizierte Berufspraxis voraussetzt. In der Regel werden diese Studiengänge nur berufsbegleitend angeboten. Als Zulassungsbedingung kann ein fehlender Hochschulabschluss auch durch qualifizierte und langjährige Berufstätigkeit kompensiert werden.

Für die Studienleistungen werden nach dem europaweit geltenden Kreditpunktesystem European Credit Transfer System (ECTS)-Punkte vergeben.

22. Studienort

Chur ist für Studierende aus der ganzen Schweiz mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Auto erreichbar. Im Stundentakt gibt es Bahnverbindungen von Zürich, St. Gallen, aus dem Bündner Oberland, aus dem Engadin oder aus dem Prättigau.



Chur ist die älteste Stadt der Schweiz und mit 35'000 Einwohnern eine Kleinstadt mit viel Charme, Geschichte und Kultur. Die Ambiance in der Altstadt ist einmalig und das kulturelle Angebot vielfältig.

Wer sich sportlich betätigen will, findet in Chur oder in der näheren Umgebung praktisch alles, was das Herz begehrt. Das Sportzentrum Obere Au mit Hallenbad, Freibad, Fitnessraum, Tennisplätzen, Finnenbahn usw. befindet sich keine zehn Gehminuten vom Schulstandort. Mountainbiker finden in der näheren Umgebung Trainingsmöglichkeiten bis auf 2000 m. ü. M. Sogar Golfer kommen auf ihre Rechnung, z. B. in Domat/Ems oder in Bad Ragaz. Besonders attraktiv sind die nahen Wintersportorte wie Arosa, Flims/Laax, Lenzerheide/Valbella oder etwa Grüşch/Danusa. Chur besitzt sogar – als einzige Stadt der Schweiz – ein eigenes Wintersportgebiet. Das Skigebiet Brambrüesch ist von der Stadt aus mit einer Bergbahn erschlossen und reicht von 1'200–2'200 m. ü. M.

Studienleitung und Administration

23. Anmeldung und Administration

Für erste Auskünfte steht Ihnen unsere Administration oder nach Voranmeldung die fachliche Leitung gerne zur Verfügung.

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
Administration
Comercialstrasse 24
CH-7000 Chur

Telefon +41 (0)81 286 24 24
Telefax +41 (0)81 286 24 00
E-Mail hochschule@fh-htwchur.ch

Die Anmeldeformulare sind online verfügbar unter www.fh-htwchur.ch/bachelor und können im PDF-Format online ausgefüllt und ausgedruckt werden.

Anmeldeschluss ist der 30. April des Jahres, in dem das Studium aufgenommen wird.

24. Fachliche Leitung



Franco Item
E-Mail franco.item@fh-htwchur.ch

25. Informationsveranstaltungen

Weitere Informationen zum Studium erhalten Sie an den Informationsveranstaltungen und am jährlich stattfindenden Informationstag. Die genauen Daten finden Sie unter www.fh-htwchur.ch/infotag. Zwei bis drei Monate vor Studienbeginn werden die eingeschriebenen Studentinnen und Studenten zu einem Kick-off-Meeting an die HTW Chur eingeladen.



HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
Bachelor-Studien
Ringstrasse/Pulvermühlestrasse 57
CH-7004 Chur

Telefon +41 (0)81 286 24 24
Telefax +41 (0)81 286 24 00
E-mail hochschule@fh-htwchur.ch

www.fh-htwchur.ch/bachelor



Programmleitung, 2007

I Voraussetzungen Bewerber

- mindestens 20 Jahre
- Matur oder Berufslehre
- gute PC-Kenntnisse
- Interesse und Freude am Medium
- Journalistische Neugier
- Führerschein ideal
- eine gute Stimme, sprachliches Talent
- hohe Flexibilität bei Arbeitszeiten
- Spass am Arbeiten im Team
- hohe Selbständigkeit, Ausdauer

II Dauer

Einstiegs-Praktikum 3 Monate

Der Praktikant erhält eine praxisorientierte Einführung in die elektronischen Medien.

III Lernziele

- Beherrschen wichtigste journalistische Grundformen im Radio bzw. TV
- Kennen der Arbeitsweise eines Radio- bzw. TV-Journalisten (Aufgaben, Quellen, Agendaführung)
- Kennen und Beherrschen der Werkzeuge (v.a. Mikrofon, Aufnahmegeräte, Audio-Software)
- Erlangen des Zertifikats IMK Medien¹

IV Betreuung

Der Praktikant wird während der Praktikumszeit von einem Götti bzw. Coach begleitet. Dieser ist Redaktor und von der Chefredaktion bestimmt. Am Ende des Einstiegspraktikums ist der Praktikant fähig, Redaktion/Moderation selbständig mit redaktionellen Beiträgen zu unterstützen. Nach Interesse und Talent kann nach Absprache eine Vertiefung in Richtung Moderation oder Redaktion vorgenommen werden.

¹ Institut für Medien und Kommunikation, Chur

V Vergütung

Das Praktikum wird mit CHF 500.- vergütet.

VI Arbeitszeiten und -bedingungen

Arbeitszeiten und -bedingungen gemäss Personalreglement (Arbeitszeiten, NBU). Der Praktikant informiert den Coach rechtzeitig über seine Absenzen (z.B. bei externen Vorstellungsgesprächen o.ä.). Der Praktikant ist während des Praktikums gegen Arbeitsunfälle versichert. Das Praktikum gilt als Ausbildungsangebot und wird vom Praktikanten im eigenen Interesse so gut wie möglich genutzt.

VI Coaching-System

Verantwortlich: Coach

- aktives Coaching/Mentoring
- Lernziel-Definition und Kontrolle:
- Regelmässige Sendekritik, Abnahme der Beiträge, gezieltes Feedback (individuelle Bedürfnisse, O-Ton-Qualität, Schnitt, Sprache, Atemtechnik, Betonung ...)
- Empfehlungen/Erfolgskontrolle für nächsten Schritt
- Entscheid Eintritt ins Berufspraktikum

VII Ausbildungsprogramm

- Woche 1 Mitlaufen und "Einfühlen" in Redaktion und Moderation, Vorstellung innerhalb der Teams, Studium Schulungsunterlagen SORTV
- Woche 2 Technik-Ausbildung in Digimedia, Mini-Disc, Studioteknik und Arbeitsplätze, Mitlaufen bei Reportereinsätzen und erste eigene Schritte
- Woche 3/4 erste selbständige Voxpop-Einsätze und Text-Übung (Textverständnis, redaktionelle Formen), Einführung in gestaltete Beiträge.

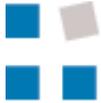
Aufgaben nach Einführungsmonat 1

- Tägliche Umfragen
- Veranstaltungskalender
- Schnee- und Skipistenbericht
- Gratulationen
- Unterstützung Musikredaktion (Archiv)
- ...

Woche 5 - 8 Übung und Vertiefung, Erfolgskontrolle 2

Ab Woche 8: 1 Beitrag mit Nachricht mit O-Ton/Tag

Wochen 9 - 12 Einführung Moderation



HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft

Institut für Medien und Kommunikation

IMK-Lehrgang Medien

Fachausbildung für Journalistinnen und Journalisten



Programm 2007/08

4000
Pflanzung
1999
SAL
Schule für Angewandte Linguistik

Inhalt

Ausbildungskonzept	4
--------------------	---

IMK-Grundlehrgang Medien

Programm	7
Studienkonzept	8
Einführung in den Journalismus	10
Schreibwerkstatt I – Fallstricke der deutschen Sprache erkennen	11
Schreibwerkstatt II – Mit Worten haushälterisch umgehen	12
Schreibwerkstatt III – Den Blick des Lesers lenken/Fakten und Einschätzungen sauber trennen	13
Schreibwerkstatt IV – Die Botschaft auf den Punkt bringen	14
Schreibwerkstatt V – Redigieren 1	15
Das politische System der Schweiz	16

IMK-Ergänzungslehrgang Medien

Programm	19
Studienkonzept	20
Interviews führen	22
Menschliches Verhalten in der Kommunikation – erkennen, verstehen, steuern	23
Schreibwerkstatt VI – Texte nachvollziehbar gliedern	24
Reportageformen	25
Recherchieren	26
Schreibwerkstatt VII – Den Leser bei Laune halten	27

Organisation

Allgemeine Informationen	29
Auszug aus dem Prüfungsreglement	30
Institut für Medien und Kommunikation	32
Schule für Angewandte Linguistik	33
MAZ – Die Schweizer Medienschule	34
Standort	35

Ausbildungskonzept

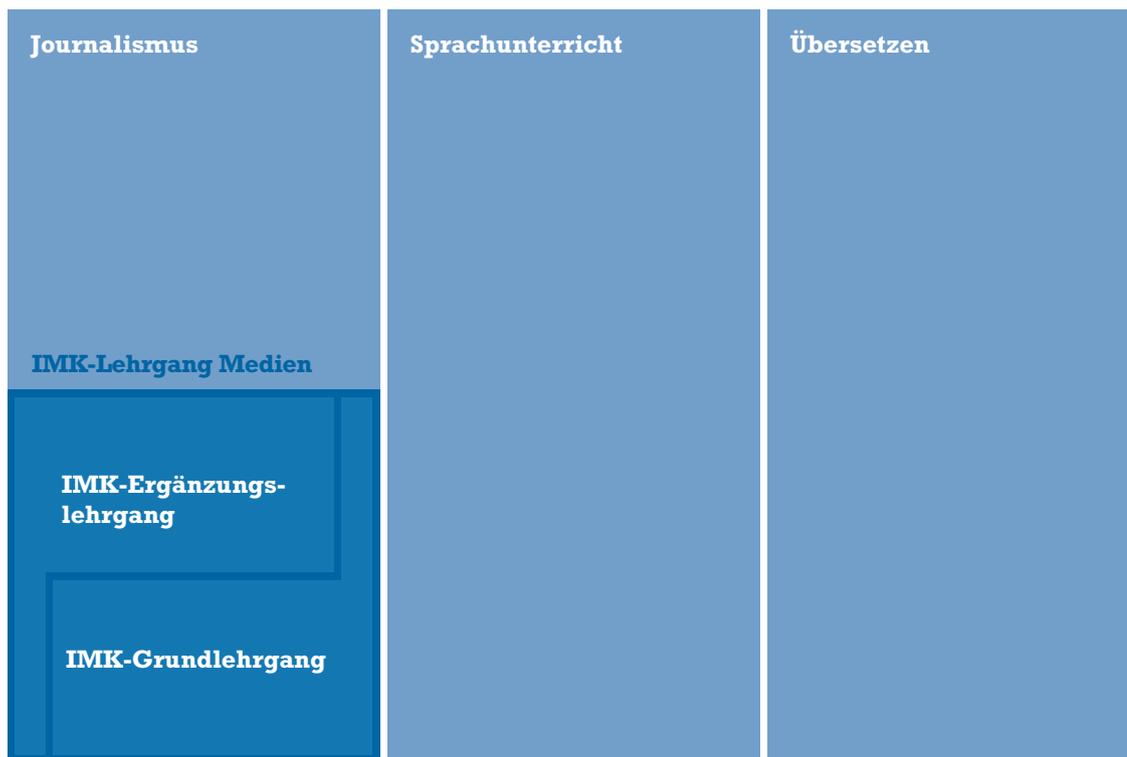
In enger Zusammenarbeit mit der Schule für Angewandte Linguistik Zürich (SAL) bietet das Institut für Medien und Kommunikation (IMK) der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur einen Journalismus-Lehrgang an. Ziel dieses berufsbegleitenden Lehrgangs ist es, Nachwuchskräften, aber auch arrivierten Berufsleuten eine fundierte und praxisorientierte Aus- und Weiterbildung in einem zeitlich vertretbaren Rahmen zu ermöglichen. Sämtliche Kurse sind auch Bestandteil des ordentlichen SAL-Kursangebotes und werden von der SAL vollumfänglich anerkannt.

Der IMK-Lehrgang ist in zwei Teile gegliedert:

- Grundlehrgang
- Ergänzungslehrgang

Für den abgeschlossenen Grundlehrgang erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine IMK-Lehrgangsbestätigung, für den abgeschlossenen Ergänzungslehrgang das IMK-Zertifikat Medien.

SAL-Studium



Wie die Grafik zeigt, ist die Aus- und Weiterbildung am IMK modular aufgebaut. Für ein weiterführendes Studium an der SAL werden alle am IMK absolvierten Module voll angerechnet.

Die Aus- und Weiterbildung am IMK ist an kein fixes System gebunden. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können grundsätzlich auch Module aus dem Ergänzungslehrgang wählen, bevor sie den Grundlehrgang abgeschlossen haben. Damit können sie ihr persönliches «Aus- und Weiterbildungs»-Menü à la carte zusammenstellen. Bei Modulkombinationen, die keinen Sinn machen, behält sich die Institutsleitung vor, Anmeldungen zurückzuweisen. Um das Zertifikat zu erlangen, müssen die Zertifizierungsbedingungen (siehe Seite 21) erfüllt sein.

