

## Beilagenverzeichnis

Beilage	1	Handelsregisterauszug der Tele M1 AG
Beilage	2	Handelsregisterauszug der TMT Productions AG
Beilage	3	Handelsregisterauszug der AZ Crossmedia AG
Beilage	4	Statuten der Tele M1 AG
Beilage	5	Statuten der TMT Productions AG
Beilage	6	Statuten der AZ Crossmedia AG
Beilage	7	Organigramm Tele M1
Beilage	8	Organigramm E-Medien / TMT Productions AG
Beilage	9	Organigramm der AZ Crossmedia AG
Beilage	10	Organisationsreglement der TMT Productions AG
Beilage	11	Aktionärsstruktur der Tele M1 AG
Beilage	12	Aktionärsstruktur der TMT Productions AG
Beilage	13	Aktionärsstruktur der AZ Crossmedia AG
Beilage	14	Geschäftsbericht 2006
Beilage	15	Erfolgsrechnung 1.1.2006 bis 31.12.2006
Beilage	16	Bilanz per 31.12.2006
Beilage	17	Handelsregisterauszug der BT Holding AG
Beilage	18	Handelsregisterauszug der AZ Medien AG
Beilage	19	Führungsstruktur der AZ Medien Gruppe
Beilage	20	Programmraster Tele M1 Januar – März 2008
Beilage	21	Sendungsbeschriebe (Eigenproduktionen) + redaktionelle Inhalte
Beilage	22	Übersicht Fremdproduktionen
Beilage	23	DVD mit Beiträgen
Beilage	24	„Erfüllung Leistungsauftrag“
Beilage	25	Fotos und Pläne Studioräumlichkeiten
Beilage	26	Jahresabschluss per 31.12.2006
Beilage	27	5-Jahres-Pläne: Investitionen, Erfolgsrechnung, Bilanz und Geldflussrechnung
Beilage	28	5-Jahres-Plan: Erfolgsrechnung, erstes Planjahr aufgeteilt in Quartale
Beilage	29	Geldflussrechnung für den Zeitraum von 5 Jahren
Beilage	30	Tarifdokumentation Tele M1 AG
Beilage	31	Tarifdokumentation Tele News Combi
Beilage	32	Kennzahlen
Beilage	33	Grundsatzpapier ‚Standard-Arbeitsbedingungen‘; VSP, TS, CHP
Beilage	34	Muster-Arbeitsverträge
Beilage	35	Stellenbeschreibungen
Beilage	36	Pflichtenheft VJ
Beilage	37	Mitarbeiter-Reglement AZ Medien Gruppe
Beilage	38	Konzeptentwurf ‚Grundausbildung‘ bei Kanal K
Beilage	39	Grundlagenpapier VSP zum Qualitätssicherungssystem
Beilage	40	Redaktionsstatut
Beilage	41	Ablaufschema Sondersendungen
Beilage	42	Übersicht Verbreitung

# STATUTEN

---

der

**Tele M1 Aktiengesellschaft**

**mit Sitz in Aarau**

---

## I. FIRMA, DAUER, SITZ UND ZWECK DER GESELLSCHAFT

---

### Art. 1: Firma, Dauer und Sitz

Unter der Firma Tele M1 Aktiengesellschaft besteht auf unbestimmte Zeit eine Aktiengesellschaft im Sinne von Art. 620 ff. OR mit Sitz in Aarau.

### Art. 2: Zweck

Zweck der Gesellschaft ist die Verbreitung des Fernsehprogramms „Tele M1“, der Betrieb der hierfür erforderlichen Fernsehsender, die Erstellung von TV-Programmen und die Ausstrahlung von Werbesendungen.

Die Gesellschaft kann im In- und Ausland Zweigniederlassungen errichten und Tochtergesellschaften gründen und alle mit den vorgenannten Zwecken zusammenhängenden Geschäfte tätigen.

## II. AKTIENKAPITAL, AKTIONAERSEIGENSCHAFT, AKTIEN, AKTIENUEBERTRAGUNG

---

### Art. 3: Aktienkapital

Das Aktienkapital der Gesellschaft beträgt CHF 100'000.- und ist eingeteilt in 2'000 auf den Namen lautende Aktien im Nennwert von CHF 50.-. Sämtliche Aktien sind voll einbezahlt.

### Art. 3<sup>bis</sup>: Sacheinlagen

Die Gesellschaft übernimmt gemäss Sacheinlagevertrag vom 11. Januar 1993 und Inventarliste vom 9. Dezember 1992 von der Badener Tagblatt-Druckerei Wanner AG, Baden, Einbauten im TV-Studio, Büromobiliar, EDV-Geräte, eine Umluft-Kühlanlage sowie diverse Studio-Einrichtungen, ferner Goodwill zum Preise von CHF 250'000.-, und die Badener Tagblatt-Druckerei Wanner AG erhält dafür 50 Namenaktien der Gesellschaft im Nominalwert von je CHF 1'000.- sowie eine Darlehensgutschrift von CHF 200'000.- zu Lasten der Gesellschaft.

Die Gesellschaft übernimmt ferner von der Ascom Telematic AG, Dübendorf, gemäss Sacheinlagevertrag vom 11. Januar 1993 und Inventarliste vom 8. Dezember 1992 die technischen Einrichtungen des Fernsehstudios Rüsler, umfassend Aufnahmegeräte, Bedieneroberfläche, Zentrale, Sendepfad, Installationen mit Kameras, Videogeräten, Mikrofonen, Monitoren und diversem Zubehör zum Preise von CHF 300'000.-, und die Ascom Telematic AG erhält dafür 100 Namenaktien zu nominal CHF 1'000.- der Gesellschaft sowie eine Darlehensgutschrift von CHF 200'000.- zu Lasten der Gesellschaft.

Sodann übernimmt die Gesellschaft vom Gemeindeverband Planungsgruppe Region Baden-Wettingen, Wettingen, gemäss Sacheinlagevertrag vom 11. Januar 1993 zum Preise von CHF 25'000.- deren Aufbau- und Organisationsarbeiten, Studien und Konzepte für das Regionalfernsehen Rüsler sowie ihre weiteren Vorleistungen und Rechte auf eine Fernseh-Konzession, wogegen der Repla 25 Namenaktien zu nominal CHF 1'000.- übereignet werden.

### Art. 4: Aktionär

Die Gesellschaft anerkennt für jede Aktie nur einen Berechtigten. Ueber die ausgegebenen Aktien wird ein Aktienbuch geführt, in welchem die Namen und Adressen der jeweiligen Eigentümer und Nutzniesser eingetragen sind.

Der Gesellschaft gegenüber gilt nur als Aktionär, wer im Aktienbuch eingetragen ist.

**Art. 5: Aktien**

Die Gesellschaft kann Zertifikate ausgeben, welche mehrere Aktien verkörpern.

Durch Beschluss der Generalversammlung können Namenaktien in Inhaberaktien umgewandelt werden und umgekehrt.

**Art. 6: Aktienübertragung**

Nach Versand der Einladung zur Generalversammlung bis zum Tage nach der Generalversammlung werden keine Eintragungen im Aktienbuch vorgenommen.

Die Uebertragung der Aktien bedarf in jedem Falle der ausdrücklichen Zustimmung des Verwaltungsrates. Dieser darf die Zustimmung unter Nennung des Grundes verweigern, wenn:

- a) die Anerkennung des Erwerbers als Aktionär die Gesellschaft daran hindern könnte, durch Bundesgesetze geforderte Nachweise über die Zusammensetzung des Kreises der Aktionäre zu erbringen;
- b) die Uebertragung der Aktien die Zusammensetzung des Aktionärskreises derart verändert, dass die Wahrung des Gesellschaftszweckes oder die wirtschaftliche Selbständigkeit der Gesellschaft gefährdet werden;
- c) im Falle eines in einem Aktionärsbindungsvertrag vorgesehenen Vorkaufsrechts oder einer andern Veräußerungsbeschränkung die diesbezüglichen Bestimmungen nicht eingehalten worden sind;
- d) der Erwerber oder eine ihm nahestehende Person die Gesellschaft oder eine ihr nahestehende Person konkurrenziert oder in naher Zukunft mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit konkurrenzeren wird.

Der Verwaltungsrat kann die Zustimmung zur Uebertragung von Aktien trotz Vorliegen eines oder mehrerer der vorgenannten Verweigerungsgründe ohne Angabe von Gründen erteilen.

Der Verwaltungsrat kann überdies die Zustimmung zur Aktienübertragung ohne Angabe von Gründen ablehnen, wenn:

- a) der Erwerber nicht ausdrücklich erklärt, dass er die Aktien im eigenen Namen und auf eigene Rechnung erworben hat;
- b) dem Veräußerer der Aktien angeboten wird, die Aktien für Rechnung der Gesellschaft, für Rechnung anderer Aktionäre oder für Rechnung Dritter zum wirklichen Wert im Zeitpunkt des Gesuches zu übernehmen.

Der Verwaltungsrat kann nach Anhörung des Betroffenen Eintragungen im Aktienbuch streichen, wenn diese durch falsche Angaben des Erwerbers zustande gekommen sind. Dieser wird über die Streichung sofort informiert.

Vorbehalten bleibt OR 685 b IV.

### **III. ORGANE DER GESELLSCHAFT**

---

#### **Art. 7: Allgemein**

Die Organe der Gesellschaft sind:

- A. Die Generalversammlung;
- B. Der Verwaltungsrat;
- C. Die Revisionsstelle.

#### **A. Die Generalversammlung**

#### **Art. 8: Befugnisse**

Der Generalversammlung stehen folgende Befugnisse zu:

- a. Festsetzung und Aenderung der Statuten;
- b. Wahl der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Revisionsstelle;
- c. Genehmigung des Jahresberichtes und gegebenenfalls der Konzernrechnung;
- d. Genehmigung der Jahresrechnung sowie Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns nach Entgegennahme des Berichtes der Revisionsstelle;
- e. Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates;
- f. Beschlussfassung über alle Gegenstände, die ihr durch Gesetz oder Statuten vorbehalten sind oder ihr durch den Verwaltungsrat vorgelegt werden.

**Art. 9: Ordentliche und ausserordentliche Generalversammlungen**

Die ordentliche Generalversammlung findet jedes Jahr innerhalb von sechs Monaten nach Schluss des Geschäftsjahres statt.

Ausserordentliche Generalversammlungen werden je nach Bedürfnis einberufen. Sie finden statt auf Beschluss der Generalversammlung oder des Verwaltungsrates, auf Begehren der Revisionsstelle oder wenn ein oder mehrere Aktionäre, deren Aktien zusammen mindestens den zehnten Teil des Aktienkapitals darstellen, in einer schriftlichen Eingabe an den Verwaltungsrat unter Angabe des Verhandlungsgegenstandes und der Anträge die Einberufung verlangen.

**Art. 10: Einberufung**

Die Einberufung der ordentlichen Generalversammlung erfolgt durch den Verwaltungsrat oder nötigenfalls durch die Revisionsstelle mindestens zwanzig Tage vor dem Verhandlungstag durch eingeschriebenen Brief oder Telefax.

In der Einberufung sind folgende Angaben zu machen:

- a. Ort und Zeit der Versammlung;
- b. Verhandlungsgegenstände, die vom Verwaltungsrat traktandiert werden;
- c. gegebenenfalls durch Aktionäre beantragte Verhandlungsgegenstände;
- d. Anträge des Verwaltungsrates zu seinen Verhandlungsgegenständen;
- e. Anträge von Aktionären zu deren Verhandlungsgegenständen;
- f. Art des Ausweises über den Aktienbesitz;
- g. Hinweis auf die Auflage des Geschäftsberichtes und des Revisionsberichtes am Gesellschaftssitz zur Einsicht der Aktionäre.

Absatz 2 oben gilt mit Ausnahme von lit. g auch für die Einberufung von ausserordentlichen Generalversammlungen, wobei jedoch die Veröffentlichung in den Publikationsorganen der Gesellschaft nach Ermessen des Verwaltungsrates anstelle der schriftlichen Einladung treten kann.

**Art. 11: Traktandierungsanträge**

Auf die Tagesordnung sind auch Verhandlungsgegenstände und Anträge zu setzen, die durch Aktionäre, die Aktien im Nennwert von zehntausend Franken vertreten, noch vor erfolgter Einberufung schriftlich beim Verwaltungsrat eingereicht worden sind.

Anträge zu nicht gehörig angekündigten Verhandlungsgegenständen können auf Beschluss der Generalversammlung zur Diskussion zugelassen werden. Eine Beschlussfassung ist jedoch erst in der nächsten Generalversammlung möglich. Ausgenommen sind die Anträge auf Einberufung einer ausserordentlichen Generalversammlung, auf Durchführung einer Sonderprüfung und betreffend Entbindung der Revisionsstelle vom Erscheinen an der Generalversammlung.

Zur Stellung von Anträgen im Rahmen der Verhandlungsgegenstände bedarf es keiner vorgängigen Ankündigung.

**Art. 12: Universalversammlung**

Die Eigentümer oder Vertreter sämtlicher Aktien können eine Generalversammlung ohne Einhaltung der für die Einberufung vorgeschriebenen Formvorschriften abhalten, falls kein Widerspruch erhoben wird. Eine auf diese Weise einberufene Universalversammlung kann über alle in den Geschäftskreis der Generalversammlung fallenden Gegenstände gültig beschliessen, solange die Eigentümer oder Vertreter sämtlicher Aktien anwesend sind.

**Art. 13: Mitgliedschaftsrechte, Stimmrecht, Vertretung**

Die Mitgliedschaftsrechte kann ausüben, wer im Aktienbuch als Aktionär eingetragen ist. Der Verwaltungsrat trifft die für die Feststellung der Stimmrechte erforderlichen Anordnungen.

In der Generalversammlung berechtigt jede Aktie zu einer Stimme. Bei Beschlüssen über die Entlastung des Verwaltungsrates haben Personen, die in irgendeiner Weise an der Geschäftsführung teilgenommen haben, kein Stimmrecht.

Ein Aktionär kann sich an der Generalversammlung durch eine schriftlich bevollmächtigte Person vertreten lassen, die nicht Aktionär zu sein braucht.

**Art. 14: Durchführung der Generalversammlung**

Die Generalversammlung steht unter dem Vorsitz des Präsidenten des Verwaltungsrates. Ist dieser verhindert, so wählt die Generalversammlung den Vorsitzenden.

Der Vorsitzende bezeichnet die erforderlichen Stimmzähler aus dem Kreis der anwesenden Aktionäre oder Aktionärsvertreter, sowie einen Protokollführer, der nicht Aktionär sein muss.

Der Vorsitzende trifft alle zur Verhandlungsleitung erforderlichen Anordnungen.

**Art. 15: Protokoll**

Ueber die Verhandlungen wird ein Protokoll geführt, das vom Vorsitzenden und vom Protokollführer zu unterzeichnen ist. Dieses hält fest:

- a. Anzahl, Art, Nennwert und Kategorie der Aktien, die von Aktionären, von den Organen, von unabhängigen Stimmrechtsvertretern und von Depotvertretern vertreten werden;
- b. Beschlüsse und Wahlergebnisse;
- c. Begehren um Auskunft und darauf erteilte Antworten;
- d. von Aktionären zu Protokoll gegebene Erklärungen.

**Art. 16: Beschlussfassung**

Die Generalversammlung fasst ihre Beschlüsse und vollzieht ihre Wahlen mit der absoluten Mehrheit der vertretenen Aktienstimmen. Vorbehalten bleiben Art. 704 Abs. 1 und 2 OR und abweichende Bestimmungen in diesen Statuten.

Abstimmungen und Wahlen erfolgen offen, wenn der Vorsitzende nicht etwas anderes anordnet oder sofern nicht einer oder mehrere Aktionäre, die zusammen über mindestens 10 % der vertretenen Aktien verfügen, geheime Abstimmung verlangen.

**B. Der Verwaltungsrat**

**Art. 17: Wählbarkeit und Mandatsdauer**

Der Verwaltungsrat besteht aus einem oder mehreren Mitgliedern, die Aktionäre sind. Die Mitglieder des Verwaltungsrates werden jeweils für die Dauer von zwei Jahren gewählt. Die Amtsdauer beginnt mit dem Tag ihrer Wahl und endet mit der zweiten darauffolgenden ordentlichen Generalversammlung. Eine Wiederwahl ist zulässig.



**Art. 18 : Organisation**

Der Verwaltungsrat konstituiert sich selbst.

**Art. 19 : Aufgaben**

Der Verwaltungsrat beschliesst über alle Angelegenheiten, die nicht gemäss Gesetz oder Statuten der Generalversammlung vorbehalten sind.

**Art. 20 : Geschäftsführung**

Den Mitgliedern des Verwaltungsrats steht die Führung der Geschäfte der Gesellschaft gesamthaft zu, soweit diese nicht rechtsgültig übertragen ist.

Der Verwaltungsrat ist ermächtigt, unter Vorbehalt von Art. 716a OR die Geschäftsführung nach Massgabe eines von ihm zu erlassenden Organisationsreglementes ganz oder zum Teil an einzelne Mitglieder oder Dritte zu übertragen.

Das Reglement ordnet die Geschäftsführung, bestimmt die hierfür erforderlichen Stellen, umschreibt deren Aufgaben und regelt die Berichterstattung.

**Art. 21 : Vertretungsberechtigung**

Der Verwaltungsrat vertritt die Gesellschaft nach aussen. Die Vertretung steht den Mitgliedern des Verwaltungsrates kollektiv zu zweien zu. Im Organisationsreglement kann eine andere Regelung festgelegt werden. Der Verwaltungsrat kann die Vertretung Dritten übertragen und legt diesfalls die Zeichnungsart fest. Er ernennt die Prokuristen und anderen Bevollmächtigten.

**Art. 22 : Einberufung von Sitzungen**

Die Einberufung von Verwaltungsratssitzungen erfolgt durch den Präsidenten so oft es die Geschäfte erfordern. Ein Verwaltungsratsmitglied kann vom Präsidenten schriftlich die unverzügliche Einberufung unter Angabe der Gründe verlangen.

Einladungen sollen unter Angabe der Traktanden in angemessener Frist vor der Sitzung verschickt werden.

**Art. 23 : Beschlussfassung an der Verwaltungsratssitzung**

Unter Vorbehalt von Art. 24 fasst der Verwaltungsrat seine Beschlüsse mit der Mehrheit der abgegebenen Stimmen, wobei der Vorsitzende Stichentscheid hat.

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

Für Feststellungsbeschlüsse nach OR 652g ist kein Quorum gegeben; sie können von einem einzigen Verwaltungsrat gefasst werden.

**Art. 24 : Zirkulationsbeschluss**

Beschlüsse und Wahlen können ohne Durchführung einer Verwaltungsratssitzung auf dem Wege der schriftlichen Zustimmung zu einem Antrage gefasst bzw. vollzogen werden, sofern nicht ein Mitglied die mündliche Beratung verlangt. Zirkulationsbeschlüsse bedürfen zu ihrer Annahme der Einstimmigkeit. Die Verfahrensleitung zur Fassung des Zirkulationsbeschlusses obliegt dem Präsidenten des Verwaltungsrates.

**Art. 25 : Protokoll**

Eine vom Präsidenten zu bestimmende Person, welche nicht Mitglied des Verwaltungsrates zu sein braucht, führt über die Verhandlungen und Beschlüsse des Verwaltungsrates ein Protokoll, das von ihm und vom Vorsitzenden zu unterzeichnen ist.

**Art. 26 : Entschädigung**

Die Verwaltungsratsmitglieder erhalten eine vom Verwaltungsrat nach Massgabe ihrer Beanspruchung und Verantwortlichkeit zu bestimmende Entschädigung.

**C. Die Revisionsstelle**

**Art. 27 : Wahl und Amtsdauer**

Die Generalversammlung wählt für jedes Geschäftsjahr einen oder mehrere Revisoren als Revisionsstelle. Die Amtsdauer endet mit der Generalversammlung, in welcher der Bericht für das betreffende Geschäftsjahr abzugeben ist. Wiederwahl ist möglich.

**Art. 28 : Aufgaben**

Die Revisionsstelle nimmt ihre Prüfungs- und Berichterstattungspflichten in Übereinstimmung mit den einschlägigen Bestimmungen des Schweizerischen Obligationenrechts wahr.

**Art. 29 : Anwesenheit an der Generalversammlung**

Auf die Anwesenheit des Revisors an der Generalversammlung, welche den Revisionsbericht abnimmt, kann die Generalversammlung durch einstimmigen Beschluss verzichten.

**V. RECHNUNGSABSCHLUSS, GESCHAFTSBERICHT UND GEWINNVERTEILUNG**

---

**Art. 30 : Rechnungsabschluss**

Die Jahresrechnung wird jeweils auf den vom Verwaltungsrat bestimmten Termin abgeschlossen.

**Art. 31 : Geschäftsbericht**

Der Verwaltungsrat erstellt für jedes Geschäftsjahr einen Geschäftsbericht, welcher sich aus Jahresrechnung und Jahresbericht zusammensetzt.

**Art. 32 : Gewinnverwendung**

Ueber den Jahresgewinn der Gesellschaft verfügt die Generalversammlung im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften.

**VI. BEKANNTMACHUNGEN**

---

**Art. 33 :**

Publikationsorgan der Gesellschaft ist das Schweizerische Handelsamtsblatt. Der Verwaltungsrat kann weitere Publikationsorgane bestimmen.

