

ANHANG

Liste der Beilagen Konzessionsgesuch Radio BE1

- 001) BE1 Handelsregister-Auszug Radig AG Bern
- 002) BE1 Statuten der Radig AG: Scannen
- 003) BE1 Pflichtenheft Geschäftsführer
- 004) BE1 Pflichtenheft Programmleiter
- 005) BE1 Pflichtenheft Redaktionsleiter
- 006) BE1 Pflichtenheft Moderationsleiter
- 007) BE1 Pflichtenheft Redaktion
- 008) BE1 Pflichtenheft Sport-Koordinator
- 009) BE1 Pflichtenheft Moderation
- 010) BE1 Pflichtenheft Musikredaktion
- 011) BE1 Pflichtenheft Promo/Web/PR
- 012) BE1 Pflichtenheft Verkaufs-, Marketing- und Administrationsleitung
- 013) BE1 Pflichtenheft Marketing-Verantwortliche
- 014) BE1 Pflichtenheft Media-BeraterInnen
- 015) BE1 Pflichtenheft Disposition
- 016) BE1 Pflichtenheft Buchhaltung
- 017) BE1 Pflichtenheft Empfang/Sekretariat
- 018) BE1 Pflichtenheft IT & Technik
- 019) BE1 Pflichtenheft VolontärInnen
- 020) BE1 Kopie Aktienbuch (vgl. Ziffer 7)
- 021) **VERTRAULICH!** BE1 Erfolgsrechnung & Bilanz der Radig AG
- 022) **VERTRAULICH!** BE1 Geschäftsbericht Radig AG
- 023) BE1 Handelsregisterauszug Ringier scannen
- 024) BE1 Handelsregisterauszug PubliGroupe
- 025) BE1 Organigramm Ringier AG Holding
- 026) BE1 Organigramm Ringier AG Schweiz
- 027) BE1 Geschäftsbericht 2006 Ringier AG
- 028) BE1 Geschäftsbericht 2006 Publigroupe SA
- 029) BE1 Kennzahlen 2006 PubliGroupe SA
- 030) BE1 Organigramm PubliGroupe (Verwaltungsrat & Management)
- 031) BE1 Beispiele für HörerInnen-Events
- 032) BE1 CD mit Ausschnitten aus dem Programm von Radio BE1
- 033) **VERTRAULICH!** BE1 Auszug aus der Hörerstudie 2007: Sender-Images
- 034) BE1 Sprechtechnik-Ausbildungsbuch 'Reden am Radio'
- 035) BE1 Handout 'Basic Sprachgebrauch'
- 036) BE1 Handout 'Berndeutsch'
- 037) BE1 Leitbild Radio BE1
- 038) BE1 Journalistisches Credo von Radio BE1
- 039) **VERTRAULICH!** BE1 PublizistischesKonzept Ringier
- 040) **VERTRAULICH!** BE1 Code of Conduct (Ringier)
- 041) **VERTRAULICH!** BE1 Redaktions-Stylebook
- 042) **VERTRAULICH!** BE1 Moderations-Stylebook
- 043) **VERTRAULICH!** BE1 Newskonzept
- 044) BE1 Exemplarisches Beispiel Nachrichten
- 045) BE1 Exemplarisches Beispiel Info-Gespräch (Crew-Talk)

- 046) BE1 Weisung der Geschäftsleitung zum Umgang mit Kindersuizid und Familienauslöschungen
- 047) BE1 Feedback-Formular
- 048) BE1 Formular für MitarbeiterInnengespräche Programm
- 049) BE1 Redaktionsstatut von Radio BE1
- 050) BE1 Dienstplan (mit Pikett-Diensten)
- 051) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Montag
- 052) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Dienstag
- 053) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Mittwoch
- 054) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Donnerstag
- 055) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Freitag
- 056) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Samstag
- 057) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Sonntag
- 058) BE1 Checkliste für Briefings
- 059) BE1 Aircheck Beispiel Moderation
- 060) BE1 Aircheck Beispiel Redaktion
- 061) BE1 Formular für die verschriftlichte Sendungskritik
- 062) BE1 Standard-Arbeitsbedingungen für Mitglieder des Verbandes Schweizer Privatrado (VSP), Télésuisse und SCHWEIZER PRESSE (CHP)
- 063) **VERTRAULICH!** BE1 Das Personalhandbuch der Radig AG
- 064) BE1 Muster-Arbeitsvertrag Programmschaffende
- 065) BE1 Muster-Arbeitsvertrag VolontärInnen
- 066) BE1 Reglement und Wahlreglement der Personalkommission
- 067) **VERTRAULICH!** BE1 Code of Conduct (Ringier)
- 068) BE1 Einarbeitungs- Aus- und Weiterbildungskonzept Radio BE1
- 069) BE1 Muster Ausbildungsplan neue MitarbeiterInnen Programm & Verkauf
- 070) BE1 Kursprogramm für die interne Aus- und Weiterbildung
- 071) BE1 Unterstützung von Weiterbildungskonzept der Radig AG
- 072) BE1 Verhalten bei ausserordentlichen Situationen FR
- 073) BE1 Verhalten bei Pannen und Sendeausfällen FR
- 074) **VERTRAULICH!** BE1 Revidierter Jahresabschluss 2006: Scannen
- 075) **VERTRAULICH!** BE1 Bilanz per Ende Oktober 2007
- 076) **VERTRAULICH!** BE1 Investitions- und Abschreibungsplan
- 077) **VERTRAULICH!** BE1 Planerfolgsrechnung inklusive Quartalsaufteilung
- 078) **VERTRAULICH!** BE1 Planbilanz Radig AG
- 079) **VERTRAULICH!** BE1 Geldflussrechnung Fonds flüssige Mittel Radig AG
- 080) **VERTRAULICH!** BE1 Geldflussrechnung Cash Flow Radig AG
- 081) **VERTRAULICH!** BE1 Ertragsberechnung Fünfjahresplan: FR
- 082) **VERTRAULICH!** BE1 Kennzahlen-Übersicht
- 083) BE1 Liste der Dokumente zur Qualitätssicherung: FR
- 084) BE1 Geschäftsbedingungen der Radig AG
- 085) **VERTRAULICH!** BE1 Letter of intent der Radio Z AG an das Bakom
- 086) BE1 Liste der Kabelnetzfrequenzen von Radio BE1 und der Kabelnetzanbieter
- 087) BE1 Netzbeschrieb Bakom
- 088) BE1 Übersicht Sendestandorte
- 089) BE1 Diagramm Sender Bantiger: Scannen
- 090) BE1 Diagramm Sender Schönbühl-Urtenen: Scannen
- 091) BE1 Diagramm Sender Belpberg-Furen: Scannen
- 092) **VERTRAULICH!** BE1 Offerte Tunnelversorgung Brünnettunnel
- 093) **VERTRAULICH!** BE1 Offerte Wartungsvertrag Tunnelversorgung Brünnettunnel

- 094) **VERTRAULICH!** BE1 Bestellung Tunnelversorgung Brünnentunnel
- 095) BE1 UKW Feldstärkenprognose für den Senderstandort 'Röduberg'
- 096) BE1 Übersicht der alten und neuen Senderstandorte
- 097) BE1 UKW Feldstärkenprognose der neu geplanten Senderstandorte
- 098) BE1 Wartungsvertrag Bantiger mit Capital FM
- 099) **VERTRAULICH!** BE1 Informationen für Havariemassnahmen (Sumatronic)
- 100) **VERTRAULICH!** BE1 Signalverbesserung auf dem Bantiger mit dem Optimod (Messungen)

Pflichtenheft Geschäftsleiter ('Geschäftsführer')

1) Unterstellung / Führungsverantwortung

Der Geschäftsleiter (GL) ist direkt dem Verwaltungsrat unterstellt und ist die direkte Ansprechperson für dieses Gremium.

Der GL trägt die Gesamtverantwortung für alle Belange der Radig AG und von Radio BE1, in finanzieller, organisatorischer und publizistischer Hinsicht. Der GL ist gegenüber den Angestellten der Radig AG weisungsbefugt.

Der GL bildet zusammen mit den AbteilungsleiterInnen die EGL (Erweiterte Geschäftsleitung).

Die EGL ist befugt, alle Entscheidungen zu treffen, welche notwendig sind, um die Strategien des Verwaltungsrats umzusetzen.

Der GL hält sich bei seiner Tätigkeit an das vom Verwaltungsrat verabschiedeten Leitbilds und ist verantwortlich für dessen Umsetzung im Betrieb.

Der GL ist unterschreibungsberechtigt zu zweit (allein unterschreibungsberechtigt nur bei der Bank bis Fr. 5'000.-).

2) Tätigkeitsbereiche

2.1 Führung / Personalverantwortung

Der GL leitet personell das Führungsteam und koordiniert dessen Arbeit.

Der GL koordiniert die Arbeit der verschiedenen Abteilungen.

Der GL ist verantwortlich für die Personalbelange (Bewerbungsgespräche, Einstellungen, Entlassungen, Verträge, Zeugnisse, Kontakte zur Personalvorsorge und Versicherungen, etc.)

Der GL erstellt die Pflichtenhefte aller MitarbeiterInnen.

Der GL ist Ansprechpartner für Personalkommission und direkt für MitarbeiterInnen, die mit ihren direkten Vorgesetzten Probleme haben.

Der GL ist verantwortlich für die Einhaltung der Hausordnung und der Weisungen der Geschäftsleitung.

Der GL ist der direkte Vorgesetzte der Abteilung Technik und führt diese fachlich und personell.

Der GL bereitet die Sitzungen der EGL vor und leitet diese; er verfasst dazu das Protokoll.

Der GL bereitet die Sitzungen des Verwaltungsrats vor.

Der GL bereitet die Teamsitzungen vor und leitet diese.

2.2 Finanzielles

Der GL trägt die Gesamtverantwortung für die Finanzen.

Der GL ist verantwortlich für die Ausarbeitung, Umsetzung und Einhaltung der Budgets und Mittelfristplanungen.

Der GL kontrolliert und genehmigt die Monatsabschlüsse und verfasst dazu die monatlichen Kommentare.

2.3 Radiobetrieb

Der GL erarbeitet zusammen mit der EGL die Programmkonzepte und setzt diese um.

Der GL ist verantwortlich für die Einhaltung des vom Verwaltungsrat beschlossenen publizistischen Konzepts und des Code of Conduct, der rechtlichen Vorschriften und der journalistischen Ethik.

Insbesondere ist er verantwortlich für die Trennung von Programm und Werbung.

Der GL ist verantwortlich für das technische Funktionieren des Betriebs.

Der GL ist verantwortlich für die Optimierung der technischen Empfangbarkeit des Radios.

Der GL ist verantwortlich für die Kontakte zu den Beraterfirmen und koordiniert mit diesen die Hörerstudien und Musiktests.

2.4 Marketing/Werbung

Der GL ist zusammen mit der entsprechenden Abteilungsleitung verantwortlich für die Erarbeitung und Umsetzung des Marketing-Konzepts.

Der GL ist verantwortlich für das Erscheinungsbild und das Image von Radio BE1.

Der GL vertritt die Radig AG und Radio BE1 als Vertreter bei den Sitzungen der Werbepools.

2.5 Kontakte nach Aussen

Der GL ist verantwortlich für die Pflege der Kontakte zu Radioverbänden, zu den konzessionsgebenden Behörden, zu den anderen Radios, zu Werbekunden, Werbe-Agenturen und Vermittlern, Lieferanten, etc.

Der GL ist Vertreter der Radig AG im DAB-Konsortium, in den Firmen Mediacast, mediasense etc.

Der GL sitzt ein im Vorstand des Verbands Schweizer Privatradios und ist Stiftungsratsmitglied der Hörerforschungs-Stiftung Mediapulse.

Der GL übernimmt Repräsentationsaufgaben und vertritt Radio BE1 bei öffentlichen und privaten Anlässen.

2.6 Diverses

Je nach Können übernimmt der GL in Notfällen oder bei Bedarf Pikett-Dienste.

Der GL erledigt die GL-Korrespondenz und führt in seinem Büro die Ablage.

Radio BE1

Pflichtenheft ProgrammleiterIn

1. Unterstellung / Weisungsbefugnis

- Die/der Programm-LeiterIn ist direkt der Geschäftsleitung unterstellt.
- Sie/er ist weisungsbefugt gegenüber den Programm-MitarbeiterInnen.

2. Verantwortlichkeit

- Sie/er ist verantwortlich für die Abteilungen Moderation & Redaktion.
- Sie/er unterstützt die GL bei der Umsetzung des BE1-Konzepts.
- Sie unterstützt die GL bei der Entwicklung und Evaluation von neuen Geschäftsmodellen und Einnahmequellen.

3. Tätigkeitsbereich Programm

- Sie/er setzt mit den Programm-MitarbeiterInnen das BE1-Leitbild und die programmlichen Weisungen der Geschäftsleitungen um.
- Sie/er unterstützt und überwacht das Team der Programm-MitarbeiterInnen bei der Präsentation und Gestaltung des Programms
- Sie/er kontrolliert die Umsetzung des Musikkonzeptes

4. Tätigkeitsbereich Koordination

- Sie/er konzipiert und koordiniert
Programm-Abläufe,
Content,
Arbeitspläne,
Trailerproduktionen,
Besuche von Medienkonferenzen
Interviews
Spiele.
- Sie/er besorgt mindestens einmal wöchentlich das Agenda-Setting für die kommenden Wochen (= inhaltliche Planung der vorhersehbaren Ereignisse und entspr. Berichte, Anreisen von Geschichten und Vorbereitung der entsprechenden Kontakte).
- Sie/er koordiniert die Zusammenarbeit zwischen Programm und Verkauf / Technik.
- Sie/er koordiniert mit dem Verkauf die Ausseneinsätze, Spiele und Aktionen von Radio BE1.
- Sie/er unterstützt den Verkauf bei Verhandlungen mit Kunden.

5. Tätigkeitsbereich Administration

- Sie/er ist verantwortlich für die Einsatz- und Arbeitspläne.
- Sie/er leitet die monatliche Programm-Sitzung.

6. Tätigkeitsbereich Bereich Personal

- Sie/er macht regelmässige Airchecks mit den Programm-MitarbeiterInnen.
- Sie/er macht Vorschläge und entscheidet mit bei der Neu-Einstellung / Kündigung von Programm-MitarbeiterInnen.
- Sie/er vertritt die Interessen des Programms gegenüber der GL.
- Sie/er kontrolliert den Ausbildungsstand der Programm-MitarbeiterInnen.
- Sie/er ist selber tätig im Bereich Ausbildung.
- Sie/er erarbeitet Vorschläge zuhanden GL für Massnahmen im Ausbildungsbereich.

- Sie/er erstellt den Ausbildungsplan für neue Programm-MitarbeiterInnen und koordiniert die Ausbildung.

Dieses Pflichtenheft ist Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Pflichtenheft AbteilungsleiterIn Information

1. Unterstellung / Weisungsbefugnis

- Die/der LeiterIn Info ist direkt der Geschäftsleitung unterstellt
- Sie/er ist weisungsbefugt gegenüber den Mitgliedern der Abteilung Info

2. Verantwortlichkeit

- Sie/er ist verantwortlich für die Abteilung Info.
- Sie/er unterstützt die GL bei der Umsetzung des RFB/BE1-Konzepts

3. Tätigkeitsbereich Programm

- Sie/er setzt mit dem Team das RFB/BE1-Leitbild im Bereich der Abt. Information um
- Sie/er unterstützt und überwacht das Informationsteam bei der Präsentation und Gestaltung der Informationssendungen
- Sie/er kontrolliert die Umsetzung des Informations-Konzepts
- Sie/er ist selber zu 60% als RedaktorIn tätig
- Sie/er setzt Arbeitsgruppen ein zur Erstellung von Konzepten für und zur Betreuung von Sondereinsätzen, etc.

4. Tätigkeitsbereich Koordination

- Sie/er trifft sich täglich mit der/dem TagesredaktorIn, der Moderation und dem Verkauf zu einer Koordinations-Sitzung.
- Sie/er besorgt das Agenda-Setting für die kommenden Tage/Wochen (= inhaltliche Planung der vorhersehbaren Ereignisse und entspr. Berichte, Anreissen von Geschichten und Vorbereitung der entsprechenden Kontakte).
- Sie/er koordiniert insbesondere
Inhalte der Informations-Sendungen
Arbeitspläne
allfällige Trailerproduktionen
Interviews
- Sie/er koordiniert die Zusammenarbeit zwischen Abt. Information und Verkauf / Moderation / Technik

5. Tätigkeitsbereich Administration

- Sie/er ist verantwortlich für die Einsatz- und Arbeitspläne
- Sie/er leitet die wöchentliche Abt. Informations-Sitzung

6. Tätigkeitsbereich Bereich Personal/Qualitätskontrolle

- Sie/er wird angehört bei der Neu-Einstellung / Kündigung von RedaktorInnen
- Sie/er vertritt an den täglichen Koordinations-Sitzungen die Belange der Abt. Information
- Sie/er vertritt die Interessen der RedaktorInnen gegenüber der GL
- Sie/er kontrolliert den Ausbildungsstand des Abt. Informationsteams
- Sie/er ist selber tätig im Bereich Ausbildung
- Sie/er erarbeitet Vorschläge zuhanden GL für Massnahmen im Ausbildungsbereich
- Sie/er erstellt den Ausbildungsplan für neue RedaktorInnen und koordiniert die Ausbildung
- Sie/er macht regelmässige Sendungsanalysen und -kritik mit den RedaktorInnen
- Sie/er kontrolliert (z.T. zusammen mit der Geschäftsleitung) die air-checks der einzelnen RedaktorInnen

Dieses Pflichtenheft ist Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Radio BE1

Pflichtenheft LeiterIn Moderation

1. Unterstellung / Weisungsbefugnis

- Die/der LeiterIn Moderation ist direkt der Geschäftsleitung unterstellt
- Sie/er ist weisungsbefugt gegenüber den Mitgliedern der Abteilung Moderation

2. Verantwortlichkeit

- Sie/er ist verantwortlich für die Abteilung Moderation.
- Sie/er unterstützt die GL bei der Umsetzung des BE1-Konzepts

3. Tätigkeitsbereich Programm

- Sie/er setzt mit dem Moderationsteam das BE1-Leitbild im Bereich Moderation um
- Sie/er unterstützt und überwacht das Moderationsteam bei der Präsentation und Gestaltung des Programms
- Sie/er kontrolliert die Umsetzung des Musikkonzeptes
- Sie/er ist nach Bedarf selber als ModeratorIn tätig
- Sie/er setzt Arbeitsgruppen ein zur Erstellung von Konzepten für Programmteile, Spiele, etc.

4. Tätigkeitsbereich Koordination

- Sie/er trifft sich täglich mit RedaktionsleiterIn und VerkaufsleiterIn zu einer kurzen Koordinations-Sitzung
- Sie/er konzipiert und koordiniert
 - Programm-Abläufe
 - Arbeitspläne
 - Trailerproduktionen
 - Interviews
 - Spiele
- Sie/er koordiniert die Zusammenarbeit zwischen Moderation und Verkauf / Redaktion / Technik
- Sie/er koordiniert mit dem Verkauf die Ausseneinsätze, Spiele und Aktionen von Radio BE1
- Sie/er unterstützt den Verkauf bei Verhandlungen mit Kunden vom Programm her

5. Tätigkeitsbereich Administration

- Sie/er ist verantwortlich für die Einsatz- und Arbeitspläne
- Sie/er leitet die monatliche Moderations-Sitzung

6. Tätigkeitsbereich Bereich Personal/Qualitätskontrolle

- Sie/er macht Vorschläge und wird angehört bei der Neu-Einstellung / Kündigung von ModeratorInnen
- Sie/er vertritt an den Koordinations-Sitzungen die Belange der ModeratorInnen
- Sie/er vertritt die Interessen der ModeratorInnen gegenüber der GL
- Sie/er kontrolliert den Ausbildungsstand des Moderationsteams
- Sie/er ist selber tätig im Bereich Ausbildung
- Sie/er erarbeitet Vorschläge zuhanden GL für Massnahmen im Ausbildungsbereich
- Sie/er erstellt den Ausbildungsplan für neue ModeratorInnen und koordiniert die Ausbildung
- Sie/er macht regelmässige Sendungsanalysen und -kritik mit den ModeratorInnen
- Sie/er kontrolliert (z.T. zusammen mit dem Geschäftsführer) die air-checks der einzelnen ModeratorInnen

Dieses Pflichtenheft ist Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Rechte und Pflichten **der BE1-RedaktorInnen**



(M.Freiburghaus, 0703)

Dieses Pflichtenheft ersetzt nicht den Gebrauch des gesunden Menschenverstands. Die MitarbeiterInnen verhalten sich im Zweifelsfall so, wie wenn das Radio ihnen persönlich gehören würde, bzw. wie wenn sie persönlich haftbar wären.

Diese Pflichtenheft ist integrierter Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Rechte der BE1-RedaktorInnen

Die RedaktorInnen haben das Recht auf ein jährliches Förder-/Beurteilungsgespräch mit der Abteilungs- und Geschäftsleitung.

Die RedaktorInnen können einmal jährlich ihre Vorgesetzten beurteilen.

Auf die Dienstplan- und Ferien-Wünsche der RedaktorInnen wird von der Abteilungsleitung so weit wie möglich eingegangen.

Die RedaktorInnen haben ein Anrecht darauf, dass die Abteilungs- und/oder Programmleitung regelmässig ihre Air-Checks abhört und Feedback gibt.

Die RedaktorInnen haben ein Anrecht auf vom Radio angebotene Weiterbildung.

Die RedaktorInnen dürfen sich für Konzerte und andere kulturelle Veranstaltungen akkreditieren lassen und können diese gratis besuchen.

Pflichten der BE1-RedaktorInnen

Grundsatz

Die Redaktion ist verantwortlich für Nachrichten, Sport, politische Sondersendungen (z.B. Wahlen, Abstimmungen, etc.), Die Redaktion bietet den HörerInnen Informations-Service im Zusammenhang mit tagesaktuellen Themen.

Die MitarbeiterInnen der Abteilung Information sind sich bewusst, dass das Verhältnis zwischen Form und Inhalt stimmen muss. Zum grundlegenden Inhalt einer Radiomeldung gehört, dass sie "vernommen werden will", d.h. dass die HörerInnen sie aufnehmen können und wollen. Die (geschriebene und gesprochene) Form der Meldungen und Beiträge muss deshalb für die HörerInnen attraktiv, "sinnlich", spannend etc. sein.

Weisungsbefugnisse

Die RedaktorInnen sind der Redaktionsleitung unterstellt ; sie haben die Weisungen der Redaktions- und Geschäftsleitung zu befolgen. Eine Sammlung der gültigen Weisungen findet man im Personalhandbuch. Die RedaktorInnen sind verpflichtet, redaktionelle Inhalte gemäss Weisung der Redaktions- oder Geschäftsleitung umzusetzen.

Unterstützung der Abteilungs- und Geschäftsleitung

Die MitarbeiterInnen sind verpflichtet, die Abteilungs- und Geschäftsleitung in deren Arbeit zu unterstützen; sie können bei Bedarf für diesbezügliche Arbeiten herangezogen werden.

Aussenauftritte

Die RedaktorInnen sind verpflichtet, an der Planung, Durchführung und Nachbereitung von Aussenauftritten aktiv teilzunehmen; RedaktorInnen vertreten Radio BE1 gegen aussen - sie treten bei öffentlichen Anlässen entsprechend auf.

Dienstplan

Dienste dürfen nur nach Absprache mit der Abteilungsleitung abgetauscht werden. Die RedaktorInnen sind verpflichtet, Überstunden zu leisten; diese werden kompensiert (Ausnahmen müssen von der Abteilungsleitung schriftlich im Voraus genehmigt werden) und im Rahmen der Dienstplan-Erstellung von der Abteilungsleitung berücksichtigt.

Weiterbildung

Die RedaktorInnen sind verpflichtet, an von Radio BE1 angebotenen Weiterbildungen teilzunehmen; sie sind ebenfalls verpflichtet, sich selbsttätig weiterzubilden.

Airchecks

Alle RedaktorInnen sind verpflichtet, ihre Sendungen aufzunehmen, damit die Programmleitung Airchecks durchführen kann.

EDV

Die RedaktorInnen sind verpflichtet, sich mit den Möglichkeiten und Grenzen der zur Verfügung stehenden EDV-Infrastruktur und -Software vertraut zu machen. Die RedaktorInnen sind verpflichtet, die Weisungen der EDV-Verantwortlichen und haus-internen Regelungen z.B. bezüglich der Datenstruktur und der Abspeicherung von Dokumenten/Files zu befolgen.

Technik

Die RedaktorInnen sind verpflichtet, sich mit den Möglichkeiten und Grenzen der zur Verfügung stehenden technischen Infrastruktur vertraut zu machen. Die RedaktorInnen sind verpflichtet, die Weisungen der Technik-Verantwortlichen und die haus-internen Regelungen zu befolgen.

Ordnung / Hilfsarbeiten

Alle BE1-MitarbeiterInnen sind verpflichtet, Ordnung zu halten in ihren eigenen und den Sachen der Allgemeinheit. Alle MitarbeiterInnen sind zu eigenverantwortlicher Mithilfe gegenüber dem Radio und dem Team verpflichtet ; kleinere, offensichtlich notwendige, auch berufsfremde Arbeiten sind in Eigenregie zu erledigen (kaputte Lampen auswechseln, Geschirrspü-

ler aus- und einräumen, Fenster öffnen oder schliessen, Abfall beseitigen und Aschenbecher leeren, Unordnungen beseitigen, usw.).

Telefondienst :

Alle MitarbeiterInnen von Radio BE1 sind verpflichtet, "überlaufende" Anrufe nach dreimaligem Klingeln der Zentrale abzunehmen und die Anrufe weiterzuleiten oder die Bedürfnisse der AnruferInnen zu befriedigen.

Sicherheit

Wer das Haus als letzteR verlässt, schliesst alle Fenster, stellt alle Computer und Audiogeräte ab, die nicht anderweitig bezeichnet sind, löscht überall das Licht, setzt die Alarm-Anlage in Betrieb und schliesst die Türen mit dem Schlüssel ab.

Benutzung der Radio-Infrastruktur für private Zwecke

Die Benutzung der Infrastruktur für private Zwecke wird von den MitarbeiterInnen entsprechend dem gesunden Menschenverstand dem Radio vergütet (private Kopien, Telephone, Internet-Sessions, CD-Brennereien, etc.).

Sorgfaltspflicht / Geheimhaltung

Die MitarbeiterInnen sind verpflichtet, technische Gerätschaften und Mobiliar des Radios mit grösstmöglicher Sorgfalt zu behandeln. Wer fahrlässig einen Schaden herbeiführt, ist für diesen verantwortlich.

Alle MitarbeiterInnen sind verpflichtet, über Firmen- oder Konzerns-Interneta Still-schweigen zu bewahren.

Ergänzende Bestimmungen

Das jeweils gültige Stylebook für die Redaktion und das jeweils gültige BE1-Leitbild sind integrierter Bestandteil dieses Pflichtenhefts.

Einsätze vor Ort

Die Mitglieder der Abteilung Information sind verpflichtet, bei Bedarf Medienkonferenzen, Ratssitzungen, Veranstaltungen, etc. zu besuchen und davon/darüber zu berichten.

Die Mitglieder der Abteilungen sind verpflichtet, bei Bedarf Strassenumfragen u.ä. durchzuführen.

Aussprache

RedaktorInnen sind verpflichtet, an ihrer Aussprache zu arbeiten und an Sprech-Ausbildungsterminen teilzunehmen.

Information

Die RedaktorInnen setzen sich in Kenntnis über das, was in der Welt vorgeht : sie wissen, was in die Region bewegt, was/wer im Sport wichtig ist, was in der Politik hier und anderswo passiert, was in der Kultur aktuell ist, etc. etc. - das heisst, sie informieren sich generell (Radio, Fernsehen, Zeitungen, Zeitschriften).

Redaktions-Schluss

Um genügend Zeit zu haben, die News vor dem Präsentieren gut durchzulesen und zu markieren (Betonungen, Pausen, Satzmelodien), ist 10 Minuten vor dem Nachrichtentermin Redaktionsschluss ; nach dem Redaktionsschluss werden grundsätzlich keine neuen Meldungen geschrieben und/oder in die Nachrichten aufgenommen.

Tätigkeiten Frühdienst

Arbeitsbeginn Mo-Fr 04.30 h, Sa 05.30 h, So 08.30 h

Post öffnen und datieren, allfällige Inhalte für die Nachrichten aufbereiten

Zeitungen lesen, allfällige Inhalte (z.B. Primeurs) für Nachrichten und Regios aufbereiten

Nachrichten, Schlagzeilen, Sport-News, verfassen und präsentieren

Wegräumen/Bündeln der alten Zeitungen, Einräumen der neuen Zeitungen

Ablegen der Medien-Einladungen und -Informationen unter dem entsprechenden Datum

Tagessitzung zur Koordination zwischen Moderation, Redaktion um 10.20 h

Abdecken allfälliger Programm-Schwerpunkt-Themen gemeinsam mit Moderation

Ab 11 h Übergabe an den Spät-Dienst.

Tätigkeiten Spätdienst

Arbeitsbeginn : Mo-Fr 11.15 h

Bei Bedarf können die SpätdienstlerInnen von der Redaktionsleitung vor Dienstbeginn für Medienkonferenzen eingesetzt werden.

Übernahme vom Frühdienst

Nachrichten, Schlagzeilen, Sport-News verfassen und präsentieren

Ablegen der Medien-Einladungen und -Informationen unter dem entsprechenden Datum

Aufnehmen und Schneiden der BUND-Schlagzeilen

Computer abstellen und Redaktionsbüro aufräumen

Wochenend-Dienste

Arbeitsbeginn Sa Früh 05.30 h, Sa Spät 14.15, So 09.00 h

Nachrichten und Sport-News verfassen und präsentieren

Sa Früh : Aufräumen und Reinigen der Tische, Reinigen der Computer (Tastaturen und Bildschirme)

Pflichtenheft Sport-KoordinatorIn



(Zusatz zum Pflichtenheft der RedaktorenInnen)

Radio BE1, 050103 FR

Grundsätzliches

Dieses Pflichtenheft ist verpflichtender Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Allgemeines

Die/der Sport-KoordinatorIn ist der Redaktionsleitung unterstellt.

Die Aufgabe des Sportkoordinators besteht in der Unterstützung der Redaktionsleitung und der Geschäftsleitung im Bereich Sport.

Diese Unterstützung besteht darin, den Bereich Sport planerisch, organisatorisch und berichterstattend zu betreuen.

Der Sportkoordinator ist verpflichtet zu Offenheit und Transparenz in den Prioritäten, den Entscheidungen und der Organisation der Sport-Berichterstattung.

Die Aufgabe des Sportkoordinators besteht darin, im Rahmen des Budgets und in enger Abstimmung mit der Redaktions-Leitung unter sparsamem Einsatz der Mittel das absolut Notwendige im Bereich der Sport-Berichterstattung zu verwirklichen.

Wie in der normalen redaktionellen Radio-Arbeit ist auch bei der Sport-Berichterstattung die Fragen nach der **Relevanz**, die **Gewichtung** und die **Prioritätensetzung** das Wichtigste.

Leitbild

Die/der SportkoordinatorIn ist verpflichtet, sich an das Redaktions-Stylebook von Radio BE1 zu halten (z.B. Länge von Beiträgen, etc.).

Radio BE1 berichtet im Bereich Sport so wenig wie möglich, so viel wie absolut nötig. Die Sport-Sendungen und –Inhalte werden so aufbereitet, dass auch die Nicht-Sport-Interessierten keinen Ausschalt-Impuls verspüren (Zwischenmenschliches, Emotionen und Finanzielles sind interessanter als Spielzüge und Spieler-Biographien).

Agenda-Setting

Die/der Sport-Koordinator kontrolliert, ob alle wichtigen Sport-Ereignisse in der Redaktions-Agenda eingetragen sind.

Langfristige Planung

Die/der SportkoordinatorIn ist verantwortlich für die Planung (auch weit) vorausliegender Sport-Anlässe (z.B. Welt- und Europameisterschaften, Olympiaden, Tour de Suisse, wichtige Meetings, etc.).

Sport-Berichterstattung

Die/der SportkoordinatorIn berichtet selber von Sport-Anlässen oder organisiert im Rahmen des zur Verfügung stehenden Budgets weitere ReporterInnen.

Die Aufgabe der SportreporterInnen ist es, kompakt und kompetent über das sportliche Geschehen zu berichten aber auch Stimmungsberichte aus den Stadien zu liefern..

Technik

Die/der SportkoordinatorIn ist für die technischen Aspekte von Sport-Berichterstattungen verantwortlich (welche Ausrüstung muss zur Verfügung stehen ? funktionieren die Mikrophon, die Codecs?)

Aussenauftritte und Events

Die/der SportkoordinatorIn ist verpflichtet, sich –im Rahmen seiner zeitlichen Möglichkeiten und nach Absprache mit der Redaktionsleitung- an der Organisation, Planung und Durchführung von Aussenauftritten, Events und den hierbei notwendigen Berichten zu beteiligen.

Rechte und Pflichten der BE1-ModeratorInnen



(M.Freiburghaus, 0404)

Dieses Pflichtenheft ersetzt nicht den Gebrauch des gesunden Menschenverstands. Die MitarbeiterInnen verhalten sich im Zweifelsfall so, wie wenn das Radio ihnen persönlich gehören würde, bzw. wie wenn sie persönlich haftbar wären.

Dieses Pflichtenheft ist integrierter Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Rechte der BE1-ModeratorInnen

Die ModeratorInnen können die Moderations-Inhalte ihrer Sendungen gemäss Moderations-Stylebook weitgehend selber bestimmen ; vorbehalten bleiben Aufträge der Moderations-, Redaktions- und/oder Programmleitung (zwingende Inhalte gemäss Content-Management-System und Programmtagesübersichten) und die Vorschriften des Medienrechts und des Bakom.

Die ModeratorInnen haben das Recht auf ein jährliches Förder-/Beurteilungs-Gespräch mit der Abteilungs- und Geschäftsleitung.

Die ModeratorInnen können einmal jährlich ihre Vorgesetzten beurteilen.

Auf die Dienstplan- und Ferien-Wünsche der ModeratorInnen wird von der Abteilungsleitung so weit wie möglich eingegangen.

Die ModeratorInnen haben ein Anrecht darauf, dass die Abteilungsleitung Moderation regelmässig ihre Air-Checks abhört und Feedback gibt.

Die ModeratorInnen haben ein Anrecht auf vom Radio angebotene Weiterbildung.

Die ModeratorInnen dürfen sich für Konzerte und andere kulturelle Veranstaltungen akkreditieren lassen und können diese gratis besuchen.

Pflichten der ModeratorInnen

Grundsatz

Die Radio BE1 Moderation ist verantwortlich für Unterhaltung (z.B. Spiele) und Dienstleistung (Verkehr, Badetemperaturen, entlaufene Katzen, etc.), dazu thematische Beiträge im Tagesprogramm (Musik, Kulturelles, Lebenshilfe, etc.).

Weisungsbefugnisse

Die ModeratorInnen sind der Moderationsleitung unterstellt ; sie haben die Weisungen der Moderations- und Geschäftsleitung zu befolgen.

Eine Sammlung der gültigen Weisungen liegt auf.

Die ModeratorInnen sind verpflichtet, redaktionelle Inhalte gemäss Weisung der Moderations- oder Redaktionsleitung umzusetzen.

Unterstützung der Abteilungs- und Geschäftsleitung, 'Ämtli'

Die MitarbeiterInnen sind verpflichtet, die Abteilungs- und Geschäftsleitung in deren Arbeit zu unterstützen ; sie können bei Bedarf für diesbezügliche Arbeiten herangezogen werden.

Jedem/r MitarbeiterIn wird ein 'Ämtli' aufgebürdet, das sie/er nach Bedarf zu erledigen hat.

Umgangston

Alle BE1-MitarbeiterInnen sind zu konstruktiver Team-Arbeit und zu einem freundlichen Umgangston mit KollegInnen und Vorgesetzten verpflichtet.

Tägliche Arbeiten der ModeratorInnen

Die Sendestunden sind vorzubereiten.

Die Sendestunden sind nach professionellen Grundsätzen und bestem Können zu leisten.

Die ModeratorInnen stellen Trailer, Sendehinweise, Beiträge her, besuchen Medienkonferenzen, machen Strassenumfragen, etc.etc. (je nachdem auf Eigeninitiative oder auf Weisung der Abteilungsleitung).

Die diensttuenden ModeratorInnen nehmen zusammen mit den anwesenden RedaktorInnen, und den AbteilungsleiterInnen Moderation, Information an der gemeinsamen Programm-Koordinationssitzung teil, wo gemeinsam der weitere Tagesablauf besprochen und geplant wird.

Airchecks

Alle ModeratorInnen sind verpflichtet, alle ihre Sendungen aufzunehmen und sich selber abzuhören (air-check) ; bei jedem air-check nehmen sie sich für die nächste Sendung zwei Dinge vor, die sie verbessern wollen.

Die Moderationsleitung hat die Aufgabe, mit den ModeratorInnen diese air-checks regelmässig gemeinsam abzuhören und zu besprechen.

Die Rolle der ModeratorInnen

Die ModeratorInnen sind die wichtige Bezugspersonen für die HörerInnen.

Sie stehen mit den HörerInnen auf und gehen mit ihnen ins Bett, sie duschen gemeinsam und trinken mit ihnen Kaffee, sie schminken sich gemeinsam, sie ziehen sich zusammen an und aus, sie essen miteinander, arbeiten zusammen und schlafen gemeinsam ein : Sie sind ein Teil ihres Lebens und teilen die intimsten Momente mit ihnen. Näher als RadiomoderatorInnen kommt den Leuten keineR : Sie gehen ihnen direkt ins Ohren, direkt in den Kopf, auch und wahrscheinlich besonders wenn die Leute ihnen nur nebenbei zuhören.

Die ModeratorInnen sind die Persönlichkeiten, welche unseren Sender gegen aussen vertreten.

Aus diesem Grund müssen sie die Besten sein : hellwach, intelligent, kreativ, extrovertiert, witzig, spontan, etc., etc.

Aussenauftritte

Die ModeratorInnen sind verpflichtet, an der Planung, Durchführung und Nachbereitung von

Aussenauftritten aktiv teilzunehmen ; ModeratorInnen vertreten Radio BE1 gegen aussen - sie treten bei öffentlichen Anlässen entsprechend auf.

Dienstplan

Dienste dürfen nur nach Absprache mit der Abteilungsleitung abgetauscht werden. Die ModeratorInnen sind verpflichtet, nötigenfalls Überstunden zu leisten ; diese werden im Rahmen der Dienstplan-Erstellung von der Abteilungsleitung berücksichtigt.

Weiterbildung

Die ModeratorInnen sind verpflichtet, an angebotenen Weiterbildungen teilzunehmen und sich selbstständig weiterzubilden (Musik, Politik, Sport, Allgemeinwissen, Stimm-, Sprechschulung, Atemtechnik, Telefonieren, etc.)

EDV

Die ModeratorInnen sind verpflichtet, sich mit den Möglichkeiten und Grenzen der zur Verfügung stehenden EDV-Infrastruktur und -Software vertraut zu machen. Die ModeratorInnen sind verpflichtet, die Weisungen der EDV-Verantwortlichen und haus-internen Regelungen z.B. bezüglich der Datenstruktur und der Abspeicherung von Dokumenten/Files zu befolgen.

Ordnung / Hilfsarbeiten

Alle MitarbeiterInnen sind verpflichtet, Ordnung zu halten in ihren eigenen und den Sachen der Allgemeinheit.

Alle MitarbeiterInnen sind zu eigenverantwortlicher Mithilfe gegenüber dem Radio und dem Team verpflichtet ; kleinere offensichtliche, notwendige berufsfremde Arbeiten sind in Eigenregie zu erledigen (kaputte Lampen auswechseln, Geschirrspüler aus- und einräumen, Fenster öffnen oder schliessen, Abfall beseitigen und Aschenbecher leeren, Unordnungen beseitigen, etc.)

Telefondienst :

Alle MitarbeiterInnen von Radio BE1 sind verpflichtet, überlaufende Anrufe nach dreimaligem Klingeln der Zentrale abzunehmen und die Anrufe weiterzuleiten oder die Bedürfnisse der AnruferInnen zu befriedigen.

Sicherheit

Wer das Haus als letzter verlässt, schliesst alle Fenster, stellt alle Computer und Audiogeräte ab, die nicht anderweitig bezeichnet sind, löscht überall das Licht, setzt die Alarm-Anlage in Betrieb und schliesst die Türen mit dem Schlüssel ab (siehe Hausordnung im Personalhandbuch).

Benutzung der Radio-Infrastruktur für private Zwecke

Die Benutzung der Infrastruktur für private Zwecke wird von den MitarbeiterInnen entsprechend dem gesunden Menschenverstand dem Radio vergütet (private Kopien, Telephone, Internet-Sessions, CD-Brennereien, etc.).

Vergünstigungen

ModeratorInnen dürfen sich nicht private Vorteile (z.B. Vergünstigungen) durch das Senden von Beiträgen verschaffen.

ModeratorInnen, welche mit verbilligten Karten Veranstaltungen besuchen können, sind verpflichtet, den diensttuenden ModeratorInnen/RedakteurInnen eine Kritik der Veranstaltung anzubieten.

Sorgfaltspflicht / Geheimhaltung

Die MitarbeiterInnen sind verpflichtet, technische Gerätschaften und Mobiliar des Radios mit grösstmöglicher Sorgfalt zu behandeln. Wer fahrlässig einen Schaden herbeiführt, ist für diesen verantwortlich.

Alle MitarbeiterInnen sind verpflichtet, über Firmen- oder Konzerns-Interna Stillschweigen zu bewahren.

Ferien

Beim Planen ihrer Ferien sind MitarbeiterInnen dazu verpflichtet, Rücksicht auf die Pläne ihrer KollegInnen zu nehmen ; es dürfen nicht mehr als 100 Stellenprozente innerhalb der Abteilung Moderation gleichzeitig Urlaub machen.

Ergänzende Bestimmungen

Die jeweils gültigen Moderationsgrundsätze gemäss dem Moderations-Stylebook und das jeweils gültige BE1-Leitbild sind integrierter Bestandteil dieses Pflichtenhefts.

Tätigkeiten Frühdienst (Anchor und Sidekick)

Arbeitsbeginn Mo – Fr 04.30 h, Sa 05.30 h, So 07.00 h

Zeitungen lesen, SDA und DPA checken, Koordinationssitzung mit Redaktion, Allfällige tagesakuelle Anpassungen der am Vortag vorbereiteten Moderationsinhalte, Briefing und Auftragsverteilung an die programmunterstützenden Volontäre, Moderationen fertig texten, Layout-Elemente gemäss Sendeablauf in die Sendeautomation einfügen, Werbespots und Sponsorings vor der Sendung kontrollieren, Sendung gemäss Moderations-Stylebook am Mikrofon präsentieren und fahren. Teilnahme an der Tagessitzung zur Koordination zwischen Moderation und Redaktion, Vorbereitung aller Sendungsinhalte für den nächsten Morgen gemäss Moderations-Stylebook, Content-Management-System und Programm-Tagesübersichten, Aircheck.

Tätigkeiten Mittagsdienst

Arbeitsbeginn Mo – Fr 07.00 h, Sa 08.00 h

Zeitungen lesen, SDA und DPA checken, Koordinationssitzung mit Redaktion, Sendungsvorbereitung gemäss Moderations-Stylebook, Content-Management-System und Programm-Tagesübersichten, Briefing und Auftragsverteilung an die programmunterstützenden Volontäre, Beschaffung und/oder Produktion der Inhalte, Moderationen texten, Layout-Elemente gemäss Sendeablauf in die Sendeautomation einfügen, Werbespots und Sponsorings vor der Sendung kontrollieren, Sendung gemäss Moderations-Stylebook am Mikrofon präsentieren und fahren, Aircheck.

Tätigkeiten Nachmittagsdienst

Arbeitsbeginn Mo – Fr 11.00 h, So 11.00 h

Zeitungen lesen, SDA und DPA checken, Koordinationssitzung mit Redaktion, Sendungsvorbereitung gemäss Moderations-Stylebook, Content-Management-System und Programm-Tagesübersichten, Briefing und Auftragsverteilung an die programmunterstützenden Volontäre, Beschaffung und/oder Produktion der Inhalte, Moderationen texten, Layout-Elemente gemäss Sendeablauf in die Sendeautomation einfügen, Werbespots und Sponsorings vor der Sendung kontrollieren, Sendung gemäss Moderations-Stylebook am Mikrofon präsentieren und fahren, Aircheck.

Rechte und Pflichten der BE1-MusikredaktorInnen



Dieses Pflichtenheft ersetzt nicht den Gebrauch des gesunden Menschenverstands. Die MitarbeiterInnen verhalten sich im Zweifelsfall so, wie wenn das Radio ihnen persönlich gehören würde, bzw. wie wenn sie persönlich haftbar wären.

Dieses Pflichtenheft ist integrierter Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Rechte der BE1-MusikredaktorInnen

Die MusikredaktorInnen haben das Recht auf ein jährliches Förder-/Beurteilungs-Gespräch mit der Abteilungs- und Geschäftsleitung.

Die MusikredaktorInnen können einmal jährlich ihre Vorgesetzten beurteilen.

Auf die Dienstplan- und Ferien-Wünsche der MusikredaktorInnen wird von der Programmleitung so weit wie möglich eingegangen.

Die MusikredaktorInnen haben ein Anrecht darauf, dass die Programmleitung regelmässig Feedback gibt.

Die MusikredaktorInnen haben ein Anrecht auf vom Radio angebotene Weiterbildung.