A black and white photograph of a woman with glasses, wearing a dark top and a white collared shirt, writing in a notebook. She is looking down at the notebook. In the background, there is a blurred audience of people sitting at tables, suggesting a lecture or seminar setting.

IMK-Grundlehrgang Medien

Programm

Einführung in den Journalismus

Schreibwerkstatt I – Fallstricke der deutschen Sprache erkennen

Schreibwerkstatt II – Mit Worten haushälterisch umgehen

Schreibwerkstatt III – Den Blick des Lesers lenken/Fakten und Einschätzungen sauber trennen

Schreibwerkstatt IV – Die Botschaft auf den Punkt bringen

Schreibwerkstatt V – Redigieren I

Das politische System der Schweiz

Studienkonzept

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen die Grundlagen des Journalismus kennen. Ein Teil der Ausbildung befasst sich mit dem journalistischen Handwerk, der andere vermittelt den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die für den Journalismus erforderlichen sprachlichen Fertigkeiten.

Inhalte

Der IMK-Grundlehrgang Medien umfasst sieben Module:

- Einführung in den Journalismus (4 Samstage)
- Schreibwerkstatt I – Fallstricke der deutschen Sprache erkennen (2 Samstage)
- Schreibwerkstatt II – Mit Worten haushälterisch umgehen (2 Samstage)
- Schreibwerkstatt III – Den Blick des Lesers lenken/Fakten und Einschätzungen sauber trennen (2 Samstage)
- Schreibwerkstatt IV – Die Botschaft auf den Punkt bringen (2 Samstage)
- Schreibwerkstatt V – Redigieren 1 (2 Samstage)
- Das politische System der Schweiz (2 Samstage)

Teilnehmerinnen und Teilnehmer ohne Maturität oder ohne ähnlichen Ausweis besuchen alle fünf Schreibwerkstätten. Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit Maturität oder ähnlichem Ausweis besuchen im Ergänzungslehrgang (siehe Seite 20) zwei Schreibwerkstätten des Grundlehrgangs nach freier Wahl.

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und das IMK-Zertifikat Medien erlangen möchten
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom erlangen möchten
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Referentinnen und Referenten

Das Dozierendenteam setzt sich aus Journalistinnen und Journalisten sowie Lehrkräften der SAL und der HTW Chur zusammen.

Prüfungen

Zur Erlangung der IMK-Lehrgangsbestätigung (Grundlehrgang) sind folgende Prüfungen obligatorisch:

Nachrichtentext (4 Stunden schriftlich)

Journalistische Textkritik (30 Minuten mündlich)

Sprachliche Textkritik** (30 Minuten mündlich)

Zur Prüfung zugelassen sind Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die mindestens 75% des jeweiligen Moduls besucht haben. Für die Prüfung gilt das IMK-Prüfungsreglement. Dieses kann bei der IMK-Administration angefordert werden. (Auszug aus dem Prüfungsreglement Seiten 30 und 31)

** Nur für Teilnehmerinnen und Teilnehmer ohne Maturität oder ohne ähnlichen Ausweis.

Prüfungsdaten

- Nachrichtentext und Journalistische Textkritik
 1. Durchführung: Samstag, 15. Dezember 2007
 2. Durchführung: Samstag, 17. Mai 2008
- Sprachliche Textkritik
 - Durchführung: Samstag, 5. April 2008

Prüfungsgebühren

Mündliche Examina CHF 100.– pro Prüfung

Schriftliche Examina CHF 60.– pro Stunde

Die Gebühren für die Prüfungen sind spätestens bis zum Prüfungstag zu begleichen.

Die Prüfungsergebnisse können zurückbehalten werden, bis die Gebühren bezahlt sind.

Einführung in den Journalismus

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen die verschiedenen journalistischen Darstellungsformen kennen – insbesondere die Nachrichtenformen. Am Ende des Kurses sind sie in der Lage, auf Grund einer Pressemappe einen journalistischen Nachrichtentext zu schreiben. Zudem kennen sie die typischen Merkmale der verschiedenen journalistischen Darstellungsformen und sind in der Lage, einen journalistischen Text zu analysieren.

Inhalte

- Überblick über die verschiedenen journalistischen Darstellungsformen
- Theoretische und praktische Einführung in die Nachrichtenformen
- Gemeinsames Analysieren von eigenen und fremden Texten
- Grundsätze der Mediensprache

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und das IMK-Zertifikat Medien anstreben
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom anstreben
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnehmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referent

Pieder Caminada, stellvertretender Chefredaktor der «Südostschweiz» und Leiter der Abteilung Medien am IMK der HTW Chur

Dauer

4 Tage

1. Durchführung

Samstag, 20. Oktober 2007, 9.15 – 16.00 Uhr
Samstag, 3. November 2007, 9.15 – 16.00 Uhr
Samstag, 17. November 2007, 9.15 – 16.00 Uhr
Samstag, 1. Dezember 2007, 9.15 – 16.00 Uhr
HTW Chur, Comercialstrasse 22

Prüfungen

- Samstag, 15. Dezember 2007
- Nachrichtentext (4 Stunden schriftlich)
 - Journalistische Textkritik (30 Minuten mündlich)

2. Durchführung

Samstag, 29. März 2008, 9.15 – 16.00 Uhr
Samstag, 12. April 2008, 9.15 – 16.00 Uhr
Samstag, 26. April 2008, 9.15 – 16.00 Uhr
Samstag, 3. Mai 2008, 9.15 – 16.00 Uhr
HTW Chur, Comercialstrasse 22

Prüfungen

- Samstag, 17. Mai 2008
- Nachrichtentext (4 Stunden schriftlich)
 - Journalistische Textkritik (30 Minuten mündlich)

Kurskosten

CHF 680.– (exkl. Prüfungsgebühr)

Anmeldung

Anmeldeschluss für die 1. Durchführung ist am 5. Oktober 2007, für die 2. Durchführung am 14. März 2008

Schreibwerkstatt I – Fallstricke der deutschen Sprache erkennen

Ziele

Der Kurs ermöglicht den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine Standortbestimmung in Fragen der Elementargrammatik, der Orthographie und der Interpunktion. Bestehende Kenntnisse werden gefestigt, Unsicherheiten werden gezielt behoben.

Inhalte

Übungen zu «Stolpersteinen» und Zweifelsfällen in der Elementargrammatik, der Orthographie und der Interpunktion

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und das IMK-Zertifikat Medien anstreben
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom anstreben
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnahmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referentin und Referent

Peter Rüttsche, lic. phil I, Dozent für Medien- und Kommunikationsfächer an der SAL (1. Kurstag)
Claudia Lämmli, dipl. Sprachlehrerin SAL (2. Kurstag)

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 27. Oktober 2007, 9.15 – 16.00 Uhr
Samstag, 10. November 2007, 9.15 – 16.00 Uhr
HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 12. Oktober 2007.

Schreibwerkstatt II – Mit Worten haushälterisch umgehen

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden mit den Gefahren vertraut gemacht, die aus einer allzu stark verdichtenden (komprimierenden) Ausdrucksweise, aber auch aus einer allzu weitschweifigen (redundanten) Ausdrucksweise entstehen. Sie sind fähig, Komprimierungen und Redundanzen zu erkennen und «haushälterischer» mit Worten und Wendungen umzugehen.

Inhalte

- Grundlagen und Übungen zum komprimierenden Stil (Nominalstil, Zusammensetzungen, Verkürzungen etc.)
- Grundlagen und Übungen zum redundanten Stil (unbeabsichtigtes Wiederholen, Erläutern von «Selbstverständlichem» etc.)

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und das IMK-Zertifikat Medien anstreben
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom anstreben
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnehmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referent

Roman Moos, dipl. Sprachlehrer SAL

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 24. November 2007, 9.15 – 16.00 Uhr
Samstag, 8. Dezember 2007, 9.15 – 16.00 Uhr
HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 9. November 2007.

Schreibwerkstatt III – Den Blick des Lesers lenken/ Fakten und Einschätzungen sauber trennen

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wissen um die Bedeutung der Leserlenkung für die Verständlichkeit eines Textes. Sie kennen die wichtigsten Mittel, um den Blick des Lesers zu lenken, und können diese gezielt einsetzen. Im Weiteren können sie zwischen Fakten und Einschätzungen unterscheiden und kennen die sprachlichen Mittel, um diese Unterschiede auszudrücken.

Inhalte

Überblick über die Möglichkeiten, Zusammenhänge im Text zu kennzeichnen und Schreibabsichten zu verdeutlichen:

- Wiederholung wichtiger Informationen
- Auffällige Platzierung wichtiger Informationen
- Graphische Mittel
- Grammatische Signale, die den Zusammenhang von Aussagen klarlegen (Konjunktionen, Präpositionen, Adverbien etc.)

Grundlagen und Übungen zu:

- Einschränkenden und abschwächenden Ausdrucksweisen (modale Formen)
- Sprachlichen Varianten des Bewertens
- Verschiedenen Möglichkeiten, eigene und fremde Aussagen voneinander zu trennen

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und das IMK-Zertifikat Medien anstreben
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom anstreben

- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnahmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referent

Peter Rütsche, lic. phil I, Dozent für Medien- und Kommunikationsfächer an der SAL

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 26. Januar 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

Samstag, 9. Februar 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 11. Januar 2008.

Schreibwerkstatt IV – Die Botschaft auf den Punkt bringen

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen, das erforderliche Mass an Genauigkeit zielgruppenbezogen zu bestimmen (Vermeiden von Vagheiten einerseits, Übergenaugkeit andererseits).

Sie kennen die Möglichkeiten, die Grundinformation eines Textes in leicht fasslicher Weise zu präzisieren und zu detaillieren.

Inhalte

- Grundlagen des situationsangepassten und genauen Ausdrucks
- Übungen zum Erkennen und Korrigieren ungenauer (vager) und übergenaue Ausdrucksweisen

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und das IMK-Zertifikat Medien anstreben
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom anstreben
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnahmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referentin und Referent

Roman Moos, dipl. Sprachlehrer SAL (1. Kurstag)

Claudia Lämmli, dipl. Sprachlehrerin SAL (2. Kurstag)

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 16. Februar 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

Samstag, 23. Februar 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 1. Februar 2008.

Schreibwerkstatt V – Redigieren I

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen die verschiedenen Dimensionen, in denen sich eigene und fremde Texte überarbeiten lassen. Sie sind in der Lage, Fremdtexte situationsangepasst und effizient zu redigieren, und wissen um die Schwachstellen im eigenen Schreiben.

Inhalte

- Dimensionen der Textbearbeitung (Korrektheit, Ökonomie im Ausdruck, Genauigkeit, Leserlenkung, Animation, Einstellungen, Perspektive, Aufbau, Inhalt, Funktion)
- Im Journalismus häufige Problemfelder in Fremdtexten
- Überarbeitung von eigenen Texten

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und das IMK-Zertifikat Medien anstreben
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom erlangen möchten
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnahmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referent

Peter Rütsche, lic. phil. I, Dozent für Medien- und Kommunikationsfächer an der SAL

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 1. März 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

Samstag, 15. März 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

HTW Chur, Comercialstrasse 22

Prüfungen

Samstag, 5. April 2008

Sprachliche Textkritik (Schreibwerkstätten I bis V),

HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 15. Februar 2008.

Das politische System der Schweiz

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen das politische System der Schweiz kennen. Am Schluss des Kurses wissen sie Bescheid über die politischen Organe, die Akteure (Parteien, Verbände), die parlamentarischen Abläufe und die Arbeit der Verwaltung. Am Beispiel des Kantons Graubünden erhalten sie Einblick in die Abläufe auf kantonaler Ebene. Sie bekommen Tipps, wo und bei wem sich Journalistinnen und Journalisten Informationen beschaffen können. Ausserdem sollen sie in Presserohstoffen nach Themen und Umsetzungsmöglichkeiten suchen und anhand praktischer Beispiele die Sprache der Verwaltung für den Leser übersetzen.

Inhalte

- Überblick über das politische System der Schweiz (Parlament, Bundesrat)
- Überblick über das politische System des Kantons Graubünden (Grosser Rat, Regierung, Verwaltung, Gemeinden)
- Der Weg der Gesetze: Arbeit der Kommissionen, Arbeit der Verwaltung
- Die Volksrechte (Initiative, Referendum)
- Die Parteien
- Die wichtigsten Ansprechpartner

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und das IMK-Zertifikat Medien anstreben
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom anstreben
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten

- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnahmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referenten

Gion-Duri Vincenz, Bundeshausredaktor von SF in Bern (1. Kurstag)

Peter Simmen, Regionalredaktor der «Südostschweiz» in Chur (2. Kurstag)

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 31. Mai 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

Samstag, 14. Juni 2008, 9.15 – 16.00 Uhr
HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 16. Mai 2008.





