

# TELE SÄNTIS

## TELE SÄNTIS Der Service public-Sender für die Ostschweiz

### Konzessionsgesuch

#### 1. Zusammenfassung und Übersicht

**TELE SÄNTIS** heisst das neue Projekt, das aufgrund des bisherigen Leistungsausweises von **TELE TOP** und von **RADIO TOP** sich für die Regionalfernsehkonzession für das TV-Versorgungsgebiet **Region 11 Ostschweiz** bewirbt. Wir sind aus folgenden Gründen zur Überzeugung gekommen, dass es aus medienpolitischen und föderalistischen Gründen **Sinn macht, ein für die Region 11 Ostschweiz konzessionsfähiges separates Gesuch unter dem neuen Namen TELE SÄNTIS einzureichen:**

1. **TELE TOP** und **RADIO TOP** haben wegen dem durch die St. Galler Kantonsregierung gewünschten publizistischen Wettbewerb in den Jahren 2000 und 2001 Gebietserweiterungen in den von den Tagblatt-Medien mit Zeitung, Anzeiger, Radio und Fernsehen dominierten Raum St. Gallen erhalten. Dieser Wettbewerb hat aufgrund von vielen Aussagen von Exponenten und Berichten aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport die Medienvielfalt in der Ostschweiz sehr bereichert.

2. **TELE TOP** ist es gelungen, trotz dem Verschweigen der programmlichen und publizistischen Leistungen durch die konkurrierenden Verlagshäuser, den Leistungsauftrag zu erfüllen.

3. Die Auseinandersetzung über die TV-Versorgungsgebiete und die Konzessionierung wurde durch die Verleger mit einem Konzept vom Februar 2006 - also über ein halbes Jahr vor dem Beginn des Verfahren des Bundes - eingeläutet. Das Papier sah eine Aufteilung des Kerngebietes von **TELE TOP** (Winterthur - Frauenfeld - Wil) unter die Veranstalter aus Zürich (Tele Züri),

Schaffhausen (Schaffhauser Fernsehen) und St. Gallen (Tele Ostschweiz) vor. Die erste Anhörung des UVEK vom 23. Oktober 2006 wurde von den Tagblatt-Medien mit Artikeln und Kommentaren heftig kritisiert. Das UVEK führte wegen Fragen zu den TV-Versorgungsgebieten am 11. April 2007 eine weitere Anhörung nur für die Festlegung der Versorgungsgebiete im Raum Zürich - Ostschweiz durch, welche diesmal durch den Tages-Anzeiger aus dem Hause Tamedia mit einem Kommentar gegen den Zürcher Regierungsrat zu beeinflussen versuchte.

4. Sogar im Bundesrat versuchten die verlegergestützten Regionalfernsehen den Vorschlag des UVEK (2 Versorgungsgebiete für den Raum Zürich - Ostschweiz mit nur kleinen Überlappungen mit den Bezirken Arbon und Bischofszell (Kanton Thurgau) und mit dem Wahlkreis Wil (Kanton St. Gallen) zu torpedieren. Der Bundesrat lehnte aber alle weitergehenden Anträge für zwei zusätzliche auf die bestehenden Veranstalter zugeschnittene TV-Versorgungsgebiete ab. Damit werden von den bisherigen vier Veranstaltern im Raum Zürich - Ostschweiz höchstens zwei eine Konzession mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil erhalten können. Die nicht konzessionierten Veranstalter können dann als meldepflichtige Veranstalter ohne Gebührenanteile ihr Versorgungsgebiet frei wählen.

5. Die Kritik an der Grösse des Versorgungsgebietes von TELE TOP war zwar nicht immer ehrlich gemeint und von den Verlegern zu sehr auf den ungeliebten Inhaber der Konzession fokussiert. Sie hat aber einen wahren Kern, der nun vom Bundesrat bei der definitiven Festlegung der TV-Versorgungsgebiete berücksichtigt wurde: Es ist publizistisch nicht ideal ein von Uster – Bad Ragaz, bzw. Schaffhausen – Rapperswil reichendes Sendegebiet mit einem Unternehmen ohne Programmfenster abzudecken.

6. TELE TOP hat sich deshalb überlegt, zwei gleich lautende Konzessionen für beide TV-Versorgungsgebiete einzureichen. Dafür sprachen die bestehenden Strukturen und die Organisation sowie der gut gelungene Markenaufbau.

7. Dagegen sprach aber die schwierige Kommunikation nach dem Erhalt der beiden Konzessionen, dass ein Unternehmen den ganzen Raum Zürich - Ostschweiz mit Gebührengeldern "beherrschen" würde.

8. Nach Abwägen aller Vor- und Nachteile sind wir deshalb zu folgendem Entscheid gekommen:

- Für das Versorgungsgebiet 10 Region Zürich-Nordostschweiz bewirbt sich TELE TOP mit dem bisherigen Namen;
- Für das Versorgungsgebiet 11 Region Ostschweiz bewirbt sich ein neu zu gründendes Unternehmen mit dem Namen TELE SÄNTIS.

9. Allerdings ist klar, dass TELE SÄNTIS nicht einfach im luftleeren Raum und von Grund auf aufgebaut und dokumentiert werden muss. TELE SÄNTIS kann vielmehr von den bisherigen Leistungen und der Erfüllung des Leistungsauftrages von TELE TOP profitieren. In diesem Gesuch wird deshalb an vielen Orten auf die Dokumente von TELE TOP und der TOP-Medien verwiesen.

10. TELE SÄNTIS wird zwar nicht als Unternehmen der TOP-Medien auftreten und ein von den Personen her neues Profil erhalten. Aber für die Erfüllung des Leistungsauftrages und die hohe Qualität in den Bereichen Leitbild, Publizistisches Profil, Ethik usw. bürgt der Geschäftsführer von RADIO TOP und TELE TOP,

Günter Heuberger.

11. Deshalb macht es Sinn das Gesuch von TELE SÄNTIS auf den bisherigen Leistungen von TELE TOP aufzubauen und auch verschiedene Dokumente auf dem Qualitätslabel der TOP-Medien zu versehen. Nach einer allfälligen Konzessionserteilung werden diese mit dem Qualitätslabel von TELE SÄNTIS versehen

**12. Zusammenfassend und zum besseren Verständnis des Gesuches halten wir fest: TELE SÄNTIS bewirbt sich mit den bisherigen dokumentierten Leistungen von TELE TOP für die Konzession der Region 11 Ostschweiz. Die Aufteilung des bisherigen Versorgungsgebietes von TELE TOP in zwei Gebiete macht auch aus unserer Sicht Sinn. Wir sind überzeugt, dass TELE SÄNTIS mit dem publizistischen Ansatz von TELE TOP und mit dem jährlichen Gebührenanteil von Fr. 2'205'052.00 den Leistungsauftrag sehr gut erfüllen kann.**

#### Zur Geschichte:

Am 25. Februar 1986 um 20.00 Uhr ging Winti TV auf Sendung. Eine Gruppe von mutigen Initianten und dynamischen Mitarbeitern stellte eines der ersten und spannendsten Lokalfernsehen der Schweiz auf die Beine. Es gelang dem Team von Winti TV sehr rasch, sich in der Region zu verankern. Dazu kam schon früh die Einsicht, dass eine langfristige Zukunft zwischen den grossen Zentren Zürich und St. Gallen nur in einer Zusammenarbeit mit dem Schwesterunternehmen Radio Eulach möglich war. In den ersten Jahren wurden einzelne Sendungen an Abstimmungssonntagen produziert (1986: 2 Sendungen, 1987: 7 Sendungen, 1988: 9 Sendungen, 1989: 18 Sendungen). Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren ehrenamtlich tätig. Die Infrastruktur wurde von der Stadtantenne Winterthur zur Verfügung gestellt.

Nachdem 1998 aus den drei Privatradios Eulach, Thurgau und Wil RADIO TOP hervorging und in kurzer Zeit das neue Programm in der Bevölkerung verankert werden konnte, entschied sich das Schwesterunternehmen Winti TV auf den 1. Januar 1999 ebenfalls für einen regionalen Ausbau im Fernsbereich. Am 22. März 1999 erhielt das neue TELE TOP eine Konzession für die Regionen Winterthur/Zürcher Oberland, Schaffhausen, Thurgau und Wil/Toggenburg. Im gleichen Jahr wurde in Frauenfeld ein modernes Regionalfernsehstudio in Betrieb genommen. Am 12. April 2000 bewilligte das UVEK zur Schaffung von mehr Wettbewerb im bisherigen Monopolraum St. Gallen eine Gebietserweiterung in den Raum St. Gallen/Rorschach/Appenzell. Die Tagesreichweite von TELE TOP ist von 27'500 (1999) auf über 100'000 (2007) Zuschauerinnen und Zuschauer gestiegen. Die höchsten Tagesreichweiten werden an den Wahl- und Abstimmungswochenenden erreicht. Dort werden regelmässig über 150'000 Zuschauerinnen und Zuschauer gezählt.

**TELE SÄNTIS ist zusammen mit den Schwesterunternehmen RADIO TOP und TELE TOP das einzige verlagsunabhängige Medienunternehmen im Raum Zürich - Ostschweiz. Noch vor fünf Jahren gab es in den Kantonen Zürich, Schaffhausen, Thurgau, St. Gallen, Appenzell-Ausserrhoden und Appenzell-Innerrhoden eine grosse Presse- und Medienvielfalt. Unterdessen haben die**

grossen Zürcher Verlagshäuser Tamedia und NZZ-Gruppe die Zürcher Landzeitungen, aber auch die Thurgauer Zeitung und den Winterthurer Landboten gekauft oder über Beteiligungen die effektive Kontrolle übernommen. Die Tagblatt-Medien gehören schon seit 15 Jahren zur NZZ-Gruppe. Die Hoffnung, dass Tamedia und NZZ/Tagblatt-Medien im Raum Zürich – Ostschweiz einen gesunden Medienwettbewerb führen würden, haben sich spätestens seit der einvernehmlichen publizistischen Aufteilung des Kantons Thurgau am 20. September 2006 zwischen der Thurgauer Zeitung und dem St. Galler Tagblatt zerschlagen. Auch aus einer medienpolitischen Gesamtsicht wäre die Erteilung der gewünschten Fernsehkonzessionen an TELE TOP (für das Versorgungsgebiet 10 Zürich-Nordostschweiz) bzw. an TELE SÄNTIS (für das Versorgungsgebiet 11 Ostschweiz) sinnvoll.

Name bzw. Firma des Gesuchstellers (2.1.a): **TELE SÄNTIS**

Art der geplanten Veranstaltung (3. a): Radio  Fernsehen

Verbreitungsart (3. c): terrestrisch  Kabel

Versorgungsgebiet (3.): Region 11 Ostschweiz

Name des Programms (3.): TELE SÄNTIS

Schwerpunkte des Programms (3.): Informationen aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft mit 1 Programmfenster (Kantone AR/AI) für ein breites Zielpublikum (15 – 75 Jahre)

Programm werbefinanziert (4.): ja  nein

Ausbaustufen (8.): Verbreitung über Satellit und DVB-T

## 2. Identität des Gesuchstellers

### 2.1. Allgemeine Angaben zum Gesuchsteller

a. Name bzw. Firma des Gesuchstellers

**TELE SÄNTIS**

**Beilage:** IGE Anmeldebestätigung Marke TELE SÄNTIS

b. Sitz

Während des Konzessionsverfahrens: Gertrudstrasse 1, Postfach 2299, 8401 Winterthur. **TELE SÄNTIS wird nach der Gründung seinen Sitz in St. Gallen haben.**

c. Vertreter gegenüber dem BAKOM

**Dr. Günter Heuberger**

**TELE SÄNTIS**

**Postfach 2299**

**8401 Winterthur**

**Tel 052 244 88 00 / Fax 052 244 88 01 Mail: [guenter.heuberger@teletop.ch](mailto:guenter.heuberger@teletop.ch)**

## **2.2. Organisation und Zusammensetzung**

a. Rechtsform

### **Aktiengesellschaft**

**Beilage:** Statuten 2008 der TELE SÄNTIS AG

b. Organisationsstruktur

**Beilagen:** - Organigramm TELE SÄNTIS 2008  
- Geschäftsordnung von TELE SÄNTIS 2008

c. Vorgesehene personelle Zusammensetzung der leitenden Organe unter Angabe des Wohnsitzes und der Nationalität der Personen

### **Leitende Organe/Verwaltungsrat TELE SÄNTIS**

Dr. Günter Heuberger, Seuzach, Funktion noch offen

Die weiteren Verwaltungsräte werden nach der Konzessionserteilung gewählt. Sie stammen alle aus den Kantonen St. Gallen, Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden und Thurgau.