\*\*\*\*\*

**BEGLAUBIGUNG**

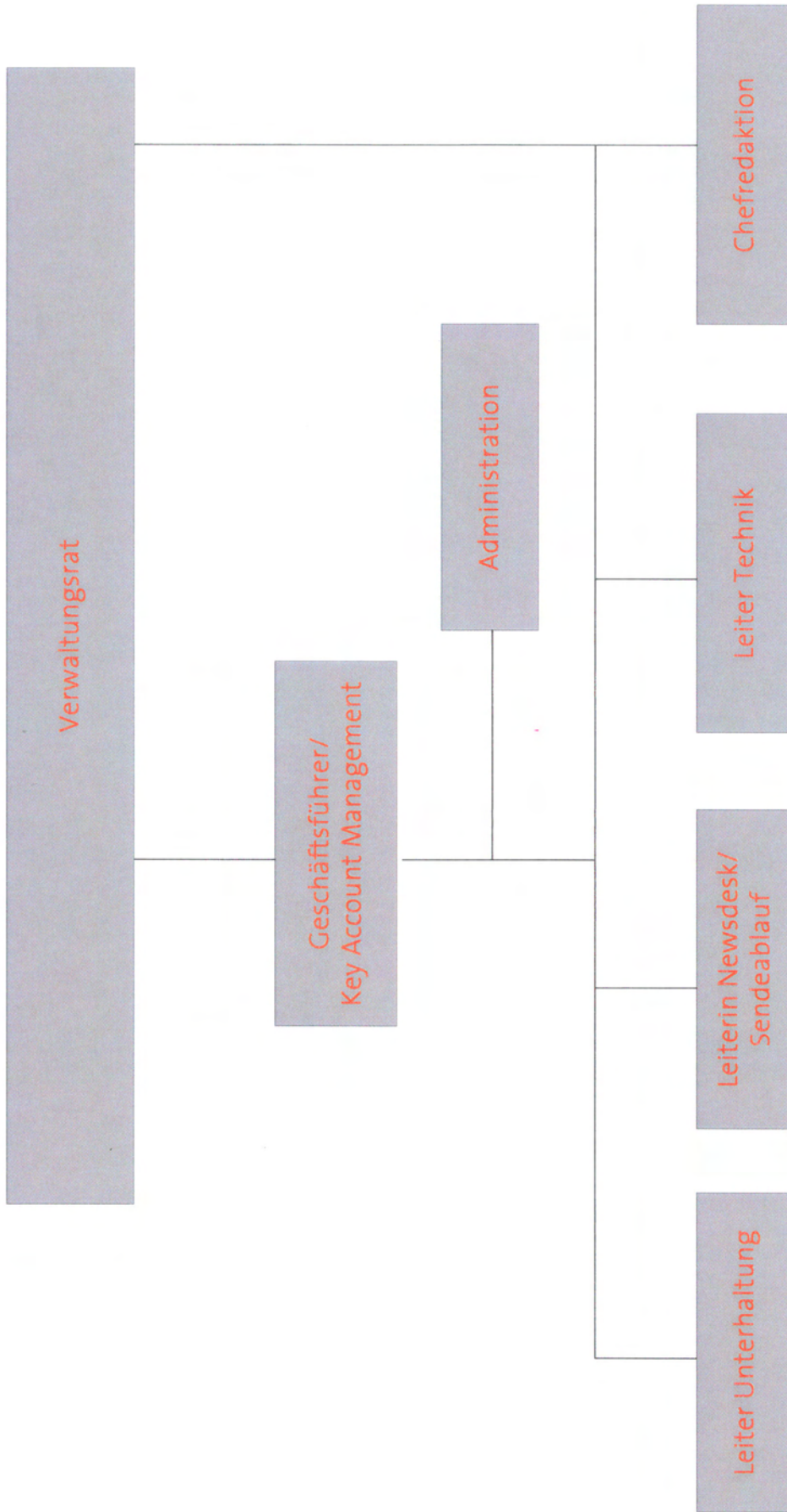
Der unten bezeichnete Notar bescheinigt hiermit, dass diese Statuten den Inhalt der letztmals am 18. Dezember 1996 revidierten Statuten der Firma **Tele M1 Aktiengesellschaft**, mit Sitz in Aarau (vormals Baden), und die an der heutigen Generalversammlung der Aktionäre beschlossenen und von ihm beurkundeten Aenderungen wörtlich genau wiedergeben.

Baden, den 30. Oktober 2000

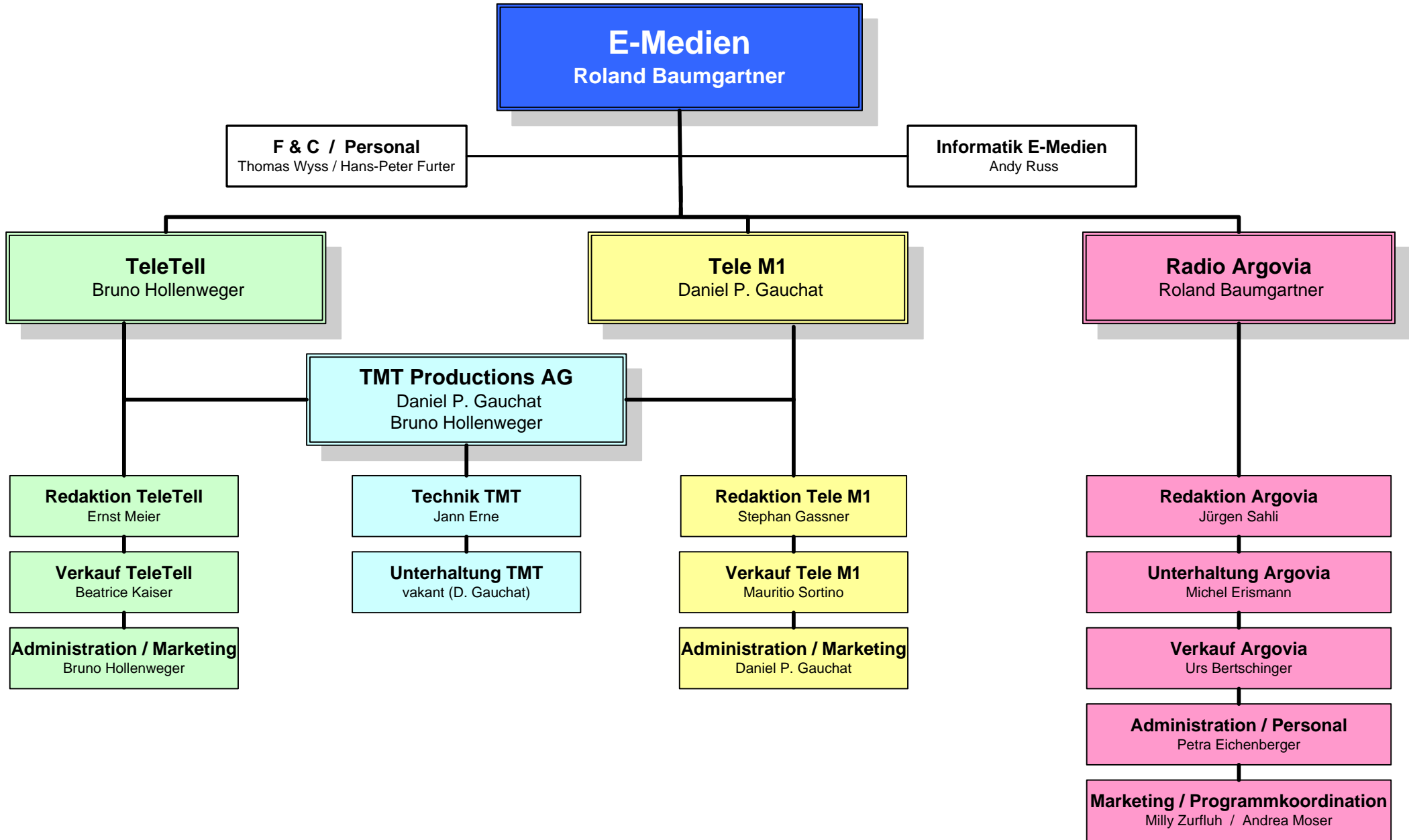
*unäres*



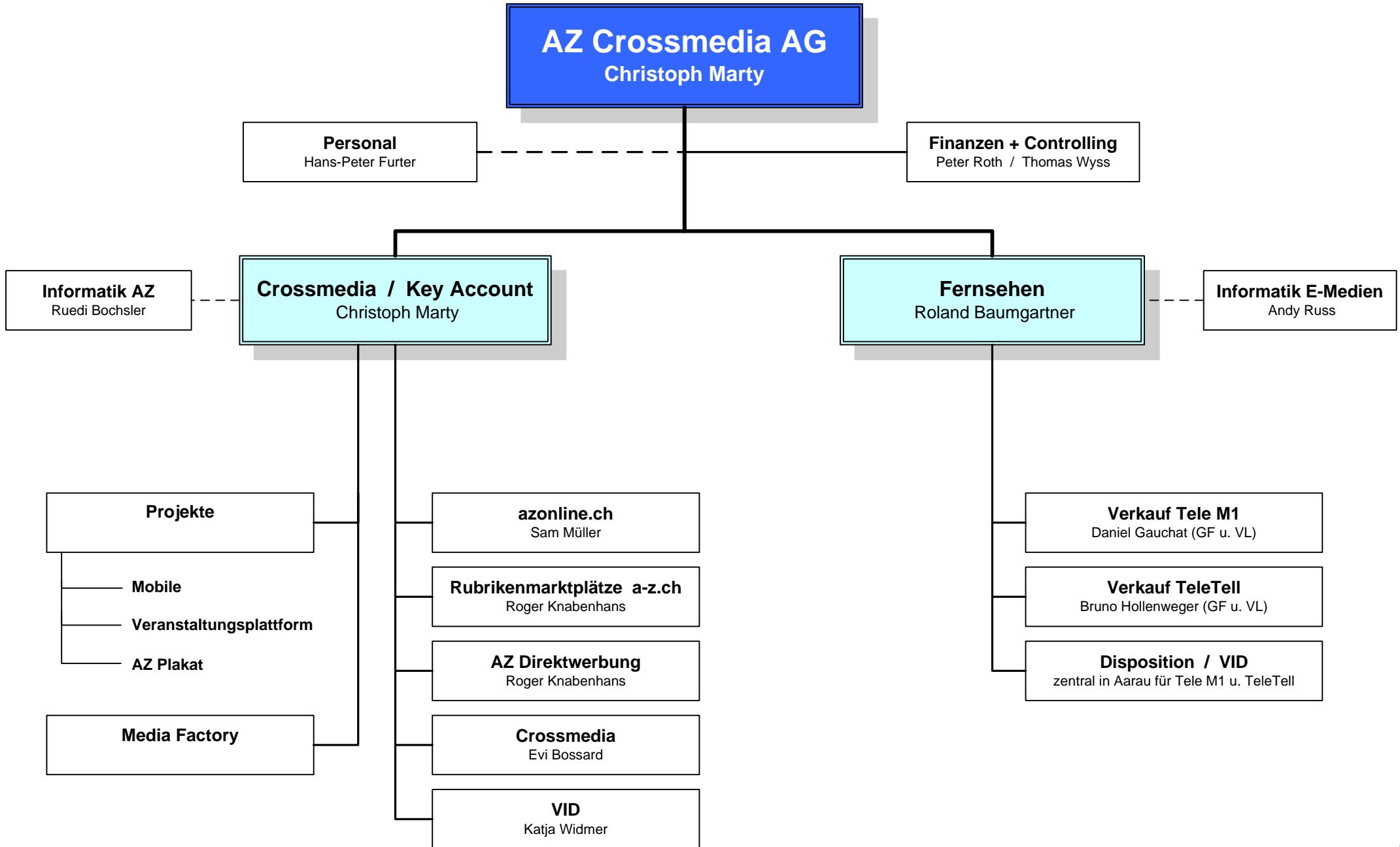
# Geschäftsleitung Tele M1



# Organisationsstruktur E-Medien



# Organigramm AZ Crossmedia AG



### Aktionärsstruktur Tele M1 AG per 28.06.2005

Anrede	Vorname	Name	Aktionär/in	Firma/Adresse für Anschrift	Adresse Aktionär	Plz	Ort	Beteil. %	nominal	Aktien-Nrn.	Zertif.-Nr.	Anzahl	Total Beteil.	
Herr	Peter	Wanner	BT Holding AG		Stadtturmstrasse 19	5400	Baden	35	35'000	1-700		1	700	
								0.05	50	701		2	1	
								0.05	50	702		3	1	
								0.05	50	703		4	1	
								0.05	50	704		5	1	
								0.05	50	705		6	1	
								0.05	50	706		7	1	
								0.05	50	707		8	1	
								0.05	50	708		9	1	
								0.05	50	709		10	1	
								0.05	50	710		11	1	
								0.05	50	711		12	1	
								0.05	50	712		13	1	
								0.05	50	713		14	1	
								0.05	50	714		15	1	
								13.25	13'250	1415-1679		22	265	
								0.05	50	1680		23	1	
								0.05	50	1681		24	1	
								0.05	50	1682		25	1	
								0.05	50	1683		26	1	
								0.05	50	1684		27	1	
								9.75	9'750	1685-1879		28	195	
0.05	50	1880		29	1									
0.05	50	1881		30	1									
0.05	50	1882		31	1									
0.05	50	1883		32	1									
0.05	50	1884		33	1									
													59.2	
Herr	Jürg	Schärer	AZ Medien AG	Hintere Bahnhofstrasse 6	Neumattstrasse 1	5001	Aarau	34.75	34'750	715-1409		16	695	
								0.05	50	1410		17	1	
								0.05	50	1411		18	1	
								0.05	50	1412		19	1	
								0.05	50	1413		20	1	
								0.05	50	1414		21	1	
														35
Herr	Arthur	Tabeling	Dietschi AG / Oltner Tagblatt	Dietschi AG (Oltner Tagblatt)	Ziegelfeldstrasse 60	4601	Olten	2.25	2'250	1885-1929		34	45	
								0.05	50	1930		35	1	
								0.05	50	1931		36	1	
								0.05	50	1932		37	1	
								0.05	50	1933		38	1	
								0.05	50	1934		39	1	
														2.5
Herr	Hans	Gresch	Zofinger Tagblatt AG	Zofinger Tagblatt AG	Henzmannstrasse 18	4800	Zofingen	2.25	2'250	1935-1979		40	45	
								0.05	50	1980		41	1	
								0.05	50	1981		42	1	
								0.05	50	1982		43	1	
								0.05	50	1983		44	1	
								0.05	50	1984		45	1	
														2.5
Herr	Markus	Hünig	Dr. Markus Hünig	Rechtsanwalt und Mediator	Froschaugasse 10/Post	8022	Zürich	0.5	500	1985-1994		46	10	0.5
Herr	Hansruedi	Hottiger	Hansruedi Hottiger		Vordere Hauptgasse 18	4800	Zofingen	0.1	100	1995-1996		47	2	0.1
Frau	Marianne	Binder	Marianne Binder		Müntzbergstrasse 21	5400	Baden	0.1	100	1997-1998		48	2	0.1
Herr	Maximilian	Reimann	Maximilian Reimann		Enzberghöhe 12	5264	Gipf-Oberfrick	0.05	50	1999		49	1	0.05
			Stadt Dietikon	Stadt Dietikon	Bremgartnerstrasse 22	8953	Dietikon	0.05	50	2000		50	1	0.05
<b>Total</b>								<b>100</b>	<b>100'000</b>			<b>2000</b>		<b>100</b>



## Aktionärsstruktur TMT Productions AG per 31.12.2002

Anrede	Vorname	Name	Aktionär/in	Firma/Adresse für Anschrift	Adresse Aktionär	Plz	Ort	Beteil. %	nominal	Aktien-Nrn.	Zertif.-Nr.	Anzahl	Bemerkungen	
Herr	Peter	Wanner	BT Holding AG		Stadtturmstrasse 19	5400	Baden	35	350'000.00	411 - 760		5	350	
Herr	Roland	Tschudi	AZ Medien AG	Stadtturmstrasse 19	Neumattstrasse 1	5000	Aarau	14	140'000.00	1 - 140		1	140	Nr. 201 treuhänderisch übertragen an Dr. Jürg
				5400 Baden				21	210'000.00	201 - 410		3	210	Nr. 202 treuhänderisch übertragen an Dr. Vict
Herr	Markus	Ruoss	Tele Tell AG		Erlenstrasse 2	6343	Rotkreuz	6	60'000.00	141 - 200		2	60	Nr. 203 treuhänderisch übertragen an J.C. Vo
								24	240'000.00	761 - 1000		4	240	Nr. 204 treuhänderisch übertragen an Dr. Mar Nr. 205 treuhänderisch übertragen an Dr. M. f
<b>Total</b>								<b>100</b>	<b>1'000'000.00</b>			<b>1000</b>	<b>1000</b>	Nr. 761 treuhänderisch übertragen an Markus

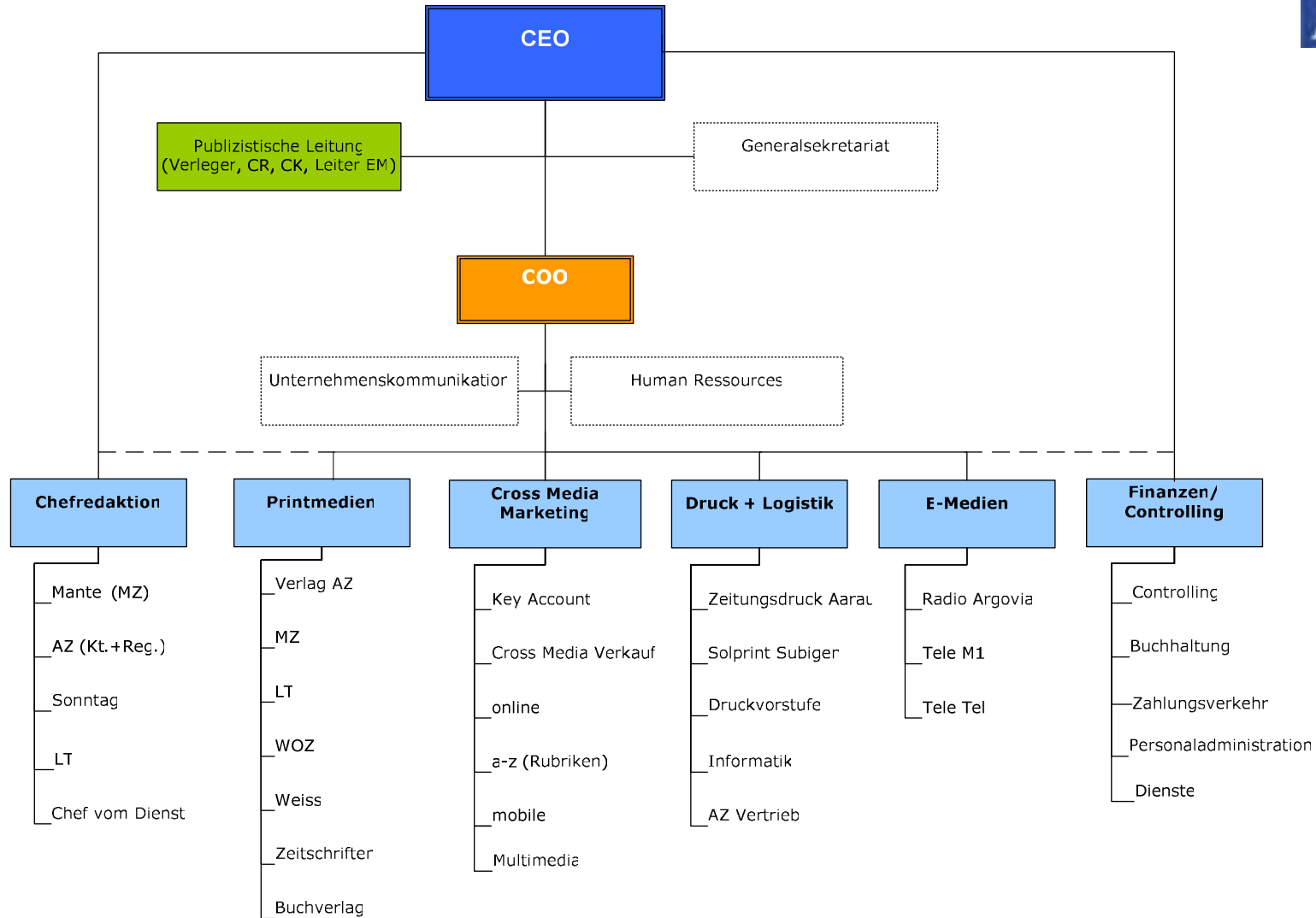
g Schärer  
tor Erne  
ogel  
rkus Hünig  
Reimann  
s Ruoss

## Aktionärsstruktur AZ Crossmedia AG per 31.3.2007

Anrede	Vorname	Name	Aktionär/in	Firma/Adresse für Anschrift	Adresse Aktionär	Plz	Ort	Beteil. %	AK Fr.	Aktien-Nrn.	Zertif.-Nr.	Anzahl
Herr	Peter	Wanner	BT Holding AG		Stadtturmstr. 19	5400	Baden	50	50'000	1 - 500	1	500
Herr	Dr. Jürg	Schärer	AZ Medien AG	Hintere Bahnhofstrasse 6	Neumattstrasse 1	5001	Aarau	50	50'000	501 - 1000	2	500

<b>Total:</b>	<b>100</b>	<b>100'000</b>	<b>1'000</b>
---------------	------------	----------------	--------------

# Führungsstruktur AZ Medien Gruppe





## Programm Tele M1 (Eigenproduktionen)

### Grundsätzliches

Tele M1 berichtet seit Jahren lokal, regional und teilweise auch national über alle relevanten politischen, wirtschaftlichen, sportlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Themen. Dies wird zurzeit in den Sendungen „Aktuell“ und „Sport“ sowie in den anderen nachfolgend aufgeführten Sendungen abgedeckt. Zusätzlich strahlt Tele M1 schon seit mit „Murmi“ eine Sendung für Kinder aus. Diese wird im Frühjahr 2008 sogar ausgebaut. Des weiteren sind für 2008 eine Talksendung und eine Kinosenkung programmiert.

### Eigenproduktionen

- **Nachrichtensendung «Aktuell»**
  - Tägliche Newssendung mit den wichtigsten Themen aus den Kantonen Aargau und Solothurn
  - Länge: zwischen 14 bis 18 Minuten
  - Ausstrahlung: Montag – Sonntag um 18.00 Uhr (stündliche Wiederholung) bis zum Folgetag um 13 Uhr
  - Themen: Das tägliche Geschehen aus dem Mittelland (sowie auch aussergewöhnliche nationale Ereignisse aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Sport und Kultur)
  - National/International: Die wichtigsten Meldungen in Form von Kurznachrichten
  - Anzahl tägliche Beiträge: 4 - 6 Regionalbeiträge pro Tag
  - Anzahl tägliche Meldungen: 2 - 4 Meldungen Regional/National und 2 – 4 Meldungen International
  
- **Sportsendung «Sport»**
  - Wöchentliches Sportmagazin
  - Länge: 10 – 12 Minuten
  - Ausstrahlung: Montag um 18.20 Uhr (stündliche Wiederholung bis Folgetag um 13.20 Uhr)
  - Konzept/Themen: aktuelle Berichte zu Sportevents der beliebtesten Publikumssportarten und Porträts über SportlerInnen aus dem Mittelland. In dieser Sendung hat es auch regelmässig Platz für Randsportarten. Ebenfalls werden sportliche Grossereignisse wie der GP Gippingen oder im 2007 das



Schwing- und Älplerfest in Aarau mit Sport-Spezialsendungen abgedeckt. Untermauert wird dieser Bereich mit engen Kooperationen zum FC Aarau (Fussball), TV Suhr (Handball) und dem Aargauer Sport.

- **Report**

- Wöchentliches Reportage-Magazin
- Länge: 20 – 25 Minuten
- Ausstrahlung: Dienstag, 18:30 Uhr (stündliche Wiederholung bis Folgetag um 13:30 Uhr)
- Konzept: «Report» ist ein klassisches Reportage- und Doku-Format. Hier werden Reportagen über Menschen, Ereignisse oder Veranstaltungen gezeigt. Das Format ermöglicht es, ein Thema vertiefter zu behandeln und darüber ausführlicher zu berichten, als dies in der Nachrichtensendung «Aktuell» geschieht.
- Themen: regionale Grossereignisse wie Badenerfahrt, Hochwasser im Mittelland, Kids&Stars, Argoviafest, Campingcult im Mittelland usw.
- Zurzeit werden Lücken im Programm der Reports mit externen Produktionen abgedeckt (bezogen bei: Süddeutsche-TV und anderen Drittanbietern). Ziel ist es, künftig sämtliche „Reports“ mit der eigenen Redaktion zu produzieren.