IMK-Ergänzungslehrgang Medien

Programm

Interviews führen

Menschliches Verhalten in der Kommunikation – erkennen, verstehen, steuern

Schreibwerkstatt VI – Texte nachvollziehbar gliedern

Reportageformen

Recherchieren

Schreibwerkstatt VII – Den Leser bei Laune halten

Studienkonzept

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer setzen sich in diesem Lehrgang vertieft mit dem Journalismus auseinander. Wie im Grundlehrgang befasst sich auch im Ergänzungslehrgang ein Teil der Ausbildung mit dem journalistischen Handwerk; der andere Teil erweitert die im Grundlehrgang erworbenen sprachlichen Fertigkeiten.

Inhalte

Das IMK-Zertifikat Medien umfasst 9 bzw. 11* Module:

- Interviews führen (2 Samstage)
- Menschliches Verhalten in der Kommunikation – erkennen, verstehen, steuern (3 Samstage)
- Schreibwerkstatt VI – Texte nachvollziehbar gliedern (2 Samstage)
- Reportageformen (2 Samstage)
- Recherchieren (2 Samstage)
- Schreibwerkstatt VII – Den Leser bei Laune halten (2 Samstage)
- Meinungsformen (2 Samstage)**
- Medienrecht und Medienethik (2 Samstage)**
- Schreibwerkstatt VIII – Redigieren 2 (2 Samstage)**

* Wer eine Maturität oder einen ähnlichen Ausweis besitzt und deshalb die fünf Schreibwerkstätten des Grundlehrgangs nicht besuchen muss, hat im Ergänzungslehrgang zusätzlich zwei Schreibwerkstätten-Module des Grundlehrgangs nach freier Wahl zu besuchen.

** Die Module «Medienrecht und Medienethik», «Meinungsformen» und «Schreibwerkstatt VIII – Redigieren 2» sind Teil des Kursprogramms 2008/2009.

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und das IMK-Zertifikat Medien erlangen möchten
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom erlangen möchten
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Referentinnen und Referenten

Das Dozierendenteam setzt sich aus Journalistinnen und Journalisten sowie Lehrkräften der SAL und der HTW Chur zusammen.

Prüfung

Journalistische Hausarbeit über ein grösseres Thema.

Zertifizierungsbedingungen

- Abgeschlossener IMK-Grundlehrgang (Lehrgangsbefreiung)
- Journalistische Hausarbeit
- Nachweis journalistischer Praxis
(mindestens ein halbes Jahr Praxis auf einer Redaktion oder freie Mitarbeit für die Presse in vergleichbarem Umfang)

Prüfungsgebühren

Journalistische Hausarbeit CHF 170.–

Die Gebühren für die Prüfungen sind spätestens bis zum Prüfungstag zu begleichen.
Die Prüfungsergebnisse können zurückbehalten werden, bis die Gebühren bezahlt sind.

Interviews führen

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen die Formen des Interviews sowie die Fragetypen und Fragetechniken kennen. Sie erfahren, wie sie sich auf ein Interview vorbereiten können, welche Kommunikationsweisen vorteilhaft sind und welche vermieden werden sollten. Am Ende des Kurses sind sie in der Lage, die Interviewformen zu unterscheiden, ein Interview logisch strukturiert vorzubereiten und ein Gespräch zielgerichtet zu führen.

Inhalte

- Überblick über die verschiedenen Interviewformen (zur Sache, zur Person)
- Fragetypen und Fragetechniken
- Praktische Regeln in der Führung eines Interviews
- Die Rolle der Interviewerin, des Interviewers
- Gemeinsames Analysieren von eigenen und fremden Interview-Texten (oder Sendungen)
- Häufige Fehler beim Führen eines Interviews

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und das IMK-Zertifikat Medien erlangen möchten
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom erlangen möchten
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnehmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referentin

Christina Jacquat, dipl. PR-Redaktorin SPRI und Kommunikationsberaterin

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 27. Oktober 2007, 9.15 – 16.00 Uhr

Samstag, 10. November 2007, 9.15 – 16.00 Uhr
HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 12. Oktober 2007.

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen die psychologischen Grundlagen des menschlichen Verhaltens kennen. Sie erfahren, woran man eigene und fremde Verhaltensmuster erkennt und wie man sie steuert. Damit fördern sie ihre Kompetenz im Umgang mit sich selbst und mit anderen Menschen. Diese Fähigkeit ist eine wichtige Voraussetzung für ein erfolgreiches Miteinander im beruflichen und im privaten Alltag.

Inhalte*

- Persönlichkeit und Verhalten
- Persönlichkeitsmodelle
- Kommunikationsstile (Strategie und Taktik)
- Selbstbild-Fremdbild
- Feedbackkultur

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und das IMK-Zertifikat Medien erlangen möchten
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom erlangen möchten
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnehmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die das IMK-Zertifikat Medien oder das Journalismus-Diplom der SAL erlangen möchten, haben Vorrang.

Referentin und Referent

Stefan Gartmann, lic. phil. I, Professor für Deutsch und Kommunikation an der HTW Chur (1. Kurstag)
Christina Jacquat, dipl. PR-Redaktorin SPRI und Kommunikationsberaterin (2. und 3. Kurstag)

Dauer

3 Tage (à 8 Lektionen)

Termine, Ort

Samstag, 3. November 2007, 8.15 – 17.00 Uhr
Samstag, 24. November 2007, 8.15 – 17.00 Uhr
Samstag, 8. Dezember 2007, 8.15 – 17.00 Uhr
HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 680.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 19. Oktober 2007.

*Inhaltlich ist der Kurs identisch mit dem früheren IMK-Kurs «Psychologie der Kommunikation».

Schreibwerkstatt VI – Texte nachvollziehbar gliedern

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen die wichtigsten Möglichkeiten zur Gliederung von Texten. Sie können die – je nach Absicht und Zielpublikum des Textes – geeignetste Form der Gliederung auswählen und konsequent umsetzen.

Inhalte

- Überblick über elementare Gliederungsmodelle (chronologische, logisch-erklärende, zerlegend-beschreibende, relevanzabhängige Gliederung)
- Übungen zur Auswahl, Umsetzung und Kennzeichnung von Gliederungsvarianten
- Gliederungsmodelle als Hilfe für frühzeitiges Erkennen von Inhaltslücken

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und das IMK-Zertifikat Medien erlangen möchten
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom erlangen möchten
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnehmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die das IMK-Zertifikat Medien oder das Journalismus-Diplom der SAL erlangen möchten, haben Vorrang.

Referent

Peter Rütsche, lic. phil. I, Dozent für Medien- und Kommunikationsfächer an der SAL

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 15. Dezember 2007, 9.15 – 16.00 Uhr

Samstag, 12. Januar 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 30. November 2007.

Reportageformen

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beherrschen die Palette der im Journalismus geläufigen szenisch-darstellenden Formen: Reportage, Porträt, Feature, Magazingeschichte, «Momentaufnahme», Stimmungsbericht. Sie können die je nach Thema und Zielpublikum geeignetste Darstellungsform auswählen und konsequent umsetzen.

Inhalte

- Charakteristika der Reportageformen (im Vergleich zu anderen journalistischen Formen)
- Übungen zur Ausgestaltung der szenischen, der Zitat- und der dokumentarisch-faktischen Textebene
- Diskussion von Recherche- und Gliederungsproblemen

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und das IMK-Zertifikat Medien erlangen möchten
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom erlangen möchten
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnehmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referent

Michael Walther, Journalist BR und Dozent für Medienfächer an der SAL

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 19. Januar 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

Samstag, 2. Februar 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 4. Januar 2008.

Recherchieren

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen in diesem Kurs verschiedene Recherchiertechniken kennen und erproben diese anhand von praktischen Übungen. Am Ende des Kurses sind sie in der Lage, einer Sache kompetent und vor allem auch effizient auf den Grund zu gehen.

Inhalte

- Methodisches Recherchieren
- Recherchierverfahren im journalistischen Alltag
- Hilfsmittel beim Recherchieren
- Beschaffen, Auswerten und Umsetzen von Informationen

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und das IMK-Zertifikat Medien anstreben
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen möchten und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom anstreben
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnahmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referenten

Pieder Caminada, stellvertretender Chefredaktor der «Südostschweiz» und Leiter der Abteilung Medien am IMK der HTW Chur
René Mehrmann, stellvertretender Chefredaktor der «Südostschweiz»

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 23. Februar 2008, 9.15 – 16.00 Uhr
Samstag, 8. März 2008, 9.15 – 16.00 Uhr
HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 8. Februar 2008.

Schreibwerkstatt VII – Den Leser bei Laune halten

Ziele

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beherrschen die wichtigsten Strategien und Mittel, um das Publikum ihrer Texte zum Lesen zu motivieren, die Aufmerksamkeit wachzuhalten, die Lektüre abwechslungsreich und unterhaltsam zu gestalten. Sie verstehen es, je nach Lesesituation und Zielgruppe geeignete Möglichkeiten zur Animation auszuwählen.

Inhalte

Grundlagen und Übungen zu den wichtigsten Strategien und Mitteln des Animierens: Inszenieren, Reduzieren kommunikativer Distanz, lesernahes Perspektivieren, Illustrieren, Variieren, Verdichten, Hervorheben, Kontrastieren, Steigern, Abweichen, Simulieren etc.

Teilnehmerinnen und Teilnehmer

- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und das IMK-Zertifikat Medien erlangen möchten
- Personen, die beruflich in den Journalismus einsteigen und an der Schule für Angewandte Linguistik (SAL) das Journalismus-Diplom erlangen möchten
- Personen, die als freie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für die Medien arbeiten möchten
- Personen, die überdurchschnittliches Interesse an der Funktionsweise der Medien haben

Die Teilnehmezahl ist beschränkt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Personen, die das IMK-Zertifikat Medien bzw. das SAL-Journalismus-Diplom anstreben, haben Vorrang.

Referent

Peter Rütsche, lic. phil. I, Dozent für Medien- und Kommunikationsfächer an der SAL

Dauer

2 Tage

Termine, Ort

Samstag, 19. April 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

Samstag, 3. Mai 2008, 9.15 – 16.00 Uhr

HTW Chur, Comercialstrasse 22

Kurskosten

CHF 380.–

Anmeldung

Anmeldeschluss ist am 4. April 2008.



Organisation

Allgemeine Informationen

Auskunft

Haben Sie Fragen? Wir sind gerne für Sie da. Sie erreichen uns unter:

Institut für Medien und Kommunikation der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur, Comercialstrasse 22, CH-7000 Chur, Tel. 081 286 24 24, Fax 081 286 39 51, imk@fh-htwchur.ch, www.imkchur.ch

Aufnahmebedingungen

Zum IMK-Lehrgang Medien ist zugelassen, wer einen Maturaabschluss oder einen ähnlichen Ausweis besitzt. Ebenfalls zugelassen ist, wer über angemessene Deutschkenntnisse verfügt (z.B. Sekundarschule und abgeschlossene Berufslehre) und Freude am Schreiben hat. In Zweifelsfällen entscheidet die Institutsleitung.

An-/Abmeldung

Die schriftliche Anmeldung gilt zusammen mit dem Zahlungseingang als definitiv. Aus organisatorischen Gründen werden für Abmeldungen vor der Anmeldefrist 50%, nach der Anmeldefrist 80% und nach dem ersten Kurstag 100% in Rechnung gestellt. Um sich anzumelden, wählen Sie bitte aus folgenden Möglichkeiten:

- mit beiliegender Anmeldekarte
- per Internet: www.imkchur.ch

Mindestteilnahmezahl

Die Mindestteilnahmezahl ist von Kurs zu Kurs verschieden. Die Institutsleitung behält sich vor, Kurse wegen mangelnder Teilnahmezahl bis spätestens zum Anmeldeschluss abzusagen.

Prüfungsbedingungen

Zur Prüfung zugelassen sind Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die mindestens 75% des Unterrichts besucht haben. Für die Prüfung gelten das IMK-Prüfungsreglement und die individuellen Zertifikatsbedingungen. Das IMK-Prüfungsreglement kann bei der IMK-Administration angefordert werden.

(Auszug aus dem Prüfungsreglement Seiten 30 und 31)

Inhouse-Seminare

Das IMK bietet sämtliche Kurse auch extern an. Wir beraten Sie gerne.

Auszug aus dem Prüfungsreglement

Allgemeine Bestimmungen

Grundsätzlich ist es den Studierenden überlassen, welche Prüfungen und Arbeiten sie zu welchem Zeitpunkt absolvieren. Jedoch ist zu beachten, dass Prüfungen des Grundlehrgangs abgeschlossen sein sollten, bevor die Hausarbeit im Ergänzungslehrgang abgelegt wird.

Prüfungssessionen

Prüfungen können grundsätzlich am Ende des Wintersemesters und des Sommersemesters bzw. an den im Kursprogramm aufgeführten Daten abgelegt werden.