### **Geschäftsführung**

Wird nach der Konzessionserteilung durch den Verwaltungsrat gewählt. Günter Heuberger steht für diese Funktion nicht zur Verfügung (keine Doppelführung von TELE TOP und TELE SÄNTIS möglich).

d. Beteiligungsverhältnisse

**Das Aktienkapital von Fr. 1'000'000.00 wird durch Günter Heuberger gezeichnet und anschliessend weiteren Aktionären zur Verfügung gestellt. Günter Heuberger wird seinen Aktienanteil im Idealfall auf 30 Prozent reduziert. Es ist ein Aktionariat von 100 natürlichen Personen geplant. Medienunternehmen und andere gewinnstrebige Unternehmen sollen sich nicht an der TELE SÄNTIS AG beteiligen können.**

e. Geschäftsbericht der TOP-Medien (als Referenz)

**Beilagen:** - Geschäftsbericht 2006 der TOP-Medien  
- Erfolgsrechnung und Bilanz 2006 TELE TOP

## **2.3. Tätigkeit des Gesuchstellers im Medienbereich**

a. Ausgeübte oder geplante Tätigkeit im schweizerischen und ausländischen Medienwesen oder in verwandten Bereichen

## **Betreiben eines Regionalfernsehens**

- b. Beteiligung an Drittunternehmen in den unter a.) angegebenen Bereichen

**Die Gesuchstellerin ist an keinen Unternehmen beteiligt.**

- c. Zusammenarbeit mit Unternehmen in den unter a) angegeben Bereichen

**Die Gesuchstellerin arbeitet nur mit den anderen TOP-Medien zusammen. Allerdings wird jedes Unternehmen separat geführt. Eine Zusammenarbeit wird mit den unter a. und b. erwähnten Bereichen und Gesellschaften besteht. Alle eigenen Rechtsgesellschaften werden als solche behandelt. Allfällige Transferpreise sind transparent und unterstehen dem Ansatz wie Dritte.**

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

- a. Natürliche Personen, die einen Kapital- oder Stimmrechtsanteil von mindestens fünf Prozent halten.

Günter Heuberger, Seuzach      Bei der Gründung 100 Prozent, nach der öffentlichen Aktienplatzierung noch 30 Prozent, Schweizer, Geschäftsführer RADIO TOP / TELE TOP, arbeitet seit 1983 zu 100 % im Medienwesen.

**Beilage:** Lebenslauf Günter Heuberger mit Tätigkeiten

- c. Natürliche und juristische Personen, die dem Gesuchsteller Kredite im Umfang von mindestens einem Viertel von dessen Eigenkapital gewähren

Das Konzept von TELE SÄNTIS sieht nebst dem Gründungskapital einen Investitionskredit vor. Wir verweisen dazu auf die Angaben zur Finanzierung (Punkt. 4.2 „Fremdkapital“).

## **3. Programm**

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

- a. Zeitlicher Umfang, Inhalt und Struktur des Programms

**24 Stundenprogramm. Schwerpunkt ist ein Informationsprogramm, das um 1800 beginnt. In den ersten 15 Minuten des Sendegefässes SÄNTIS NEWS sind darin 3 längere Beiträge und ein Nachrichtenblock mit mehreren Einspielungen von Statements (O-Töne). Um 1812 folgt das Wetter für die Region Ostschweiz gefolgt von einem überregionalen/nationalen Werbeblock. Punkt 1815 erfolgt die Trennung in die zwei gleichwertigen Programmfenster:**

- Kanton St. Gallen
- Kantone Appenzell Ausserrhoden / Appenzell Innerrhoden

In den nächsten 15 Minuten folgen 2 längere Beiträge und ein regionaler Nachrichtenblock. Anschliessend folgt ein regionaler Werbeblock, der den regionalen Kunden erlaubt, ihre Zielgruppe in den beiden Region zu günstigen Preisen zu erreichen.

**Von 1830 – 1855 wird der SÄNTIS TALK ausgestrahlt. Dort werden tagesaktuelle Themen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport in der Regel live diskutiert.**

Mit diesem Programmkonzept wird das seit dem 1. November 1999 bewährte tagesaktuelle Regionalfernsehprogramm von TELE TOP stärker auf die Bedürfnisse der Regionen fokussiert. Das bisherige Programm von TELE TOP hatte nämlich keine inhaltlich-qualitativen, dafür aber geographisch-strukturelle Mängel. Die Redaktion von TELE TOP bemühte sich (zurecht!) nach journalistisch-professionellen Grundregeln (Relevanz, Wahrheit/Ethik, Geschwindigkeit, Attraktivität) zu programmieren. Weil deswegen in den Kantonen des bisherig grossen Sendegebietes (Kantone Thurgau, Schaffhausen, Appenzell-Innerrhoden, Appenzell-Ausserrhoden, Zürich (Teile) und St. Gallen (Teile) praktisch jeden Tag eine andere Reihenfolge der Beiträge und Nachrichten resultierte, konnten sich die Zuschauerinnen und Zuschauer zuwenig an den von ihnen gewünschten Ablauf in geographischer Hinsicht gewöhnen. **Die nun durch die neue Gebietseinteilung auf die Kantone St. Gallen, Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden und Thurgau (Bezirke Arbon und Bischofszell) mögliche Konzentration der Beiträge und Nachrichten dürfte sehr rasch zu einem beträchtlichen Anstieg der Zuschauerzahlen, der Nutzungsminuten und des Marktanteils von TELE SÄNTIS führen.**

Die gleiche Entwicklung passierte ab 1998 bei RADIO TOP, als zuerst 5, später 6 und schliesslich 7 tägliche Programmfenster in den Studios Winterthur, Frauenfeld und Wil (später St. Gallen) produziert wurden, Die Tagesreichweite stieg innert zwei Jahren von 150'000 auf über 200'000 Hörer.

Wir sind der Ansicht, dass sich mit dem Gebührenanteil von Fr.2'205'052.00 pro Jahr zur Produktion der Programme durch TELE SÄNTIS sehr gute qualitativ hochwertige Informationsbeiträge und Nachrichten produzieren lassen.

**Bei besonderen regionalen Ereignissen (Wahlen und Abstimmungen, Aussenübertragungen) werden zusätzliche Programmfenster geöffnet. TELE TOP hat in den letzten Jahren zahlreiche Sondersendungen mit grossem Aufwand und Erfolg produziert. Übertragen wurden Podiumsgespräche zu den Regierungsratswahlen in den Kantonen Zürich, Schaffhausen, Thurgau und St. Gallen, zu den Stadtratswahlen in Winterthur und St. Gallen und – als neueste Beispiele – zu den Ständeratswahlen im Kanton Zürich und im Kanton St. Gallen. An den Wahl- und Abstimmungssonntagen der letzten Jahre bauten wir unser Angebot immer mehr aus. Mit den beiden Wahlsendungen vom 21. Oktober 2007 (live ab**

**1200 über Satellit aus dem TV-Studio Leutschenbach) und vom 25. November 2007 (live ab 1200 über 2 Satelliten sowohl aus dem Walcheturm in Zürich als auch aus dem Pfalz Keller in St. Gallen hat TELE TOP eindrücklich bewegt, dass es – mit beträchtlichem Mitteleinsatz – auf der regionalen Ebene möglich ist, eine publizistisch starke Ergänzungsfunktion zu SF DRS einzunehmen.**

Die Sendung TOP TALK von 1830 – 1855 (mit stündlichen Wiederholungen) wurde im Jahr 2004 einmal wöchentlich eingeführt. Aufgrund der guten Resonanz und der zunehmenden Professionalisierung des Teams war es möglich, einen zweiten wöchentlichen TOP TALK zu produzieren. **Nach Erhalt der Konzession wird innerhalb der Redaktion ein eigenständiger Teil für den SÄNTIS TALK verantwortlich und gleichzeitig die Anzahl Sendungen von zwei auf vier in der Woche verdoppelt.** Im SÄNTIS TALK wird sich sehr deutlich das publizistische Selbstverständnis von TELE SÄNTIS zeigen. Es wird dort in erster Linie darum gehen, den Informationsstand der Bevölkerung über alle relevanten gesellschaftlichen Bereiche (Politik, Kultur, Wirtschaft, Sport, Freizeit, Soziales) zu verbessern und damit vor allem die Integration aller Bevölkerungskreise und -schichten sicherzustellen. Das bedeutet umgekehrt, dass "quotenbringende Einzelgäste" aus dem Show-Business und VIP-Bereich nur ausnahmsweise in einen SÄNTIS TALK eingeladen werden. Der SÄNTIS TALK ist also eine meinungsbildende Vertiefungssendung mit einer Vielfalt von Akteuren und Meinungen und wird nicht zu einem Bruch gegenüber dem Niveau der SÄNTIS NEWS und der Programmfenster führen.

Die SÄNTIS NEWS, die SÄNTIS PROGRAMMFENSTER für die Kantone St. Gallen und Appenzell-Ausserrhoden / Appenzell-Innerrhoden und der SÄNTIS TALK werden während der ganzen Nacht und am Vormittag wiederholt. Allerdings werden wir die Möglichkeit schaffen, aktuelle Beiträge des Abends oder ganz wichtige Meldungen in das Programm einzubauen. Gleiches gilt für den SÄNTIS TALK, der beispielsweise zur Vielfalt der Akteure, stündlich abwechselnd ausgestrahlt werden kann.

Von 1500 – 1759 planen wir die Ausstrahlung von Magazinen aus dem Bereichen Wirtschaft, Kultur, Tourismus und Gesundheit, wobei durchaus auch jüngere Zielgruppen angesprochen werden sollten.

**Das Wochenendprogramm weist ebenfalls Fokussierungen auf den Service public régional gegenüber dem heutigen Programm auf.** So scheiden die von Tele Züri übernommenen Sendungen "Life-Style" (Freitagabend) und "Swiss-Date" (Samstagabend) aus dem Programm aus. Am Freitagabend wird ein eigenes Ausgehmagazin mit kulturellem Anspruch produziert. **Und am Samstagabend werden von 1830 bis 1900 mit der Sendung SÄNTIS KULTUR neue Wege beschritten.** Hier werden Ausschnitte aus kulturellen Veranstaltungen journalistisch aufbereitet gesendet. Ausserdem gibt es Überlegungen mit kulturellen Institutionen im ganzen Sendegebiet Zusammenarbeiten analog der SRG zu treffen, welche zu Live-Übertragungen führen werden. Dieses Konzept wird zweifellos zu einer starken Verankerung in allen Regionen der drei Kantone Zürich, Thurgau und Schaffhausen führen.



**Selbstverständlich gehört zu jedem ernstzunehmenden Regionalfernsehen ein TALK AM SONNTAG.** Für diese nach den SÄNTIS NEWS und SÄNTIS PROGRAMMFENSTERN von 1830 – 1900 dauernde attraktive Sendung werden die Gäste nach folgenden Kriterien ausgewählt:

- Beitrag an die politische Meinungsvielfalt (keine Stammgäste)
- Beitrag an die publizistische Meinungsvielfalt (keine Chefredaktoren von anderen Medien)
- Relevanz zu den geplanten Themen (keine Alleswisser)
- Beitrag zur geographischen Vielfalt (Gleichbehandlung der Kantone)
- Beitrag zur vertieften Diskussion der Themen (keine primär polarisierenden Quotenbringer)
- Beitrag zur Meinungsbildung über Fragen des Zusammenlebens und der Integration
- Beitrag zur Förderung des kulturellen und sozialen Zusammenlebens

TELE SÄNTIS widmet sich intensiv den Themen des Raumes Ostschweiz, der sich manchmal benachteiligt fühlt. Die Ostschweiz ist ein Raum mit vielen interessanten Ereignissen, aktiven Einwohnern und einem starken Zusammengehörigkeitsgefühl.