- **Sara macht's**

- Wöchentliche Unterhaltungssendung
- Länge: 20 – 25 Minuten
- Ausstrahlung: Sonntag, 18:30 Uhr (stündliche Wiederholung bis Folgetag 13.30 Uhr)
- Konzept: «Sara macht's» ist eine moderne, trendige Unterhaltungssendung mit Aussendreh. Das Format kann auch als Erlebnis-Talk bezeichnet werden, übernimmt doch die Talkmasterin Sara Bachmann die Funktion und den Job ihres Gastes. Die Moderatorin stellt sich jeder Herausforderung, erledigt Aufgaben und tritt mit ihren Gästen in Aktion. Im Studio redet Sara Bachmann mit ihren Gästen über das gemeinsam Erlebte. Im Talkteil steht aber nicht mehr die Moderatorin im Mittelpunkt, sondern das Leben des Gastes. Angereichert wird das Format mit eingespielten Zuschauerfragen an den Talkgast.



- **Tierisch**
  - Wöchentliche Tiersendung; im Mittelpunkt steht die Vermittlung von Tieren aus Tierheimen
  - Länge: 20 – 25 Minuten
  - Ausstrahlung: Donnerstag, 18:30 Uhr (stündliche Wiederholung bis Folgetag 13:30 Uhr)
  - Konzept: Die Sendung wird jede Woche aus einem anderen Tierheim moderiert. Dabei werden Tiere aus diesem Tierheim vermittelt. In Form von Kurzbeiträgen (ca. 2-3 Minuten) wird zusätzlich über Tierschutzthemen berichtet. Ebenfalls werden jedes Mal wichtige Tipps für die artgerechte Haltung von Haustieren gegeben. Ab 2008 wird zusätzlich eine Rubrik aus dem Zoo produziert.
  
- **Wohnen**
  - Wöchentliches Magazin rund um das Thema Wohnen.
  - Länge: 5 – 7 Minuten
  - Ausstrahlung: Montag, 18:50 Uhr (stündliche Wiederholung bis Folgetag 13:50 Uhr)
  - Konzept: Die Sendung «wohnen» berichtet über Trends und Accessoires, natürliches Wohnen und Bauen, Eigenheimfinanzierung, Gartengestaltung und vieles mehr. Weiter gibt die Sendung hilfreiche Tipps und Ratschläge sowie Unterstützung bei Fragen des Mietrechts.
  
- **Gesundheit**
  - Wöchentliches Magazin rund um das Thema Gesundheit.
  - Länge: 5 – 7 Minuten
  - Ausstrahlung: Sonntag, 18:20 Uhr (stündliche Wiederholung bis Folgetag 13:20 Uhr)
  - Konzept: Die Sendung «Gesundheit» ist die Informationssendung rund um das Thema Gesundheit und beinhaltet Themen wie: Ernährung, Fitness, Wellness, Körperpflege, Schönheitschirurgie, Versicherungen und medizinische Themen. Es werden neue Produkte und Forschungsergebnisse präsentiert, häufige Fragen an regionales Fachpersonal wie Ärzte, Ernährungsberater, Versicherungsexperten gestellt und präventiv auf Gesundheitsrisiken hingewiesen.





- **Kochen**

- Wöchentliche Kochsendung
- Länge: 3 Minuten
- Ausstrahlung: Freitag, 18.50 Uhr (stündliche Wiederholung bis Folgetag um 13:50 Uhr) und täglich um 16.55 Uhr.
- Die Sendung «kochen» wird in Zusammenarbeit mit der Redaktion von Annemarie Wildeisen, Herausgeberin der Kochzeitschrift «Annemarie Wildeisen's Kochen» produziert.
- Konzept: "So koche ich jeden Tag". Die Sendung "Kochen" gibt Tipps, wie man einfach und schnell kochen kann. Die Rezepte habe eine Gelinggarantie.



**Redaktionelle Inhalte 2008  
(Eigenproduktionen)**



## **Aktuell**

täglich ab 18.00 Uhr

Länge: ca. 14 - 16 Minuten

- Alles in Mundart
- Täglich ca. 5 Beiträge, Gewichtung nach der regionalen (AG oder SO) und überregionalen (Mittelland, Deutschschweiz) Relevanz.
- Relevantester Beitrag als erster, unterhaltender „Augenzwinker“ Beitrag als Abschluss
- Je ca. 5 Kurzbeiträge als Swiss News resp. World News
- Bei den Hauptbeiträgen kommen zwingend 1-2 Betroffene, Protagonisten, Zeugen, Behörden zu Worte

Ablauf:

1. Anmoderation Begrüssung
2. Moderation Beitrag
3. 1-2 Beiträge (mit Anmoderation des zweiten Beitrages)
4. Kurzbeitrag mündlich durch Moderatorin, anschliessend Anmoderation Swiss News
5. 1-2 Beiträge (mit Anmoderation)
6. World News (ohne Anmoderation)
7. 1-2 Beiträge
8. Abmoderation

## **Wetter**

täglich ab ca. 18.20 Uhr

Länge: ca. 2 – 3 Minuten

Fremdproduktion in Mundart

Ablauf:

1. Anmoderation mit Bildern aus der Region
2. Wettervorhersage für den nächsten Tag für das Mittelland
3. Wetterentwicklung in den nächsten 4 Tagen (regional und national)
4. Abmoderation

## **Börse**

täglich Montag-Freitag

Länge: ca. 2 Minuten

Charts und Kursentwicklungen der wichtigsten nationalen SMI Unternehmen, Grösste Kurssieger und –verlierer sowie die wichtigsten Börsenkennzahlen (SMI Entwicklung, Dollar etc.)

## **Sport**

jeden Montag

Länge: ca. 6-9 Minuten

Wir berichten von der Randsportart über den Breitensport bis zum Spitzensport. Regionale Sportgrössen stehen bei uns im Mittelpunkt.

Ablauf:

1. Anmoderation
2. 2-3 Beiträge mit Fokus auf regionale Vereine und Sportler und überregionale Grossereignisse mit jeweiliger Anmoderation. In der Anmoderation wird Bezug zur Region genommen
3. Abmoderation inkl. Hinweis auf die nächste Woche

## **Gesundheit**

1x wöchentlich mit täglichen Wiederholungen

Länge: ca. 6-8 Minuten

Unsere Beiträge ermuntern zu einer aktiven Gesundheitsprävention. Aber auch medizinische Themen kommen nicht zu kurz – regelmässig berichtet die Sendung über die neusten Erkenntnisse in der Medizin.

Ablauf:

1. Anmoderation Begrüssung und erster Beitrag
2. Beitrag Prophylaxe
3. Anmoderation zweiter Beitrag
4. Beitrag Medizin
5. Anmoderation dritter Beitrag
6. Beitrag Kur, Wellness
7. Abmoderation mit Vorschau auf nächste Woche

## **Kochen**

1x wöchentlich mit täglichen Wiederholungen

Länge: ca. 6 Minuten

Die bekannte Kochbuch-Autorin Annemarie Wildeisen kreiert genüssliche Menues für jeden Geschmack. Zudem gibt es Tipps, wie das Kochen leichter von der Hand geht.

Ablauf:

1. Anmoderation/ Begrüssung
2. Mise en place
3. Sequenz Kochen
4. Anni's Tipp
5. Sequenz Kochen
6. Produkterklärung Fachpersonal
7. Sequenz Kochen
8. Abmoderation
9. Produkterklärung Wein

## **Wohnen**

1x wöchentlich mit täglichen Wiederholungen

Länge: ca. 6-8 Minuten

Was sind die neusten Wohntrends, wie entwickelt sich die Architektur und was ist der letzte Schrei im Möbeldesign? Wohnen berichtet über Neuheiten, zeigt wie Möbel hergestellt werden und Lichtkonzepte entstehen und wie der Garten den Winter überlebt.

Ablauf:

1. Anmoderation/Begrüssung
2. Beitrag Drinnen
3. Moderation
4. Beitrag Draussen
5. Moderation
6. Beitrag Rund herum
7. Abmoderation

## **Report/Doku**

jeden Dienstag ab 18.30 Uhr

Länge: ca. 23 Minuten

Schicksale, Emotionen, grosse Momente. Im Report werden Geschichten erzählt über Menschen, Events und bewegende Ereignisse. Primär regionale Beiträge über Veranstaltungen, Geschichten, Themen, Spezielles aus den Kantonen AG, SO und teilweise LU

Beispiele: Badenfahrt, GP Gippingen, Kids&Stars, Argoviafest, Sportgala, Magic Comedy usw.

## **tierisch**

jeden Donnerstag ab 18.30 Uhr

Länge: ca. 20-23 Minuten

Die Sendung für die ganze Familie. Elefanten im Zoo, Hunde und Katzen im Tierheim, Fische, Vögel und Füchse in freier Natur – hier wird über die verschiedensten Tiere und ihre Bedürfnisse berichtet.

Ablauf:

1. Anmoderation/ Begrüssung
2. Tierversmittlung aus dem Tierheim, Anmoderation Tipps&Trends
3. Tipps&Trends
4. Tierversmittlung aus dem Tierheim, Anmoderation Besuch im Zoo
5. Besuch im Zoo
6. Moderation
7. Tierreport spezial
8. Zuschauerfragen
9. Abmoderation

## **Sara macht's**

jeden Sonntag ab 18.30 Uhr

Länge: ca. 20-23 Minuten

Der Name ist Programm: in der tabulo9sen Unterhaltungssendung macht Sara, was sonst ihre Gäste tun. Sie springt mit einem Fallschirm aus dem Flugzeug, erlebt die Geschwindigkeit im Formel 1 Rennwagen oder tätowiert vor der Kamera.

Ablauf:

1. Anmoderation aus dem Studio
2. Teil 1 Aussendreh
3. Interview aus dem Studio
4. Teil 2 Aussendreh
5. Interview aus dem Studio
6. Zuschauer Wettbewerb
7. Abmoderation

## **Bereits geplante Spezi alsendungen 2008:**

- Kino:  
Kino präsentiert immer die neusten Tops und Flops aus der Traumfabrik und erklärt, um was es sich im Film handelt und welche Highlights erwartet werden dürfen.  
Länge ca. 4-5 Minuten, immer Donnerstags mit täglichen Wiederholungen
- Aargauer Sportler des Jahres inkl. Sonderbericht zur Sportgala 2007
- Kids&Stars, Report sowie Samstagabend Sondersendung (2x20 Minuten)
- Frühlingssondersendung (Mode, Lifestyle, Wohlfühlen im Mittelland), Freitag ab 18.30 Uhr



## Fremdproduktionen

<i>Sendung</i>	<i>Bezugsquelle</i>
Globe-TV	Globe-TV 8600 Dübendorf
FUTURA.TV	PrimeTime Wagistrasse 2 8952 Schlieren
Automobilrevue TV	TeleBärn Grünaustrasse 3 3084 Wabern
Cash-TV	Cash Hagenholzstrasse 83b 8050 Zürich
Süddeutsche TV	Süddeutsche Zeitung Rindermarkt 5 80331 München
Lifestyle	TeleZüri Heinrichstrasse 267 8005 Zürich
Swissdate	TeleZüri Heinrichstrasse 267 8005 Zürich
Murmi	Murmi Produktion GmbH Köllikerstrasse 32 5036 Oberentfelden
Wetter	MeteoNews Siewerdstrasse 105 8050 Zürich
Börse	Neue Aargauer Bank Hauptstrasse 1 5200 Brugg





## Erfüllung Leistungsauftrag

### Systematische Qualitätssicherung

#### *Tägliche Sendung Aktuell*

- An der täglichen Redaktionssitzung werden die Themen festgelegt. Aufbau und Aussagewunsch jedes einzelnen Beitrages wird definiert.
- Der Tagesverantwortliche kontrolliert die Texte der Redaktoren vor dem Schnitt.
- Beim Schnitt der Beiträge wird der Redaktor von einem Cutter unterstützt.
- Jeder Beitrag wird nach dem Schnitt vom Tagesverantwortlichen noch einmal abgenommen (Ton und Bildkontrolle).
- Um 18:00 Uhr macht der Tagesverantwortliche die Sendekontrolle und korrigiert Fehler umgehend.
- Der Tagesverantwortliche gibt den Videojournalisten nach der Sendung ein mündliches Feedback ab. Wöchentlich verfasst der Chefredaktor (stv. Chefredaktor) eine schriftliche Sendekritik.
- Jeder Videojournalist betreut ein Ressort und spezialisiert sich auf ein Segment (Politik, Sport, Kultur, Gesellschaft etc.)

#### *Wochensendung*

- Wöchentlich ausgestrahlte Sendungen haben einen Sendeverantwortlichen
- Bei den 2. Sendungen (ausser Sport) wird der Redaktor von einem Kameramann begleitet. So wird eine bildliche und inhaltliche Qualitätssteigerung erreicht.
- Beim Schnitt der Beiträge wird der Redaktor von einem Cutter unterstützt.
- Wochensendungen (Wohnen, Gesundheit, Sport, Tierisch, Sara macht's, etc.) werden vom Sendeverantwortlichen oder dem Geschäftsführer abgenommen.

### Aus und Weiterbildung

#### *Volontariatsstellen Redaktor (befristeter Vertrag auf 1 Jahr)*

- 2 Woche Ausbildung am News Desk. Einführung Archivbetreuung, interne Ausbildung redaktionelles Texten, Kurzmeldungen schreiben unter Anleitung, Einblick Sendeablauf (intern)
- 2 Tage Kameraausbildung (intern)
- 2 Tage Kameraausbildung (extern)
- 2 Tage Ausbildung Texten, Bildsprache, Dramaturgie (intern)
- 1 Tag Stand-up Ausbildung (extern)
- 1 Tag Einblick in die Technik, technischer Ablauf (intern)
- 2 Wochen praxisorientierte Ausbildung auf Dreh (intern)
- 30 Stunden Sprachausbildung (intern)



### *Redaktor (Festanstellung)*

- 3 Tage Ausbildung am News Desk. Einführung Archivbetreuung, interne Ausbildung redaktionelles Texten. Einblick Sendeablauf (intern)
- 2 Tage Kameraausbildung (intern).
- 2 Tag Kameraausbildung (extern).
- 2 Tage Ausbildung Texten, Bildsprache, Dramaturgie (intern)
- 1 Tag Stand-up Ausbildung (extern)
- 2 Tage Einblick in die Technik, technischer Ablauf (intern)
- 1 Woche praxisorientierte Ausbildung auf Dreh (intern)
- 20 Stunden Sprachausbildung (intern)

### *News Desk*

- 10 Tage Ausbildung Sendeablauf (intern)
- 2 Tage Schulung Medienagenturen (intern)
- 5 Tage Ausbildung redaktionelles Texten (intern)
- 20 Stunden Sprachausbildung (intern)
- 2 Tage Kamerakurs (intern)

## **Programmauftrag**

- Tele M1 berichtet über alle relevanten Themen aus den lokal-regionalen Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und Gesellschaft.
- Tele M1 verpflichtet sich parteineutral zu berichten.
- Im Gesamtprogramm von Tele M1 muss die Vielfalt der bestehenden Meinungen und der weltanschaulichen, politischen, wissenschaftlichen und künstlerischen Richtungen in möglichst breiter Form Ausdruck finden. Damit soll sichergestellt werden, dass sich die Zuschauer ihr eigenes Urteil bilden können.
- Neben der Ausgewogenheit der Berichterstattung verpflichtet sich Tele M1, in seinen Sendungen die Würde des Menschen zu achten und zu schützen.
- Tele M1 verzichtet auf Gewaltverherrlichende Ausstrahlungen
- Tele M1 verzichtet auf bestimmte Sendungen (Gewinnspiele, Radarwarnungen) und strahlt keine pornographische Werbung aus.

**Erfolgsrechnung**


	2008	2008 1. Quartal	2008 2. Quartal	2008 3. Quartal	2008 4. Quartal	2009	2010	2011	2012
3000 <i>Bruttowerbung selbst akquiriert</i>	2'800'000	600'000	800'000	600'000	800'000	2'850'000	2'900'000	2'950'000	3'000'000
3010 <i>Bruttosponsoring selbst akquiriert</i>	1'900'000	350'000	550'000	500'000	500'000	1'900'000	1'950'000	2'000'000	2'050'000
3090 <i>Skonti, Rabatte und Rückvergütungen selbst akquiriert</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Bruttowerbung und -sponsoring selbst akquiriert</b>	<b>4'700'000</b>	<b>950'000</b>	<b>1'350'000</b>	<b>1'100'000</b>	<b>1'300'000</b>	<b>4'750'000</b>	<b>4'850'000</b>	<b>4'950'000</b>	<b>5'050'000</b>
3100 <i>Bruttowerbung von Dritten</i>	1'350'000	300'000	350'000	300'000	400'000	1'400'000	1'450'000	1'500'000	1'550'000
3110 <i>Bruttosponsoring von Dritten</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3190 <i>Skonti, Rabatte und Rückvergütungen an Dritte</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Bruttowerbung und -sponsoring von Dritten</b>	<b>1'350'000</b>	<b>300'000</b>	<b>350'000</b>	<b>300'000</b>	<b>400'000</b>	<b>1'400'000</b>	<b>1'450'000</b>	<b>1'500'000</b>	<b>1'550'000</b>
3200 <i>Bruttowerbung von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3210 <i>Bruttosponsoring von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3290 <i>Skonti, Rabatte und Rückvergütungen von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Bruttowerbung und -sponsoring von Konzerngesellschaften</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
3700 <i>Eigenwerbung</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3951 <i>Realisierte Verluste von Forderungen aus Werbung und Sponsoring</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Bruttowerbung und -sponsoring</b>	<b>6'050'000</b>	<b>1'250'000</b>	<b>1'700'000</b>	<b>1'400'000</b>	<b>1'700'000</b>	<b>6'150'000</b>	<b>6'300'000</b>	<b>6'450'000</b>	<b>6'600'000</b>
3300 <i>Gebühren von Zuschauern / Zuhörern</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3301 <i>Einnahmen aus Gewinnspielen</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3310 <i>Ertrag aus Spotproduktionen (selbst akquiriert)</i>	175'000	30'000	45'000	55'000	45'000	180'000	180'000	200'000	200'000
3320 <i>Ertrag aus Rechten, Lizenzen von Dritten</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3330 <i>Mieterträge von Dritten</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3331 <i>Mieterträge von Sendeanlagen von Dritten</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3340 <i>Vermittlerkommissionen von Dritten</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Sonstiger Ertrag von Dritten</b>	<b>175'000</b>	<b>30'000</b>	<b>45'000</b>	<b>55'000</b>	<b>45'000</b>	<b>180'000</b>	<b>180'000</b>	<b>200'000</b>	<b>200'000</b>
3410 <i>Ertrag aus Spotproduktionen von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3420 <i>Ertrag aus Rechten, Lizenzen von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3430 <i>Mieterträge von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3431 <i>Mieterträge von Sendeanlagen von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3440 <i>Vermittlerkommissionen von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Sonstiger Ertrag von Konzerngesellschaften</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Sonstiger Ertrag</b>	<b>175'000</b>	<b>30'000</b>	<b>45'000</b>	<b>55'000</b>	<b>45'000</b>	<b>180'000</b>	<b>180'000</b>	<b>200'000</b>	<b>200'000</b>


**Erfolgsrechnung**

	2008	2008 1. Quartal	2008 2. Quartal	2008 3. Quartal	2008 4. Quartal	2009	2010	2011	2012
3600 Handelswarenertrag (Merchandising)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3610 Ertrag aus Internetwerbung	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3620 Ertrag aus Anlässen	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3670 Personalausleihungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3680 Veräußerung von Anlagevermögen	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3690 Sonstiger Übriger Ertrag	24'000	6'000	6'000	6'000	6'000	25'000	25'000	25'000	25'000
<b>Übriger Ertrag</b>	<b>24'000</b>	<b>6'000</b>	<b>6'000</b>	<b>6'000</b>	<b>6'000</b>	<b>25'000</b>	<b>25'000</b>	<b>25'000</b>	<b>25'000</b>
3800 Bestandesänderung angefangene Arbeiten	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Bruttoertrag</b>	<b>6'249'000</b>	<b>1'286'000</b>	<b>1'751'000</b>	<b>1'461'000</b>	<b>1'751'000</b>	<b>6'355'000</b>	<b>6'505'000</b>	<b>6'675'000</b>	<b>6'825'000</b>
3900 Skonti, Rabatte und Rückvergütungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3910 Konzessionsabgabe (Art. 22 RTVG) (Pos.454 abgezogen)	24'000	6'000	6'000	6'000	6'000	25'000	25'000	30'000	30'000
3930 Beraterkommission, Vermittlerprovision an Dritte	200'000	50'000	50'000	50'000	50'000	220'000	220'000	240'000	240'000
3950 Verlust aus Forderungen	60'000	15'000	15'000	15'000	15'000	65'000	65'000	70'000	70'000
3990 Übrige Erlösminderungen	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Korrektur Eigenwerbung	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Erlösminderungen</b>	<b>284'000</b>	<b>71'000</b>	<b>71'000</b>	<b>71'000</b>	<b>71'000</b>	<b>310'000</b>	<b>310'000</b>	<b>340'000</b>	<b>340'000</b>
<b>Betriebsertrag</b>	<b>5'965'000</b>	<b>1'215'000</b>	<b>1'680'000</b>	<b>1'390'000</b>	<b>1'680'000</b>	<b>6'045'000</b>	<b>6'195'000</b>	<b>6'335'000</b>	<b>6'485'000</b>
4000 Materialaufwand von Dritten (Pos. 40)	38'000	9'500	9'500	9'500	9'500	50'000	60'000	60'000	60'000
4020 Einkauf von Rechten und Lizenzen von Dritten									
4021 Urheberrechtsgebühren	43'000	10'750	10'750	10'750	10'750	50'000	50'000	60'000	60'000
4060 Fremdarbeiten von Dritten									
4090 Sonstiger Produktions- und Programmaufwand von Dritten (Pos.45)	620'000	155'000	155'000	155'000	155'000	700'000	750'000	750'000	800'000
Produktions- und Programmaufwand von Dritten	701'000	175'250	175'250	175'250	175'250	800'000	860'000	870'000	920'000
4200 Materialaufwand von Konzerngesellschaften									
4270 Einkauf Rechte und Lizenzen von Konzerngesellschaften									
4260 Fremdarbeiten von Konzerngesellschaften									
Produktions- und Programmaufwand von Konzerngesellschaften	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Produktions- und Programmaufwand</b>	<b>701'000</b>	<b>175'250</b>	<b>175'250</b>	<b>175'250</b>	<b>175'250</b>	<b>800'000</b>	<b>860'000</b>	<b>870'000</b>	<b>920'000</b>