Anmeldeformular

Die Anmeldung zu den Prüfungen hat schriftlich unter Benützung des betreffenden Anmeldeformulars zu erfolgen.

Anmeldefrist

Die Prüfungsanmeldung hat bis spätestens zwei Wochen vor dem Prüfungstermin zu erfolgen. Zu spät eingereichte Anmeldungen werden nicht berücksichtigt.

Abmeldung

Erfolgt eine Abmeldung nach Ablauf der Anmeldefrist, so ist die Gebühr voll zu bezahlen. Erfolgt eine Abmeldung nach Beginn der Prüfung, gilt die abgemeldete Prüfung als nicht bestanden und wird mit Note 1 bewertet. Eine schriftliche Prüfung, die nicht abgegeben wird, erhält die Note 1.

Prüfungsbeginn

Die Prüfungsaufgaben werden eine Viertelstunde vor Prüfungsbeginn ausgeteilt; die Studierenden haben sich daher eine Viertelstunde vor offiziellem Beginn im entsprechenden Prüfungsraum einzufinden.

Hilfsmittel

In den Prüfungen Journalistische Textkritik und Sprachliche Textkritik sind keine Hilfsmittel erlaubt. In der Prüfung Nachrichtentext sind sprachliche (d.h. lexikalische und grammatische) Nachschlagewerke sowie die Kursunterlagen erlaubt.

Rahmenzeiten

Die Studierenden haben sich eine Viertelstunde vor offiziellem Prüfungsbeginn in der Schule einzufinden. Die im Prüfungsstundenplan für mündliche Prüfungen festgelegten Zeiten sind Rahmenzeiten, d.h. sie können eventuell unter- oder überschritten werden. Die Unter- bzw. Überschreitung darf aber höchstens 10 Minuten betragen.

Hausarbeiten

Hausarbeiten sind ohne fremde Hilfe durchzuführen. Sie werden nicht benotet, sondern «angenommen» bzw. «zurückgewiesen».

Notensystem

6 = sehr gut	3 = ungenügend
5,5 = gut bis sehr gut	2,5 = schwach bis ungenügend
5 = gut	2 = schwach
4,5 = genügend	1,5 = sehr schwach bis schwach
4 = knapp genügend	1 = sehr schwach
3,5 = knapp ungenügend	

Notenanforderungen für die Zertifizierung

Für die Zertifizierung gelten folgende Notenanforderungen:

1. Durchschnitt aller Noten: 4,5.
2. Es darf höchstens eine Note unter 4 liegen.

Prüfungswiederholung

Prüfungen können wiederholt werden, doch darf ein Fach höchstens dreimal geprüft werden. Wer unentschuldig einer Prüfung fernbleibt, kann diese Prüfung nur noch einmal wiederholen. Bei Wiederholungen gilt die letzte Note als massgebend, auch wenn sie schlechter ausfällt als die früheren Prüfungsnoten.

Beantragung eines Zertifikats

Zur Beantragung eines Zertifikats sind die erforderlichen Unterlagen dem Sekretariat des IMK einzureichen. Es werden nur vollständig ausgefüllte Anträge geprüft.

Prüfungsgebühren

Mündliche Examina: CHF 100.– pro Prüfung
Schriftliche Examina: CHF 60.– pro Stunde

Für Arbeiten gelten spezielle Tarife.

Die Gebühren für die Prüfungen sind spätestens bis zum Prüfungstag zu begleichen. Die Prüfungsergebnisse können zurückbehalten werden, bis die Gebühren bezahlt sind.

Leitidee

Das Institut für Medien und Kommunikation (IMK) ist Teil der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur. Es arbeitet eng zusammen mit der Schule für Angewandte Linguistik (SAL).

Das IMK umfasst zwei Leistungsbereiche:

- Medien
- Kommunikation

Die einzelnen Leistungsbereiche sind auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet. Der Medien-Lehrgang orientiert sich am Berufsbild der Journalistin und des Journalisten. Der Leistungsbereich Kommunikation spricht ein breites Zielpublikum an, das sich in mündlicher und schriftlicher Kommunikation weiterentwickeln möchte.

Auskunft

Institut für Medien und Kommunikation
Comercialstrasse 22
CH-7000 Chur
Tel. 081 286 24 24
Fax 081 286 39 51
imk@fh-htwchur.ch
www.imkchur.ch

Schule für Angewandte Linguistik

Leitidee

Die Schule für Angewandte Linguistik (SAL) in Zürich und Chur ist eine Höhere Fachschule für Sprachberufe. Sie bietet Ausbildungen in drei Berufsrichtungen an: Journalismus, Sprachunterricht und Übersetzen. Die Diplome der SAL sind staatlich anerkannt.

Das Studium an der SAL ist ausgeprägt modularisiert, d.h. ein Grossteil der obligatorischen Studienleistungen kann in selbstgewählter Abfolge absolviert werden. Diese flexible Studienorganisation erlaubt es, die SAL als Ganztages- oder als Teilzeitschule mit paralleler Erwerbstätigkeit zu besuchen.

Das Studium umfasst in allen Ausbildungsrichtungen immer mindestens eine Fremdsprache. Bei Ausbildungsbeginn wird die sprachliche Vorbildung der Neueintretenden angemessen berücksichtigt.

Auskunft

Schule für Angewandte Linguistik
Sonneggstrasse 82
CH-8006 Zürich
Tel. 044 361 75 55
Fax 044 362 46 66
info@sal.ch
www.sal.ch

MAZ – Die Schweizer Medienschule

Das Institut für Medien und Kommunikation (IMK) und das MAZ – Die Schweizer Medienschule in Luzern haben auf Beginn des Schuljahres 2006/07 im Bereich Lokal-/Regionaljournalismus eine Kooperation beschlossen.

Gemäss dieser Kooperationsvereinbarung wird Absolventinnen und Absolventen des IMK-Lehrgangs Medien, die auch noch das MAZ-Diplom erlangen möchten, ein Teil der Aufnahmeprüfung erlassen. Zudem werden für die 90-tägige MAZ-Diplomausbildung Journalismus 25 IMK-Kurstage angerechnet. Die Anrechnung der einzelnen Module erfolgt individuell.

Zum Angebot des MAZ gehören Diplomausbildungen, Masterstudien, Studiengänge, Fachkurse, und Weiterbildungsveranstaltungen für alle Medienbereiche und auf verschiedenen Ebenen.

Auskunft

MAZ

Murbacherstrasse 3

CH-6003 Luzern

Tel. 041 226 33 33

Fax 041 226 33 34

office@maz.ch

www.maz.ch



Institut für Medien und Kommunikation (IMK)
Comercialstrasse 22, CH-7000 Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW)
Comercialstrasse 22/24 und Ringstrasse/Pulvermühlstrasse 57, CH-7000 Chur

Impressum

Herausgeber: Institut für Medien und Kommunikation (IMK) der HTW Chur

Grafik: ccgrafik – grafisches atelier, www.ccgrafik.li

Fotos: Yvonne Bollhalder, www.fotobollhalder.ch, Albrecht Imanuel Schnabel, Lichtbildner

Versand: salabim – der partner für ihr büro, www.salabim.ch



Programm 2007/08

Bitte frankieren

Institut für
Medien und Kommunikation (IMK)
Comercialstrasse 22
CH-7000 Chur



IMK-Lehrgang Medien

Hier abtrennen und als Lesezeichen benutzen.

Anmeldung

IMK-Grundlehrgang Medien

- Einführung in den Journalismus 1. Durchführung oder 2. Durchführung
- Schreibwerkstatt I – Fallstricke der deutschen Sprache erkennen
- Schreibwerkstatt II – Mit Worten haushälterisch umgehen
- Schreibwerkstatt III – Den Blick des Lesers lenken/Fakten und Einschätzungen sauber trennen
- Schreibwerkstatt IV – Die Botschaft auf den Punkt bringen
- Schreibwerkstatt V – Redigieren 1
- Das politische System der Schweiz

IMK-Ergänzungslehrgang Medien

- Interviews führen
- Menschliches Verhalten in der Kommunikation – erkennen, verstehen, steuern
- Schreibwerkstatt VI – Texte nachvollziehbar gliedern
- Reportageformen
- Recherchieren
- Schreibwerkstatt VII – Den Leser bei Laune halten

Name	Vorname
Funktion	Arbeitgeber
Adresse	<input type="checkbox"/> Privat / <input type="checkbox"/> Geschäft
PLZ/Ort	Tel.
E-Mail	Fax
Datum	Unterschrift



ÖFFENTLICHE URKUNDE

errichtet durch Notar Dr. Jürg Riedi, Chur

PROTOKOLL ÜBER DIE ORDENTLICHE GENERALVERSAMMLUNG

DER SÜDOSTSCHWEIZ RADIO / TV AG, MIT SITZ IN CHUR

Der unterzeichnete Notar des Kantons Graubünden, Dr. iur. Jürg Riedi, Hartbertstrasse 11, 7000 Chur, hat an der heute den 28. Juni 2007, ab 16.00 Uhr, im Sitzungszimmer des Hotels Chur, Welschdörfli 2, 7000 Chur, durchgeführten ordentlichen Generalversammlung der Südostschweiz Radio / TV AG, teilgenommen, um über die notariellen Beschlüsse der Gesellschaft eine öffentliche Urkunde aufzunehmen.

I. EINLEITUNG UND FESTSTELLUNGEN

Den Vorsitz führt der Präsident des Verwaltungsrates, Herr Hanspeter Lebrument, von Waldstatt, in Maienfeld.

1. Der Vorsitzende stellt fest:

- dass weder Organvertreter im Sinne von Art. 689 c OR vorgeschlagen sind, noch Depotvertreter nach Art. 689 d OR Mitwirkungsrechte ausüben;
- dass an der heutigen Generalversammlung von den insgesamt 98'000 Namenaktien deren 79'915 Namenaktien à nominell CHF 10.00 anwesend oder vertreten sind;
- dass die heutige Generalversammlung gesetzes- und statutenkonform einberufen wurde;

- dass damit die heutige Generalversammlung beschlussfähig ist;
- dass, soweit gesetzlich vorgeschrieben, über die Beschlüsse der Versammlung durch den Notar eine öffentliche Urkunde errichtet und im Übrigen auf das ordentliche Protokoll verwiesen wird.

Gegen diese Feststellungen wird kein Widerspruch erhoben.

2. Traktanden

Es gelangen die folgenden Traktanden zur Behandlung:

- A. Beschlussfassung über Sanierungsmassnahmen:
 - 1. Herabsetzung des Aktienkapitals
 - 2. Wiedererhöhung des Aktienkapitals
- B. Teilrevision der Statuten (ab Art. 3)
- C. Mutationen im Verwaltungsrat

II. BESCHLÜSSE

Auf Antrag des Vorsitzenden wird was folgt beschlossen:

A. SANIERUNGSMASSNAHMEN

1. Aktienkapitalherabsetzung

1.1 Massnahmen

Das bisherige Aktienkapital von CHF 980'000.00, eingeteilt in 98'000 Namenaktien à CHF 10.00 Nennwert, wird auf CHF Null herabgesetzt.

1.2 Umsetzung

Die Kapitalherabsetzung wird wie folgt umgesetzt:

- durch Annullierung der 98'000 Namenaktien zu CHF 10.00 Nennwert, total somit CHF 980'000.00.

1.3 Vorgaben

- 1.3.1 Der Herabsetzungsbetrag wird für Sanierungsmassnahmen verwendet.

Die Generalversammlung nimmt Kenntnis vom besonderen Revisionsbericht der Firma Montana AG, Treuhand und Revision, Chur, vom 28. Juni 2007, die zum Schluss kommt, dass die Forderungen der Gesellschaftsgläubiger auch nach Herabsetzung des Aktienkapitals auf Null mit nachfolgender Erhöhung des Aktienkapitals auf CHF 320'000.00 voll gedeckt bleiben.

Der anwesende besonders befähigte Revisor, Herr Christian Niederer, Maienfeld, erläutert und bestätigt diese Feststellungen.

1.3.2 Diese Kapitalherabsetzung dient der Beseitigung einer Unterbilanz der Gesellschaft, so dass eine Aufforderung an die Gläubiger und ihre Befriedigung oder Sicherstellung gemäss Art. 735 OR unterbleiben können.

1.3.3 Die Bilanz der Gesellschaft per 31. Dezember 2006 weist bei einem Aktienkapital von CHF 980'000.00 folgenden Bilanzverlust aus:

Bilanzgewinn aus dem Vorjahr	CHF	354.00
Jahresverlust	CHF	<u>-1'020'350.00</u>

Bilanzverlust per 31. Dezember 2006	CHF	-1'019'996.00
-------------------------------------	-----	---------------

Gemäss Antrag des Verwaltungsrates wird diese Unterbilanz durch Herabsetzung des Aktienkapitals (eingeteilt in 98'000 Namenaktien zu CHF 10.00) von um	CHF	980'000.00
auf	CHF	<u>980'000.00</u>
	CHF	0.00

bis auf einen Restbetrag von -CHF 39'996.00 beseitigt.