Durch das Programm wird das politische, kulturelle, wirtschaftliche und sportliche Leben des Kommunikationsraumes Ostschweiz gefördert und in den anderen Landesteilen und in der Euregio Bodensee besser bekannt gemacht.

Durch die hinter TELE SÄNTIS stehenden Partner ist gewährleistet, dass ein wesentlicher Beitrag zur Meinungsbildung über Fragen des lokalen und regionalen Zusammenlebens sowie zur Förderung des kulturellen Lebens geleistet werden kann.

**Beilage:** Publizistische Leitlinien der TOP-Medien (Version TELE SÄNTIS)

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

**Der Anteil der Sendungen die sich inhaltlich direkt auf das Versorgungsgebiet beziehen, liegt bei 100 %.**

### **3.2. Leistungsauftrag**

Wir begrüßen es, dass das BAKOM in diesem Bereich hohe Vorgaben macht und sich nicht durch die in der Branche geäußerte Kritik beeinflussen lässt. Für uns ist klar: Wer eine Konzession, also ein nicht unbeschränktes Gut, von der Allgemeinheit haben will, hat dafür einen ausgebauten Leistungsauftrag zu erfüllen! Wir unterstreichen auch an dieser Stelle, dass RADIO TOP und TELE TOP in diesem Bereich in den letzten Jahren sehr viel unternommen haben und weitere Schritte prüfen werden, welche über die in der Ausschreibung gemachten Anforderungen hinausgehen werden. Davon wird TELE SÄNTIS enorm profitieren können. Wir legen unsere Absichten und bereits erreichten Vorgaben in den folgenden Abschnitten dar:

#### **3.2.1. Sicherung der redaktionellen und programmlichen Qualität**

### **3.2.1.1. Sicherung der redaktionellen Qualität**

#### **3.2.1.1.1. Verfahren der Qualitätssicherung**

**Wir verstehen unter der redaktionellen Qualitätssicherung die Sicherung und Steigerung der Qualität im ganzheitlichen Sinn für das Programm, aber auch für die anderen Abteilungen (Technik, Verkauf, Promotion/Dienste). TELE SÄNTIS hat in den letzten Jahren diesen Punkt trotz beschränkter Ressourcen und trotz dem Branchentrend zum Mainstream und zur Kommerzialisierung sehr stark gewichtet.** Unsere Entstehungsgeschichte aus dem kleinen WINTI TV des Jahres 1986 zum Start von TELE TOP auf den 1. Januar 1999 und den Gebietserweiterungen der Jahre 2000 und 2001 nach St. Gallen und Schaffhausen in die Räume der Monopolunternehmen (Zeitung, Radio, Fernsehen), hat unser Streben nach Qualität positiv beeinflusst. Wir legen Ihnen deshalb dar, mit welchen Elementen wir im Produktionsprozess die Qualitätssicherung begleiten und allfällige Korrekturen sicherstellen. Mit diesen strukturellen Massnahmen und organisatorischen Abläufen sorgen wir für eine kontinuierliche Überprüfung der erbrachten Leistungen im gesamten Unternehmen. Ausserdem verweisen wir ausdrücklich auf 5.b) Qualitätssicherungssystem. **Wir erarbeiten auch immer wieder neue Ziele, die über die gesetzten Ziele im Programmauftrag hinausgehen und so höheren selbst gesetzten Standards entsprechen müssen. Vor diesem Hintergrund begrünnen wir die mit der Konzession verbundenen Verpflichtungen, ein Qualitätssicherungssystem zu etablieren, welches mit Bezug auf die publizistische Programmproduktion folgende Elemente umfasst:**

**Inhaltliche und formale Qualitätsziele und -standards, welche sich auf den Programmauftrag beziehen und senderspezifische Leistungsanforderungen konkretisieren. Es bestehen bei TELE SÄNTIS bereits verschiedene wichtige Dokumente. Wir legen deren wichtigste Inhalte in Bezug auf das Verfahren der Qualitätssicherung hier dar.**

#### **1. Leitbild**

Das Leitbild macht auf zwei Seiten die entscheidenden Aussagen zu folgenden Punkten: Unternehmen, MitarbeiterInnen, Programm, Finanzen, Technik, Führung, Ethik, Leistungsauftrag und Qualitätssicherung. In Bezug auf das Verfahren weisen wir insbesondere auf Punkt 2, MitarbeiterInnen, hin. Dort wird bereits die laufende interne und externe Ausbildung ein erstes Mal verankert. Eine Besonderheit ist sicher auch die Umschreibung, dass die laufende Evaluierung neuer und die Pflege des bestehenden Kaderns höchste Aufmerksamkeit erfordert. Diese Sicht unterstreicht, dass das Kader zur Sicherstellung der Qualität eine wichtige Rolle spielt, weil Qualitätssicherung ein laufender Prozess ist, der immer wieder gegenüber anderen Interessen durchgesetzt werden muss.

In diese Richtung geht unsere in Punkt 4 des Leitbildes, Finanzen, deutlich formulierte Absicht, dass für uns die Maximierung des Gewinnes kein unternehmerisches Ziel ist.

Wir freuen uns, dass schon unser bisheriges Leitbild in der **BAKOM-**

**Studie: Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006 von Vinzenz Wyss** gleich an mehreren Stellen gut dargestellt wird.

Vgl. Vinzenz Wyss, Forschungsbericht: Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006, Seite 10f.:

#### **Beliebiger und diffuser Qualitätsbegriff**

"Auffallend ist, dass allein ein einziger TV-Sender (FC/TELE TOP) und ein Radiosender über umfassende Leitbilder verfügen, welche die relevanten Punkte journalistischer Qualität, Unabhängigkeit, Ethik ansprechen. Im Falle des Radiosenders sind jedoch die Qualitätskriterien in einer grösseren Textmenge disparat so angeordnet, dass sie wenig praktikabel scheinen. Zudem werden sie bei diesem Sender kommerziellen Überlegungen nachgestellt bzw. untergeordnet. **Das Leitbild von FC/TELE TOP lässt alle anderen weit hinter sich (und könnte eventuell für einen Benchmark geeignet sein).** Drei weitere Radiosender haben partielle Qualitäts-Leitbilder; darunter befindet sich auch das Kontrastradio. Ein kleiner Radio- und ein TV-Sender benennen in ihren Dokumenten wenigstens einzelne Prinzipien journalistischer Qualität. Erstaunlich ist, dass zwei der untersuchten TV-Sender (darunter FD/Tele Züri) und zwei Radio-Sender glauben, ganz ohne schriftliche Referenz auf journalistische Standards ihr Programm gestalten zu können".

Vgl. weiter Vinzenz Wyss, Forschungsbericht: Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006, Seite 15f.:

#### **Medientypischer und sprachkultureller Vergleich**

"Die Vorstellung, dass grosse Stationen mit mehr Ressourcen auch mehr in die Qualitätssicherung investieren, konnte in der Dokumentenanalyse nicht erhärtet werden. Dies illustriert etwa das Beispiel eines Fernsehsenders (FD/Tele Züri), bei dem im Wesentlichen auf die Dokumente des Mutterhauses verwiesen wird. In diesen Dokumenten finden sich hingegen alle möglichen Reglemente bis hin zu einem Reglement über den Erlass von Reglementen – aber kaum Hinweise auf journalistische Qualität im Fernsehen. Ein anderer Fernsehsender (FC/TELE TOP) – ressourcenschwächer – ist hingegen mit einem vergleichsweise adäquaten Leitbild ausgestattet. Die Dokumentenanalyse zeigt keinen eindeutigen Unterschied zwischen Radio und Fernsehen. Tendenziell lässt sich aus dem Duktus der Dokumente auf ein leicht höheres Qualitätsbewusstsein bei den Radiosendern schliessen – **mit Ausnahme der erwähnten Beispielhaftigkeit von TELE TOP.** Auch bezüglich der Sprachregion ist keine eindeutige Differenz feststellbar. Vorsichtig können allenfalls zwei Beobachtungen festgehalten werden: Zweisprachige Sender an der Sprachgrenze verwenden einige Sorgfalt auf die Sicherung der Produktion, also auch auf einige Elemente der Qualitätssicherung. Sender der Romandie scheinen stärker auf informelle

*Qualitätswerkzeuge zu setzen, etwa Gespräche zwischen Redaktorinnen und Redaktoren oder Ausbildungsmassnahmen am Arbeitsplatz".*

Trotz diesem guten Zwischenzeugnis der BAKOM-Studie haben wir das Leitbild noch einmal in Richtung Leistungsauftrag und Qualitätssicherung verbessert, weil unterdessen das neue RTVG unsere bisherigen Bemühungen um den Service public régional nun gesetzlich umschrieben hat.

**Beilage:** Leitbild der TOP-Medien (Version TELE SÄNTIS)

## 2. Geschäftsordnung

Auch dieses Dokument besteht bei TELE TOP schon sehr lange und wurde regelmässig den Veränderungen des Unternehmens angepasst. Es wird deshalb auf TELE SÄNTIS umgeschrieben eingereicht. Entscheidend ist die Regelung der Aufgaben, Kompetenzen, Verantwortungen und der Zusammenarbeit der verschiedenen Organe. In den letzten Jahren wurde der **Geschäftsführer zur Erstellung eines Ausbildungskonzeptes und zur Erarbeitung einer Ethik-Charta des Unternehmens verpflichtet**. Beide Punkte sind Eckpfeiler der Qualitätssicherung für die Erfüllung des Leistungsauftrages. In den nächsten Monaten wird der Geschäftsführer mit der Erarbeitung eines umfangreichen Qualitätssicherungskonzeptes beauftragt, das auf Stufe Verwaltungsrat verabschiedet werden muss.

**Beilage:** Geschäftsordnung von TELE SÄNTIS 2008

## 3. Organigramm

In diesem Punkt werden die TOP-Medien (RADIO TOP, TELE TOP, TELE SÄNTIS) unter den neuen Konzessionen ihre Verpflichtung zur Erfüllung der Leistungsaufträge und damit der Qualitätssicherung am deutlichsten unterstreichen. Mit dem Erhalt der neuen Konzessionen mit Leistungsauftrag wird die **Stelle des Leiters "Qualitätssicherung"** geschaffen. Diese Stelle wird **als Stabsstelle direkt dem Geschäftsführer der TOP-Medien zugewiesen** und auf der gleichen Stufe wie der Leiter "Finanzen/Controlling" stehen. Diese ausgewiesene **Persönlichkeit mit primär publizistisch/strategischem Hintergrund** wird auf Kaderstufe entlohnt. Sie erhält die Mittel und Ressourcen um die mehrfach bewiesene **Vorreiterrolle von RADIO TOP, TELE TOP und TELE SÄNTIS im Service public régional weiter auszubauen**. Aus unserer Sicht wird sich diese Persönlichkeit neben der Qualitätssicherung im redaktionellen Bereich auch mit den Voraussetzungen in den anderen Bereichen (Moderation, Promotion/Dienste, Technik) befassen, damit die Qualitätssicherung in den ganzen Unternehmen gelebt wird.