**Erfolgsrechnung**


	2008	2008 1. Quartal	2008 2. Quartal	2008 3. Quartal	2008 4. Quartal	2009	2010	2011	2012
4400 Beraterkommission, Vermittlerprovision an Konzerngesellschaften									
4600 Handelswarenaufwand (Merchandising)									
4610 Aufwand für eigene Internetseite	20'000	5'000	5'000	5'000	5'000	60'000	60'000	60'000	60'000
4620 Aufwand für Anlässe						50'000	50'000	50'000	50'000
4690 Übriger Waren- Dienstleistungsaufwand									
Sonstiger Waren- und Dienstleistungsaufwand	20'000	5'000	5'000	5'000	5'000	110'000	110'000	110'000	110'000
<b>Waren- und Dienstleistungsaufwand</b>	<b>20'000</b>	<b>5'000</b>	<b>5'000</b>	<b>5'000</b>	<b>5'000</b>	<b>110'000</b>	<b>110'000</b>	<b>110'000</b>	<b>110'000</b>
4700 Direkte Einkaufsspesen									
4900 Aufwandminderungen									
<b>Programm- Waren und Dienstleistungsaufwand netto</b>	<b>721'000</b>	<b>180'250</b>	<b>180'250</b>	<b>180'250</b>	<b>180'250</b>	<b>910'000</b>	<b>970'000</b>	<b>980'000</b>	<b>1'030'000</b>
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>5'244'000</b>	<b>1'034'750</b>	<b>1'499'750</b>	<b>1'209'750</b>	<b>1'499'750</b>	<b>5'135'000</b>	<b>5'225'000</b>	<b>5'355'000</b>	<b>5'455'000</b>
5000 Löhne (Pos. 5000)	2'839'000	709'750	709'750	709'750	709'750	3'200'000	3'275'000	3'350'000	3'425'000
5700 Sozialversicherungen (Pos. 5004)	398'000	99'500	99'500	99'500	99'500	480'000	490'000	500'000	520'000
5720 Pensionskasse									
5810 Aus- und Weiterbildung (Pos. 5008)	30'000	7'500	7'500	7'500	7'500	75'000	75'000	75'000	75'000
5820 Spesenentschädigung effektiv (Pos. 612)	61'000	15'250	15'250	15'250	15'250	70'000	70'000	70'000	70'000
5870 Sonstiger Personalaufwand	29'000	7'250	7'250	7'250	7'250	30'000	30'000	30'000	30'000
5900 Temporäre Arbeitnehmer (Pos. 506)	113'000	28'250	28'250	28'250	28'250	120'000	120'000	120'000	120'000
<b>Personalaufwand</b>	<b>3'470'000</b>	<b>867'500</b>	<b>867'500</b>	<b>867'500</b>	<b>867'500</b>	<b>3'975'000</b>	<b>4'060'000</b>	<b>4'145'000</b>	<b>4'240'000</b>
6000 Raumaufwand (Pos. 600)	387'000	96'750	96'750	96'750	96'750	545'000	555'000	570'000	590'000
6100 Unterhalt, Reparaturen, Ersatz (Pos. 603)	102'000	25'500	25'500	25'500	25'500	150'000	150'000	150'000	150'000
6200 Fahrzeugaufwand / Transportaufwand	47'000	11'750	11'750	11'750	11'750	50'000	50'000	50'000	50'000
6300 Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	20'000	5'000	5'000	5'000	5'000	40'000	40'000	40'000	40'000
6400 Energie- und Entsorgungsaufwand (Pos. 606)	41'000	10'250	10'250	10'250	10'250	60'000	60'000	60'000	60'000
6500 Verwaltungs- und Informatikaufwand (Pos. IC 623 + ILV9050)	362'000	90'500	90'500	90'500	90'500	500'000	500'000	500'000	500'000
6610 Akquisitionsaufwand Konzerngesellschaften									

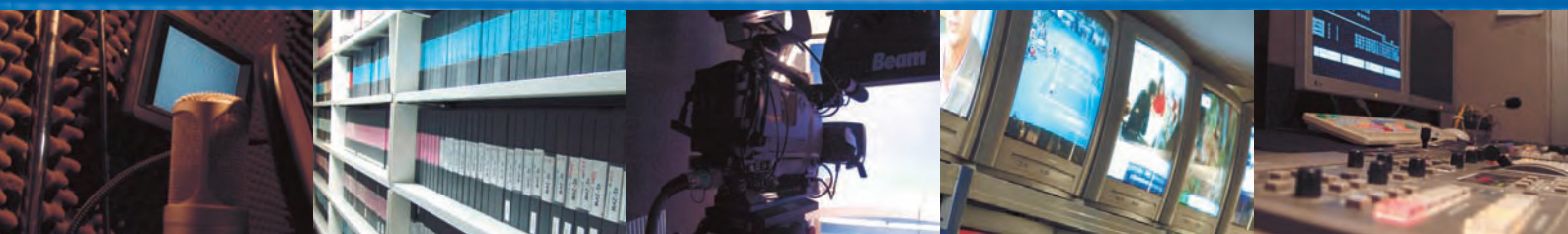


Erfolgsrechnung	2008	2008				2009	2010	2011	2012
		1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal				
6600 Werbeaufwand (Pos. 615)	543'000	135'750	135'750	135'750	135'750	750'000	750'000	750'000	750'000
6700 Übriger Betriebsaufwand (Pos. 618 + 620)	126'000	31'500	31'500	31'500	31'500	175'000	175'000	175'000	175'000
6710 Nicht rückforderbare MWST									
6900 Abschreibungen (Pos. 64)	577'000	144'250	144'250	144'250	144'250	1'077'750	1'227'500	1'178'333	1'182'333
<b>Sonstiger Betriebsaufwand</b>	<b>2'205'000</b>	<b>551'250</b>	<b>551'250</b>	<b>551'250</b>	<b>551'250</b>	<b>3'347'750</b>	<b>3'507'500</b>	<b>3'473'333</b>	<b>3'497'333</b>
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>5'675'000</b>	<b>1'418'750</b>	<b>1'418'750</b>	<b>1'418'750</b>	<b>1'418'750</b>	<b>7'322'750</b>	<b>7'567'500</b>	<b>7'618'333</b>	<b>7'737'333</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-431'000</b>	<b>-384'000</b>	<b>81'000</b>	<b>-209'000</b>	<b>81'000</b>	<b>-2'187'750</b>	<b>-2'342'500</b>	<b>-2'263'333</b>	<b>-2'282'333</b>
7400 Ertrag aus Finanzanlagen Dritte									
7401 Ertrag aus Finanzanlagen Konzerngesellschaften									
7402 Ertrag aus Finanzanlagen Aktionäre									
7410 Aufwand aus Finanzanlagen Dritte	-175'000	-43'750	-43'750	-43'750	-43'750	-175'000	-175'000	-175'000	-175'000
7411 Aufwand aus Finanzanlagen Konzerngesellschaften									
7412 Aufwand aus Finanzanlagen Aktionäre									
<b>Erfolg aus Finanzanlagen</b>	<b>-175'000</b>	<b>-43'750</b>	<b>-43'750</b>	<b>-43'750</b>	<b>-43'750</b>	<b>-175'000</b>	<b>-175'000</b>	<b>-175'000</b>	<b>-175'000</b>
8000 Gebührenanteil (RTVG Art. 40): <b>Annahme 1/3 für 2008</b>	750'000	-	-	375'000	375'000	2'300'000	2'300'000	2'300'000	2'300'000
8010 Unterstützung der Verbreitung (RTVG Art. 57)									
8020 Beiträge für neue Technologien (RTVG Art. 58)									
Subventionen BAKOM	750'000	-	-	375'000	375'000	2'300'000	2'300'000	2'300'000	2'300'000
8100 Beiträge vom Kanton									
8110 Beiträge von Gemeinden									
8120 Beiträge von Institutionen (z.B. Kirchen)									
8130 Mitgliederbeiträge, Spenden von Privaten									
Beiträge	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Subventionen und Beiträge</b>	<b>750'000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>375'000</b>	<b>375'000</b>	<b>2'300'000</b>	<b>2'300'000</b>	<b>2'300'000</b>	<b>2'300'000</b>

**Erfolgsrechnung**



	2008	2008 1. Quartal	2008 2. Quartal	2008 3. Quartal	2008 4. Quartal	2009	2010	2011	2012
8290 Anderer ausserordentlicher Ertrag									
8300 Ausserordentliche Abschreibungen									
8301 Abschreibungen neue Technologien (RTVG Art. 58)									
8302 Abschreibungen Goodwill									
8310 Management fees (Pos. 623)	-120'000	-30'000	-30'000	-30'000	-30'000	-130'000	-130'000	-140'000	-140'000
8320 Bussen, Sanktionen, Rechtsverletzungen									
8390 Anderer ausserordentlicher Aufwand									
<b>Ausserordentlicher Erfolg</b>	<b>-120'000</b>	<b>-30'000</b>	<b>-30'000</b>	<b>-30'000</b>	<b>-30'000</b>	<b>-130'000</b>	<b>-130'000</b>	<b>-140'000</b>	<b>-140'000</b>
8800 Betriebsfremder Erfolg									
8900 Steuern	-36'483	-9'121	-9'121	-9'121	-9'121	3'254	31'625	18'944	22'428
<b>Jahresgewinn / -verlust</b>	<b>-12'483</b>	<b>-466'871</b>	<b>-1'871</b>	<b>83'129</b>	<b>373'129</b>	<b>-189'496</b>	<b>-315'875</b>	<b>-259'389</b>	<b>-274'906</b>



# Tarifdokumentation 2007

Januar – Juni



## FERNSEHEN FÜR DAS MITTELLAND

Tele M1 ist das erste Fernsehen fürs Mittelland: der einzige Sender, der täglich über Menschen und Ereignisse aus der Region berichtet. Was im Januar 1995 begonnen hatte, entwickelte sich inzwischen zu einem der erfolgreichsten Regionalfernsehen der Schweiz.

Mit Tele M1 haben der Kanton Aargau sowie angrenzende Gebiete der Kantone Solothurn, Zürich und Luzern ein Regionalfernsehen, das täglich darüber berichtet, was in Ihrer Region passiert. Attraktive Sportereignisse, bedeutende Politthemen und wichtige Kulturveranstaltungen im Mittelland finden auch auf Tele M1 statt.

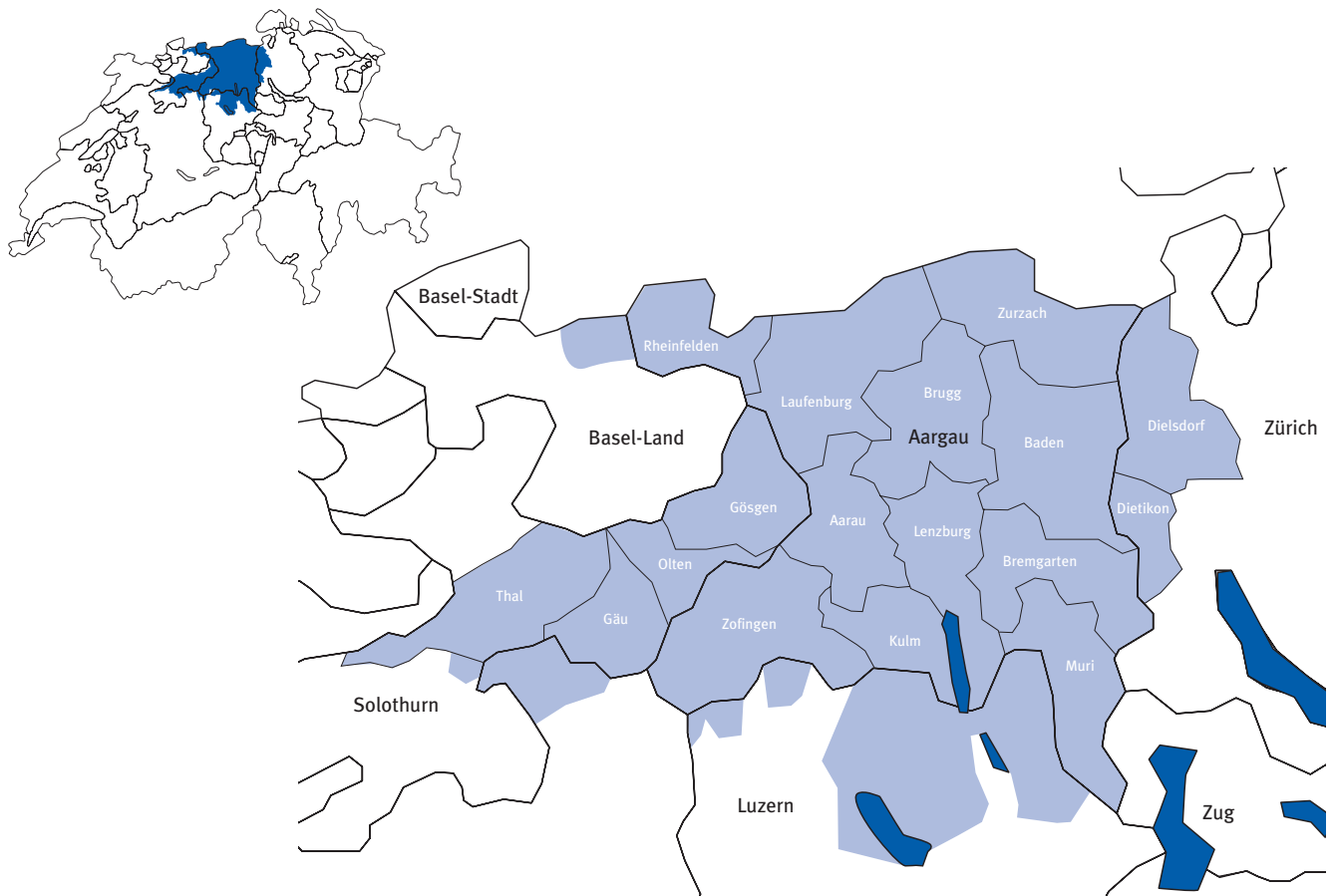
Tele M1 zeigt dabei viel Emotionen: lachende Eltern, nachdenkliche Jugendliche, beleidigte Teenager, weinende Kinder, verärgerte Beamte, stolze und enttäuschte Bürgerinnen und Bürger. Erfolge und Misserfolge, Glücksfälle und Unglücksfälle, Verbrechen und gute Taten.

Das treue Publikum und die kontinuierlich hohen Zuschauerzahlen beweisen eindrücklich, dass der eingeschlagene Kurs richtig, die regionale Berichterstattung wichtig und beliebt ist.

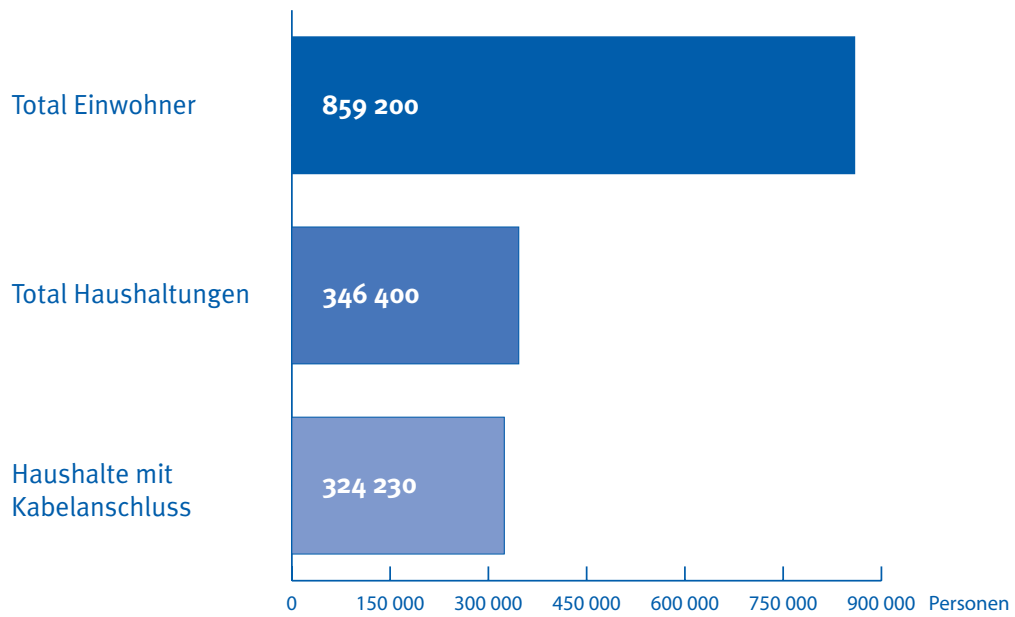
## WO KOMMT TELE M1 INS HAUS?

Das Sendegebiet von Tele M1 ist das Herz des Mittellandes. Der ganze Aargau sowie Teile der Kantone Solothurn, Luzern und Zürich empfangen den Fernsehsender, welcher

ihrer Region am nächsten ist – ein interessanter Wirtschaftsraum zwischen den Zentren Basel, Luzern und Zürich.



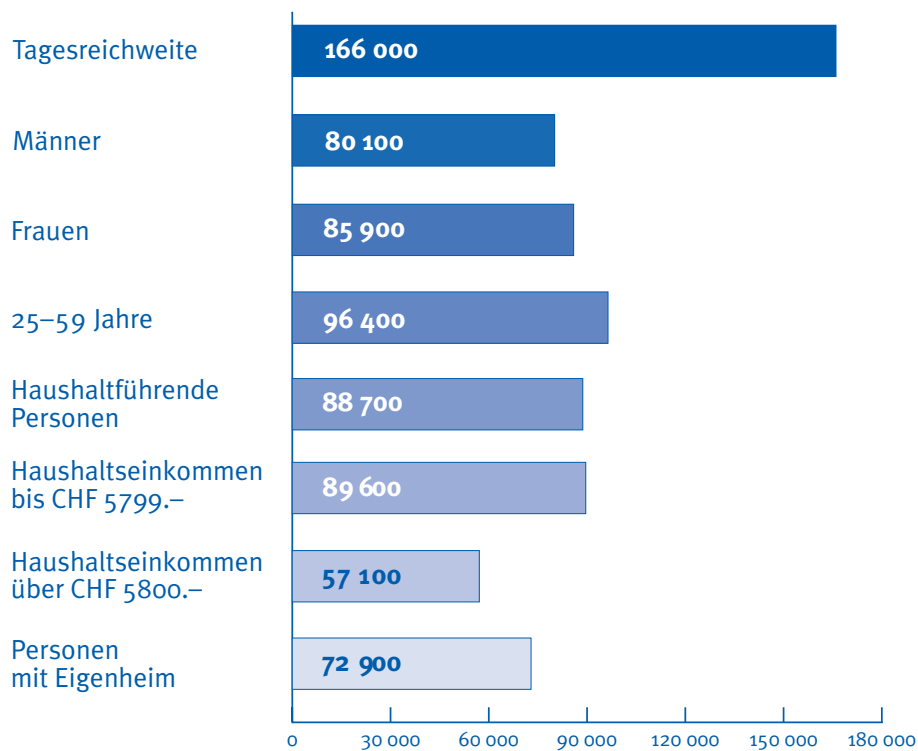
## EIN SENDEGEBIET MIT POTENZIAL



Quelle: PublicaDataAG/Telecontrol

SENDEGEBIET

## WER SCHAUT TELE M1?



Quelle: PublicaDataAG/Telecontrol (Daten Januar - Juni 2006)

STRUKTURDATEN

## HAUPTBLOCK

Die Tarife für Ihre Werbespots im Hauptblock von Tele M1, jeweils stündlich ab 19.00 Uhr.

TARIFE

### Basis: Sekundenpreis 53.-/Tag

#### Preisbeispiele

	Spot	Ausstrahlungen	Brutto	Mengenrabatt	Netto
<b>1 Tag</b>	20 Sek.	mind. 18	1060.-	0%	<b>1060.-</b>
<b>14 Tage</b>	20 Sek.	mind. 252	14 840.-	10%	<b>13 356.-</b>
<b>30 Tage</b>	20 Sek.	mind. 540	31 800.-	12%	<b>27 984.-</b>

Alle Tarife in CHF zzgl. MwSt., Tarifänderungen vorbehalten

exkl. Produktionskosten

## WOHNEN/GESUNDHEIT/KOCHEN

Für Spots im Umfeld einzelner Sendungen gelten besondere Tarife. Hier profitieren Sie von der hohen Affinität der Zuschauerinnen und Zuschauer zum Thema der Sendung.

TARIFE

### Basis: Sekundenpreis 133.-/7 Tage

#### Preisbeispiele

	Spot	Ausstrahlungen	Brutto	Mengenrabatt	Netto
<b>30 Tage</b>	20 Sek.	mind. 132	11 400.-	10%	<b>10 260.-</b>
<b>60 Tage</b>	20 Sek.	mind. 264	22 800.-	11%	<b>20 292.-</b>

Alle Tarife in CHF zzgl. MwSt., Tarifänderungen vorbehalten

exkl. Produktionskosten

## PUBLIREPORTAGE

Obwohl als Werbung ausgewiesen, bedient sich die Publireportage journalistischer Mitteln. Das Resultat

ist ein «redaktioneller» Beitrag und profitiert deshalb von höherer Glaubwürdigkeit.

TARIFE

	Preis	jede Wiederholung	Serien-Produktion	Rabatt
<b>2-Min.-Reportage</b>	<b>8800.-</b>	<b>4400.-</b>	<b>3 Produktionen</b>	<b>5%</b>
<b>3-Min.-Reportage</b>	<b>11 800.-</b>	<b>5900.-</b>	<b>6 Produktionen</b>	<b>10%</b>

Alle Tarife in CHF zzgl. MwSt., Tarifänderungen vorbehalten

inkl. Produktion durch Tele M1

## ABSCHLUSSRABATTE

10 000.–	10%
20 000.–	11%
30 000.–	12%
50 000.–	13%
100 000.–	14%
150 000.–	15%
200 000.–	16%

Nicht gültig für Publireportagen und Sponsoring.

## SOMMERRABATT 20%

Gültig vom 2.7. – 12.8.2007

## BERATERKOMMISSION

Allen berechtigten Werbe- und Mediaagenturen gewähren wir eine Beraterkommission von 15% auf den Nettotarifen.

## SONDERWERBEFORMEN

### Sponsoring

Als Sponsor einer Sendung «präsentieren» Sie diese. Ihr Logo ist zu Beginn und am Ende in einem Billboard visuell und akustisch präsent. Die Zuschauerinnen und Zuschauer nehmen den Namen Ihres Unternehmens im Zusammenhang mit der Sendung wahr und verinnerlichen ihn. Mit der Zeit gehören Sie in den Köpfen der Menschen zum Fernsehprogramm dazu.  
Sendegefässe: Countdown, Wetter, Börse, Talk, Tierisch, Kochen, Wohnen, Gesundheit, Sport, Lifestyle, Swissdate, Murmi, Globe TV.

### Requisiten-Placement

Mit welchen Küchengeräten kocht Annemarie Wildeisen? Von welchem Einrichtungshaus stammt das Sofa, auf dem es sich Silvi Herzog in der Sendung «Wohnen» gemütlich macht? Zurückhaltend eingesetzt, ist die bewusste Verwendung von gewissen Produkten, so genanntes Requisiten-Placement, durchaus eine Win-Win-Situation.

## AGB

Für Buchungen auf Tele M1 und beim Kombi Tele M1 und Tele Tell gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese sind in dieser Broschüre nicht enthalten. Auf Anfrage stellen wir sie Ihnen aber gerne zu. Rufen Sie uns einfach an oder nehmen Sie per E-Mail mit uns Kontakt auf.