Als Sanierungsmassnahme erfolgt eine gleichzeitige Wiedererhöhung des Aktienkapitals um	CHF	<u>320'000.00</u>
durch Bareinzahlung auf	CHF	320'000.00

Die bisherigen Aktien werden annulliert. Das Aktienkapital ist neu eingeteilt in 640 Namenaktien zu CHF 500.00.

1.3.4 Im Besonderen wird was folgt festgehalten:

Die Kapitalherabsetzung übersteigt die durch die Verluste entstandene Unterbilanz nicht, weshalb gemäss Art. 735 OR die Aufforderung an die Gläubiger betreffend Befriedigung oder Sicherstellung unterbleiben kann.

2. Wiedererhöhung des Aktienkapitals

2.1 Massnahme

Es werden 640 neue Namenaktien zum Nennwert von CHF 500.00, total CHF 320'000.00 ausgegeben.

2.2 Ausgabebetrag

Der Ausgabebetrag ist CHF 500.00 je Aktie und wird in Geld geleistet.

Beginn der Dividendenberechtigung: ab 01. Juli 2007

2.2 Beschränkung der Übertragbarkeit

Die Beschränkung der Übertragbarkeit der neuen Namenaktien ist nach Massgabe von Art. 5 der Statuten geregelt.

2.3 Bezugsrecht

Das Bezugsrecht bleibt gewahrt. 153 alte Namenaktien berechtigen zum Bezug von 1 neuer Aktie. Die von den bisherigen Aktionärinnen und Aktionären bis anhin nicht ausgeübten Bezugsrechte verfallen und werden in freier Zeichnung interessierten Personen zum gleichen Ausgabepreis zur Zeichnung angeboten.

3. Beschlussfassung

3.1 Die Aktienkapitalherabsetzung wird mit 79'915 befürwortenden Aktienstimmen genehmigt.

3.2 Die Aktienkapitalerhöhung wird mit 79'915 befürwortenden Aktienstimmen genehmigt.

B. TEILREVISION DER GESELLSCHAFTSSTATUTEN

1. Hinweis

Die Artikel 1 und 2 bleiben unverändert. Artikel 3 wird hinsichtlich der Höhe des Aktienkapitals angepasst (vorerst Herabsetzung auf Null; anschliessend wiedererhöht auf CHF 320'000.00). Die übrigen Bestimmungen der Gesellschaftsstatuten werden aus Aktualisierungs- und Koordinationsgründen einer Teilrevision unterzogen.

Die einzelnen Artikel werden gemäss dem beiliegenden öffentlich beurkundeten Exemplar genehmigt. Die revidierten Statuten werden dieser Urkunde beigeheftet.

2. Beschlussfassung

Die Neufassung der revidierten Statuten (ab Art. 4 ff) wird mit 79'915 befürwortenden Aktienstimmen genehmigt.

C. MUTATIONEN IM VERWALTUNGSRAT

Demissionen

Ausgeschiedene Person und erloschene Unterschrift:

- Filli Reto, von Zernez, in Champfèr, Gemeinde St. Moritz
- Masüger Andrea, von Sarn und Thusis, in Chur, bisher Delegierter

III. BESTÄTIGUNG

Der unterzeichnete Notar bestätigt, dass er diese Urkunde verfasst hat und dass dabei die gesetzlichen Vorschriften beachtet worden sind. Zudem haben ihm und der Aktionärsversammlung die folgenden Unterlagen vorgelegen:

- besonderer Revisionsbericht der Firma Montana AG, Treuhand und Revision, Chur, vom 28. Juni 2007 mit Bilanz
- revidierte Statuten vom 28. Juni 2007.

IV. VOLLZUG UND ANMELDUNG

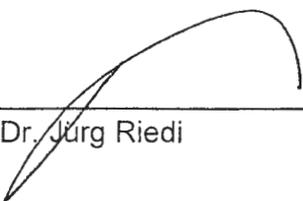
Der Verwaltungsrat beauftragt den Notar, die soeben gefassten Beschlüsse dem Handelsregisteramt des Kantons Graubünden zur Vornahme der entsprechenden Eintragungen und Publikationen zur Kenntnis zu bringen. Der Notar wird zudem ermächtigt, allfällige vom Handelsregisteramt gewünschte Anpassungen vorzunehmen.

V. AUSFERTIGUNG

Die vorliegende Urkunde wird 5-fach ausgefertigt, drei Exemplare für die Gesellschaft, sowie je ein Exemplar für den Notar und das Handelsregisteramt Graubünden.

Chur, den 28. Juni 2007

DER PROTOKOLLFÜHRER
UND STIMMENZÄHLER:

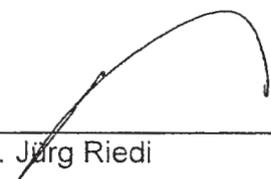


Dr. Jürg Riedi

Chur, den 28. Juni 2007

Chur, den achtundzwanzigsten Juni zweitausendundsieben

DER NOTAR:



Dr. Jürg Riedi

Chur, 27. November 2007 / BRR

EmailAddress1

Zusicherung

Die Südostschweiz Radio/TV AG, welche sich um eine Radio- und eine TV-Konzession nach neuem RTVG bewirbt, ist eine Tochtergesellschaft der Südostschweiz Presse AG.

Gemäss dem den Konzessionsgesuchen beigelegtem Eigenkapitalnachweis ist die Gesellschaft aktuell überschuldet und erfüllt die gesetzlichen Anforderungen an das Mindestkapital nicht.

Sollte die Südostschweiz Radio/TV AG eine oder beide der angestrebten Konzessionen erteilt bekommen, wird die Muttergesellschaft zur wirtschaftlichen Sanierung der Gesellschaft umgehend die dafür notwendigen Beiträge leisten.

Die Südostschweiz Radio/TV AG wird ab Konzessionsbeginn ein wirtschaftlich saniertes Unternehmen sein.

Südostschweiz Presse AG


Hanspeter Lebrument
VR-Präsident


Alois Bearth
Finanzchef

Südostschweiz Radio/TV AG

Investitions- und Abschreibungsplan Radio Grischa

Bezeichnung	Nutzungs-Dauer	Jahr 0		Jahr 1		Jahr 2		Jahr 3		Jahr 4		Jahr 5		Später	
		Invest.	Abschr.	Invest.	Abschr.	Invest.	Abschr.	Invest.	Abschr.	Invest.	Abschr.	Invest.	Abschr.	Invest.	Abschr.
Digitaldrucker	3	5'750	4'546		1'203										
Server	3	10'172	4'664		3'390		2'118								
Mobiles Aussenstudio	6	25'270	21'070		4'200										
Sender Valzeina/Gotschna/ Brambrüesch/Laax/Mundaun	10	212'000			21'200		21'200		21'200		21'200		21'200		106'000
Sender Obermatten/L'heide/ Davos/Fanax	10			247'000	24'700		24'700		24'700		24'700		24'700		123'500
Sender Misox	10			200'000	20'000		20'000		20'000		20'000		20'000		100'000
Sender Glarus/Walenseet.	10					200'000	20'000		20'000		20'000		20'000		120'000
Sender Südbünden	10					500'000	50'000		50'000		50'000		50'000		300'000
Sender Mittelbünden	10							500'000	50'000		50'000		50'000		350'000
Sender Schams	10									250'000	25'000		25'000		200'000
Studioanlage Chur	5			100'000	20'000		20'000		20'000		20'000		20'000		
Studioanlage Chur	5					150'000	30'000		30'000		30'000		30'000		30'000
Studioanlage Engadin	5							150'000	30'000		30'000		30'000		60'000
Total		253'192	30'280	547'000	94'693	850'000	188'018	650'000	265'900	250'000	290'900	0	290'900	0	1'389'500



Programmleitung, 2007

I Ausbildung, Weiterbildung und redaktioneller Status

Kompetente Mitarbeiter und gut ausgebildeter Nachwuchs sind das Kapital einer erfolgreichen Medienunternehmung und besitzen hohe Priorität. Aus- und Weiterbildung fördert und sichert journalistische Qualität. Der Chefredaktor verantwortet das Ausbildungswesen gegenüber dem Programmleiter. Heute beschäftigt Radio Grischa laufend Praktikanten und setzt in der Aus- und Weiterbildung auf interne und externe Schulung.

a.) Redaktioneller Status und Ausbildung

Der redaktionelle Status von Redaktionsmitgliedern hängt von der individuellen Ausbildung und der Aufenthaltsdauer in der Redaktion ab:

Praktikanten

Journalistische Anfänger (keine wesentlichen Vorkenntnisse) werden als Praktikanten bei Radio Grischa eingestellt. Sie sind verpflichtet, das Zertifikat „Medien“ am IMK zu erlangen. Das Institut für Medien und Kommunikation (IMK) arbeitet bei den Kursmodulen mit der SAL, der Schule für Angewandte Linguistik, zusammen. Seit 2006 kooperieren IMK und MAZ, die Schweizer Medienschule in Luzern, im Bereich Lokal-/Regional-Journalismus.

Einstiegspraktikum: 3 Monate¹
 Berufspraktikum: 6 bis 12 Monate²

Grundausbildung I Monate 1 - 3		Grundausbildung II Monate 4 - 12		Weiterbildung
IMK (mit SAL)- Theorie				MAZ / Externe Institutionen
Grundlehrgang		Ergänzungslehrgang		
Radio Grischa - Praxis				Interne Weiterbildung
Einstiegs-/Eignungspraktikum		Berufspraktikum		

Abbildung: Aus-/Weiterbildungskonzept Grischa

¹ Module 1 mit Zertifikat: Einführung in den Journalismus, Fallstricke der deutschen Sprache, Mit Worten haushälterisch umgehen, Hörer-/Leserführung, Fakten und Einschätzungen sauber trennen, Die Botschaft auf den Punkt bringen
 Sprechschulung, Das politische System der Schweiz

² Module 2 mit Diplom: Interviews führen, Menschliches Verhalten in der Kommunikation – erkennen, verstehen, steuern, Textgliederung, Reportageformen, Recherchieren

Absolventen des IMK-Lehrgangs Medien, die auch noch das MAZ-Diplom erlangen möchten, wird ein Teil der Aufnahmeprüfung erlassen. Zudem werden für die 90-tägige MAZ-Diplomausbildung „Journalismus“ 25 IMK-Kurstage angerechnet.

Redaktionelle Mitarbeiter

Nach erfolgter Grundausbildung mit IMK-Zertifikat steigen Praktikanten zu redaktionellen Mitarbeitern auf. Dies geschieht frühestens ein halbes Jahr nach Eintritt in die Redaktion.

Redaktorinnen und Redaktoren

Redaktionelle Mitarbeiter können als Redaktoren und Redaktorinnen gewählt werden, nachdem sie das IMK-Diplom³ „Medien“ (nach Grundausbildung II) erlangt haben, frühestens aber ein Jahr nach Eintritt in die Redaktion.

Die Modalitäten der Praktikas sind in individuellen und schriftlichen Verträgen geregelt.

b.) Übersicht Institutionen

Externe Institutionen

Institute

- IMK, Institut für Medien und Kommunikation an der HTW Chur⁴
- SAL, Schule für Angewandte Linguistik Zürich und Chur
- MAZ, Medienausbildungszentrum Luzern

Externes Coaching

- Allmediaconsulting AG, Christian Stärkle, Rothrist
- Sprechschulung, Jürg Hebeisen, Speak GmbH, Etzgen
- Moderationsschulung, Jürgen Törkott, Chur

Ab Herbst 2008 ist die Südostschweiz Radio/TV AG Kompetenzpartner der Fachhochschule für Wirtschaft und Technik, Chur. Gegenstand ist die neue Bachelor-Ausbildung „Multimedia Productions“. Radio Grisca stellt Know-how und Infrastruktur zur Verfügung. Es unterstützt die Studenten in der praxis-orientierten Ausbildung. Das Gelernte wird in speziellen Radio- und TV-Sendungen angewendet.

³ http://www.fh-htwchur.ch/Institut-IMK.1248.0.html?&L=0%2Fetower%2Funternehmungen%2Fm.i.s._ag%2F

⁴ Fachhochschule für Wirtschaft und Technik, Chur

c.) Teilnahme-Pflicht

Ausgenommen von der Ausbildungspflicht sind nur Mitarbeiter, die über eine andere, mindestens gleichwertige Ausbildung verfügen. Über Ausnahmen entscheidet die Geschäftsleitung auf Antrag der Chefredaktion.

Die Teilnahme-Pflicht gilt für Teilzeit- und Vollzeitbeschäftigte. Siehe dazu Personalreglement 2.1/2.2.