Die MusikredaktorInnen dürfen sich für Konzerte und andere kulturelle Veranstaltungen akkreditieren lassen und können diese gratis besuchen.

Pflichten BE1-MusikredaktorInnen

Grundsatz

Die Radio BE1 Musikredaktion ist verantwortlich für die Umsetzung der aktuellen Musik-Strategie des Senders, die Musik-Beschaffung und Programmierung, die Organisation von Interviews mit Musikern, die Beschaffung und interne Verbreitung von Infos über Musik und Interpreten. Sie pflegt intensive Kontakte zur Musik-Industrie und zu Musikern und zu Musikredaktionen anderer Radiostationen, zwecks Meinungs- und Erfahrungsaustausch.

Weisungsbefugnisse

Die MusikredaktorInnen sind der Programmleitung unterstellt ; sie haben die Weisungen der Programmleitung zu befolgen. Eine Sammlung der gültigen Weisungen liegt auf.

Die MusikredaktorInnen sind verpflichtet, die Musikprogrammierung gemäss aktueller Weisung der Programmleitung umzusetzen.

Unterstützung der Abteilungs- und Geschäftsleitung, 'Ämtli'

Die MitarbeiterInnen sind verpflichtet, die Abteilungs- und Geschäftsleitung in deren Arbeit zu unterstützen ; sie können bei Bedarf für diesbezügliche Arbeiten herangezogen werden. Jedem/r MitarbeiterIn wird ein 'Ämtli' aufgebürdet, das sie/er nach Bedarf zu erledigen hat.

Umgangston

Alle BE1-MitarbeiterInnen sind zu konstruktiver Team-Arbeit und zu einem freundlichen Umgangston mit KollegInnen und Vorgesetzten verpflichtet.

Dienstplan

Dienste dürfen nur nach Absprache mit der Programmleitung abgetauscht werden. Die MusikredaktorInnen sind verpflichtet, nötigenfalls Überstunden zu leisten ; diese werden im Rahmen der Dienstplan-Erstellung von der Programmleitung berücksichtigt.

Weiterbildung

Die MusikredaktorInnen sind verpflichtet, an angebotenen Weiterbildungen teilzunehmen und sich selbsttätig vor allem im Bereich der Musik (aktuelle Musik, einheimisches Musik-schaffen, Musik-Geschichte) weiterzubilden.

EDV

Die MusikredaktorInnen sind verpflichtet, sich mit den Möglichkeiten und Grenzen der zur Verfügung stehenden EDV-Infrastruktur und -Software vertraut zu machen. Die MusikredaktorInnen sind verpflichtet, die Weisungen der EDV-Verantwortlichen und haus-internen Regelungen z.B. bezüglich der Datenstruktur und der Abspeicherung von Dokumenten/Files zu befolgen.

Ordnung / Hilfsarbeiten

Alle MitarbeiterInnen sind verpflichtet, Ordnung zu halten in ihren eigenen und den Sachen der Allgemeinheit.

Alle MitarbeiterInnen sind zu eigenverantwortlicher Mithilfe gegenüber dem Radio und dem Team verpflichtet ; kleinere offensichtliche, notwendige berufsfremde Arbeiten sind in Eigenregie zu erledigen (kaputte Lampen auswechseln, Geschirrspüler aus- und einräumen, Fenster öffnen oder schliessen, Abfall beseitigen und Aschenbecher leeren, Unordnungen beseitigen, etc.)

Telefondienst :

Alle MitarbeiterInnen von Radio BE1 sind verpflichtet, überlaufende Anrufe nach dreimaligem Klingeln der Zentrale abzunehmen und die Anrufe weiterzuleiten oder die Bedürfnisse der AnruferInnen zu befriedigen.

Sicherheit

Wer das Haus als letzter verlässt, schliesst alle Fenster, stellt alle Computer und Audiogeräte ab, die nicht anderweitig bezeichnet sind, löscht überall das Licht, setzt die Alarm-Anlage in Betrieb und schliesst die Türen mit dem Schlüssel ab (siehe Hausordnung im Personalhandbuch).

Benutzung der Radio-Infrastruktur für private Zwecke

Die Benutzung der Infrastruktur für private Zwecke wird von den MitarbeiterInnen entsprechend dem gesunden Menschenverstand dem Radio vergütet (private Kopien, Telephone, Internet-Sessions, CD-Brennereien, etc.).

Vergünstigungen

MusikredaktorInnen dürfen sich nicht private Vorteile (z.B. Geschenke) zum Beispiel durch das Aufnehmen von Titeln in die Musik-Rotation verschaffen. MusikredaktorInnen, welche mit verbilligten Karten Veranstaltungen besuchen können, sind verpflichtet, den diensttuen-den ModeratorInnen/RedakteurInnen eine Kritik der Veranstaltung anzubieten.

Sorgfaltspflicht / Geheimhaltung

Die MitarbeiterInnen sind verpflichtet, technische Gerätschaften und Mobiliar des Radios mit

grösstmöglicher Sorgfalt zu behandeln. Wer fahrlässig einen Schaden herbeiführt, ist für diesen verantwortlich.

Alle MitarbeiterInnen sind verpflichtet, über Firmen- oder Konzerns-Interna Stillschweigen zu bewahren.

Ferien

Beim Planen ihrer Ferien sind MitarbeiterInnen dazu verpflichtet, Rücksicht auf die Pläne ihrer KollegInnen zu nehmen.

Ergänzende Bestimmungen

Die jeweils gültigen Richtlinien zur Musik-Strategie, Musik-Koalition, Musik-Programmierung, Musik-Positionierung und Musik-Rotation basierend auf den Resultaten der regelmässig durchgeführten repräsentativen Hörerumfragen und das jeweils gültige BE1-Leitbild sind integrierter Bestandteil dieses Pflichtenhefts.

Tätigkeiten MusikredaktorInnen

- Kontakt mit Musik-Labels
- Kontakt und Interviews mit Musikern
- Kontakt mit der lokalen Musik-Szene
- Neue Musik anhören und den Künstlern oder Labels Feedback geben
- Infos über die Musiker und die Musik zusammentragen für Beiträge der Moderation und das Internet
- Spezielle Aktionen planen, was die Musik auf dem Sender betrifft
- Musik-Veröffentlichungs-Daten und Konzert-Daten zu Handen Moderation und Redaktion im Content-Manager-System festhalten
- Vorauswahl der Musik nach Vorgaben der aktuellen Musik-Strategie
- Musik-Tests in Auftrag geben und analysieren
- Musik-Programmierung für den Sender erstellen
- Überprüfung der Musikrotation, Kontrolle der Abwechslung der mehrheitsfähigen Musik-Stile sowie von regionalen, nationalen und internationalen Künstlern sichern
- Musik archivieren

Pflichtenheft Promo & PR & Internetredaktion (100%)

Die/Der Verantwortliche für Promos, PR und Internetredaktion ist innerhalb des Marketings direkt dem kommerziellen Leiter unterstellt.

Der Arbeitsplatz ist bei der Programmleitung.

Das Pensum beträgt 100%.

Diesem Pflichtenheft für die/den PPI liegt die jeweils gültigen Versionen des Mitarbeiterhandbuchs und des Leitbilds von Radio BE1 zugrunde.

Bereich On-Air-Promotions (ca. 40%)

Vorbereitung

Kundenbesuch zwecks Abklärung der Kundenbedürfnisse und Werbeziele

Promo-Brainstorming zusammen mit Programmleitung

Promo-Konzept für den Kunden schreiben, Rücksprache mit Verkauf und Programm

Auftrag an Programmleitung erteilen: Texten & Produzieren Promo-Trailer

Dispositions-Auftrag für Promo-Trailer an die Disposition

Internet-Texte/Bilder/Logos zu On-Air-Promos erstellen

On-Air-Promo-Handout für Programmleitung erstellen

Preis-Handling für On-Air-Promos (sind die Preise da? Preise verschicken, etc.)

Nachbereitung

Beleg-CD für den Kunden erstellen & beschriften

Debriefing mit Verkauf (nach Bedarf)

Bereich PR (ca. 30%)

Medienmitteilungen an die Zeitungen schicken

News-Letter für Kunden schreiben und verschicken

News-Letter für HörerInnen/OnlineClub-Mitglieder schreiben und verschicken

Höreranfragen beantworten

Führungen organisieren und durchführen

Bereich Web-Redaktion (ca. 30%)

(Online-Club betreuen: Verlosungen organisieren, Texte schreiben, Gewinner informieren, Preise organisieren und verschicken)

Verantwortung für die Inhalte der Website

Fortlaufende Aktualisierung des Web-Auftritts mit CMS

Bilder & Texte zu On-Air-Promos ins Internet stellen

Texte schreiben und auf die Website stellen

Photos machen, bearbeiten und ins Web stellen

Koordination mit Web-Design (z.B. für neue Wettbewerb-Seiten)

Website säubern von veralteten Aktionen und Informationen

Innendienst

Die/der PPI erledigt alle administrativen Arbeiten, welche mit ihrer/seiner Tätigkeit im Zusammenhang stehen, selber.

Die/der PPI führt die KundInnen-dossiers grundsätzlich per EDV. Alle wichtigeren KundInnen-Kontakte (immer wenn etwas entschieden wird), die Wiedervorlage-Daten etc. werden im Kunden-Dossier festgehalten.

Die/der PPI nimmt an der monatlichen Team-Sitzung teil (letzter Montag im Monat).

Die/der PPI nimmt regelmässig an den Verkaufs- und Moderationssitzungen teil.

Die/der PPI nimmt an der Marketing-Sitzung der Geschäftsleitung teil.

Die/der PPI legt seinen/ihren Schriftverkehr in Papierform und digital im EDV-KundInnen-Ordner ab.

Die/der PPI hält sich an die in Zusammenarbeit mit den anderen Abteilungen festgelegten Arbeitsabläufe (Offerten, Rechnungen, Vereinbarungen, Verträge, Transitgeschäfte, Gegengeschäfte, etc.)

Allgemeines

Die/der PPI unterstützt die Kommerzielle Leitung in allen Belangen.

Die/der PPI sorgt mit für Ordnung im eigenen Büro und in den "öffentlichen" Räumen (Cafeteria, Sitzungszimmer, Empfang, etc.)

Die/der PPI nimmt Telefonate entgegen, wenn das Sekretariat überlastet ist.

Die/der PPI nimmt an Weiterbildungsangeboten teil.

Die/der PPI macht Vorschläge zuhanden der Kommerziellen Leitung für Massnahmen im Ausbildungsbereich

Die/der PPI nutzt ihre/seine Stellung nicht zur Erlangung privater Vorteile.

Die/der PPI arbeitet im Team mit den anderen MitarbeiterInnen zusammen und hilft mit, die Akquisitionstätigkeit der KollegInnen im Verkauf zu optimieren (Vernetzung des Wissensstandes, Infos über Geschäftseröffnungen, Vorschläge für Neukunden, etc.).

Pflichtenheft Verkaufs- und Marketingleitung

1. Unterstellung / Weisungsbefugnis

- 1.1 Die/der VML ist direkt dem Geschäftsleiter unterstellt.
- 1.2 Die/der VML ist weisungsbefugt gegenüber den Mitgliedern der Abteilung Verkauf (Media-BeraterInnen).

2. Verantwortlichkeit

- Die/der VML unterstützt die GL bei der Umsetzung des BE1-Leitbilds und ist verantwortlich für die Umsetzung des Verkaufskonzepts.
- Die/der VML ist verantwortlich für die Umsetzung der von der Geschäftsleitung verabschiedeten Marketing-Massnahmen.
- Die/der VML nimmt zusammen mit dem Geschäftsleiter und der Programmleitung teil an den GL-Sitzungen.
- Die/der VML leitet die Abteilungen Verkauf und Marketing.
- Die/der VML erstellt jährlich zusammen mit der Geschäftsleitung die jeweils gültige Version des Verkaufskonzepts und setzt die Umsatzziele fest.
- Die/der VML erstellt jährlich zusammen mit der Geschäftsleitung die jeweils gültige Version des Marketingkonzepts.
- Die/der VML ist verantwortlich für die Erreichung der jährlich neu festgelegten Umsatzziele.
- Die/der VML erstellt das Budget für seine Abteilungen nach den Vorgaben der GL.
- Die/der VML pflegt -zusammen mit der Geschäftsleitung- die Kontakte zu den nationalen VermittlerInnen, Pool-PartnerInnen, nationalen Kunden und Agenturen.
- Die/der VML unterstützt die GL in allen geschäftlichen Belangen.

3. Tätigkeitsbereich Mediaberatung und Marketing

- Die/der VML setzt die allgemeinen Verkaufsziele fest und prüft diese auf Aktualität.
- Die/der VML pflegt (auch zusammen mit der Geschäftsleitung und nach Absprache mit den betreffenden Mediaberater- und Marketing-MitarbeiterInnen) den Kontakt zu den wichtigsten KundInnen, Agenturen, VermittlerInnen, Medienpartnern, etc.)
- Die/der VML koordiniert mit der Programmleitung die programm-relevanten Geschäfte der Verkaufs- und Marketingabteilung (Sponsoring, Aussenauftritte, Publireportagen, Spiele, etc.)
- Die/der VML vertritt, wenn nötig, die Geschäftsleitung an Pool-Sitzungen.
- Die/der VML koordiniert an den GL-Sitzungen die Aktivitäten von Verkauf, Marketing und Programm im Zusammenhang von Anlässen, Events, Aktionen etc.
- Die/der VML nimmt an der Team-Sitzung teil.
- Die/der VML plant zusammen mit der GL und der Moderationsleitung die Marketing-Massnahmen (inkl. Werbung und PR).
- Die/der VML ist verantwortlich für die Umsetzung der Marketingmassnahmen und die Abwicklung der Gegengeschäfte, z.B. im Bereich Werbung gegen Werbung.

4. Tätigkeitsbereich Administration

- Die/der VML leitet die wöchentliche Verkaufs- und Marketing-Sitzung (Montag 08.30h).

- Die/der VML ist verantwortlich für die Einhaltung der administrativen Abläufe zwischen Verkauf, Marketing, Buchhaltung und Programm (Abläufe Offerten, Vereinbarungen, Rechnungen, Disposition, etc.).
- Die/der VML ist verantwortlich für die Einhaltung der internen Vorschriften bezüglich der EDV-Administration (Verwendung Delfin, CRM; Angebotsmodulen, Radiocontrol-Manager, Wizzad, Radiocontrol-Reporter, MA-Strategy etc.).
- Die/der VML ist verantwortlich für die Auswertung der Kennzahlen. Er präsentiert die Ergebnisse regelmässig der GL und bereitet sie so auf, dass sie an den VR weiterge- reicht werden können.
- Die/der VML ist verantwortlich für die Erstellung und Auswertung von Verkaufs- Statistiken.
- Die/der VML erstellt für die VR-Sitzungen und den Jahresabschluss Tätigkeitsberichte zuhanden der GL.
- Die/der VML ist verantwortlich für das BE1-Merchandising. Die Auswahl der Marchan- dising-Artikel ist Sache der gesamten GL.

5. Tätigkeitsbereich Bereich Personal

- Die/der VML fördert die Mediaberater- und Marketing-MitarbeiterInnen systematisch und unterstützt sie in ihrer Tätigkeit.
- Die/der VML fördert das selbständige Arbeiten der einzelnen MitarbeiterInnen.
- Die/der VML kontrolliert regelmässig die Arbeit der Mediaberater- und Marketing- MitarbeiterInnen anhand ihrer Umsätze, ihrer Kundenbesuche, Verträge (bzw. Kunden- rapporte im CRM), korrigiert falsche Entwicklungen und setzt wenn nötig neue Akzen- te.
- Die/der VML qualifiziert regelmässig (in der Regel einmal pro Jahr) die Mediaberater- und Marketing-MitarbeiterInnen.
- Die/der VML evaluiert bei Personalwechsel die BewerberInnen und entscheidet zu- sammen mit der GL über die Einstellungen.
- Die/der VML vertritt die Interessen der Mediaberater- und Marketing-MitarbeiterInnen gegenüber der GL.
- Die/der VML kontrolliert den Ausbildungsstand des Mediaberater- und Marketing- MitarbeiterInnen-Teams.
- Die/der VML ist selber tätig im Bereich Ausbildung und erarbeitet Vorschläge zuhanden GL für Massnahmen im Ausbildungsbereich.
- Die/der VML erstellt den Ausbildungsplan für neue Mediaberater- und Marketing- MitarbeiterInnen und koordiniert deren Ausbildung.

Dieses Pflichtenheft ist Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Pflichtenheft Marketingassistent

1. Unterstellung / Weisungsbefugnis

- Die/Der MA ist dem Kommerziellen Leiter unterstellt.
- Der Kommerzielle Leiter ist gegenüber der/dem MA weisungsbefugt.

2. Grundlagen

- Diesem Pflichtenheft für die/den MA liegt die jeweils gültigen Versionen des Mitarbeiterhandbuchs und des Leitbilds von Radio BE1 zugrunde.

3. Tätigkeitsbereich Marketing / Werbung

- Die/der MA ist verantwortlich für die Umsetzung der von der GL beschlossenen Marketing- und Werbe-Massnahmen.
- Die/der MA plant, budgetiert und organisiert gemäss Auftrag und Vorgaben der GL die Produktion von Plakaten, Inseraten, Kino-Dias, etc.
- Die/der MA evaluiert die an BE1 gerichteten Anfragen für Mediensponsorings, stellt die entsprechenden Anträge an die GL und betreut die beschlossenen Mediensponsoring-Partnerschaften.

4. Tätigkeitsbereich Event-Management

- Die/Der MA plant, budgetiert und organisiert gemäss Auftrag der GL die HörerInnen- und KundInnen-Events und ist verantwortlich für deren Durchführung.
- Die/der MA benützt für die Planung und Durchführung von Events und Veranstaltungen die Check-Liste (und optimiert diese nach Bedarf).
- Die/der MA führt die Event- und Promo-Planungsliste laufend aufgrund der geplanten Aktivitäten nach.
- Die/der MA spricht die Planungsliste einmal monatlich mit Kommerziellen Leiter ab.
- Die/der MA orientiert den Kommerziellen Leiter regelmässig über die nahenden Ereignisse, welche programm- oder verkaufsmässig betreut werden müssen.
- Die/der MA unterstützt die GL in allen Belangen, welche im Zusammenhang mit Aussenauftreten und Events stehen.
- Die/der MA erarbeitet für beschlossene Events das Konzept zusammen mit allfälligen KundInnen, mit der Programmleitung und dem Kommerziellen Leiter.
- Die/der MA koordiniert die programmlichen Inhalte eines Events mit der Moderations- und Redaktionsleitung.
- Die/der MA erstellt für jeden Event das entsprechende Budget.
- Die/der MA koordiniert die Erstellung von Event-Trailern zusammen mit der Moderationsleitung.
- Die/der MA koordiniert nach Auftrag durch die GL die Organisation/Konzeption/Ausführung der Inserate, Flugblätter, Plakate, etc.

- Die/der MA ist zuständig für die Organisation der technischen Einrichtung vor Ort.
- Die/der MA ist zuständig für die optische Präsenz von Radio BE1 vor Ort.
- Die/der MA ist zuständig für die Organisation des Merchandisings bei Ausenauftritten.
- Die/der MA begleitet grundsätzlich den Auftritt vor Ort.

5. Tätigkeitsbereich Gegengeschäfte

- Die/der MA akquiriert und betreut die Gegengeschäfte Radiowerbung gegen Werbeleistung (z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Taxis, etc.). Solche Gegengeschäfte werden nur im Auftrag der Geschäftsleitung getätigt.
- Die/der MA akquiriert und betreut die Gegengeschäfte (z.B. Kleber-Produktion, BE1-Jacken, bedruckte T-Shirts, Feuerzeuge, Dokudruck etc.) Solche Gegengeschäfte werden nur im Auftrag der Geschäftsleitung getätigt.
- Vereinbarungen müssen grundsätzlich die Unterschrift von einem Mitgliedern der Geschäftsleitung tragen.
- Die/der MA verkauft den KundInnen keine programmlichen Inhalte ohne vorherige Absprache mit der Programmleitung (Mod.-Leitung und/oder Red.-Leitung). Die Programmhoheit bleibt in jedem Fall bei Radio BE1.
- Die/der MA plant und organisiert seine Tätigkeit gemäss dem jeweils gültigen Verkaufskonzept.
- Die/der MA erledigt die Aufträge vom ersten telefonischen Kontakt über die die Beratungs- und Verkaufsgespräche, die Auftragserteilung, die Auftragsabwicklung inkl. Spot-/Trailer-/etc.-Organisation, den Dispositions-Auftrag, die Rechnungsstellung bis zum Einholen des Kundenfeedbacks nach einer Veranstaltung.
- Die/der MA ist verantwortlich für die schnellstmögliche Konsumation der Sekundenguthaben durch die GG-KundInnen.

6. Tätigkeitsbereich Administration / Innendienst

- Die/der MA erledigt alle administrativen Arbeiten, welche mit ihrer/seiner Tätigkeit im Zusammenhang stehen, selber.
- Die/der MA führt die KundInnendossiers grundsätzlich per EDV. Alle wichtigeren KundInnen-Kontakte (immer wenn etwas entschieden wird), die Wiedervorlage-Daten etc. werden im Kunden-Dossier festgehalten.
- Die/der MA nimmt an der monatlichen Team-Sitzung teil (letzter Montag im Monat).
- Die/der MA nimmt regelmässig an den Verkaufssitzungen teil.
- Die/der MA verwendet für Offerten und Vereinbarungen die dafür vorgesehenen Offerten-Vorlagen (Werbung, Pool, Sponsoring, AD-Programm) etc.
- Die/der MA legt seinen/ihren Schriftverkehr in Papierform und digital im EDV-KundInnen-Ordner ab.
- Die/der MA hält sich an die in Zusammenarbeit mit den anderen Abteilungen festgelegten Arbeitsabläufe (Offerten, Rechnungen, Vereinbarungen, Verträge, Transitgeschäfte, Gegengeschäfte, etc.)

7. Allgemeines

- Die/der MA unterstützt die Kommerzielle Leitung in allen Belangen.
- Die/der MA sorgt mit für Ordnung im eigenen Büro und in den "öffentlichen" Räumen (Cafeteria, Sitzungszimmer, Empfang, etc.)
- Die/der MA nimmt Telefonate entgegen, wenn das Sekretariat überlastet ist.
- Die/der MA nimmt an Weiterbildungsangeboten teil.
- Die/der MA macht Vorschläge zuhanden der Kommerziellen Leitung für Massnahmen im Ausbildungsbereich
- Die/der MA nutzt ihre/seine Stellung nicht zur Erlangung privater Vorteile.
- Die/der MA arbeitet im Team mit den anderen MitarbeiterInnen zusammen und hilft mit, die Akquisitionstätigkeit der Verkaufs-KollegInnen zu optimieren (Vernetzung des Wissensstandes, Infos über Geschäftseröffnungen, Vorschläge für Neukunden, etc.).

Dieses Pflichtenheft ist Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Pflichtenheft Mediaberater

1. Unterstellung / Weisungsbefugnis

- Die Media-BeraterInnen sind direkt dem Kommerziellen Leiter unterstellt.
- Der Kommerzielle Leiter ist gegenüber den Media-BeraterInnen weisungsbefugt.

2. Grundlagen

Diesem Pflichtenheft für alle Media-BeraterInnen liegen die jeweils gültigen Versionen des Leitbilds von Radio BE1 und des BE1-Verkaufskonzepts zugrunde.

3. Tätigkeitsbereich Verkauf

- Die/der Media-BeraterIn akquiriert Radiowerbung gemäss den im jeweils gültigen Verkaufskonzept festgehaltenen Umsatz-Vorgaben und Grundsätzen (Beratung, Einwandbehandlung, Jahresplanung, etc.).
- Die/der Media-BeraterIn setzt seine/ihre ganze Arbeitskraft dafür ein, das vorgegebene Umsatzziel zu erreichen. Zur Erreichung des Umsatzziels dient aber nicht nur die direkte Akquisition, sondern auch die gute KundInnen-Betreuung.
- Die/der Media-BeraterIn betreut seine/ihre KundInnen und akquiriert NeukundInnen gemäss den Vorgaben des jeweils gültigen Verkaufskonzepts.
- Die/der Media-BeraterIn ist unterschreibungsberechtigt bei Offerten bis Fr. 5'000.- ; Offerten für höhere Beträge müssen von einem Mitglied der GL mitunterschieden werden. Vereinbarungen müssen grundsätzlich die Unterschrift von 2 Mitgliedern der Geschäftsleitung tragen.
- Die/der Media-BeraterIn tätigt Gegen- und Transitgeschäfte nur nach Absprache mit der Verkaufsleitung und/oder der Geschäftsleitung. Gegengeschäfte werden grundsätzlich nur akquiriert, wenn sie der zusätzlichen Akquisition von Cash-Geschäften dienen.
- Die/der Media-BeraterIn verkauft den KundInnen grundsätzlich keine programmlichen Inhalte. Die Programmhoheit bleibt in jedem Fall bei Radio BE1.
- Die/der Media-BeraterIn plant und organisiert seine/ihre Tätigkeit gemäss dem jeweils gültigen Verkaufskonzept.
- Die/der Media-BeraterIn erledigt die Werbe-Aufträge vom ersten Mailing, über den telefonischen Kontakt, die Beratungs- und Verkaufsgespräche, die Auftragserteilung, die Auftragsabwicklung inkl. Spot-/Trailer-/etc.-Organisation, den Dispositions-Auftrag bis zur Rechnungsstellung.
- Bei Pauschalen kümmert sich die/der VerkaufsberaterInnen (Media-BeraterInnen) um die schnellstmögliche Konsumation der Sekundenguthaben durch die KundInnen.

4. Tätigkeitsbereich Administration

- Die/der Media-BeraterIn erledigt alle administrativen Arbeiten, welche mit seiner/ihrer Akquisitions-Tätigkeit im Zusammenhang stehen, selber.
- Die/der Media-BeraterIn führt die KundInnendossiers grundsätzlich per EDV. Alle wichtigeren KundInnen-Kontakte (immer wenn etwas entschieden wird), die Wieder-vorlage-Daten etc. werden im *Kunden*-Dossier festgehalten.
- Die/der Media-BeraterIn nimmt an der monatlichen Team-Sitzung teil.
- Die/der Media-BeraterIn nimmt an der wöchentlichen Verkaufssitzung teil.
- Die/der Media-BeraterIn verwendet für Offerten und Vereinbarungen die dafür vorgesehenen Offerten-Vorlagen (Werbung, Pool, Sponsoring, Vereinbarungsprogramm) etc.

- Die/der Media-BeraterIn legt den Schriftverkehr mit KundInnen in Papierform und digital im EDV-KundInnen-Ordner ab.
- Die/der Media-BeraterIn erledigt auch administrative Arbeiten, welche nur in mittelbarem Zusammenhang zu akquirierten Aufträgen gehören (allgemeine Kundenpflege, Mailings, Einladungen, etc.)
- Die/der Media-BeraterIn hält sich an die in Zusammenarbeit mit der eigenen und den anderen Abteilungen festgelegten Arbeitsabläufe (Offerten, Rechnungen, Vereinbarungen, Verträge, Transitgeschäfte, Gegengeschäfte, etc.)

-

5. Allgemeines

- Die/der Media-BeraterIn unterstützt die Kommerzielle Leitung und die Geschäftsleitung in allen Belangen.
- Die/der Media-BeraterIn sorgt mit für Ordnung im eigenen Büro und in den "öffentlichen" Räumen (Cafeteria, Sitzungszimmer, Empfang, etc.)
- Die/der Media-BeraterIn nimmt Telefonate entgegen, wenn das Sekretariat überlastet ist.
- Die/der Media-BeraterIn übernimmt nach Bedarf die Stellvertretung von KollegInnen und/oder der Verkaufsleitung.
- Die/der Media-BeraterIn hilft mit bei der Einarbeitung neuer KollegInnen und bei der Ausbildung von Programm-MitarbeiterInnen.
- Die/der Media-BeraterIn nimmt an Weiterbildungsangeboten teil.
- Die/der Media-BeraterIn macht Vorschläge zuhanden der Verkaufsleitung für Massnahmen im Ausbildungsbereich
- Die/der Media-BeraterIn übernimmt turnusmässig die Konkurrenz-Beobachtung.
- Die/der Media-BeraterIn nutzt seine/ihre Stellung nicht zur Erlangung privater Vorteile.
- Die/der Media-BeraterIn arbeitet im Team mit den anderen VerkaufsberaterInnen (Media-BeraterInnen) zusammen und hilft mit, die Akquisitionstätigkeit der KollegInnen zu optimieren (Vernetzung des Wissensstandes, Infos über Geschäftseröffnungen, Vorschläge für Neukunden, etc.).

Dieses Pflichtenheft ist Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Das Pflichtenheft für die Disposition

1. Administrationsleitung

1.1 Unterstellung

Die Disposition ist direkt der Kommerziellen Leitung unterstellt.

1.2 Weisungsbefugnis

Die Kommerzielle Leitung ist gegenüber den MitarbeiterInnen der Disposition weisungsbefugt.

1.3 Arbeitsorganisation

Absenzen, Dienst-Abtauschungen, Kompensationen, Ferien, Überstunden etc. müssen von der Kommerziellen Leitung genehmigt werden.

2. Stellenbeschrieb

Die Dispositionsstelle umfasst Sekretariat/Empfang und Disposition.

Alle administrativen MitarbeiterInnen können die anderen während Ferien und Krankheiten vertreten: Alle müssen das Sekretariat/Empfang und die Disposition betreuen können.

Allgemeines

Die allgemeine Aufgabe der Administration ist die Unterstützung der Geschäftsleitung in allen Belangen.

Pflichtenheft/Stellenbeschrieb

Das folgende Pflichtenheft kann jederzeit neuen Gegebenheiten angepasst werden.

PFLICHTENHEFTE

2.1 Sekretariat / Empfang

2.1.1 Tägliche Arbeiten

- 2.1.1.1 Telefon Radio
Entgegennehmen und Weiterleiten der Anrufe (340 50 50), Auskünfte erteilen
- 2.1.1.2 Telefon Verkauf
Entgegennehmen und Weiterleiten der Anrufe Verkauf (340 50 40)
- 2.1.1.3 Post
Postverteilung bis 08.30 h
- 2.1.1.4 Betreuung Besucher
Türöffnung / Empfang / Erstbetreuung von Gästen und BesucherInnen
- 2.1.1.5 Cafeteria
Betreuen Cafeteria (Bestand-Kontrolle, Nachbestellen, Nachfüllen der Geräte, Unterhalt des Maschinenparks, Reinigung) und Herausgeben und Abrechnen von Jents
- 2.1.1.6 Autos
Administration Autos (Parkkarten, etc.)
- 2.1.1.7 Schreibarbeiten
Allgemeine Sekretariats-Arbeiten (für GL und Programm)
- 2.1.1.8 Überwachung
Allgemeine Überwachung notwendiger Arbeiten/Tätigkeiten und Meldung an GL
- 2.1.1.9 Schlüsselverwaltung (Gäste-Kaffeeschlüssel, Rumpelkammer, Archiv, Cafeteria, etc.)

2.1.2 Wöchentliche und monatliche Arbeiten

- 2.1.2.1 Büromaterial
Betreuung Büromaterial (regelmässige Bestandkontrolle, Nachbestellen, etc.)

2.1.3 Tätigkeiten nach Bedarf

- 2.1.3.1 Ordnung
Altpapier und Karton bündeln und Koordinieren Abfallbeseitigung
Aufräumen der Anschlagbretter
Allgemeine Kontrolle der Ordnung
- 2.1.3.2 Gäste-Bedienung
Bedienen von wichtigen Gästen der GL und EGL, z.B. anlässlich von Sitzungen
- 2.1.3.3 Versände
Mithelfen bei grösseren Versänden
- 2.1.3.4 Reinigung
Koordination mit Putz-Institut (was muss getan werden ?)
- 2.1.3.5 Handtücher
Waschen der Handtücher

2.2 Disposition (Haupttätigkeit)

2.2.1 Tägliche Arbeiten

- 2.2.1.1 Disponieren
Erfassen und Disponieren von Werbe-Aufträgen im AdAssist gemäss Weisungen der Administrationsleitung (Null-Aufträge nur mit Visum der GL disponieren ; Jahrespauschalen, GGs, TGs etc. nur disponieren, wenn die Vereinbarung vorliegt ; etc.)
- 2.2.1.2 Kontieren
Kontieren mit Buchungskennzeichen der Werbe-Aufträge, bzw. Rechnungen gemäss Weisungen der Administrationsleitung
- 2.2.1.3 Rechnungen
Schreiben, Drucken, Kontrollieren und Versenden der Rechnungen
Kopieren der Rechnungen für die Buchhaltung
- 2.2.1.4 Ablage
Fortlaufendes Ablegen der Offerten/Aufträge/Rechnungen nach den Vorgaben der GL
- 2.2.1.5 Überspielen von Tonträgern
Überspielen der Werbung von anderen Tonträgern auf das EDV-Sendeablauf-System
- 2.2.1.6 Werbeplan erstellen
Drucken und Kontrollieren des Werbeplans, der Spotnummern und der Spots
- 2.2.1.7 Werbeplan kontrollieren
Kontrollieren des Werbeplan vom Vortag (ist die Werbung gespielt worden)
- 2.2.1.8 Telefon
Beantworten der ankommenden Anrufe, Erteilen von Auskünften, Weiterleiten der Anrufe
- 2.2.1.9 Empfang
Türöffnung / Empfang / Erstbetreuung von Gästen und BesucherInnen
- 2.2.1.10 Adress-Kartei
Laufendes Nachführen der Verkaufs-Adress-Datei
- 2.2.2 Wöchentliche Arbeiten
- 2.2.2.1 Radiofahnder
Erfassen der Radiofahnder-Daten und Weiterleiten an die Moderation
- 2.2.2.2 Verkaufs-Sitzung / Protokoll
Teilnahme an der wöchentlichen Verkaufssitzung und Führen des Protokolls
- 2.2.2 Monatliche Arbeiten
- 2.2.2.1 Monatsrechnungen
Drucken und Kontrollieren der Monatsrechnungen
- 2.2.2.2 Verkaufs-Statistiken
Nachführen, Bearbeiten und Ausdrucken der verschiedenen EDV-Verkaufs-Statistiken
- 2.2.2.3 Dauer-Aufträge
Disponieren monatlicher Dauer-Aufträge (z.B. Bund, Bierhübeli, Radiofahnder, Gratulationen, etc.) für den folgenden Monat ; entsprechende Rechnungen schreiben und an Buchhaltung weiterleiten.
- 2.2.3 Tätigkeiten nach Bedarf
- 2.2.3.1 Jahrespauschalen
Aufdatieren und Nachtragen der Liste Gegengeschäfte/Jahrespauschalen

- 2.2.3.2 Mailings
Aufbereiten und Drucken der Adressen für Mailings etc., Versand von Mailings
- 2.2.3.3 Grunddaten mutieren
Tarife/Grunddaten AdAssist erfassen (neue Tarife, neue Stationen, Adress-
Änderungen) in Absprache mit der Verkaufsleitung
- 2.2.3.4 Vermittlung
Weitervermitteln von Aufträgen an andere Stationen oder Radiotele
- 2.2.3.5 Statistiken
Erstellen und Darstellen von Verkaufs-Statistiken

Tägliche Arbeiten

- Kontrollieren, Kontieren, Erfassen und Ablegen Kreditoren-Rechnungen
- Kontrollieren, Kontieren, Erfassen und Ablegen Debitoren-Rechnungen
- Kontrollieren, Kontieren, Erfassen und Ablegen von Bank-Belegen
- Beantworten der überlaufenden Anrufe (340 50 50, 340 50 40) nach dem dritten Tonrufzeichen

Wöchentliche Arbeiten

- Abrechnen der Kasse
- Erstellen MIS für GL-Sitzung
- Zahlungsanweisungen erstellen und Zahlungen tätigen

Monatliche Arbeiten

- Honorarbuchhaltung und Auszahlen Honorare
- Kassensturz
- Monatsabschlüsse erstellen, inkl. Abgrenzungen etc.
- *Kontrollieren Mahnungsliste, Koordination mit Verkauf*
- Mahnungen erstellen und verschicken
- Einleiten allfälliger Betreibungen
- *Analyse der Monatsabschlüsse und Statistiken z.Hd. GL*
- *Erstellen von Vorschlägen für notwendige Massnahmen z.Hd. GL*
- Personalbuchhaltung

Jährliche Arbeiten

- Koordination mit Revisionsstelle
- Revisionsvorarbeiten
- Personalbuchhaltung
- Abrechnen AHV etc.
- Investitions-Buchhaltung führen / Abschreibungsplanung
- Erarbeiten, Kontrollieren, Drucken Jahresabschluss
- *Nachführen der Jahres-Statistiken*
- *Mithilfe bei der Erstellung des Jahresberichts*
- *Mithilfe bei der Erstellung des Budgets*
- *Mithilfe bei der Erstellung der Mittelfristplanung*
- *Erarbeiten von Vorschlägen für Abschlüsse z.Hd. Suisa, IFPI, Bakom, etc.*

Tätigkeiten nach Bedarf

- Buchhalterische Terminplanung und -kontrolle
- Buchhalterische Personalbelange erledigen (Mutationen, Versicherungen, Korrespondenz nach Absprache mit GL, etc.)
- Betreuen Handelsregister (Mutationen, etc.)
- *Erstellen und Aktualisieren verschiedener Statistiken z.Hd. GL, BUND und VR (etc.)*
- Aktualisieren und Anpassen von Kostenstellen
- MWST-Abrechnung
- Kontrollieren und Überwachen Versicherungs-Policen
- Kontrollieren und Überwachen von Verträgen mit finanziellen und/oder buchhalterischen Auswirkungen
- Beantworten von Fragen aus dem Verkauf und dem Programm in buchhalterischen und personal-buchhalterischen Fragen
- Ausbilden allfälliger neuer MitarbeiterInnen in der SAP-Buchhaltung
- Ausbilden des Sekretariats für die Ferienablösungs-Buchhaltung
- Unterstützung der GL in allen Belangen
- Ferienablösung Disposition (Mithilfe bei Ferienabwesenheiten)

Diese Liste wird bei Bedarf und nach gegenseitiger Absprache allfälligen neuen Gegebenheiten angepasst.

Das Pflichtenheft für die Abt. Administration

1. Administrationsleitung

1.1 Unterstellung

MitarbeiterInnen der Abteilung Administration sind der Verkaufs- und Administrationsleitung unterstellt.

1.2 Weisungsbefugnis

Die Verkaufs- und Administrationsleitung ist gegenüber den MitarbeiterInnen der Abteilung Administration (Disposition / Sekretariat / Empfang) weisungsbefugt.

1.3 Arbeitsorganisation

Absenzen, Dienst-Abtauschungen, Kompensationen, Ferien, Überstunden etc. müssen von der Abteilungsleitung genehmigt werden.

2. Stellenbeschrieb

Die Administration umfasst Programm-Assistenz, Sekretariat/Empfang und Disposition.

Alle administrativen MitarbeiterInnen können die anderen während Ferien und Krankheiten vertreten : Alle müssen das Sekretariat, die Programm-Assistenz und die Disposition betreuen können.

Allgemeines

Die allgemeine Aufgabe der Administration ist die Unterstützung der Geschäfts-, Programm-, Verkaufs- und Administrationsleitung, des Programms und des Verkaufs in allen Belangen.

Pflichtenheft/Stellenbeschrieb

Die folgenden Pflichtenhefte können jederzeit neuen Gegebenheiten angepasst werden.

Monats-Sitzung

Einmal im Monat findet eine Team-Sitzung der Abteilung Administration statt.

PFLICHTENHEFTE

2.1 Sekretariat / Empfang

2.1.1 Tägliche Arbeiten

- 2.1.1.1 Telefon Radio
Entgegennehmen und Weiterleiten der Anrufe (340 50 50), Auskünfte erteilen
- 2.1.1.2 Telefon Verkauf
Entgegennehmen und Weiterleiten der Anrufe Verkauf (340 50 40)
- 2.1.1.3 Post
Postverteilung bis 08.30 h
- 2.1.1.4 Betreuung Besucher
Türöffnung / Empfang / Erstbetreuung von Gästen und BesucherInnen
- 2.1.1.5 Cafeteria
Betreuen Cafeteria (Bestand-Kontrolle, Nachbestellen, Nachfüllen der Geräte, Unterhalt des Maschinenparks, Reinigung) und Herausgeben und Abrechnen von Jents
- 2.1.1.6 Autos
Administration Autos (Parkkarten, etc.)
- 2.1.1.7 Schreibarbeiten
Allgemeine Sekretariats-Arbeiten (für GL und Programm)
- 2.1.1.8 Überwachung
Allgemeine Überwachung notwendiger Arbeiten/Tätigkeiten und Meldung an GL
- 2.1.1.9 Schlüsselverwaltung (Gäste-Kaffeeschlüssel, Rumpelkammer, Archiv, Cafeteria, etc.)

2.1.2 Wöchentliche und monatliche Arbeiten

- 2.1.2.1 Büromaterial
Betreuung Büromaterial (regelmässige Bestandkontrolle, Nachbestellen, etc.)

2.1.3 Tätigkeiten nach Bedarf

- 2.1.3.1 Ordnung
Altpapier und Karton bündeln und Koordinieren Abfallbeseitigung
Aufräumen der Anschlagbretter
Allgemeine Kontrolle der Ordnung
- 2.1.3.2 Gäste-Bedienung
Bedienen von wichtigen Gästen der GL und EGL, z.B. anlässlich von Sitzungen
- 2.1.3.3 Versände
Mithelfen bei grösseren Versänden
- 2.1.3.4 Reinigung
Koordination mit Putz-Institut (was muss getan werden ?)
- 2.1.3.5 Handtücher
Waschen der Handtücher

2.2 Programm-Assistenz

2.2.1 Tägliche Arbeiten

- 2.2.1.1 Verkehrshotline : Entgegennahme der Anrufe auf die Verkehrshotline, wenn die Moderation dies nicht tun kann
- 2.2.1.2 Tagesübersichten schreiben für Moderationsleiter
- 2.2.1.3 Veranstaltungskalender
Sammeln und Übertragen der Veranstaltungshinweise in die Tagesübersicht (gemäss Vorgaben Moderationsleitung).
- 2.2.1.4 CD-Archiv
Betreuung CD-Archiv (Aus- und Umpacken CDs, Erfassen der CDs im Archiv)
- 2.2.1.5 Beleg-CD's für Kunden und Sponsoren brennen
- 2.2.1.6 Internet-Feedbacks teilweise beantworten
- 2.2.1.7 Pflegen und kontrollieren des aktuellen Web-Site

- 2.2.2 Wöchentliche Tätigkeiten
- 2.2.2.1 Preis-Administration
Die Programm-Assistenz sorgt dafür, dass die Preise nicht ausgehen dass die Preise korrekt angeschrieben sind und korrekt herausgegeben werden können
- 2.2.2.2 Spiel-Administration
Die Programm-Assistenz wickelt die Programm-Spiele administrativ ab
- 2.2.3 Tätigkeiten nach Bedarf
- 2.2.3.1 Adressenpflege
Die Programm-Assistenz nimmt die Adressen von HörerInnen und Kontaktpersonen für die Moderation und die Redaktion auf und verwaltet diese Adress-Kartei (fortlaufende Mutationen)
- 2.2.3.2 Betreuung Photo-Archiv
Die Programm-Assistenz führt das Photo-Archiv von Radio Förderband.
- 2.2.3.3 Event-Unterstützung
Die Programm-Assistenz unterstützt den Event-Manager, die technische Leitung und die Programmschaffenden bei der Planung und Durchführung von Events (Be-willigungswesen, Leitungsbestellungen, Anwesenheit bei Aussenauftritten)

Die folgende Liste ist nicht abschliessend und vollständig.

1. EDV (40%)

Unterhalt und Support Hardware (PCs, Notebooks, Drucker)
Unterhalt und Software (Office, AdAssist, SAP)
Betreuung und Wartung Netzwerk
Betreuung und Wartung Server
Betreuung und Wartung Drucker-Server
Betreuung und Wartung SQL-Server
Installieren und Warten von Clients
Installieren von Updates im Netzwerk und auf Arbeitsstationen
Sicherstellen des Betriebs von Verbindungen und Leitungen (X21, SAP-NZZ, Telefonie, etc.)
Pflege von Datenbanken (z.B. Musik-Library)
Installation und Wartung von Modems, Routers, Firewalls, Hubs, Switches etc.
Betreuung Audio-Spy inkl. Herunterladen benötigter Files
Zusammenbau und Aufsetzen neuer PCs
Einbau von Hardware (z.B. Soundkarten, zusätzl. Laufwerken etc.)
Installieren, Testen und Inbetriebnehmen neuer Software
Überwachung und Sicherstellung des Virenschutzes
Sicherstellen des Betriebs des Mail-Servers
Zusammenarbeit mit externen Firmen für Spezial-Aufgaben (z.B. Sendesoftware)
Überwachen der IP-Telefonie, Fernwartung der Zentrale

2. INTERNET (20%)

Betreuung, Pflege & Wartung des Internet-Auftritts
Regelmässiges Updaten des Inhalts
Sicherstellung der Zusammenarbeit mit Internet- und Stream-Providern

3. AUDIO (20%)

Betreuung, Unterhalt und Reparatur der gesamten Audio-Infrastruktur
(Studiotechnik, Mischpulte, Sound-Prozessoren, Mikrophone, Kopfhörer, interne Lautsprecher-Anlage, etc.)
Einstellen und Warten von Audio-Prozessoren
Zusammenarbeit mit externen Audio-Firmen

4. ADMINISTRATION (10%)

Unterstützung der Geschäftsleitung in allen technischen Belangen
Kostenstellenverantwortung
Budgetierung Technik
Planung & Evaluation von Investitionen
Evaluation, Projektierung und Umsetzung neuer technischer Lösungen
Bestandskontrolle & Nachbestellen Tonerkassetten und anderem technischem Verbrauchsmaterial
Beschriftung von und Manuals für technische Geräte
Dokumentation technischer Veränderungen und Neuerungen
Kollegenhilfe bei Bedarf

5. **Sendebus/Aussenauftritte (5%)**

Einrichten, Fahren, Aufstellen, Abbauen und Aufräumen des Sendebusses bei Aussenauftritten

Technische Einrichtung von Aussenauftritten (Studios, etc.)