## ZEWO

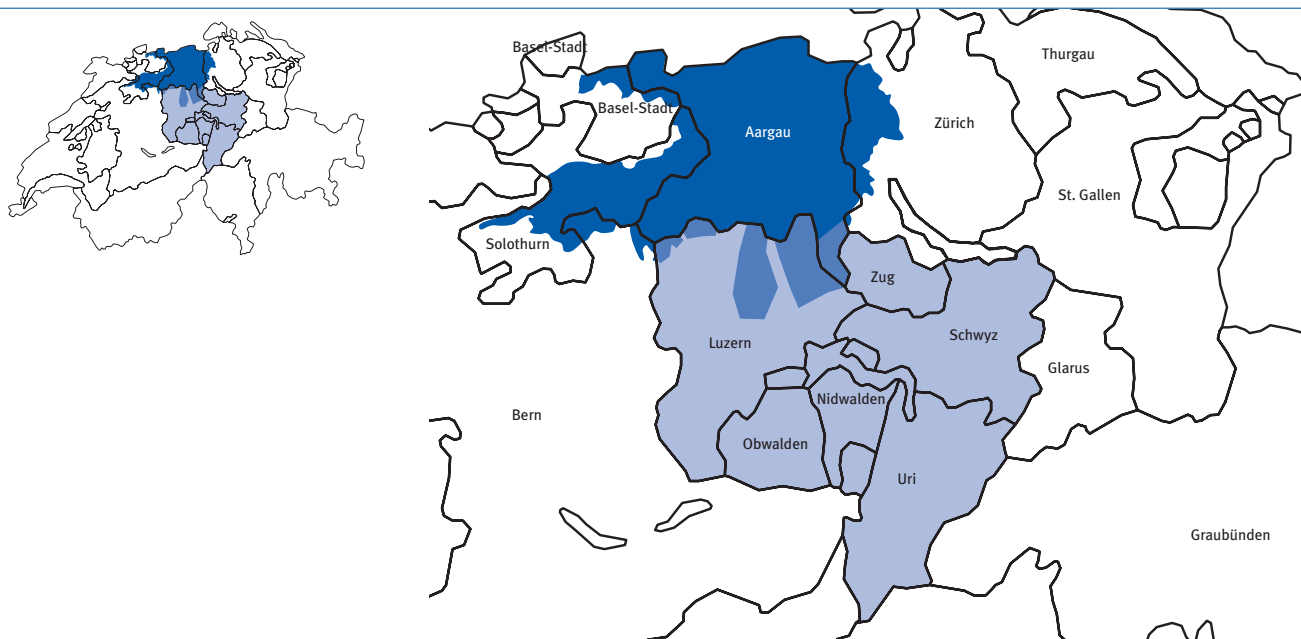
Es gibt einen gemeinnützigen Tarif für ZEWO-anerkannte Institutionen. Bitte erkundigen Sie sich nach den Konditionen.

## TARIFKOMBI TELE M1 & TELETELL

Eine attraktive Kombination: Tele M1 und TeleTell decken gemeinsam einen Drittel der Deutschschweiz ab und erschliessen die Gebiete zwischen Aarau, Luzern und Zug, die sich zunehmender Beliebtheit als Einkaufsorte erfreuen – denn immer mehr Menschen ziehen aufs Land. Diese Menschen erreichen Sie mit der Kombination von Tele M1 und TeleTell genau dort, wo

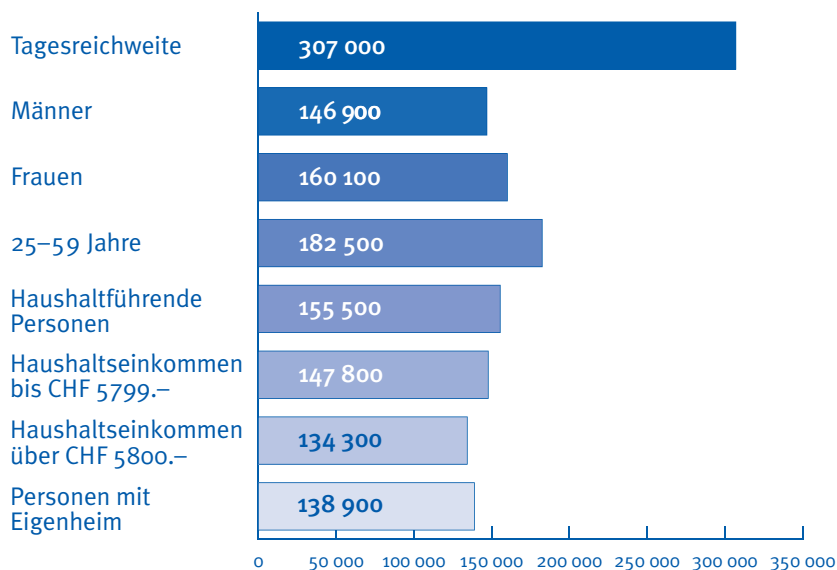
sie zu Hause sind. Sie profitieren auch von der engen Zusammenarbeit der beiden Stationen: Die Synergien, die wir nutzen, ermöglichen Ihnen, weit gehend identische Programmumfelder auf beiden Sendern zu buchen. Sie sind auch sicher, dass die Qualität auf Tele M1 und TeleTell gleich hoch ist.

VERBREITUNG



## WER SCHAUT TELE M1 UND TELETELL?

STRUKTURDATEN



Quelle: PublicaDataAG/Telecontrol

## HAUPTBLOCK

Die Tarife für Ihre Werbespots im Hauptblock von Tele M1 und TeleTell, jeweils stündlich ab 19.00 Uhr.

### Basis: Sekundenpreis 81.–/Tag

#### Preisbeispiele

	Spot	Ausstrahlungen	Brutto	Mengenrabatt	Netto
<b>1 Tag</b>	20 Sek.	mind. 18	1620.–	0%	<b>1620.–</b>
<b>14 Tage</b>	20 Sek.	mind. 252	22 680.–	11%	<b>20 185.–</b>
<b>30 Tage</b>	20 Sek.	mind. 540	48 600.–	12%	<b>42 768.–</b>
Alle Tarife in CHF zzgl. MwSt., Tarifänderungen vorbehalten					exkl. Produktionskosten

TARIFE

## WOHNEN/GESUNDHEIT/KOCHEN

Für Spots im Umfeld einzelner Sendungen gelten besondere Tarife. Hier profitieren Sie von der hohen Affinität der Zuschauerinnen und Zuschauer zum Thema der Sendung.

### Basis: Sekundenpreis 180.–/7 Tage

#### Preisbeispiele

	Spot	Ausstrahlungen	Brutto	Mengenrabatt	Netto
<b>30 Tage</b>	20 Sek.	mind. 132	15 429.–	10%	<b>13 886.–</b>
<b>60 Tage</b>	20 Sek.	mind. 264	30 857.–	12%	<b>27 155.–</b>
Alle Tarife in CHF zzgl. MwSt., Tarifänderungen vorbehalten					exkl. Produktionskosten

TARIFE

## PUBLIREPORTAGE

Obwohl als Werbung ausgewiesen, bedient sich die Publireportage journalistischer Mitteln. Das Resultat

ist ein «redaktioneller» Beitrag und profitiert deshalb von höherer Glaubwürdigkeit.

	Preis	jede Wiederholung	Serien-Produktion	Rabatt
<b>2-Min.-Reportage</b>	<b>12 900.–</b>	<b>6450.–</b>	<b>3 Produktionen</b>	<b>5%</b>
<b>3-Min.-Reportage</b>	<b>16 500.–</b>	<b>8250.–</b>	<b>6 Produktionen</b>	<b>10%</b>
Alle Tarife in CHF zzgl. MwSt., Tarifänderungen vorbehalten			inkl. Produktion durch Tele M1/Tele Tell	

TARIFE



**REPORTER**  
 **Phone**

**0800 888 117**

E-Mail: [redaktion@telem1.ch](mailto:redaktion@telem1.ch)

**Verkaufsleitung Tele M1**

Michele Macaluso  
Telefon: 058 200 46 64  
[michele.macaluso@telem1.ch](mailto:michele.macaluso@telem1.ch)

**Sekretariat Tele M1**

Telefon: 058 200 46 46  
Fax: 058 200 46 47  
[sekretariat@telem1.ch](mailto:sekretariat@telem1.ch)

**Redaktion Tele M1**

Telefon: 058 200 46 00  
Fax: 058 200 46 01  
[redaktion@telem1.ch](mailto:redaktion@telem1.ch)

Neue Medien AG • Tele M1 • Neumattstrasse 1 • 5001 Aarau • [www.telem1.ch](http://www.telem1.ch)

## Kennzahlen



	2008	2009	2010	2011	2012
<i>GK-Rendite</i>	-10%	-54%	-63%	-65%	-72%
<i>Umsatzrendite</i>	-7%	-36%	-38%	-36%	-35%
<i>Kapitalumschlag</i>	141%	150%	166%	183%	203%
<i>Anlagedeckungsgrad</i>	10%	2%	-5%	-12%	-23%
<i>Finanzierungsverhältnis</i>	1428%	4539%	-1726%	-809%	-518%





## Pflichtenheft VJ

---

### Grundsätzliches

Die Videojournalisten (VJs) realisieren Fernsehbeiträge für die Nachrichtensendung «Aktuell». Mit ihren Beiträgen informieren die VJs die Zuschauer durch Bild, Ton und Interviewelementen. Sie sind die Visitenkarten unseres Senders. Sie stehen täglich vor allem im Kontakt mit unseren Zuschauern, Kunden und Opinion Leaders im Sendegebiet.

### Anforderungen

Zur Erfüllung dieser Aufgabe erwarten wir von unseren VJs folgende Eigenschaften:

- Abgeschlossene Berufslehre oder Matura
- Journalistische Erfahrung
- grosses Interesse für das Sendegebiet, seine Menschen und seine Themen
- sehr gute Kenntnisse des politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Geschehens im Mittelland
- Flair fürs Erzählen, Bild- und Tongestaltung
- Technisches Flair für Umgang mit Kamera und Computer
- kreativ
- überdurchschnittliche Einsatzbereitschaft
- Bereitschaft für Einsätze ausserhalb der normalen Bürozeiten und an Wochenenden
- sehr gutes Allgemeinwissen
- sehr gute Kenntnisse der deutschen Sprache in Wort und Schrift
- schnelle Auffassungsgabe
- Teamfähigkeit, sozial kompetent
- Stressresistenz, Belastbarkeit
- gepflegtes Äusseres und angenehme Stimme
- sicheres Auftreten

### Aufgaben

- Der VJ recherchiert, filmt, textet und vertont Nachrichtenbeiträge für die tägliche News-Sendung «Aktuell».
- Der VJ bespricht den Beitrag mit dem Tageschef (TC), welcher die Endverantwortung für den Beitrag trägt, bevor er die Story in Angriff nimmt.
- Der VJ ist verantwortlich für die korrekte Wiedergabe des Inhaltes, korrekte Beschriftung der Interviewpartner und Verifizierung der wiedergegebenen Inhalte in seinem Beitrag. Angaben von Protagonisten sind stets zu überprüfen. Je heikler die Fakten, desto breiter abgeklärt und rückbestätigt müssen die Fakten sein.
- Der VJ stellt sicher, dass seine Berichte keine Unwahrheiten, Ehrverletzungen oder rassistische Aussagen beinhalten.



## Pflichtenheft VJ

---

- Der VJ ist dafür verantwortlich, dass sein Beitrag rechtzeitig, gemäss Tagesplanung TC, fertiggestellt wird.
- Folgende Zeiten sind für den VJ unbedingt einzuhalten:
  - 08:30 Uhr      Arbeitsbeginn
  - 08:45 Uhr      Redaktionssitzung
  - 14.00 Uhr      Anmoderation muss bei Moderatorin sein
  - ab 15.30 Uhr   Schnittbeginn gemäss Vorgabe Tageschef am Morgen
  - 17.45 Uhr      letzter Beitrag wird nach Aarau übermittelt  
                    anschliessend: Beitragsblatt korrekt ausfüllen
- Für das Texten und Vorvisionieren seines Beitrages benötigt der VJ maximal 45 Minuten. Reicht die Zeit nicht, vor dem eingetragenen Schnitttermin fertig zu texten, wird der Beitrag im Schnitt fertig geschrieben. Jeder Beitrag wird vor dem Schnitt, spätestens vor dem Vertonen, durch den Tageschef abgenommen.

### **Arbeitszeit/Redaktionsbetrieb**

- 8.30 Uhr – 18:00 Uhr, gegebenenfalls nach Arbeitsaufwand. Am Wochenende und an Feiertagen findet die Redaktionssitzung um 9.30 Uhr statt. In der Regel kann der VJ nach Hause, wenn er seinen Beitrag beendet hat und so allfällige Überzeiten kompensieren. Jeder VJ meldet sich aber vorher beim Tageschef und fragt nach, ob noch etwas zu erledigen ist.
- 8.45 Uhr-Sitzung: VJ erscheint vorbereitet zur Sitzung, d.h. er hat bereits Tageszeitung durchgelesen, Schwergewicht Regionalteil und Newsblock Regionalradio gehört.
- Mittagszeit, Pausen: selbstständig je nach Arbeit und Drehterminen.
- Muss ein VJ am Abend früher gehen, so muss er dies am Morgen an der Sitzung sagen. Grundsätzlich sind Arzt- und andere Termine so zu legen, dass sie die Arbeitszeiten nicht beeinflussen.
- Themeninput durch VJ erwünscht und erwartet.
- Überzeiten müssen vom CR bewilligt und innerhalb eines Monats kompensiert werden

### **Abendeinsatz/Pikett**

- VJ kompensiert gleich am Folgetag und kommt später oder geht früher, falls dies der Einsatz zulässt. Die Arbeitsweise wird vorher mit dem Tageschef abgesprochen.
- Kann ein VJ einen NA-Einsatz nicht einhalten, so muss er frühzeitig Ersatz suchen und abtauschen (TC und Newsdesk melden).



## Pflichtenheft VJ

---

### Auto-Ordnung

- Den VJs stehen 4 Redaktionsautos zur Verfügung
- Als Ersatzautos müssen auch die persönlichen Geschäftsfahrzeuge der TCs den VJs zur Verfügung gestellt werden
- Alle VJs müssen sich immer in der Autokontrollliste eintragen.
- Korrektes Verhalten im Verkehr, respektieren der Verkehrsregeln (Geschwindigkeit einhalten, korrekt Parkieren)
- Bussen müssen die VJs selber bezahlen (Bussen werden unter den Nicht-Eingetragenen aufgeteilt).
- Autos sauber halten: Schäden oder Probleme sofort melden.
- Autos rechtzeitig auftanken.
- In den VJ-Autos herrscht striktes Rauch- und Essverbot
- Autos regelmässig reinigen, keinen Abfall im Auto zurücklassen
- Jeden Monat übernimmt ein VJ Auto-Putz- und Kontrolldienst

### Arbeitsplan

- Der Arbeitsplan wird Monatsweise erstellt
- Freitagswünsche (höchstens 5 pro Monat) frühzeitig dem Newsdesk melden.
- Der Arbeitsplan wird per 15. jedes Monatses prov., per 20. definitiv, erstellt

### Ferien

- Frühzeitig bekannt geben, Abwesenheitsmeldung ausfüllen.
- Erst wenn Abwesenheitsmeldung visiert ist, sind die Ferien bewilligt

### Krankheit, Zügeln oder andere Abwesenheiten

- Abwesenheitsmeldung immer frühzeitig ausfüllen und CR abgeben.

### Spesen

- Pauschalspesen (Handy, Div.) werden jeden Monat mit dem Lohn ausbezahlt. Ausserordentliche Spesen können mit dem Spesenformular zurückgefordert werden. Abgeben bis zum 15. des Monats, damit es noch zur nächsten Lohnauszahlung reicht.

### Sorgfaltspflicht

- Absolut sorgfältiger Umgang mit dem Material ist das A und O der täglichen Arbeit.
- Kamera-Ausrüstung bei Nichtgebrauch einschliessen oder mit nach Hause nehmen. Defekte, Verluste sofort CR und der Technik melden.
- Kameraausrüstung darf nicht unbeaufsichtigt im Auto deponiert werden



## Pflichtenheft VJ

---

### Kleidung

- Sauber und korrekt, so dass jederzeit ein Stand-Up vor der Kamera gemacht werden kann. Ansonsten dem Einsatz entsprechend. Vorbereitet sein für a.o. Einsätze (gutes Schuhwerk, warme Kleidung etc.)
- Bei Einsätzen mit grosser Publikumswirkung (Veranstaltungen, Events) muss der VJ die TeleTell-Kleidung tragen.



---

# REGLEMENT FÜR DIE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

1. ARBEITSVERTRAGLICHE REGELUNGEN
2. TELEKOMMUNIKATION
3. PERSONALKOMMISSION

# Inhaltsverzeichnis

## 1. Arbeitsvertragliche Regelungen

- 1.1 Grundsätzliches und Geltungsbereich
- 1.2 Arbeit und Lohn
  - 1.2.1 *Anstellung und Kündigung*
  - 1.2.2 *Arbeitszeit, Pausen*
  - 1.2.3 *Salär, Überstunden, Schichtzulagen, 13. Monatslohn*
  - 1.2.4 *Kinderzulagen*
- 1.3 Absenzen
  - 1.3.1 *Allgemeines*
  - 1.3.2 *Freie Tage*
  - 1.3.3 *Ferien*
    - 1.3.3.1 *Kürzung der Ferien*
  - 1.3.4 *Militär-, Schutz- oder Zivildienst*
- 1.4 Soziales und Vorsorge
  - 1.4.1 *Krankheit*
  - 1.4.2 *Unfall*
  - 1.4.3 *Schwangerschaft/Mutterschaftsurlaub*
  - 1.4.4 *Personalvorsorge*
  - 1.4.5 *Gehaltsnachgenuss*
  - 1.4.6 *Meldungen*
- 1.5 Mitarbeiterförderung
  - 1.5.1 *Weiterbildung*
- 1.6 Information
  - 1.6.1 *Persönliche Anliegen*
  - 1.6.2 *Verschwiegenheit*
  - 1.6.3 *Interne Mitteilungen und Informationen*
  - 1.6.4 *Hauszeitung*
  - 1.6.5 *Geschäftsbericht*
  - 1.6.6 *Personalkommission*
  - 1.6.7 *Eigene Initiative und Vorschläge*
- 1.7 Meldepflichten, Sicherheit, Alkohol und Rauchen
  - 1.7.1 *Adress- und Zivilstandsänderungen*
  - 1.7.2 *Privatarbeiten*
  - 1.7.3 *Fremde Personen im Betrieb*
  - 1.7.4 *Feststellung von Mängeln im Betrieb*
  - 1.7.5 *Sicherheit und Gesundheit*
  - 1.7.6 *Sanität und erste Hilfe*
  - 1.7.7 *Feuerschutz*
  - 1.7.8 *Diebstahl*
  - 1.7.9 *Alkohol*
  - 1.7.10 *Rauchen*

- 1.8 Nebenerwerb und Geschenke
  - 1.8.1 *Nebenerwerb*
  - 1.8.2 *Annahme von Geschenken*
- 1.9 Verhalten am Arbeitsplatz
  - 1.9.1 *Mobbing und sexuelle Belästigung*
  - 1.9.2 *Verhaltensregeln*
  - 1.9.3 *Kontaktpersonen bei Beschwerden*
  - 1.9.4 *Beschwerdeverfahren*
  - 1.9.5 *Sanktionen*
  - 1.9.6 *Missbrauch des Beschwerderechts*

## **2. Telekommunikation**

- 2.1 Allgemeines
  - 2.1.1 *Zweck*
  - 2.1.2 *Grundsatz der privaten Nutzung*
  - 2.1.3 *Sanktionen*
- 2.2 Sicherheit
  - 2.2.1 *Persönlichkeitsrechte/Datenschutz*
  - 2.2.2 *Verantwortung*
  - 2.2.3 *Passwörter*
  - 2.2.4 *Diebstahl/Verlust*
  - 2.2.5 *Haftung*
- 2.3 Mobile Telefonie inkl. PDA
  - 2.3.1 *Definition der Nutzungsart*
- 2.4 Festnetz-Telefonie
- 2.5 Arbeitsplatz-PC/Notebook
  - 2.5.1 *Benutzungsvorschriften*
  - 2.5.2 *Internet-Nutzung*
  - 2.5.3 *E-Mail*

## **3. Personalkommission**

- 3.1 Zweck
- 3.2 Wahlen
  - 3.2.1 *Wahlkreise*
  - 3.2.2 *Wahlberechtigung und Wählbarkeit*
  - 3.2.3 *Amts-dauer*
  - 3.2.4 *Wahlkommission*
  - 3.2.5 *Wahlvorschläge*
  - 3.2.6 *Durchführung der Wahlen*
  - 3.2.7 *Resultat und Bekanntgabe*
- 3.3 Organisation
  - 3.3.1 *Organe und ihre Aufgaben*
  - 3.3.2 *Sitzungen*
  - 3.3.3 *Sitzungen mit der Unternehmensleitung*
  - 3.3.4 *Beschlüsse*

3.4 Aufgaben

3.5 Rechte

3.5.1 *Information*

3.5.2 *Unterstützung durch die Unternehmensleitung*

3.6. Verschwiegenheitspflicht

3.7 Schlussbestimmungen

3.8 Mitwirkungsrechte

3.8.1 *Geltungsbereich*

3.8.2 *Grundsätze*

3.8.3 *Formen der Mitwirkung*

3.8.4 *Indirekte Mitwirkung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter*

3.8.5 *Mitwirkungsgebiete*

**4. Vergünstigungen** (*siehe hintere Lasche*)



---

# 1. ARBEITSVERTRAGLICHE REGELUNGEN

# 1. Arbeitsvertragliche Regelungen

## 1.1 Grundsätzliches und Geltungsbereich

Dieses Reglement findet Anwendung für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der zur AZ Medien Gruppe gehörenden Gesellschaften. Massgebend ist grundsätzlich der Einzelarbeitsvertrag. Dieses Reglement ist integrierender Bestandteil des Einzelarbeitsvertrages. Neben diesem allgemeinen Reglement für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bestehen für einzelne Geschäftsbereiche und Abteilungen besondere Weisungen, die weitere Regelungen enthalten.

Das Reglement dient der Klarstellung der wichtigsten Regelungen innerhalb der Gruppe, welche alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreffen.

## 1.2 Arbeit und Lohn

### 1.2.1 Anstellung und Kündigung

Mit der Unterzeichnung des Einzelarbeitsvertrages anerkennt die Mitarbeiterin/der Mitarbeiter die Anstellungsbedingungen sowie das Reglement für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und sämtliche im Einzelarbeitsvertrag erwähnten Reglemente.

Die Kündigung hat beiderseits schriftlich auf spätestens den letzten Arbeitstag des Monats zu erfolgen. Das Risiko der rechtzeitigen Übermittlung trägt der Absender. Die Kündigung kann dem Vorgesetzten oder der Personalabteilung persönlich oder per Post zugestellt werden.

Die Kündigungsfristen sowie die Probezeit sind im Einzelarbeitsvertrag geregelt.

Mit dem Erreichen des ordentlichen AHV-Rentenalters endigt das Arbeitsverhältnis ohne Kündigung.

### 1.2.2 Arbeitszeit, Pausen

Die Soll-Arbeitszeit ist im Einzelarbeitsvertrag geregelt. Weitere Rahmenbedingungen können den separaten, bereichsspezifischen Arbeitszeitreglementen entnommen werden.

Pausen während der Arbeitszeit sind so zu organisieren, dass Störungen in den Arbeitsabläufen vermieden werden. Die für Pausen verwendete Zeit ist unbezahlt und gilt somit nicht als Arbeitszeit. Ausgenommen sind Schichtpausen bei regelmässiger Schichtarbeit gemäss gültigen Gesamtarbeitsverträgen.