## Beilage: Organigramm TELE SÄNTIS 2008

### 4. News-Konzept 2006

Das News-Konzept 2006 von TELE TOP gültig ab dem 21. August 2006 ist eine Weiterentwicklung der früheren News-Konzepte. Es wird als Eingabe für TELE SÄNTIS eingereicht. Im wesentlichen enthält es die folgenden Kapitel:

#### Programmraster TELE TOP Montag bis Freitag

Zeit	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
8.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
8.30	Tierisch	Globe TV TOP POT	SPORT / WIRTS./ GESUND. TALK	TOP TALK	TOP EVENTS USFLUG
9.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
9.30	Mediashop 1	Mediashop 1	Mediashop 1	Mediashop 1	Mediashop 1
10.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
10.30	Mediashop 2	Mediashop 2	Mediashop 2	Mediashop 2	Mediashop 2
11.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
11.30	Tierisch	Globe TV TOP POT	SPORT / WIRTS./ GESUND. TALK	TOP TALK	TOP EVENTS USFLUG
12.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
12.30	Tierisch	Globe TV TOP POT	SPORT / WIRTS./ GESUND. TALK	TOP TALK	TOP EVENTS USFLUG
13.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
13.30	Mediashop 3	Mediashop 3	Mediashop 3	Mediashop 3	Mediashop 3
14.00	TTT	TOP NEWS / Wetter TOP SPORT	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP	TOP NEWS / Wetter TOP THEMA/TYP
14.30	Tierisch	Globe TV TOP POT	SPORT / WIRTS./ GESUND. TALK	TOP TALK	TOP EVENTS USFLUG
15.00	Murmi 1 / News	Murmi 1 / News	Murmi 1 / News	Murmi 1 / News	Murmi 1 / News
15.30	Videogang	Videogang	Videogang	Videogang	Videogang
16.00	Murmi 2 / News	Murmi 2 / News	Murmi 2 / News	Murmi 2 / News	Murmi 2 / News
16.30	Videogang	Videogang	Videogang	Videogang	Videogang
17.00	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV

<b>17.30</b>	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV
<b>18.00</b>	TOP NEWS	TOP NEWS	TOP NEWS	TOP NEWS	TOP NEWS
<b>18.15</b>	TOP WETTER	TOP WETTER	TOP WETTER	TOP WETTER	TOP WETTER
<b>18.20</b>	TOP SPORT	TOP THEMA/TYP	TOP THEMA/TYP	TOP THEMA/TYP	TOP THEMA/TYP
<b>18.30</b>	Globe TV	SPORT / WIRTS./ GESUND. TALK	TOP TALK	TOP EVENTS	LIFESTYLE
<b>18.45</b>	TOP POT			USFLUG (Start 18.50)	

Intensive Farben = Erstaussstrahlung

Ab 19.00 Uhr Wiederholungen von 18.00 Uhr

### Programm raster TELE TOP Samstag und Sonntag

Zeit	Samstag	Sonntag
<b>8.00</b>	TOP NEWS TOP THEMA/TYP	Rückblick 2
<b>8.30</b>	LIFESTYLE	SWISSDATE
<b>9.00</b>	TOP NEWS TOP THEMA/TYP	Rückblick 2
<b>9.30</b>	LIFESTYLE	SWISSDATE
<b>10.00</b>	TOP NEWS TOP THEMA/TYP	Rückblick 2
<b>10.30</b>	LIFESTYLE	SWISSDATE
<b>11.00</b>	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV
<b>11.30</b>	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV
<b>12.00</b>	Rückblick 1	TTT
<b>12.30</b>	Globe TV TOP POT	Tierisch
<b>13.00</b>	Rückblick 1	TTT
<b>13.30</b>	Globe TV TOP POT	Tierisch
<b>14.00</b>	Rückblick 1	TTT
<b>14.30</b>	Globe TV TOP POT	Tierisch
<b>15.00</b>	Rückblick 1	TTT
<b>15.30</b>	Globe TV TOP POT	Tierisch
<b>16.00</b>	Autonews TV	TTT
<b>16.30</b>	Autonews TV	Tierisch
<b>17.00</b>	FUTURA TV INFORM TV	FUTURA TV INFORM TV
<b>17.30</b>	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV	KOCHEN TV WOHNTRAUM TV
<b>18.00</b>	Rückblick 2	TTT
<b>18.30</b>	SWISSDATE	Tierisch

Intensive Farben = Erstaussstrahlung

Ab 19.00 Uhr Wiederholungen von 18.00 Uhr

Am **Wochenende** finden in der Regel keine tagesaktuellen News-Sendungen statt. Am Samstag wird ein Wochenrückblick ausgestrahlt, am Sonntag werden die besten Beiträge aus den Magazinen TOP TYP, TOP THEMA und TOP SPORT wiederholt. Eine Ausnahme bilden die zahlreichen Abstimmungssonntage, die mit separaten Memos geregelt

werden.

### **TOP NEWS**

Die TOP NEWS sind die journalistische Visitenkarte von TELE SÄNTIS. Sie informieren den Zuschauer täglich über die wichtigsten Ereignisse in der Region und bieten ihm so ein festes Gerüst in seinen täglichen Ritualen. Die TOP NEWS bestehen aus Schlagzeilen, Beiträgen und Nachrichtenmeldungen.

### **Schlagzeilen**

Die Schlagzeilen geben dem Zuschauer ein Inhaltsverzeichnis der News-Sendung. Sie müssen knackig formuliert sein und sollen den Zuschauer mit Bild und Ton dazu animieren, den dazugehörigen Beitrag unbedingt schauen zu wollen. Dafür muss Zeit investiert werden.

### **Beitrag**

Der Beitrag beleuchtet ein Thema tiefer als eine Kurz-Meldung oder eine Quote-Meldung. Verantwortlich für einen Beitrag ist ein Redaktor, der ihn entweder als VJ oder zusammen mit einem Kameramann realisiert. Der Beitrag sollte wie eine Geschichte aufgebaut werden, das heisst, er soll den Zuschauer fesseln. Gleich am Anfang des Beitrages soll der Zuschauer mit Bild und Ton abgeholt werden. Die Spannungskurve kann dann leicht abflachen, allerdings nie so stark, dass die Zuschauer abschalten oder wegzappen. Am Schluss des Beitrages soll wieder ein Highlight stehen.

Die Beiträge müssen die Maxime der Redaktion einhalten (separates Blatt). Dies bedeutet, dass die Beiträge unbedingt verständlich sein sollen. Beim Medium Fernsehen gehört hier neben dem Off-Text und den Quotes natürlich auch das Bild dazu. Eine Text-Bild-Schere kann dazu führen, dass der Zuschauer sich nicht mehr auf die Inhalte konzentrieren kann und ist deshalb zu vermeiden. Ausserdem soll eine einfache, zuschauergerechte Sprache verwendet werden. Nebensätze, komplizierte Satzkonstrukte und schwerverständliche Fremdwörter sollen vermieden werden.

### **Nachrichtenmeldung**

Eine Nachrichtenmeldung besteht grundsätzlich aus den drei Elementen: Meldungs-Schlagzeile, Leadsatz und dem Meldungsteil.

Der Aufbau der Meldung erfolgt aber nicht in der Reihenfolge der bekannten W-Fragen, sondern richtet sich nach einer (fast) unumstösslichen Regel. Die Schlagzeile und der Leadsatz transportieren den Fact, also das Neue. Danach folgt die Quelle, falls sie nicht offensichtlich ist, wie z.B. ein Fussballmatch. Mit weiteren Details kann nun der Fact präzisiert werden und der Hintergrund kommt an den Schluss. Die Meldungen sind damit nach abnehmender Wichtigkeit aufgebaut. Bei einer idealen Nachrichtenmeldung kann von hinten Satz für Satz weggestrichen werden, die Meldung macht aber

immer noch Sinn.

### **TOP THEMA / TOP TYP**

Das TOP THEMA behandelt ein Thema detaillierter und vertiefter als es in der Nachrichten-Sendung oder einem News-Beitrag möglich ist. Dafür sind verschiedene Präsentationsformen denkbar. Am häufigsten wird das TOP THEMA Beitragsform haben. Allerdings ist es auch möglich eine Reportage zu machen oder einen Kurz-Talk zu senden.

Eine Sonderform des TOP THEMAS ist der TOP TYP. In dieser Rubrik wird eine Person näher vorgestellt. Dies kann auf der einen Seite eine öffentliche Person sein, aber auch spezielle Persönlichkeiten können portraitiert werden. Ein TOP THEMA oder ein TOP TYP dauert zwischen fünf und sieben Minuten.

### **TOP SPORT**

Am Dienstagabend wird anstelle des TOP THEMAS oder des TOP TYPS die Sportsendung ausgestrahlt. Ähnlich wie die anderen Sendungen ist auch TOP SPORT ca. 7 Minuten lang. Der TOP SPORT setzt sich aber aus mehreren Beiträgen zusammen. Die Beiträge im TOP SPORT sind kürzer als die Beiträge in der Newssendung. Sie sollten im Normalfall eine Länge von 2 ½ Minuten nicht überschreiten. Auch die Quotes sollten eher kürzer sein und maximal 20 Sekunden dauern.

**Beilage:** News-Konzept 2006 (als Eingabe für TELE SÄNTIS).

## **5. Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten**

inklusive:

- Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten
- Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten
- Richtlinien zu den Erklärungen der Pflichten
- Richtlinien zu den Erklärungen der Rechte

**TELE SÄNTIS wird (wie schon lange RADIO TOP und TELE TOP) sowohl die Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten, die Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten, die Richtlinien zu den Erklärungen der Pflichten sowie die Richtlinien zu den Erklärungen der Rechte integral in das neue Redaktions-Handbuch von TELE SÄNTIS übernehmen.** Damit belegen wir, dass wir die branchenüblichen Qualitätsstandards, die vom Schweizer Presserat an seiner konstituierenden Sitzung vom 18. Februar 2000 verabschiedet und an den Plenarsitzungen vom 9. November 2001 sowie vom 28. Februar 2003 revidiert wurden, sehr



ernst nehmen.

**Beilage:** Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten

## 6. Redaktionsstatut

Dieses wichtige Dokument regelt die **publizistischen Grundsätze von TELE SÄNTIS sowie das Verhältnis zwischen Redaktion, Geschäftsführung und Verwaltungsrat.** Es präzisiert die Geschäftsordnung und die Ethik-Charta für die Mitglieder der Redaktion. Selbstverständlich können sich alle Programmmitarbeitenden (Moderation) auf das Redaktionsstatut berufen. Dieses wird innerhalb der Redaktion durch Einzelarbeitsverträge und Pflichtenhefte ergänzt. Das Redaktionsstatut verweist auf die Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten.

**Beilage:** Redaktions-Statut TELE SÄNTIS

## 7. Maximen der Redaktion TELE SÄNTIS

Dieses Dokument zeigt den Redaktorinnen und Redaktoren auf einem Blatt unsere **Hauptzielsetzungen unter folgenden Titeln: Wahrheit/Ethik, Verständlichkeit, Geschwindigkeit und Attraktivität.** TELE SÄNTIS versucht besonders im ethischen Bereich Maßstäbe zu setzen, welche im harten Newsgeschäft und Kampf um Marktanteile und Werbeumsätze einen Kontrapunkt bilden.

**Beilage:** Maximen der Redaktion TELE SÄNTIS

## 8. Programm raster TELE TOP 2007

Der **Programmraster wird jedes Jahr erneuert und regelt alle Programminhalte der Redaktion und der Moderation. Er zeigt deutlich, dass die Prioritäten des Programms in den Informationssendungen** und nicht in der Unterhaltung liegen. Weil für jeden einzelnen Wochentag eine differenzierte Programmübersicht in Kraft ist, wird sichergestellt, dass keine Zufälligkeiten die Programmqualität mindern können.

**Beilage:** Programmraster TELE TOP 2007 (als Eingabe für TELE SÄNTIS)

Wir stellen als Beispiel für die Arbeitsweise und die Vielfalt der Themen den Sendeablauf von Montag, 26. November 2007, dar.

**Beilage:** Sendeablauf 2007, Tagessendung vom 26.11.2007 (als Eingabe für TELE SÄNTIS)

**Die Punkte 4 - 8 werden den Mitgliedern der Redaktion im Redaktions-Handbuch TELE SÄNTIS vom ersten Arbeitstag an bekannt gemacht. Jeder erhält ein persönliches Exemplar, das diese Punkte umfasst.**

## **9. Neu: Qualitätssicherungskonzept**

Nach Erhalt der Konzession mit Leistungsauftrag wird TELE SÄNTIS ein umfangreiches Qualitätssicherungskonzept in Kraft setzen. Dieses wird für sämtliche Bereiche des Unternehmens Prozesse festschreiben, durch welche regelmässig überprüft werden kann, ob die festgelegten Qualitätsziele erfüllt werden.