Unterhalt des Sendebusses

Unterhalt der Sendebus-Technik

Ordnung und Reinigung im Sendebus

6. **Facility Management (5%)**

Unterhalt, Reparatur und/oder Organisation externer Betreuung div technischer Geräte (z.B. Klima-Anlage)

Betreuung der Beleuchtung und Signalisation

Unterhalt und Reparatur Haustechnik (z.B: Klima-Anlage)

Unterhalt und Reparatur Kleintechnik (Haken und Ösen)

Ordnung im Technik-Raum

Aufräumen und entsorgen von technischem Altmaterial

7. **Pickett**

Sicherstellung des Betriebs auch zu Unzeiten

Rechte und Pflichten der BE1-VolontäreInnen



Dieses Pflichtenheft ersetzt nicht den Gebrauch des gesunden Menschenverstands. Die MitarbeiterInnen verhalten sich im Zweifelsfall so, wie wenn das Radio ihnen persönlich gehören würde, bzw. wie wenn sie persönlich haftbar wären.

Dieses Pflichtenheft ist integrierter Bestandteil des Arbeitsvertrags.

Rechte der BE1-VolontäreInnen

Die VolontäreInnen haben während der gesamten Volontariats-Zeit ein Anrecht auf eine regelmässige, umfassende und detaillierte interne Grundausbildung in Moderation und Redaktion gemäss gültigem Ausbildungskonzept.

Die VolontäreInnen haben ein Anrecht auf vom Radio angebotene Weiterbildung (wöchentliche interne Ausbildungskurse, z.B. immer mittwochs von 13.30 – 15.00 Uhr).

Die VolontäreInnen haben das Recht auf ein jährliches Förder-/Beurteilungs-Gespräch mit der Abteilungs- und Geschäftsleitung.

Die VolontäreInnen können einmal jährlich ihre Vorgesetzten beurteilen.

Auf die Dienstplan- und Ferien-Wünsche der VolontäreInnen wird von der Abteilungsleitung so weit wie möglich eingegangen.

Die VolontäreInnen dürfen sich für Konzerte und andere kulturelle Veranstaltungen akkreditieren lassen und können diese gratis besuchen.

Pflichten der VolontäreInnen

Grundsatz

Mit dem Volontariat wird EinsteigerInnen die Möglichkeit geboten, in der Medienbranche und im Radiobereich Fuss zu fassen. Nach Ablauf der 2 Jahre sollen die VolontärInnen – Eignung vorausgesetzt - bei einem Radiosender als ModeratorInnen und/oder RedaktorInnen eingesetzt werden können.

Weisungsbefugnisse

Die VolontäreInnen sind der Programmleitung unterstellt. Im Arbeitsalltag vielfach aber direkt dem Moderationsleiter, dem Redaktionsleiter oder einem Moderator oder Redaktor, sie haben deren Weisungen zu befolgen.

Eine Sammlung der gültigen Weisungen liegt auf.

Die VolontäreInnen sind verpflichtet, redaktionelle Inhalte gemäss Weisung der Programm-Redaktions- oder Moderationsleitung umzusetzen.

Unterstützung der Abteilungs- und Geschäftsleitung, 'Ämtli'

Die MitarbeiterInnen sind verpflichtet, die Abteilungs- und Geschäftsleitung in deren Arbeit zu unterstützen ; sie können bei Bedarf für diesbezügliche Arbeiten herangezogen werden.

Jedem/r MitarbeiterIn wird ein 'Ämtli' aufgebürdet, das sie/er nach Bedarf zu erledigen hat.

Umgangston

Alle BE1-MitarbeiterInnen sind zu konstruktiver Team-Arbeit und zu einem freundlichen Umgangston mit KollegInnen und Vorgesetzten verpflichtet.

Aussenauftritte

Die VolontäreInnen sind verpflichtet, an der Planung, Durchführung und Nachbereitung von Aussenauftritten aktiv teilzunehmen ; MitarbeiterInnen vertreten Radio BE1 gegen aussen - sie treten bei öffentlichen Anlässen entsprechend auf.

Dienstplan

Dienste dürfen nur nach Absprache mit der Abteilungsleitung abgetauscht werden.

Die VolontäreInnen sind verpflichtet, nötigenfalls Überstunden zu leisten ; diese werden im Rahmen der Dienstplan-Erstellung von der Abteilungsleitung berücksichtigt.

Weiterbildung

Die VolontäreInnen sind verpflichtet, an angebotenen Weiterbildungen teilzunehmen und sich selbsttätig weiterzubilden (Musik, Politik, Sport, Allgemeinwissen, Stimm-, Sprechschulung, Atemtechnik, Telefonieren, etc.)

EDV

Die VolontäreInnen sind verpflichtet, sich mit den Möglichkeiten und Grenzen der zur Verfügung stehenden EDV-Infrastruktur und -Software vertraut zu machen.

Die VolontäreInnen sind verpflichtet, die Weisungen der EDV-Verantwortlichen und haus-internen Regelungen z.B. bezüglich der Datenstruktur und der Abspeicherung von Dokumenten/Files zu befolgen.

Ordnung / Hilfsarbeiten

Alle MitarbeiterInnen sind verpflichtet, Ordnung zu halten in ihren eigenen und den Sachen der Allgemeinheit.

Alle MitarbeiterInnen sind zu eigenverantwortlicher Mithilfe gegenüber dem Radio und dem Team verpflichtet ; kleinere offensichtliche, notwendige berufsfremde Arbeiten sind in Eigenregie zu erledigen (kaputte Lampen auswechseln, Geschirrspüler aus- und einräumen, Fenster öffnen oder schliessen, Abfall beseitigen und Aschenbecher leeren, Unordnungen beseitigen, etc.)

Telefondienst :

Alle MitarbeiterInnen von Radio BE1 sind verpflichtet, überlaufende Anrufe nach dreimaligem Klingeln der Zentrale abzunehmen und die Anrufe weiterzuleiten oder die Bedürfnisse der AnruferInnen zu befriedigen.

Sicherheit

Wer das Haus als letzter verlässt, schliesst alle Fenster, stellt alle Computer und Audiogeräte ab, die nicht anderweitig bezeichnet sind, löscht überall das Licht, setzt die Alarm-Anlage

in Betrieb und schliesst die Türen mit dem Schlüssel ab (siehe Hausordnung im Personalhandbuch).

Benutzung der Radio-Infrastruktur für private Zwecke

Die Benutzung der Infrastruktur für private Zwecke wird von den MitarbeiterInnen entsprechend dem gesunden Menschenverstand dem Radio vergütet (private Kopien, Telephone, Internet-Sessions, CD-Brennereien, etc.).

Vergünstigungen

VolontäreInnen dürfen sich nicht private Vorteile (z.B. Vergünstigungen) durch das Senden von Beiträgen verschaffen.

VolontäreInnen, welche mit verbilligten Karten Veranstaltungen besuchen können, sind verpflichtet, den diensttuenden ModeratorInnen/RedakteurInnen eine Kritik der Veranstaltung anzubieten.

Sorgfaltspflicht / Geheimhaltung

Die MitarbeiterInnen sind verpflichtet, technische Gerätschaften und Mobiliar des Radios mit grösstmöglicher Sorgfalt zu behandeln. Wer fahrlässig einen Schaden herbeiführt, ist für diesen verantwortlich.

Alle MitarbeiterInnen sind verpflichtet, über Firmen- oder Konzerns-Interna Stillschweigen zu bewahren.

Ferien

Beim Planen ihrer Ferien sind MitarbeiterInnen dazu verpflichtet, Rücksicht auf die Pläne ihrer KollegInnen zu nehmen ; es dürfen nicht mehr als 100 Stellenprozente innerhalb der Abteilung Moderation gleichzeitig Urlaub machen.

Tätigkeiten der VolontäreInnen

Das Volontariat ist eine praxisbezogene Einführung in die Welt der Medien und des Radios. Nach zwei bis drei Monaten intensiver interner Ausbildung in verschiedenen Abteilungen von Radio BE1 wird die/der VolontärIn bereits programmschaffend im Hintergrund der Redaktion und Moderation eingesetzt. 'Learning By Doing' heisst das Motto: Unterstützen der Redaktoren und Moderatoren bei ihrer Arbeit, z.B. Strassen- und Telefonumfragen machen, Interviews führen, schneiden und sendefertig bereitstellen, Teilnahme an Medienkonferenzen, etc.

Je nach Situation und Eignung werden die VolontärInnen auch am Mikrofon und für normale Moderations-Schichten im Tagesprogramm - hauptsächlich an Wochenenden - eingesetzt.

VERTRAULICH!

Jahresabschluss Radig AG 2006

BILANZ

AKTIVEN

=====

Umlaufvermögen

=====

*

Liquide Mittel

*

Kassen

10010 Hauptkasse

2'791.40

Total Kassen

2'791.40

*

Post

10110 PC 80- 645-6 Verwaltung

94'430.41

Total Post

94'430.41

*

Banken

10230 UBS ex. SBV Kto. P2.680.557

1'600'133.90

10242 Gewerbekasse von Bern

1'341.15

Total Banken

1'601'475.05

Total liquide Mittel

1'698'696.86

*

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

*

Uebrig Ford. aus Lieferungen und Leistungen

10570 Diverse Debitoren

836'051.99

10590 Debitoren Gegengeschäfte

204'971.25

10599 Delkredere

-70'000.00

Total übrige Ford. aus Lief. und Leistungen

971'023.24

*

Total Forderungen aus Lieferungen und Leist.

971'023.24

*

Andere Ford. und Rechnungsabgrenzung

*

Kontokorrent - Konti

20131 KK AGRAPI

-

VERTRAULICH!

Total Kontokorrent - Konti		-
*		
Uebrige Guthaben		
	10320 W I R	79'786.45
	10720 Lohn & Spesenvorschuss	2'100.00
	10760 Verrechnungssteuer Schweiz	601.5
Total Uebrige Guthaben		82'487.95
*		
Aktive Rechnungsabgrenzung		
	10900 Transitorische Aktiven	79'777.35
	10920 Durchlauf Honorare	-
	10980 Pendenzen Diverse	-4'107.65
Total aktive Rechnungsabgrenzung		79'777.35
*		
Total andere Forderungen und Rechnungsabgr.		162'265.30
Summe Umlaufvermögen		2'831'985.40
=====		
Anlagevermögen		
=====		
*		
Wertschriften		
*		
Aktien		
	11030 Aktien Schweiz	-
Total Aktien		-
Total Wertschriften		-
*		
Aktiv - Darlehen		
*		
Darlehen an Dritte		
	11190 Darlehen an Betriebsangehörige	10'999.75
Total Darlehen an Dritte		10'999.75
*		
Total Aktiv - Darlehen		10'999.75
*		
Mobilien		
*		

VERTRAULICH!

Maschinen		
	11210 Maschinen	73'047.75
	11219 Wertberichtigung Maschinen	-73'047.75
Total Maschinen		-
*		
IT-Anlagen		
	11230 EDV Anlagen & Software	82'302.32
	11239 WB EDV Anlagen & Software	-82'302.32
Total IT-Anlagen		-
*		
Übrige Sachanlagen		
	11260 Mobilien und Geräte	507'655.85
	11269 WB Mobilien und Geräte	-381'261.82
	11310 Fahrzeuge	65'228.12
	11390 Wertberichtigung Fahrzeuge	-65'228.11
Total Übrige Sachanlagen		126'394.04
*		
Total Mobilien		126'394.04
*		
Einrichtungen		
	11730 Gebäude-Installationen	79'571.14
	11739 WB Gebäude-Installationen	-74'815.39
Total Einrichtungen		4'755.75
*		
		4'755.75
Summe Anlagevermögen		142'149.54
=====		
SUMME AKTIVEN		2'974'134.94
=====		
PASSIVEN		
=====		
Fremdkapital		
=====		
*		
Verb. aus Lieferungen und Leistungen		
*		
Kreditoren		
	20010 Kreditoren Sammelkonto	-289'199.97
	20020 Kreditoren Sammelkonto Konzern-Unterneh	-55'414.00
Total Kreditoren		-344'613.97

VERTRAULICH!

*		
Total Verb. aus Lieferungen und Leistungen		-344'613.97
*		
Vorauszahlungen von Kunden		
*		
Abo - Anzahlungen		
	20115 Anzahlung Rabatte Preisermässigungen	-37'476.52
Total Abo - Anzahlungen		-37'476.52
*		
Total Vorauszahlungen von Kunden		-37'476.52
*		
Uebrigtes kurzfr. FK / passive Rechnungsabgr.		
*		
Uebrigtes kurzfristiges Fremdkapital		
	10680 KK Pensionskasse der NZZ (Fürsorgestift	-216.6
	10980 Pendenzen Diverse	-4'107.65
	10989 Pendenzen allgemein	-71'694.74
	20139 SUVA	-
Total übriges kurzfristiges Fremdkapital		-76'018.99
*		
Zahlungen in Transit		
	10211 CS Durchlaufkonto	-
Total Zahlungen in Transit		-
*		
Mehrwertsteuern		
	10759 MWST Vorsteuerabzug 7.60% (Kontokl 1+4)	-
	10762 MWST Vorsteuerabzug 3.80% (Kontokl 1+4)	-
	10764 MWST Vorsteuerabzug 2.40% (Kontokl 1+4)	-
	20223 MwSt Ausgangssteuer 7.50%	-
	20227 MWST Ausgangssteuer 7.60%	-
Total Mehrwertsteuern		-
*		
Aktionäre und Verwaltung		
	20410 Dividenden laufendes Jahr	-
Total Aktionäre und Verwaltung		-
*		
Passive Rechnungsabgrenzung		
	20900 Transitorische Passiven	-473'248.32
	20930 Rst. 13. Monatslohn	-
Total Passive Rechnungsabgrenzung		-473'248.32

VERTRAULICH!

*		
Steuerrückstellungen		
	22100 Steuerrückstellung	-100'000.00
Total Steuerrückstellungen		-100'000.00
*		
Total übriges kurzfr. FK / passive RA		-649'267.31
Total kurzfr. Fremdkapital		-1'031'357.80
Summe Fremdkapital		-1'031'357.80
=====		
Eigenkapital		
=====		
*		
Aktienkapital		
	24000 Aktienkapital	-300'000.00
Total Aktienkapital		-300'000.00
*		
Gesetzliche und freie Reserven		
*		
Gesetzliche Reserven		
	24100 gesetzliche Reserven	-150'000.00
Total gesetzliche Reserven		-150'000.00
Total gesetzliche und freie Reserven		-150'000.00
*		
Gewinnvortrag		
	24190 Gewinn-/Verlustvortrag	-368'763.04
	24195 Bilanzgewinn/-verlust	-394'999.48
Total Gewinnvortrag		-763'762.52
*		
Summe Eigenkapital		-1'213'762.52
=====		
Jahresgewinn		-729'014.62
SUMME PASSIVEN		-2'974'134.94
=====		



Geschäftsbericht 2006 des Präsidenten des Verwaltungsrates der Radig AG

Der positive Trend hält weiterhin an

1. Allgemein

Nach den bereits erfolgreichen Jahren 2004 und 2005 kann die Radig AG erneut ein finanzielles Rekordjahr ausweisen. Das Jahresergebnis vor Steuern 2006 ist das höchste seit Bestehen des Unternehmens.

Nach langen Förderband-Jahren mit gegenüber der Konkurrenz eher schwachen Hörerzahlen und nach einer intensiven BE1-Aufbauphase hat sich der Sender in Bern klar als Nummer 1 positioniert und festgesetzt und die Radig AG hat sich damit nachhaltig zu einem finanziell gesunden Unternehmen mit einem beruhigenden finanziellen Polster entwickelt.

Mit einem Jahresergebnis von Fr. 872'000 (vor Steuern) erreichten wir bei einem betrieblichen Gesamtertrag von Fr. 5,472 Mio. eine Umsatzrendite von 15.9%. Werden die Gegengeschäfte im Umfang von Fr. 1,435 Mio. nicht berücksichtigt, ergibt sich sogar eine Umsatzrendite von 21.6%.

2. Kommentar zur Erfolgsrechnung und Bilanz

Der betrieblichen Gesamtertrag konnte 2006 gegenüber Vorjahr noch einmal um knapp 16% gesteigert werden. Dies hängt vor allem mit dem höheren Sekundenpreis, der für BE1 günstigen Pool-Konstellation und einer Ausweitung der Gegengeschäfte zusammen. Erfreulich festzustellen ist, dass der Zuwachs über der durchschnittlichen Branchenentwicklung liegt.

2.1 Ertrag

- Der direkt erwirtschaftete Lokal-Netto-Ertrag liegt rund 2% über Vorjahr und ist damit der höchste je erzielte lokale Umsatz in der Geschichte unseres Senders.
- Auch der vermittelte nationale Umsatz (welcher zum letzten Mal exklusiv via Radiotele AG gebucht wurde resp. werden musste) konnte das Vorjahreshoch um rund 21% übertreffen. In diesem Bereich konnten nur dank der leistungsbedingten Erhöhung des Sekundenpreises höhere Einnahmen generieren, denn das Sekundenvolumen selber sank im gleichen Zeitraum um fast 10%!

2.2 Aufwand

- Nach wie vor macht das Personal den grössten Kostenanteil aus, wobei die Personalkosten gegenüber dem Budget um rund 2% höher ausfielen (Budgetüberschreitung aufgrund von erfolgsabhängigen Provisionen, Überschneidungen bei Personalabgängen und höhere Kosten bei der Personalbeschaffung).
- Mieten und Leasing fielen höher als im Vorjahr aus, da mehr Geschäftsfahrzeuge im Gegengeschäft angeschafft und eingesetzt wurden. Gegenüber Budget entfielen hingegen die geplanten Mietkosten für die neue Telefonzentrale. Diese Kosten wurden über die

periodischen Telefonrechnungen verrechnet und dem Posten Kommunikation belastet, was dessen Steigerung gegenüber Vorjahr teilweise erklärt.

- Die durch ausserordentliche Aufwendungen bedingten hohen Ausgaben im letzten Jahr bei Unterhalt/Reparaturen konnten wieder auf den üblichen langjährigen Standard reduziert werden und blieben sogar unter Budget.
- Der gegenüber Vorjahr deutliche Rückgang der Verwaltungskosten ist darauf zurückzuführen, dass die 2005 unter diesem Titel verbuchte Hörerstudie neu bei Werbung/PR (Marktforschung) budgetiert und verbucht wurde.
- Die Erhöhung der Reisen und Repräsentationsspesen hat ihren Grund im erstmaligen Besuch der Geschäftsleitung an der europäischen Radiokonferenz NAB in Rom. Vor allem im Hinblick auf die anstehenden technologischen Veränderungen und die generellen Entwicklungen der Branche erscheint eine Information und Orientierung „vor Ort“ mehr als sinnvoll und nötig.
- Die höheren Ausgaben bei Werbung/PR resultieren primär aus einer gezielten Ausweitung der Gegengeschäfte. Ein weiterer Teil der Mehrkosten ist aufgrund von Mehrausgaben im Bereich Marktforschung (Musik und Publica Data) und für die Schwerpunkt-Werbekampagne im Dezember entstanden.

3. Programm, Technik

Radio BE1 richtet sein Programm weiterhin nach den Bedürfnissen und dem Geschmack des von der Werbewirtschaft nach wie vor bevorzugten Zielpublikums der 15-49-Jährigen aus. In diesem Bereich zeigte sich bei der Hörerumfrage, dass wir gegenüber DRS3 (unserem Hauptkonkurrenten im Hörermarkt) nur zulegen können, wenn wir inhaltlich relevanter werden. Die entsprechenden programmlichen Massnahmen sind eingeleitet worden.

Die Umbenennung und der Relaunch von Radio ExtraBern zu Capital FM hat in Bern bis jetzt keine massive Veränderung der Hörerzahlen zur Folge gehabt; Radio BE1 bleibt trotz einer massiven Capital-Marketing-Kampagne die klare Nummer 1, mit einem Vorsprung von 30'000 Hörerinnen und Hörer (105'000 zu 75'000 im 2. Semester 2006).

Im Frühling 2006 konnten wir in den Studios drei neue, identische Sende-Mischpulte (OnAir 2000) in Betrieb nehmen. Diese bewähren sich ausgezeichnet.

4. Marketing / Verkauf

Die Werbekampagne um das Geräuschespiel im Dezember 2006 war der grösste Werbekommunikationsauftritt von Radio BE1 seit dem Relaunch im Jahr 2001. Wir haben sehr viel positiven Feedback erhalten und haben in Bern von uns reden gemacht. Der Aufwand scheint sich gelohnt zu haben.

Das Jahr 2006 war auch geprägt von zwei grossen Aussenauftritten. Einer war im Rahmen der BEA/Pferd mit einem noch grösseren Zelt als im Vorjahr, in welchem wir tagsüber den Familien und Kindern ein Märchen-, Zauber-, Spiel- und Malzelt präsentierten, während wir am Abend die grosse und übervolle BE1-BEA-Party feierten. Den anderen grossen Aussenauftritt (übrigens das grösste Public Viewing des Jahres in Bern) haben wir während der Fussball-WM 2006 auf dem BEA-Gelände realisiert.

Radio BE1 war im Jahr 2006 weiterhin Mitglied im Pool 2000, allerdings löste sich dieser per Ende Jahr auf und wir sind ab 2007 Mitglied im Swiss Radio Pool. Ende Jahr wurden in diesem Zusammenhang auch die ersten Entscheidungen betr. der Vermarktung des Swiss Radio Pools gefällt. Die Mitglieder des Pools haben sich aufgrund einer mehrstufigen Präsentationsrunde grundsätzlich für die Publisuisse entschieden. Die definitiven vertraglichen Vereinbarungen sind im Moment noch Gegenstand von Verhandlungen. Der Verkauf von Sendezeit ausserhalb des Pools wird auch künftig von der Radig AG nach wie vor selber betrieben.

5. Ausblick

Die Radig AG kann nicht davon ausgehen, dass der finanzielle Steigflug unendlich weitergehen wird. Einerseits ist zu befürchten, dass im lokalen Markt der Plafond des Potenzials erreicht ist. Andererseits sind die Auswirkungen der neuen Mitgliedschaft im Swiss Radio Pool noch ungewiss. Bis jetzt profitierten wir von den schwachen Hörerzahlen der lokalen Konkurrenz, was dazu führte, dass Kunden, die eine gute Abdeckung in Bern erzielen wollten, uns bei jedem Auftrag des Swiss Radio Pools als Ergänzung dazu buchen mussten -- und dies zum hohen lokalen Tarif. Da wir jetzt mit Capital FM im gleichen Pool-Boot sitzen, zeichnet sich hier eher eine relative Verschlechterung des vermittelten Umsatzes ab. Es sei denn, der neue Pool vermag positive Impulse für die Radiowerbung insgesamt auslösen. Ob sich durch das neue RTVG im Bereich Alkoholwerbung neue Einnahmequellen eröffnen werden, ist schwer abzuschätzen.

Wir haben erste Schritte unternommen, um in neuen Geschäftsfeldern allenfalls wegbrechende Umsätze kompensieren zu können: der Migros wurde eine Offerte für die Installation eines professionellen Instore-Radios unterbreitet (in Zusammenarbeit mit einer Technik- und einer Softwarefirma); abhängig von den Erfahrungen mit diesem Projekt werden wir weitere potentielle Kunden für gleiche oder ähnliche Angebote angehen.

Im technischen Bereich werden wir in den kommenden Monaten einerseits die Sendeablauf-Software von Digimedia 4 auf Digimedia 5 upgraden und wir werden im Mai die neue Website in Betrieb nehmen. Schliesslich werden wir im Jahr 2007 oder 2008 den Zusatzsender in Schönbühl voraussichtlich an einen neuen Standort versetzen müssen.

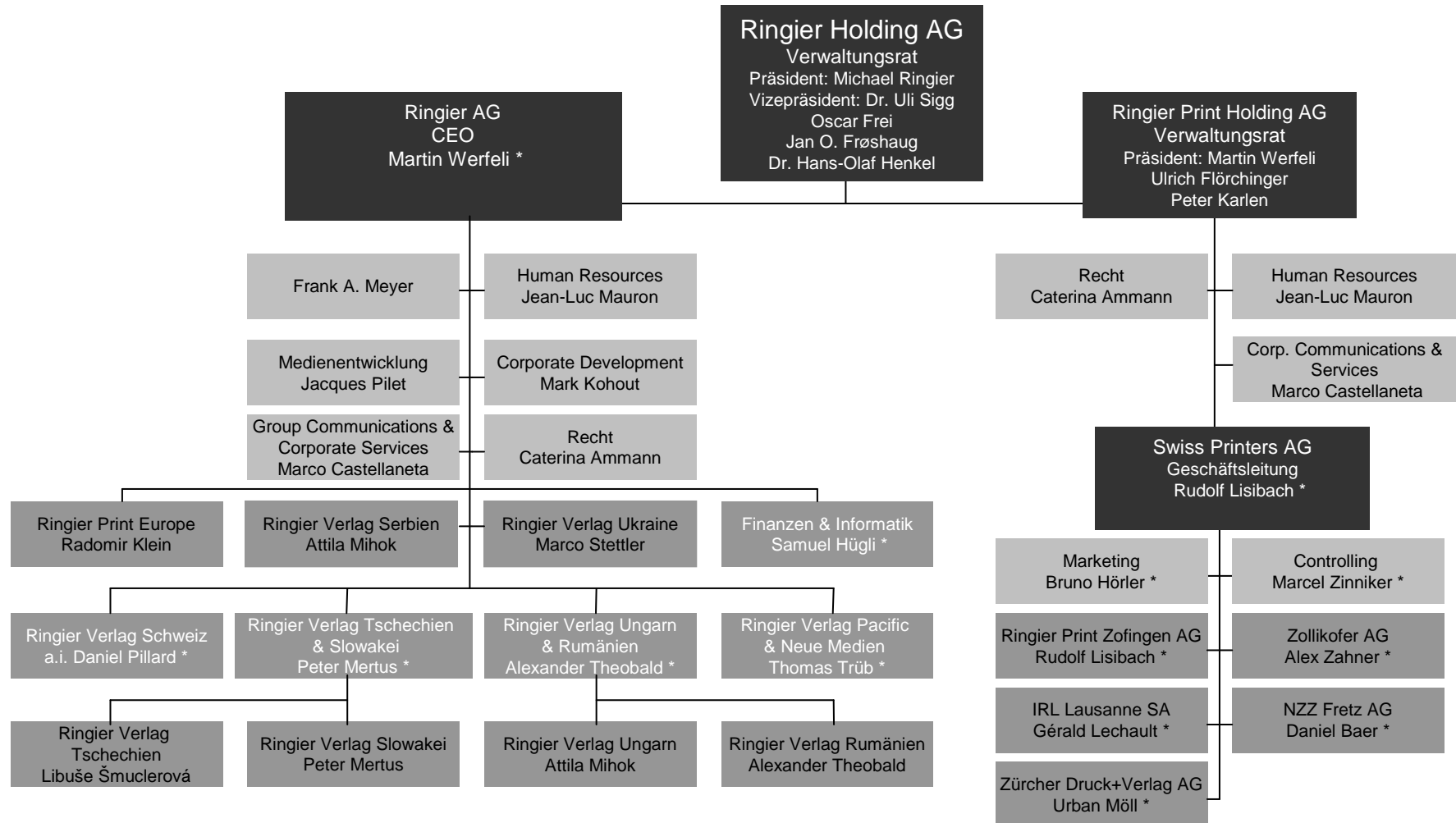
Im strategischen Bereich werden uns vor allem die mit der Neuausschreibung der Konzessionsgebiete zusammenhängenden Fragen, die Auswirkungen des RTVG inbezug auf die Medienkonzentrationsbestimmungen und die Entwicklung technischer Standards und Möglichkeiten (DAB, HD-Radio, Internet usw.) beschäftigen.

Radig AG

J. Pepe Wiss

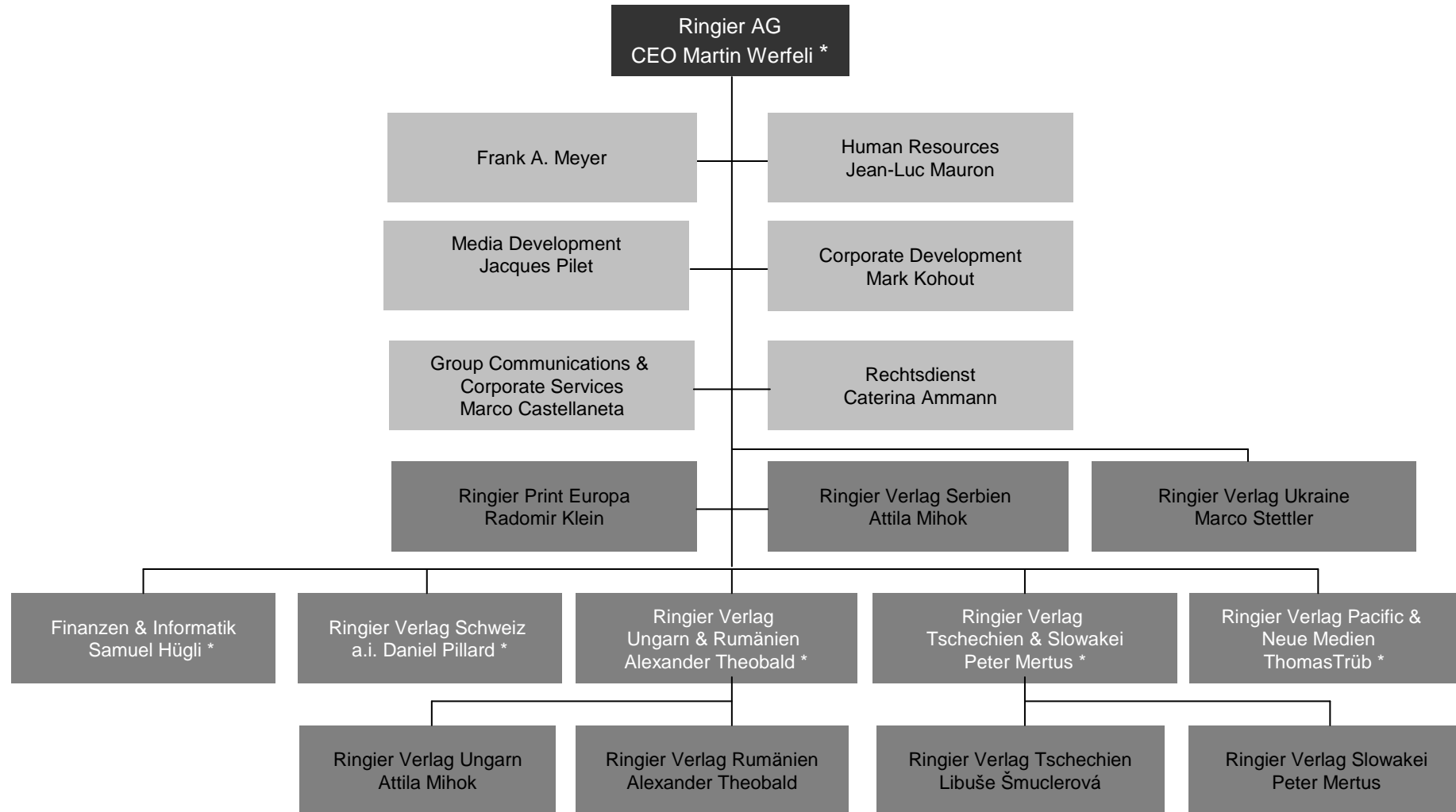
Präsident des Verwaltungsrates

Zürich, 12. Februar 2007

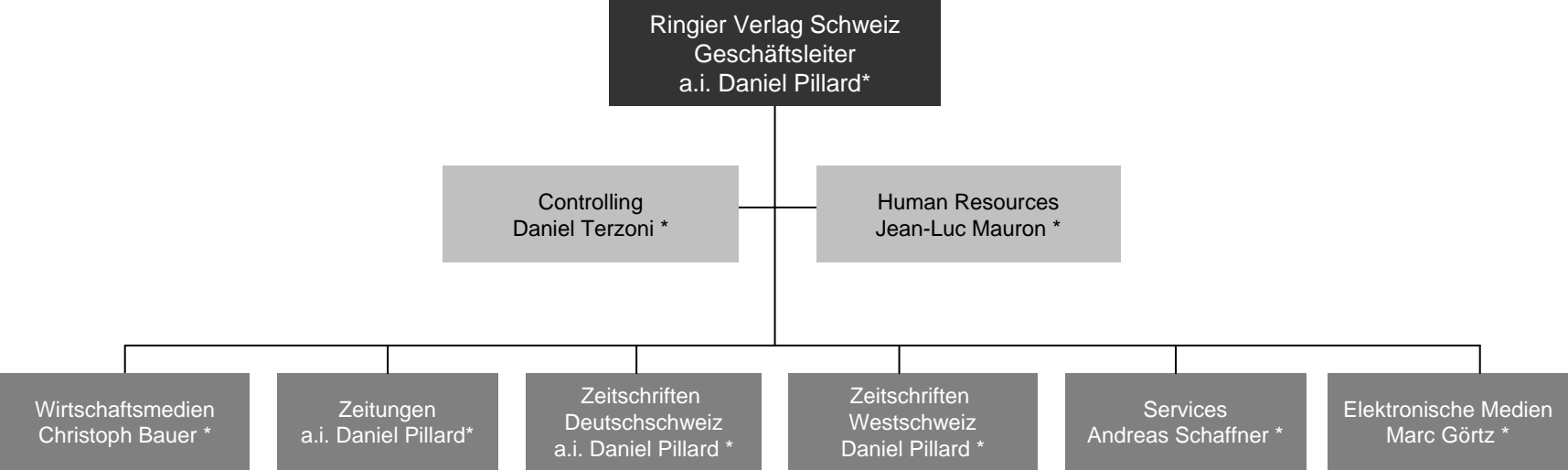


* Mitglied der Konzernleitung Ringier AG

* Mitglied der Geschäftsleitung



* Mitglied der Konzernleitung Ringier AG



* Mitglied der Geschäftsleitung

Kennzahlen PubliGroupe SA

(aus dem Internet 071203)

Publigroupe Jahresabschluss 2006

in Mio. CHF	2006			2005			Entwickl. 2005–2006	
	IFRS	Pro forma ohne einmalige Sondereffekte und vor den 2006 Veränderungen des Konsolidierungskreises		IFRS	Pro forma ohne einmalige Sondereffekte		IFRS	Pro forma
Umsatz	2'084.4	(4.4)	2'080.0	2'007.5	2'007.5		+ 3.8%	+ 3.6%
Bruttomarge	441.4	3.2	444.6	430.9	430.9		+ 2.4%	+ 3.2%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	55.5	0.4	55.9	62.4	(11.9)	50.5	- 11.1%	+ 10.7%
Betriebsergebnis (EBIT)	61.8	2.8	64.6	71.9	(11.9)	60.0	- 14.0%	+ 7.7%
Finanzergebnis	16.6	(5.1)	11.5	25.2	(15.3)	9.9	- 34.1%	+ 16.2%
Nettoergebnis, Anteil PubliGroupe AC	53.9	(3.7)	50.2	71.9	(27.2)	44.7	- 25.0%	+ 12.3%
Personalbestand Ende der Berichtsperiode	2'783			2'783			-	

PubliGroupe SA: Ergebnis 2006

in Mio. CHF	Entwicklung	2006	2005
Umsatz	+ 3.8%	2'084.4	2'007.5
Bruttomarge	+ 2.4%	441.4	430.9
Personalaufwand	+ 3.7%	(302.8)	(292.0)
Betriebsaufwand	- 4.0%	(88.7)	(92.4)
Übriger Betriebsaufwand und -ertrag	- 64.8%	5.6	15.9
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	- 11.1%	55.5	62.4
Abschreibungen	+ 20.7%	(14.6)	(12.1)
Wertverminderung		(2.1)	(0.4)
Anteil am Ergebnis der assoziierten Gesellschaften	+ 4.5%	23.0	22.0
Betriebsergebnis (EBIT)	- 14.0%	61.8	71.9
Finanzergebnis	- 34.1%	16.6	25.2
Ergebnis vor Steuern	- 19.3%	78.4	97.1
Steuern	+ 18.9%	(15.1)	(12.7)
Nettoergebnis der fortgeführten Geschäftstätigkeiten	- 25.0%	63.3	84.4
Nettoergebnis der zur Veräußerung gehaltenen Geschäftstätigkeiten	-	0.1	0.6
Nettoergebnis	- 25.4%	63.4	85.0
<i>Zuteilung des Nettoergebnisses :</i>			
- Minderheitsanteile	- 27.5%	9.5	13.1
- Aktionäre der PubliGroupe AG	- 25.0%	53.9	71.9
Personalbestand Ende Jahr	+ 0.8%	2'783	2'783

Die Vergleichszahlen aus dem Jahr 2005 wurden umgegliedert, um die zur Veräußerung gehaltenen Geschäftstätigkeiten zu berücksichtigen.

Kennzahlen Publigroupe Segmente

PubliDirect

in Mio. CHF	Entwicklung	2006	2005
Umsatz	- 2.6%	129.4	132.8
Bruttomarge	+0.3%	106.7	106.4
EBITDA	- 16.0%	29.0	34.5
Anteil am Ergebnis der assoziierten Gesellschaften	- 4.7%	18.2	19.1
Betriebsergebnis (EBIT)	- 15.3%	44.3	52.3
Personalbestand (Ende Jahr)	- 4.6%	514	539

PubliPresse

in Mio. CHF	Entwicklung	2006	2005
Umsatz	+ 1.0%	1'495.6	1'480.5
Bruttomarge	- 0.3%	228.7	229.3
EBITDA	+ 12.6%	22.3	19.8
Betriebsergebnis (EBIT)	+ 15.9%	19.0	16.4
Personalbestand (Ende Jahr)	- 2.7%	1'303	1'339

Publicitas Promotion Network

in Mio. CHF	Entwicklung	2006	2005
Umsatz	+ 9.0%	375.9	345.0
Bruttomarge	+ 5.3%	72.9	69.2
EBITDA	+ 17.9%	9.9	8.4
Anteil am Ergebnis der assoziierten Gesellschaften	-	0.6	0.6
Betriebsergebnis (EBIT)	+ 18.5%	9.6	8.1
Personalbestand (Ende Jahr)	+ 2.3%	495	484

Geschäfte im Aufbau

in Mio. CHF	Entwicklung	2006	2005
Umsatz	+ 60.4%	108.3	67.5
Bruttomarge	+ 41.9%	42.0	29.6
EBITDA	-	2.1	(2.2)
Betriebsergebnis (EBIT)	-	(0.3)	(0.2)
Anteil am Ergebnis der assoziierten Gesellschaften	-	(2.5)	(4.9)
Personalbestand (Ende Jahr)	+ 24.6%	284	228

Corporate und Übrige

in Mio. CHF	Entwicklung	2006	2005
Umsatz	+ 0.5%	40.4	40.2
Bruttomarge	+ 0.3%	28.9	28.8

EBITDA	-	(7.8)	1.8
Anteil am Ergebnis der assoziierten Gesellschaften	+ 80%	4.5	2.5
Betriebsergebnis (EBIT)	-	(8.6)	0.0
Personalbestand (Ende Jahr)	- 3.1%	187	193

Verwaltungsrat PubliGroupe AG

	Mitglied des Verwaltungsrats seit	Ende des Mandats	Ausschuss Strategie Kontrolle	Ausschuss Audit	Ausschuss Human Resources & Entschädigung
<u>Philippe Pidoux, Präsident</u>	1994	2009	x		x *
<u>Felix A. Weber, Vizepräsident</u>	2005	2008	x	x	
<u>Pascal Böni</u>	2007	2010	x	x	
<u>Eliane Borter</u>	2004	2010			x
<u>Peter Brunner</u>	2003	2009	x *		
<u>Christian Budry</u>	2005	2008		x *	
<u>Gerhart Isler</u>	2005	2008	x		x
<u>Jean-Pierre Jeannet</u>	2000	2009	x		

Managment PubliGroupe AG

Generaldirektor <u>Hans-Peter Rohner</u>	
Zentrale Dienste	Betriebsgesellschaften
Human Resources <u>Brigitte Schleipen</u>	PubliDirect <u>Robert Schmidli</u>
Finanzen & Controlling <u>Andreas Schmidt</u>	PubliPresse <u>Otto Meier</u> (bis 31.10.2007) <u>Robert Schmidli</u> (ab 1.11.2007)
Konzernstab, Investor Relations <u>Jean-Denis Briod</u>	Publicitas Promotion Network <u>Hans-Peter Rohner</u>
Technologien & Informatik <u>Jean-Paul Nicoulin</u>	Electronic Digital & Interactive Media <u>Christian Gartmann</u>
Business Development <u>Thomas Kaiser</u>	

Radio BE1

Reden am Radio

**('Sprech'-Ausbildung
für Lokalradio-MitarbeiterInnen)**

Martin Freiburghaus

© Radio BE1 / Radig AG, Bern 2001

"Das Alpha und Omega des Journalismus ist das Verstehen und das Verstandenwerden."

(Hermann Boverter : Ethik des Journalismus, Zur Philosophie der Medienkultur. Konstanz, 1984)

Reden am Radio

Der Titel dieser Einleitung lautet nicht "Sprechen am Radio" - und dies aus gutem Grund.

Menschen sprechen nicht, sondern sie reden miteinander.

RadiojournalistInnen sprechen nicht zu den ZuhörerInnen, sondern reden mit ihnen.

Am Mikrofon wollen und sollen wir keine feinziselierten Sprach-Kunststücke vollführen, lautmalersche Pfauenräder schlagen oder wohlgesetzte Worte sprechen - sondern wir erzählen unseren ZuhörerInnen von den wichtigen oder nebensächlichen, lustigen oder traurigen Dingen, welche auf dieser Welt geschehen oder passieren.

Wir reden mit unseren ZuhörerInnen genau so natürlich, wie wir mit ihnen reden würden, wenn sie uns als Gäste am Mittagstisch gegenüber säßen.

Stellen wir uns zwei Situationen vor :

A) Eine Freundin erzählt mir von einem guten Film, der neulich angelaufen ist.

B) Jemand liest mir am Radio eine Kritik desselben Films vor.

Stellen wir uns die Frage : Warum reden die beiden Leute so verschieden mit mir ? Ist das nötig, ist das sinnvoll ?

Ich bin doch die gleiche Person, ob ich am Esstisch sitze und meine Freundin mir etwas erzählt oder ob ich am Esstisch sitze und einE RadiomoderatorIn es mir erzählt.

Dabei gibt es für die ModeratorInnen keinen Grund, mit uns als Radio-ZuhörerInnen anders zu reden als mit ihren FreundInnen.

|| Das Ziel der Sprechausbildung für Radio-MitarbeiterInnen ist : Auch mit einem Mikrofon vor der Nase **ganz natürlich, ganz normal mit den ZuhörerInnen zu reden.**

1. Korrekte Aussprache (Artikulation)

Es ist offensichtlich : Die Informationen aus dem einen Mund können nur dann vom anderen Gehirn richtig verstanden und begriffen werden, wenn sie verständlich sind : inhaltlich richtig, richtig formuliert und korrekt ausgesprochen.

|| **Korrekte Aussprache ist unmissverständliche Aussprache.**

1.1 Effizient reden

Reden dient dazu, Informationen möglichst effizient vom einen Gehirn über den einen Mund und via das andere Ohr zum anderen Gehirn zu transportieren.

Denken, Reden, Hören, Denken funktionieren aufgrund verschiedenster elektrischer Schaltungen.

Denken besteht aus elektrischen Schaltungen im Gehirn, Sprechen entsteht aufgrund elektrischer Befehle an die Muskulatur im Lippen-, Mund- und Halsbereich ; Hören besteht aus der Übertragung von akustischen Schwingungen in elektrische Impulse, welche vom Gehirn entziffert, d.h. verstanden werden (müssen).

Tausende dieser elektrischen Schaltungen pro Sekunde sind nötig, um unserem Gehirn laufend die notwendigen Informationen zuzuführen.

1.2 Energie sparen

Je weniger Schaltungen nötig sind, desto effizienter wird die Information transportiert.

Je mehr Schaltungen z.B. bei den HörerInnen nötig sind, um die Information aufzunehmen, desto mehr Energie wird verbraucht.

Wer als ZuhörerIn zu viel Energie aufwenden muss, um eine Information zu verstehen, ermüdet und hört nicht mehr zu.

1.3 Zuhören heisst Vorausdenken

Als ZuhörerInnen hören wir nicht nur zu, sondern denken auch mit. Wir rennen mit unseren Gedanken nicht immer nur dem Gesagten hinterher, sondern als ZuhörerInnen denken wir mit und denken voraus.

Nach einem bestimmten Satzanfang und einer typischen Formulierung denken wir uns die pass...
- und unser Denken eilt den Sprechenden voraus.

1.4 Missverständnisse vermeiden durch klare Aussprache

Unklare Inhalte, mehrdeutige Formulierungen, verschluckte Konsonanten, undeutliche Vokale und unartikulierte Diphthonge erschweren das vorausdenkende Zuhören und die ZuhörerInnen ermüden.