Alle bereits ausgebildeten Mitarbeiter können freiwillig Kurse des IMK-Lehrgangs „Medien“ im Sinne einer Weiterbildung besuchen. Die Chefredaktion kann Mitarbeitern Anweisung geben, einzelne Kurse zu besuchen, wenn ihr dies in Einzelfällen nötig erscheint.

d.) Kostenübernahme

Die Firma übernimmt die Kosten für die Grundausbildung der Mitarbeiter (IMK-Zertifikat und IMK-Diplom). Sie trägt ferner die Kosten für einen freiwilligen Kurs im Rahmen des IMK- bzw. MAZ-Ausbildungsprogramms pro Redaktionsmitglied und Jahr. Für weitere Ausbildungen können die Kosten ganz oder teilweise übernommen werden. Allfällige Spesen gehen zu Lasten der Mitarbeiter. Fällt die Aus- oder Weiterbildung in die Freizeit, kann diese nicht kompensiert werden. Siehe dazu auch Personalreglement Abschnitt 11.

Normalarbeitsvertrag

zwischen

**Südostschweiz Radio/TV AG, Chur
(Arbeitgeber)**

und

**Name, Vorname, Adresse, PLZ Ort
Geburtsdatum
(Arbeitnehmer)**

wird folgender Arbeitsvertrag abgeschlossen:

1. Tätigkeitsbereich:

- 1.1 Der Arbeitnehmer arbeitet als Redaktor im Betrieb des Arbeitgebers in Chur.
- 1.2 Die direkte Vorgesetzte ist die Redaktionsleiterin

2. Beginn und Dauer:

- 2.1 Der Arbeitnehmer tritt die Stelle am..... an. Das Arbeitsverhältnis wird auf unbestimmte Dauer abgeschlossen.

3. Probezeit und Beendigung:

- 3.1 Die Probezeit dauert 3 Monate.
- 3.2 Nach Ablauf der Probezeit kann das Arbeitsverhältnis unter Einhaltung einer Kündigungsfrist gemäss Personalreglement gekündigt werden.

4. Arbeitszeit:

- 4.1 Die Jahressollzeit beträgt 2087 Stunden.
- 4.2 Der Arbeitnehmer ist zu 100 % angestellt.

5. Salär:

- 5.1 Der Arbeitnehmer erhält einen Jahres-Brutto-Lohn von Fr. Dieser wird in 13 Raten ausbezahlt.

6. Ferien:

- 6.1 Der Arbeitnehmer hat Anspruch auf 4 Wochen Ferien im Jahr.

7. Zur Anwendung kommende Reglemente und Verordnungen:

7.1 Folgende Reglemente kommen neben den verfassungsrechtlichen und gesetzlichen Bestimmungen gem. Art. 2.1 der Betriebsordnung zur Anwendung und bilden integrierende Bestandteile dieses Vertrages:

- Personalreglement
- Pensionskassen-Reglement
- Pflichtenheft

8. Besondere Bestimmungen:

- 8.1 Die Stempelpflicht hat keine Gültigkeit für den Arbeitnehmer. Es besteht kein Kompensations- oder Entschädigungsanspruch für allfällig geleistete Überstunden.
- 8.2 Überstunden gelten als im Lohn inbegriffen (Vgl. Art. 4.2 Personalreglement)
- 8.3 Der Arbeitnehmer leistet regelmässig wiederkehrend Arbeit am Wochenende, in der Nacht und an Feiertagen.
- 8.4 Folgendes Material wurde dem Arbeitnehmer abgegeben: Schlüssel.

9. Schlussbestimmungen:

- 9.1 Abänderungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform.
- 9.2 Der Arbeitnehmer hat Änderungen betreffend Wohnadresse und Zivilstand, Ereignisse wie Geburten und Todesfälle innerhalb der Familie, Krankheiten und Unfälle unaufgefordert unverzüglich dem Arbeitgeber mitzuteilen (Meldepflicht).
- 9.3 Soweit nicht die Bestimmungen dieses Vertrages vorgehen, kommt schweizerisches Recht zur Anwendung.
- 9.4 Der Gerichtsstand beider Vertragsparteien für allfällige Streitigkeiten aus dem Arbeitsverhältnis ist Chur.

10. Unterschriften:

- 10.1 Der Arbeitnehmer erklärt mit seiner Unterschrift, die doppelt ausgefertigten Verträge sowie die aufgeführten Reglemente erhalten, durchgelesen und verstanden zu haben und mit dessen Inhalt einverstanden zu sein.

Chur,

Der Arbeitnehmer:

Südostschweiz Radio/TV AG:

Konferenz der Chefredaktoren
Schweizer Presse
Presse Suisse
Stampa Svizzera
BSW Leading Swiss Agencies
SWA Verband Schweizerischer Werbe-Auftraggeber
ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen
FRP Fédération Romande de Publicité et de Communication

Code of Conduct

Empfehlungen zum Umgang mit bezahlter Werbung

Grundsatz

Alle Akteure – Redaktionen, Verleger und Werber – betonen in ihren Verhaltens- oder Standesregeln uneingeschränkt das Prinzip der vollen Transparenz gegenüber dem Publikum. Für den Medienkonsumenten muss demnach immer klar erkennbar sein, welche Inhalte redaktionell verantwortet und welche kommerziell beeinflusst, also von Dritten bezahlt sind. Werden die Formen in der Absicht vermischt, die Medienkonsumenten zu täuschen, leidet die Glaubwürdigkeit sowohl der Redaktion, der Verleger als auch der Anzeigenkunden der Gattung Zeitungen und Zeitschriften.

Empfehlungen

- Im Umgang mit bezahlter Werbefläche in den Print- und Online-Medien gilt das Prinzip der Transparenz gegenüber dem Publikum. Für den Medienkonsumenten muss immer klar erkennbar sein, ob die Inhalte redaktionellen Ursprungs oder kommerziell als Werbefläche platziert und von Dritten bezahlt sind. Redaktion und Verlag stellen gemeinsam sicher, dass diese Trennung gewahrt wird.
- Anzeigen dürfen durch ihre Gestaltung nicht den Eindruck erwecken, sie seien redaktioneller Bestandteil des Mediums. Insbesondere ist auf eine klare Unterscheidbarkeit der Typographie zu achten. Im Zweifelsfall muss die Anzeige klar und in ausreichender Grösse entsprechend gekennzeichnet werden.
- Jede Form von Sponsoring muss deklariert werden.

Januar 2007



Radio Engadina - Netzbeschrieb vom 22. Dezember 2004

UKW			
Name	Code	Frequenz	Datenblatt
BONDO BOSCH GRASS	BOND	104.7MHz	22.12.2004
CELERINA LARET	CELR	97.0MHz	22.12.2004
POSCHIAVO SELVA	POSC	93.0MHz	22.12.2004
S MARIA I M CRAPPETTA	SMAR	97.0MHz	22.12.2004
SAMNAUN RAVAISCH CHE D MOT	RAVA	94.4MHz	22.12.2004
STAMPA MALOJA	MALO	98.6MHz	22.12.2004
TARASP SPARSELS	TRSP	97.0MHz	22.12.2004
TSCHLIN S NICLA MOT	MTNA	100.1MHz	22.12.2004
VICOSOPRANO CA D FARET	CFAR	98.2MHz	22.12.2004
ZERNEZ MUOTTAS 2	ZEMU	98.0MHz	22.12.2004

Der vorliegende Netzbeschrieb ersetzt alle vorgängigen Ausgaben.

Beilage: - Datenblätter gemäss Netzbeschrieb



Datenblatt zur technischen Verbreitung

BONDO BOSCH GRASS

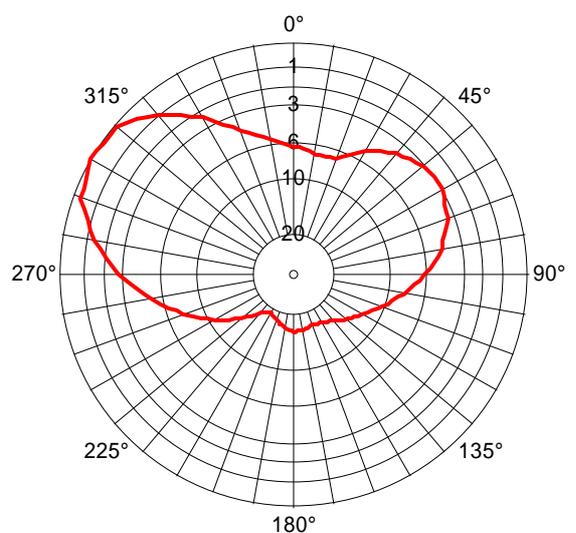
vom 22/12/2004

Code des Sendestandortes	BOND
Standortland	SUI
Geographische Koordinaten	9° 32' 34" E / 46° 19' 49" N
Geographische Koordinaten (Schweiz)	762020 / 133172
Standorthöhe über Meer	986 m
Antennenhöhe über Boden	24 m
Zugewiesene Frequenz	104.7 MHz
Maximaler Frequenzhub / maximale P MPX	+/-75 kHz / 3.0 dB
Art der Aussendung	180KF3EGN (Mono)
RDS PI-Codes / - Regionalisierung	4F2A /
Name des verbreiteten Programms	Radio Engadina
Programmanspeisung	TV Tonträger II
Maximale äquivalente Strahlungsleistung (ERP)	100.0 Watt
Maximaler vertikaler Öffnungswinkel	102°
Antennenabsenkung	0°
Polarisation	Horizontal

Horizontales Antennendiagramm:

(ERP-Reduktion [in dB] bezogen auf die ERP max.)

Azimut [Grad]	dB	Azimut [Grad]	dB	Azimut [Grad]	dB
0	6.3	120	12.5	240	10.8
10	6.9	130	14.1	250	7.6
20	6.9	140	15.8	260	5.0
30	5.1	150	16.8	270	2.8
40	3.8	160	17.0	280	1.3
50	3.1	170	16.5	290	0.3
60	3.0	180	16.2	300	0.0
70	3.5	190	17.1	310	0.1
80	4.5	200	18.3	320	0.9
90	6.1	210	19.0	330	2.3
100	8.2	220	18.1	340	4.2
110	10.4	230	14.3	350	5.4





Datenblatt zur technischen Verbreitung

CELERINA LARET

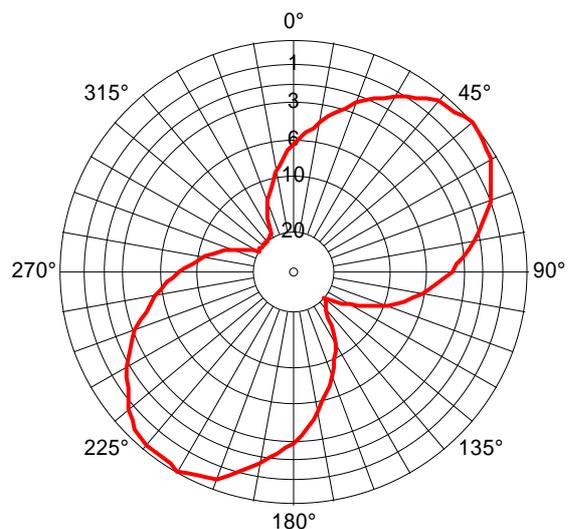
vom 22/12/2004

Code des Sendestandortes	CELR
Standortland	SUI
Geographische Koordinaten	9° 50' 28" E / 46° 30' 20" N
Geographische Koordinaten (Schweiz)	784372 / 153306
Standorthöhe über Meer	2073 m
Antennenhöhe über Boden	21 m
Zugeteilte Frequenz	97.0 MHz
Maximaler Frequenzhub / maximale P MPX	+/-75 kHz / 3.0 dBr
Art der Aussendung	180KF3EGN (Mono)
RDS PI-Codes / - Regionalisierung	4F2A /
Name des verbreiteten Programms	Radio Engadina
Programmanspeisung	Kabel
Maximale äquivalente Strahlungsleistung (ERP)	400.0 Watt
Maximaler vertikaler Öffnungswinkel	65°
Antennenabsenkung	0°
Polarisation	Horizontal

Horizontales Antennendiagramm:

(ERP-Reduktion [in dB] bezogen auf die ERP max.)