### 1.2.3 Salär, Überstunden, Schichtzulagen, 13. Monatslohn

Die Entlöhnung sowie die Behandlung von Überstunden und Schichtzulagen werden im Einzelarbeitsvertrag geregelt. Alle fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten einen 13. Monatslohn.

### 1.2.4 Kinderzulagen

Der Anspruch auf Kinderzulagen richtet sich nach den gesetzlichen Bestimmungen der jeweiligen Kantone (Arbeitsort).

## 1.3 Absenzen

### 1.3.1 Allgemeines

Ihr plötzliches Fernbleiben vom Arbeitsplatz hinterlässt eine Lücke. Benachrichtigen Sie deshalb Ihren Vorgesetzten sofort, wenn Sie nicht zur Arbeit erscheinen können. Ist die Abwesenheit im Voraus bekannt (z. B. Ferien, Militärdienst), so ist diese Absenz mit dem direkten Vorgesetzten abzusprechen. Pro Jahr werden mindestens 9 Feiertage bezahlt. Diese werden im Dezember für das kommende Jahr bestimmt und bekannt gegeben.

### 1.3.2 Freie Tage

Ohne Anrechnung auf Ferien und ohne Lohnabzug werden folgende Freitage gewährt:

- bei eigener Hochzeit 2 Tage
- bei Geburt eines eigenen Kindes (für Väter) 2 Tage
- bei Todesfall
  - des Lebenspartners, eines Kindes oder eines Elternteils 3 Tage
  - von Grosseltern, Schwiegereltern, Schwager, Schwägerin und Geschwister 1 Tag
- Zur Pflege kranker, in Hausgemeinschaft lebender Familienmitglieder, soweit die Pflege nicht anderweitig organisiert werden kann. Die Krankheit muss mit einem Arzzeugnis belegt werden. bis zu 3 Tagen
- bei eigenem Wohnungswechsel 1 Tag

### 1.3.3 Ferien

Der Ferienanspruch wird im Einzelarbeitsvertrag geregelt und beträgt für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 5 Wochen, für Kadermitarbeiterinnen und Kadermitarbeiter sowie für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ab dem 50. Altersjahr 6 Wochen pro Jahr.

Beim Festsetzen der Ferien werden die Wünsche der Mitarbeiterin/des Mitarbeiters wenn möglich berücksichtigt.

Die Ferien müssen grundsätzlich bis zum 31. Dezember des laufenden Jahres bezogen werden. Eine Verschiebung auf das folgende Jahr ist nur in begründeten Sonderfällen möglich und bedarf der Zustimmung des zuständigen UL-Mitgliedes.

Während des ungekündigten Arbeitsverhältnisses dürfen Ferien nicht durch Geldleistungen oder andere Vergünstigungen abgegolten werden.

#### 1.3.3.1 Kürzung der Ferien

Bei länger dauernder Abwesenheit von der Arbeit erfolgt eine Kürzung der Ferien.

- Absenz durch eigenes Verschulden (z. B. unbezahlter Urlaub):  
Für jeden vollen Monat der Abwesenheit wird ein Zwölftel des Ferienanspruchs gekürzt.
- Absenz ohne Verschulden (Krankheit, Unfall, Militär):  
Bis gesamthaft 3 Monate werden die Ferien nicht gekürzt. Bei längerer Absenz wird der Ferienanspruch für jeden vollen Monat der gesamten Abwesenheit um  $\frac{1}{2}$  gekürzt.
- Absenz wegen Mutterschaft führt zu keiner Kürzung.

### 1.3.4 Militär-, Schutz- oder Zivildienst

Obligatorische Dienstleistungen (Militär, Zivildienst, Feuerwehr)

Dienstpflichtigen wird während der obligatorischen Wiederholungskurse das volle Salär bezahlt.

Bei Ausbildungsdienst (RS, UOS usw.) werden innerhalb eines Jahres maximal folgende Leistungen durch die Firma erbracht:

- während des 1. Monats volles Salär
- für darüber hinausgehende Dienstzeit
  - Ledige ohne Unterstützungspflicht 50% des Salärs
  - Verheiratete und Ledige mit Unterstützungspflicht 75% des Salärs

Zusätzliche Leistungen über einen Monat hinaus werden nur gewährt, wenn das Anstellungsverhältnis nach absolviertem Dienst noch mindestens ein volles Jahr dauert. Für den Durchdienst muss mit der Personalabteilung eine besondere Vereinbarung getroffen werden.

Entschädigungen der Ausgleichskasse fallen der Firma zu.

## 1.4 Soziales und Vorsorge

### 1.4.1 Krankheit

Die Lohnfortzahlung der Firma beträgt im Krankheitsfalle 2 volle Monate. Ab 3. Monat sind alle fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (mit Ausnahme von Aushilfen) in einer Kollektiv-Taggeldversicherung versichert, wobei die Mitarbeiterin/der Mitarbeiter bis 720 Tage seinen Netto-Lohn (ohne Zulagen) erhält. Die Mitarbeiterin/der Mitarbeiter beteiligt sich an den Prämien der Krankentaggeldversicherungen. Der Prämienatz wird jährlich überprüft.

Bei einer Auflösung des Arbeitsverhältnisses während der Probezeit werden bereits bezahlte Krankheitsabsenzen abgezogen.

### 1.4.2 Unfall

Beschäftigte mit mindestens 8 Wochenstunden (Durchschnitt der letzten 3 Monate) sind automatisch gegen Berufs- und Nichtberufsunfall gemäss Unfallversicherungsgesetz versichert. Unabhängig davon leistet die Firma eine Lohnfortzahlung von 2 Monaten wie im Krankheitsfalle. Weiter erhält die Mitarbeiterin/der Mitarbeiter bis 720 Tage seinen Netto-Lohn. Die Prämien der Betriebsunfall-Versicherung trägt die Firma, diejenige der Nichtbetriebsunfall-Versicherung die Mitarbeiterin/der Mitarbeiter.

### 1.4.3 Schwangerschaft/Mutterschaftsurlaub

Der bezahlte Mutterschaftsurlaub beträgt für alle fest angestellten Mitarbeiterinnen 16 Wochen. Ist die Mitarbeiterin während der Schwangerschaft aus Gründen, die die Schwangerschaft betreffen, nicht arbeitsfähig, werden diese Tage an den bezahlten Mutterschaftsurlaub angerechnet. Nach der Geburt dürfen Mütter 8 Wochen lang nicht arbeiten. Dies bedingt jedoch keine Lohnfortzahlungspflicht, wenn der Mitarbeiterin die ihr zustehenden 16 Wochen bereits ausbezahlt wurden.

Entschädigungen der Ausgleichskasse fallen der Firma zu.

#### *1.4.4 Personalvorsorge*

Beim Erreichen des BVG-Mindestlohnes werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Pensionskasse der AZ Medien Gruppe versichert. Die Bestimmungen und Leistungen sind im separaten Pensionskassenreglement geregelt.

Neueintretende müssen das Formular Gesundheitserklärung ausfüllen. Eine allfällige Untersuchung beim Vertrauensarzt kann angeordnet werden.

#### *1.4.5 Gehaltsnachgenuss*

Beim Tode des Arbeitnehmers wird – ungeachtet der Dauer der Betriebszugehörigkeit – das Salär für zwei volle dem Todestag folgende Monate bezahlt, sofern die Mitarbeiterin/der Mitarbeiter Unterstützungspflichten (gegenüber Lebenspartnern, minderjährigen Kindern oder anderen unterstützungspflichtigen Personen) zu erfüllen hat.

#### *1.4.6 Meldungen*

Über krankheits- und unfallbedingte Absenzen ist der direkte Vorgesetzte umgehend zu informieren. Bei Unfällen ist die Personalabteilung in jedem Fall zu orientieren, damit eine Meldung an die Unfallversicherung erfolgen kann. Bei Krankheit oder Unfall, die mehr als 3 Arbeitstage Absenz bedingen, ist dem Vorgesetzten raschmöglichst ein Arztzeugnis zuzustellen.

## **1.5 Mitarbeiterförderung**

#### *1.5.1 Weiterbildung*

Die beruflichen und persönlichen Fähigkeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bilden ein wichtiges Kapital für unser Unternehmen. Ihr Interesse und Ihre Initiative zur Weiterbildung in allen Bereichen wird deshalb grundsätzlich begrüsst. Je nach Fall unterstützt die Firma Weiterbildungen, welche im Firmeninteresse liegen, auch finanziell. Wenden Sie sich diesbezüglich bitte an Ihren direkten Vorgesetzten oder an die Personalabteilung.

## **1.6 Information**

#### *1.6.1 Persönliche Anliegen, Beschwerden*

Bei persönlichen Anliegen wenden Sie sich bitte an Ihren direkten Vorgesetzten oder an die Personalabteilung.

#### *1.6.2 Verschwiegenheit*

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben über die ihnen zugänglichen Informationen, Geschäftsvorgänge, Produktionsabläufe und sonstige Belange Stillschweigen zu bewahren. Diese Pflicht zur Verschwiegenheit bleibt auch nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses bestehen.

#### *1.6.3 Interne Mitteilungen und Informationen*

Wichtige Informationen werden in der Regel an den Anschlagbrettern publiziert, in Form einer Mitteilung verteilt oder als Merkblatt mit der Lohnabrechnung allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern direkt zugestellt.

### *1.6.4 Hauszeitung*

Unsere Hauszeitung soll vor allem der firmenbezogenen Information, den zwischenmenschlichen Beziehungen und dem besseren gegenseitigen Verständnis dienen. Die Hauszeitung wird allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Verträgern und Pensionierten zugestellt. Sie sind eingeladen, sich aktiv an der Gestaltung der Hauszeitung zu beteiligen. Auch kleinste Beiträge sind willkommen. Wenden Sie sich direkt an das Redaktionsteam der Hauszeitung.

### *1.6.5 Geschäftsbericht*

Als Unternehmen mit einem breit gestreuten Aktionariat wollen wir auch transparent über die Geschäftsentwicklung sowie das wirtschaftliche Umfeld berichten. Neben den Aktionären erhalten auch alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den jährlichen Geschäftsbericht der AZ Medien Gruppe.

### *1.6.6 Personalkommission*

Die Personalkommission der AZ Medien Gruppe bildet ein wichtiges Bindeglied zwischen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Unternehmung und der Unternehmensleitung. Ihre Aufgaben und Kompetenzen sind unter Punkt 3 geregelt.

### *1.6.7 Eigene Initiative und Vorschläge*

Unser Unternehmen braucht initiative und kreative Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihre Verbesserungsvorschläge und -ideen sind deshalb willkommen. Richten Sie Ihre Anregungen an Ihren Vorgesetzten oder Bereichsleiter.

## **1.7 Meldepflichten, Sicherheit, Alkohol und Rauchen**

### *1.7.1 Adress- und Zivilstandsänderungen*

Adress- und Zivilstandsänderungen sowie Geburten und Todesfälle in der eigenen Familie teilen Sie bitte möglichst rasch Ihrem direkten Vorgesetzten sowie der Personalabteilung mit.

### *1.7.2 Privatarbeiten*

Die Benützung von Betriebsgeräten und -anlagen für Privatarbeiten ist nur ausserhalb der Arbeitszeit nach Rücksprache mit dem Vorgesetzten gestattet. Privatarbeiten für kommerzielle Zwecke sind nicht erlaubt.

### *1.7.3 Fremde Personen im Betrieb*

Fremde Personen dürfen sich im Betrieb nur in Begleitung von Mitarbeiterinnen oder Mitarbeitern frei bewegen. Es steht jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter das Recht zu, sich im Betrieb aufhaltende unbekannte Personen anzusprechen und allenfalls Meldung zu erstatten.

### *1.7.4 Feststellung von Mängeln im Betrieb*

Als Mitarbeiterin/Mitarbeiter sind Sie verpflichtet, festgestellte Beschädigungen und Mängel an Gebäuden, Maschinen und Betriebseinrichtungen, Schutzvorrichtungen und Schutzausrüstungen unverzüglich Ihrem Vorgesetzten zu melden.

### *1.7.5 Sicherheit und Gesundheit*

Die Sicherheit an allen Arbeitsplätzen und der Schutz der Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind von grosser Bedeutung. Unsere Sicherheits-Richtlinien sind deshalb strikte einzuhalten.

### *1.7.6 Sanität und erste Hilfe*

Im technischen Betrieb befindet sich in jedem Bereich eine kleine Notfallapotheke. Bei Unfällen ist sofort der Vorgesetzte, der Arzt oder das Spital zu verständigen. Ein Sanitätszimmer mit Tragbahre befindet sich in der Liegenschaft Telli (UG, Haupteingang). Bei schweren Unfällen kann die richtige erste Hilfe entscheidend sein. Wir schätzen deshalb Ihre Bemühungen, sich selbst die nötigen Kenntnisse der ersten Hilfe anzueignen.

### *1.7.7 Feuerschutz*

Helfen Sie mit, Betrieb und Belegschaft vor Feuerschaden zu bewahren! Bricht Feuer aus, so überlegen Sie zuerst, was zu tun ist, damit Sie sich nicht unnötig gefährden. In den Gebäuden befinden sich an verschiedenen Stellen Feuerlöschgeräte.

### *1.7.8 Diebstahl*

Die Firma übernimmt keine Haftung für persönliche Wertgegenstände.

### *1.7.9 Alkohol*

Während der Arbeitszeit dürfen grundsätzlich keine alkoholischen Getränke konsumiert werden.

### *1.7.10 Rauchen*

In sämtlichen Räumlichkeiten (Ausnahme Raucherzonen) ist das Rauchen verboten.

## **1.8 Nebenerwerb und Geschenke**

### *1.8.1 Nebenerwerb*

Nebenerwerbliche Tätigkeit ist nur mit Zustimmung des Bereichleiters (UL) zulässig. Für nachteilige Folgen nebenerwerblicher Tätigkeit lehnt das Unternehmen jede Verantwortung und Leistung ab. Insbesondere darf die gesetzliche Höchstarbeitszeit, mit Einschluss der nebenerwerblichen Tätigkeit, durch die Mitarbeiterin oder den Mitarbeiter nicht überschritten werden.

### *1.8.2 Annahme von Geschenken*

Ausser den üblichen Gelegenheitsgeschenken dürfen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter keine besonderen Leistungen von Dritten fordern, entgegennehmen oder zusichern lassen. Zuwendungen die den Charakter von blossen Aufmerksamkeiten übersteigen, dürfen nicht angenommen werden.

## 1.9 Verhalten am Arbeitsplatz

### 1.9.1 Mobbing und sexuelle Belästigung

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der AZ Medien Gruppe haben ein Recht auf Schutz ihrer persönlichen Integrität am Arbeitsplatz. Mobbing und sexuelle Belästigung werden deshalb nicht toleriert.

### 1.9.2 Verhaltensregeln

Die AZ Medien Gruppe verlangt von ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, dass sie ihre Kolleginnen und Kollegen respektieren und sich untereinander rücksichtsvoll verhalten.

### 1.9.3 Kontaktpersonen bei Beschwerden

Je nach Situation kann eine der nachfolgenden Personen angesprochen werden:

- Vorgesetzte
- Personalabteilung
- Vertreter/in der Personalkommission

Die Kontaktpersonen beraten und unterstützen die betroffenen Personen und informieren sie über die rechtlichen Möglichkeiten. Alle Kontaktpersonen unterstehen der Schweigepflicht.

### 1.9.4 Beschwerdeverfahren

Liegt eine Beschwerde vor, wird eine Beschwerdekommision, bestehend aus 3 Personen, von der AZ Medien Gruppe bestimmt.

Die Kommission führt auf Anrufung hin die interne Untersuchung durch, informiert die Unternehmensleitung über das Resultat und beantragt ihr die Massnahmen und Sanktionen, die sie für angebracht hält.

### 1.9.5 Sanktionen

Je nach Schwere der Belästigung reichen Massnahmen von einem schriftlichen Verweis bis zur fristlosen Kündigung.

### 1.9.6 Missbrauch des Beschwerderechts

Wer eine nicht schuldige Person zu Unrecht beschuldigt, hat mit Sanktionen zu rechnen.

Juni 2005

Dieses Reglement ersetzt alle bisherigen Reglemente.



---

## 2. TELEKOMMUNIKATION

## 2. Telekommunikation

### 2.1 Allgemeines

#### 2.1.1 Zweck

Dieses Reglement richtet sich an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der AZ Medien Gruppe und regelt die Nutzung der Telematik-Mittel.

Moderne Kommunikationsmittel wie Mobiltelefon (SMS/MMS), Arbeitsplatz-PC, Notebook, Outlook-Dienste, Internet, E-Mail und PDA (Palm, Pocket-PC, BlackBerry) nehmen in unserem Arbeitsalltag eine immer wichtigere Rolle ein. Der Einsatz dieser Werkzeuge führt auch zu einer immer stärkeren Vermischung von Arbeits- und Privatleben. Neue Kommunikationsgewohnheiten führen aber auch zu erhöhten Kommunikationskosten und erhöhten Sicherheitsrisiken.

Der Einsatz moderner Telematikmittel in der AZ Medien Gruppe soll in optimaler und kostenorientierter Weise den Bedürfnissen der Firma und der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dienen.

#### 2.1.2 Grundsatz der privaten Nutzung

Die private Nutzung der Informatik- und Telekommunikationsmittel vor oder nach der Arbeitszeit ist erlaubt, darf aber die geschäftlichen Anwendungen nicht behindern und ist auf ein absolutes Minimum zu beschränken.

#### 2.1.3 Sanktionen

Besteht begründeter Verdacht auf einen Missbrauch, behält sich der Arbeitgeber vor, Einsicht in die Dateninhalte vorzunehmen und Sanktionen zu ergreifen.

### 2.2 Sicherheit

#### 2.2.1 Persönlichkeitsrechte/Datenschutz

Die AZ Medien Gruppe wahrt die Persönlichkeitsrechte der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Bestimmungen zum Datenschutz.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind sich bewusst, dass die Firma über Verkehrs- und Logdaten (u. a. gewählte Telefonnummern, Protokolle des Internetzugangs und E-Mailverkehr, Volumen der transportierten Daten usw.) verfügt. Bei technischen Problemen und bei schwer wiegendem Verdacht auf Missbrauch können diese Daten ausgewertet werden.

Die Mitglieder der Unternehmensleitung (UL) haben auf Antrag des Vorgesetzten bei Verdacht auf Missbrauch jederzeit die Möglichkeit, entsprechende Analysen vornehmen zu lassen.

#### 2.2.2 Verantwortung

Jeder Anwender trägt die volle Verantwortung über alle Aktivitäten, die mit seinen Berechtigungen (Login-Name) im AZ-Netzwerk durchgeführt werden.

### 2.2.3 Passwörter

Jeder Anwender hat einen persönlichen «Usernamen» mit Passwort, der Dritten nicht zugänglich gemacht werden darf.

Beim Arbeitsplatz-PC/Notebook muss zwingend der Bildschirmschoner-Kennwortschutz aktiviert sein.

### 2.2.4 Diebstahl/Verlust

Dem Diebstahlrisiko ist jederzeit grösste Beachtung zu schenken. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben dafür die notwendigen Vorkehrungen selber zu treffen. Unbeaufsichtigte mobile Geräte sind einzuschliessen.

Um bei Diebstahl oder Verlust eines Gerätes (Notebook, PDA, Mobile-Gerät) schnellstmöglich eine Sperrung des Systems zu veranlassen, muss der Vorfall sofort dem direkten Vorgesetzten und der Informatik gemeldet werden.

### 2.2.5 Haftung

Bei absichtlicher oder fahrlässiger Beschädigung sowie bei Verlust von Geräten haftet grundsätzlich die Mitarbeiterin oder der Mitarbeiter gemäss OR Art. 321 a und e.

## 2.3 Mobile Telefonie inkl. PDA

### 2.3.1 Definition der Nutzungsart

Es werden zwei Nutzungsarten unterschieden:

**Geschäftlich (Kat. 1 + 2)** Das Mobile-Gerät ist Eigentum des Arbeitgebers und wird der berechtigten Mitarbeiterin/dem berechtigten Mitarbeiter für die vorwiegend geschäftliche Nutzung zur Verfügung gestellt.

**Kombiniert (Kat. 3)** Das Mobile-Gerät ist im Eigentum der Mitarbeiterin/des Mitarbeiters. Die Nutzung ist während der Arbeits- und Freizeit unbeschränkt möglich. Der Arbeitgeber beteiligt sich mit einem monatlichen Pauschalbetrag an den Abonnements- und Gesprächsgebühren.

	<b>Kategorie 1</b>	<b>Kategorie 2</b>	<b>Kategorie 3</b>
	<b>Mitglieder der Unternehmensleitung und Kader</b>	<b>Mitarbeitende im Verkauf, Redaktion, Informatik und techn. Dienst (Pikett)</b>	<b>übrige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter</b>
<b>Berechtigung</b>	Bei Mitgliedern des Kaders entscheidet der Bereichsleiter aufgrund von geschäftlicher Notwendigkeit und Zweckmässigkeit.	Über Zuteilung zur entsprechenden Kategorie entscheidet der Bereichsleiter aufgrund von geschäftlicher Notwendigkeit und Zweckmässigkeit.	
<b>Gerätetyp</b>	Kombigerät (Mobile + PDA) (Gerätestandard wird durch die Informatik definiert.)		Mobile
<b>Datenabgleich</b>	Ein Abgleich mit Outlook-Daten ist nur mit Kombigeräten erlaubt.		nicht möglich

	Kategorie 1	Kategorie 2	Kategorie 3
	Mitglieder der Unternehmensleitung und Kader	Mitarbeitende im Verkauf, Redaktion, Informatik und techn. Dienst (Pikett)	übrige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
<b>Kostendach</b>	Fr. 800.- für Gerät und Zubehör		entfällt
<b>Gerätebeschaffung</b>	durch die Informatik oder die Redaktion		direkt durch die Mitarbeiterin/den Mitarbeiter und auf eigene Kosten
<b>SIM-Karte</b>	Beschaffung und Verwaltung durch die Informatik		direkt durch die Mitarbeiterin/den Mitarbeiter und auf eigene Kosten
<b>Abonnement</b>	lautet auf den Arbeitgeber		Das Abonnement lautet auf die Mitarbeiterin/den Mitarbeiter und wird von ihr/ihm direkt bezahlt.
<b>laufende Kosten</b>	Geräte-, Gesprächs- und Datenübertragungskosten werden der Kostenstelle belastet.		Die Gesprächs- und Datenübertragungskosten werden von der Mitarbeiterin/vom Mitarbeiter direkt bezahlt.
<b>Kostendach, Kostenbeteiligung</b>	entfällt	Fr. 200.-, übersteigende monatliche Benutzungskosten werden der Mitarbeiterin/dem Mitarbeiter über den Lohn verrechnet.	Pauschalbetrag von Fr. 0.- bis Fr. 150.- pro Monat über den Lohn
<b>Eigentum</b>	Das Gerät bleibt im Eigentum der Firma.		Das Gerät bleibt jederzeit im Eigentum der Mitarbeiterin/des Mitarbeiters
<b>Haftung</b>	Bei Verlust oder absichtlicher Beschädigung des Gerätes haftet grundsätzlich die Mitarbeiterin/der Mitarbeiter gemäss OR 321 a und e.		Die AZ haftet nicht bei Verlust oder Beschädigung von privaten Mobiltelefonen.