Das Gehirn muss Missverständnisse mit Zusatz-Schaltungen, d.h. kostbarer Energie "reparieren" : die/der ZuhörerIn muss vom Vorausgedachten an das letzte Wort vor dem Missverständnis zurückeilen und von dort dem Verlauf der Rede wieder nachrennen.

Wer am Radio mit den ZuhörerInnen redet, muss ihnen durch eindeutige Formulierungen und klarer, deutlicher (ein-deutiger) Aussprache helfen, nur das vorauszudenken, was wir wollen.

Wer als ZuhörerIn zuviel Energie darauf verwenden muss, laufend Missverständnisse aufgrund mangelhafter Aussprache zu korrigieren, ermüdet und hört nicht mehr zu : *Wer schlecht ausspricht, ermüdet die ZuhörerInnen, sie schalten ab und sein/ihr wohlvorbereiteter Beitrag ist für die Katz'.*

Die Aufgabe der Radio-JournalistInnen besteht deshalb darin, mit den ZuhörerInnen so zu reden, dass eine Information möglichst effizient transportiert wird, d.h. dass so wenig elektrische Energie wie möglich gebraucht wird und die ZuhörerInnen nicht ermüden.

1.5 Deutlich reden, bewusst reden

Beim Reden müssen wir dafür sorgen, dass alle Konsonanten, Vokale und Diphthonge so ausgesprochen werden, dass keine sprachlichen Missverständnisse möglich sind.

Und wir müssen teilweise auch langsamer reden als beim spontanen Reden.

Die Redenden am Radio haben häufig einen geschriebenen Text vor der Nase : Sie wissen, wovon sie reden werden, sie kennen den geographischen, politischen, soziologischen, kulturellen Zusammenhang, in dem die zu lesende Meldung oder der zu redende Beitrag steht.

Die ZuhörerInnen hingegen wissen von nichts ; bei Nachrichten werden sie immer nach einigen wenigen Sätzen mit einem neuen Thema, einem neuen Land, anderen Sprachen und Namen konfrontiert - die Redenden am Radio haben die Aufgabe, die ZuhörerInnen in das Thema, das Land etc. *hineinzuführen.*

Der Anfang eines Beitrags oder einer Nachricht muss langsamer präsentiert werden als die Fortsetzung, wenn die ZuhörerInnen wissen, wovon man redet.

Vor unerwarteten Redewendungen, vor unbekanntem und/oder ungewohnten Wörtern oder Wortkombinationen bremsen wir die ZuhörerInnen beim Vorausdenken, indem wir langsamer reden und mit einer ganz kurzen Pause darauf hinweisen, dass sie besonders aufpassen müssen.

(Beispiel : "Gebäude-Versicherung" ist eine alltägliche, "Gebäude-Unterspülung" eine eher unübliche, unerwartete Wort-Kombination.)

Das Ziel der Aussprache-Übungen besteht darin, dass wir natürlich reden und doch automatisch *deutlich und unmissverständlich artikulieren.*

1.6 Pausen und ihre Bedeutung

Interessanterweise bedeutet beim Reden nicht nur das Gesagte etwas, sondern auch das Nicht-Gesagte : Die Pause.

Die gesprochene Aussage "*Der Dichter und Denker Erich von Däniken*" bedeutet etwas ganz anderes als "*Der Dichter und Denker Erich von Däniken*" ; die Pausen bedeuten in diesem Fall so viel wie geschriebene Anführungszeichen.

Wenn uns eine pannenmässige Atempause vor "*dem Dichturfürsten Johann Wolfgang von Goethe*" passiert, dann bedeutet der Satz nicht mehr das, was er bedeuten sollte.

Pausen dürfen uns deshalb nicht passieren, wir müssen mit ihnen bewusst umgehen und ihre Bedeutung richtig einschätzen : Wenn wir vor einer Aussage "Achtung, Aufpassen" rufen müssten, wenn wir Anführungszeichen, Ratlosigkeit oder eine Bedeutungsschwangerschaft ausdrücken wollen, dann müssen (und bestenfalls können) wir dies mit bewusst gesetzten Pausen erreichen.

Wer eine Pause machen muss, um Atem zu holen, muss diese bewusst am richtigen oder am unverfänglichsten Ort setzen - sie dürfen einem nicht einfach passieren.

Eine schreckliche Art zu reden haben sich z.B. bei *Spiegel TV* Stefan Aust und seine AdlatInnen angewöhnt : Eine abgehackte, pausengefüllte, Sprache, welche den Sinn eines, Sinnzusammenhangs völlig entstellt durch, den völlig idiotischen willkürlichen Gebrauch, von Pausen Dies heisst für Anmoderationen dass sie, irgendwie bedeutungsschwanger daherkommen auch wenn sie aus, völlig uninteressanten, und aussagelosen, Sätzen, bestehen.

Dies sind dumme Mätzchen, welche sprachlich eine Dramatik und Dynamik und auch eine Betroffenheit vorgaukeln wollen, welche inhaltlich nicht vorhanden ist.

1.7 Artikulations-Übungen sind Bodybuilding im Kleinen

Artikulations-Übungen sind nichts anderes als Bodybuilding für den Mund-, Lippen-, Rachenbereich.

Muskelbepackte Arme, Kraft und Schnelligkeit kriege ich nicht durch einen einmaligen Besuch im Fitness-Center. Die Muskulatur und der Waschbrettbauch entwickeln sich nur durch langes, ausdauerndes und intensives Training.

Das gleiche gilt für die Muskulatur im Mund-, Lippen- und Rachenbereich : Wer sehr schnell und doch deutlich (unmissverständlich) sprechen will, muss seine/ihre Muskeln um den Mund herum ebenso lang, ausdauernd und intensiv trainieren - und dieses Training ist auch ebenso eintönig, langweilig und anstrengend wie jenes im Fitness-Center.

2. Modulation und natürliches Reden

Beim Schreiben stellen wir die richtigen Sinnzusammenhänge durch Satzzeichen her - beim spontanen Reden tun wir dies unwillkürlich durch die Tonmelodie, durch Betonungen, durch Pausen, durch Verlangsamung und Beschleunigung und auch durch Wiederholung.

Das Ziel der Modulations-Übungen ist, dass man auch beim nicht-spontanen Reden eine natürliche Tonmelodie

Zu diesem Zweck muss man lernen

- a) Sprachmelodien bei anderen zu hören,
- b) Sprachmelodien bei sich selber zu hören
- c) Sprachmelodien selber bewusst zu "machen"
- d) "richtige" (gute) und "falsche" (schlechte) Modulationen zu erkennen bei andern und bei sich selber
- e) beim nicht-spontanen Reden vorbereitet richtig zu modulieren
- f) beim spontanen und nicht-spontanen Reden automatisch richtig zu modulieren.

2.1 Reden ohne Punkt und Komma

Bis vor einigen tausend Jahren die ersten Schriftzeichen auftauchten, haben die Menschen immer nur miteinander geredet. Mit Malereien haben unsere Vorfahren angefangen, und über Wort- und Silbenzeichen sind sie schliesslich soweit gekommen, dass sie durch Schriftzeichen miteinander kommunizieren konnten. Erst vor einigen Jahrhunderten haben findige Köpfe erkannt, dass die Aneinanderreihung von Zeichen leichter entziffert werden kann, wenn man logische Zeichen einfügt : Satzzeichen. Und erst vor ziemlich kurzer Zeit, im 18. Jahrhundert der deutschen Sprache jenes Regelwerk übergestülpt, welches Grammatik genannt wird und den Umgang mit der Sprache und den Gebrauch von Satzzeichen standardisiert. Auch dies erleichtert das Verständnis eines Schriftstücks, weil es nach Regeln geschrieben wurde, welche für die/den Schreibenden ebenso gültig sind wie für die Lesenden.

Seit die Menschen endlich über das Stadium der Grunzlaute hinausgewachsen waren, haben sie mündlich bestens miteinander kommuniziert, ohne Schrift und ohne Grammatik - zum Beispiel auch in Bern, ohne dass hier die berndeutsche Umgangssprache je geregelt worden wäre. Hier redet man ohne fixierte Rechtschreibung, ohne fixierte grammatikalische Regeln, ohne Gedankenstriche, Strichpunkte, Ausrufezeichen, Punkte und Kommata.

In der Schule haben wir gelernt, Sätze zu bilden, und wir haben sie auch so gelesen, dass man hörte, dass ein Satz zu Ende war und ein neuer Satz begann ; auch alle Kommata haben wir gelesen, und -ganz genau genommen- haben wir auch die einzelnen Wörter als einzelne Wörter gelesen.

Wir haben aber beim Reden noch nie einzelne Wörter gesprochen, sondern wir haben immer nur Inhalte vermittelt ohne sie in einzelne Wörter zu zerstückeln und ohne uns um Punkt und Komma zu kümmern.

|| Kurz gesagt : Reden funktioniert ohne Grammatik, ohne Punkt und Komma.

Und hier kommen wir auf das Beispiel der Filmkritik zurück : Der Haupt-Unterschied zwischen der vorgelesenen Filmkritik am Radio und der erzählten Filmkritik im Freundeskreis ist, dass es bei der spontanen Kommunikation keine Interpunktion gibt - dass wir die Grammatik aber *lesen*, sobald wir sie vor Augen haben.

(Spontane Rede : "*I ha geschter z'nacht e Frou gseh wo barfuess umgloffen isch*" ; schlechtes Ablese : "*I ha geschter znacht e Frou gseh, wo barfuess umgloffen isch.*"

Das Ziel der Modulations-Übungen besteht darin, dass wir nicht mehr *Texte vorlesen*, sondern dass wir *Inhalte erzählen*.

2.2 Hauptsätze, Nebensätze, Anhängsel : Struktur durch Modulation

Als Radiojournalist gebe ich beim Reden meinem Text seine Sinnstruktur durch Modulation, nicht durch Interpunktion ; Neben-Sätze, Einschübe, Klammern, Gänsefüsschen, Gedankenstriche etc. muss ich stimmlich so darstellen, dass der Inhalt unmissverständlich bei den ZuhörerInnen ankommt.

(Schreibe : *Dr bekannt "Dichter und Dänker" Erich von Däniken, wo übrigens hüt am Aabe z'Bärn e Vortrag het, isch eigentlech en ächte Marsmönsch .*

Rede : *Dr bekannt Dichter und Dänker Erich von Däniken wo übrigens hüt am Aabe z'Bärn e Vortrag het ische eigentlechen ächte Marsmönsch.)*

2.3 Betonungen

Beim natürlichen, spontanen Reden muss ich mich nicht auf das "Wie" konzentrieren, sondern ich rede wie mir der Schnabel gewachsen ist und "erzähle Inhalte". Dabei setze ich auch meine Betonungen automatisch richtig.

Unangenehmerweise müssen wir beim nicht-spontanen Reden die Betonungen selber bewusst setzen, und das bringt Probleme mit sich :

- a) Wir müssen uns entscheiden, was in einer Sinneinheit (Satz) das wichtigste ist (1 Wort) ;
- b) wir müssen wissen, welche Silbe bei diesem Wort die betonte Silbe ist ;
- c) wir müssen dieses Wort modulationsmässig richtig betonen ;
- d) wir müssen lernen, mit dem Phänomen umzugehen, dass manchmal nicht nur 1 Wort betont werden kann und
- e) wir müssen lernen damit umzugehen, dass nicht alle Texte so geschrieben sind, dass man sie natürlich und wie spontan reden und betonen kann.

(Typisches fehlerhaftes Beispiel: In **Zürich** sind in diesem Jahr mehr Drogen beschlagnahmt worden als letztes Jahr. Das Drogendezernat gab bekannt, vor allem zwei grosse Kokain-Funde seien für dieses Ergebnis verantwortlich. Der Zürcher Stadtpräsident von Zürich allerdings äusserste sich besorgt, weil eine grössere Menge beschlagnahmter Drogen immer auch bedeute, dass in **Zürich** auch mehr Drogen konsumiert werden.)

2.4 Wie lese ich einen Text ab und rede ihn doch spontan ("Die hohe Schule")

Damit ein Text wie spontane Rede klingt, muss man neben der natürlichen Modulation auch noch einige Tricks anwenden.

- Trick 1 : Stimme erst ganz am Schluss einer Geschichte auf den Punkt hin absenken
Trick 2 : Bewusste Verzögerungen einsetzen (wie wenn man ein Wort nicht finden würde)
Trick 3 : Hin und wieder bewusst ein *hmmm* einfügen

3. Schreiben ist Silber, Reden ist Gold

Dies bedeutet natürlich auch, dass wir unsere **Texte so schreiben** müssen, **dass wir sie erzählen können**.

3.1 Sätze sind Sinneinheiten, Abschnitte sind Sinnzusammenhänge

Pro Sinneinheit (grammatikalisch : Satz) ist normalerweise nur 1 Wort wirklich wichtig (d.h. betont).

Die einzelnen Sinneinheiten (Sätze) ergeben einen grösseren Sinnzusammenhang (grammatikalisch : Abschnitt).

Ein Sinnzusammenhang (Abschnitt) muss als solcher verstanden werden können - d.h. wir dürfen beim Reden nicht "Sätze" (Haupt- und Nebensätze) lesen, sondern wir müssen den *Sinnzusammenhang* herstellen (dies setzt natürlich voraus, dass wir diesen verstanden haben ...).

Die verschiedenen Sinnzusammenhänge (Abschnitte) ergeben zusammen das *Sinn ganze* (Beitrag, Artikel, etc.)

3.2 Schreiben fürs Reden

Beim Schreiben eines literarischen Texts wird eine *Sinneinheit* (1 Information, 1 Gedanke, 1 Inhalt) grammatikalisch korrekt mit einem Punkt abgeschlossen.

Beim Reden ist dies wenig sinnvoll, da wir ja den *Sinnzusammenhang* herstellen müssen und den Redefluss nicht in Sinneinheiten (Sätze) fragmentieren dürfen.

Beim Reden geschieht das Abschliessen eines Sinnzusammenhangs durch das "Reden auf den Punkt", d.h. mit einem abschliessenden Senken der Stimme.

Bis zu diesem abschliessenden Punkt stehen die einzelnen Sinneinheiten als Teile im grösseren Sinnzusammenhang, deshalb senken wir normalerweise die Stimme bis zum Ende dieses Zusammenhangs nicht. (Bis ein Sinnzusammenhang hergestellt und abgeschlossen ist, wollen/müssen wir die Spannung zu den ZuhörerInnen halten, wir dürfen sie nicht verlieren, wir bleiben oben mit der Stimme bis ganz zum Schluss.)

Wir können unser Reden beim Schreiben dadurch unterstützen, dass wir bis zum Ende eines Sinnzusammenhangs (Abschnitts) keine Punkte setzen, sondern nur Kommata, Strichpunkte, Doppelpunkte und Gedankenstriche.

<u>"Schreibe"</u>	<u>"Rede!"</u>
<i>"Der Bundesrat hat beschlossen, die Einkommenssteuer zu senken. Er plant diesen Schritt aufgrund massiver Einkommenssteigerungen besonders bei den Armen. Diese haben im Lauf des letzten Jahres alle im Lotto gewonnen. Seither sind sie höchst erfolgreich im Börsengeschäft tätig. Ihre Gewinne machten innerhalb weniger Monate ein Vielfaches des Lottogewinns aus."</i>	<i>"Der Bundesrat hat beschlossen, die Einkommenssteuer zu senken - er plant diesen Schritt aufgrund massiver Einkommenssteigerungen besonders bei den Armen : diese haben im Lauf des letzten Jahres alle im Lotto gewonnen ; seither sind sie höchst erfolgreich im Börsengeschäft tätig - ihre Börsengewinne machten innerhalb weniger Monate ein Vielfaches des ursprünglichen Lottogewinns aus!"</i>

4. Lesen, Atmen und Schreiben

Es ist erstaunlich :

Wir können zu viert einen Abend lang am Tisch sitzen und reden und reden und reden - und nie muss irgendjemand Luft holen.

Sobald wir aber vor einer zuhörenden Menschengruppe oder vor einem Mikrofon reden, geht uns immer wieder der Atem aus und wir müssen ständig nach Luft schnappen - dummerweise tun wir dies dann auch noch meistens an den auffälligsten und falschesten Stellen.

RadiojournalistInnen müssen lernen, den Atem zu beherrschen, ihn so einzuteilen, dass er bis zum Ende eines Sinnzusammenhangs reicht.

Man kann auch lernen, so einzuatmen dass man es nicht hört ; oder man übt, so schnell Luft zu holen, dass man es nicht merkt (Versuch : Sich auf den Boden legen, hecheln wie ein Hund und dabei immer nur bewusst ausatmen, d.h. die Luft schnell stossweise auspressen - man muss dabei nie einatmen, sondern die Lunge füllt sich immer wieder wie "automatisch" mit Luft - ohne dass man es merkt ; jetzt muss man das nur noch schaffen beim Nachrichtenlesen ...).

Radio-JournalistInnen können sich beim Atmen helfen : Wer seine Sinnzusammenhänge als Absätze (mit Abstand zum vorderen Absatz) schreibt, sieht von weitem, wie lang ein Abschnitt ist und kann entsprechend mehr oder weniger Luft holen.

5. Ehrlichkeit

Die RadiojournalistInnen, RedaktorInnen oder ModeratorInnen stehen mit den HörerInnen auf und gehen mit ihnen ins Bett, sie duschen gemeinsam und trinken mit ihnen Kaffee, sie schminken sich gemeinsam, sie ziehen sich zusammen an und aus, sie essen miteinander, arbeiten zusammen und schlafen gemeinsam ein : Sie sind ein Teil ihres Lebens und teilen die intimsten Momente mit ihnen. Näher als RadiomoderatorInnen kommt den Leuten keineR : Sie gehen ihnen direkt ins Ohren, direkt in den Kopf, auch und wahrscheinlich besonders wenn die Leute ihnen nur nebenbei zuhören.

Wer ins Mikrofon spricht, tut dies aus einer Entfernung von vielleicht 15 bis 20 Zentimetern. Für die ZuhörerInnen ist es so, wie wenn jemand aus einer höchst intimen Distanz von 15 bis 20 Zentimetern mit ihnen redet.

Das heisst, dass die ZuhörerInnen alles hören - denn das Ohr ist ein äusserst feines Instrument, welches mehr Informationen empfängt und ans Hirn weitergibt, als wir bewusst verarbeiten.

Genau dies ist das Schöne und das Gemeine am Radio, dass die HörerInnen auch das hören, was sie nicht hören : Sie hören nicht nur das Gesagte, sondern auch das Unsagbare - die Unsicherheit, die Überheblichkeit, das Desinteresse, den privaten Frust, den leisen Ärger der ModeratorInnen.

Die Stimme verrät alles - und sie verrät es besonders dann, wenn man es zu überspielen versucht.

Die Stimmung der ModeratorInnen überträgt sich direkt auf das Vor- und Unterbewusstsein der HörerInnen. (In Worten gefasst heisst es dann : "Die mag ich nicht.", doch der Grund dafür liegt in dem, was sich von einer/m ModeratorIn indirekt überträgt.)

Das bedeutet für die ModeratorInnen : Nur ehrlich währt am längsten.

Alles Künstliche, die gespielte Fröhlichkeit, die aufgesetzte Lockerheit, die verlogene Abgebrühtheit, das geheuchelte Interesse, die überspielten Gefühle, die Unkonzentriertheiten - alles wird vom Publikum (meist unbewusst) registriert und es reagiert mit unbestimmten Unwohlsein und bestimmtem Umschalten.

ABER : Trotzdem ist es die Aufgabe der ModeratorInnen, den Leuten zuhause gute Laune zu vermitteln, ein fröhliches Aufstehen zu ermöglichen, eine positive Stimmung zu vermitteln. Dies kann aber nur über Selbstmotivation geschehen : Man muss fröhlich sein, wenn man am Mikrofon arbeitet und deshalb muss man sich dazu bringen, fröhlich zu sein (was bei der tollen Musik, welche wir spielen, ja auch gar kein Problem ist).

6. Berndeutsch schreiben

6.1 Neu schreiben

Der Text MUSS genau so klingen, wie wenn man den Inhalt seinem Freund, seiner Mutter, seiner Frau erzählen würde – d.h. man darf Texte nicht aus dem Hochdeutschen übersetzen, sondern muss aus hochdeutschen Vorlagen NEUE, BERNDEUTSCHE Sätze schreiben.

6.2 Tippfehler vermeiden

Wer sich beim Schreiben konzentriert und Tippfehler konsequent vermeidet, kann sich während des Lesens am Mikrofon viele unnötige elektronische Zusatzschaltungen im Hirn sparen – Energie, welche man beim Moderieren für andere Zwecke braucht.

6.3 Abkürzungen vermeiden

Abkürzungen, Zeichen, welche man nicht als abgekürzt liest, sondern ausdeutscht (KdG, MsP, \$, £, etc.) und Zahlen schreibt man besser aus – wiederum, um Hirn-Energie nicht für solche Dinge aufzuwenden. Die Zahl 1984 hat zwar nur 4 Zeichen, ist aber zum Lesen ellenlang: neunzehnhundert-vier-und-achtzig ; wenn man die Zahl ausschreibt, kann man seinen Atem besser planen, und die Zahl wird auch viel deutlicher und verständlicher ausgesprochen.

6.4 'LL' für 'U'

Die berneutschen 'U' für hochdeutsche oder oberländische 'LL' (*schnäu* für *schnäll* oder *schnell*) schreibt und liest man nur dann als 'LL', wenn man privat immer mit 'LL' spricht (*i ha wölle ga lädele, stell dr Radio ab*). Wenn allerdings ein Wort auf Berndeutsch kaum wiedererkennbar ist (Seuerie, Weuness, Steu) schreibt man es besser mit zwei 'LL', auch wenn man beim Aussprechen die beiden 'LL' durch ein 'U' ersetzt.

6.5 Bindungs '-n'

Die berndeutschen Bindungs-'N' kann man an das vorherige Wort hängen (*d'Aaren ab*), separat stellen (*Stell dr Hafe n afe n ufe n Ofe n ufe!*) oder mit Bindestrichen verbinden (*e-n aute-n Aff het e-n angere-n aute-n Aff bisse*) – je nachdem, was einem zu Lesen am leichtesten geht.

6.6 Absätze

Auch wenn man beim Schreiben von Texten fürs Lesen Punkte weitgehend vermeiden sollte (man setze Zeichen, welche in Modulationen übersetzt werden können: , ; - !, ? etc.), so wird er doch leichter lesbar, wenn man viele Absätze macht und keine langen Wurstsatz-Abschnitte produziert.

6.7 Schriftart und Schriftgrösse

Die Hirnforscher haben herausgefunden, dass Schriften mit Serifen (die ganz kleinen Verbindungs'striche' von einem Buchstaben zum anderen, wie z.B. bei dieser hier verwendeten Schrift Times) wesentlich leichter zu lesen sind als serifenfreie Schriften (z.B. Arial). Ein Buch, das in Arial geschrieben ist, kann man wesentlich weniger schneller lesen und man ermüdet viel schneller, als wenn der ganze Text in Times geschrieben ist.

Diese Erkenntnis können wir uns zunutze machen und unsere Texte in Times schreiben ; als Schriftgrösse wählt man am besten grösser als 14- dann können wir sie auch dann noch lesen, wenn wir das Blatt wegen dem Mikrofon ein bisschen weiter weg halten müssen.

6.8 'Das' und 'Zu'

Wenn man beim Schreiben unterscheidet zwischen DAS (*ds*) und ZU (*z'*), erspart man sich wiederum einige zusätzliche Hirnschaltungen beim Ablese am Mikrofon: *Ds Bärn vo hüt isch halt nimm ds Bärn vo morn.* Aber: *Z'Bärn isch es schöner aus/als z'Züri.*

Ds Wätter z'Bärn ist unmissverständlicher zu lesen als ~~*z'Wätter z'Bärn*~~ oder ~~*z'Wätter ds Bärn.*~~

6.9 Apostrophe schreiben

Damit keine Buchstabengebilde entstehen, denen man nicht auf Anhieb ansieht, was sie bedeuten, empfiehlt es sich, die abgekürzten 'es' ebenso mit Apostroph zu schreiben wie die abgekürzten 'Die' und 'Du' etc.

Wosch's wüsse? Hesch's ghört? Z'Bärn het's Sunne, z'Züri git's Räge! Aber vilich wird's (niemals wirz) ou dert wider schöner!

D'Hitz, d'Summerhitz (niemals Zummerhiz) scho im Juni, isch tschuld drann, dass D'abligsch!

D'Höchi isch d'Tiefi – je nachdäm vo wo dass D'luegsch!

La's la si, leg's häre, nimm's nid mit hei!

Gseht's guet uus? Het si's gseh, sis Huus? (Da *si's* überhaupt nicht das Gleiche heisst wie *sis*, ist es notwendig, den inhaltlichen Unterschied beim Schreiben so deutlich zu machen, dass man nicht drüberstolpert.)

A) Aussprache-Übungen Berndeutsch

1. Die Vokale

1.1 Vokal A

Das "A" wird heller und weiter vorn gesprochen als im breiten Unterschicht-Berndeutsch.

ACHTUNG: Man achte auch schon auf die überdeutliche Aussprache der "W", welche immer als tönende, auf den Lippen surrende "V" ausgesprochen werden.

Man achte auch auf deutliche Schluss-"T" und Schluss-"D".

Um sprachlichen Missverständnissen vorzubeugen, darf "d'Anne" keine "Tanne" werden - dies erreicht man durch das kurze Abschalten der Stimmbänder = ganz kurze Trennung, Halszäpfchenschlag = englisch "glottal stop".

Berndeutsche Bindungs-n ("d'Aaren ab"): Ob man die umgangssprachlichen berndeutschen Bindungs-n schreibt oder nicht schreibt, hängt von der Fähigkeit der Redenden ab, ob sie es automatisch richtig machen. In den folgenden Übungen werden die meisten Bindungs-n direkt an das vorherige Wort geschrieben.

D'Barbara - ganz nach am Abhang a dr Aare- ma gradgar ga grase.

Was wächst am ARA-Rand ?

Was wächst am Strasserand ? Was lacht am Aarestrand ?

Dass das wahr wär, was d'Anne am Aaben ablaht !

1.2 Vokal E

Das "E" bietet normalerweise keine Schwierigkeiten ; wichtig sind aber auch hier die überdeutliche Artikulation, die "W" = "V".

Dazu kommt, dass wir "D und L" oder "T und L" immer voneinander trennen : "*et-lechi*", "*d-Lehrer*".

Nessle lehre sech wehre. Geng meh Wecker hei ke Stecker.

Dr Beck verehrt etlechi feshti Beerli.

Im Bett verchere d'Lehrer ender meh zum sech vermehre.

Me schert sech dert je lenger descht' strenger um ds Teere.

1.3 Vokal I (offen und geschlossen, kurz und lang)

Wichtig ist hier die überdeutliche und extrem artikulierte Aussprache der offenen und geschlossenen kurzen und langen "i".

Achtung : "W" = "V" (*schwinig* = *schvinig*)

Im Innere isch's immer schwinig.

Liisli list ds Lisi bim Lisme lischtegi Gschichtli.

Schlimmi Linggi fingerle innegi Birestile.

Di tifige Hiirni liire hinger iischige Stirne.

Si fiiren im biissige Winterwind wit gwickleti Chindsgringe.

1.4 Vokal O

Das "O" bietet keine nennenswerten Schwierigkeiten - achten muss man bloss darauf, dass es nicht zu "breit", zu weit hinten geformt wird.

Hesch d'Ohren offe ? Ob em Ofe orgele ordeli Oschterordonanze !

Es polet u ploderet u rochlet u rohret - dr Otto wott dr Schoppe !

E Schotterock schwoofet u porzet trotz stotzige Storze.

1.5 Vokal U

Auch das "U" ist ein ziemlich problemloser Vokal ; man muss bloss deutlich unterscheiden zwischen offenen und geschlossenen, langen und kurzen "U" und diese überdeutlich artikulieren. Der Mund muss stark gerundet werden, das "U" darf nicht zu offen sein, d.h. darf nicht in Richtung des "O" verwischen.

Rund um d'Ulmen ume, uf em undere Umschwung, luftet's.

E Lumpen um d'Wurscht, e Gump um e Bursch,

e Luuser dä Buur, jung, dumm und stur.

E Kuss uf d'Nuss u Du bisch duss.

Ds Buussi schnuret, dr jung Luder buret.

1.6 Vokal Ä

Ein typischer berndeutscher Vokal, der aber nicht zu ordinär klingen darf.

Äätsch ! Dr Ätti rätschet !

Läck, dä läärt ds Lämppli äüä rächt näbe ds Bärefäu !

Wär nähr schwäri Trämle schnäpperet, lächeret ds Änni.

1.7 Vokal Ö

Öb öppen öpper öpperem öppis mög gönne ?

Lööle lööte nöime zwöi Öpfugröipschi !

Röötlechi Röck löh öpperen löje.

1.8 Vokal Ü

Auch hier muss man ganz deutlich unterscheiden zwischen geschlossenem und offenem "Ü".

Tüe mer d'Tür süüferli zue !

Über d'Lüdere glüüsslet ds Sünneli füre.

Grübeleti Grüebli-Rüebli mit Müüssi rüefe grüüseli grübeleti Güggle zum

Güggürüggüh !

Schlüüf nümm über e Grümpu übere !

1.9 Doppelvokale

Die Diphthonge sind ideale Übungsobjekte für das Bodybuilding der Mund-Muskulatur : Wenn man hier überdeutlich artikuliert, mit den Lippen und der Zunge die Laute übertreibt und ganz deutlich spricht, dann spürt man nach einigen Minuten die ersten Ansätze von Muskelkater.
Man achte aber auch hier auf die Schluss-"T" und -"D" !

Wäuet's (wället's) ? Auben einisch rüefen aui "Jogurt: Ja!"

Euteri Löje jage Jaguare nie ruehig.

Äuä müesse jeni Laueri-Hüehner juscht jitze jutze !

Hei öji liebe Buebe Hüet vertschaupet ?

Rauegi Muettere dräje muetig auti Löffterli zue !

Die aute Japanische Yen-Jeger, Ying und Yang, rüefe säute "Yipii Yeah"!

We dr Yeti nüechter ds Miuchmäucherli absteut (abstellt), jodlet ds Heidi aube schnäu einisch den Aupe-Steiböck es Chüjer-Lied zue.

2. Einige Konsonanten

2.1 Der Konsonant L

Beim "L" kommen wir schnell in Gefahr, dieses zu weit hinten, zu breit, zu ordinär zu artikulieren. Wir sprechen es deshalb weit vorn aus.

Die Konsonanten-Kombination "T" und "L" oder "D" und "L" werden getrennt (*Lied-li, Chäscht-li*).

Lang lost d'Lili, lachet ändlech lieb und luschtig, lisplet und lallet lätzi Liedli.

Lüpfig schlitzt ds Lotti di lätze linggglismete Lümpe dr Lengi na uuf.

Linggi Lehrer lächle liisli Lauerilöölen uus.

Di räschtleche Chäschtli-Baschtler lööte längwilegi Spitzli u Mäschli a ds Täschli.

2.2 Die Konsonanten N und NG

Im Berndeutschen werden einige "NG" als Einheit ("ŋ") gesprochen ("lüngelet"), bei anderen hingegen hört man auch noch das "G" ("ŋg") (mänge).

Mänge Stüngeler lüngelet mingeri Lungestängeli.

Ds Anni singt inniger, wonniger u sunniger i dr Wannen innen aus unger em Hung unge. Stungg ne mit ere länge Stange hinger e Hangar !

Stinkt's den angere ängschtleche Ängeli ?

2.3 Der Konsonant M

Ds Müetti macht müedi Meitschi mit Meerrätech munter.

Es Münschti miech mänge Möchtegärn-Macho normal.

Ar Mustermäss muess i mau Münsterli sammle.

Immer muess me's summe : Mir si immer di Dumme.

2.4 Der Konsonant W

Dies ist eine der schwierigsten Übungen. "W" wird immer als klingendes, tonhaftes "V" ausgesprochen. Man lasse jedes "V" auf der Lippe singen und surren und kitzeln.

Wenn die "W=V" nicht intensiv geübt werden, dann kommen sie in Gefahr, beim schnellen Reden zu verschwinden. Wer hat in der Eile nicht auch schon gesagt "*Eisch As - i ha schnäu zum Beck eue ga Eggli hole!*" ; man versteht es zwar, aber am Radio ist es wichtig, dass man die vorhandenen Konsonanten auch wirklich hört !

Wi wohl wär's wenigstens de Würm ! Wär wott (weiss Gott) was wüschte ?

Wauschte oder wüschte, was wosch ? Weichi Würschtli wei mer weniger.

We d'Wise wiiss wär, wär ds Warmwasser wäg. Wieso weit Er witer wüschte ?

Weisch was ? We scho ds Wätter nid wird wi mir's wette, de wett i wenigstens es würd weue warme. Dr Wagner wartet z'Wünnewil, weiss nid witer.

Si well wäger wider Witwurf wage. Wäge welem Wischiwaschi wehrsch Di wi wahnsinnig ? Wosch würklech no wehligidig afah wimmere ?

2.5 Die Konsonanten T/D und L

Die "L" werden relativ weit vorne gesprochen (nicht wie im berneutschen Unterschicht-Soziolekt weit hinten "He Aute, lah mi la si, oder !?").

Alle t und l oder d und l werden voneinander getrennt : "troscht-los und muet-läär"

Dr gsperrt Lars luegt leider troschtlos und muetläär über d'Lüdere.

Är het d'Leischtig nid lang zeigt, leider isch ihm dr Ball dür d'Latte.

D'Lampe tuet lüüchte und luschtig dür d'Nacht lodere.

2.6 Die Konsonanten T/D und D/T

Die "T" werden auf Mundart nicht bühnendeutsch aspiriert ausgesprochen "Taten = *Thathen*" sondern als "Tate".

Alle t und t, t und d, d und t oder d und d werden voneinander getrennt : "Arbeit - tapfer".

Tüet nid Dänke, überlöhnt das sofort den Andere !

Loset de Strit-Dichter zue u gheiet di Trotten i Teich !

Löhnt di andere begeisteret Tierli striichle.

Lachet tumm und machet drum öji Arbeit tapfer fertig.

Überwiset Tuusig ungschouet den Eutere.

2.7 Der Konsonanten Q

Der "Q" wird **immer** als "KV" gesprochen.

Quatsch, quaket dr Quäker, dä Querchopf vo Quebec.

Si quietschen und quassle, wi quicklebändegi, quirlegi Quadratchöpf.

D'Quotefrou, di Querulantin, het es quers Qualitätsbewusstsi.

Mir si a dr Quelle vom Quantesprung. Quätsch di Quitte mit em Quirl.

Qualität statt Quantität, das isch d'Quintessänz vomene Quickie.

3. Berndeutsch-Übungen

3.1 Das Wetter auf Berndeutsch

Vom Hochdeutschen ins Berndeutsche

Schreib die folgende Wettermeldung ins Berndeutsche um. Sie soll so klingen, wie wenn Du Deiner Freundin am Telefon kurz sagst, welches Wetter sie zu erwarten hat.

Bei immer noch warmen 28 Grad wird es heute ziemlich wechselhaft, und gegen Abend sind Gewitter zu erwarten. Morgen können wir noch einmal mit viel Sonne rechnen, gegen Abend aber erwarten wir Regen und Gewitter. Auch für den Sonntag sieht es nicht sonderlich gut aus, mit 27 Grad wird es merklich kühler und es kann auch den ganzen Tag regnen. Es ist allerdings für den Frauenlauf, welcher am Sonntag stattfindet, gar nicht so schlecht, wenn es nicht so heiss ist wie in den letzten Tagen.

Nicht 'Bern-Düütsch', sondern 'Bärndütsch'

Schreib die folgende Wettermeldung vom 'Bern-Düütsche' in Deine Alltagssprache um. Sie MUSS so klingen, wie wenn Du Deiner Freundin am Telefon kurz sagst, welches Wetter sie zu erwarten hat.

Bi geng no warme 28 Grad wird's hüt zimli wächsuhaft, vor auem gägen Aabe cha's cho gwittere. Für morn morge cha me no mau mit viu Sunne rächne, gäge Abe gits aber Räge und Gwitter – und o für e Sunntig gsehts nid au zu guet us, es cha dr ganz Tag cho rägne und wird nüm ganz so heiss mit 27 Grad. Auerdings ischs für e Frouelouf, wo am Sunntig stattfindet, nid emau so schlächt, wenn's nid so heiss isch wi i de letschte Täg.

3.4 Berndeutsch lesen : Ds Gälbe vom Ei

I weiss: Sit em Salmonelle-Problem darf me eigentlech nimm mit guetem Gwüsse unkochets Eigälb oder ou Eiwiiss ässe.

Aber das, wo verboten isch, han i geng am liebschte - zum Bispiel e richtigi Zabayone.

Für ne Zabayone nimmt me es paar ganz früschi Eier (ou we men öppis verbotnigs macht, muess me nid grad mit em Läbe spile).

Bevor mer aföh, nähme mer e grossi, relativ flachi Pfanne (nid e Bratpfanne, sondern eifach e zimli flachi Pfanne), i di Pfanne tüe mer Wasser dri und steue das Wasser uf ds Füür.

Und jitze d'Zuebereitig vo dere Zabajone :

Mer nähme zwöi oder drü Eier, u trenne ds Eigäub vom Eiwiiss ;

ds Eigäub bhaut mer, ds Eiwiiss tüe mer i Chüeschrank, di bruuche mer nid für üsi Zabayone.

Und jitze geit's los.

Ire Schüssle schlaht me zwe gstricheni Ässlöffle Zucker so lang zäme mit mit dene Eigäub, bis di süessi gäubi Masse schön cremig und häll-gälb isch.

Nächär würze mer di Ei-Zucker-Creme mit e chli ächtem Vanillezucker, we me's gärn het tüe mer ou no chli Orange- oder Zitroneschinti derzue.

U nächär, zum Schluss schütte mer ei Dezi süesse Wi oder suure Moscht zu dere gwürzte Eigäub-Zucker-Mischig und verrühre das zumene dünne Brei.

Me muess e chli ufpasser, dass es nid z'süess wird : Je süesser dr Wi isch, Marsala zum Bispiu, descht weniger Zucker bruuche mer, je suurer dr Moscht, descht meh Zucker nähme mer.

Und jitze chunnt ds Schwirige und gliichzeitig ds Eifache vo üsere Zabayone.

I üsere flache Pfanne faht das Wasser langsam a choche ; mir nähme d'Hitz e chli zrüg, u steue di Schüssle mit em Ei-Zucker-Brei i das fasch chochige Wasser.

Achtung: We mer z'viu Wasser i dr Pfanne hei, de schwappts über u git e Souerei, au so schüttet me chli Wasser ab.

Di Schüssel muess eifach müglichscht wit im Wasserbad stah. Ds Wasser sött nid choche, sondern nume siede, schüscht süderet nech bim Rühre immer chochigs Wasser uf d'Pantofflen.

Sobald dass Der di Schüssle mit em Zucker, den Eier, em Gwürz und em Marsala oder em suure Moscht i ds Wasserbad gstellt heit, föht Der mit em Schwingbäse di ganzi Mischig afah schlah, und zwar zimli lang, eigentlech muess me säge : sehr lang - nämlech grad so lang, bis es nimm e grobe Schuum isch, sondern eigentlech meh e Creme, e Wi-Schuum-Creme, wi me dr Zabayone uf Dütsch seit.

U wenn de di Zabayone so richtig ganz fiinporig-schuumig und fasch cremig isch, de serviert me se no warm imene grosse Glas oder imene Schäli.

U de chan Ech säge : E sone Zabayone, **das** isch würklech ds Gälbe vom Ei.

3.5 Berndeutsch : Hürats-Atrag

Geschter am Aabe het is dr Verwaltigsrat vom BE1 zumene Ässe iglade i Chornhuus-Chäller z'Bärn.

Mir si dert amene länge Tisch gsässe, um üüs ume verschideni Päärli a schön deckte Tische.

Ufgfallen isch is eine vo dene Tische, wöu dä mit emene Härz und mit Glitzerzüüg bsunders schön dekoriert isch gsi.

Won es jungs Päärli Platz gno het, hei mer übere gluegt und vermuetet, da heig äüä öpper Geburtstag.

Mir hein is du nüm so g'achtet u si säuber mit Warte, Reden und Ässe beschäftigt gsi, aber plötzlech si mer ufmerksam worde.

Da isch offebar nid e Geburtstag gfiiret worde – sondern dä jung Ma isch plötzlech vor dere junge Frou uf d'Chnöi, het –für üüs leider unhörbar- ihre offebar e Hürats-Atrag gmacht.

Mir üersits hei natürlech nume so us den Ougewinkle gwagt häre z'luege, aber mir hei gseh, dass si dä Atrag offebar agnoh het und nüt dergäge gha het, dass är ihre e Ring a Finger gsteckt het.

Das isch ds erschte Mal gsi, dass i son e romanteschi Szene, e sone wichtige Momänt im Läbe vo zwo Persone ha live chönne mit-erläbe – und es isch würklech ganz härzig und ganz schön gsi.

Wo klar isch gsi, dass si nid nei seit, hei mir vom BE1 dene beide Nöi-Verlobte apploudiert, i bi churz zuen e übere, han e gratuliert, han e Glück gwünscht und han e chönne säge, dass ds Radio BE1 ganz spontan beschlosse het, si beidi nachträglech zu däm ganz bsundere Znacht im Chornhuus-Chäller i'zlade.

U wöu dä Momänt geschter am Aabe so schön isch gsi, möcht i hüt am Morge dene beidne no grad einisch gratuliere, und zwar jitze über e Sänder. I ha erfahre, dass di jungi, zuekünftegi Ehefrou Karin Nahtsch (Nagy) heisst, Arztghilfin isch und in 3007 Bärn läbt und dass dä jung Ma uf de Chnöi dr Thomas Steiner us dr Innerschwiz isch.

Thomas und Karin – mir vom Radio BE1 und dr ganz Verwaltigsrat wünschen öich hüt am Morge no einisch ganz härzlech viu Glück und es längs gmeinsams und glücklechs Läbe.

4. Betonungs-Übungen

Jeder Satz ist eine Antwort auf eine Frage : *Welcher pfiffige Pfaffe gab den Pfeffer dem pfeilschnellen Pferd ?* In jedem Satz gibt es nur eine (1) Betonung und es braucht auch keine Nebenbetonungen.

Der pfiffige Pfaffe gab den Pfeffer dem pfeilschnellen Pferd.

Der **pfiffige** Pfaffe gab den Pfeffer dem pfeilschnellen Pferd.

Der pfiffige **Pfaffe** gab den Pfeffer dem pfeilschnellen Pferd.

Der pfiffige Pfaffe **gab** den Pfeffer dem pfeilschnellen Pferd.

Der pfiffige Pfaffe gab **den** Pfeffer dem pfeilschnellen Pferd.

Der pfiffige Pfaffe gab den **Pfeffer** dem pfeilschnellen Pferd.

Der pfiffige Pfaffe gab den Pfeffer **dem** pfeilschnellen Pferd.

Der pfiffige Pfaffe gab den Pfeffer dem **pfeilschnellen** Pferd.

Der pfiffige Pfaffe gab den Pfeffer dem pfeilschnellen **Pferd**.

5. Modulations-Übungen

Jede Silbe erhält vom Sprechenden eine genaue Tonhöhe zugewiesen oder eine Tonbewegung (rauf oder runter). Durch das Verändern der Tonhöhe stellen wir Fragen, halten wir die Spannung, betonen wir, "singen" wir, machen wir einen Inhalt langweilig oder spannend.

Man beachte, dass mehrsilbige Wörter auf jeder Silbe eine andere Tonhöhe erhalten können ; es genügt deshalb nicht, **Wörtern** eine Tonhöhe zu geben, sondern wir müssen **jede Silbe einzeln** modulationsmässig bestimmen.

Die folgende Übung dient dazu, verschiedene Tonhöhen im Ablauf der Silben zu hören, aufzuschreiben und sie bewusst zu reproduzieren - nur wer bewusst mit seinen Tonhöhen umgehen kann, kann bewusst "raufgehen" oder "abschiessen" oder "die Spannung halten".

Zum Üben höre man sich selber zu und schreibe das auf, was man modulationsmässig tut : Silbe für Silbe, Tonhöhe für Tonhöhe.

Es geht nicht in erster Linie darum, natürliche Lösungen zu finden, sondern es geht darum, drei verschiedene (auch absurde) Varianten aufzuschreiben und sie bewusst reproduzieren zu können.

Die Satz-Enden sollen bei dieser Modulations-Übung auch bei jedem Satz anders klingen : Einmal stark aufsteigend (wie bei einem Fragezeichen), einmal ein bisschen aufsteigend (wie bei einem Komma), einmal auf der gleichen Tonhöhe bleibend (wie bei einem Gedankenstrich), einmal leicht absinkend (wie bei einem Strichpunkt), einmal abschliessend (wie bei einem Punkt).

Die 5 Endungs-Modulationen : stark aufsteigend (?):

leicht aufsteigend (,):

gleichbleibend (-):

leicht absinkend (;):

abschliessend (.):

Muster :

Fünf Fahrausweise nach Geschwindigkeitskontrolle in der Stadt Bern abgenommen : Dies teilt die

Stadtpolizei Bern nach einer gezielten Kontrollaktion mit.

4.1 Modulationsübung 'Fahrausweise'

Fünf Fahrausweise nach Geschwindigkeitskontrolle in der Stadt Bern abgenommen :

Dies teilt die Stadtpolizei Bern nach einer gezielten Kontrollaktion mit.

Fünf Fahrausweise nach Geschwindigkeitskontrolle in der Stadt Bern abgenommen :

Dies teilt die Stadtpolizei Bern nach einer gezielten Kontrollaktion mit.