Für die Inkraftsetzung des Qualitätssicherungskonzeptes trägt der Geschäftsführer von TELE SÄNTIS die Hauptverantwortung. Er kann sich dabei auf die vielfältigen Projekte, bestehende Arbeiten und Konzepte seiner Mitarbeiter stützen. Der Initiator von TELE SÄNTIS, Günter Heuberger, hat sich in den über 20 Jahren seiner Medientätigkeit in folgenden Bereichen für die Erreichung von Qualitätsstandards in den durch ihn geführten Unternehmen ausgebildet:

### **1. Unternehmergruppe Kommunikation der HSG St. Gallen (UGRU), Leitung: Prof. Dr. Klaus Haake**

Von 1998 - 2007 hat der Geschäftsführer von RADIO TOP und TELE TOP gesamthaft über 30 Ausbildungstage bestritten. Die folgenden Themen wurden behandelt:

Datum	Ausbildungsthemen	Beschreibung	Referent	Dauer
05.02.1998	Strategieentwicklung für KMU	Informationsanalyse Strategieentwicklung Strategieumsetzung Strategieüberprüfung	Willi Seiler, Dipl. KMU/HSG	1 Tag
24.06.1998	Umgang Menschen	Teamarbeit, Lernbereitschaft	Prof. Dr. Klaus Haake	1 Tag
23./24.09.1998	Suchen und Finden von Personal	Personalmanagement, Stellenbeschreibung Anforderungsprofile	Prof. Dr. Klaus Haake	2 Tage
27./28.11.1998	Verkaufskommunikation	Zuhören – Verstehen – Nachforschen	Christian Engeler, Promocom Team	2 Tage
26./27.04.1999	Workshop Burn-out: Prophylaxe und Ressourcenmanagement	Sicherung der Leistungserbringung, Produktivität	Kernen Ressourcen Management	2 Tage
01.0/2.10.1999	Ergebnisse der Szenarioübung	Gesellschaftliche Megatrends (Mobilität, Lebenslanges Lernen)	Prof. Dr. Klaus Haake	2 Tage
19.06.2000	Balanced-Scorecard-Managementansatz	Einbezug von nichtmonetären Leistungsindikatoren	Prof. Dr. Klaus Haake	1 Tag
23./24.09.2000	Workshop: Arbeit und	Krise der Gesellschaft:	Prof. Dr. Hans Ruh	2 Tage

0	Unternehmenskultur im Zeitalter der Globalisierung	Verteilung Arm/Reich, Arbeitslosigkeit Mann/Frau, Umwelt, Demographie		
08./09.03.2001	Neue Führungs- und Organisationsformen	Von der Hierarchie zur Organisation	Prof. Dr. Johannes Rüegg-Stürm	2 Tage
25./26.10.2001	Workshop: Ethik in der Führung	Transfer der Ethik in das Unternehmen	Prof. Dr. Hans Ruh	2 Tage
21.03.2002	Workshop: Personalselektion	Persönlichkeit, Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Jack Welch	1 Tag
24./25.06.2002	Event-Marketing – ein neues Zauberwort des Marketings?	Grundlagen, Planung, Prozesse, ROE, Zukunft, Controlling	Thomas Weber, Newton 21	2 Tage
17./18.06.2003	Team-Performance – gemeinsam zum Ziel	Sichtbarmachung der Performance	Rainer A. Künzle, Atelier K Glattfelden	2 Tage
30.10.2003	Neue Trends in der Kommunikation	Zeitung und Zeitschrift im Digitalzeitalter	Prof. Dr. Peter Glotz	1 Tag
30.08.2005	Medienrecht	Gegendarstellung, Urheberrechtsschutz	Dr. Bruno Glaus	1 Tag
03.03.2006	"Motivation"	Wertschätzung, Vorbild, Kommunikation, Zeit	Prof. Dr. Klaus Haake	1 Tag
13./14.07.2006	Arbeit als Stressor? Arbeit als Ressource	Eigener Mix finden, Kohärenzgefühl, Klare Agreements	Dr. Hans Kern	2 Tage
18./19.06.2007	Das Mediennutzungsverhalten der Zukunft und die Konsequenzen für die Anbieter	Handy erobern Community kreieren Inhalte konvergieren	Matthias W. Zehder, Redaktor	2 Tage
05.09.2007	Mitarbeiterführung	Ziele festlegen Entscheiden Organisieren Kontrollieren	Prof. Dr. Klaus Haake / Willi Seiler	1 Tag
30.11.2007	Markenidentität/Markengeschichte	Behavioral Branding	Prof. Dr. Torsten Tomczak	1 Tag

## 2. Persönliches Coaching mit Jacqueline Fehr, Organisationsberaterin und Coach

Seit über 5 Jahren hat der Geschäftsführer in der Person von Nationalrätin Jacqueline Fehr einen persönlichen Coach, der alle 2 Monate ein längeres Coaching durchführt. In diesen Sitzungen wurden u.a. die folgenden Themen behandelt:

- Personalentwicklung
- Personalentscheide
- Ausbildungsfragen
- Qualitätskontrollen
- Arbeitsbedingungen
- Verhandlungen für einen Firmenvertrag mit SSM

## 3. Brühlgut-Stiftung für Behinderte

Der Geschäftsführer ist seit 1992 Stiftungsrat der Brühlgut Stiftung

für Behinderte in Winterthur. In den Jahren 2000 und 2001 hat der Stiftungsrat zusammen mit der Geschäftsleitung ein umfangreiches Quality-Management-Handbuch erarbeitet, das sämtliche Leistungen und Prozesse der Brühlgut Stiftung festschrieb. Daraus konnte Günter Heuberger zahlreiche Lehren aus einem in einem ganz anderen Bereich tätigen Unternehmen ziehen.

**Das Qualitätssicherungssystem wird für alle TOP-Medien gelten und dabei Standards für die Sicherung und Steigerung der Qualität im ganzheitlichen Sinn für alle Abteilungen (Redaktion, Programm, Technik, Verkauf, Promotion/Dienste) festlegen. Es wird als Eingabe für TELE SÄNTIS eingereicht. Im jetzigen Zeitpunkt umschreiben wir die vorgesehenen Dokumente für den Bereich Redaktion. Diese Ziele und Dokumente werden allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit einer Informationsveranstaltung und Abgabe der Dokumente bekannt gemacht:**

- Leitbild der TOP-Medien (Version TELE SÄNTIS)
- Publizistische Leitlinien der TOP-Medien (Version TELE SÄNTIS)
- Organigramm TELE SÄNTIS
- Redaktions-Statut TELE SÄNTIS
- Redaktions-Handbuch
- Maximen der Redaktion TELE SÄNTIS
- Konzept für die Aus- und Weiterbildung der TOP- Medien (Version TELE SÄNTIS)
- Qualitätssicherungskonzept der TOP-Medien (Version TELE SÄNTIS)
- Ethik-Charta der TOP-Medien (Version TELE SÄNTIS)
- Merkblatt "Keine sexuellen Übergriffe in den TOP-Medien" (Version TELE SÄNTIS)
- Weisung zur Nutzung der Informatikmittel (Version TELE SÄNTIS)
- Checklisten
- Moderationskonzept
- Programmübersicht 2007
- Newskonzept 2006
- Kritik-Raster
- Regeln zu Vorteilen und Versprechen (Pt. 8, Erklärung der Pflichten)
- Regeln zu PR und Werbung (Pt. 10, Erklärung der Pflichten)
- Sendergeschichte (auf TOP ONLINE, Rubrik History)
- Verhalten in Spezialfällen
- - Suizid (Richtlinie 7.9 der Erklärung der Pflichten)
- - Bilder von Prominenten (Richtlinien 7.10 der Erklärung der Pflichten)
- Pflichtenhefte

### 3.2.1.1.2. Evaluation des Qualitätssicherungssystem

TELE SÄNTIS wird das Qualitätssicherungssystem laufend weiterentwickeln und ist deshalb gerne bereit dieses regelmässig durch eine unabhängige Institution auf die Zweckmässigkeit und die Einhaltung prüfen zu lassen. Allfällige Verbesserungsmaßnahmen werden umgehend umgesetzt. Das BAKOM wird die entsprechenden Evaluationsberichte erhalten, inklusive Berichterstattung der Behebung von allenfalls festgestellten Mängeln. Die BAKOM-Studie: Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006 von Vinzenz Wyss hat auf S. 10 unter anderem ausgeführt, dass das Leitbild von RADIO TOP und TELE TOP für ein Benchmark geeignet sei. Wir hoffen, dass uns diese Einschätzung nach einer gewissen Zeit auch mit dem gesamten Qualitätssicherungssystem gelingen wird.

### 3.2.1.2. Sicherung der programmlichen Qualität

Wir erachten die Sicherung der redaktionellen Qualität als wichtigsten Pfeiler zur Erfüllung des Leistungsauftrages und haben deshalb diesen Punkt ausführlich dargestellt. Allerdings gehört nach unserem Verständnis für die Erbringung des Service public régional auch die Qualitätssicherung im gesamten Programm (Moderation, Musik, Promotion/Dienste) dazu. Mit den publizistischen Leitlinien der TOP-Medien haben wir deshalb weitere journalistische Kriterien festgelegt, welche unseres Erachtens für den Erhalt einer Konzession mit Leistungsauftrag zwingend sein müssen.

Wie in Absatz 3.2.1.1.1. unter Punkt 3. Organigramm ausgeführt, werden die TOP-Medien unter den neuen Konzessionen mit Leistungsauftrag die **Stelle des Leiters "Qualitätssicherung"** schaffen. Diese Stelle wird **als Stabsstelle direkt dem Geschäftsführer der TOP-Medien zugewiesen**. Diese ausgewiesene Persönlichkeit mit primär publizistisch/strategischem Hintergrund erhält die Mittel und Ressourcen um die mehrfach bewiesene Vorreiterrolle von RADIO TOP und TELE TOP im Service public régional weiter auszubauen und auf TELE SÄNTIS auszudehnen. Aus unserer Sicht wird sich diese Persönlichkeit neben der Qualitätssicherung im redaktionellen Bereich auch mit den Voraussetzungen in den anderen Bereichen (Moderation, Promotion/Dienste, Technik) befassen, damit die Qualitätssicherung in den ganzen Unternehmen gelebt wird.

#### **Beilagen:**

- Qualitätssicherungskonzept der TOP-Medien (als Eingabe für TELE SÄNTIS)
- Publizistische Leitlinien der TOP-Medien (Version TELE SÄNTIS)
- Sportkonzept TELE SÄNTIS
- Promotionskonzept TELE SÄNTIS

### 3.2.2. Arbeitsbedingungen

#### 3.2.2.1. Ausreichende Dotation der Redaktion

TELE SÄNTIS wird die Redaktion für die Erfüllung des publizistischen Leistungsauftrags personell in ausreichendem Masse ausstatten. Die Personalkosten für Programm (Redaktion und Moderation) betragen im Jahr 2009 (1. Jahr im Vollbetrieb) voraussichtlich Fr. 1.90 Mio. oder rund 67 % der Gesamtpersonalkosten von Fr. 2.85 Mio. Diese machen wiederum circa 56.4 % des Gesamtbudgets von Fr. 5,05 Mio. der TELE SÄNTIS AG aus.

### **Vgl. zur Dotation der Redaktion, 3.2.4. Informationsangebote**

#### **3.2.2.2. Firmenvertrag mit dem SSM**

TELE SÄNTIS wird die arbeitsrechtlichen Vorschriften und die Arbeitsbedingungen der Branche gemäss Art. 44 Abs. 1 Bst. d RTVG einhalten. Die Vorgabe des BAKOM, dass die Bereiche Lohn, Arbeitszeit, Ferien, Aus- bzw. Weiterbildung, Mutter- und Vaterschaftsurlaube verbindlich geregelt sind, ist erfüllt.