## 2.4 Festnetz-Telefonie

Die private Nutzung von Festnetz-Telefonapparaten ist auf ein absolutes Minimum zu beschränken. Bei hohen Telefonkosten kann der für die Kostenstellen Verantwortliche bei der Informatik einen detaillierten Verbindungsnachweis der entsprechenden Nummer anfordern.

## 2.5 Arbeitsplatz-PC/Notebook

### 2.5.1 Benutzungsvorschriften

- Für Supportfragen ist grundsätzlich der Superuser der Abteilung oder die Informatik-Hotline, intern 4111, zuständig.
- Jeder Anwender ist grundsätzlich für den von ihm benutzten Arbeitsplatz-PC bzw. das von ihm benutzte Notebook sowie seine Daten verantwortlich.
- Es dürfen keine Veränderungen an der Hardware, an System- und Konfigurationsdateien sowie an Peripheriegeräten vorgenommen werden.
- Die persönlichen und vertraulichen Daten jedes Users werden im Laufwerk H: abgelegt. Er hat das Verzeichnis regelmässig zu überprüfen und nicht mehr benötigte Daten selbstständig zu löschen.
- Bei drohender Überlastung der Netzwerkressourcen (Festplatten auf dem Server) oder aus anderen wichtigen Gründen kann der Systemadministrator auch kurzfristig und ohne Vorankündigung Daten auf eine CD auslagern, um den Informatik-Betrieb zu gewährleisten.

### *2.5.2 Internet-Nutzung*

Das private Herunterladen von Audio- und Video-Programmen und Spielen sowie das Abspeichern von privaten Daten auf den Server sind nicht gestattet.

Die private Nutzung erfahrungsgemäss zeitaufwändiger Angebote (z.B. Chat-Plattformen) ist nicht gestattet.

Das Abrufen von kostenpflichtigen Dienstleistungen ist nicht gestattet.

Der Besuch von Internetseiten, die rassistischen, pornografischen, persönlichkeits- und/oder ehrverletzenden, unlauteren, sexistischen oder sonst wie widerrechtlichen oder unsittlichen Inhalts sind, ist nicht gestattet. Ebenso ist es untersagt, per E-Mail oder an Chat-Sessions entsprechendes Gedankengut zu verbreiten.

### *2.5.3 E-Mail*

E-Mails von nicht identifizierbaren Absendern sind ohne zu öffnen direkt zu löschen.

---

## 3. PERSONALKOMMISSION

## 3. Personalkommission

### 3.1. Zweck

Die Personalkommission (Peko) vertritt die Gesamtinteressen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegenüber der Unternehmensleitung der AZ Medien AG. Sie hat die Aufgabe, zur Lösung von Problemen in arbeitsrechtlichen und sozialen Belangen im Unternehmen beizutragen und damit die Zusammenarbeit und das Vertrauen zwischen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und der Unternehmensleitung in allen innerbetrieblichen Bereichen zu fördern.

### 3.2. Wahlen

#### 3.2.1 Wahlkreise

Die Peko besteht aus 7 Personen. Die Mitarbeiter-Vertreterinnen und -Vertreter werden aus verschiedenen Wahlkreisen, die jeweils vor den Erneuerungswahlen definiert werden, zur Wahl vorgeschlagen.

#### 3.2.2 Wahlberechtigung und Wählbarkeit

Vorschlags- und wahlberechtigt sind alle mit mindestens einem 50%-Pensum fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in einem ungekündigten Arbeitsverhältnis stehen und mindestens 18 Jahre alt sind. UL-Mitglieder sowie Lehrlinge sind nicht wählbar.

#### 3.2.3 Amtsdauer

Die Mitglieder der Peko werden alle drei Jahre für eine dreijährige Amtsperiode gewählt.

Eine Wiederwahl ist möglich. Die Amtsdauer wird in der Regel auf zwei Perioden begrenzt.

Tritt ein Mitglied der Peko aus der Firma aus oder in einen anderen Wahlkreis über, so erlischt sein Mandat. Neuwahlen werden innert Monatsfrist durchgeführt.

Beim Ausscheiden der Präsidentin/des Präsidenten tritt die Vizepräsidentin/der Vizepräsident bis zur Wahl einer Nachfolgerin/eines Nachfolgers an deren/dessen Stelle. Die Präsidentin/der Präsident ist von der Peko innert Monatsfrist zu wählen.

#### 3.2.4 Wahlkommission

Die Durchführung der Wahl obliegt der Wahlkommission. Sie besteht aus 4 Mitgliedern.

2 Mitglieder werden durch die Unternehmensleitung bezeichnet, 2 Mitglieder sind Vertreter der Mitarbeitenden.

Der Wahlkommission darf kein Mitglied angehören, welches für die Wahl in die Peko vorgeschlagen ist.

#### 3.2.5 Wahlvorschläge

Bis vier Wochen vor der Wahl können die Stimmberechtigten ihre Wahlvorschläge einreichen. Jedem Wahlvorschlag muss eine Erklärung der Vorgeschlagenen beiliegen, dass sie eine allfällige Wahl annehmen.

Die Wahlkommission gibt die eingegangenen Wahlvorschläge zwei Wochen vor dem Wahltermin an den verschiedenen Informationstafeln bekannt.

Die Wahlkommission regelt die weiteren Einzelheiten.

### 3.2.6 Durchführung der Wahlen

Die Peko legt im Einvernehmen mit der Unternehmensleitung den Zeitpunkt der Wahlen fest.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird sechs Wochen im Voraus der Wahltermin bekannt gegeben.

Die Wahl erfolgt geheim (der handausgefüllte Stimmzettel wird in einem verschlossenen Couvert an die Wahlkommission geschickt).

Auf dem Stimmzettel dürfen höchstens so viele Namen stehen, wie im betreffenden Wahlkreis Kandidatinnen/Kandidaten gewählt werden können. Kumulierungen sind unzulässig.

Die Wahlkommission regelt die weiteren Einzelheiten.

### 3.2.7 Resultat und Bekanntgabe

Gewählt sind diejenigen Kandidatinnen/Kandidaten, die in ihrem Wahlkreis die höchste Stimmenzahl erhalten. Bei Stimmgleichheit entscheidet das höhere Dienstalter.

Die Wahlresultate werden an den verschiedenen Informationstafeln und in der Hauszeitung bekannt gegeben.

## 3.3 Organisation

### 3.3.1 Organe und ihre Aufgaben

Die Peko konstituiert sich selbst. Sie wählt aus ihrem Kreis

- **die Präsidentin/den Präsidenten**, die/der die Sitzungen vorbereitet, dazu einlädt und sie leitet
- **die Vizepräsidentin/den Vizepräsidenten**, der die Präsidentin/den Präsidenten mit allen Rechten und Pflichten vertritt, wenn diese/dieser verhindert ist
- **die Aktuarin/den Aktuar**, die/der die Protokolle der Sitzungen erstellt und die sich direkt aus den Sitzungen ergebenden Schreivarbeiten erledigt

### 3.3.2 Sitzungen

Die Peko tritt in der Regel sechsmal jährlich zusammen. Sitzungen der Peko können während der Arbeitszeit im üblichen Rahmen stattfinden. Zwei Mitglieder der Peko, ein Fünftel der Mitarbeitenden oder die Unternehmensleitung können mit einer begründeten Eingabe eine Sitzung der Peko beantragen.

### 3.3.3 Sitzungen mit der Unternehmensleitung

Die Einberufung der Peko zu Sitzungen mit der Unternehmensleitung erfolgt nach Absprache mit der Unternehmensleitung durch die Präsidentin/den Präsidenten. Die gegenseitig vereinbarten Traktanden werden in der Regel zwei Wochen vor der Sitzung den Sitzungsteilnehmerinnen und -teilnehmern bekannt gegeben.



### 3.3.4 Beschlüsse

Die Peko ist beschlussfähig, wenn mindestens 5 Mitglieder anwesend sind.  
Bei Stimmgleichheit zählt die Stimme der Präsidentin/des Präsidenten doppelt.

Das Stichwortprotokoll mit Anwesenheitsliste geht an

- alle Peko-Mitglieder
- die Unternehmensleitung
- die verschiedenen Anschlagbretter
- die Redaktion «AZetera»
- die Personalabteilung

## 3.4. Aufgaben

Die Peko nimmt die Rechte der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gemäss separatem Anhang «Mitwirkungsrechte» wahr.

Sie nimmt Wünsche, Anregungen und Beschwerden der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entgegen und vertritt diese gegenüber der Unternehmensleitung.

Sie beschafft sich die für die Erledigung ihrer Aufgaben notwendigen Informationen; dabei wird sie von der Unternehmensleitung unterstützt.

Sie orientiert die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch die internen Kommunikationsmittel der AZ Medien Gruppe mindestens einmal jährlich über ihre Tätigkeit.

Sie setzt sich zusammen mit der Unternehmensleitung für ein gutes Betriebsklima ein.

## 3.5. Rechte

### 3.5.1 Information

Die Peko hat Anspruch auf rechtzeitige und umfassende Information über alle Angelegenheiten, deren Kenntnis Voraussetzung für eine ordnungsgemässe Erfüllung ihrer Aufgaben ist.

Die Unternehmensleitung informiert die Peko in der Regel zweimal jährlich über die Auswirkungen des Geschäftsganges auf die Beschäftigung und die Beschäftigten.

### 3.5.2 Unterstützung durch die Unternehmensleitung

Die Unternehmensleitung sorgt dafür, dass

- den Mitgliedern der Peko wegen ihrer ordnungsgemässen Tätigkeit im Rahmen der Peko keine Nachteile für ihr Arbeitsverhältnis erwachsen, insbesondere keine Kündigung;
- die Mitglieder der Peko für die Erledigung ihrer Pflichten (Sitzungen, Informationen der Mitarbeitenden, Weiterbildung) im üblichen Rahmen von ihren übrigen Verpflichtungen freigestellt werden;
- falls eine weitergehende Freistellung notwendig wird, diese mit den zuständigen Vorgesetzten/ Bereichsleitern abgesprochen werden muss;
- die Weiterbildung der Peko als Ganzes von der Unternehmensleitung grundsätzlich unterstützt wird. Allfällige Anträge sind auf dem in der Unternehmung üblichen Wege mit dem Antrag für «Aus- und Weiterbildung» gemäss separatem Reglement einzureichen;
- der Peko im notwendigen Umfang Räume, Hilfsmittel und administrative Dienstleistungen zur Verfügung stehen.

### 3.6. Verschwiegenheitspflicht

Die Mitglieder der Peko haben eine Vertrauensstellung inne, die sie zu einem von Treu und Glauben geleiteten Verhalten sowohl gegenüber der Unternehmensleitung als auch gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verpflichtet.

Sie sind verpflichtet, Stillschweigen sowohl über die ihnen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anvertrauten Angelegenheiten als auch über die ihnen von der Unternehmensleitung anvertrauten und als vertraulich bezeichneten Informationen gegenüber Personen innerhalb und ausserhalb des Betriebs zu bewahren.

Die Pflicht zur Verschwiegenheit bleibt auch nach dem Ausscheiden aus der Peko und aus dem Arbeitsvertrag bestehen.

### 3.7. Schlussbestimmungen

Das Reglement der Personalkommission der AZ Medien Gruppe stützt sich auf das am 1. Mai 1994 in Kraft gesetzte Bundesgesetz über die Information und die Mitsprache der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Betrieben (Mitwirkungsgesetz).

Reglementsänderungen bedürfen der Zustimmung der einfachen Mehrheit der Mitglieder der Personalkommission und können im Einvernehmen zwischen der Peko und der Unternehmensleitung jederzeit vorgenommen werden.

Der separate Anhang «Mitwirkungsrechte» gilt als integrierender Bestandteil dieses Reglements.

Dieses Reglement tritt mit der gegenseitigen Unterzeichnung in Kraft und ersetzt alle bisherigen Regelungen.

### 3.8 Mitwirkungsrechte

#### 3.8.1 Geltungsbereich

Die vorliegenden Mitwirkungsrechte sind in Übereinstimmung von Personalkommission und Unternehmensleitung abgeschlossen worden und sind Bestandteil des Reglements für die Personalkommission der AZ Medien Gruppe.

#### 3.8.2 Grundsätze

Mitwirkung ist Ausdruck der Partnerschaft von Arbeitgeber und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und soll die Zusammenarbeit und das gegenseitige Verständnis aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern.

#### 3.8.3 Formen der Mitwirkung

Die Mitwirkung wird einerseits durch die Tätigkeit der einzelnen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Arbeitsplatz (direkte Mitwirkung), andererseits stellvertretend für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch die Personalkommission (indirekte Mitwirkung) ausgeübt.

Die Unternehmensleitung anerkennt ausschliesslich die Personalkommission der AZ Medien Gruppe als Träger der indirekten Mitwirkung.

### 3.8.4 Indirekte Mitwirkung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die Mitwirkung der Personalkommission umfasst folgende drei Stufen:

**1. Stufe: Information**

Recht auf Information über alles, was zur Aufgabenerfüllung notwendig ist, sowie über Entscheide der Unternehmensleitung, welche die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreffen.

**2. Stufe: Mitsprache**

Recht, vor dem Entscheid der Unternehmensleitung Stellung zu nehmen und angehört zu werden (Aussprache). Der endgültige Entscheid liegt bei der Unternehmensleitung und wird begründet, falls er von der Auffassung der Personalkommission abweicht.

**3. Stufe: Mitentscheidung**

Recht, mit gleicher Stimme (paritätisch) mitzuentcheiden. Ein Entscheid kommt bei Übereinstimmung von Unternehmensleitung und Personalkommission zustande. Kann keine Einigung erzielt werden, darf der bisherige Zustand nicht zum Nachteil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geändert werden.

### 3.8.5 Mitwirkungsgebiete

**Unternehmenspolitik und Führung**

	Information	Mitsprache	Mitentscheid	
Vision, Leitbild, Unternehmenskultur, Führungsgrundsätze				
Organisationsstruktur, Betriebs-erweiterungen oder -einstellungen, Firmenzukäufe oder -verkäufe				
Wirtschaftliche Entwicklung, Geschäftsergebnis, grosse Investitionen, neue Technologien, Änderungen im Produktionsablauf				
Auswirkungen des Geschäftsganges auf Beschäftigung und Beschäftigte		<b>Art. 9 MwG</b>		
Betriebsübergang generell		<b>Art. 333a Abs. 1 OR</b>		
Betriebsübergang mit Massnahmen, welche die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreffen			<b>Art. 333a Abs. 2 OR</b>	

**Personelle Belange**

	Information	Mitsprache	Mitentscheid
Aus- und Weiterbildung als Folge einer Umstrukturierung oder neuer Technologien			
Lehrlingsausbildung			
Lohnsystem/Mitarbeiter/in-Arbeitsplatzbeurteilung: Wahl und Anwendung			
Mitarbeiterreglemente			
Interne Kommunikationsmittel			
Mitarbeiteranlässe			
Personalverpflegung			

**Arbeitsrechtliche und soziale Belange**

	Information	Mitsprache	Mitentscheid
Massenentlassung		Art. 335g OR	
Kurzarbeit, Sozialplan für ganze Bereiche			
Arbeitszeit und Pausen (Überzeit, Pausen, Schichten, Modelle)		Art. 48 ArG	
Abweichung von Arbeitszeitvorschriften			Art. 28 ArG
Verschiebung der Grenzen der Tagesarbeit bis 23 Uhr (bei 5-Tage-Woche)			Art. 10 Abs. 3, 34 Abs. 2 ArG
Gestaltung von Arbeitsplätzen bei der Umstrukturierung ganzer Bereiche			
Gesundheitsvorsorge, Wahl des Vertrauensarztes			
Arbeitssicherheit (Unfallverhütung)		Art. 82 Abs. 2 UVG	
Aufstellen einer Betriebsordnung für industrielle Betriebe	Art. 37 Abs. 4 ArG		

Juni 2005

Dieses Reglement ersetzt alle bisherigen Reglemente.

**Vorvertrag zur Zusammenarbeit in der Ausbildung und in der Werbeakquisition 4.12.07**

zwischen der Radio Argovia AG, Betreiberin von Radio Argovia, nachstehend Radio Argovia genannt  
 der TMT Productions AG, Betreiberin von Tele M1 und TeleTell, nachstehend TVs genannt  
 und der Regionalradio Aargaudio AG, Betreiberin von Kanal K, nachstehend Kanal K genannt

**Präambel**

Dieser Vertrag entstand in der Absicht, die wirtschaftliche und personelle Entwicklung von Radio Argovia und den TVs einerseits und den nicht-kommerziellen Charakter und die Bedeutung der Ausbildung angehender Medienschaffender bei Radio Kanal K andererseits dauerhaft zu sichern. Die Vertragspartner anerkennen gegenseitig ihre Tätigkeit und verstehen sie als komplementär.

- 1) Kanal K bietet in verschiedenen Formen die Möglichkeit, sich mit den Medien Radio und TV vertraut zu machen, radio- und fernsehjournalistische Erfahrung zu sammeln und die Grundlagen des Journalismus kennen zu lernen. Dieses Angebot richtet sich an die Öffentlichkeit und bevorzugt an Personen, die von Radio Argovia oder von den TVs bezeichnet werden. Die Beschreibung dieses Angebots bildet einen Bestandteil dieses Vertrags. Das Angebot kann im gegenseitigen Einverständnis der Geschäftsführer den Erfordernissen angepasst werden. Beilage „Ausbildungskonzept“.
- 2) Für die Dauer des Vertrags verzichtet Kanal K auf die Ausstrahlung von Werbung und Sponsoring. Ausgenommen davon sind
  - Eigenwerbung,
  - Medienpartnerschaften,
  - Werbung in anderen Medien (Webauftritt, Mitgliederzeitschrift) und
  - Sendungen, die in Zusammenarbeit mit Non-Profit-Organisationen entstanden sind, auch wenn ein Beitrag an die Produktion geleistet wird.
- 3) Zur Abgeltung der aus dem Vertrag entstehenden Verpflichtungen bezahlt Radio Argovia eine jährliche Pauschale von CHF 120'000.— zuzüglich MWST und aufgelaufene Teuerung gemäss Landesindex der Konsumentenpreise\* für die Beibehaltung des nicht-kommerziellen Charakters von Kanal K.
- 4) Weitere CHF 120'000.— zuzüglich MWST und aufgelaufene Teuerung gemäss Landesindex der Konsumentenpreise\* werden abgegolten zwecks personeller Entwicklung (Ausbildung) der Vertragspartner, und zwar wie folgt:
  - CHF 30'000.— von Radio Argovia
  - CHF 45'000.— von Tele M1
  - CHF 45'000.— von TeleTell

\*Die aufgelaufene Teuerung wird jährlich per 1. Januar aufgrund des Indexes vom November des Vorjahres festgelegt. Indexstand bei Vertragsabschluss ist jener vom November des Vorjahres (2007).
- 5) Die Bezahlung der Pauschale erfolgt halbjährlich, per 1. April für die erste Hälfte und per 1. Oktober für die zweite Jahreshälfte aufgrund der Rechnungstellung von Kanal K.
- 6) Bei Uneinigkeit über die Interpretation des Vertrages befinden zwei unabhängige Personen, die von den beiden Partnern im Konsens bestimmt werden, gemeinsam und abschliessend innert 30 Tagen.
- 7) Eine Vertragsstreitigkeit entbindet grundsätzlich nicht von der Einhaltung des Vertrags.

- 8) Der Vertrag beginnt am 1. Januar 2008, und dauert bis zum 31. Dezember 2013. Nach diesem Zeitpunkt verlängert er sich stillschweigend jeweils um ein Jahr, sofern er nicht spätestens bis zum 30. Juni des betreffenden Jahres von einer der beiden Parteien gekündigt wurde.
- 9) Der Vertrag wird hinfällig mit Ablauf der Konzession eines oder aller Partner bzw. bei Nichtkonzessionierung eines der Partner und wird neu verhandelt.
- 10) Der Vertrag wird als Vorvertrag abgeschlossen und kann durch die Partner der Konzessionsbehörde vorgelegt werden.
- 11) Der Vertrag wird in drei gleichlautenden Exemplaren erstellt und unterzeichnet, wobei je ein Exemplar an die Vertragspartner geht.

Aarau, den 4. Dezember 2007  
Radio Argovia AG

Aarau, den 4. Dezember 2007  
TMT Productions AG

Aarau, den 4. Dezember 2007  
Regionalradio Aargaudio AG



R. Baumgartner

P. Wanner



M. Berger

L. Weiss

## **Ausbildungskonzept für Tele M1 und Tele Tell; „Nachwuchsförderung“ bei Kanal K**

Kanal K bietet seit über 10 Jahren interessierten Personen eine dreimonatige Grundausbildung im Journalismus. Im Rahmen der Neukonzessionierung von Kanal K und Tele M1 und TeleTell wird eine Ausbildungszusammenarbeit festgeschrieben. Das Ziel ist eine professionelle Grundabklärung und -ausbildung von neuen Journalistinnen/VJs für Tele M1 und TeleTell durch Kanal K. Diese Ausbildungsleistung wird im Rahmen eines Vertrages durch einen Pauschalbetrag abgegolten.

### **Marktsituation**

Regional-TVs suchen regelmässig geeignetes Personal für die Redaktion und Moderation sowie als VJ. Da die Arbeitsbedingungen erfahrungsgemäss anspruchsvoll sind (u.a. Arbeitszeit) und der Lohn für gut ausgebildete Personen eher unterdurchschnittlich, ist ein Wechsel zu anderen Medien üblich und Nachwuchskräfte werden immer wieder neu gesucht. Zudem sind speziell jüngere und flexible Personen gefragt. Der Markt ist zeitweise nahezu ausgetrocknet.

### **TV-Interessierte**

Der Beruf des Fernsehjournalisten ist trotz neuer Medien sehr beliebt. Regional-TVs werden regelrecht mit Anfragen für Arbeitsplätze bombardiert. Allerdings sind viele dieser Anfragen mit falschen Vorstellungen verbunden. Erfahrungsgemäss melden sich Schulabgänger, die nur selten die nötige Allgemeinbildung und Reife mitbringen. Personen mit einer abgeschlossenen Lehre und dem Wunsch in die Medien einzusteigen haben oft eine falsche Vorstellung vom Berufsbild Journalist. AbgängerInnen von Fachhochschulen und Hochschulen fehlt in den meisten Fällen die nötige Praxis und Erfahrung. Eine weitere Interessentengruppe sind Personen (Anfang Dreissig), die beruflich umsatteln wollen, und sich eine gewisse Auszeit für die Chancenabklärung nehmen. Nur in seltenen Fällen ist dieses Vorhaben realistisch.

### **Situation Regional-TVs**

Den Regional-TVs fehlt die Zeit und Infrastruktur um die nötigen personellen Abklärungen zu treffen. Schnupperer und Nachwuchspersonal können nicht genügend eingearbeitet und ausgebildet werden. Training-on-the-Job birgt Gefahren für den Programmablauf eines Regional-TVs (und das Nachsynchronisieren von Beiträgen ist zeitaufwändig).