Fünf Fahrausweise nach Geschwindigkeitskontrolle in der Stadt Bern abgenommen:

Dies teilt die Stadtpolizei Bern nach einer gezielten Kontrollaktion mit.

Fünf Fahrausweise nach Geschwindigkeitskontrolle in der Stadt Bern abgenommen:

Dies teilt die Stadtpolizei Bern nach einer gezielten Kontrollaktion mit.

4.2 Modulationsübung 'Raser'

Der schnellste Raser war innerorts mit 103 Stundenkilometern unterwegs.

Zwei Lenker führten ihr Auto als Lernfahrer ohne die vorgeschriebene

Begleitperson. Einer davon stand zudem massiv unter Alkoholeinfluss.

Der schnellste Raser war innerorts mit 103 Stundenkilometern unterwegs.

Zwei Lenker führten ihr Auto als Lernfahrer ohne die vorgeschriebene

Begleitperson. Einer davon stand zudem massiv unter Alkoholeinfluss.

Der schnellste Raser war innerorts mit 103 Stundenkilometern unterwegs.

Zwei Lenker führten ihr Auto als Lernfahrer ohne die vorgeschriebene

Begleitperson. Einer davon stand zudem massiv unter Alkoholeinfluss.

Der schnellste Raser war innerorts mit 103 Stundenkilometern unterwegs.

Zwei Lenker führten ihr Auto als Lernfahrer ohne die vorgeschriebene

Begleitperson. Einer davon stand zudem massiv unter Alkoholeinfluss.

B) Sprechübungen Hochdeutsch

1. Hochdeutsch im Lokalradio

Einige RadiosprecherInnen sind stolz auf ihre einstige Schauspiel- oder bühnendeutsche Sprechausbildung und meinen, sie machen es besonders gut, wenn sie versuchen, nicht schweizerisch zu klingen.

Dies zeugt von gutem Willen, aber auch von grosser Unkenntnis sprachlicher Gegebenheiten : Den österreichischen SchauspielerInnen hört man das Österreichische an, den kölschen das Kölsche, den BerlinerInnen das Berlinerische.

Es gibt keine akzentfreie natürliche Sprache (wer privat ein Bühnendeutsch ohne dialektale Färbung spricht, entlarvt durch seine künstliche Hochsprache zumindest seine soziale Herkunft - schliesslich gibt es nicht nur Dialekte, sondern auch noch Soziolekte).

Am bayrischen Radio und Fernsehen hat die Sprache der ModeratorInnen und SprecherInnen eine bayrische Färbung, und das ist gut so. In Hessen haben sie eine hessische Färbung, in Hamburg eine hamburgische, in Mecklenburg-Vorpommern eine mecklenburg-vorpommerische - und überall ist es gut so.

In der Schweiz sprechen wir -besonders bei den Lokalmedien- ein gepflegtes Hochdeutsch mit schweizerischer, lokaler Färbung. Das ist auch gut so.

Wir reden nicht Hauchdöitsch wie teilweise unsere LandesväterInnen, aber wir versuchen auch nicht, Bühnendeutsch zu sprechen (besonders, wenn wir keine Schauspielschule absolviert haben).

Dies sind die wichtigsten Merkmale:

- a) Wir reden langsamer ;
- b) wir artikulieren deutlicher ;
- c) wir beginnen jede Meldung deutlich langsamer ;
- d) wir sprechen **alle Vokale und Diphthonge bühnen-/hochdeutsch** aus (*hoite*, nicht *höite* / *laise* nicht *leise* od. *läise*) ; die typisch berndeutschen tiefen "a" (*Aare*) werden heller und die tiefen "o" (*Soumoore*) ebenfalls ;
- e) wir produzieren die "r" nicht hinten im Rachen, sondern vorn ;
- f) wir sprechen die "-er"-Endungen "**-er**" aus (nicht Hochdeutsch "ea") ;
- g) wir sprechen das "e" bei den "-en"-Endungen aus (nicht als "-n" verschlucken)
- h) Endung"-en" und "-er" werden nicht als *Tee*-*e*", sondern wie im englischen *the* ausgesprochen ;
- i) die "t" erhalten keine hochdeutsche Aspiration, sondern werden trocken ausgesprochen (berndeutsch *Tee*, nicht hochdeutsch *Thee*) ;

- j) alles Unvertraute (unerwartete oder neue Begriffe, Namen, Bezeichnungen, etc.) wird langsamer und deutlicher ausgesprochen ;
- k) Schweizerdeutsche Namen werden nicht Bühnendeutsch ausgesprochen ; Adolf Ogi wird nicht Hochdeutsch (mit langem geschlossenen Oogi), sondern fast schon leicht oberländisch (mit kurzem und offenem O), eben als Ogi ausgesprochen ; dasselbe gilt für alle Schweizer Politiker.
- l) bernische und schweizerdeutsche Ortschaften werden sehr ähnlich wie im Dialekt ausgesprochen (alles andere klingt affig) : Steigerhubel heisst Schteigerhubu/Schteigerhubel (mit berndöitschem ei und offenem, kurzem u) und nicht wie Hochdeutsch Schtäige-Huhbel ; Interlaken soll nach "Interlaken" klingen (mit kurzem, offenem A) und nicht wie Deutsch "Intelahken".
- m) Namen und Ortsbezeichnungen aus Europa werden auf die uns vertrauteste Art und Weise ausgesprochen (eine Meldung von "Paris" heisst "Paris" mit –s und nicht französisch *Pari* ; New York hingegen heisst "*Nju York*" und nicht "Nev Jork") ;
- n) Lehnwörter : Wörter und Begriffe in uns vertrauten Fremdsprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch, Englisch) sollte man so aussprechen, dass die HörerInnen merken, dass wir diese Sprachen beherrschen (wobei es nicht darum geht zu zeigen, dass man 12 Jahr lang in Oxford oder Bordeaux gelebt hat). Das Hauptkriterium ist die Natürlichkeit und die Leichtigkeit des Sprechens.

1. Die hochdeutschen Vokale

1.1 Der Vokal A

Nach dem KVA-Antragsannahme-Verfahren des Stadtrats hat das Amt für Aarewasser das halbe Alpenland auf Lastwagen abtragen lassen, stand im Amtsblatt. Was das Abtragen des Anti-Wald-Abbau-Transparents nach Abschalten der A-larmanlage anlangt, so halten die Araber das Abgabe-Verfahren für machbar. Man mag vor Abfahrten abrateln und abwarten, man mag achtbar klaren – am Abend macht man all das, was man manchmal am Tag nicht kann.

1.2 Der Vokal E

(Die Endungen auf –e und -en werden wie das englische 'the' ausgesprochen, und nicht wie der deutsche 'Tee'.)

Der Berner Metzger verwehrte den verendenden Legehennen den entbehrten Essens-Rest. Entgegen den Reden der ehrenwerten Berber erheben sich die Berge weder ennet dem Meet noch ennet dem See. Berechtigterweise erleben die Nebenkläger selten eine Ehrverletzungs-Rechtsbelehrung. Die Leere der Seele erschwert die Lehre der Ehre.

1.3 Der Vokal I

Die Wirren mitten im Winter liessen die indische Regierung nicht richtig wirken. Die willkürlichen Intrigen der gierigen Siedler sind übrigens ziemlich miese Spiele. Es fließen die rieselnden Rinnsale vom Himmel in die zischende, stiebende, stinkig riechende Schmiere. Sie lügt nie. Die Wiesel sitzen müde im südlichen Riesengebirge. Irrlichternde, witzige Wichte wirken vielfach fies in ihrem trüben, instinktiven Irrsinn.

1.4 Der Vokal O

Botschafter Borer fordert horrenden Lohn von Bonner Bonzen. Gewohnt, Brot von denen da oben zu fordern, verloren die Roten ohne Not die Orte im Norden von Olten. Noch ordnen die Forscher die morschen Knochen.

1.5 Der Vokal U

Mit Unkenrufen und unumwundenem Unmut verulken die Unteren die Zumutung. Die Unruhen in Ulm und Umgebung mussten unterbunden werden. Die Umstehenden haben unter Umständen umständliche Unmutsäusserungen gerufen.

1.6 Der Vokal Ä

(Der Vokal Ä wird nicht berndeutsch, offen und ordinär ausgesprochen, sondern hochdeutsch, wie ein ziemlich offenes E.)

In den nächsten Dörfern lästern die schwäbischen Bähler über läppische Gesten täppischer Geher. Die Hähne krähen, gähnende Leere umgibt die stehenden Kräne, in der Ferne entschweben majestätische Schwäne. Die Ärzte entfernen schmerzende Zähne und nähen mit Fäden schwelende Schäden. Die Bäcker wähten die Ware in wärmenden Mägen.

1.7 Der Vokal Ö

(Es gibt kurze offene und lange geschlossene Ö.)

Die Nörgler wollen röttere Möhren. Unter den Föhren töten die Mörder die schöne Verwöhnte und stören die röhrenden Hirsche. Wer möchte die Bösen verhören, wer könnte die Mörder erlösen ?

1.9 Der Doppelvokal EU/ÄU

(Der Diphthong EU/ÄU wird als OJ ausgesprochen - und in keinem Fall als ÖJ.)

Meuternde Leute haben heute im Gebäude der Steuerbehörde Feuer gelegt und giftige Kräuter gestreut, sie haben mit Keulen die teuren Gemäuer beschädigt. Später bereuten sie heulend und seufzend die Räuberei.

Die Sträucher sind schleunigst auszuräuchern, doch es ist bescheuert, die Häute der scheuen Wiederkäuer zu verschleudern, man muss sie heuer verteuern, das beschleunigt ungeheuer den bäuerlichen Wohlstand.

Die heutigen Bräuche beschleunigen das Wachstum der älteren Bäuche.

1.10 Der Doppelvokal EI

(Der Doppelvokal EI wird immer als AJ ausgesprochen, und niemals als ÄJ)

Die Reiter leiden unter eitrigem Schweiss und verzweifeln, weil unverzeihlicherweise keiner den keimfreien, reinen Weingeist aufzutreiben weiss.

Heiter entscheidet der einsame Weise den Streit der keifenden Weiber und eilt weiter.

Was für ein gemeines Schwein – der Feingeist enteilt meist dem Einerlei der leidlichen Reime und meint bloss leise 'Sein oder nicht Nicht-Sein' – doch wer weiss, ob er auf seine Weise nicht einer ist, der mehr um die Verzweiflung weiss als irgendein weitgereister Schleimer.

2. Die hochdeutschen Konsonanten

2.1 Die Konsonant T und D

(Im gemässigten schweizer Hochdeutsch werden die T nicht, wie im Hoch- oder Bühnendeutsch aspiriert 'Die Thath', sondern 'trocken' ausgesprochen 'Die Tat'.)

Der Leiter des Thüringer Tierparks bestreitet entrüstet die Vermutung, dass die teuer gekauften Tiger im tristen Gitterkäfig verdurstet sein könnten. Tatsache ist jedoch, dass Tausende wilder Tiere in Gefangenschaft tragischerweise in traurigen Verhältnissen darben. Das tröstete die trauernden Tierschützer jedoch nicht und sie protestierten mit Trommeln und Trompeten gegen das Töten von Tieren in trostlosen Tierparks.

2.2 Der Konsonant R

(Im schweizerischen Hochdeutsch wird das R vorn und nicht als Rachen-R artikuliert, auch werden wesentlich mehr R ausgesprochen als im Hoch- oder Bühnendeutschen ; die Mittel-R von *ERde* und die Schluss-R von *TierschützeR* werden –zwar nicht betont- aber ausgesprochen. Die Zunge vollführt dabei nur einen Zungenschlag.)

Der Schweizer Spieler Sforza hat unter widrigsten Wetterverhältnissen stark und auf Druck gespielt, der Torwart war unerwarteterweise weit herausgerannt, das Tor war verwaist und der Stürmer stürzte mit dem Leder am Keeper vorbei und drückte ab. Trotz Protesten der Gegner wurde das Tor anerkannt. Der Trainer ortete den Fehler bei der Abwehr und erwähnte vor der Presse die Wahrscheinlichkeit einer vorzeitigen und fristlosen Rücktrittserklärung. Die Presse reagierte erfreut.

2.3 Der Konsonant Q

(Der Q wird immer als KV ausgesprochen : *Quark* = *Kvark*.)

Quirlige Quereinsteiger taugen quasi nichts als Quästoren. Qualität statt Quantität ist die Quintessenz eines Quickie. Quicklebendige, quengelnde, quäkende Kinder quälen ihre quer im Bett liegenden Eltern. Quikende Quinten erklingen

2.4 Die Endungen auf –er und –en

(Alle Endungen auf –en werden mit einem *e* wie im englischen *the* ausgesprochen ; dieses *e* darf nicht verschluckt werden darf : es heisst nicht *Vermögn*, sondern *Vermögen*. Bei den Endungen auf –er wird im schweizerischen Hochdeutsch das Schluss-*r* ausgesprochen.)

Die Endungen auf –en sind schwieriger und häufiger als man ahnen mögen möchte. Unter den gegebenen Umständen allerdings werden die Rundungen und Windungen für wichtiger gehalten als die reinen Endungen. Auf allen Ebenen im Leben haben in wichtigen Momenten die sprachlichen Feinheiten korrekter Endungen in endlosen Reden und langanhaltenden Diskussionen die Bedeutungen der Wörter erklären geholfen.

In Filmen verhelfen die Irrungen verliebter junger Menschen den Zuschauern und Zuschauerinnen immer wieder zu wonnigen Freuden.

Den gewonnenen Erkenntnissen standen die zerronnenen Emotionen entgegen.

2.5 Ich- und Ach

Nachts mochte der weichliche Nachtwächter nicht lächeln, doch zeichnete er schlichte Wachteln auf löcheriges Tuch. Die Sichel des Mondes lächelte weich und bleich über die Dächer, doch die Nacht weicht dem Lachen der Sonne und die Nichte des mächtigen Echnaton verhüllt mehr schlecht als recht ihr Gesicht und brachte die Milch. Der Moloch von einem Macht-Menschen löscht sachte den Docht der Kerze, worauf ihr Licht dem leuchtenden Tag wich. Doch dann - ein Stich eines Dolchs – und schon erblich das Licht der leuchtenden Augen.

2.6 Israel und andere Schwierigkeiten

Madame Bunuel aus Sion besuchte Israel, das ihr neue Dimensionen eröffnete ; ihre Söhne Daniel und Kubilay hatten Israel schon im Jahr 1968 besucht.

3'847'243 Schweizerinnen und Schweizer haben von 1997 bis 1999 total 380'210 Tonnen Schweinefleisch verzehrt. Von 1'813 ehemaligen Nationalräten haben 487 Haschisch geraucht, aber nur 485 haben inhaliert. Bei den nord-italienischen Frau-

en ist die Kreativität meist höher als bei sizilianischen Männern.

Die Leiche lag im Weiher und der Polizeizeichner präsentierte eine gute Arbeit.

Die Biographie des Mafioso und Präsidenten der Fleischer-Innung wurde von Beobachtern als umstritten charakterisiert.

ANHANG : Eine Sport-Reportage

Härzlech willkomme zum hütige Spiel – und wi me uf französisch seit : Bonne Noir !

I schla vor, dass Dir öich jitze churz d'Ouge zuehäbet – i giben Ech scho mau d'Nationalliga-A-Ergäbnis düre :

Züri – St. Galle 1:1 (Züri spielt gäge St.Galle 1 zu 1 unentschide)

Bärn – Lausanne 1:3 (Bärn verlüürt gäge Lausanne 1 zu 3)

Basel – Genf 5:4 (Basel schlaht Gänf knapp mit 5 zu 4)

Luzärn – Yverdon 3:3

Biel – Lausanne 3:2

Thun – Chur 2:4

Hüt si wider nume sehr weni Zueschouer im Nöifäld-Stadion – lüet mer a und i giben Ech d'Näme düre.

Dr Rase gseht alt und abbruucht uus – irgendwie mahnet er mi a d'Chleider vo dr Kelly Family.

D'Tämperatur het sech nid g'änderet – es isch chelter worde.

Hüt am Aabe spielt Biel gäge Ticino : Biel het di letschte drü Heimspiel deheime verlore und mir mögen is bsinne : Gäge Ticino het's scho mehreri müehsami Unentschide und sogar Remis-Spiel ggäh.

Di einzige Techniker bi Biel VOR dr Ära vom nöje Trainer si d'Stadion-Elektriker gsi – überhaupt isch es erstuunlech, dass Biel a) i ds Ändspiel und b) i ds Finale cho isch.

So isch das : We me vo rächts chunnt, muess di hinderi Mitti linggs übere wandere, wöu schüsch git's vorne Ibrüch. Zwo Minute si gspielt – no immer es höchs Täm-po.

Es isch im Momänt so liisli im Stadion, dass me di berüehmti Nadle im Heu cha ga sueche.

Da chunnt e Spiler vo dr Bieler Mannschaft frei, aber un-deckt zumene Chopfball – und es steit 1:1, aber es chönnt ou umgekehrt si.

D'Ticinesi spiele abwächselnd alternierend. Jitz gseht me's wider einisch : Em Egger sini Freistöss si wi ds Läbe – einisch weich und churz, einisch hert und läng, und ou ohni Peter Simmer het d'Mannschaft bewise, dass si i dr Lag isch, ihn z'ersetze.

D'Stimmig uf de Räng chunnt mer vor wi bi dr Iweihig vonere Klär-Alag.

Das Spiel isch z'wit, isch z'äng.

Nei, das wo mir da gseh, das isch ke Zitlupe, dä louft würklech so langsam.

Dr Baloni het jitze viel Ruum – und ou sehr vii Platz.

D'Bieler si eifach kener Bärner, das het me hie sehr guet gseh.

Da – dr Müller isch umknickt – es schiint sech umene Schulterverletzung z'handle. E Schuss vom junge Burri, dem "Mozart des Fussballs", nid nume was sis Freistoss-Genie betrifft.

I de letschte zäh Minute si d'Spieler numen uf em Spielfäld umgestande, notabene alles gstandeni Spiler – aber jitz, wi us em Nichts : E gefährlechi Parabole uf ds Goal – das isch nid ganz unrisikvoll gsi.

Ja, bis jitze zieh sech d'Bieler toll us dr Atmosphäre – si spiele taktisch guet, ob-schon dass si eigentlech ohni Taktik spiele.

Und jitze wird's aber grob : E so ne herte Ellboge het dr Valdez in ganz Kolumbie no nie erläbt – ou we's genau gnoh es Chnöi isch gsi. Das isch em Burri si Bitrag zum Mozart-Jahr gsi – es Foul us em Knöchelverzeichnis.

Jitz dr Meier – dä Pass het ihm wider 57 Centimeter Raumgewinn bracht.

Ja – dr Meier het si Zuekunft no vor sech – dä het meh Gfüehl i de Füess als anderi i de Händ – bi däm wett me gärn d'Balle si.

Es git im Momänt nume no ei Müglechkeit : Sieg, Unentschide oder Niederlag !

Je lenger dass ds Spiel duuret, deschto weniger Zit blibt – wi d'Statiste usgrächnet hei.

Am Ergäbnis wird sech aber nümme viel ändere, es sei denn, es schiessi eine es Goal.

Und dr Trainer het ja nach em letschte Siel richtig gseit : I ha mini Finger immer numen i Wunde gleit, wo me süsch under e Teppich gwünscht hätt ...

(Die witzigen Passagen dieses Texts bestehen aus echten Zitaten von deutschen, österreichischen und schweizerischen Sport-KommentatorInnen.)

Allgemein:

1. Keine Gassensprache

Wir sprechen grundsätzlich die Sprache, welche unsere Hörerschaft auch verwendet. Wir verzichten aber auf die Gassensprache.

„Äs rägnet“ und nicht „äs schiffet“

„ds Muul“ und nicht „ d Schnurre“

„ds Hingerteili“ und nicht „ds Füdle“

Keine Ausnahme ohne Regel. Passt zum Beispiel ein Gag nur, wenn ausdrücklich ein Gassen-Ausdruck verlangt wird, so ist dies ausnahmsweise erlaubt. Oder regnet es seit Wochen ununterbrochen, dann darf's auch mal „schiffen“.

Wenn ein Hörer in einem Call-In oder Gruss-Mix diese Sprache verwendet, dann ist das o.k., hat ein anderes Gewicht, als wenn wir diese Sprache verwenden würden.

Wir haben eine Vorbildfunktion.

2. Fluchwörter

Grundsätzlich verwenden wir on air nie Fluchwörter!

(Bsp: Gigu, Arschloch, Huere, Schissdräck, etc.)

3. Berndeutsch

Wir bemühen uns möglichst immer eine korrekte Dialektsprache zu verwenden.

„Manne“ und nicht „Männer“

„Föteli“ und nicht „Fötelis“

„Reise“ und nicht „Reisene“

„Modi“ (Ein- und Mehrzahl) und nicht „Modis“

Deklinieren von Zahlwörtern:

Zwe Manne, zwo Froue, zwöi Ching

Drei Manne, drei Froue, drü Ching

(Siehe auch detailliertes Handout von Fre Stucki)

4. Fremdwörter und Abkürzungen

Wir vermeiden jegliche Fremdwörter, es sei denn, diese sind ein Teil des allgemeinen Sprachgebrauches. (Bsp: Computer, E-Mail, CD, USA)

5. Sie-bezogene Formulierungen

Um die Hörer direkter anzusprechen, sie einzubeziehen, verwenden wir in unseren Moderationen möglichst „Dir“ anstelle von „mir“.

„Dir chöit jetz de grad e wunderschöni Ballade gniesse....“ und nicht „Mir bringe jetz de grad e....“

6. Ansprache der Hörer

In unseren Moderationen wird die Gesamtheit der Hörer in der „Sie-Form“ angesprochen. Im direkten Hörerkontakt ist die „Du-Form“ üblich.

Spezialitäten:

1. Verkehrsmeldungen

Sind immer dringend und aktuell. Formulierung „dringende Verkehrsmeldung“ ist deshalb überflüssig.

Es gibt hingegen „Vorsorgliche Verkehrsmeldungen“ z.B. bei Grossveranstaltungen, Witterungsverhältnisse etc.

2. Werbung/News nie kommentieren

Unsere Radio-Werbespots werden nie kommentiert, es wird auch kein Bezug auf die Werbung genommen.

Die Wörter „Werbung“ und „Reklame“ sind bei uns tabu.

Nachrichtensmeldungen können zu einem Moderationsinhalt werden, aber nie unmittelbar nach den Nachrichten (Ausnahme: Bezug zu Softnewsmeldungen)

3. Zeitansage

Zeit hat für den ganzen mitteleuropäischen Raum Gültigkeit.

„uf Radio BE1 isch es 8 Minute ab 8i“ ist deshalb unsinnig.

4. Verabschiedung wie und wann

Wir verabschieden uns nie von unseren Hörern (Ausnahme Morgenshow-Team und Hitparade).

Wir verwenden Formulierungen wie z.B. „Heit wiiterhin ä schönä Namitag“ oder

„Vieu Vergnüege mit em Gruess-Mix“ „Fröiet näch uf d Martina Häni“

„Verabschiedung“ und Teas auf nächste/n Moderator/in erfolgt immer unmittelbar vor/respektive nach News/Wetter/Verkehr.

5. Fussball und Eishockey-Resultate

1. Regel:

Heimmannschaft wird zuerst genannt

SC Bern gegen HC Davos 4 zu 3 (Bern spielte zuhause)

HC Davos gegen SC Bern 4 zu 3 (Bern spielte auswärts)

2. Regel:

Der SC Bern gewann gestern gegen Davos mit 4 zu 3 (Resultat richtet sich nicht mehr nach Heim- oder Auswärtsspiel, sondern nach Mannschaft welche gewonnen hat.)

Der SC Bern verlor gestern gegen Davos mit 3 zu 4 (Resultat richtet sich nicht mehr nach Heim- oder Auswärtsspiel, sondern nach Mannschaft welche verloren hat.)

SC Bern kann also nicht gegen Davos 3 zu 4 gewinnen.

Das Leitbild von Radio BE1 (Radig AG)

Der BE1 Grundsatz

Radio BE1 ist ein kommerzielles Lokalradio, das im Sendegebiet Bern und Umgebung die Nr. 1 der Privatradios in Bezug auf Qualität, Reichweite, Hördauer und Marktanteil sein will.

Mit diesem Bewusstsein machen wir unser Radio und dieses Bewusstsein tragen wir nach aussen an die Hörschaft und an die Werbekunden.

Radio BE1 wird von der Radig AG produziert. Die Radig AG ist zu 77,4% im Besitz der FPH Freien Presse Holding AG (zur NZZ-Gruppe gehörig), zu 19,3% der Publigroupe S.A. und zu 3,3% der Racontra.

Das BE1 Programm

Radio BE1 ist ein sich nach den Bedürfnissen seiner Zielgruppe orientierender formatierter Radiosender: alle Programm-Elemente, die Stations-Signete, die Informationsgefässe, die Musik, die Sprache und Formulierungen, die Spiele, die Trailers usw. haben einen strategischen Zweck und ein bestimmtes Format, das auf unsere primär anvisierte Zielgruppe ausgerichtet ist.

Radio BE1 ist ein Begleitmedium, das seine Hörerinnen und Hörer durch Tag und Nacht begleitet, mit jener Musik, die sie wollen und mit jener Information, die sie brauchen.

Entscheidend für die Wahl eines Radiosenders ist sein Musikprogramm. Das Programm besteht deshalb zu drei Vierteln aus Musik. Der optimalen Auswahl ist darum höchste Aufmerksamkeit zu schenken.

Informationen wie Nachrichten, Wetter, Verkehr usw. sind aber ein unverzichtbarer Zusatznutzen für die Hörerinnen und Hörer und sind deshalb genauso professionell aufzubereiten und zu präsentieren.

Die BE1 Musik

Das für die Werbewirtschaft attraktivste Zielpublikum sind die Hörerinnen und Hörer zwischen 15 und 49 Jahren. Die Bedürfnisse und Vorlieben dieses Zielpublikums von BE1 bestimmen das Format, die Musik und die Information des Senders.

BE1 spielt ein Musikprogramm, das sich genau auf den Geschmack seiner Zielgruppe bezieht. BE1 spielt nur getestete Songs, die von der Mehrheit des Zielpublikums akzeptiert werden. Die Playlist wird in einer klar definierten Rotation gefahren. Für das Zusammenstellen der Rotation verwenden wir mit Music-Master eine entsprechende Software. Die Hit-Parade "Die offizielle Berner Hitparade" von Samstagabend und Sonntagmittag wird durch die Hörerinnen und Hörer per Internet-Feedback zusammengestellt.

Die BE1 Information

Verantwortlich für die Tagesaktualitäten und die politischen Informationen ist die Redaktion. Zuständig für die Service-Leistungen und die Unterhaltung ist die Moderation.

Der Stellenwert der Informationen wird durch das Bedürfnis der Hörerinnen und Hörer bestimmt. Wir berichten über das, worüber die Leute z.B. in den Arbeitspausen und beim Essen miteinander reden. Wichtig ist nicht, was absolut gesehen "wichtig" ist, sondern was für unsere Hörerinnen und Hörer in unserem Sendegebiet relevant und von Interesse ist.

Trotz oder gerade wegen der zunehmenden Globalisierung und Internationalisierung reagieren die Menschen mit dem Bedürfnis nach Lokalisierung. Nur zuhause fühlt sich der Mensch auch daheim. Ein Lokalradio muss das Bedürfnis nach Heimat befriedigen.

Bern ist für ein Berner Lokalradio das Hauptthema. Und das muss es auch mit lokalen und regionalen Kompetenzen z.B. Verkehrs-Service, Wetterbericht usw. ständig unter Beweis stellen.

Nachrichten finden bei Radio BE1 stündlich statt, von 0530 Uhr bis 0900 Uhr halbstündlich.

Sie bestehen in der Regel aus drei Meldungen und dauern nicht länger als drei Minuten.

Wenn es für unsere Hörerinnen und Hörer relevante Themen gibt, kann auch zwischen den vollen Stunden berichtet werden ('breaking news').

Als Kriterien für die Auswahl der Meldungen gelten die Nähe zu und der Nutzen für unsere Hörerinnen und Hörer und der Neuigkeitswert.

Sport spielt bei Radio BE1 eine untergeordnete Rolle und wird in der Regel in Kurzmeldungen thematisiert. Wenn die Meldung allerdings relevant ist, steht sie an erster Stelle im Bulletin. Eine wichtigere Rolle spielt der Sport nur

in Fällen, wo Sportereignisse für die Mehrheit der Zuhörerinnen und Zuhörer relevant sind (z.B. Olympiaden, Weltmeisterschaften, SCB- und YB-Derbies oder Finals u.ä.).

Die BE1 Moderation

Die Moderatorinnen und Moderatoren sind die wichtigsten Bezugspersonen für die Hörerinnen und Hörer. Sie kommen den Leuten so nahe wie sonst niemand, sie gehen direkt ins Ohr, direkt in den Kopf, auch und wahrscheinlich besonders, wenn die Leute ihnen nur nebenbei zuhören.

Die Moderatorinnen und Moderatoren sind jene Persönlichkeiten, welche unseren Sender gegen aussen vertreten. Sie müssen hellwach, intelligent, kreativ, extravertiert, witzig, spontan usw. sein. Kurz: sie müssen die Besten sein. Unsere Moderatorinnen und Moderatoren sind die Besten.

Mit der Stimme können wir all das modulieren, singen, betonen, ordnen verwirren und entwirren, was wir über die Sprache an Inhalten vermitteln wollen. Das kann man lernen, das muss man üben. Deshalb müssen alle, die über den Sender zu hören sind, bereit sein für permanente Aus- und Weiterbildung in Sprechtechnik, Atemtechnik, Telefontechnik, Diskussions-Moderation usw.

Schriftliche Vorbereitung der Moderationen sind unabdingbar. Die wenigsten können sich darauf verlassen, spontan immer geistreich, witzig, originell zu wirken. Einfälle und Ideen vor der Sendung zu sammeln, zu notieren, sie sorgfältig auszuformulieren, auf ihre Wirkung zu überprüfen, gehört deshalb zu einer professionellen Vorbereitung.

Hauptaufgabe der Moderation im Laufe des Tages ist es, das Programm zu verkaufen, backselling und frontselling. Der nächste Song, die nächsten Songs, die Morgenshow von morgen, die News in einer halben Stunde, all dies muss man teasen, all dies muss man den Leuten verkaufen, damit sie dranbleiben, damit sie merken, welch interessantes Radio sie hören, damit sie bestätigt werden, den richtigen Sender eingestellt zu haben.

Das BE1 Abendprogramm

Grundsätzlich besteht das Abendprogramm aus dem Non-Stop-Radio-BE1-Musikprogramm. Ausnahmen mit Kurz-Einschaltungen sind bei besonderen Anlässen (z.B. wichtigen SCB- und YB-Spielen) möglich.

Die BE1 Verkaufsabteilung

Wir verfügen zum einen über einen eigenen Aussendienst, der unsere Werbekunden und potenziellen Kunden betreut und der Werbezeit und andere, werbeähnliche Formen (Sponsoring, Promotionen, Spiele usw.) verkauft, und zum andern arbeiten wir (vor allem in nationalen Bereich) mit Agenturen und Vermittlern zusammen. Dafür besteht ein spezielles Verkaufskonzept.

Der Aussendienst nimmt keinen direkten Einfluss auf das Programm. Aufträge, die in irgendeiner Weise das Programm inhaltlich oder formal tangieren, dürfen nur in Absprache mit dem Programmverantwortlichen entgegengenommen werden.

Das BE1 Marketing

Aufgabe des Marketing ist die Vermarktung des Senders resp. des Programms sowohl bei den Hörerinnen und Hörer als auch bei den Werbekunden.

Aussenauftritte haben zum einen das Ziel, bei der bestehenden Hörerschaft "physische" Präsenz im Sendegebiet zu zeigen, neue potenzielle Hörer zu gewinnen, die Stellung als Nr. 1 in Bern zu verstärken usw. und zum andern auch Werbekunden bei der Erreichung ihrer kommunikativen Zielsetzungen zu unterstützen.

Spiele auf BE1 werden aus strategischen Gründen gespielt. Sie dienen dazu, bestimmte Images zu verstärken, eine engere Hörerbindung zu erhalten, die Interaktivität zu fördern, für bessere Reichweiten zu sorgen, usw. Spiele müssen mehrheitenfähig und unterhaltsam sein und werden als "major promos" durchgeführt. Aufwand und Ertrag müssen sorgfältig abgewogen werden. Zur Erreichung der nötigen Einschaltimpulse werden auch klassische Werbemittel eingesetzt.

Die BE1 Personalpolitik

BE1 bemüht sich um eine fortschrittliche und verantwortungsbewusste Personalpolitik. Es wird Wert gelegt auf ein gutes Betriebsklima, auf einen von gegenseitigem Respekt geprägten korrekten Umgang und auf ein engagiertes und loyales Verhalten.

Für alle Abteilungen, alle Positionen und Tätigkeiten bestehen Pflichtenhefte. In den Reglementen und Richtlinien sind die gegenseitigen Rechte und Pflichten als integrierender Bestandteil der Arbeitsverträge festgehalten. Darüberhinausgehende Punkte werden in den Weisungen der Geschäftsleitung geregelt.

Gegenüber der Geschäftsleitung sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch durch die Personalkommission der Radig AG vertreten.

Die BE1 Weiterbildung

Die Aus- und Weiterbildung spielt im BE1 eine grosse Rolle. Es gehört zu den Aufgaben der verantwortlichen Abteilungsleiterinnen und -leiter, ihr Team periodisch zu supervisionieren, abzuhören, zu korrigieren, zu schulen. Regelmässige Aus- und Weiterbildungsaktivitäten finden in allen Abteilungen statt und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind zu deren Teilnahme verpflichtet.

Die BE1 Kommunikation nach innen

Grundsätzlich findet immer am ersten Montag im Monat um 18.00 Uhr bis ca. 19.30 Uhr eine Sitzung des gesamten BE1-Teams statt. Ziel ist die Information über aktuelle und kommende Aktivitäten, über interne und externe Entwicklungen, die Besprechung anstehender Chancen und Probleme, organisatorische und personelle Veränderungen, usw. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind zur Teilnahme an dieser Sitzung verpflichtet.

Eine Geschäftsleitungssitzung mit allen Abteilungsleiterinnen und -leiter findet wöchentlich statt.

Täglich treffen sich Redaktionsleitung, Moderationsleitung, diensttuende Redaktorinnen oder Redaktoren um 1020 Uhr zu einer 40-minütigen Programm-Sitzung. An dieser wird nach einem Rückblick auf die Morgenshow die Planung des restlichen Tages und der Morgenshow des nächsten Tages vorgenommen.

Bern, 10. November 2005

Im Namen des Verwaltungsrates der Radig AG

J. Pepe Wiss
Präsident

Das Journalistische Credo von Radio BE1

Wir halten uns bei unserer journalistischen Arbeit an einen ethisch-handwerklichen Werte-Katalog:

- 1) Wir halten uns an die Tatsachen.
- 2) Wir halten uns an die Wahrheit.
- 3) Wir entstellen keine Tatsachen oder Meinungen.
- 4) Wir verbreiten keine Meinungen (weder fremde, noch eigene).
- 5) Wir verbreiten keine Lügen (weiter).
- 6) Wir verheimlichen keine wesentlichen Fakten.
- 7) Wir bedienen uns nicht unlauterer Recherchiermethoden.
- 8) Wir schreiben nicht ab (Plagiatsverbot).
- 9) Wir versuchen, objektiv zu sein.
- 10) Wir nehmen nicht Stellung.
- 11) Wir lassen beide Seiten zu Wort kommen.
- 12) Wir respektieren die Privatsphäre.
- 13) Wir halten Verdächtige bis zur ihrer Verurteilung für unschuldig.
- 14) Wir wahren das Berufsgeheimnis und das Zeugnisverweigerungsrecht.
- 15) Wir verharmlosen keine Gewalt.
- 16) Wir diskriminieren keine Minderheiten.
- 17) Wir stellen Fragen und geben nicht die Antworten.
- 18) Wir hinterfragen die Informationen, welche wir erhalten.
- 19) Wir nehmen keine Vorteile an für die Verbreitung oder Verheimlichung von Informationen.
- 20) Es gibt keine journalistischen Weisungen.
- 21) Wir machen keine Werbung.
- 22) Wir versuchen zu verstehen.
- 23) Wir versuchen, verständlich zu machen.

 Nachrichten- Bulletin	Bulletin vom: <i>Datum</i>	Zeit: <i>Uhrzeit</i>	Redaktor/in: <i>Vorname/Name</i>
	Kontrolliert von: <i>Vorname/Name</i>	Sende-OK von: <i>Vorname/Name</i>	Vermeldet: <i>Visum:</i>

Schlagzeilen:

Es Verchehrschaos rund um Bärn

Scho gli chame Schlöfle vor em Bundeshuus

U ds Wätter ds Bärn: es isch schön bi eim Grad

Meldung 1

Wegen einer Massenkarambolage heute Morgen kam es in der Region Bern zu einem gewaltigen Verkehrschaos - Laut der Kantonspolizei waren 8 Autos und ein Motorrad in den Unfall verwickelt. 2 Menschen wurden verletzt. Ein Autofahrer wurde auf dem Felsenau-Viadukt von einem weissen Lieferwagen rechts überholt, der Autofahrer musste stark abbremsen und schleuderte in die Mittelleitplanke, Mehrere nachfolgende Fahrzeuge konnten nicht rechtzeitig bremsen – es kam zu mehreren Auffahrunfällen. Der weisse Lieferwagen, der rechts überholt hatte, ist ohne anzuhalten weitergefahren. Die Polizei sucht nun den Chauffeur des Lieferwagens und weitere Zeugen.

Meldung 2

Am 28. Dezember ist es soweit – die Eisbahn auf dem Bundesplatz wird in Betrieb genommen. Gratis Schlittschuhlaufen können Bernerinnen und Berner anschliessend bis am 3. Februar. Laut Stadtpräsident Alexander Tschäppät sind zudem verschiedene spezielle Anlässe geplant:

→Tschäppät2_News

Meldung 3

Das Leben auf Pump hinterlässt seine Spuren: Noch nie sind in der Schweiz so viele Menschen in den Konkurs gerutscht wie im Jahr 2007. Die Wirtschaftsauskunftei Creditreform rechnet mit einem Rekordwert von 6300 Konkursen. Damit wird der bisherige Höchstwert aus dem Jahre 1994 deutlich übertroffen. Laut den Experten liegt das Hauptproblem beim zunehmend sorglosen Umgang mit fremdem respektive geliehenem Geld.

Meldung 4

Im Pariser Vorort Villiers-le-Bel ist es in der Nacht auf heute weitgehend ruhig geblieben. Hundertschaften der Polizei waren im Einsatz, ein Helikopter leuchtete das Gebiet mit Scheinwerfern aus. Vereinzelt schafften es jugendliche Randalierer trotzdem, Autos in Brand zu setzen. Aus Paris berichtet Frank Rossmann:


Paris_news

Meldung 5

Zum Sport: Iishockey:

Grossi Ehr füre SCB-Verteidiger Phillip Furrer und füre SCL Tigers-Tigers-Stürmer Matthias Joggi! Beid zäme si vom Ralph Krüger zum allerierschte Mal für d Schwizer Nati ufbotte worde – das für d Spiel vo Mitti Dezämber uswärts gäge Dütschland und d Slowakei. Radio BE1 het grad vori mit em Phillip Furrer chönne rede – sini Fröid isch gross:

→Furrer_News

 Info-Break	Thema: <i>Thema</i>	Datum/Zeit: <i>Datum/Uhrzeit</i>	Redaktor/in: <i>Vorname/Name</i>
	Kontrolliert von: <i>Vorname/Name</i>	Sende-OK von: <i>Vorname/Name</i>	OnAir: <i>Visum:</i>

Info-Gespräch / Crew-Talk:

Moderator: News-Maa Mark Siegenthaler – Scho sit vier Stunde stoue sich d’ Outo i der ganze Region Bärn – itz isch uscho was genau passiert isch bi dere Massekarambolage am Morge früeh?

Redaktor: Ja, vor wenige Ougeblicke het d’ Polizei es Communiqué verschickt – der Unfall isch scho am morge am halbi sibni passiert, en Outofahrer isch uf e Felsenauviadukt gfare, i däm Momänt – so het är der Polizei gseit – sig är rächts vomene Lieferwage überholt worde, dä sigi diräkt vor ihm uf sini Spur i boge, är heig müesse abbrämse u sigi i ds Schleudere cho. Uf jede Fall isch sisi Outo quer zur Fahrbahn blibe stah, hei mehreri Outo und e Töff wo später si cho z fahre nümme chönne brämse u si sich gägesitig hinterdri gfare.

Wie chas de zu somene riise Verchehrschaos cho?

Ds Problem isch, dass dä Unfall genau dert passiert isch, wo zwöi Outobahne zämechöme, nämlech d’ A6 vo thun här und d’ A1 vo Züri här, u beidi Outobahne vereine sich dert, wo der Felsenauviadukt aafaht. Das isch eini vo de meischtbefahrene Strasseabschnitte im ganze Kanton, und dä isch für ne Stund i Fahrtrichtig Neufäld komplett gsperrt gsi. Glichzeitig isch grad der gross Pändlervekehr i ds Rolle cho, u e huufe Pändler si uf d’ Houpstrasse usgwiche, die si natürlich innert kürzi o grad verstopft gsi. D’ Unfallstell - di isch ersch grad fertig gruunt worde. D’ Outo hei sich zu de „Spitzezite“ bis bis uf Chriegstette, bis uf Lyss u fasch bis uf Thun zruggstout.

Das het warschiinlich zimlech vil Geduld bruucht hüt morge!

Ja, zum Teil hei Lüt 2 Stunde brucht für ne Strecki wo me süsch e halb Stund bruucht. zähtuusegi vo Lüt si z spät uf d’ Arbeit cho. Uswürkige het dä Unfall sogar uf d’ Politik gha – D’ Sitzig vom grosse Rat im Bärner Rathuus het ersch mit ere 20 Minütige Verspätig chönne aafaa, will die meischte Ratsmitgleider im Stou si gstande.

Weisung der GL zum Umgang in der Berichterstattung über Kindersuizid und Familienauslöschungen

BE1

Kinder-/Jugendlichen-Suizid

Um mögliche Nachahmungstäter nicht zu animieren, bezeichnet Radio BE1 die Selbsttötung von Kindern und Jugendlichen als 'Suizid' und berichtet nicht über die gewählte Todesart.

Familienauslöschungen

Bei Familienauslöschungen berichtet Radio BE1 ebenfalls nicht über die Methoden und die anderen Tathintergründe ('kleines Eigenheim im Grünen', 'gut situiert', 'es waren ruhige, unauffällige Nachbarn' etc.)

Diese Weisung ist ab sofort verbindlich für alle Programmschaffenden von Radio BE1 in der Redaktion und Moderation!

Gilt als Ergänzung zum gültigen Radio BE1-Stylebook für Redaktion.

Radio BE1

die Geschäftsleitung

die Programmleitung

März 2003

Das Feedback-Formular steht allen MitarbeiterInnen von Radio BE1 zur Verfügung. Es dient dazu, die interne Feedback- und Kritik-Kultur zu vereinfachen und zu fördern. Den MitarbeiterInnen, die im Programm von Radio BE1 etwas gehört haben, das ihnen besonders gut gefallen hat, oder aber etwas ihrer Meinung nach fehlerhaft umgesetzt wurde, hilft dieses Formular als Checkliste für ihre Kritikangaben.

Die Feedbacks werden mit den betroffenen MitarbeiterInnen an der Programm-Tagessitzung oder der Programm-Wochensitzung, spätestens aber an der Programm-Monats-Sitzung im Team besprochen.

Feedback zu welcher Sendung/Nachricht/Beitrag/Programm-Inhalt etc.?

Datum	Uhrzeit von – bis	Beschreibung	Betrifft RedaktorIn	Betrifft ModeratorIn

Feedback betrifft:

- Inhalt Präsentation Radiophonische Umsetzungsform Objektivität
 Relevanz Akzeptanz Richtigkeit

Feedback:

Feedback von:

An Programmschaffende am:

An Redaktionsleitung am:

An Moderationsleitung am:

An Programmleitung am:

Mit den Programmschaffenden besprochen und analysiert am: _____

MitarbeiterInnen-Gespräch 200..

Einladung an ... zum Mitarbeitergespräch mit ..., am ... um ... h

Bei Radio BE1 hat jedeR MitarbeiterIn ein Recht auf Beurteilung ihrer/seiner Leistung Durch den/die VorgesetzteN. Der/Die MitarbeiterIn soll wissen, ob und in welchem Ausmass sie/er die gesteckten Ziele erreicht hat.

Bei Radio BE1 findet sich deshalb jedeR MitarbeiterIn mindestens einmal pro Jahr mit dem/der direkten Vorgesetzten zu einem Mitarbeitergespräch (Arbeitsbeurteilungsgespräch) zusammen.

Dieses Gespräch soll und kann den alltäglichen Dialog zwischen MitarbeiterInnen und Vorgesetzten nicht ersetzen. Das Ziel des Gesprächs besteht vor allem darin, den/die MitarbeiterIn bei der Entwicklung ihrer/seiner Fähigkeiten zu unterstützen, ihr/ihm grössere Befriedigung in der Arbeit zu verschaffen.

Neben der Beurteilung der Leistung und des Verhaltens geht es auch um das Suchen von Lösungen zur Behebung von Schwachstellen. Es werden auch Weiterbildungs- und Förderungsmassnahmen besprochen, auch persönliche Probleme können zur Sprache kommen.