**RADIO TOP hat nach über zwei Jahren dauernden harten aber fairen Verhandlungen mit dem Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) einen Firmenvertrag abgeschlossen, der auf den 1. Januar 2008 in Kraft tritt. Es besteht eine klare Abmachung, dass ein gleich lautender Firmenvertrag auf das Datum des Inkrafttretens der Konzession für TELE SÄNTIS in Kraft treten kann. Deshalb führen wir die entsprechenden Eckpunkte bereits ins Konzessionsverfahren ein. Für TELE SÄNTIS sind diese Angaben deshalb bindend.**

Der Firmenvertrag umfasst folgende Eckpunkte (Auszüge mit Besonderheiten im Vergleich zu den Standard-Arbeitsbedingungen für Mitglieder des Verbandes Schweizer Privatradios (VSP), Telesuisse und Schweizer Presse (CHP). Alle \* bedeuten eine Besserstellung des Firmenvertrages gegenüber den Standard-Arbeitsbedingungen):

**Präambel: Die Grundsätze der Gleichbehandlung (analog der Ethik-Charta der TOP-Medien) werden dem Dokument zugrunde gelegt, mit besonderer Betonung der Frauenförderung und der Teilzeitbeschäftigung.\* Die Vertragsparteien setzen sich dafür ein, dass TELE SÄNTIS uneingeschränkt den Leistungsauftrag (Service public régional) erfüllen kann.\***

Art. 2 legt fest, dass die Anwendung des Firmenvertrages auf alle Arbeitsverhältnisse Anwendung findet, welche mindestens 30 % einer Vollbeschäftigung entsprechen.\* Nicht angewendet wird der Firmenvertrag auf Geschäftsleitung, Oberes Kader und das Verkaufspersonal, wobei aus Gründen der Gleichbehandlung keine Schlechterstellung dieser Mitarbeitergruppen vorgesehen ist.

Gemäss Art. 5 werden in schriftlichen Einzelarbeitsverträgen die Tätigkeit, der Lohn, der Arbeitsort und die Einsatzart festgelegt.

Art. 6 führt die betriebliche Mitbestimmung ein. Die Mitarbeitenden haben ein Informationsrecht für alle wichtigen Angelegenheiten und eine Mitsprache bei innerbetrieblichen Organisations- und Produktionsfragen.\*

**In Art. 7 wird der Schutz der Mitarbeitenden aufgenommen. Danach nimmt TELE SÄNTIS auf die Gesundheit gebührend Rücksicht, sorgt für die Wahrung der körperlichen Integrität und duldet keine Form von sexueller Belästigung und Mobbing.\***

Gemäss Art. 9 sind alle arbeitsrechtlich relevanten Vorgänge über Mitarbeitende in einem Personaldossier enthalten. Die Mitarbeitenden haben jederzeit das Recht, ihr Personaldossier einzusehen.\*

**Ganz wichtig sind Art. 11 und Art. 12, welche der persönlichen Entwicklung der Mitarbeitenden und der Erfüllung des Leistungsauftrages und der Qualitätssicherung von TELE SÄNTIS dienen.\***

Art. 11 legt fest, dass jährlich ein persönliches Mitarbeitergespräch mit Zielvereinbarung und gemeinsamer Standortbestimmung durchgeführt wird. Es dient als ein Instrument der Personalentwicklung und als Grundlage für Massnahmen gemäss Art. 12. Dieser Ausbildungsartikel verlangt die permanente berufliche Aus- und Weiterbildung. TELE SÄNTIS hat für die entstehenden Kosten aufzukommen. Für zusätzliche individuelle Weiterbildung ausserhalb der beruflichen Tätigkeit können unbezahlte Urlaube bewilligt werden. Auch Art. 17 mit einem Verbot der Annahme von Geschenken dient indirekt der Qualitätssicherung.\*

In Art. 19 verpflichten sich TELE SÄNTIS mit dem SSM Massnahmen zur Förderung der Chancengleichheit auszuhandeln. Es sollen Rahmenbedingungen für die Vereinbarkeit von Familien- und Erwerbsarbeit garantiert, welche zur Unterstützung familienergänzender Kinderbetreuung führen sollen.

**Neue Wege für die privaten elektronischen Medien wurden in Art. 20 beschritten. Die Mitarbeitenden treten die Nutzungsrechte und Vergütungsansprüche an TELE SÄNTIS ab, erhalten aber Arbeitszeit für individuelle Weiterbildung von zwei Tagen pro Jahr. (Die Standard-Arbeitsbedingungen für VSP, Telesuisse und CHP formulieren demgegenüber trocken: Mit Bezahlung des geschuldeten Lohnes sind die Urheberrechte vollumfänglich abgegolten.)\***

Gemäss Art. 21 beträgt die durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit für Vollbeschäftigte 42.5 Stunden, die Jahresarbeitszeit 2'210 Stunden bzw. 260 Tage. Die gesamte Dauer der beruflichen Aus- und Weiterbildung, einschliesslich der Reisezeit, zählt als Arbeitszeit.

**Als Entschädigung für unregelmässige Arbeitszeit im Programmbereich wird gemäss Art. 22 eine fünfte Ferienwoche gewährt.\***

Gemäss Art. 24 wird eine tägliche Ruhezeit von mindestens 11 aufeinander folgenden Stunden zu gewähren.\*

Art. 25 hält fest, dass die Mitarbeitenden während des Kalenderjahres Anspruch auf so viele vertragliche bzw. gesetzliche Ruhetage haben, wie das Jahr Samstage und Sonntage zählt. Dazu kommen 9 offizielle bzw. vertragliche Feiertage, die nicht auf einen Samstag oder Sonntag fallen. Dieser Artikel enthält 9 Absätze, welche die Kompensationen der Ruhe- bzw. Feiertage detailliert regeln, sofern an diesen gearbeitet werden muss.\*

**Gemäss Art. 26 beträgt der Ferienanspruch für die Mitarbeitenden 25 Arbeitstage bzw. 30 Arbeitstage ab Kalenderjahr, in dem das 50. Altersjahr vollendet wird.\***

Auch Art. 27 geht beim Recht auf bezahlten Urlaub in mehreren Fällen über die Standard-Arbeitsbedingungen für VSP, Telesuisse und CHP hinaus. So wird ein Vaterschaftsurlaub von 5 Tagen und ein Urlaub von 10 Tagen bei der Adoption eines Kindes gewährt. Je nach persönlicher Nähe bei einem Todesfall in der Familie werden bis zu 5 Tage bezahlter Urlaub gewährt.\*

Art. 28 ermöglicht den Arbeitnehmenden-Vertretern des SSM für die Ausübung ihrer gewerkschaftlichen Tätigkeit bezahlte Urlaube in der Höhe von max. 4 Tagen.\*

**Gemäss Art. 29 richten sich Gehaltsanspruch der Mitarbeitenden und die Lohnpolitik von TELE SÄNTIS nach den Prinzipien einer anforderungs-, leistungs- und marktgerechten Entlohnung. Es werden Mindestlöhne gemäss dem Anhang IV bezahlt.\***

In Art. 30 wird festgelegt, dass die Vertragsparteien jährlich den geltenden Prozentsatz für eine allgemeine Lohnerhöhung festlegen. Findet keine Einigung statt, kann eine Schiedsstelle angerufen werden, für deren Zusammensetzung, Verfahren und Kostentragung ein Reglement im Anhang II erarbeitet wurde.\*

**Die Art. 31 – 36 regeln die Lohnfortzahlungen bei Krankheit, Unfall und Berufskrankheit, Mutterschaft, Militär-, Zivil- und Zivilschutzdienst und im Todesfall. Diese Lohnfortzahlungen liegen teilweise deutlich über den gesetzlichen Vorschriften.\***

Art. 37 hält fest, dass weil ein über die Erwerbsersatzordnung finanzierter Mutterschaftsurlaub in Kraft ist, TELE SÄNTIS bereit ist, einen angemessenen Teil der Einsparungen für zusätzliche Investitionen und Beiträge zur Förderung familienergänzender Kinderbetreuung sowie anderer personalorientierter Projekte zur Verfügung zu stellen.\*

Die in Art. 38 geregelten Kinderzulagen betragen bis zum 12. Altersjahr Fr. 20.00 mehr und ab dem 13. Altersjahr Fr. 50.00 mehr als die gesetzlichen Kinderzulagen des Kantons Zürich.\*



**Eine wichtige Innovation, welche die Erfüllung des Leistungsauftrages und der Sicherung der Qualität dienen soll, sind die in Art. 39 eingeführten Treueprämien.\* Sie betragen ½ Monatslohn nach 10 vollendeten Dienstjahren und einen ganzen Monatslohn nach 20 vollendeten Dienstjahren. Die Mitarbeitenden können anstelle des Barbetrages einen entsprechenden Urlaub beziehen.\***

Art. 41 legt die Kündigungsfristen vom 3. – 15. Jahr der Anstellung auf 3 Monate und danach auf 6 Monate fest.\*

Der Kündigungsschutz in Art. 42 ist in sechs verschiedenen Punkten aufgebaut und ermöglicht den Mitarbeitenden eine Einsprachemöglichkeit, die Berufung auf im Personaldossier enthaltene Sachverhalte und eine Differenzzahlung bei Arbeitslosigkeit im Falle einer Entlassung ab dem 5. Dienstjahr. Vor einer Entlassung eines Mitarbeitenden mit 10 Dienstjahren findet ein Dialog mit den Sozialpartnern statt, um Alternativmassnahmen zu prüfen (Umschulung, interner Stellenwechsel, vorzeitige Pensionierung).\*

Art. 44 gibt dem SSM einen umfassenden Anspruch auf Information, Mitsprache und Mitentscheidung.\*

**Die Art. 45 – 50 regeln zur Sicherung der dauernden Zusammenarbeit die Bildung einer ständigen paritätisch zusammengesetzten Sozialpartnerschafts- und Schlichtungskommission, die Schiedsstelle Lohnverhandlungen, die Friedens- und Verhandlungspflicht, die Bildung eines Firmenvertrag-Schiedsgerichts sowie eine Mindestlohntabelle. Deren Bestimmungen sind in vier ausführlichen Anhängen festgelegt worden, die integrierende Bestandteile des Firmenvertrages sind.\***

Der Firmenvertrag wird nach der Konzession im Jahr 2008 gemäss Art. 51 in Kraft treten und gilt bis zum 31. Dezember 2013. Nach dem Erhalt einer Konzession wird RADIO TOP frühzeitig in Verhandlungen eintreten, damit die Laufzeit der Konzessionsdauer entspricht.

**Beilage:** Firmenvertrag zwischen der Radio Top AG und dem Schweizer Syndikat Medienschaffender SSM vom 22. Mai 2007 (als Vorlage für den Firmenvertrag mit der TELE SÄNTIS AG)

### **3.2.2.3. Behandlung der Stagiaires**

TELE SÄNTIS verzichtet als Medium in einem sehr kompetitiven Umfeld auf die systematische Einstellung von Stagiaires. In unregelmässigen Abständen stellen wir Lernende (Praktikanten) ein. Diese erhalten ergänzend zum Firmenvertrag mit dem SSM einen speziellen Lehrvertrag. Die maximale Praktikumsdauer beträgt 6 Monate. Der Firmenvertrag mit dem SSM gilt bis auf wenige Artikel auch für die Stagiaires. Das Verhältnis Stagiaires zu fest angestellten Programmschaffenden beträgt 1 zu 10. Deren Lohn ist im Firmenvertrag auf Fr. 1'500.00 pro Monat festgelegt. Seit der Gründung von TELE TOP im Jahre 1998 konnten alle Stagiaires als festangestellte Mitarbeitende übernommen werden. Das wird bei TELE SÄNTIS kaum

anders sein.