Azimut [Grad]	dB	Azimut [Grad]	dB	Azimut [Grad]	dB
0	6.3	120	15.0	240	1.8
10	4.2	130	20.0	250	3.2
20	2.4	140	18.0	260	5.3
30	1.2	150	11.8	270	7.8
40	0.3	160	8.1	280	11.0
50	0.0	170	5.1	290	14.8
60	0.2	180	2.9	300	20.0
70	1.0	190	1.6	310	20.0
80	2.2	200	0.4	320	20.0
90	3.9	210	0.1	330	19.0
100	6.2	220	0.2	340	13.0
110	9.5	230	0.7	350	9.3





Datenblatt zur technischen Verbreitung

POSCHIAVO SELVA

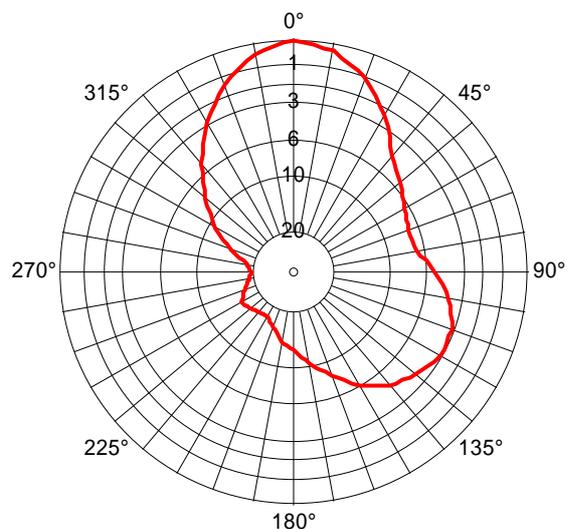
vom 22/12/2004

Code des Sendestandortes	POSC
Standortland	SUI
Geographische Koordinaten	10° 03' 10" E / 46° 18' 05" N
Geographische Koordinaten (Schweiz)	801378 / 131127
Standorthöhe über Meer	1445 m
Antennenhöhe über Boden	17 m
Zugewiesene Frequenz	93.0 MHz
Maximaler Frequenzhub / maximale P MPX	+/-75 kHz / 3.0 dBr
Art der Aussendung	180KF3EGN (Mono)
RDS PI-Codes / - Regionalisierung	4F2A /
Name des verbreiteten Programms	Radio Engadina
Programmanspeisung	Kabel
Maximale äquivalente Strahlungsleistung (ERP)	30.0 Watt
Maximaler vertikaler Öffnungswinkel	102°
Antennenabsenkung	0°
Polarisation	Horizontal

Horizontales Antennendiagramm:

(ERP-Reduktion [in dB] bezogen auf die ERP max.)

Azimut [Grad]	dB	Azimut [Grad]	dB	Azimut [Grad]	dB
0	0.0	120	3.1	240	16.0
10	0.3	130	3.7	250	17.5
20	1.0	140	4.6	260	19.0
30	2.3	150	6.1	270	19.5
40	4.3	160	8.3	280	18.5
50	5.4	170	10.4	290	14.8
60	6.5	180	12.7	300	11.0
70	7.0	190	14.0	310	7.8
80	6.8	200	16.0	320	5.1
90	5.2	210	17.5	330	2.8
100	3.9	220	17.5	340	1.3
110	3.2	230	16.5	350	0.4





Datenblatt zur technischen Verbreitung

S MARIA I M CRAPPETTA

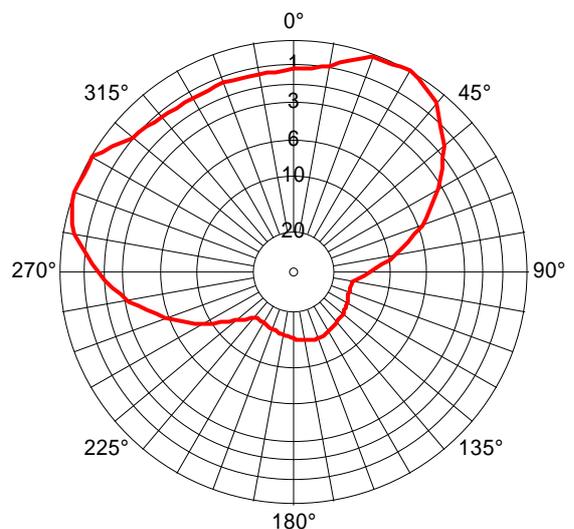
vom 22/12/2004

Code des Sendestandortes	SMAR
Standortland	SUI
Geographische Koordinaten	10° 25' 44" E / 46° 35' 40" N
Geographische Koordinaten (Schweiz)	829100 / 164722
Standorthöhe über Meer	1629 m
Antennenhöhe über Boden	20 m
Zugeteilte Frequenz	97.0 MHz
Maximaler Frequenzhub / maximale P MPX	+/-75 kHz / 3.0 dBr
Art der Aussendung	180KF3EGN (Mono)
RDS PI-Codes / - Regionalisierung	4F2A /
Name des verbreiteten Programms	Radio Engadina
Programmanspeisung	TV Tonträger II
Maximale äquivalente Strahlungsleistung (ERP)	100.0 Watt
Maximaler vertikaler Öffnungswinkel	102°
Antennenabsenkung	0°
Polarisation	Horizontal

Horizontales Antennendiagramm:

(ERP-Reduktion [in dB] bezogen auf die ERP max.)

Azimuth [Grad]	dB	Azimuth [Grad]	dB	Azimuth [Grad]	dB
0	1.2	120	15.6	240	9.0
10	0.9	130	15.1	250	5.7
20	0.1	140	14.6	260	3.2
30	0.0	150	14.1	270	1.6
40	0.4	160	13.9	280	0.4
50	1.6	170	14.1	290	0.0
60	3.2	180	14.6	300	0.1
70	5.7	190	15.1	310	0.9
80	9.0	200	15.6	320	1.2
90	13.1	210	16.1	330	1.3
100	16.0	220	16.0	340	1.2
110	16.1	230	13.1	350	1.3





Datenblatt zur technischen Verbreitung

SAMNAUN RAVAISCH CHE D MOT

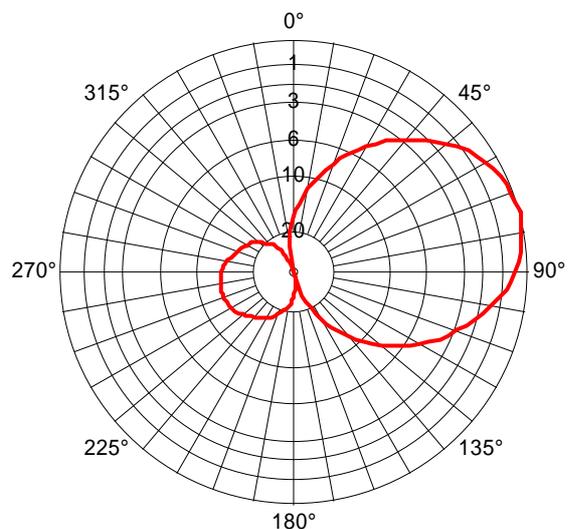
vom 22/12/2004

Code des Sendestandortes	RAVA
Standortland	SUI
Geographische Koordinaten	10° 22' 21" E / 46° 57' 18" N
Geographische Koordinaten (Schweiz)	823273 / 204623
Standorthöhe über Meer	1984 m
Antennenhöhe über Boden	14 m
Zugeteilte Frequenz	94.4 MHz
Maximaler Frequenzhub / maximale P MPX	+/-75 kHz / 3.0 dBr
Art der Aussendung	180KF3EGN (Mono)
RDS PI-Codes / - Regionalisierung	4F2A /
Name des verbreiteten Programms	Radio Engadina
Programmanspeisung	Kabel
Maximale äquivalente Strahlungsleistung (ERP)	15.0 Watt
Maximaler vertikaler Öffnungswinkel	102°
Antennenabsenkung	0°
Polarisation	Horizontal

Horizontales Antennendiagramm:

(ERP-Reduktion [in dB] bezogen auf die ERP max.)

Azimet [Grad]	dB	Azimet [Grad]	dB	Azimet [Grad]	dB
0	16.8	120	4.9	240	13.8
10	11.7	130	7.7	250	13.4
20	7.7	140	11.7	260	13.4
30	4.9	150	16.8	270	13.8
40	2.9	160	23.7	280	14.7
50	1.4	170	28.0	290	15.9
60	0.5	180	23.7	300	17.1
70	0.1	190	20.9	310	18.8
80	0.1	200	18.8	320	20.9
90	0.5	210	17.1	330	23.7
100	1.4	220	15.9	340	28.0
110	2.9	230	14.7	350	23.7





Datenblatt zur technischen Verbreitung

STAMPA MALOJA

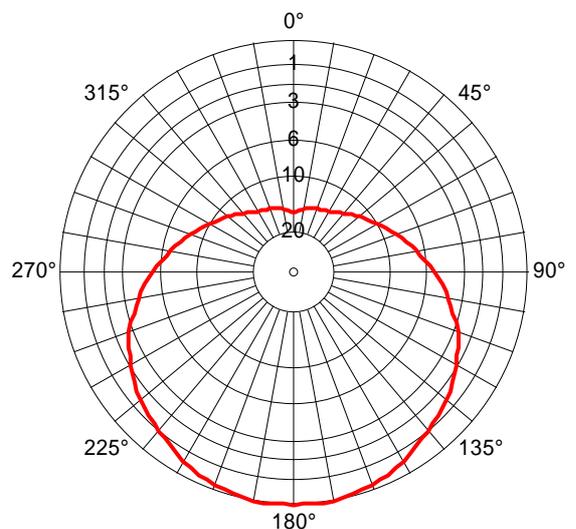
vom 22/12/2004

Code des Sendestandortes	MALO
Standortland	SUI
Geographische Koordinaten	9° 41' 46" E / 46° 24' 15" N
Geographische Koordinaten (Schweiz)	773581 / 141683
Standorthöhe über Meer	1805 m
Antennenhöhe über Boden	12 m
Zugeweilte Frequenz	98.6 MHz
Maximaler Frequenzhub / maximale P MPX	+/-75 kHz / 3.0 dBr
Art der Aussendung	180KF3EGN (Mono)
RDS PI-Codes / - Regionalisierung	4F2A /
Name des verbreiteten Programms	Radio Engadina
Programmanspeisung	TV Tonträger II
Maximale äquivalente Strahlungsleistung (ERP)	10.0 Watt
Maximaler vertikaler Öffnungswinkel	78°
Antennenabsenkung	0°
Polarisation	Vertikal

Horizontales Antennendiagramm:

(ERP-Reduktion [in dB] bezogen auf die ERP max.)

Azimut [Grad]	dB	Azimut [Grad]	dB	Azimut [Grad]	dB
0	16.0	120	2.0	240	2.0
10	15.0	130	1.4	250	2.8
20	14.5	140	1.0	260	3.9
30	14.0	150	0.5	270	5.3
40	12.9	160	0.2	280	6.8
50	11.5	170	0.0	290	8.4
60	10.0	180	0.0	300	10.0
70	8.4	190	0.0	310	11.5
80	6.8	200	0.2	320	12.9
90	5.3	210	0.5	330	14.0
100	3.9	220	1.0	340	14.5
110	2.8	230	1.4	350	15.0





Datenblatt zur technischen Verbreitung

TARASP SPARSELS

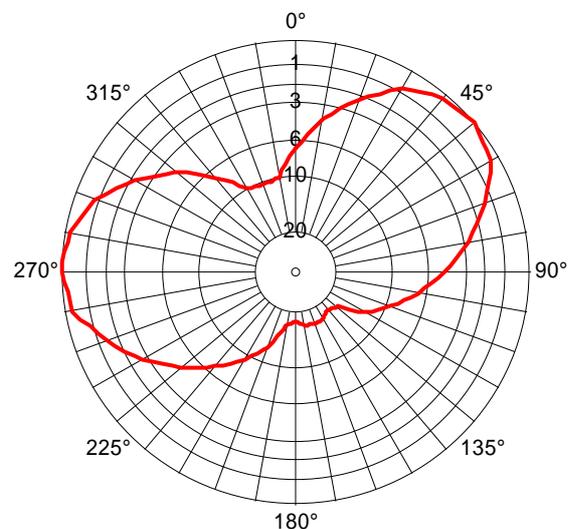
vom 22/12/2004

Code des Sendestandortes	TRSP
Standortland	SUI
Geographische Koordinaten	10° 16' 13" E / 46° 46' 43" N
Geographische Koordinaten (Schweiz)	816199 / 184727
Standorthöhe über Meer	1454 m
Antennenhöhe über Boden	13 m
Zugeweilte Frequenz	97.0 MHz
Maximaler Frequenzhub / maximale P MPX	+/-75 kHz / 3.0 dBr
Art der Aussendung	180KF3EGN (Mono)
RDS PI-Codes / - Regionalisierung	4F2A /
Name des verbreiteten Programms	Radio Engadina
Programmanspeisung	TV Tonträger II
Maximale äquivalente Strahlungsleistung (ERP)	200.0 Watt
Maximaler vertikaler Öffnungswinkel	130°
Antennenabsenkung	0°
Polarisation	Horizontal

Horizontales Antennendiagramm:

(ERP-Reduktion [in dB] bezogen auf die ERP max.)