Das Mitarbeitergespräch mit Deinem Vorgesetzten ist auf den obengenannten Zeitpunkt anberaumt. Da dieses Gespräch in erster Linie zu Deinem eigenen Nutzen stattfindet, ist es wichtig, dass Du Dich persönlich darauf vorbereitest, um möglichst viel Erfolg daraus zu ziehen. Dieses Formular soll dazu als Hilfsmittel dienen. Es liegt in Deinem Ermessen, ob Du es ausfüllen willst oder nicht, es ist auch nicht notwendig, sich während des Gesprächs strikt daran zu halten. Nach dem Gespräch kannst Du dieses Formular behalten, dem Abteilungsleiter übergeben oder es vernichten.

Der Wert des Gesprächs wird zur Hauptsache von Deinem persönlichen Beitrag dazu abhängen. Du sollst alles zur Sprache bringen, was Deiner Meinung nach mit Deiner Arbeit, Deiner Zufriedenheit und auch dem Verhältnis zu Vorgesetzten und KollegInnen im Zusammenhang steht.

Im Rahmen des Gesprächs wird die/der Vorgesetzte gerne bereit sein, mit Dir über Deine Vorschläge zu diskutieren und auf die Anregungen so offen, praktisch und hilfreich wie möglich einzugehen. Sie/er wird auch ihre/seine Ideen, die Dir in Bezug auf deine Arbeit dienen können, vorbringen.

Bitte beachte, dass Du auf kein Thema eingehen musst, das Du als zu persönlich betrachtest oder über das Du lieber nicht sprechen möchtest.

1. Arbeit

Entspricht die Tätigkeit bei BE1 deinen Bedürfnissen und Fähigkeiten ?	
Können deine besonderen Stärken, Interessen, Neigungen, Fertigkeiten und Fähigkeiten hinlänglich zum Zuge kommen ?	
Welche Bereiche deiner Tätigkeiten erledigst Du besonders gern ? In welchen Bereichen deiner Tätigkeit fühlst Du dich stark ?	
Welche Bereiche deiner Tätigkeiten erledigst Du eher ungerne? In welchen Bereichen deiner Tätigkeit fühlst Du Dich unsicher ?	
Welche Massnahmen schlägst Du vor, um dich in diesen Bereichen zu verbessern ?	
Stehen dir die nötigen Hilfsmittel für deine Arbeit zur Verfügung ? Wenn nein, was benötigst Du zusätzlich ?	
Fühlst Du dich überlastet ?	
Fühlst Du dich ausgelastet ?	
Fühlst Du dich unterfordert ?	

2. Arbeitsklima

Wie fühlst Du dich beim täglichen Gang zur Arbeit?	
Wie fühlst Du dich im Arbeitsumfeld BE1?	
Wie empfindest Du das Arbeitsklima ? (sehr angenehm, zufriedenstellend, erträglich, unerträglich ?)	
Optimierungsvorschläge ?	

3. Zusammenarbeit

Wie beurteilst Du die Zusammenarbeit mit dem direkten Vorgesetzten ?	
Wie beurteilst Du die Unterstützung Durch den direkten Vorgesetzten ? Kriegst Du genug Feedback ? Fühlst Du dich verstanden ?	
Wie beurteilst Du die Zusammenarbeit mit der/m GeschäftsleiterIn ?	
Wie beurteilst Du die Unterstützung Durch die/den GeschäftsleiterIn ? Kriegst Du genug Feedback ? Fühlst Du dich verstanden ?	

4. Motivation

Bist Du voll motiviert ?	
Wenn nicht, was muss ändern, damit Du wieder voll motiviert mitarbeiten kannst ?	

5. Entwicklung

Welche Massnahmen schlägst Du im Hinblick auf deine berufliche Entwicklung vor ?	
Was kannst Du selber tun ?	
Was kann BE1 realistischerweise tun ?	
Wie siehst Du deine Zukunft kurzfristig ?	
Wie siehst Du deine Zukunft längerfristig ?	
Wie erfolgreich waren die im letzten Gespräch vereinbarten Massnahmen ?	
Welche Ziele hast Du dir gesetzt ?	
Wie kannst Du diese Ziele erreichen ?	

Hast Du Vorschläge für Weiterbildung ?	

6. Information

Wirst Du genügend informiert ?	
Gibst Du die Informationen genügend weiter ?	

8. Bemerkungen

--

Datum :

Radio BE1 / Radig AG Redaktionsstatut

Standortbestimmung

Das Programm von Radio BE1 richtet sich nach den im Leitbild festgehaltenen Grundsätzen. Die redaktionellen Beiträge haben sich im Rahmen des darin skizzierten Formats zu bewegen.

Rechte und Pflichten

Die festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Radio BE1 verantworten ihre Sendungen und Wortbeiträge selber. Sie dürfen nicht gezwungen werden, gegen ihre persönliche Überzeugung Kommentare abzugeben.

Beiträge, deren Inhalt die Interessen oder die Geschäftsbeziehungen des Senders negativ tangieren oder ihm geschäftlichen Schaden zufügen könnten, sind vorgängig der Geschäftsleitung zu unterbreiten.

Festangestellte Programm-Mitarbeitende können weder zur Akquisition von Werbung noch zur Produktion von Werbespots verpflichtet werden.

Beschwerden über Sendungen und Beiträge von Radio BE1 werden von der Geschäftsleitung und der UBI-Beschwerdekommision behandelt und entschieden. Dabei werden die betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in jedem Fall angehört.

Bei Streitigkeiten unter den Programmschaffenden entscheiden in erster Instanz Moderations- und Redaktionsleitung, in zweiter und letzter Instanz die Geschäftsleitung.

Bei Streitigkeiten zwischen Programmschaffenden und der Moderations-, bzw. Redaktionsleitung entscheidet in erster Instanz die Geschäftsleitung, in zweiter und letzter Instanz der Verwaltungsrat.

Die Redaktion hat bei einer Neubesetzung der Redaktionsleitung ein Anhörungsrecht.

Vor wichtigen Entscheiden (Änderung der Besitzverhältnisse, Änderungen der Konzession, wesentliche Änderungen des Programms) werden die festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter informiert.

Mindestens einmal jährlich orientiert die Geschäftsleitung die Redaktion über die wirtschaftliche Entwicklung von Radio BE1.

Schlussbestimmungen

Dieses Redaktionsstatut bindet alle von der Radig AG festangestellten Programmschaffenden. Es ist integrierender Bestandteil des Arbeitsvertrages und wird schriftlich ausgehändigt.

Bern, 10. November 2005

Im Namen des Verwaltungsrats der Radig AG

J. Pepe Wiss
Präsident

Diese Checkliste ist ein Hilfsmittel für alle Programmschaffenden von Radio BE1, das beim Erstellen von Briefings für die Realisation von Programminhalten (Content), Beiträgen, Sendungen, etc., verwendet wird.

Das Briefing für die Content-Realisation soll folgende Punkte enthalten:

- Umschreibung der Sachlage
- History des Themen-Coverings auf Radio BE1
- Zusammenhänge aufzeigen
- Zielsetzung (was soll Content aufzeigen), Erwartungen
- Auflistung der relevanten Aspekte
- Vorgesehene Ausstrahlungszeit (Prime-Time Morgen, Mittag, Abend, etc.)
- Vorgesehenes Sendefass (Nachrichten, Beitrag, etc.)
- Angaben zur Infobeschaffung / Info-Quelle (SDA, DPA, Medienmittelung etc.)
- Aspekte einer ausgewogenen Berichterstattung aufzeigen
- Vorschläge Zuinterviewende / Kontaktpersonen / Kontaktadressen
- Vorschläge radiophonische Gestaltungsformen
- Ideen-Ansätze für Dramaturgie
- Allfällige personelle Unterstützung
- Termine, inkl. Zwischen-Feedback, Kontrolle vor Sendetermin, Sendetermin

ModeratorIn: Martina Häni	Schicht: Nachmittag, Do 8.11.07
---------------------------	---------------------------------

1. Basics/Positionierung	Top	Gut	Flop
Station-Nennung inkl. „bester Mix“ in jedem Break?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kompletter Claim ausreichend eingebaut?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Station-ID sinnvoll eingesetzt, bei langen Breaks auch am Ende?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Music-Teaser vor „langen“ Breaks mit Teppich?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bemerkungen:

Die Basics hast du im Griff. Achte aber darauf, dass du bei längeren Breaks, zum Beispiel beim Break um 15.40 Uhr vor dem Veranstaltungstipp, die Musik nach dem Break teast, dabei einen passenden Mood-Teppich einsetzt. Da wäre ein Music-Sell in Verbindung einer aktuellen regionalen Veranstaltung angebracht gewesen. Der Break würde so auch noch flüssiger laufen. Und vergiss nicht, ebenfalls bei längeren Breaks (Beispiel: Tel.-Inti mit Stefanie Arnold vom OK Quersicht schwullesbisches Filmfestival in der Cinématte Bern) die Station-ID zusätzlich auch noch am Schluss der Moderation einzubauen. Unsere P2-Hörer sollen wissen, bei welchem Sender sie diese „News-u-can-use-Infos“ bekommen haben.

2. Moderations-Inhalte	Top	gut	flop
Eigener Content	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Content gemäss Tagesübersicht weitergezogen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regionale & lokale Inhalte eingebaut	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pride & Passion	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Akkustische Möglichkeiten des Mediums genutzt	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neue Geräusche oder O-Töne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit der Stimme gespielt	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tagessituation der HörerInnen eingebracht	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In die Geschichten gut eingestiegen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aus den Geschichten gut ausgestiegen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regionale & lokale Kompetenz bewiesen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitbezogene Moderationen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mix der Mod.-Inhalte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mix der Themen-Aufbereitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Bemerkungen:

An coolen Ideen, für spannende und nützliche Inhalte fehlt es dir nie. Hast gut auf die News-Meldung der Dargebotenen Hand reagiert. Im Inti hast du die richtigen Fragen gestellt und den ganzen Break sehr schön aufgebaut. Content gemäss Tagesübersicht weiterziehen klappt jetzt auch bestens. Regionale oder lokale Inhalte musst du auch ausserhalb der Prime-Time vermehrt einbauen. Ziel ist es, jede Stunde mindestens einen regionalen Inhalt zu bringen. Du kannst nebst dem Veranstaltungstipp ja auch weitere Breaks z.B. mit Hinweisen zu Anlässen in der Region füllen. Wähle bei der Aufbereitung deiner Inhalte aber nicht immer nur die Interview-Form. Du kennst ja die verschiedensten radiophonen Gestaltungsformen. Habe Mut, und reisse auch einmal ein Call-In an oder lanciere ein Voting. Da hättest du gut zum Beispiel aus der News-Meldung, dass ab Fahrplanwechsel am 9. Dezember die S-Bahn-Züge zwischen Bern und Schwarzenburg im Halbstundentakt verkehren werden, etwas grösseres machen können.

3. Moderation	Top	Gut	Flop
Fröhlichkeit	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deutlichkeit, Versprecher	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stimmung passt zur Musik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tempo, Tempovariationen, Pausen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wortwahl	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bemerkungen:

Die Fröhlichkeit in deiner Stimme ist dir einfach angeboren. Das macht echt immer mega Spass dir zuzuhören. An der Aussprache müssen wir aber unbedingt weiter arbeiten. Ich mache für dich einen Termin mit Fribi ab für weitere Stunden in der Sprechausbildung. Auch Tempovariationen baust du mir immer noch zu wenig ein. Würde einfach auch der noch besseren Verständlichkeit dienen. Aber klar, machst du das eigentlich dank deinen klaren, leicht verständlichen Formulierungen wett. Die sind top!

4. Teasing

	Top	Gut	Flop
Sind die Leute wegen den Teasern drangeblieben	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schalten die Leute wegen den Teasern morgen wieder ein	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Major-Promos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bemerkungen:

Dein Teasing für deine Inhalte ist tiptop. Denke aber wieder vermehrt auch an die Musik. Wir haben ja 8 verschiedene Möglichkeiten Musik zu teasen, setze diese also abwechslungsreich ein. Die Morgenshow hast du ausreichend und auch sehr kreativ geteast. Da könntest du einfach noch vermehrt mit den Personalities der MorgenShow-leute arbeiten. Major-Promo hattest du ja keine, hättest du aber sicherlich gut im Griff gehabt.

5. Fahrtechnik

	Top	Gut	Flop
Uebergänge/Teppich-Einsatz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Timing Ramptalks	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einsatz Testimonials und Drop-Ins	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bemerkungen:

In der Fahrtechnik kann dir so schnell niemand etwas vor machen! Sehr gut! Testis und Drop-Ins setzt du mir aber immer noch zu wenige ein. Hole dir bei Call-Ins oder Strassenumfragen auch immer neue Testis herein. Es macht dir dann auch mehr Spass, wenn du selbst hereingeholte Quotes einspielen kannst. Diese ruhig auch personalisieren lassen.

6. Zielsetzungen

- Regionaler Inhalt in jeder Stunde mindestens 1 x
- kreativere Music-Sells und Music-Teaser, abwechslungsweise alle Formen anwenden
- Mehr Gewicht auf die deutliche Aussprache legen, Sprechausbildung wieder aufnehmen
- Wende unterschiedliche radiophonische Gestaltungsmöglichkeiten an.

Airchecker: Dominique Hofer

Sendungskritik mit Airchecker besprochen:

Unterschrift Moderator/in

Für VSP- und Telesuisse Mitglieder

Standard-Arbeitsbedingungen

für Mitglieder des Verbandes Schweizer Privatrado (VSP) Télesuisse und SCHWEIZER PRESSE (CHP)

Präambel

Die vorliegenden Standard-Arbeitsbedingungen wurden von den oben erwähnten Verbänden erarbeitet. Sie erfüllen die Anforderungen gemäss Art. 44 Abs.1 Bst.d RTVG über die Arbeitsbedingungen. Die Mitglieder der oben genannten Verbände sind bestrebt, die Qualitätsstandards und die Attraktivität der privaten elektronischen Schweizer Medienbranche auch mit attraktiven Arbeitsbedingungen zu erhalten und fördern.

Art. 1 Zweck und Anwendungsbereich

Die nachfolgenden Bestimmungen formulieren im Sinne von Leitlinien Mindeststandards für die Mitglieder der oben genannten Verbände, welche bei der Ausgestaltung der Arbeitsvertragsverhältnisse gemäss Art. 319ff. OR zwischen Veranstaltern und fest angestellten Programmschaffenden zu berücksichtigen sind.

Art. 2 Redaktionelle Unabhängigkeit und Medienfreiheit

Die redaktionelle Unabhängigkeit und Medienfreiheit bleiben gewährt. Das Redaktionsstatut und die unternehmerischen Richtlinien des jeweiligen Veranstalters sind einzuhalten.

Art. 3 Arbeitsvertrag und Kündigung

Zwischen den Veranstaltern und den fest angestellten Programmschaffenden werden schriftliche Einzelarbeitsverträge abgeschlossen, welche je nach Veranstalter zusätzliche Reglemente beinhalten können. Darin werden die individuellen Arbeitsbedingungen basierend auf den vorliegenden Standards geregelt. Es steht den Veranstaltern frei, darüber hinausgehende Regelungen zu treffen. Eine Kündigung des Arbeitsvertrages muss schriftlich und unter Einhaltung der gesetzlichen oder vereinbarten Kündigungsfristen erfolgen.

Art. 4 Arbeitszeit

Die durchschnittliche jährliche Wochenarbeitszeit beträgt 42 Stunden. Die Tätigkeit für Radio und Fernsehen erfordert, dass die Jahreswochenarbeitszeit unabhängig von Tageszeit und Wochentag geleistet wird. Es gelten die jeweiligen Einsatzpläne der Veranstalter. Die Veranstalter verpflichten sich, in Bezug auf unregelmässige Arbeitszeiten, Wochenend- und Abenddienste die arbeitsgesetzlichen Bestimmungen einzuhalten.

Überzeit wird entweder in Form von Lohn oder Kompensationszeit im Verhältnis 1:1 ausgeglichen.

Art. 5 Lohn

Der Jahreslohn wird im jeweiligen Einzelarbeitsvertrag individuell festgelegt. Die Aushandlung und Festlegung des Lohnes ist Sache der Vertragsparteien. Die Höhe des Lohnes richtet sich nach der Stellung der fest angestellten Programmschaffenden, ihrer Verantwortung und ihren Leistungen. Dabei werden

Ausbildung und Berufserfahrung der fest angestellten Programmschaffenden, sowie die Massstäbe des regionalen Wirtschaftsstandorts des Veranstalters berücksichtigt.

Der monatliche Mindestlohn für festangestellte und ausgebildete Redaktionsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter beträgt 4'000 CHF (brutto).

Art. 6 Lohnfortzahlung

Bei Krankheit oder Unfall haben die fest angestellten Programmschaffenden mindestens Anspruch auf Fortzahlung des vertraglich vereinbarten Lohnes gemäss OR (3 Wochen im ersten Dienstjahr, danach gemäss Zürcher, Berner oder Basler Skala). Weitergehende Leistungen, insbesondere der Abschluss von entsprechenden Versicherungen und die Beteiligung der fest angestellten Programmschaffenden an entsprechenden Prämien, sind Sache des Veranstalters. Gesetzliche Vorschriften bleiben vorbehalten, insbesondere wird bei Mutterschaft der gesetzlich vorgeschriebene Mutterschaftsurlaub von 14 Wochen gewährt.

Art. 7 Kündigungsfristen

Nach Ablauf der im Arbeitsvertrag festgelegten Probezeit kann ein Anstellungsvertrag jeweils auf das Monatsende unter Beachtung der folgenden Fristen gekündigt werden:

im 1. Dienstjahr: mindestens 1 Monat
vom 2. bis zum vollendeten 8. Dienstjahr: mindestens 2 Monate
ab dem 9. Dienstjahr: mindestens 3 Monate

Die jeweils geltenden Kündigungsfristen sind in den individuellen Arbeitsverträgen festzuhalten.

Art. 8 Ferien

Festangestellte Programmschaffende haben Anspruch auf bezahlte Ferien von jährlich mindestens 4 Wochen bzw. 5 Wochen nach dem vollendeten 49. Altersjahr.

Art. 9 Absenzen

Festangestellte Programmschaffende haben mindestens Anspruch auf bezahlte Absenzen

- a) von 3 Tagen in folgenden Fällen: Tod des Lebenspartners, der Lebenspartnerin, eines Kindes oder Elternteils;
- b) von 2 Tagen bei der eigenen Heirat
- c) von 1 Tag in folgenden Fällen: Heirat eines eigenen Kindes, Todesfall von Gross- oder Schwiegereltern, Geschwistern, Schwägern oder Schwägerinnen, bei Wohnungswechsel,
- d) von 3 Tagen bei Geburt des eigenen Kindes (Vaterschaftsurlaub)

Bei Krankheit eines eigenen Kindes wird die notwendige Zeit gewährt, um sich zu organisieren.
Die Regelung bei Absenzen infolge von Militär- und Zivildienst erfolgt nach den gesetzlichen Grundlagen

Art. 10 Urheberrechte

Die Programmschaffenden übertragen durch den Arbeitsvertrag sämtliche Urheberrechte inklusive allfälliger Vergütungsansprüche an den Werken, welche sie in Erfüllung ihres Arbeitsvertrages schaffen, zeitlich und

örtlich uneingeschränkt und für alle Medien, Übertragungs- und Nutzungsarten auf den jeweiligen Veranstalter. Mit Bezahlung des geschuldeten Lohnes sind die Urheberrechte vollumfänglich abgegolten.

Art. 11 Ausbildung/Weiterbildung

Die Veranstalter gewährleisten eine angemessene interne Einarbeitung und Ausbildung von neuen Programmschaffenden und fördern die interne und/oder externe Weiterbildung (MAZ, etc.). Die Veranstalter verpflichten sich, ihre diesbezüglichen Programme auf Aufforderung der Verbände oder des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM auszuweisen. Die finanzielle Beteiligung an oder Abgeltung der externen Weiterbildungskosten werden im Einzelfall zwischen dem Veranstalter und dem fest angestellten Programmschaffenden festgelegt.

Art. 12 Stagiaires und Volontäre

Um die Einführung in die Programmarbeiten zu gewährleisten, können die Veranstalter Stagiaires und Volontäre anstellen. Diese haben in der vereinbarten Zeit Anrecht auf eine angemessene interne und allenfalls auch externe Aus- und Weiterbildung. Die Veranstalter regeln die Modalitäten von Stages und Volontariaten in individuellen, schriftlichen Verträgen: diese umfassen mindestens das Programm des Stages bzw. des Volontariates, die Dauer, die Entschädigung und alle weiteren spezifischen gesetzlichen Anforderungen. Ein Stage dauert im Minimum 1 Monat und im Maximum 2 Jahre. Das Verhältnis Stagiaires zu fest angestellten Programmschaffenden übersteigt 1:3 nicht.

Art. 13 Sozialversicherungen

Die Veranstalter versichern die fest angestellten Programmschaffenden gemäss den gesetzlichen Regelungen (AHV; ALV; EO; BU; NBU; Pensionskassen, ev. Taggeldversicherung).

Im Übrigen gelten die einschlägigen Bestimmungen des schweizerischen OR, insb. Art. 319ff..

Verband Schweizer Privatradios VSP

Jürg Bachmann
Präsident

Telesuisse

Filippo Lombardi
Präsident

Zürich, 27. November 2007

ARBEITSVERTRAG

zwischen Radig AG, Bern, nachfolgend Radig genannt,

und

xxx, wohnhaft in xxx, xxx xx

nachfolgend Mitarbeiterin genannt,

ist folgender Arbeitsvertrag abgeschlossen worden:

1. Anstellung

- 1.1 Die Radig engagiert xxx als Programmschaffende in der Abteilung Moderation von Radio Radio BE1/Radig AG.
- 1.2 Das Arbeitsverhältnis beginnt am xxx und wird auf unbestimmte Zeit abgeschlossen.
- 1.3 Die Probezeit entfällt.
- 1.4 Arbeitsort ist Bern.

2. Kündigung

- 2.1 Die Kündigungsfrist beträgt nach der Probezeit 3, ab dem zweiten Jahr vier Monate. Die Kündigung muss schriftlich auf das Ende eines Monats erfolgen.
- 2.3 Eine fristlose Vertragsauflösung aus wichtigen Gründen im Sinne von Art. 337ff OR bleibt vorbehalten.
- 2.4 Mit Erreichen des Pensionierungsalters endet das Arbeitsverhältnis. Der altersbedingte Rücktritt kann im gegenseitigen Einvernehmen vorverlegt oder hinausgeschoben werden.

3. Lohn, Kinderzulagen

- 3.1 Die Mitarbeiterin wird zu 100% angestellt.
- 3.2 Der Lohn beträgt pro Jahr Fr.xxx.-, ausbezahlt in 13 Raten à Fr. xxx.-. Die 13. Rate wird im Dezember bzw. bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses fällig, in einem unvollendetem Arbeitsjahr pro rata temporis.
- 3.3 Kinderzulagen werden gemäss Gesetzgebung des Arbeitskantons separat ausgerichtet.

4. Sozialversicherungen

- 4.1 Die Mitarbeiterin ist durch die Previs, Personalvorsorgestiftung Service Public, Wabern, versichert. Massgebend ist das Reglement der Personalvorsorgestiftung.
- 4.2 Die Mitarbeiterin ist bei der SUVA gegen Berufs- und Nichtberufsunfälle versichert.
- 4.3 Die Lohnzahlung bei Krankheit, Unfall, Militärdienst etc. ist in den Allgemeinen Arbeitsbedingungen der Radig geregelt.
- 4.4 Die Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeiterin werden vom Lohn abgezogen.

5. Arbeitszeit, Ferien, Feiertage

Arbeitszeit, Ferien und bezahlte Feiertage sind in den Allgemeinen Arbeitsbedingungen der Radig geregelt.

6. Spesen

Die aus der Berufstätigkeit anfallenden Spesen werden gemäss Spesenreglement der Radig vergütet.

7. Journalistische Tätigkeit

7.1 Die Mitarbeiterin anerkennt die in den publizistischen Leitlinien der Ringer AG und im Leitbild von Radio BE1 festgehaltene Grundhaltung. Leitbild und Stylebook von Radio BE1 ist integrierter Bestandteil dieses Vertrags.

7.2 Die Mitarbeiterin verpflichtet sich, die Interessen der Radig und ihrer Muttergesellschaften in jeder Beziehung zu wahren und insbesondere

- auf redaktionellem Gebiet bei persönlichen Stellungnahmen und Veröffentlichungen von Dritten, die ihr bekannte Zielsetzung der Radig einzuhalten.
- bei Veröffentlichungen, durch welche die Stellung und die Interessen von Radio BE1 oder der Radig in erheblicher Weise berührt werden, den Entscheid des Geschäftsleiters anzurufen und anzuerkennen.

7.3 Die Mitarbeiterin nimmt weder Vorteile an noch lässt sie sich auf Versprechungen ein, die geeignet sind, ihre berufliche Unabhängigkeit und die Äusserung ihrer persönlichen Meinung einzuschränken.

MitarbeiterInnen, die über Unternehmen börsenkotierter Gesellschaften berichten oder sich in seinen Sendungen generell mit Anlagefragen auseinandersetzen, nützen ihren Wissensvorsprung weder zum eigenen Nutzen noch zum Vorteil Dritter aus. Falls Zweifel bestehen, legen sie ihre Vermögensverhältnisse gegenüber der Geschäftsleitung offen.

8. Urheberrecht und Weiterverwertung

8.1 Die Mitarbeiterin tritt der Radig folgende Nutzungsrechte an ihren Beiträgen ab, die sie in Erfüllung seiner arbeitsvertraglichen Pflichten produziert hat: Das Recht auf Weiterverwertung innerhalb und ausserhalb der Radig sowie das Recht auf Veröffentlichung in anderer Form wie z.B. Buch, Zeitung, Internet, Film und TV. Das Eigentum an Manuskripten und Tonträgern geht mit der Ablieferung an die Radig über.

8.2 Die Persönlichkeitsrechte der Autorin müssen bei jeder Nutzung gewahrt werden, insbesondere das Bestimmungsrecht über die Namensnennung. Generelle Regelungen zwischen der Geschäftsleitung und der Mitarbeiterin über die Namensnennung sind zulässig, soweit diese als allgemeine Richtlinien gedacht sind und der Autorin im Einzelfall ein Einspruchrecht gewähren.

8.3 Die Redaktion ist berechtigt, an einem Beitrag Änderungen vorzunehmen, zu denen die Autorin ihre Zustimmung nach Treu und Glauben nicht verweigern kann. Änderungen, die den Gehalt des Beitrages oder die Persönlichkeitsrechte der Mitarbeiterin beeinträchtigen, dürfen nur im Einverständnis mit der Autorin vorgenommen werden.

8.4 Die Mitarbeiterin hat das Recht, eine Weiterverwertung ausserhalb der Radig durch Publikationsorgane, die ihren berechtigten geistigen oder persönlichen Interessen widersprechen, auszuschliessen. Ein solcher Ausschluss muss schriftlich und im voraus geltend gemacht werden. Diese Regelung gilt auch für die Weiterverwertung zu Werbezwecken.

8.5 Die generelle Übertragung der Nutzungsrechte wird als Bestandteil des vereinbarten Lohnes angemessen berücksichtigt und abgegolten. Dieser Bestandteil ist im Lohn gemäss Ziffer 3.1 enthalten.

Im Falle einer ausserordentlichen kommerziellen Weiterverwertung wird die Autorin zusätzlich gemäss separaten Richtlinien bis zu 25 % am Bruttoerlös beteiligt.

9. Sorgfaltspflicht, Schweigepflicht

Die Mitarbeiterin verpflichtet sich, die ihr übertragenen Aufgaben sorgfältig und gewissenhaft zu erledigen und die Interessen der Radig zu wahren. Ferner verpflichtet sie sich, über Geschäftsgeheimnisse der Radig Stillschweigen zu bewahren, dies auch nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses.

10. Ergänzende Bestimmungen

Soweit dieser Vertrag, die Allgemeinen Arbeitsbedingungen, das Spesenreglement und das Reglement der Personalvorsorgestiftung der Radig keine Bestimmungen enthalten, gelten die Vorschriften des Schweizerischen Obligationenrechts.

Das jeweils gültige Leitbild von Radio BE1, die Hausordnung, die Weisungen der Geschäftsleitung, die jeweils gültigen Pflichtenhefte für Moderation und die jeweils gültigen Moderations-Grundsätze sind integrierte Bestandteile dieses Arbeitsvertrags. Sollte eine grössere Werbekampagne mit der Mitarbeiterin lanciert werden, verpflichtet sich die Mitarbeiterin, ein Jahr lang auf die Kündigung des Arbeitsverhältnisses zu verzichten.

11. Gerichtsstand

Als Gerichtsstand wird der Arbeitsort der Mitarbeiterin vereinbart.

Dieser Vertrag ist doppelt ausgefertigt und gegenseitig unterzeichnet jeder Vertragspartei ausgehändigt worden.

Bern, xxx

Radig AG

Die Mitarbeiterin

xxx
VR-Präsident

xxx
Geschäftsführer

xxx

VOLONTARIATSVETRAG

zwischen **Radig AG**, nachfolgend Radio BE1 genannt, und

xxx, Adresse, Ort

nachfolgend Volontärin genannt,

ist folgender Volontariatsvertrag abgeschlossen worden:

1. Anstellung

- 1.1 Der Volontariatsvertrag ist befristet.
- 1.2 Radio BE1 engagiert xxx als Volontärin im Programm von Radio BE1.
- 1.3 Das Arbeitsverhältnis **beginnt am 00.00.00 und endet am 00.00.00.**
Eine Festanstellung während oder nach Ablauf des Volontariats ist nicht vereinbart.
- 1.4 Die **Probezeit dauert 2 Monate.**
- 1.5 Arbeitsort ist **???**.

2. Kündigung

- 2.1 Die **Kündigungsfrist beträgt 2 Monate.** Die Kündigung muss schriftlich auf das Ende eines Monats erfolgen.
- 2.2 Eine fristlose Vertragsauflösung aus wichtigen Gründen im Sinne von Art. 337ff OR bleibt vorbehalten.

3. Arbeitsprozente, Lohn, Kinderzulagen

- 3.1 Die Volontärin wird zu **100 %** angestellt.
- 3.2 Das **Volontariatsgehalt beträgt im ersten Jahr Fr. ???.-** (ausbezahlt in 13 Raten à Fr. ???.-), im zweiten Jahr Fr. ???.- (ausbezahlt in 13 Raten à Fr. ???.-). Die 13. Rate wird im Dezember bzw. bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses fällig, in einem unvollendeten Arbeitsjahr pro rata temporis.
- 3.3 Kinderzulagen werden gemäss Gesetzgebung des Arbeitskantons separat ausgerichtet.

4. Sozialversicherungen

- 4.1 Die Volontärin ist durch die Personalvorsorgestiftung **???** versichert. Massgebend ist das Reglement der Personalvorsorgestiftung.
- 4.2 Die Volontärin ist bei **???** gegen Berufs- und Nichtberufsunfälle versichert.
- 4.3 Die Lohnzahlung bei Krankheit, Unfall, Militärdienst etc. ist in den Allgemeinen Arbeitsbedingungen von Radio BE1 geregelt.
- 4.4 Die Sozialversicherungsbeiträge der Volontärin werden vom Lohn abgezogen.

5. Arbeitszeit, Ferien, Feiertage

Arbeitszeit, Ferien und bezahlte Feiertage sind in den Allgemeinen Arbeitsbedingungen von Radio BE1 geregelt.

6. Spesen

Die aus der Berufstätigkeit anfallenden Spesen werden gemäss Spesenreglement von Radio BE1 vergütet.

7. Journalistische Tätigkeit

- 7.1 Die Volontärin anerkennt die im Leitbild von Radio BE1 festgehaltene Grundhaltung. **Das Leitbild von Radio BE1 ist integrierter Bestandteil dieses Vertrags.**
- 7.2 Die Volontärin verpflichtet sich, die Interessen von Radio BE1 und ihrer Muttergesellschaften in jeder Beziehung zu wahren und insbesondere - auf redaktionellem Gebiet bei persönlichen Stellungnahmen und Veröffentlichungen von Dritten, die ihr bekannte Zielsetzung von Radio BE1 einzuhalten.

- bei Veröffentlichungen, durch welche die Stellung und die Interessen von Radio BE1 in erheblicher Weise berührt werden, den Entscheid der Geschäftsleitung anzurufen und anzuerkennen.

- 7.3 Die Volontärin nimmt weder Vorteile an noch lässt sie sich auf Versprechungen ein, die geeignet sind, ihre berufliche Unabhängigkeit und die Äusserung ihrer persönlichen Meinung einzuschränken.

VolontärInnen, die über Unternehmen börsenkotierter Gesellschaften berichten oder sich in ihren Sendungen generell mit Anlagefragen auseinandersetzen, nützen ihren Wissensvorsprung weder zum eigenen Nutzen noch zum Vorteil Dritter aus. Falls Zweifel bestehen, legen sie ihre Vermögensverhältnisse gegenüber der Geschäftsleitung offen.

8. Urheberrecht und Weiterverwertung

- 8.1 Die Volontärin tritt Radio BE1 folgende Nutzungsrechte an ihren Beiträgen ab, die sie in Erfüllung seiner arbeitsvertraglichen Pflichten produziert hat: Das Recht auf Weiterverwertung innerhalb und ausserhalb von Radio BE1 sowie das Recht auf Veröffentlichung in anderer Form wie z.B. Buch, Zeitung, Internet, Film und TV.

Das Eigentum an Manuskripten und Tonträgern geht mit der Ablieferung an Radio BE1 über.

- 8.2 Die Persönlichkeitsrechte der Autorin müssen bei jeder Nutzung gewahrt werden, insbesondere das Bestimmungsrecht über die Namensnennung. Generelle Regelungen zwischen der Geschäftsleitung und der Volontärin über die Namensnennung sind zulässig, soweit diese als allgemeine Richtlinien gedacht sind und der Autorin im Einzelfall ein Einsprucherecht gewähren.

- 8.3 Die Redaktion ist berechtigt, an einem Beitrag Änderungen vorzunehmen, zu denen die Autorin ihre Zustimmung nach Treu und Glauben nicht verweigern kann.

Änderungen, die den Gehalt des Beitrages oder die Persönlichkeitsrechte der Volontärin beeinträchtigen, dürfen nur im Einverständnis mit der Autorin vorgenommen werden.

- 8.4 Die Volontärin hat das Recht, eine Weiterverwertung ausserhalb von Radio BE1 durch Publikationsorgane, die ihren berechtigten geistigen oder persönlichen Interessen widersprechen, auszuschliessen. Ein solcher Ausschluss muss schriftlich und im Voraus geltend gemacht werden. Diese Regelung gilt auch für die Weiterverwertung zu Werbezwecken.

- 8.5 Die generelle Übertragung der Nutzungsrechte wird als Bestandteil des vereinbarten Lohnes angemessen berücksichtigt und abgegolten. Dieser Bestandteil ist im Lohn gemäss Ziffer 3.1 enthalten.

Im Falle einer ausserordentlichen kommerziellen Weiterverwertung wird die Autorin zusätzlich gemäss separaten Richtlinien bis zu 25 % am Bruttoerlös beteiligt.

9. Sorgfaltspflicht, Schweigepflicht

Die Volontärin verpflichtet sich, die ihr übertragenen Aufgaben sorgfältig und gewissenhaft zu erledigen und die Interessen von Radio BE1 zu wahren. Ferner verpflichtet sie sich, über Geschäftsgeheimnisse von Radio BE1 Stillschweigen zu bewahren, dies auch nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses.

10. Ergänzende Bestimmungen

Soweit dieser Vertrag, die Allgemeinen Arbeitsbedingungen, das Spesenreglement und das Reglement der Personalvorsorgestiftung von Radio BE1 keine Bestimmungen enthalten, gelten die Vorschriften des Schweizerischen Obligationenrechts.

Das jeweils gültige Leitbild von Radio BE1, die Hausordnung, die Weisungen der Geschäftsleitung, die jeweils gültigen Pflichtenhefte für Moderation und die jeweils gültigen Moderations-Grundsätze sind integrierte Bestandteile dieses Arbeitsvertrags.

11. Gerichtsstand

Als Gerichtsstand wird der Arbeitsort der Volontärin vereinbart.

Dieser Vertrag ist doppelt ausgefertigt und gegenseitig unterzeichnet jeder Vertragspartei ausgehändigt worden.

Bern, 00.00.00

Radig AG

Die Volontärin

Thomas Morgenthaler
Geschäftsleiter

Martin Mürner
Programmleiter

Xxx

**Reglement
der
Personalkommission

der Radig AG

inklusive
Wahlreglement**

August 2004

1. Einleitung

Die Personalkommission der *Radig AG – Radio BE1* (nachfolgend PeKo genannt) vertritt die MitarbeiterInnen der Radig AG gegenüber der Geschäftsleitung. Ihre Tätigkeit dient dem Wohl aller MitarbeiterInnen, mit dem Ziel, ein angenehmes Arbeitsklima auf kollegialer Basis zu erhalten und zu pflegen und den allgemeinen Zielen der Radig AG zu entsprechen. Die PeKo-Mitglieder sind verpflichtet, über sämtliche Informationen, die als vertraulich bezeichnet werden, sowohl innerhalb wie ausserhalb der Radig AG Stillschweigen zu bewahren.

2. Zusammensetzung der PeKo

Die PeKo ist so zusammengesetzt, dass die verschiedenen Interessen angemessen vertreten sind. Das heisst, Moderation, Redaktion, sowie die Technik stellen einen/e VertreterIn, der kommerzielle Bereich stellt zwei VertreterInnen. Frauen und Männer sollten nach Möglichkeit zu gleichen Teilen vertreten sein. Die PeKo besteht aus max. 5 Mitgliedern.

Die Personalkommission kann eine Präsidentin oder einen Präsidenten bestimmen.

3. Wahl der PeKo

Die Mitglieder der PeKo werden auf der Basis des Wahlreglements (siehe Anhang) gewählt.

4. Aufgaben und Vertrauensstellung der Radig-PeKo-Mitglieder

- 4.1 Die PeKo-Mitglieder sind sich in ihrem Handeln der Verantwortung gegenüber dem Personal und der Radig AG bewusst. Sie verpflichten sich zu Verschwiegenheit in persönlichen Belangen von MitarbeiterInnen und in allen vertraulichen Belangen der Radig AG.
- 4.2 Die gewählten VertreterInnen haben die MitarbeiterInnen regelmässig zu informieren.
- 4.3 Die Mitglieder der PeKo werden in der Regel für die Erledigung ihrer Tätigkeiten bis zu 10 Stunden pro Jahr (reine Sitzungszeit) freigestellt. In besonderen Situationen (Umstrukturierungen, Entlassungen usw.) kann diese Zeit im Einverständnis mit der Geschäftsleitung überschritten werden.
- 4.4 Die Mitglieder der PeKo dürfen wegen der ordnungsgemässen Ausübung ihres Amtes weder benachteiligt noch entlassen werden (OR, Art. 336). Ehemalige Mitglieder der PeKo sind den Mitgliedern in dieser Hinsicht während der nachfolgenden Amtsperiode gleichgestellt.
- 4.5 Die PeKo bildet sich ihre Meinung aufgrund der Kontakte mit den Arbeitskolleginnen und -kollegen in den Abteilungen. Sie nimmt Anregungen und Vorschläge entgegen. Sie informiert die Kolleginnen und Kollegen über ihre Arbeit und über die Sitzungen mit der Geschäftsleitung soweit die Informationen nicht explizit als vertraulich bezeichnet wurden.
- 4.6 Die PeKo trifft sich mindestens zweimal jährlich mit der Geschäftsleitung. Zu behandelnde Traktanden müssen spätestens 14 Tage vorher bekannt sein.
- 4.7 Die PeKo trifft sich halbjährlich. In dringenden Fällen kann eine PeKo-Sitzung auch rascher einberufen werden, sofern sich eine Mehrheit der PeKo-Mitglieder oder ein Drittel des Personals dafür ausspricht.
- 4.8 Eine Personalversammlung muss jährlich einberufen werden. In besonderen Fällen kann in Absprache mit der Geschäftsleitung und auf Antrag der Mehrheit der PeKo sowie einem Drittel des Personals eine weitere Personalversammlung durchgeführt werden.

5. Information

- 5.1 Die PeKo nimmt gegenüber dem Arbeitgeber die gemeinsamen Interessen der ArbeitnehmerInnen wahr.
- 5.2 Die PeKo behandelt alle Angelegenheiten, die ihr von der Geschäftsleitung vorgelegt werden und nimmt dazu Stellung.

- 5.3 Die PeKo erhält von der Geschäftsleitung und von den ArbeitnehmerInnen die Informationen, welche für ihre Tätigkeit unerlässlich sind.
- 5.4 Geschäftsleitung und PeKo setzen sich für ein gutes Betriebsklima ein.
- 5.5 Der erste Ansprechspartner der PeKo ist der Geschäftsleiter, Verhandlungspartner ist der Verwaltungsrat, allenfalls vertreten durch die Geschäftsleitung. Diese unterstützt die ArbeitnehmerInnenvertretung bei der Ausübung ihrer Befugnisse und Pflichten.
- 5.6 Die Geschäftsleitung informiert die PeKo in periodischen Abständen, jedoch mindestens zweimal jährlich, über die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens und dessen finanzielle Lage sowie deren mögliche Auswirkungen auf die Beschäftigung und die Beschäftigten. Die PeKo ist frühzeitig über alle wichtigen Entscheidungen bei der Radig AG zu informieren, insbesondere auch über solche im Zusammenhang mit einem wirtschaftlichen oder technischen Strukturwandel. Die GL informiert die PeKo ausserdem rechtzeitig bei wesentlichen inhaltlichen Änderungen des Radig-Sendeangebotes, bei personalpolitischen Entscheidungen (insbesondere über leitende Funktionen in den Abteilungen, vor Änderungen der Arbeitsbedingungen und Betriebsordnungen sowie vor der Einführung neuer Technologien).
- 5.7 Bei Änderungen der Eigentumsverhältnisse und der wirtschaftlichen Lage des Unternehmens sowie bei wichtigen Entscheidungen hat die Geschäftsleitung die PeKo rechtzeitig und umfassend zu informieren.
- 5.8 Im Weiteren gelten die Bestimmungen des Bundesgesetzes über die Information und Mitsprache der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in den Betrieben (Mitwirkungsgesetz, MwG), insbesondere die Konsultation bei beabsichtigten Massenentlassungen (OR 335 f.) und die Mitwirkung in Fragen der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes (ArG, UVG).

6. Mitwirkungs- und Mitbestimmungsgebiete

- 6.1 Folgende Mitwirkungsgebiete unterliegen dem Mitspracherecht:
- 6.2 Die PeKo hat die Möglichkeit, der Radig-GL Vorschläge betreffend arbeitsvertraglichen Bedingungen zu unterbreiten. Sie überwacht aber auch deren Anwendung unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften.
- 6.3 Die PeKo sorgt für die Durchsetzung der gleichen Rechte für Frauen und Männer.
- 6.4 Die PeKo unterstützt die Einhaltung von Massnahmen zum Schutz von Gesundheit und Persönlichkeit der ArbeitnehmerInnen, zur menschengerechten Arbeitsgestaltung.
- 6.5 Die PeKo wird über die Gestaltung aller wesentlichen Massnahmen und Änderungen (interne Reglemente, technischer und struktureller Art etc.), welche die MitarbeiterInnen direkt oder indirekt betreffen, informiert.
- 6.6 Ein PeKo-Mitglied kann im Vorfeld einer geplanten Entlassung und auf Wunsch der/s betroffenen Angestellten einbezogen werden, um Alternativen zu prüfen (Umschulung, interner Stellenwechsel, vorzeitige Pensionierung).
- 6.7 Auf Wunsch der betroffenen Angestellten kann die PeKo bei Konflikten, die mit dem Arbeitsverhältnis gekoppelt sind (disziplinarische Massnahmen, Fälle von Mobbing, von ungerechtfertigten Qualifizierungen, sexueller Belästigung etc.) eingeschaltet werden.

7. Beschlüsse

- 7.1 Nach Absprache unter den PeKo-Mitgliedern, auf Initiative der/des PeKo-Präsidentin/en oder auf Einladung der Geschäftsleitung wird eine PeKo-Sitzung einberufen und gleichzeitig werden die Traktanden (in der Regel 2 Wochen vorher) bekannt gegeben.
- 7.2 Die PeKo ist beschlussfähig wenn 4 und mehr Mitglieder anwesend sind.
- 7.2 Die Beschlüsse der PeKo (Personalversammlung) sind rechtsgültig, wenn das absolute Mehr der Stimmenden erreicht ist. Bei Stimmgleichheit gilt der Stichentscheid der Präsidentin bzw. des Präsidenten.

7.3 Die Peko-Mitglieder sammeln die Traktanden in den Abteilungen und bereiten die Beschlüsse der PeKo (Personalversammlung) vor.

8. Reglements-Änderungen

Eine Änderung des vorliegenden Reglements darf nur mit der absoluten Mehrheit der Anwesenden der Personalversammlung sowie im Einvernehmen mit der Geschäftsleitung vorgenommen werden. Zudem ist bei Beschlüssen, die weiter gehen als die Personalreglemente, die Zustimmung des Verwaltungsrats der Radig AG, vertreten durch die Geschäftsleitung erforderlich.

Dieses PeKo-Reglement wird durch die Personalversammlung vom 4. August 2004 zuhanden des VR verabschiedet.