### **3.2.3. Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden**

Die Konzession verlangt,

- der Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden hohe Priorität beizumessen;
- die Teilnahme der Programmschaffenden an berufsspezifischen Aus- und Weiterbildungskursen zu fördern, die namentlich jene Kompetenzen steigern, die zur Erfüllung des Leistungsauftrags bedeutsam sind;
- jährlich einen Betrag zu bestimmen, welcher ausschliesslich der Förderung der externen Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden dient;
- dem BAKOM jährlich das entsprechende Aus- und Weiterbildungsbudget sowie die hinsichtlich der Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden ergriffenen Massnahmen im Rahmen der Jahresrechnung (Art. 18 RTVG) offen zu legen.

TELE SÄNTIS betrachtet die Aus- und Weiterbildung des Verwaltungsrates, der Geschäftsleitung und der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als für den Erfolg des Unternehmens matchentscheidend. Entsprechende Vorschriften und Hinweise finden sich deshalb in allen wichtigen Dokumenten des Unternehmens. Im Einzelnen sind das:

- Leitbild der TOP-Medien Punkt 2: " Dazu gehört ein gutes Aus- und Weiterbildungskonzept"
- Geschäftsordnung von TELE SÄNTIS 2005: "2. Die Aufgaben, Kompetenzen, Verantwortung und die Zusammenarbeit der verschiedenen Organe: Ausbildungskonzept wird durch den Geschäftsführer verantwortet. Er ist gegenüber dem Verwaltungsrat informationspflichtig".
- Ethik-Charta der TOP-Medien, Punkt 5: "Laufende Weiterbildung und systematische Qualitätskontrolle! Wir bilden unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter regelmässig intern und extern aus. Die Qualitätskontrolle findet auf allen Stufen systematisch statt"

TELE SÄNTIS arbeitet mit allen wichtigen Ausbildungsstätten zusammen und fordert die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv dazu auf, bestehende Aus- und Weiterbildungsangebote zu benutzen.

TELE SÄNTIS wird pro Jahr für Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zwischen Fr. 80'000.00 und Fr. 130'000.00 ausgeben. Darin nicht einberechnet ist die interne Weiterbildung durch die Kader, welche bei einer Vollkostenrechnung noch einmal auf Fr. 25'000.00 bis Fr. 50'000.00 zu stehen kommt.

Durch den hohen Stellenwert der Medien und deren Bedeutung für die gesellschaftliche Entwicklung kann das Aus- und Weiterbildungskonzept immer wieder gute Beispiele von Firmen, Schulen, Vereinen und Verbänden

heranziehen. Dadurch können hohe Qualitätsstandards erreicht werden. Das Aus- und Weiterbildungskonzept der TOP-Medien gibt auf folgende Fragen Antwort:

**Was will mit der Aus- und Weiterbildung bezweckt werden?**

**Wie ist die Aus- und Weiterbildung aufgebaut?**

**Wer wird als Ausbilder intern und extern eingesetzt?**

**Wie kann man Ausbildung und Praxis sinnvoll verbinden?**

**Wie setzt man die vorhandenen finanziellen Mittel am effizientesten ein?**

**Wie können Ausbildungserfolge kontrolliert werden?**

**Und als wichtigster Punkt: Welche Lerninhalte werden in den einzelnen Abteilungen konkret vermittelt?**

**Beilage:** Aus- und Weiterbildungskonzept der TOP-Medien (mit Anhang: Aus- und Weiterbildung in den einzelnen Bereichen) als Eingabe für TELE SÄNTIS.

### 3.2.4. Informationsangebote (Output)

TELE SÄNTIS begrüsst die in der Konzession festgelegten folgenden Verpflichtungen:

- Die Konzessionärinnen und Konzessionäre produzieren ihr während der Hauptzeiten (Radio: 06.30 - 08.30 Uhr, 11.30 - 13.30 Uhr, 17.00 - 19.00 Uhr; TV: 18.00 - 23.00 Uhr) ausgestrahltes Programm überwiegend im Versorgungsgebiet (Art. 42 RTVW).
- Die Informationsangebote (z.B. Nachrichtenformate), welche die Konzessionärinnen und Konzessionäre im Rahmen ihres Leistungsauftrages ausstrahlen, genügen den folgenden Anforderungen:
  - Sie umfassen in erster Linie relevante Informationen des lokal-regionalen Raums aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport;
  - sie sind thematisch vielfältig;
  - in ihnen kommt eine Vielfalt an Meinungen und Interessen zum Ausdruck;
  - sie bieten einer Vielfalt an Personen bzw. Personengruppen Gelegenheit, zu Wort zu kommen;
  - in ihnen spiegelt sich die Vielfalt des Geschehens des ganzen Versorgungsgebiets wieder;
  - sie werden zumindest während der oben angegebenen Hauptsendezeiten ausgestrahlt.

Diese Vorgaben setzen wir wie folgt um:

#### 1. Produktion im Versorgungsgebiet

TELE SÄNTIS produziert alle Sendungen im Versorgungsgebiet und zwar während der Hauptsendezeit TV: 18.00 – 24.00 Uhr. Das Mantelprogramm wird aus dem Studio In St. Gallen ausgestrahlt. Es ist

ein ausgeklügeltes System von Nachrichten, redaktionellen Beiträgen, Sportbeiträgen, Kulturbeiträgen und Veranstaltungen vorgesehen. Die personelle Dotierung ist grosszügig, in dem ca. 20 redaktionelle Stellen wie folgt aufgeteilt sind:

<b>Funktion / Prozent</b>	<b>Prozente</b>	<b>Dienst-Jahre</b>	<b>Einsatzort und Besonderes</b>
Chefredaktor	100	9	Kanton St. Gallen
Stv. CR / Programmfenster	100	8.5	Kantone St. Gallen, Appenzell AR, Appenzell AI
Sportchef	100	4	Kanton St. Gallen
Chef v. Dienst	100	7	Kanton St. Gallen
Chef v. Dienst	100	5	Kanton St. Gallen
Redaktor	100	2	Kanton St. Gallen
Redaktor	100	2	Kanton St. Gallen
Redaktor	100	2	Kanton St. Gallen
Redaktor	100	2	Kanton St. Gallen
Redaktor	100	3	Kanton St. Gallen, Koordination Gerichtsfälle
Redaktor	100	1	Appenzell AR
Redaktor	100	2	Appenzell IR
Redaktorin	80	1	St. Gallen
Redaktorin	80	1	St. Gallen
Redaktorin	100	2	Appenzell AR
Redaktorin	100	2	Appenzell IR
Redaktorin	80	2	St. Gallen
Redaktorin	70	1.5	St. Gallen
Redaktor	70	10	St. Gallen
Redaktor	60	2	St. Gallen
Kultur-Redaktor	20	11	Kultur für ganzes Sendegebiet
Freier Redaktor	Frei/ca. 20	0	St. Gallen
Sport-Redaktor	Frei/ca. 20	> 10	Bulletins, Reporter
Sport-Redaktor	Frei/ca. 20	23	Bulletins, Reporter
Sport-Moderator	Frei/ca. 20	> 10	Sportmoderator
Sport-Redaktor	Frei/ca. 20	> 10	Regionalsport

## 2. Informationsangebote zur Erfüllung des Leistungsauftrages

### 2.1. Relevante Informationen des lokal-regionalen Raums aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport

TELE SÄNTIS deckt alle relevanten Informationen des lokal-regionalen Raums aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport dank grosszügigem Mitteleinsatz extensiv ab. Unser Programmformat ist klar auf die Informationsvermittlung und nicht auf Infotainment, Boulevard und VIP-Events reduziert.

Unsere Redaktion wird mit ca. 2'000 Stellenprozenten eine der grössten Redaktionen eines Regionalfernsehens sein. Wir haben für unsere Informationen die folgenden Schwergewichte gelegt:

- Politik: TELE SÄNTIS berichtet über alle wichtigen politischen Ereignisse im Versorgungsgebiet.:

Die Redaktion von TELE SÄNTIS **informiert über Ereignisse von allgemeinem Interesse** ausschliesslich im lokalen und regionalen Bereich und legt bei der Auswahl ein **besonderes Gewicht auf die Regionen**. Sie scheut sich auch nicht Pflichtstoffe (Budget, Bilanzen, Leitbilder) gekonnt zu vermitteln, um damit dem reinen Häppchen-Journalismus etwas entgegenzuwirken.

**Beilage:** Redaktions-Statut TELE SÄNTIS

**Ein besonderes Schwergewicht legen wir auf die Berichterstattung aus den Parlamenten. TELE SÄNTIS ist wird regelmässig in den Kantonsparlamenten des Kantons St. Gallen anwesend sein. Besonders geschätzt wird auch die Berichterstattung aus dem Stadtparlamenten von St. Gallen.**

Unsere Einschätzung der Programmqualität von RADIO TOP und TELE SÄNTIS deckt sich mit den Ergebnissen einer vom BAKOM mitfinanzierten Studie "Politische Öffentlichkeitsarbeit in regionalen Medien", welche am 26. Januar 2007 publiziert wurde. Darin wird in einem Kapitel die quantitative und qualitative Arbeit der Privatradios und Regionalfernsehen am Beispiel von Medienkonferenzen der Kantonsregierungen Zürich und St. Gallen untersucht. **Während TELE TOP in beiden Kantonen als aktiver und interessierter Sender bezeichnet wird, sei bei Tele Züri ein Rückgang des Interesses für politische Themen beobachtet worden, seit der Sender an die Tamedia verkauft wurde. In St. Gallen ist überraschenderweise TELE TOP an 70 Prozent der kantonalen Medienkonferenzen anwesend, während das dort ansässige Tele Ostschweiz nur 40 Prozent der kantonalen Medienkonferenzen abdeckt.** Dazu kommt das aus Sicht der Politik für die Qualität der Berichterstattung wichtige Kriterium der Platzierung der Beiträge innerhalb des Sendeablaufs eines Fernsehsenders. Die am 31. Oktober 2006 abgeschlossene **Studie hält fest, dass von den drei untersuchten regionalen TV-Sendern TELE TOP die Themen der kantonalen Medienkonferenzen am häufigsten prominent platziert, d.h. als einziger, als erster, zweiter oder dritter Beitrag. Diese für die Information an die Bevölkerung entscheidende prominente Platzierung und Gewichtung erreicht bei TELE TOP mit 54 Prozent der Beiträge einen sehr hohen Wert. Bei Tele Züri ist dies bei 45 Prozent der Beiträge der Fall.** Demgegenüber hält die Studie fest, dass die Themen der kantonalen Medienkonferenzen für **Tele Ostschweiz "offenbar nur marginale Bedeutung"** haben. Aus den sonst schon deutlich weniger besuchten Medienkonferenzen wird beim **St. Galler Sender kein Thema als einziger oder als erster, zweiter oder dritter Beitrag ins Programm aufgenommen (0 Prozent).**

Die Studie "Politische Öffentlichkeitsarbeit in regionalen Medien" macht auch Aussagen zur Situation im Radiobereich. Sie zeigen, dass RADIO TOP die Erfüllung des Leistungsauftrages sehr ernst nimmt.

**Beilage:** Thomas Forsberg, Publicom AG, Kantonale Medienkonferenzen: Radio Top und Tele Top im Vergleich zu den Mitbewerbern.

- Wirtschaft: TELE SÄNTIS berichtet ebenfalls über die wirtschaftlichen Ereignisse im Versorgungsgebiet. Allerdings sind wir kein Wirtschaftssender und bieten auch keine speziellen grossen Wirtschaftssendungen an. Unser Augenmerk liegt auf den Themen, welche unsere Hörerschaft im Wirtschaftsbereich interessieren. Dazu gehören: Arbeitsplatzsituation, Gründung von Jungunternehmen, Hilfe beim Aufbau von Unternehmen, Steuersituation. Wie in anderen Bereichen geht unsere Berichterstattung weit über den Informationsbereich hinaus. So machen wir beispielsweise Porträts von Jungunternehmen, welche ausgezeichnet worden und wir arbeiten mit Initiativen von Städten und Unternehmen zusammen.
- Kultur: Im kulturellen Bereich engagieren wir uns noch stärker. Die Berichterstattung über kulturelle Ereignisse in unserem Versorgungsgebiet ist jedes Jahr sehr lang. Die Vielfalt an Theater, Konzerten, Musicals, Open-Airs, Gassen-Kultur, aber auch an alternativen kulturellen Veranstaltungen ist so gross, dass wir uns überlegen, einen Mitarbeiter analog RADIO TOP einzustellen. Sein Pensum würde 20 Prozent betragen. Die redaktionellen Beiträge streut die Redaktion unterdessen mit Schwergewicht am Wochenende ein. Wir sind überzeugt, dass wir damit unserer Zuschauerschaft einen echten Mehrwert schaffen.