### **Lösung Grundausbildung bei Kanal K**

Dank der grossen Erfahrung von Kanal K kristallisieren sich meist bereits nach wenigen Ausbildungstagen die Schwachstellen der PraktikantInnen heraus. Diese werden kommuniziert und mit geeigneten Massnahmen angegangen. Speziell werden Belastbarkeit, Flexibilität, rasche Auffassungsgabe, speditives Arbeiten, Teamfähigkeit, gutes Auftreten, politische und kulturelle Kompetenz in der Region sowie Stimme/Dialekt überprüft.

Die PraktikantInnen bei Kanal K produzieren bereits in ihren ersten beiden Wochen Radiobeiträge, welche wirklich ausgestrahlt werden, was sehr motivierend wirkt. Das jugendliche Umfeld von Kanal K und die offene Kommunikation unterstützen die PraktikantInnen bei ihrer Arbeit. Die Festangestellten von Kanal K bringen die nötige Kenntnisse und Erfahrungen mit, den Praktikanten die gewünschte Unterstützung und aufbauendes Feedback zu bieten. Die Kurstage werden durch erfahrene Radiojournalisten und Kommunikationsspezialisten u.a. von anderen Radiostationen geleitet. Teilweise werden die Kurstage über „klipp&klang Radiokurse“ durchgeführt.

### **Erfahrungen von Kanal K**

In den letzten Jahren haben über Hundert Jugendliche die dreimonatige Ausbildung durchlaufen. Nur in Einzelfällen musste das Praktikum vorzeitig beendet werden. Bei einem Drittel zeigte sich eine gewisse Eignung, die aber für einen Einstieg bei einem Radio oder sonstigen Medien nicht hinreichend war. Diese Praktikas können durchaus als Erfolg verbucht werden, da somit die Aufgabe erfüllt wurde, die Chancen abzuklären. Ausserdem wurde die Einschätzung fast ausschliesslich von den betroffenen Personen selbst mitgetragen.

Ein Drittel hat sich entschlossen eine weiterführende Ausbildung im Medienbereich fertigzumachen oder aufzunehmen. Ein Drittel konnte erfolgreich zu anderen Medien (Radio, TV und Zeitungen) vermittelt werden. Verschiedene VJs mit Wurzeln bei Kanal K sind bei lokalen TV-Sendern und bei SF DRS tätig.

### **Spezifische Anforderungen**

Auf spezielle Wünsche von Tele M1 und TeleTell bezüglich Abklärungen, Inhalte und Information über den Ausbildungsstand oder Termine wird nach Möglichkeit eingegangen.

### **Das Praktikum bei Kanal K in Kürze**

<b>Voraussetzung</b>	journalistische Eignung, Wille in die Medienwelt einzusteigen, starke persönliche Motivation
<b>Ziel</b>	Chance für Anstellung bei einem anderen Medium (Tele M1, TeleTell) erhöhen
<b>Dauer</b>	in der Regel 3 Monate mit Start jeweils zum Quartalsanfang, ein Abbruch ist jederzeit möglich; nach einem Monat Praktikumszeit findet ein Eignungsgespräch statt
<b>Arbeitszeit</b>	flexibel, 5 Tage pro Woche (80-100%); Rahmen: 9.15 – 18.00 Uhr; Abend- und Wochenendeinsätze möglich, Kompensation und Ferientage in Absprache
<b>Grundkurs</b>	Kursprogramm in den ersten zwei Praktikumswochen <ul style="list-style-type: none"><li>• Technikeinführung</li><li>• Interview</li><li>• Gestalteter Beitrag</li><li>• Sendegestaltung</li><li>• Recherche, Redaktionsorganisation</li><li>• Sprache</li><li>• Moderation</li></ul>
<b>Kurse</b>	Aufbaukurse ein Tag pro Woche, jeweils dienstags (sowie ca. 3 Samstagkurse) <ul style="list-style-type: none"><li>• Einstieg Video</li><li>• Übungen vor und hinter der Kamera</li><li>• Nachrichtenredaktion</li><li>• Medienkonferenz</li><li>• Spezielle journalistische Darstellungsformen</li><li>• Digitales Schnittprogramm Audio/Video</li><li>• Atem- &amp; Sprechtechnik</li><li>• Moderation Fortgeschrittene Video</li><li>• Live-Übertragung</li><li>• Moderation von Magazinsendungen</li><li>• Moderation von Quiz und Talk-Sendungen</li><li>• Einzel-Coaching, Bewerbungs-CD</li></ul>
<b>Schnuppertage</b>	Besichtigungen und Kurzeinsätze bei Lokalradios oder Regional-TV-Stationen werden regelmässig durchgeführt
<b>Einsatzfelder</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kultur und Ausgeh-/Newsmagazin</li><li>• Schwerpunktsendungen</li><li>• Jugendredaktion</li></ul>



- Live-Übertragungen
  - Musiksendungen
- Fronddienst** Die PraktikantInnen übernehmen zusätzlich journalistische, organisatorische und Schulungsaufgaben für den Gesamtbetrieb
- Redaktionsadministration
  - Trouble-Shooting im Mitmachradio
  - PR-Aufgaben
  - Betreuung von Schulklassen/Gruppen
  - Projektarbeiten
- Externe Einsätze** tageweise und wochenweiser Einsatz bei Projekten
- Berichterstattung Filmtage, Open-Airs
  - Hörspielwoche
- Vorgesetzte** Kontaktpersonen
- Michael Berger, Geschäftsführer
  - André Schibli, Programmleiter
  - Sibylle Dickmann, Redaktionsleiterin
- Entgelt** keines; effektive Spesen nach vorheriger Absprache (Belege)
- Versicherungen** die PraktikantInnen sind gegen Berufsunfall versichert
- Zeugnis** nach Abschluss des Praktikums wird ein Zeugnis oder eine Praktikumsbestätigung ausgestellt



Verband Schweizer Privatradios  
Association of Swiss Private Radios

## Qualitätssicherung/Leistungsauftrag

### 1. Grundsätzliches Bekenntnis zum redaktionellen Qualitätssicherungssystem

Unter Punkt 3.2 und/oder 5b bekräftigen die Veranstalter im Gesuch die Absicht, dass sie das in der Ausschreibung geforderte Qualitätssicherungssystem einrichten werden und stellen dar, mit welchen Maßnahmen sie die Anforderungen umsetzen.

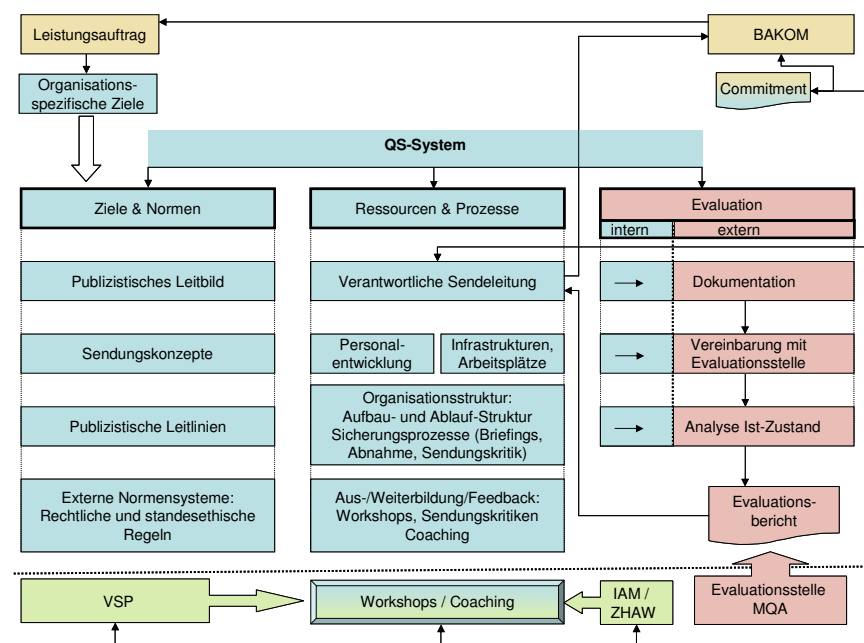
Der Gesuchsteller erkennt das Potenzial des redaktionellen Qualitätssicherungssystems für die Optimierung und ständige Verbesserung der redaktionellen Leistung. Der damit ausgelöste Selbstkontrollprozess macht transparent, inwiefern die am Leistungsauftrag (vgl. 3.2.) orientierten Qualitätsziele und Standards die redaktionelle Arbeit steuern und mit welchen präventiven, produktionsbegleitenden und korrektiven Maßnahmen in der Redaktion die Umsetzung der Ziele systematisch evaluiert wird. Qualitätsmanagement wird als Führungsinstrument aufgefasst, das die interne Feedbackkultur wesentlich prägt und in dem sich die Prozesse und Sicherungsmaßnahmen jeweils auf die Qualitätsziele beziehen.

Man kann erwähnen, dass der Veranstalter Mitglied des VSP ist und bei der Implementierung eines QS-Systems auf entsprechende Dienstleistungen des Bereichs "Qualitätssicherung" des Verbandes zurückgreifen kann. Zu diesen Dienstleistungen gehören auch Workshops, die der VSP in Zusammenarbeit mit einer vom Bakom anerkannten Qualitätssicherungsfirma wie beispielsweise des IAM der ZHAW organisieren wird und an denen der Veranstalter teilnehmen will.

### 2. QS-Modell

Das QS-Modell stellt die wesentlichen Bereiche und Instrumente dar, auf die im Prozess der redaktionellen Qualitätssicherung zurückgegriffen wird. Es beinhaltet auch diejenigen Faktoren, deren Tauglichkeit regelmäßig einer internen bzw. der externen Evaluation unterzogen wird.

Abbildung: Der Qualitätssicherungsprozess



## **2.1 Ziele und Normen**

Die Redaktion verfügt über ein transparentes Regelsystem, das in Form von einem 1) publizistischen Leitbild, in 2) Sendungskonzepten sowie 3) publizistischen Leitlinien (Handwerksregeln) zum Ausdruck gebracht wird. Die Verantwortung für diese Dokumente, deren Interpretation, Aktualisierung und die kommunikative Umsetzung ist personell geregelt. Zudem gibt es im Sender eine allen bekannte Ansprechperson für Zweifelsfälle in der Praxis. Die drei Dokumente werden allen Mitarbeitenden bei Stellenantritt vorgestellt. Sie gelten zudem als Orientierungshilfe bei Redaktionskonferenzen und Sendungskritiken bzw. in der internen Aus-/Weiterbildung.

### **2.1.1 Publizistisches Leitbild**

Das Publizistische Leitbild dient der strategischen Qualitätslenkung. Die darin zum Ausdruck gebrachte Qualitätsstrategie hält publizistische Qualitätsziele fest, die die im Leistungsauftrag (vgl. 3.2) formulierten Normen (z.B. relevante Informationen des lokal-regionalen Raums, Vielfalt etc.) als Grundwerte operationalisiert. Das Leitbild drückt das publizistische Selbstverständnis des Senders aus.

### **2.1.2 Sendungskonzepte**

In spezifischen Sendungskonzepten werden die Ziele und die Machart von Informationssendungen transparent gemacht. Die Konzepte orientieren sich am publizistischen Leitbild und dienen bei der Planung bzw. Kritik einzelner Sendungen als Referenz.

### **2.1.3 Publizistische Leitlinien und Checklisten**

Die Redaktion verfügt über spezifische publizistische Leitlinien, die erwartbar ethisch heikle Fälle (z.B. Umgang mit Suiziden, Interviews mit Kindern, Umgang mit Vermummten etc.) senderspezifisch oder auf externe Normen gestützt (z.B. Journalistenkodex, medienrechtliche Normen), regeln. Für die regelmäßig stattfindenden (z.B. monatlichen) Sendungskritiken zieht die Redaktion eine vom Redaktionsleiter entwickelte Q-Checkliste heran, welche die für die Redaktion geltenden Qualitätsgrundsätze in Anschlag bringt.

## **2.2 Ressourcen und Prozesse**

### **2.2.1 Gesamtverantwortung für den Q-Prozess**

Die Gesamtverantwortung für die Qualitätssicherung liegt bei der Leitung des Senders (z.B. Geschäftsleiter, Programmleiter, Sendeleiter). Diese aktualisiert (zusammen mit dem Redaktionsleiter, Programmleiter) regelmäßig die im Leitbild bzw. in den Sendungskonzepten festgehaltenen Qualitätsziele und setzt sich in der Redaktion für die Durchsetzung der Qualitätsphilosophie ein. Dabei kommen neben einer qualitätsorientierten Personalpolitik folgende Mittel zum Einsatz: Zielvereinbarungen, Qualifikationsgespräche, Feedbackgespräche etc. Die für die Redaktion geltende Qualitätsstrategie wird zudem in den Sendungs-Feedbacks regelmäßig in Erinnerung gerufen.

### **2.2.2 Mitarbeitende & Infrastruktur**

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

Die Redaktion verfügt über ein adäquates Redaktionssystem, das die Rückverfolgbarkeit von Beiträgen sicherstellt. Die Redaktion hat Zugriff auf eine Agentur (z.B. SDA). Ein Archivsystem unterstützt die qualitätsorientierte Vorbereitung bzw. die Recherche.

### **2.2.2 Sicherungsprozesse**

Die Redaktion legt Wert auf die inhaltliche Planung von Sendungen und Beiträgen. Die regelmäßig stattfindende (z.B. tägliche) Redaktionskonferenz wird für diese Planung eingesetzt. In der Regel werden regionale Beiträge während den drei Hauptsendezeiten (morgens, mittags, abends) mit einem Vorgesetzten vorbesprochen oder innerhalb des Redaktionsteams vor der Ausstrahlung abgenommen. Dies ist in Live-Situationen nicht möglich. Es erfolgt aber in der Regel nach jeder Sendung der drei Hauptsendezeiten ein Feedback unter Arbeitskollegen oder durch den Vorgesetzten.

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

### **2.2.3 Ausbildung und Feedback**

Die Redaktion ermöglicht es den Mitarbeitenden, regelmäßig an internen und externen Kursen (z.B. MAZ, externe Coachs und Trainer etc.) teilzunehmen. Besonderes Augenmerk wird auf die Ausbildung und Einarbeitung von neuen Mitarbeitern und Volontären gelegt. Auch die regelmäßig stattfindenden Sendungskritiken (monatlich) sind als Teil der Weiterbildung im Radio zu verstehen. An diesen Sitzungen bespricht die Redaktionsleitung ausgewählte Beiträge mit den Redaktionsmitgliedern. Die Kritiken werden verschriftlicht und allen Mitarbeitenden (auch nicht anwesenden) zugänglich gemacht. Mitarbeitende haben zudem die Möglichkeit während der Herstellung eines Beitrages bei Schwierigkeiten einen Vorgesetzten oder Coach oder „Paten“ anrufen. Feedback aus dem Publikum (Mail, Gästebuch, Telefone etc.) wird ernst genommen und weiterverarbeitet.

(Optionale Idee) In unregelmäßigen Abständen nehmen ausgewählte Publikumsvertreter an einer Redaktionssitzung teil und kritisieren als Aussenstehende eine Sendung. Das Feedback wird intern diskutiert. Generell fließen die Erkenntnisse in die Qualitätssicherung ein und helfen die Leitlinien zu aktualisieren.

Der Gesuchsteller verfügt über beschränkte Mittel für die Durchführung adäquater Publikumsforschung. Es werden aber die zurzeit vorhandenen Daten analysiert und entsprechende Schlussfolgerungen für das Programm gemacht.

## **2.3. Evaluation**

Die Evaluation der qualitätssichernden Maßnahmen durch eine vom Bakom anerkannte und durch den Veranstalter frei wählbare Evaluationsstelle wird als wesentlicher Bestandteil des QS-Systems anerkannt. Die Bereitstellung von Dokumenten bzw. die Gespräche mit den Assessoren sind ebenfalls als Teil der organisationsinternen Bemühungen um Qualitätssicherung aufzufassen und zu würdigen. Zudem konzipiert der VSP zusammen mit Prof. Dr. Wyss des IAM der ZHAW einen Workshop, der die Veranstalter für die anstehende Evaluation fit machen soll. Der Gesuchsteller wird an diesem Workshop teilzunehmen.



## REDAKTIONSSTATUT

### § 1 Präambel

Das Redaktionsstatut hält die Grundsätze fest, nach denen die Redaktion von Tele M1 über das aktuelle Geschehen und die Menschen aus dem Mittelland und der übrigen Welt berichtet.

Weiter regelt es die Grundsätze der Zusammenarbeit innerhalb der Redaktion Tele M1.

Das Redaktionsstatut gilt für alle bei Tele M1 tätigen Redaktorinnen und Redaktoren (alle Redaktionsstufen, Festangestellte und freie Mitarbeitende). Diese werden im Folgenden als RedaktorInnen bezeichnet.

### § 2 Publizistische Grundhaltung

Tele M1 ist ein überparteiliches Regionalfernsehen. Tele M1 orientiert sich am freiheitlich-demokratischen Gedankengut und berichtet unabhängig von politischen, wirtschaftlichen, religiösen, sozialen, kulturellen oder anderen Interessengruppen im Sinne der Informationspflicht gegenüber den Zuschauerinnen und Zuschauern.

Das publizistische Schwergewicht von Tele M1 liegt im regionalen und kantonalen Bereich. Zusätzlich werden Themen aus der übrigen Schweiz und der restlichen Welt gemäss der entsprechenden Relevanz behandelt. Die Hauptaufgabe der Redaktion besteht darin, das Publikum aus dem Mittelland über das Geschehen in ihrer Region zu informieren und zu unterhalten.

### § 3 Themenwahl

Die Themenwahl erfolgt – ausgerichtet auf das Versorgungsgebiet – nach folgenden Hauptkriterien: Relevanz, Publikumsinteresse, Regionalbezug, Aktualität, Emotionalität, Bild-Wert und Themen-Mix.

Tele M1 bekennt sich zur kulturellen, politischen und gesellschaftlichen Vielfalt des Sendegebietes. Die relevanten redaktionellen Inhalte der Sendungen werden auf die verschiedenen Eigenheiten innerhalb des Sendegebietes aufbereitet.

### § 4 MitarbeiterInnen

Die Mitglieder der Tele M1-Redaktion sind unabhängig von politischen Parteien und Verbänden. Allfällige Interessenbindungen und Mandate legen sie offen. Die Aufgaben sowie die Rechte und Pflichten der Tele M1-Redaktorinnen und –Redaktoren sind in den entsprechenden Stellenbeschrieben und im Pflichtenheft definiert.



Die RedaktorInnen halten sich bei der Berichterstattung an die Wahrheit und das Recht der Öffentlichkeit, diese unverfälscht zu erfahren. Kommentare und persönliche Meinungen werden nur bekannt gegeben, wenn diese im Beitrag klar als solche deklariert sind und in Absprache mit der Chefredaktion erfolgen.

Die RedaktorInnen bedienen sich bei der Beschaffung von Informationen, Bildern, Tönen und Dokumenten keinen unlauteren Methoden (Gesetzesverstösse, Plagiate etc.). Bei übernommenen Dritt-Informationen wird die Quelle – wenn immer nötig – zitiert.

Die RedaktorInnen respektieren die Menschenwürde. Die Grenzen der Berichterstattung in Text und Ton über Kriege, terroristische Akte, Unglücksfälle und Katastrophen liegen dort, wo das Leid der Betroffenen und die Gefühle der Angehörigen nicht respektiert werden.

#### **§ 5 Qualitätskontrolle**

Die tägliche Redaktionsarbeit wird sorgfältig auf deren Richtigkeit und den für Tele M1 geltenden Qualitätsansprüchen überprüft. Jede Berichterstattung wird von mindestens 3 Personen (Redaktor, Sendeleiter, Techniker) kontrolliert, bevor sie ausgestrahlt wird. Die Qualitätskontrolle ist in einem separaten Dokument definiert und muss strikte eingehalten werden. Die RedaktorInnen erhalten für ihre tägliche Arbeit ein regelmässiges Feedback.



## Qualitätssicherung Ablaufschema Sondersendungen

### Sondersendungen «AKTUELL 12:00 Uhr»

#### Grundsätzlich

- Über die Ausstrahlung von Sondersendungen und deren Ausstrahlungszeit entscheidet die **Chefredaktion** in Absprache mit der **Leitung Technik in Aarau**.
- Zuständig für den reibungslosen Ablauf der Sendung sind der **CvD (Tageschef)**, der **Teamleiter Technik Luzern** und der **P1 in Aarau**.
- Eine Sondersendung muss **verstärkt** und **speziell kommuniziert** werden (Radiospots, Laufschrift, Internet).

#### Zeitlicher Ablauf und Aufträge

Zeit	Thema	Zuständig
09:30 Uhr	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CR und Chef-Technik entscheiden über eine Sondersendung auf 12:00 Uhr.</li> <li>- Absprache/Information CR Tele M1</li> <li>- Alle Mitarbeiter/innen vor Ort werden in einer kurzen Sitzung informiert.</li> <li>- Rundmail zur Information an alle MitarbeiterInnen</li> </ul>	CR/CT  CvD CvD CvD
09:30 – 10:00 Uhr	Personal aufbieten: <ul style="list-style-type: none"> <li>- ModeratorIn: auf spätestens 10:30 Uhr</li> <li>- Cut 1 und Cut 2: auf spätestens 10:30 Uhr</li> <li>- P1 und P2: auf spätestens 11 Uhr</li> </ul> Aufträge verteilen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Newsdesk Aarau: schaltet Laufschrift auf</li> <li>- Newsdesk Aarau: erstellt ab 11 Uhr Sendeablauf</li> <li>- Mathilde: bucht Radiospots</li> <li>- Moderation: Radiospot erstellen</li> <li>- Newsdesk Luzern: aktualisiert TeleText</li> <li>- Mirjam/Newsdesk Luzern: aktualisiert Homepage</li> </ul>	CR /(CRM1) TL Technik CT CvD



## Qualitätssicherung Ablaufschema Sondersendungen

10:30 Uhr	Moderationstexte, Schlagzeilen abgeliefert	CvD
11:00 Uhr	Kontrolle Radiospot	CvD
11:00 – 11:30 Uhr	Aufzeichnung Modis	Modi/P1
11:30 – 11:50 Uhr	Einlesen der Beiträge	Modi/P1
Nach der Sendung	Feedback/Manöverkritik, Vorbereitungen Abendsendung	CR/TLT/CvD

### Bemerkung:

Wenn schon am Vortag vor 23 Uhr entschieden wird, dass es eine Sondersendung gibt  
→ Zeitung für einen redaktionellen Hinweis und/oder Inserat kontaktieren.

### Geht an:

- Alle MitarbeiterInnen TeleTell → zur Information
- Alle CvDs → als Checkliste in den persönlichen Ordner

September 2007 / Ernst Meier, CR TeleTell



## Verbreitungsgebiet Tele M1 NEU

Regionale Fernsehveranstalter mit Gebührenanteil: Planung der Versorgungsgebiete

### Region 8 Aargau - Solothurn

Konzession: mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil

Versorgungsgebiet: Kantone Aargau und Solothurn; Bezirke Wangen, Aarwangen (BE), Willisau, Sursee (LU), Dielsdorf und Dietikon (ZH)

Habitants/Einwohner: 1'113'365