Bern, den 4. August 2004

Zwei VertreterInnen der Arbeitgebervertretung der Radig AG Zwei VertreterInnen der PeKo *Radig*

Wahlreglement der Personal-Kommission der Radig AG

1. Zweck: Das Wahlreglement regelt die Wahlen in die Personalkommission Radig.
2. Für die Durchführung und Kontrolle der Wahlen wird eine Wahlkommission aus mind. 2 Personen eingesetzt.
Sie besteht aus Mitgliedern zwei verschiedener Abteilungen. Die Mitglieder der Wahlkommission können nicht für die Personalkommission vorgeschlagen werden.
3. Die Wahlkommission arbeitet nach folgendem Zeitplan (bei allfälligen Neuwahlen):
 - Information über die Durchführung der PeKo-Wahl erfolgt mindestens 1 Monat vor den Wahlen.
 - Die Einreichung der Wahlvorschläge an die Wahlkommission muss innerhalb 2 Wochen vorgenommen werden.
 - Mindestens 2 Wochen vor der Personalversammlung werden die Wahlvorschläge publiziert (als Beilage der Einladung der Personalversammlung).
 - Information über den Wahlausgang erfolgt per Rundbrief/-Mail oder Aushang nach der Wahl.
4. Die Wahlvorschläge werden durch die Wahlkommission geprüft, ob sie dem Reglement entsprechen.
5. Werden gleich viele Wahlkandidatinnen und –Kandidaten wie zu vergebende Sitze vorgeschlagen, findet eine offene Wahl statt. Bei mehreren Kandidaturen werden geheime Wahlen durchgeführt.
6. Die Personalkommission besteht aus maximal 5 Mitgliedern.
7. Die Wahlkommission bemüht sich, Kandidatinnen und Kandidaten aus allen Mitarbeitergruppen gemäss Reglement zu finden.
8. Wählbar sind alle festangestellten (Voll- und Teilzeitangestellte) MitarbeiterInnen von Radio BE1 *Radig AG* (ausser die in Pkt. 9 erwähnten), die bis zum Wahltag mindestens 6 Monate bei *Radig AG* angestellt sind. Wahlberechtigt sind alle zur Zeit der Wahlen festangestellte voll- und teilzeitbeschäftigte MitarbeiterInnen, sowie MitarbeiterInnen im gekündigten Verhältnis von *Radig AG*.
9. Nicht wählbar sind Mitglieder aus der Geschäftsleitung.
10. Die Wahl der PeKo erfolgt jeweils an der *Radig*-Personalversammlung.
11. Die Amtsdauer beträgt 2 Jahre, jedoch nicht mehr als drei aufeinanderfolgende Wahlperioden.
12. Die Wahlkommission zählt die eingegangenen Stimmen aus und erstellt ein Wahlprotokoll.
13. Scheidet während einer Amtsperiode ein PeKo-Mitglied aus, so sorgt die betreffende Abteilung bis zur nächsten Wahl für Ersatz.
14. Beschwerden über das Wahlverfahrens müssen innert 30 Tagen bei der Wahlkommission eingereicht werden. Deren Entscheid ist rechtsgültig.
15. Die Wahlunterlagen sind mindestens bis zur nächsten Wahl aufzubewahren (Wahlprotokoll und Stimmzettel).
16. Das Wahlreglement wurde durch die Personalversammlung mit Arbeitgebervertretung 4. August 2004 genehmigt..

Bern, den 4. August 2004

Zwei VertreterInnen der Arbeitgebervertretung *Radig*

Zwei VertreterInnen der PeKo *Radig*

Einarbeitungs-, Aus- und Weiterbildungskonzept Radio BE1

1. Einarbeitung

Die Einarbeitung und Ausbildung von Radio BE1 wird von vielen Neu-Eintretenden als vorbildlich beschrieben.

Radio BE1 stellt neue MitarbeiterInnen fast ausschliesslich nach dem Absolvieren des Volontariats an: Die zweijährigen Programm-Volontariate sind der ideale Einstieg für AnfängerInnen in die Medienwelt. Die VolontärInnen werden intensiv in der Redaktion und Moderation ausgebildet und werden in beiden Bereichen zur Fachreife herangeführt.

Eignung, Einsatz und freie Stellenprozente vorausgesetzt, können VolontärInnen nach ihrer Ausbildung im Programm eingestellt werden.

Die Einarbeitung von VolontärInnen und neuen MitarbeiterInnen beginnt für alle am ersten Arbeitstag: Mit der administrativen Einführung.

1.1 Phase 1: Administrative Einführung

Am ersten Tag bei der Radig AG / Radio BE1 werden Neu-Ankömmlinge vom Personalverantwortlichen in die Grundlagen des Arbeitens bei der Radig AG / Radio BE1 eingeführt.

Die Themenkreise umfassen die Besitzverhältnisse, Organisationsform (AG), Geschichte des Radios (von Förderband zu BE1), Örtlichkeiten (wo ist was), Organigramm (wer macht was), Arbeitswissen (Telefonie, EDV (BE1-Software, Datenablage, Vorlagen, etc.), Corporate Design, Personaladministration (Personalsvorsorge, Lohnzahlungen, finanzielle Abläufe, etc.), Ordnung (Sicherheit, Hausordnung, Amtlliste, etc.), Auto-Regelung, Schlüsselregelung, etc.etc..

1.2 Phase 2: Gesamtüberblick

Damit alle MitarbeiterInnen der Radig AG / Radio BE1 wissen, was die anderen MitarbeiterInnen tun, besucht jedeR Neue im Lauf der ersten Wochen alle Abteilungen des Senders: Moderation Morgenshow und Tagesschiene, Redaktion Frühdienst und Tagesschiene, Musikredaktion, Technik, Buchhaltung, Disposition, Sekretariat, Marketing, Promo/Web, Moderationsleitung (Programmeinführung), Verkaufsleitung (Verkaufseinführung), Media-Beratung (inkl. Kundenbesuche).

2. Ausbildung

Teilweise parall zum Gesamtüberblick und vor allem danach findet die intensive und gründliche Schulung und Ausbildung für die Tätigkeit in der jeweiligen Abteilung statt.

Diese Ausbildung umfasst alle Bereiche des künftigen Arbeitsgebiets, und zwar einerseits in theoretischen Ausbildungseinheiten, daneben durch Learning by Doing im Arbeitsalltag des Radios. Diese praktische Tätigkeit wird begleitet von ständigem Coaching einerseits durch die erfahrenenen MitarbeiterInnen und

andererseits durch Analyse der geschriebenen Texte (etc.) und durch ständige Kontrollgespräche und Airchecks.

Die Ausbildung erfolgt intern und extern.

Die Ausbildung im Bereich Programm beinhaltet auch Sprechausbildung, Staatskunde, journalistische Grundlagen, den Umgang mit allen technischen Geräten des Radio-Alltags, das Schreiben von Texten, etc.etc.

Nach ca. 3 Monaten übernehmen die VolontärInnen und Neu-EinsteigerInnen erste Aufgaben am Mikrophon. Am Ende ihrer Ausbildungszeit sind sie imstande, selbstständig Sendungen zu planen, zu schreiben und zu moderieren, selbstständig News-Bulletins zu erstellen und zu lesen.

3. Weiterbildung

Nach der Ausbildung haben die Radio BE1-MitarbeiterInnen nicht ausgelernt.

Ihre Weiterbildung (z.B. MAZ oder Ringier-Journalistenschule) wird von Radio BE1 im Rahmen des Weiterbildungskonzepts unterstützt

Jede Woche findet ein eineinhalbstündiges Weiterbildungs-Seminar statt, welches für die Volontäre obligatorisch und für die übrigen MitarbeiterInnen freiwillig ist. Diese Seminare dienen dazu, in Fachbereichen sich Wissen anzueignen oder zu vertiefen. Für diese Kurse werden externe Fachkräfte und interne Fachleute herangezogen.

Ausbildungsplan Luk Staudenmann 18.4.-29.5.07

Abkürzungen: FR Fribi, CB Christina Badrutt, BK Bene Krättli, TZ Theres Zwahlen, JB Janine Beyeler, AB Andrea Brunner, FG Franz Gysi, FK Fabienne Kläsi, MW Martin Welti, TF Tobias Flückiger, PK Patrizia Kaufmann, DH Dominique Hofer, FB Florence Boinay, WB Simone Walther Büel, LF Luzi Fricker, YS Yves Schott, MA Marlène Anderegg, MS Mark Siegenthaler

Ausbildungsbereiche: Allgemeine administrative Einführung, Redaktion Grundsätze, Begleitung Redaktionsdienste, Sprechausbildung, Moderation Grundsätze, Begleitung Moderationsdienste, Musikredaktion, Sekretariat, Verkauf Grundsätze & Begleitung, Disposition, Buchhaltung, Marketing, Technik, Promo/PR/Web

Tag	Datum	bei	Anf.	Ende	Kurs
Mi	070418	FR	08.30	10.30	Administrative Einführung
Mi	070418	CB	10.30	12.30	Sekretariat
Mi	070418	BK	13.00	15.00	Verkauf allgemein
Mi	070418	TZ	15.00	17.30	Disposition
Do	070419	FR	08.30	10.30	Ausbildung Redaktion
Do	070419	AB	10.30	12.30	Marketing
Do	070419	FG	13.00	15.00	Technik
Do	070419	FR	15.00	16.00	Sprechausbildung
Fr	070420	FR	09.00	10.30	Redaktions-Ausbildung
Fr	070420	FK/MW	10.30	12.30	Verkauf Media-Beratung (Begleitung)
Fr	070420	FK/MW	13.00	15.00	Verkauf Media-Beratung (Begleitung)
Fr	070420	FK/MW	15.00	17.30	Verkauf Media-Beratung (Begleitung)
Mo	070423	TF	08.30	11.00	Musikredaktion
Mo	070423	PK	11.00	17.00	Begleitung Moderation Tag
Di	070424	FR	08.30	10.30	Redaktions-Ausbildung
Di	070424	FR	10.30	12.30	Redaktions-Ausbildung
Di	070424	WB	13.00	15.00	Begleitung Spätdienst Reda
Di	070424	WB	15.00	17.30	Begleitung Spätdienst Reda
Mi	070425	DH	08.30	11.00	Grundsätze Formatradio Moderation
Mi	070425	FR	11.00	12.00	Sprechausbildung
Mi	070425	FR	13.00	15.00	Redaktions-Ausbildung
Mi	070425	FB	15.00	17.30	Promo / Web / PR
Do	070426	JB	10.00	12.00	Buchhaltung/Rechnungswesen
Do	070426	LF	12.30	19.00	Begleitung Spätdienst Reda
Fr	070427	LF	05.00	13.00	Begleitung Frühdienst
Mo	070430	WB	11.00	19.00	Begleitung Spätdienst
Do	070503	FR	08.30	17.00	Redaktions-Ausbildung: News Schreiben
So	070506	YS	08.00	18.00	Begleitung & Unterstützung Sonntagsdienst
Di	070508	FR	08.30	17.00	Ausbildung Reda: News Schreiben und Aufnahmen
Mi	070509	FR	09.00	15.00	Ausbildung Reda: Aircheck
Mi	070509	MA	15.00	17.30	Begleitung & Unterstützung Spätdienst
Do	070510	LF	11.00	19.00	Begleitung & Unterstützung Spätdienst
Di	070515	(WB)	11.00	19.00	Spätdienst
Mi	070516	(MA)	11.00	19.00	Spätdienst
Do	070517				Pickettdienst Redaktion (Auffahrt)
Fr	070518	FR	09.00	11.00	Aircheck mit FR/DH
Fr	070518	FR	11.00	12.00	Sprechausbildung
So	070520	(MA)	08.00	18.00	Sonntagsdienst
Mi	070523	LS	11.00	19.00	Spätdienst
Do	070524	MS	05.00	13.00	Ausbildung Reda: Frühdienst Begleitung
Fr	070525	MS	05.00	13.00	Ausbildung Reda: Frühdienst Begleitung & Unterstützung
So	070527	LS	08.00	18.00	Sonntagsdienst
Di	070529	DH	09.00	12.00	Aircheck mit D.Hofer

Ausbildungskurse Radio BE1

1)	Marketing-Grundlagen	DH
2)	RTVG / RTVV / Konzession / Gebührensplitting	FR
3)	Marktforschung	DH/SO
4)	On-Air-Marketing	DH
5)	On-Air-Promotion	DH/FB
6)	Trennung von Werbung und Programm Sponsoring-Richtlinien, Schleichwerbung	DH/FR
7)	Journalistische Grundsätze (Reda-Statut, das journalistische Credo von BE1)	DH/FR
8)	Verkaufsphilosophie BE1, Grundlagen, Begriffe	SO/FR
9)	Sendetechnik (was ist UKW, wie wird unser Signal aufbereitet und verbreitet?)	SV
10)	DAB, DAB+ und HD-Radio	FR
11)	Urheberrecht, inkl. SUIISA / IFPI	Fre Stucki
12)	'Der gestaltete Beitrag'	FR/DH
13)	Geschichte von Radio Förderband bis BE1	FR
14)	Kommission für Lauterkeit in der Werbung	(FR)
15)	Morgenshow	(SM/DH)
16)	Buchhaltung (Konten, Kostenstellen, Budgetierung)	DH/FR
17)	Lokalredaktion kleines Privatrado	(DH)
18)	Musik: Grundsätze, Tests, MusicMaster, Rotation	TF
19)	Morgenshow	SM/DH
20)	Schweizer Radio-Landschaft	FR
21)	Wettbewerbskommission	(FR)
22)	Technik: Wann welche Audioformate und warum (wav? mp2? Mpg? mp3? etc.)	JCF
23)	Sport: Fachbegriffe, Grundlagen	LF
24)	Einführung Medienrecht	(FR)
25)	Excel-Kurs	JB?
26)	Interview-Technik	DH/FR
27)	Layout, Tonstudio, Technik	Bluebox
28)	Pools, Vermittler, Radiopower, etc.	BK
29)	Technik: Optimod, Server, Netzwerk, Switch	JC/SV
30)	Radiocontrol, Nettoreichweite, Marktanteil etc.	FR
31)	SDA Bern	(DH)
32)	Staatskunde (Bund/Kanton/Stadt)	MS
33)	Internet: Funktion, Fachbegriffe (backbone? provider? Hoster?)	JCF/SV
34)	VSP, VSP Website	FR
35)	Word-Kurs	JB

Unterstützung von Weiterbildungen von MitarbeiterInnen durch die Radig AG

(FR 070731)

1. Unterstützung externer Weiterbildungen

Die Radig AG unterstützt MitarbeiterInnen bei Weiterbildungen, welche im Interesse der Firma liegen.

Geldwerte Unterstützungen können für Weiterbildungen gewährt werden, die von Schulen und anderen Weiterbildungsinstituten angeboten werden, welche zu einem Gegengeschäft mit der Radig AG bereit sind.

Die Radig AG kann pro Abteilung nur beschränkt gleichzeitige Weiterbildungen unterstützen.

Der Arbeitseinsatz für BE1 darf nicht unter der Weiterbildung leiden.

Die/der MitarbeiterIn trägt die Kosten für die eine Hälfte der Weiterbildung selber.

Die Radig AG übernimmt (im Gegengeschäft) ein Viertel der Kosten einer Weiterbildungsmassnahme à fond perdu, wenn die Abschlussprüfung bestanden wird.

Wenn die/der Mitarbeiterin die Stelle bei der Radig AG vor dem Ablauf von zwei Jahren nach Beendigung der Weiterbildung verlässt, bezahlt sie/er ein Viertel der Kosten pro rata temporis zurück.

Wenn die/der MitarbeiterIn das Aus- oder Weiterbildungsziel (spätestens im zweiten Anlauf) nicht schafft, muss sie/er ein Viertel der Weiterbildungskosten der Radig AG zurückerstatten.

Wenn für eine Weiterbildungsmassnahme kein Gegengeschäft möglich ist, kann die Radig AG der/dem MitarbeiterIn nach Möglichkeiten nicht zu kompensierende Freitage zur Verfügung stellen.

Die Anzahl dieser Frei-Tage wird vom Abteilungsleiter bestimmt und hängt ab von den Bedürfnissen der Radig AG, den Bedürfnissen der betreffenden MitarbeiterInnen, dem Dienstalder, der Anstellung (Stellenprozente) und der Leistung.

2. Interne Weiterbildungsmassnahmen

Die Radig AG bietet ihren MitarbeiterInnen so oft wie nötig und möglich interne Weiterbildungen an.

Die Teilnahme an internen Weiterbildungen ist für die jeweils betroffenen MitarbeiterInnen obligatorisch.

Als 'interne' Weiterbildung gelten auch Weiterbildungsmassnahmen, welche von der Radig AG organisiert werden, aber ausserhalb der eigenen Räumlichkeiten durchgeführt werden.

Die interne Weiterbildung kann durch externe Fachkräfte durchgeführt werden.

Wenn Weiterbildungsmassnahmen ausserhalb der Bürozeiten stattfinden, gelten die entsprechenden Stunden als Arbeitszeit und können vollständig kompensiert werden.

Verhalten bei ausserordentlichen Ereignissen

(Radio BE1, FR 060512)

Wenn Radio BE1 über ein ausserordentliches Ereignis informiert wird (gemäss Alarmierungskonzept von Police Bern oder auf anderen Wegen), sind umgehend folgende Massnahmen zu treffen und Schritte zu unternehmen:

- 1) Bis zum Eintreffen von Vorgesetzten übernimmt der/die diensttuende RedaktorIn die Koordination und Leitung des Teams
- 2) Alarmierung des anwesenden Teams
Das ausserordentliche Ereignis erhält programmlichen Vorrang und wird per sofort zum Hauptthema
- 3) 'Breaking News' auf dem Sender: Das Programm wird unterbrochen und der/die RedaktorIn informiert kurz über das Geschehene und kündigt weitere Informationen an.
- 4) Information der Vorgesetzten (selber oder per Auftrag an KollegInnen)
- 5) Aufbieten von KollegInnen im Pikett-Dienst zur Unterstützung bei Reporter-Einsätzen oder im Studio (selber oder per Auftrag an KollegInnen)
- 6) Aufbieten von VolontärInnen zur Unterstützung bei Reporter-Einsätzen oder im Studio
- 7) Beobachten aller Informationskanäle (SDA, dpa, Mailbox, Fax, Fernsehprogramme, andere Radiosender, Internet)
- 8) Kontaktaufnahme mit zuständigen Stellen (gemäss Telefonliste in den öffentlichen Outlook-Ordnern):
Polizei 114
Feuerwehr 118
Ambulanz 144
zuständige Ämter
StadtpräsidentIn
Spitäler
REGA
Militär
GemeindepräsidentInnen von Aussengemeinden
FirmensprecherInnen
etc.
- 9) Entsenden von KollegInnen für die Berichterstattung vor Ort (die Reporter-Ausrüstung ist im Radio vorhanden).
Vereinbaren von Zeitpunkten für die Berichterstattung.
- 10) Notieren der Handy-Nummern aller KollegInnen, welche im Ausseneinsatz sind.
- 11) Aufbieten weiterer KollegInnen nach Bedarf.
- 12) Herunterladen und/oder Hinaufladen von Wortbeiträgen zum Thema auf die Audioline (für den Abruf durch andere Radios).
- 13) Stündliche Kurz-Redaktionskonferenz zum Besprechen des weiteren Vorgehens und zur Verteilung von Aufgaben.

Radio BE1

Verhalten bei Pannen und Sendeausfällen

Falls bei technische Probleme auftreten, welche den Sendebetrieb beeinträchtigen, ist anhand der folgenden Checkliste das Problem einzugrenzen und zu lösen oder solange zu umgehen, bis das Problem behoben ist.

1. Probleme im Sendestudio

1.1 Sendepult

Wenn im Sendestudio eine Panne auftritt, wird so schnell wie möglich ins Ersatz-Sendestudio 3 umgeschaltet.

Entsprechende Schalter befinden sich im Studio 1 und im Studio 3
Umgehende Information an den Haustechniker oder seineN Stellvertreter und den/die Vorgesetzten.

1.2 EDV-Hardware

Siehe 1.1

Umgehende Information an den Haustechniker oder seineN Stellvertreter und den/die Vorgesetzten.

1.3 Software

Wenn die Sende-Ablaufsteuerung ausfällt, wird eine Notfall-CD eingespielt und das möglichst normale Sendeprogramm weitergeführt.

Zuerst wird im Studio das Programm neu gestartet.

Wenn dies nichts nützt, wird der Computer per heruntergefahren mit direktem Neustart.

Sollte der Computer total hängengeblieben sein, wird der Sendeablauf-Computer im Technik-Raum neu gestartet.

Wenn dieses Vorgehen nichts nützt, siehe 1.1

Umgehende Information an den Haustechniker oder seineN Stellvertreter und den/die Vorgesetzten.

Die Telefonnummern hängen in den Studios an der Türe.

2. Probleme im Serverraum

2.1 Überhitzung des Serverraums

Wenn der Piepston-Alarm vom Serverraum her erklingt, ist es im Serverraum zu warm.

Zuerst drückt man den kleinen roten Knopf über der Türe zum Serverraum, damit der Alarm abgestellt ist.

Dann öffnet man im Winter das Fenster und lässt kalte Luft herein.

Innen neben der Türe befindet sich die Fernsteuerung der Klima-Anlage; wenn die Klima-Anlage ausgeschaltet ist, schaltet man sie wieder ein.

Wenn die Klima-Anlage eingeschaltet ist, aber nicht mehr kühlt, informiert man umgehend den Haustechniker oder die Firma Kältetechnik Zollikofen oder eine andere Spezialfirma.

Die entsprechenden Telefonnummern hängen im Technikraum an der Türe.

3. Leitungsprobleme

Wenn im Studio noch Audiosignale zu hören sind, aber über den Sender kein Signal mehr kommt, liegt es entweder an der Leitung, an der Cablecom oder am Sender.

Wenn der Notfall-MP3-Player auf dem Bantiger nach einer Minute zu spielen beginnt, haben wir ein Leitungsproblem, aber kein Senderproblem.

Bei Leitungsproblemen checken, ob über die Luft von einem Radio ein Signal empfangen wird; wenn ja, dann kann das Problem fast nur bei der Cablecom liegen.

In diesem Fall den Haustechniker und/oder die Cablecom kontaktieren und den Schaden melden.

Wenn auch über die Luft der Sender schweigt, dann liegt ein Senderproblem vor.

In diesem Fall den Haustechniker und/oder die Swisscom Broadcast informieren.

Die entsprechenden Telefonnummern hängen in den Studios an der Türe.

4. Senderprobleme

Wenn über die Luft kein Signal mehr kommt, muss umgehend der Haustechniker und/oder Capital FM informiert werden, da wir mit ihnen einen Wartungsvertrag für den Sender auf dem Bantiger haben.

Die entsprechenden Telefonnummern hängen in den Studios an der Türe.

VERTRAULICH

**Radig AG
Bern**

**Bericht der Revisionsstelle
an die Generalversammlung
zur Jahresrechnung 2006**

7. Februar 2007/00492183001/12/sto/2350

R:\Assurance\BE\Clients\RR\Radig AG - closed - RADIG AG (0.0103103.001)\GVB\2006\GVB 2006.doc

PricewaterhouseCoopers AG
Bahnhofplatz 10
Postfach
3001 Bern
Telefon +41 58 792 75 00
Fax +41 58 792 75 10

Bericht der Revisionsstelle
an die Generalversammlung der
Radig AG
Bern

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Radig AG für das am 31. Dezember 2006 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des schweizerischen Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG


Hanspeter Gerber
Leitender Revisor


Philipp Pfammatter

Bern, 7. Februar 2007

Beilagen:

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)
- Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes

Bilanz per 31. Dezember 2006
(in Schweizer Franken)

VERTRAULICH

AKTIVEN

	2006	2005
Liquide Mittel	1'698'697	1'267'757
- Kassa	2'791	5'404
- Post	94'430	51'613
- Banken	1'601'475	1'210'740
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1'035'785	612'743
- gegenüber Dritten	1'035'785	600'708
- gegenüber Konzern	-	12'034
Andere Forderungen und Rechnungsabgrenzung	162'265	120'464
- Übrige Forderung gegenüber Dritten	82'488	75'269
- Aktive Rechnungsabgrenzung	79'777	45'195
Umlaufvermögen	2'896'747	2'000'964
Maschinen, Mobilien und Fahrzeuge	126'394	39'125
Einrichtungen	4'756	5'383
Sachanlagen	131'150	44'508
Finanzanlagen	11'000	15'000
Anlagevermögen	142'150	59'508
Total Aktiven	3'038'896	2'060'472

PASSIVEN

Verbindlichkeiten aus Lieferungen u. Leistungen	312'531	104'440
- gegenüber Dritten	257'117	102'826
- gegenüber Konzern	55'414	1'614
Vorauszahlungen von Kunden	102'238	58'370
Übriges kurzfristiges Fremdkapital	681'350	433'899
- Übriges kurzfr. FK gegenüber Dritten	108'102	96'943
- Passive Rechnungsabgrenzung	573'248	336'956
Kurzfristiges Fremdkapital	1'096'119	596'709
Fremdkapital	1'096'119	596'709
Aktienkapital	300'000	300'000
Gesetzliche Reserven	150'000	2'000
Gewinnvortrag	763'763	368'763
Unternehmungsgewinn	729'014	792'999
Eigenkapital	1'942'777	1'463'762
Total Passiven	3'038'896	2'060'472

VERTRAULICH

Erfolgsrechnung 2006

(für die Geschäftsjahre abgeschlossen auf den 31. Dezember)

(in Schweizer Franken)

	2006	2005
Elektronische Medien	5'525'716	4'668'481
Übrige Erträge	30'788	44'021
Erlösminderungen	-84'126	13'591
Betrieblicher Gesamtertrag	5'472'378	4'726'093
Produktionsaufwand	-99'456	-93'140
Übrige Direktkosten	-11'705	-10'639
Total Direktkosten	-111'161	-103'779
Bruttogewinn	5'361'217	4'622'314
Personalkosten	-1'691'832	-1'520'522
Sozialkosten	-227'546	-208'502
Information	-117'333	-106'677
Mieten / Leasing	-238'826	-218'534
Unterhalt / Reparatur	-89'899	-142'660
Versicherungen / Gebühren	-243'644	-260'036
Energie	-23'060	-19'579
Betriebsmaterial	-482	-1'477
Kommunikation	-84'919	-68'642
Verwaltung	-100'111	-206'501
Reisen und Repräsentationen	-39'888	-18'304
Werbung / PR	-1'609'574	-948'725
Abschreibungen	-27'338	-106'534
Total Gemeinkosten	-4'494'451	-3'826'694
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern	866'766	795'620
Finanzertrag	2'124	1'090
Finanzaufwand	-3'660	-2'618
Kapitalertrag (netto)	-1'536	-1'528
a.o. Ertrag	7'142	0
Unternehmensergebnis (vor Steuern)	872'372	794'092
Steuern	-143'358	-1'094
Unternehmensergebnis	729'014	792'999

VERTRAULICH

Anhang zur Jahresrechnung 2006

1. Angaben gemäss Art. 633b OR

	2006 in sFr.	2005 in sFr.
1.1 Nichtbilanzierte Leasingverbindlichkeiten	-	-
1.2 Brandversicherung der Sachanlagen Die Sachanlagen sind in einer Gesamtpolice, lautend auf die NZZ-Gruppe, versichert.	785'000	1'132'000
1.3 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen Die Verpflichtungen bestehen gegenüber der Personalvorsorgestiftung der Bund Verlag AG.	13'395	10'507
1.4 Weitere Angaben gemäss Art. 663b OR: Keine		

2. Übrige Angaben

Nicht aktivierte Verlustvorträge

Verjährung

+ Jahr 1		29'394
+ Jahr 2	29'394	
+ Jahr 3		121'702
+ Jahr 4	121'702	929'172
+ Jahr 5	136'173	
+ Jahr 6		
+ Jahr 7		

VERTRAULICH

Antrag über die Verwendung des Bilanzserfolges:

Fortschreibung des Bilanzgewinnes

	2006	2005
Bilanzergebnis am Anfang des Geschäftsjahres	763'763	368'763
Jahresergebnis	<u>729'014</u>	<u>792'999</u>
Bilanzgewinn zur Verfügung der Generalversammlung	1'492'777	1'161'762

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes

	2006 Antrag des Verwaltungs- rates	2005 Beschluss der General- versammlung
Ausschüttung an gesetzliche Reserven	-	148'000
Dividende	292'000	250'000
Vortrag auf neue Rechnung	<u>1'200'777</u>	<u>763'763</u>

Monatsabschluss per 31. Oktober 2007

19. November 2007

VERTEILER:

Verwaltungsrat

Pepe Wiss
Franz Biffiger
Markus Wüstefeld

Gruppenleitung

Dr. Beat Lauber

Controlling NZZ-Gruppe

Dario Bonomo

Inhaltsverzeichnis

Seite

1. Kennzahlenübersicht

1.1	Kennzahlenübersicht	3
-----	---------------------	---

2. Erfolgsrechnung

2.1	Erfolgsrechnung	4
-----	-----------------	---

3. Bilanz

3.1	Bilanz	5
-----	--------	---

4. Geldflussrechnung

4.1	Geldflussrechnung	6
-----	-------------------	---

6. Anhang

6.2	Entwicklung der Sachanlagen	8
-----	-----------------------------	---

6.6	Funktionen vor Verrechnung	9
-----	----------------------------	---

6.7	Personalbestand	10
-----	-----------------	----

1.1 Kennzahlenübersicht

1. Januar - 31. Oktober 2007

Nr.		Einheit	Budget (Jan-Okt)	2007 (Jan-Okt)	2006 (Jan-Okt)	Budget (Jahr)	2006 (Jahr)	2005 (Jahr)	2004 (Jahr)
Erfolgsrechnung									
1	Betrieblicher Gesamtertrag	TFr.	3'792	4'174	4'481	4'727	5'472	4'726	3'604
2	Total Direktkosten	TFr.	100	113	92	120	111	104	34
3	Total Gemeinkosten	TFr.	3'645	4'027	3'699	4'374	4'661	4'051	3'697
4	Kalkulatorisches Betriebsergebnis	TFr.	47	33	691	233	701	571	-127
5	Finanzergebnis (netto)	TFr.		12	-1		-2	-2	
6	Neutraler Erfolg (netto)	TFr.	162	120	145	194	173	224	219
7	Steuern	TFr.	75	49	83	90	143	1	1
8	Unternehmungsergebnis	TFr.	134	116	752	337	729	793	91
Cashflow									
9	Cash Flow aus Geschäftstätigkeit	TFr.		-26	700	387	791	690	-144
10	CF aus Gesch.-tätigkeit in % BGE	%		-0.6	15.6	-0.4	14.5	14.6	-4.0
11	Free-Cashflow	TFr.		-43	703	93	681	676	-144
Rentabilität									
12	EBITDA (EBIT vor Abschreibungen)	TFr.	263	180	850	492	894	827	143
13	EBIT (Betr.Erg. Vor Zinsen + Steuern)	TFr.	209	153	829	427	867	796	92
14	Gesamtkapitalrentabilität (ROI)	%		4.1	28.1	11.6	26.4	39.8	7.9
15	Eigenkapitalrentabilität (ROE)	%		6.6	46.4	17.6	43.3	80.0	16.5
16	Umsatzrentabilität (ROS)	%		4.0	18.6	9.0	15.9	16.8	2.6
Bilanz									
17	Fremdkapital	TFr.		1'176	1'527	950	1'031	593	338
18	Eigenkapital	TFr.		1'759	1'966	1'886	1'943	1'464	671
19	Eigenfinanzierungsgrad	%		60	56	66	65	71	66
20	Nettofinanzsituation	TFr.		1'376	1'732	1'585	1'710	1'283	592
21	Investitionen in Sach- & Immat. Anlagen	TFr.		8		285	114		
Diverse									
22	Personalbestand per Stichtag	AE	28	28	24		27	25	24

2.1 Erfolgsrechnung

1. Januar - 31. Oktober 2007

Vorjahr	% von BGE	Budget	% von BGE	Nr.	(Zahlen in 1'000 Fr.)	2007	% von BGE	Abw. z. Vorjahr		Abw. z. Budget	
								TFr.	%	TFr.	%
1'788	40	1'638	43		Verkaufsertrag direkt	1'362	33	-426	-24	-276	-17
-284	-6	-267	-7		Erlösminderungen direkt	-173	-4	111	39	94	35
1'504	34	1'371	36		Verkaufsertrag direkt netto	1'189	28	-315	-21	-182	-13
2'980	66	2'869	76		Verkaufsertrag vermittelt	2'950	71	-30	-1	81	3
-555	-12	-519	-14		Erlösminderungen vermittelt	-454	-11	101	18	65	13
-714	-16	-692	-18		Provisionen / Beraterkommissionen	-557	-13	157	22	135	20
1'710	38	1'657	44		Verkaufsertrag vermittelt netto	1'939	46	229	13	281	17
					Verkaufsertrag Gruppenfirmen						
1'181	26	665	18		Verkaufsertrag Gegengeschäfte	1'001	24	-180	-15	336	50
59	1	98	3		Ertrag aus Spotprod./Veranst.	67	2	8	13	-31	-31
4'455	99	3'791	100	4	Elektronische Medien	4'196	101	-259	-6	405	11
29	1	4	0	6	Übrige Erträge	5	0	-23	-81	1	31
-2	0	-3	0	7	Erlösminderungen	-28	-1	-26		-25	
4'481	100	3'792	100	8	Betrieblicher Gesamtertrag	4'174	100	-308	-7	382	10
92	2	100	3	10	Produktionsaufwand Radio	113	3	22	24	13	13
92	2	100	3	13	Direktkosten	113	3	22	24	13	13
4'390	98	3'692	97	14	Bruttogewinn	4'060	97	-330	-8	368	10
1'329	30	1'433	38	15	Personal	1'502	36	173	13	69	5
179	4	199	5	16	Sozial	189	5	10	6	-10	-5
1'508	34	1'632	43	17	Personalaufwand	1'691	41	183	12	59	4
96	2	122	3	18	Information	127	3	31	32	5	4
228	5	322	8	19	Mieten / Leasing	236	6	7	3	-86	-27
85	2	119	3	20	Unterhalt / Reparatur	133	3	48	57	14	12
180	4	225	6	21	Versicherung / Gebühren	219	5	39	21	-6	-3
19	0	22	1	22	Energie	19	0	0	1	-3	-13
0	0	2	0	23	Betriebsmaterial	1	0	1	161	-1	-44
70	2	249	7	24	Kommunikation	71	2	1	1	-179	-72
86	2	139	4	25	Verwaltung	143	3	57	65	4	3
25	1	23	1	26	Reisen und Repräsentationen	23	1	-2	-7	0	1
1'241	28	574	15	27	Werbung / PR	1'218	29	-23	-2	643	112
2'031	45	1'797	47	28	Übriger Betriebsaufwand	2'189	52	158	8	392	22
138	3	188	5	29	Kalkulatorische Abschreibungen	126	3	-12	-9	-61	-33
21	0	28	1	30	Kalkulatorische Zinsen	20	0	-1	-5	-8	-29
160	4	216	6	31	Kalkulatorische Kosten	146	4	-13	-8	-70	-32
3'699	83	3'645	96	32	Total Gemeinkosten	4'027	96	328	9	382	10
691	15	47	1	33	Kalk.Betriebsergebnis vor Steuern	33	1	-657	-95	-14	-29
-3	0	-1	0	34	Finanzaufwand	-4	0	-1	-41	-3	-351
1	0	1	0	35	Finanzertrag	16	0	14		15	
-1	0			36	Finanzergebnis (netto)	12	0	13	-41	12	-351
117	3	133	4	37	Überabschreibungen	100	2	-17	-15	-34	-25
21	0	28	1	38	Auflösung kalk. Zinsen	20	0	-1	-5	-8	-29
7	0			39	A.O. Ertrag / Aufwand			-7	-100		
145	3	162	4	40	Neutraler Erfolg (netto)	120	3	-25	-105	-8	-54
835	19	209	6	41	Unternehmungsergebnis (vor Steuern)	165	4	-670	-80	-44	-21
83	2	75	2	42	Steuern	49	1	-33	-40	-26	-34
752	17	134	4	43	Unternehmungsergebnis	116	3	-636	-85	-18	-13
3'791	85	3'745	99	45	Direkt- und Gemeinkosten	4'140	99	350	9	395	11

3.1 Bilanz

31. Oktober 2007

1.1.07	%	Nr.	(Zahlen in 1'000 Fr.)	31.10.07	%	Veränderung zum 1.1.
A K T I V E N						
1'699	57	1	Liquide Mittel *	1'356	46	-343
971	33	2	Ford. aus Lief. und Leist.	1'217	41	246
162	5	3	Übrige Forderungen und RA	230	8	67
2'832	95	4	Umlaufvermögen	2'802	95	-30
		5	Wertschriften *	20	1	20
11	0	6	Aktiv - Darlehen *			-11
11	0	7	Finanzanlagen	20	1	9
126	4	8	Mobilien	108	4	-18
5	0	9	Immobilien	4	0	-1
131	4	10	Sachanlagen	112	4	-19
		11	Immaterielle Anlagen *			
142	5	12	Anlagevermögen	133	5	-10
2'974	100	13	Total Aktiven	2'935	100	-39
P A S S I V E N						
		14	Kurzfr. Finanzverbindlichkeiten *			
345	12	14	Verb. aus Lieferungen u. Leist.	275	9	-70
37	1	15	Vorauszahlungen von Kunden	30	1	-7
649	22	16	übr. kurzfr. Fremdkap. / TP	872	30	222
1'031	35	17	kurzfr. Fremdkapital	1'176	40	145
		18	langfr. Fremdkapital			
1'031	35	19	Fremdkapital	1'176	40	145
300	10	20	Aktienkapital	300	10	
150	5	21	Gesetzliche Reserven	150	5	
		22	Freie Reserven			
764	26	23	Gewinnvortrag	1'193	41	-300
729	25	24	Bilanzergebnis	116	4	116
1'943	65	25	Eigenkapital	1'759	60	-184
2'974	100	26	Total Passiven	2'935	100	-39
1'710	57	27	Nettofinanzsituation *	1'376	47	-334

4.1 Geldflussrechnung

1. Januar - 31. Oktober 2007

Vorjahr	Nr.	(Zahlen in Fr. 1'000)	2007	Veränderung	
				TFr.	in %
752		Unternehmungsergebnis	116		
21		Abschreibungen Maschinen / Mobiliar / Fahrzeuge	26		
1		Abschreibungen Gebäude / Installationen / Grundstücke	1		
		Ausserordentliche Abschreibungen			
		Buchverlust auf Anlagenabgängen			
-835		Veränderung Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-246		
-174		Veränderung übrige Forderungen und Rechnungsabgrenzung	-67		
		Veränderung kurzfristige Finanzverbindlichkeiten			
46		Veränderung Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-70		
-12		Veränderung Vorauszahlungen von Kunden	-7		
901		Veränderung übriges kfr. Fremdkapital und Rechnungsabgr.	222		
		Veränderung Rückstellungen			
700	1	Geldfluss aus Geschäftstätigkeit	-26	-726	-103.8
		Zugänge Mobilien	-8		
		Abgänge Mobilien			
		Zugänge Immobilien			
		Abgänge Immobilien			
		Veränderung Wertschriften	-20		
3		Veränderung Aktiv-Darlehen	11		
3	2	Geldfluss aus Investitionstätigkeit	-17	-20	-601.6
703	3	Finanzierungsüberschuss nach Investitionen (Free Cash Flow)	-43	-746	-106.1
		Veränderung Hypotheken			
		Veränderung übriges langfr. Fremdkapital			
-250		Dividendenausschüttung	-300		
-250	4	Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-300	-50	-20.0
453	5	Total Veränderung Liquide Mittel	-343	-796	-175.7
		Nachweis: Veränderung liquide Mittel			
1'268		Liquide Mittel am 1.1.	1'699		
1'721		Liquide Mittel am 31.10.	1'356		
453		Veränderung Liquide Mittel	-343		

Anhang zum Monatsbericht

6.2 Entwicklung der Sachanlagen

6.6 Funktionen vor Verrechnung

6.7 Personalstatistik

6.1 Entwicklung der Sachanlagen

1. Januar - 31. Oktober 2007

(Zahlen in Fr. 1'000)	Maschinen	IT-Anlagen	Übrige Sachanlagen	Total Mobilien	Grundstücke und Bauten	Einrich- tungen	Total Immobilien	Total Sachanlagen
Nettobuchwert								
Stand 1. Januar			126	126		5	5	131
Anschaffungswert								
Stand 1. Januar		82	573	655		80	80	735
Umgliederungen								
Zugänge			8	8				8
Abgänge								
Umgliederungen								
Stand am								
1. Januar - 31. Oktober 2007		82	580	663		80	80	742
Kumulierte Abschreibungen								
Stand 1. Januar		82	446	529		75	75	604
Abschr. laufendes Jahr			26	26		1	1	26
Abgänge								
Umgliederungen								
Stand am								
1. Januar - 31. Oktober 2007		82	472	555		75	75	630
Nettobuchwert								
1. Januar - 31. Oktober 2007			108	108		4	4	112
Buchwert in % vom Anschaffungswert			19%	16%		5%	5%	15%

6.6 Funktionen vor Verrechnung

1. Januar - 31. Oktober 2007

Vorjahr	in % BGE	Budget	in % BGE	Nr.	(Zahlen in Fr. 1'000)	2007	in % BGE	Abw. z. Vorjahr		Abw. z. Budget	
								in Fr.	in %	in Fr.	in %
182	4	362	9	1	1.1 GL / VR	177	4	-5	-2.8	-185	-51.1
295	7	338	9		1.2.1 Finanzen	170	4	-125	-42.4	-168	-49.8
127	3	395	10		1.2.2 Informatik	265	6	137	107.7	-130	-33.0
179	4	226	6		1.2.3 Personal & Dienste	210	5	31	17.2	-16	-7.1
33	1	123	3		1.2.4 Liegenschaften	143	3	110	333.6	20	16.1
635	14	1'083	27	2	1.2 Finanzen/Inform./Personal	788	19	153	24.2	-295	-27.2
816	18	1'444	37	3	1. Leitung & Unterstützung	965	23	148	18.1	-479	-33.2
242	5	313	8	4	2.1 Redaktion	294	7	52	21.3	-19	-6.0
242	5	313	8	5	2. Information	294	7	52	21.3	-19	-6.0
733	16	790	20	6	3.1 Moderation	832	20	100	13.6	42	5.4
733	16	790	20	7	3. Moderation	832	20	100	13.6	42	5.4
0		0		8	4. Abendprogramm	0		0		0	
1'750	39	1'047	27	9	5. Marketing & Verkauf	1'776	43	27	1.5	730	69.7
157	4	51	1	10	6. Technik	159	4	2	1.1	108	212.2
3'699	83	3'645	93	11	Total Funktionen	4'027	96	328	8.9	382	10.5

6.7 Personalstatistik

1. Januar - 31. Oktober 2007

Vorjahr	in % Ges.	Nr.	Jahresdurchschnitt (in Arbeitseinheiten)	2007	in % Ges.	Abw. z. Vorjahr	
						in AE	in %
1.00	4	1	1.1 GL / VR	1.00	4	0.00	0.0
3.80	15		1.2.1 Finanzen	3.11	11	-0.69	-18.2
1.00	4		1.2.2 Informatik	1.10	4	0.10	10.0
4.80	19	2	1.2 Finanzen/Inform./Personal	4.21	15	-0.59	-12.3
5.80	23	3	1. Leitung & Unterstützung	5.21	19	-0.59	-10.2
2.76	11	4	2.1 Redaktion	3.56	13	0.80	29.0
2.76	11	5	2. Information	3.56	13	0.80	29.0
10.89	44	6	3. Moderation	12.43	46	1.54	14.1
5.30	21	7	5. Marketing & Verkauf	6.05	22	0.75	14.2
24.75	100	8	Total Funktionen	27.25	100	2.50	10.1

Vorjahr	in % Ges.	Nr.	Stichtag (in Arbeitseinheiten)	2007	in % Ges.	Abw. z. Vorjahr	
						in AE	in %
1.00	4	9	1.1 GL / VR	1.00	4	0.00	0.0
3.20	13		1.2.1 Finanzen	2.90	11	-0.30	-9.4
1.00	4		1.2.2 Informatik	1.00	4	0.00	0.0
4.20	17	10	1.2 Finanzen/Inform./Personal	3.90	14	-0.30	-7.1
5.20	21	11	1. Leitung & Unterstützung	4.90	18	-0.30	-5.8
2.60	11	12	2.1 Redaktion	3.60	13	1.00	38.5
2.60	11	13	2. Information	3.60	13	1.00	38.5
10.20	41	14	3. Moderation	13.00	48	2.80	27.5
6.00	24	15	5. Marketing & Verkauf	6.50	24	0.50	8.3
24.00	97	16	Total Funktionen	28.00	103	4.00	16.7

Investitionsplan								Abschreibungsplan	
			1510	1520	1526	1530	1570		
	Nutzun	Invest-	Mobiliar	Hardware	Software	Fahrzeuge	Installationen	Total	1.Q08
	gsdau	Monat							
SB 31.12.2007			588'274	82'302		65'228	79'571	815'375	
WB SB 31.12.2007			-480'145	-82'302		-65'228	-75'338	-703'014	
			108'128	-	-	-	4'233	112'362	5'618
Klima-Anlage Studio 2	5	7					20'000	20'000	
Neuer Büroservers	4	1		25'000				25'000	1'042
Produktions-Infrastruktur Internet-Radios	3	6		25'000				25'000	
Umbau Sendebus zu BE1-Fahr-Bar	5	10				150'000		150'000	
Verlegung Sender Schönbühl	10	6					20'000	20'000	
Neue Switches	5	6		10'000				10'000	
Neues Telefonsystem Studio 1	5	8		40'000				40'000	
Video-Infrastruktur für Vidcast	3	6		50'000				50'000	
Neue Dispositions-Software	3	1			25'000			25'000	2'083
Devestition								-	
SB 31.12.2008			588'274	232'302	25'000	215'228	119'571	1'180'375	
Klima-Anlage Studio 1	5	6		20'000				20'000	
Produktions-Infrastruktur Internet-Radios	10	6					25'000	25'000	
Neuer Füllsender Rüeggisberg-Ost	10	6					20'000	20'000	
Digitalisierung Lokal HD-Radio	10	4					100'000	100'000	
Neue USV	5	9		30'000				30'000	
Video-Infrastruktur für Vidcast	8	3		50'000				50'000	
Devestition								-	
SB 31.12.2009			588'274	332'302	25'000	215'228	264'571	1'425'375	
Sanierung Studio 1	6	8					20'000	20'000	
Layout-Studio	5	6					250'000	250'000	
Neuer Füllsender Frienisberg	10	6					20'000	20'000	
Video-Infrastruktur für Vidcast	6	8		50'000				50'000	
Sende-Infrastruktur für 2. HD-Programm	5	8		150'000				150'000	
Devestition								-	
SB 31.12.2010			588'274	532'302	25'000	215'228	554'571	1'915'375	