Azimuth [Grad]	dB	Azimuth [Grad]	dB	Azimuth [Grad]	dB
0	6.8	120	12.4	240	2.7
10	4.0	130	17.0	250	1.3
20	2.2	140	18.0	260	0.3
30	0.8	150	17.0	270	0.0
40	0.2	160	16.7	280	0.2
50	0.0	170	17.0	290	0.8
60	0.3	180	18.0	300	2.2
70	1.3	190	17.0	310	4.0
80	2.7	200	12.4	320	6.8
90	4.6	210	9.4	330	10.0
100	6.8	220	6.8	340	10.5
110	9.4	230	4.6	350	10.0





Datenblatt zur technischen Verbreitung

TSCHLIN S NICLA MOT

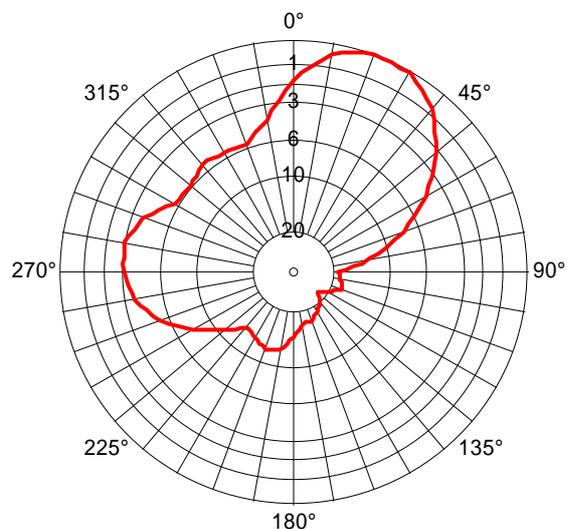
vom 22/12/2004

Code des Sendestandortes	MTNA
Standortland	SUI
Geographische Koordinaten	10° 26' 05" E / 46° 51' 24" N
Geographische Koordinaten (Schweiz)	828415 / 193879
Standorthöhe über Meer	1312 m
Antennenhöhe über Boden	35 m
Zugewillte Frequenz	100.1 MHz
Maximaler Frequenzhub / maximale P MPX	+/-75 kHz / 3.0 dBr
Art der Aussendung	180KF3EGN (Mono)
RDS PI-Codes / - Regionalisierung	4F2A /
Name des verbreiteten Programms	Radio Engadina
Programmanspeisung	Ballempfang
	TARASP SPARSELS 97.0 MHz
Maximale äquivalente Strahlungsleistung (ERP)	50.0 Watt
Maximaler vertikaler Öffnungswinkel	102°
Antennenabsenkung	0°
Polarisation	Horizontal

Horizontales Antennendiagramm:

(ERP-Reduktion [in dB] bezogen auf die ERP max.)

Azimuth [Grad]	dB	Azimuth [Grad]	dB	Azimuth [Grad]	dB
0	1.7	120	20.3	240	7.6
10	0.4	130	22.1	250	5.1
20	0.0	140	19.9	260	3.7
30	0.1	150	18.7	270	3.1
40	0.7	160	17.4	280	3.0
50	2.1	170	17.4	290	3.8
60	4.3	180	14.8	300	5.6
70	7.6	190	12.4	310	5.9
80	12.9	200	12.0	320	5.2
90	19.0	210	13.0	330	5.5
100	18.4	220	13.6	340	5.7
110	17.7	230	10.8	350	4.1





Datenblatt zur technischen Verbreitung

VICOSOPRANO CA D FARET

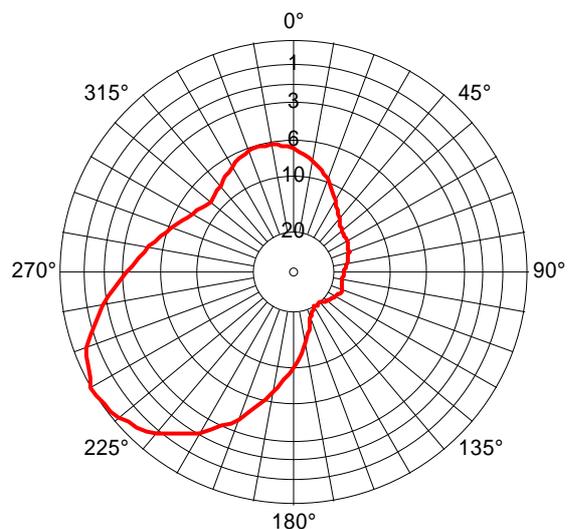
vom 22/12/2004

Code des Sendestandortes	CFAR
Standortland	SUI
Geographische Koordinaten	9° 39' 50" E / 46° 22' 10" N
Geographische Koordinaten (Schweiz)	771219 / 137783
Standorthöhe über Meer	1489 m
Antennenhöhe über Boden	25 m
Zugeweilte Frequenz	98.2 MHz
Maximaler Frequenzhub / maximale P MPX	+/-75 kHz / 3.0 dBr
Art der Aussendung	180KF3EGN (Mono)
RDS PI-Codes / - Regionalisierung	4F2A /
Name des verbreiteten Programms	Radio Engadina
Programmanspeisung	TV Tonträger II
Maximale äquivalente Strahlungsleistung (ERP)	170.0 Watt
Maximaler vertikaler Öffnungswinkel	102°
Antennenabsenkung	0°
Polarisation	Horizontal

Horizontales Antennendiagramm:

(ERP-Reduktion [in dB] bezogen auf die ERP max.)

Azimuth [Grad]	dB	Azimuth [Grad]	dB	Azimuth [Grad]	dB
0	6.8	120	18.0	240	0.0
10	8.0	130	19.0	250	0.5
20	9.5	140	20.0	260	1.7
30	12.0	150	20.0	270	3.3
40	14.0	160	18.0	280	4.8
50	15.4	170	14.0	290	6.3
60	15.6	180	10.0	300	7.6
70	16.1	190	6.8	310	8.5
80	17.0	200	3.9	320	8.0
90	18.0	210	2.0	330	7.0
100	18.0	220	0.8	340	6.2
110	17.5	230	0.2	350	6.2





Datenblatt zur technischen Verbreitung

ZERNEZ MUOTTAS 2

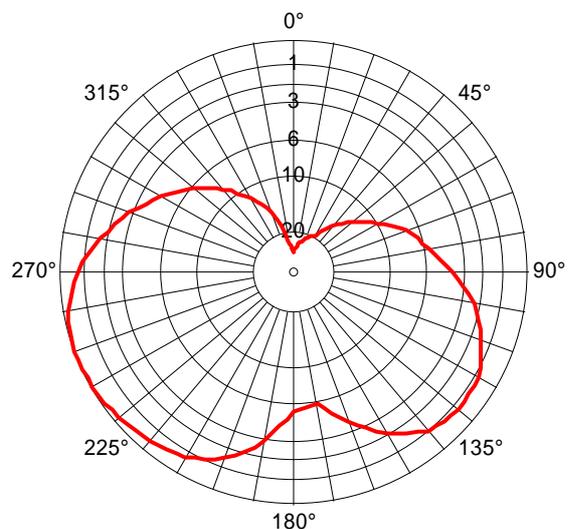
vom 22/12/2004

Code des Sendestandortes	ZEMU
Standortland	SUI
Geographische Koordinaten	10° 06' 12" E / 46° 42' 03" N
Geographische Koordinaten (Schweiz)	803760 / 175635
Standorthöhe über Meer	1622 m
Antennenhöhe über Boden	12 m
Zugewiesene Frequenz	98.0 MHz
Maximaler Frequenzhub / maximale P MPX	+/-75 kHz / 3.0 dBr
Art der Aussendung	180KF3EGN (Mono)
RDS PI-Codes / - Regionalisierung	4F2A /
Name des verbreiteten Programms	Radio Engadina
Programmanspeisung	Ballempfang
	CELERINA LARET 97.0 MHz
Maximale äquivalente Strahlungsleistung (ERP)	50.0 Watt
Maximaler vertikaler Öffnungswinkel	102°
Antennenabsenkung	0°
Polarisation	Horizontal

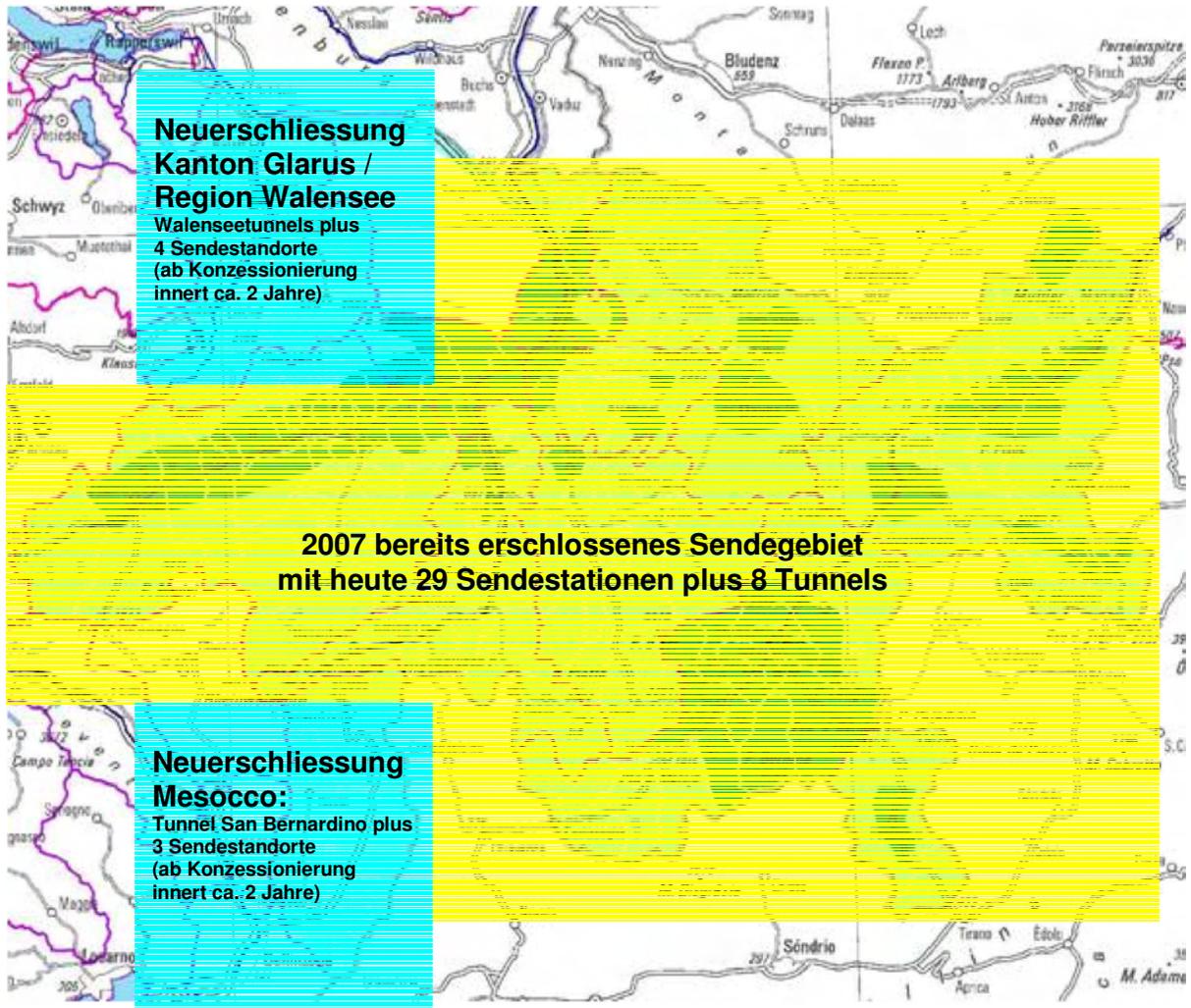
Horizontales Antennendiagramm:

(ERP-Reduktion [in dB] bezogen auf die ERP max.)

Azimuth [Grad]	dB	Azimuth [Grad]	dB	Azimuth [Grad]	dB
0	25.0	120	0.8	240	0.1
10	23.0	130	0.7	250	0.0
20	21.0	140	1.0	260	0.2
30	19.5	150	2.0	270	0.7
40	15.8	160	3.7	280	1.6
50	12.7	170	5.8	290	2.8
60	9.9	180	5.3	300	4.3
70	7.2	190	2.8	310	6.1
80	5.6	200	1.4	320	8.5
90	3.8	210	0.7	330	11.5
100	2.3	220	0.4	340	15.0
110	1.4	230	0.2	350	22.0



6.2a Neu zu erschliessende Konzessionsgebiete



Kanton Glarus



Kartenausschnitt: Region Walensee und Kanton Glarus

Das Rheintal bzw. die Region von Chur bis Walenstadt und Teile des Prättigaus wird heute via dem Sender Valzeina (107.0 MHz) versorgt. Für die westlichen Gebiete des Konzessionsgebiets Südostschweiz sind vier Sendestandorte gem. Karte vorgesehen. Zusätzlich müssen die Walenseetunnels versorgt werden.

Misox



Kartenausschnitt: Misox

Für die Erschliessung des Misox sind u.E. drei Sendestandorte notwendig. Dazu kommt die Versorgung des San Bernhadinotunnels.

Wie bei allen Sendestandorten sind vorgängige Abklärungen mit dem Bundesamt für Kommunikation sowie die entsprechenden Genehmigungsverfahren bei Gemeinden, Kanton und Bund notwendig.