Sanierung Studio 3	6	8				20'000	20'000	
Neuer Audioserver	4	1		50'000			50'000	
Sicherheits- & Alarmanlage	5	1				50'000	50'000	
Neuer Füllsender Konolfingen	10	8				20'000	20'000	
Video-Infrastruktur für Vidcast	3	8		50'000			50'000	
Neue Sendepulte	5	6	200'000				200'000	
Neue Sende-Ablauf-Software	5	1			50'000		50'000	
Devestition							-	
SB 31.12.2011			788'274	632'302	75'000	215'228	644'571	2'355'375
Sanierung Studio 2	6	8				20'000	20'000	
Ersatz Sound-Aufbereitung	5	8		80'000			80'000	
Büromobiliar	8	8		100'000			100'000	
Neue Audio-Verkabelung	5	1		50'000			50'000	
Notfallplayer neue Sender	5	1				20'000	20'000	
Neues EDV-Netz	10	1		60'000			60'000	
Notstrom-Aggregat	10	1				100'000	100'000	
Devestition							-	
SB 31.12.2012			788'274	922'302	75'000	215'228	784'571	2'785'375
								8'743

Radio BE1, Radig AG								
2.Q08	3.Q08	4.Q08	Abschr. 2008	Abschr. 2009	Abschr. 2010	Abschr. 2011	Abschr. 2012	
5'618	5'618	5'618	22'472	22'472	22'472	22'472	22'472	22'472
	667	1'000	1'667	4'000	4'000	4'000	4'000	4'000
1'563	1'563	1'563	5'729	6'250	6'250	6'250	6'250	521
	2'083	2'083	4'167	8'333	8'333	4'166		
		5'000	5'000	30'000	30'000	30'000	30'000	30'000
	500	500	1'000	2'000	2'000	2'000	2'000	2'000
	500	500	1'000	2'000	2'000	2'000	2'000	2'000
	667	2'000	2'667	8'000	8'000	8'000	8'000	8'000
	4'167	4'167	8'333	16'667	16'667	8'334		
2'083	2'083	2'083	8'333	8'333	8'333	0		
				2'333	4'000	4'000	4'000	4'000
				1'458	2'500	2'500	2'500	2'500
				1'167	2'000	2'000	2'000	2'000
				7'500	10'000	10'000	10'000	10'000
				2'000	6'000	6'000	6'000	6'000
				5'208	6'250	6'250	6'250	6'250
					1'389	3'333	3'333	3'333
					29'167	29'167	29'167	29'167
					1'167	1'167	1'167	1'167
					3'472	8'333	8'333	8'333
					12'500	30'000	30'000	30'000

				1'389	3'333
				12'500	12'500
				10'000	10'000
				833	2'000
				6'944	16'667
				23'333	40'000
				10'000	10'000
					1'111
					5'333
					4'167
					9'167
					3'667
					5'500
					9'167
9'264	17'848	24'514	60'368	127'722	186'501
			254'972	304'356	

Erfolgsrechnung Radig AG, 5-Jahresplan

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08
3000 <i>Bruttowerbung selbst akquiriert</i>	566'559	665'091	492'660	738'990
3010 <i>Bruttosponsoring selbst akquiriert</i>	62'951	73'899	54'740	82'110
3090 <i>Skonti, Rabatte und Rückvergütungen selbst akquiriert</i>	-45'080	-52'920	-39'200	-58'800
Bruttowerbung und -sponsoring selbst akquiriert	584'430	686'070	508'200	762'300
3100 <i>Bruttowerbung von Dritten</i>	786'600	923'400	684'000	1'026'000
3110 <i>Bruttosponsoring von Dritten</i>	87'400	102'600	76'000	114'000
3190 <i>Skonti, Rabatte und Rückvergütungen an Dritte</i>	-302'508	-355'118	-263'050	-394'575
Bruttowerbung und -sponsoring von Dritten	571'493	670'883	496'950	745'425
3200 <i>Bruttowerbung von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-
3210 <i>Bruttosponsoring von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-
Bruttowerbung und -sponsoring von Konzerngesellschaften	-	-	-	-
3700 <i>Eigenwerbung</i>	-	-	-	-
3951 <i>Realisierte Verluste von Forderungen aus Werbung und Sponsoring</i>	-6'900	-8'100	-6'000	-9'000
Bruttowerbung und -sponsoring	1'149'023	1'348'853	999'150	1'498'725
3300 <i>Gebühren von Zuschauern / Zuhörern</i>	-	-	-	-
3301 <i>Einnahmen aus Gewinnspielen</i>	-	-	-	-
3310 <i>Ertrag aus Spotproduktionen von Dritten</i>	18'400	21'600	16'000	24'000
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>	1'150	1'350	1'000	1'500
Sonstiger Ertrag von Dritten	19'550	22'950	17'000	25'500

Erfolgsrechnung Radig AG, 5-Jahresplan

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08
3410 Ertrag aus Spotproduktionen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-
3420 Ertrag aus Rechten, Lizenzen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-
3430 Mieterträge von Konzerngesellschaften	-	-	-	-
3431 Mieterträge von Sendeanlagen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-
3440 Vermittlerkommissionen von Konzerngesellschaften	-	-	-	-
Sonstiger Ertrag von Konzerngesellschaften				
Sonstiger Ertrag	19'550	22'950	17'000	25'500

Erfolgsrechnung Radig AG, 5-Jahresplan

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08
3600 Handelswarenertrag (Merchandising)	-	-	-	-
3610 Ertrag aus Internetwerbung	18'400	21'600	16'000	24'000
3620 Ertrag aus Anlässen	9'200	10'800	8'000	12'000
3670 Personalausleihungen	-	-	-	-
3680 Veräußerung von Anlagevermögen	-	-	-	-
3690 Sonstiger Übriger Ertrag	3'450	4'050	3'000	4'500
Übriger Ertrag	31'050	36'450	27'000	40'500
3800 Bestandesänderung angefangene Arbeiten	-	-	-	-
Bruttoertrag	1'199'623	1'408'253	1'043'150	1'564'725
3900 Skonti, Rabatte und Rückvergütungen	-	-	-	-
3910 Konzessionsabgabe (Art. 22 RTVG)	6'908	8'109	6'007	9'011
3930 Beraterkommission, Vermittlerprovision an Dritte	-	-	-	-
3950 Verlust aus Forderungen	-	-	-	-
3990 Übrige Erlösminderungen	-	-	-	-
Korrektur Eigenwerbung	-	-	-	-
Erlösminderungen	6'908	8'109	6'007	9'011
Betriebsertrag	1'192'714	1'400'143	1'037'143	1'555'715

Erfolgsrechnung Radig AG, 5-Jahresplan

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08
4000 <i>Materialaufwand von Dritten</i>	-	-	-	-
4020 <i>Einkauf von Rechten und Lizenzen von Dritten</i>	37'150	43'610	32'304	48'456
4021 <i>Urheberrechtsgebühren</i>	57'451	67'443	49'958	74'936
4060 <i>Fremdarbeiten von Dritten</i>	25'300	25'300	25'300	25'300
4090 <i>Sonstiger Produktions- und Programmaufwand von Dritten</i>	57'625	57'625	57'625	57'625
Produktions- und Programmaufwand von Dritten	177'526	193'978	165'187	206'317
4200 <i>Materialaufwand von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-
4270 <i>Einkauf Rechte und Lizenzen von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-
4260 <i>Fremdarbeiten von Konzerngesellschaften</i>	-	-	-	-
Produktions- und Programmaufwand von Konzerngesellschaften	-	-	-	-
Produktions- und Programmaufwand	177'526	193'978	165'187	206'317

Erfolgsrechnung Radig AG, 5-Jahresplan

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08
4400 Beraterkommission, Vermittlerprovision an Konzerngesellschaften	-	-	-	-
4600 Handelswarenaufwand (Merchandising)	-	-	-	-
4610 Aufwand für eigene Internetseite	-	-	-	-
4620 Aufwand für Anlässe	-	-	-	-
4690 Übriger Waren- Dienstleistungsaufwand	-	-	-	-
Sonstiger Waren- und Dienstleistungsaufwand	-	-	-	-
Waren- und Dienstleistungsaufwand	-	-	-	-
4700 Direkte Einkaufsspesen	-	-	-	-
4900 Aufwandminderungen	-	-	-	-
Programm- Waren und Dienstleistungsaufwand netto	177'526	193'978	165'187	206'317
Bruttoergebnis	1'015'189	1'206'165	871'957	1'349'397
5000 Löhne	486'953	486'953	486'953	486'953
5700 Sozialversicherungen	67'210	67'210	67'210	67'210
5720 Pensionskasse	-	-	-	-
5810 Aus- und Weiterbildung	12'750	12'750	12'750	12'750
5820 Spesenentschädigung effektiv	6'300	6'300	6'300	6'300
5870 Sonstiger Personalaufwand	7'750	7'750	7'750	7'750
5900 Temporäre Arbeitnehmer	750	750	750	750
Personalaufwand	581'713	581'713	581'713	581'713

Erfolgsrechnung Radig AG, 5-Jahresplan

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08
6000 Raumaufwand	17'850	17'850	17'850	17'850
6100 Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	11'275	11'275	11'275	11'275
6200 Fahrzeugaufwand / Transportaufwand	-	-	-	-
6300 Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	1'520	1'520	1'520	1'520
6400 Energie- und Entsorgungsaufwand	3'700	3'700	3'700	3'700
6500 Verwaltungs- und Informatikaufwand	102'038	102'038	102'038	102'038
6610 Akquisitionsaufwand Konzerngesellschaften	-	-	-	-
6600 Werbeaufwand	261'740	307'260	227'600	341'400
6700 Übriger Betriebsaufwand	-	-	-	-
6710 Nicht rückforderbare MWST	-	-	-	-
6900 Abschreibungen	8'743	9'264	17'848	24'514
Sonstiger Betriebsaufwand	406'865	452'906	381'830	502'296
Betriebsaufwand	988'578	1'034'620	963'544	1'084'010
Betriebsergebnis	26'610	171'545	-91'587	265'388

Erfolgsrechnung Radig AG, 5-Jahresplan

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08
7400 Ertrag aus Finanzanlagen Dritte	-	-	-	-
7401 Ertrag aus Finanzanlagen Konzerngesellschaften	-	-	-	-
7402 Ertrag aus Finanzanlagen Aktionäre	-	-	-	-
7410 Aufwand aus Finanzanlagen Dritte	-	-	-	-
7411 Aufwand aus Finanzanlagen Konzerngesellschaften	-	-	-	-
7412 Aufwand aus Finanzanlagen Aktionäre	-	-	-	-
Erfolg aus Finanzanlagen	-	-	-	-
8000 <i>Gebührenanteil (RTVG Art. 40)</i>	-	-	-	-
8010 <i>Unterstützung der Verbreitung (RTVG Art. 57)</i>	-	-	-	-
8020 <i>Beiträge für neue Technologien (RTVG Art. 58)</i>	-	-	-	-
Subventionen BAKOM	-	-	-	-
8100 <i>Beiträge vom Kanton</i>	-	-	-	-
8110 <i>Beiträge von Gemeinden</i>	-	-	-	-
8120 <i>Beiträge von Institutionen (z.B. Kirchen)</i>	-	-	-	-
8130 <i>Mitgliederbeiträge, Spenden von Privaten</i>	-	-	-	-
Beiträge	-	-	-	-
Subventionen und Beiträge	-	-	-	-
8290 Anderer ausserordentlicher Ertrag	-	-	-	-
8300 Ausserordentliche Abschreibungen	-	-	-	-

Erfolgsrechnung Radig AG, 5-Jahresplan	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08
8301 Abschreibungen neue Technologien (RTVG Art. 58)	-	-	-	-
8302 Abschreibungen Goodwill	-	-	-	-
8310 Management fees	-	-	-	-
8320 Bussen, Sanktionen, Rechtsverletzungen	-	-	-	-
8390 Anderer ausserordentlicher Aufwand	-	-	-	-
Ausserordentlicher Erfolg	-	-	-	-
8800 Betriebsfremder Erfolg	-	-	-	-
8900 Steuern				-74'530
Jahresgewinn / -verlust	26'610	171'545	-91'587	190'858

2008	2009	2010	2011	2012
2'463'300	2'619'000	2'682'000	2'745'000	2'835'000
273'700	291'000	298'000	305'000	315'000
-196'000	-214'000	-216'000	-220'000	-224'000
2'541'000	2'696'000	2'764'000	2'830'000	2'926'000
3'420'000	3'600'000	3'780'000	3'960'000	4'185'000
380'000	400'000	420'000	440'000	465'000
-1'315'250	-1'382'000	-1'451'000	-1'386'000	-1'464'750
2'484'750	2'618'000	2'749'000	3'014'000	3'185'250
-				
-				
-	-	-	-	-
-				
-30'000	-35'000	-35'000	-40'000	-40'000
4'995'750	5'279'000	5'478'000	5'804'000	6'071'250
-				
-				
80'000	60'000	60'000	70'000	80'000
-				
-				
-				
5'000	5'000	5'000	5'000	5'000
85'000	65'000	65'000	75'000	85'000

2008	2009	2010	2011	2012
-				
-				
-				
-				
-				
-	-	-	-	-
85'000	65'000	65'000	75'000	85'000

2008	2009	2010	2011	2012
-	-	-	-	-
80'000	80'000	80'000	100'000	100'000
40'000	20'000	20'000	30'000	40'000
-	-	-	-	-
15'000	15'000	15'000	20'000	20'000
135'000	115'000	115'000	150'000	160'000
5'215'750	5'459'000	5'658'000	6'029'000	6'316'250
-	-	-	-	-
30'035	31'875	33'225	34'550	36'300
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
30'035	31'875	33'225	34'550	36'300
5'185'715	5'427'125	5'624'775	5'994'450	6'279'950

2008	2009	2010	2011	2012
-	-	-	-	-
161'520	173'000	183'000	194'000	208'000
249'788	263'950	273'900	290'200	303'563
101'200	81'000	81'000	81'000	82'000
230'500	236'000	244'000	250'000	259'000
743'008	753'950	781'900	815'200	852'563
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
743'008	753'950	781'900	815'200	852'563

2008	2009	2010	2011	2012
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
743'008	753'950	781'900	815'200	852'563
4'442'708	4'673'175	4'842'875	5'179'250	5'427'388
<i>1'947'813</i>	<i>1'974'000</i>	<i>2'012'000</i>	<i>2'045'000</i>	<i>2'089'000</i>
<i>268'839</i>	<i>272'000</i>	<i>278'000</i>	<i>282'000</i>	<i>288'000</i>
-	-	-	-	-
<i>51'000</i>	<i>52'000</i>	<i>53'000</i>	<i>54'000</i>	<i>55'000</i>
<i>25'200</i>	<i>30'000</i>	<i>30'000</i>	<i>33'000</i>	<i>36'000</i>
<i>31'000</i>	<i>31'000</i>	<i>32'000</i>	<i>33'000</i>	<i>33'000</i>
<i>3'000</i>	<i>3'000</i>	<i>3'000</i>	<i>3'000</i>	<i>3'000</i>
2'326'853	2'362'000	2'408'000	2'450'000	2'504'000

2008	2009	2010	2011	2012
71'400	73'000	75'000	77'000	80'000
45'100	46'000	58'000	60'000	63'000
-	-	-	-	-
6'080	6'000	7'000	7'000	8'000
14'800	16'000	17'000	18'000	20'000
408'150	418'000	438'000	455'000	475'000
-	-	-	-	-
1'138'000	1'200'000	1'250'000	1'301'000	1'380'000
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
60'368	127'722	186'501	254'972	304'356
1'743'898	1'886'722	2'031'501	2'172'972	2'330'356
4'070'751	4'248'722	4'439'501	4'622'972	4'834'356
371'956	424'453	403'374	556'278	593'032

2008	2009	2010	2011	2012
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-74'530	-85'403	-82'236	-108'358	-114'273
297'426	339'050	321'138	447'920	478'759

Bilanz Radig AG

Bilanz per

Aktiven

1000 Flüssige Mittel und Wertschriften

1100 Forderungen aus Lieferung u. Leistung gegenüber Dritten

1110 Forderungen aus Lieferung u. Leistung gegenüber Konzernges

Forderungen aus Lieferung und Leistung

1140 Andere kurzfristige Forderungen gegenüber Dritten

1150 Andere kurzfristige Forderungen gegenüber Konzerngesellscha

1160 Andere kurzfristige Forderungen gegenüber Aktionären

Andere kurzfristige Forderungen

1170 Forderungen gegenüber staatlichen Stellen

1200 Vorräte

1280 Produktionen in Bearbeitung

1300 Vorausbezahlte Aufwendungen

1310 Noch nicht erhaltene Erträge

1311 Gebührenanteil BAKOM

Aktive Rechnungsabgrenzung

Umlaufvermögen

1410 Andere Finanzanlagen

1420 Beteiligungen

1430 Fonds langfristige Rückstellungen BAKOM (Sperrkonto)

1440 Langfristige Forderungen gegenüber Dritten

Bilanz per

1450 *Langfristige Forderungen gegenüber Konzerngesellschaften*

1460 *Langfristige Forderungen gegenüber Aktionären*

Finanzanlagen

1510 *Mobiliar*

1519 *WB Mobiliar*

1520 *Hardware*

1525 *WB Hardware*

1526 *Software*

1529 *WB Software*

1530 *Fahrzeuge*

1539 *WB Fahrzeuge*

1570 *Feste Einrichtungen und Installationen*

1579 *WB feste Einrichtungen und Installationen*

1590 *Übrige mobile Sachanlagen*

1599 *WB übrige mobile Sachanlagen*

Mobile Sachanlagen

Bilanz per

- 1600 *Geschäftsliegenschaften*
- 1608 *Anzahlungen für Geschäftsliegenschaften*
- 1609 *WB Geschäftsliegenschaften*
- 1610 *Installationen Sendernetz*
- 1618 *Anzahlungen für Installationen Sendernetz*
- 1619 *WB Installationen Sendernetz*
- 1620 *Neue Technologien (RTVG Art. 58)*
- 1628 *Anzahlungen für Neue Technologien (RTVG Art. 58)*
- 1629 *WB neue Technologien*
- 1680 *Aufgewertete immobile Sachanlagen*
- 1689 *WB aufgewertete immobile Sachanlagen*
- 1690 *Übrige immobile Sachanlagen*
- 1698 *Anzahlungen für übrige immobile Sachanlagen*
- 1699 *WB übrige immobile Sachanlagen*

Immobilien Sachanlagen

- 1770 *Goodwill*
 - 1790 *Übrige immaterielle Anlagen*
-

Immateriale Anlagen

- 1800 *Gründungs- Kapitalerhöhungs- und Organisationsaufwand*
- 1840 *Übriger aktivierter Aufwand*
- 1850 *Nicht einbezahltes Aktienkapital*

Aktivierter Aufwand und aktive Berichtigungsposten

1900 Betriebsfremdes Vermögen

Anlagevermögen

Bilanz per

Aktiven

Bilanz per

Passiven

2000 *Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung gegenüber Dritter*

2050 *Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung gegenüber Konze*

Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung

2100 Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten

2170 Verbindlichkeiten geg. Vorsorgeeinrichtungen

2200 Verbindlichkeiten geg. staatliche Stellen

2210 *Andere kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritte*

2250 *Andere kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Konzerngesell*

2260 *Andere kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Aktionären*

Andere kurzfristige Verbindlichkeiten

2300 *Noch nicht bezahlte Aufwendungen*

2310 *Im voraus erhaltene Erträge*

Passive Rechnungsabgrenzung

Fremdkapital kurzfristig

2400 Langfristige Finanzverbindlichkeiten

2500 *Andere langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritte*

2550 *Andere langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Konzerngesell*

2560 *Andere langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Aktionären*

2570 *Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtunge*

Andere langfristige Verbindlichkeiten

Bilanz per

2680 *Langfristige Rückstellungen BAKOM*

2690 *Andere Langfristige Rückstellungen*

Langfristige Rückstellungen

2700 Betriebsfremde Verbindlichkeiten

Fremdkapital langfristig

2800 Gesellschaftskapital

2900 *Allgemeine Reserve*

2901 *Reserve für eigene Aktien*

2903 *Aufwertungsreserve*

2910 *Andere Reserven*

Reserven

2990 Gewinn- / Verlustvortrag

2991 Jahresgewinn / -verlust

Eigenkapital

Passiven

31.03.2008	30.06.2008	30.09.2008	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012
1'655'920	1'913'237	1'710'929	424'077	520'816	497'955	450'846	553'961
1'143'826	1'070'612	1'035'748	868'402	844'000	780'000	770'000	710'000
-	-	-	-	-	-	-	-
1'143'826	1'070'612	1'035'748	868'402	844'000	780'000	770'000	710'000
94'766	82'866	77'199	50'000	45'000	45'000	41'000	34'500
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
94'766	82'866	77'199	50'000	45'000	45'000	41'000	34'500
22'680	22'680	22'680	22'000	21'450	18'950	11'250	14'100
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
86'038	71'843	65'084	32'639	20'000	35'000	36'700	44'150
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
86'038	71'843	65'084	32'639	20'000	35'000	36'700	44'150
3'003'230	3'161'238	2'911'641	1'397'118	1'451'265	1'376'904	1'309'796	1'356'710
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-

31.03.2008	30.06.2008	30.09.2008	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
588'274	588'274	588'274	588'274	588'274	588'274	788'274	788'274
-485'763	-491'381	-496'999	-502'618	-525'090	-547'562	-593'367	-655'840
107'302	107'302	232'302	232'302	332'302	532'302	632'302	922'302
-83'344	-84'906	-93'886	-104'198	-154'989	-228'461	-331'238	-449'676
25'000	25'000	25'000	25'000	25'000	25'000	75'000	75'000
-2'083	-4'166	-6'250	-8'333	-16'666	-25'000	-35'000	-45'000
65'228	65'228	65'228	215'228	215'228	215'228	215'228	215'228
-65'228	-65'228	-65'228	-70'228	-100'228	-130'228	-160'228	-190'228
79'571	79'571	119'571	119'571	264'571	554'571	644'571	784'571
-75'338	-75'338	-76'505	-78'005	-94'130	-146'353	-212'742	-296'188
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
153'619	144'355	291'507	416'993	534'272	837'771	1'022'799	1'148'443

31.03.2008	30.06.2008	30.09.2008	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012
-	-	-	-	-	-	-	-
3'156'849	3'305'593	3'203'148	1'814'111	1'985'537	2'214'675	2'332'595	2'505'154

31.03.2008	30.06.2008	30.09.2008	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012
-	-	-	-	-	-	-	-
321'908	320'715	320'147	317'421	200'060	234'560	202'000	186'000
14'058	13'708	13'541	12'742	14'000	19'500	16'060	14'000
335'966	334'423	333'689	330'162	214'059	254'059	218'059	199'999
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
41'059	41'043	41'036	41'000	45'000	48'000	41'000	37'860
86'635	86'586	86'563	86'451	90'000	80'000	55'000	50'000
-	-	-	-	-	-	-	-
-13'635	-13'732	-13'778	-14'000	-	-	-	-
73'000	72'854	72'785	72'451	90'000	80'000	55'000	50'000
702'436	681'339	671'293	623'071	700'000	725'000	713'000	683'000
-	-	-	-	-	-	-	-
702'436	681'339	671'293	623'071	700'000	725'000	713'000	683'000
1'152'462	1'129'660	1'118'802	1'066'685	1'049'060	1'107'060	1'027'060	970'860
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-

31.03.2008	30.06.2008	30.09.2008	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
300'000	300'000	300'000	300'000	300'000	300'000	300'000	300'000
150'000	150'000	150'000	150'000	150'000	150'000	150'000	150'000
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
150'000	150'000	150'000	150'000	150'000	150'000	150'000	150'000
1'527'777	1'527'777	1'527'777	-	147'426	336'477	407'615	605'535
26'610	198'156	106'569	297'426	339'050	321'138	447'920	478'759
2'004'388	2'175'933	2'084'346	747'426	936'477	1'107'615	1'305'535	1'534'294
-	-	-	-	-	-	-	-
3'156'849	3'305'593	3'203'148	1'814'111	1'985'537	2'214'675	2'332'595	2'505'153

Geldfluss-Rechnung Radig AG

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08
Flüssige Mittel per 1.1.	1'594'060			
Flüssige Mittel per 1.4.08		1'655'920		
Flüssige Mittel per 1.7.08			1'913'237	
Flüssige Mittel per 1.10.08				1'710'929
Geldfluss aus Betriebstätigkeit				
+ Einnahmen aus verkauften Lieferungen und Leistungen	1'292'023	1'499'452	1'084'433	1'783'386
- Ausgaben für bezogene Lieferungen und Leistungen	-598'450	-660'422	-540'027	-736'217
- Ausgaben für Personal	-581'713	-581'713	-581'713	-581'713
+ Sonstige Einnahmen/Sonstige Ausgaben	-	-	-	-74'530
= Geldzu(ab)fluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	111'860	257'317	-37'307	390'925
Geldfluss aus Investitionstätigkeit				
- Investitionen in Sachanlagen	-50'000		-165'000	-150'000
+ Einzahlungen aus Devestition (Verkauf) von Sachanlagen				
- Auszahlungen für Investitionen (Kauf) von Finanzanlagen				
+ Einzahlungen aus Devestition (Verkauf) von Finanzanlagen				
- Auszahlungen für Investitionen (Kauf) von immateriellen Anlagen				
+ Einzahlungen aus Devestition (Verkauf) von immateriellen Anlagen				
= Geldzu(ab)fluss aus Investitionstätigkeit	-50'000	-	-165'000	-150'000
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit				
+ Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen (inkl. Agio)				
- Auszahlungen für Kapitalherabsetzungen mit Mittelfreigabe				
- Gewinnausschüttung an Aktionären 1)				-1'527'777
+/- Kauf/ Verkauf von eigenen Aktien/ eigenen Anteilen am Kapital der Organisation				
+ Einzahlungen aus Aufnahme von Anleihen				
- Rückzahlungen von Anleihen				

+/- Aufnahme/ Rückzahlungen von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten				
+/- Aufnahme/ Rückzahlungen von langfristigen Finanzverbindlichkeiten				
= Geldzu(ab)fluss aus Finanzierungstätigkeit	-	-	-	-1'527'777
Flüssige Mittel per 31.3.08	1'655'920			
Flüssige Mittel per 30.6.08		1'913'237		
Flüssige Mittel per 30.9.08			1'710'929	
Flüssige Mittel per 31.12.				424'077
Flüssige Mittel per 1.1.				
Flüssige Mittel per 31.12.				
Veränderung Flüssige Mittel				

1) gemäss Kaufvertrag erfolgt Ausschüttung 2008 an FPH Freie Presse Holding AG (c/o NZZ)

2008	2009	2010	2011	2012
1'594'060	424'077	520'816	497'955	450'846
5'659'293	5'469'716	5'676'275	5'994'450	6'336'150
-2'535'116	-2'530'575	-2'568'900	-2'813'200	-2'934'763
-2'326'853	-2'362'000	-2'408'000	-2'450'000	-2'504'000
-74'530	-85'403	-82'236	-108'358	-114'273
722'795	491'738	617'139	622'892	783'114
-365'000	-245'000	-490'000	-420'000	-430'000
-365'000	-245'000	-490'000	-420'000	-430'000
-1'527'777	-150'000	-150'000	-250'000	-250'000

-1'527'777 -150'000 -150'000 -250'000 -250'000

424'077 520'816 497'955 450'846 553'961

1'594'060 424'077 520'816 497'955 450'846

424'077 520'816 497'955 450'846 553'961

-1'169'982 96'738 -22'861 -47'108 103'114

Geldfluss-Rechnung Radig AG

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08
Flüssige Mittel per 1.1.	1'594'060			
Flüssige Mittel per 1.4.08		1'655'920		
Flüssige Mittel per 1.7.08			1'913'237	
Flüssige Mittel per 1.10.08				1'710'929
Geldfluss aus Betriebstätigkeit				
+ Einnahmen aus verkauften Lieferungen und Leistungen	1'292'023	1'499'452	1'084'433	1'783'386
- Ausgaben für bezogene Lieferungen und Leistungen	-598'450	-660'422	-540'027	-736'217
- Ausgaben für Personal	-581'713	-581'713	-581'713	-581'713
+ Sonstige Einnahmen/Sonstige Ausgaben	-	-	-	-74'530
= Geldzu(ab)fluss aus Betriebstätigkeit (operativer Cash flow)	111'860	257'317	-37'307	390'925
Geldfluss aus Investitionstätigkeit				
- Investitionen in Sachanlagen	-50'000		-165'000	-150'000
+ Einzahlungen aus Devestition (Verkauf) von Sachanlagen				
- Auszahlungen für Investitionen (Kauf) von Finanzanlagen				
+ Einzahlungen aus Devestition (Verkauf) von Finanzanlagen				
- Auszahlungen für Investitionen (Kauf) von immateriellen Anlagen				
+ Einzahlungen aus Devestition (Verkauf) von immateriellen Anlagen				
= Geldzu(ab)fluss aus Investitionstätigkeit	-50'000	-	-165'000	-150'000
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit				
+ Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen (inkl. Agio)				
- Auszahlungen für Kapitalherabsetzungen mit Mittelfreigabe				
- Gewinnausschüttung an Aktionären 1)				-1'527'777
+/- Kauf/ Verkauf von eigenen Aktien/ eigenen Anteilen am Kapital der Organisation				
+ Einzahlungen aus Aufnahme von Anleihen				
- Rückzahlungen von Anleihen				

+/- Aufnahme/ Rückzahlungen von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten				
+/- Aufnahme/ Rückzahlungen von langfristigen Finanzverbindlichkeiten				
= Geldzu(ab)fluss aus Finanzierungstätigkeit	-	-	-	-1'527'777
Flüssige Mittel per 31.3.08	1'655'920			
Flüssige Mittel per 30.6.08		1'913'237		
Flüssige Mittel per 30.9.08			1'710'929	
Flüssige Mittel per 31.12.				424'077
Flüssige Mittel per 1.1.				
Flüssige Mittel per 31.12.				
Veränderung Flüssige Mittel				

1) gemäss Kaufvertrag erfolgt Ausschüttung 2008 an FPH Freie Presse Holding AG (c/o NZZ)

2008	2009	2010	2011	2012
1'594'060	424'077	520'816	497'955	450'846
5'659'293	5'469'716	5'676'275	5'994'450	6'336'150
-2'535'116	-2'530'575	-2'568'900	-2'813'200	-2'934'763
-2'326'853	-2'362'000	-2'408'000	-2'450'000	-2'504'000
-74'530	-85'403	-82'236	-108'358	-114'273
722'795	491'738	617'139	622'892	783'114
-365'000	-245'000	-490'000	-420'000	-430'000
-365'000	-245'000	-490'000	-420'000	-430'000
-1'527'777	-150'000	-150'000	-250'000	-250'000

-1'527'777 -150'000 -150'000 -250'000 -250'000

424'077 520'816 497'955 450'846 553'961

1'594'060 424'077 520'816 497'955 450'846

424'077 520'816 497'955 450'846 553'961

-1'169'982 96'738 -22'861 -47'108 103'114

VERTRAULICH!

Ertragsberechnung Fünfjahresplan: Sekundenumsätze

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08	2008	2009	2010	2011	2012
Direkter Sekundenumsatz	59'513	69'863	51'750	77'625	258'750	275'105	281'723	288'340	297'794
Vermittelter Sekundenumsatz	74'772	87'776	65'019	97'529	325'095	342'205	359'316	376'426	397'814

Berechnung der Kennzahlen aufgrund der Plandaten

	1.Q08	2.Q08	3.Q08	4.Q08	2008	2009	2010	2011
Umsatz	1'192'714	1'400'143	1'037'143	1'555'715	5'185'715	5'427'125	5'624'775	5'994'450
Gewinn/-Verlust	26'610	171'545	-91'587	190'858	297'426	339'050	321'138	447'920
Umsatzrendite (Gewinn/Umsatz)	2.2%	12.3%	-8.8%	12.3%	5.7%	6.2%	5.7%	7.5%
Gesamtkapitalumschlag (Umsatz/GK)	0.51	0.42	0.32	0.86	2.86	2.73	2.54	2.57
Gesamtkapitalrendite ROI (Gewinn/GK)	0.8%	5.2%	-2.9%	10.5%	16.4%	17.1%	14.5%	19.2%
Anlageintensität (AV/GV)	4.9%	4.4%	9.1%	23.0%	23.0%	26.9%	37.8%	43.8%
Fremdfinanzierungsgrad (kfr.+lfr.FK/GK)	36.5%	34.2%	34.9%	58.8%	58.8%	52.8%	50.0%	44.0%
Forderungsumschlag (Debx360/Umsatz)	373.8	296.6	386.3	212.5	63.8	59.0	52.8	48.7

Die Kennzahlen auf Quartalsbasis werden hier vollständigshalber aufgeführt, obwohl betriebswirtschaftlich nicht aussagekräftig.

2012

6'279'950
478'759
7.6%
2.51
19.1%
45.8%
38.8%
42.7

083) Dokumente zur Qualitätssicherung

- 034) BE1 Sprechtechnik-Ausbildungsbuch 'Reden am Radio'
- 035) BE1 Handout 'Basic Sprachgebrauch'
- 036) E1 Handout 'Berndeutsch'
- 037) BE1 Leitbild Radio BE1
- 038) BE1 Journalistisches Credo von Radio BE1
- 039) **VERTRAULICH!** BE1 Publizistisches Konzept Ringier
- 040) **VERTRAULICH!** BE1 Code of Conduct (Ringier)
- 041) **VERTRAULICH!** BE1 Redaktions-Stylebook
- 042) **VERTRAULICH!** BE1 Moderations-Stylebook
- 043) **VERTRAULICH!** BE1 Newskonzept
- 046) BE1 Weisung der Geschäftsleitung zum Umgang mit Kindersuizid und
Familienauslöschungen
- 047) BE1 Feedback-Formular DH
- 048) BE1 Formular für MitarbeiterInnengespräche Programm
- 049) BE1 Redaktionsstatut von Radio BE1
- 050) BE1 Dienstplan (mit Pikett-Diensten)
- 051) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Montag
- 052) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Dienstag
- 053) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Mittwoch
- 054) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Donnerstag
- 055) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Freitag
- 056) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Samstag
- 057) **VERTRAULICH!** BE1 Wochenplanung Tagesprogramm Bsp Sonntag
- 058) BE1 Checkliste für Briefings DH
- 059) BE1 Aircheck Beispiel Moderation
- 060) BE1 Aircheck Beispiel Redaktion DH
- 061) BE1 Formular für die verschriftlichte Sendungskritik DH
- 067) **VERTRAULICH!** BE1 Code of Conduct (Ringier)
- 068) BE1 Einarbeitungs- Aus- und Weiterbildungskonzept Radio BE1
- 069) BE1 Muster Ausbildungsplan neue MitarbeiterInnen Programm & Verkauf
- 070) BE1 Kursprogramm für die interne Aus- und Weiterbildung
- 071) BE1 Unterstützung von Weiterbildungskonzept der Radig AG
- 072) BE1 Verhalten in ausserordentlichen Situationen FR
- 073) BE1 Verhalten bei Pannen und Sendeausfällen FR

Radig AG / Radio BE1 – Allgemeine Geschäftsbedingungen

A) Grundsätze

Diese allgemeinen Geschäftsbestimmungen (AGB) sind Bestandteil aller Verträge zwischen der Radig AG (Radig) und Dritten (Werbetreibende) über die Ausstrahlung von Werbesendungen im Programm von Radio BE1 (Ausstrahlungsvertrag).

Neben diesen allgemeinen Geschäftsbestimmungen gelten die Preisbestimmungen und die Technischen Richtlinien, sowie die schriftliche Auftragsbestätigung der Radig.

Besondere und ergänzende Regeln gelten für das elektronische Kundenbuchungssystem und für das Sponsoring.

Allfällige der Radig zugestellte allgemeine Geschäftsbestimmungen des Werbetreibenden sind unwirksam, soweit sie in einer für die Radig nachteiligen Weise von deren AGB oder vom Gesetz abweichen.

B) Gültigkeit des Vertrags

Der Vertrag kommt mit der schriftlichen Bestätigung der vom Werbetreibenden unterschriebenen Auftragsbestätigung der Radig, spätestens aber mit der Ausstrahlung der Werbesendung auf Radio BE1 zu Stande.

C) Vermittelte Werbeaufträge

Personen, welche einen Ausstrahlungsauftrag im Namen des Werbetreibenden erteilen und den entsprechenden Vertrag damit abschliessen, garantieren den Bestand des Auftrages und händigen der Radig auf Verlangen die schriftliche Auftragserteilung/- bestätigung des Werbetreibenden aus. Die Radig bezahlt keine Vermittlungsgebühren.

C) Inhalt der Werbesendung

Die Verantwortung über den Inhalt der Werbespots und dessen Rechtmässigkeit, sowie die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften (insbesondere den Bestimmungen des Radio- und Fernsehgesetzes RTVG), liegt beim Auftraggeber. Die Werbesendung des Werbetreibenden darf keine Rechte Dritter, insbesondere keine Urheber- und Persönlichkeitsrechte, verletzen. Radio BE1 lehnt jegliche Haftung ab.

Verboten ist insbesondere Werbung für religiöse Gruppierungen, politische Werbung, Werbung für Tabakwaren und rezeptpflichtige Medikamente, Werbung für höherprozentige Alkoholika, jugendgefährdende Werbung, sexistische Werbung, unlautere Werbung, etc. In der Werbesendung haben Anlehnungen an und Hinweise auf Mitarbeiter sowie auf das Programm von Radio BE1 zu unterbleiben.

D) Lieferung des Sendematerials

Der Werbetreibende hat der Radig das Sendematerial (in analoger oder digitaler Form in einem sendefähigen Format) spätestens 1 Arbeitstag vor der ersten geplanten Ausstrahlung abzuliefern, bei Erstschaltungen am Wochenende bis Freitag 12 Uhr.

E) Bezahlung

Grundsätzlich gilt Vorkasse. Die Radig ist berechtigt, die Ausstrahlungen monatlich im Voraus in Rechnung zu stellen. Diesfalls ist die Rechnung eine Woche vor dem ersten Sendetermin zu begleichen.

Wenn eine andere Bezahlung als Vorkasse vereinbart wird, hat der Werbetreibende für die Ausstrahlung der Werbesendung den im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gültigen Preis in Schweizer Franken – zuzüglich Mehrwertsteuer (MwSt.) – innert 30 Tagen nach Erhalt der Rechnung netto zu vergüten.

Die Werbesendungen werden nach der exakten zeitlichen Länge bemessen. Als Grundlage gilt die erste und letzte Modulation des Tons. Angebrochene Sekunden werden auf die Sekunde aufgerundet.

Auftragsjahr ist immer das Kalenderjahr.
Die Radig gewährt kein Skonto.

G) Haftung

Verletzt der Werbetreibende seine vertraglichen Pflichten, so haftet er der Radig und ihren MitarbeiterInnen für den daraus entstehenden Schaden kausal, d.h. ohne Nachweis des Verschuldens.

Wird die Radig gerichtlich belangt, ist der Werbetreibende verpflichtet, nach erfolgter Streitverkündung dem Prozess beizutreten.

H) Ausstrahlung der Werbesendung

Die Werbespots werden unter den gleichen technischen Bedingungen ausgestrahlt wie das Programm von Radio BE1.

Radig strahlt auf Radio BE1 die Werbesendung zu den vereinbarten Bedingungen aus, unter Vorbehalt nachfolgender Bestimmungen.

Innerhalb der Werbeblocks wird auf Konkurrenzausschluss geachtet, dieser kann jedoch nicht garantiert werden.

I) Programmänderungen

Programmänderungen bleiben vorbehalten und berechtigen nicht zu einer Preisreduktion.

Wenn aufgrund höherer Gewalt oder aufgrund fremden, von Radio BE1 unverschuldeten und nicht beeinflussbaren Gegebenheiten, Werbesendungen nicht ausgestrahlt werden können, besteht für den Sender keine Verpflichtung auf Rückzahlung geleisteter Zahlungen oder auf Schadenersatz jeglicher Art gegenüber dem Kunden oder Dritten.

Mit dem Kunden wird jedoch eine kulante Lösung angestrebt.

K) Verschiebungen

Die vereinbarte Sendezeit gilt als Richtzeit und wird von Radio BE1 nach Möglichkeit eingehalten; ein Anspruch auf eine bestimmte Sendezeit besteht aber nicht. Dem Werbetreibenden wird eine solche Verschiebung mitgeteilt.

Ist weder die Vorverlegung noch das Nachholen zu gleichen oder ähnlichen Bedingungen möglich, so hat Radig den Preis der ausgefallenen Werbesendung angemessen zu reduzieren. Weitergehende Ansprüche des Werbetreibenden sind ausgeschlossen.

L) Verweigerungsrecht

Die Radig behält sich vor, auch bei bestätigten Aufträgen Werbespots aufgrund Ihres Inhalts oder wegen technischer Mängel zurückzuweisen.

Die Radig ist nicht verpflichtet, das Sendematerial vor Erstausrahlung zu prüfen. Daher behält sich Radig das Recht vor, die Werbesendung auch nach der Bestätigung des Ausstrahlungsauftrags aus rechtlichen, sittlichen, programmlichen, technischen oder ähnlichen Gründen abzulehnen.

Die Ablehnung einer Werbesendung wird dem Werbetreibenden umgehend mitgeteilt. Dieser hat alsdann die Möglichkeit, eine geänderte oder neue Werbesendung zur Verfügung zu stellen.

Unterbleibt eine rechtzeitige Ersatzlieferung oder trifft auf diese ebenfalls ein Ablehnungsgrund zu, so kann Radig die Ausstrahlung ablehnen und die Sendezeit anderweitig belegen.

Bei Nichtausstrahlung der Werbesendung hat der Werbetreibende höchstens das Recht auf Rückzahlung resp. Nichterstattung des Preises.

Hat der Werbetreibende die Zurückweisung zu vertreten, bleibt die Vergütungspflicht bestehen.

M) Haftung der Radig

Die Radig, deren Organe und Hilfspersonen haften dem Werbetreibenden nur bei Vorsatz und

grober Fahrlässigkeit. Die Haftung von Radig und deren Organen für ihre Hilfspersonen ist auf Vorsatz beschränkt.

N) Änderung des Ausstrahlungsvertrages

Die Radig ist berechtigt, die allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Tarife und andere Vereinbarungen jederzeit zu ändern.

Die Änderungen finden auch auf laufende Ausstrahlungsverträge Anwendung, wenn der Werbetreibende ihnen nicht innert 5 Arbeitstagen nach Eingang der Änderungsmeldung schriftlich Einspruch erhebt.

O) Verzug des Werbetreibenden

Bei verspäteter oder falscher Lieferung des Sendematerials oder bei Versäumen der Zahlungspflichten durch den Werbetreibenden kann die Radig, ohne weitere Mahnung die Ausstrahlung der Werbesendung zu unterlassen oder zu stoppen.

Der Werbetreibende bleibt zur Bezahlung der Vertragssumme verpflichtet (inkl. 6% Verzugszins), und haftet für allen weiteren Schaden der Radig.

P) Rücktritt des Werbetreibenden

Der Werbetreibende kann bis 4 Wochen vor der geplanten ersten Ausstrahlung der Werbesendung mittels schriftlicher Erklärung an Radig vom Ausstrahlungsvertrag ohne Kostenfolge zurücktreten, danach ist kein Rücktritt mehr möglich.

Q) Archivierung und weitere Verwendung des Sendematerials

Das Sendematerial bleibt im Besitz des Werbetreibenden. Auf Verlangen schickt die Radig das Sendematerial zurück. Die Radig bewahrt das Sendematerial nach der letzten Ausstrahlung höchstens vier Monate lang auf. Radig behält sich vor, das Sendematerial nach erfolgter Erstausstrahlung Dritten für nichtkommerziellen Zweck zugänglich zu machen.

R) Weitergabe der Ausstrahlungsvereinbarung

Die Weitergabe (Übertragung) der Ausstrahlungsvereinbarung durch den Werbetreibenden auf eine andere Person bedarf der schriftlichen Zustimmung der Radig.

Die Radig kann Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag an einen anderen Veranstalter von Programmen auf dem Sender von Radio BE1 übertragen.

S) Schriftform für Vertragsänderungen

Änderungen oder Ergänzungen der allgemeinen Geschäftsbedingungen, einschliesslich dieser Bestimmungen, müssen schriftlich erfolgen.

T) Anwendbares Recht und Gerichtsstand

Für alle Vereinbarungen zwischen den Werbetreibenden und Radig gilt ausschliesslich das schweizerische Recht.

Ausschliesslicher Gerichtsstand ist Bern; die Radig ist jedoch berechtigt, auch am Sitz des Werbetreibenden zu klagen.