**Beilage:** Kulturelle Beiträge in der Sendung TOP EVENTS (Als Eingabe für TELE SÄNTIS)

- Gesellschaft: Hier legen wir das Schwergewicht auf alle relevanten Themen der gesellschaftlichen Entwicklung. In unserer Region sind Fragen der Integration, der Überalterung, der Ökologie und des Zusammenlebens der Ethnien und Kulturen von enormer Bedeutung. Wir versuchen immer wieder positive Beiträge von Entwicklungen auszustrahlen um den Gedanken der "Community" zu pflegen. TELE SÄNTIS kann hier auch seine hohe Sozialkompetenz ausspielen. Unser Leitbild, unsere Ethik-Charta und die persönlichen Engagements unseres Geschäftsführers als Vorbildwirkung führen dazu, dass soziale Themen einen breiten Raum in unserem Programm haben. Zu diesen Engagements gehören:
  - Brühlgut Stiftung, Winterthur (Günter Heuberger im Stiftungsrat)
  - Greuterhof, Islikon
  - Kinderdorf Pestalozzi, Trogen
  - Stiftung SchlossTurbenthal (Gehörlosendorf), Turbenthal
  - Fannyhof (Reiten für behinderte Kinder), Altikon (Günter Heuberger im Vorstand)
  - Stiftung Wunderlampe, Zürich

- Chile-Zirkus Konfetti, Seuzach
  - Pro Juventute, Zürich
  - World Vision, Zürich
  - Zirkus Knopf (Behinderte Kinder lernen Zirkus), Winterthur
  - Solidarität Dritte Welt (Günter Heuberger im Regionalkomitee)
- Sport: Im Sport berichtet TELE SÄNTIS von allen regionalen Anlässen. Im Vordergrund stehen aber die regionale Verankerung im Sendegebiet und das Interesse der Zuschauerschaft. Auch im Sport sollen hohe ethisch-publizistische Erwartungen erfüllt werden, welche den Kriterien **Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und journalistische Professionalität, Meinungsvielfalt und lokal-regionale Priorität** entsprechen. Im Zentrum steht die Hilfe an unsere Hörer und Zuschauer beim Erkennen der Bedeutung des Sports in der gesellschaftlichen Entwicklung. In den **Fragen der Integration, der Überalterung, der Volksgesundheit und des Zusammenlebens der Ethnien und Kulturen spielt der Sport eine immer wichtigere Rolle**. Wir versuchen deshalb immer wieder positive Beiträge von Entwicklungen auszustrahlen um den Gedanken der "Community" zu pflegen. Gerade im Sport, wo viele etwas "verstehen" und ebenso viele "mitreden" wollen, sind unsere "Markenzeichen"
- Verständnis für die Situation des anderen
  - Zurückhaltung in der Verbreitung der eigenen Meinung besonders gefragt.

### **Beilage: Sportkonzept TELE SÄNTIS**

#### 2.2. Vielfalt an Themen, an Meinungen, an Interessen und an Akteuren

Die in Leitbild, Redaktions-Statut, Maximen der Redaktion und Ethik-Charta festgelegten Grundsätze und Abläufe sorgen dafür, dass auf TELE SÄNTIS eine grosse Vielfalt an Themen, an Meinungen und an Interessen im Programm (Redaktion, Moderation und Promotion) zu Worte kommen. **TELE SÄNTIS bietet durch die grosse Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Vielfalt von kreativen Meinungen innerhalb des Teams für den Einbezug von Akteuren. Dadurch erhalten sehr viele Personen bzw. Personengruppen Gelegenheit, zu Wort zu kommen.**

**Weil RADIO TOP und TELE TOP durch die den Verlegern gehörenden Radio- und Fernsehveranstalter in Zürich, Schaffhausen und St. Gallen publizistisch totgeschwiegen oder sogar mit falschen redaktionellen Beiträgen und dauernde Werbung für ihre Sender aus den Monopolmärkten verdrängt werden sollen, haben wir natürlich eine besondere Sensibilität für die Meinungsvielfalt erlangt.**

**Die Nachteile der Bekämpfung eines regionalen elektronischen Mediums durch ein regionales Multi-Mediamonopol sind im publizistischen Bereich beträchtlich. Der Aufstieg von RADIO TOP**

zum zweitstärksten Privatrado jeweils im 2. Halbjahr 2005 und im 2. Halbjahr 2006 wurde in den dominierenden Tageszeitungen in Zürich, Winterthur, Schaffhausen, Frauenfeld und St. Gallen nicht vermeldet. Im St. Galler Tagblatt werden die Fakten in der Berichterstattung der Halbjahreszahlen jeweils so ausgesucht, dass man doch noch unter irgendeinem Titel bessere Hörerzahlen für das hauseigene Radio Aktuell findet. So werden jeweils Ganzjahreszahlen ins Feld geführt, wenn die Zahlen im 2. Halbjahr schlechter sind als im 1. Halbjahr. Als Basis wird jeweils das Sendegebiet von Radio Aktuell genommen, wo RADIO TOP in Teilen (Kantone Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden) gar nicht empfangbar ist. Gleich ist das Vorgehen bei den Zuschauerzahlen von Tele Ostschweiz. **Der Rückgang in den Zuschauerzahlen wird jeweils verschwiegen und durch einen Vergleich im eigenen Konzessionsgebiet ersetzt.** Die harte Feststellung, dass es Tele Ostschweiz trotz massiver täglicher Unterstützung durch redaktionelle Artikel, Programmhinweise und Inserate, nicht gelungen ist, TELE TOP aus St. Gallen zu verdrängen, wird natürlich nirgends gemacht. Die bekannte Studie "Wettbewerbsvoraussetzungen in Räumen mit marktbeherrschenden Multimedia-Anbietern, Das Beispiel Radio- und TV-Markt St. Gallen" brachte folgende Ergebnisse:

- Das **St.Galler Tagblatt** berichtet über die eigenen Medien häufiger und prominenter als über die Konkurrenz: vor allem Tele Ostschweiz erhält grosse Aufmerksamkeit im redaktionellen Teil. Die **eigenen elektronischen Medien** erhalten gemäss der Studie **mehr als dreimal soviel redaktionelle Beachtung** wie die Konkurrenz von RADIO TOP und TELE TOP.
- Bei den **Programmhinweisen** wird die **Konkurrenz sogar totgeschwiegen**. Hinter SF1 und Arte erreicht **Tele Ostschweiz am meisten Programmhinweise, während auf TELE TOP überhaupt nie und auf RADIO TOP nur ein einziges Mal hingewiesen wird**. Zweifellos kann diese **massive Bevorzugung des eigenen Senders** weder mit journalistischen Kriterien noch mit der Zuschauergunst legitimiert werden. **Einzig unternehmerische Erwägungen** vermögen dies zu begründen.
- Durch die Ausgrenzung eines wichtigen Wettbewerbers sollen offensichtlich **unerwünschte Werbeeffekte ausgeschlossen** werden. Der Werbewert dieser Massnahmen für Tele Ostschweiz und Radio Aktuell erreicht den Betrag von rund Fr. 750'000.00 in zwölf Monaten.
- Schliesslich setzt das St. Galler Tagblatt auch das Instrument **"Anzeige" für die Promotion der eigenen elektronischen Angebote in grossem Stile ein: Der Gesamtwert dieser Anzeigen liegt über Fr. 900'000.00**. Sowohl Tele Ostschweiz als auch Radio Aktuell befinden sich unter den acht Unternehmen mit der grössten Werbeintensität im St. Galler Tagblatt und noch vor Unternehmen wie Diax, Sunrise und der Post. **Welch enormer Werbedruck hier erzeugt wird, wird**



***deutlich, wenn der Werbewert der Programminweise hinzugerechnet wird. So betrachtet, platzieren sich die elektronischen Medien der Tagblatt-Gruppe mit Fr. 1.67 Mio direkt hinter den beiden Grossverteilern Migros und Coop und noch vor Swisscom. Ein Betrag, der im übrigen fast einem Viertel des Gesamtaufwandes der beiden Stationen entspricht.***

**Beilage:** René Grossenbacher, Publicom: "Wettbewerbsvoraussetzungen in Räumen mit marktbeherrschenden Multimedia-Anbietern, Das Beispiel Radio- und TV-Markt St. Gallen"

### 2.3. Vielfalt des Geschehens des ganzen Versorgungsgebietes

TELE TOP ist schon durch seine Entstehungsgeschichte ein Sender, der sich sehr breit für das Geschehen in allen Regionen interessiert. Winti TV berichtete seit 1986 mit Schwergewicht über die **Region Winterthur, Zürcher Weinland, Zürcher Oberland und Zürcher Unterland. Mit TELE TOP kamen 1999 die Kantone Thurgau und Schaffhausen sowie die Regionen Wil, Fürstenland und Toggenburg dazu. Alle diese Schwergewichte wurden ab 2000 von TELE TOP in den TOP NEWS übernommen**, weil wir feststellten, dass es ein überregionales Interesse an vielen Themen im Raum Zürich - Ostschweiz gibt. Beispiele dafür sind die Entwicklung des Flughafens Zürich, die Spitalplanungen oder der Ausbau des öffentlichen Verkehrs. **Die Konzession für die Region 11 Ostschweiz umfasst wie erhofft, zusätzlich zum bisherigen Sendegebiet von TELE TOP, den ganzen Kanton St. Gallen. Mit der Verdoppelung der Stellen in der Redaktion werden wir das Geschehen im ganzen Versorgungsgebiet abdecken können.**

TELE SÄNTIS wird weiterhin viele Partnerschaften in allen Regionen eingehen. Dabei geht es nicht nur um die üblichen Medienpartnerschaften mit Open-Airs oder Musicals. Wir sind ganz bewusst grosse Engagements mit Sportvereinen, kulturellen Einrichtungen, sozialen Einrichtungen und Unternehmen des öffentlichen Verkehrs eingegangen. Diese Partnerschaften haben regelmässig auch Konsequenzen für das Programm, in dem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dadurch angespornt werden, ähnliche Institutionen, Einrichtungen oder ÖV-Unternehmen zu porträtieren.

**Beilage:** Promotionskonzept TELE SÄNTIS

### 2.4. Ausstrahlung mindestens während der Hauptsendezeit

Alle Angebote zur Erfüllung des Leistungsauftrages werden während der Hauptsendezeiten von TELE SÄNTIS ausgestrahlt. Diese sind von 18.00 - 24.00 Uhr und gehen also 1 Stunde über die geforderten 5 Stunden hinaus. Die wichtigsten Meldungen aus Politik und Wirtschaft werden auch in den anderen Zeiten durch Unterbrüche im

laufenden Programm (Breaking-News) eingesetzt und laufend aktualisiert.

2.5. Sendungskonzepte mit inhaltlichen und zeitlichen Angaben sowie journalistischen Selektionskriterien

TELE SÄNTIS erfüllt den Programmauftrag täglich neu durch zahlreiche Informationsbeiträge und deren Qualität, die laufend überprüft wird. Die zahlreichen Sendungskonzepte enthalten inhaltliche und zeitliche Angaben sowie journalistische Selektionskriterien. Wir sind unter 3.2.1.1.1. Verfahren der Qualitätssicherung auf die folgenden Dokumente eingegangen:

- News-Konzept 2006
- Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten
- Redaktionsstatut TELE SÄNTIS
- Maximen der Redaktion TELE SÄNTIS
- Programm raster TELE TOP 2007 (als Eingabe für TELE SÄNTIS)

Diese Dokumente regeln alle inhaltlichen und journalistischen Vorgaben der Chefredaktion und der Programmleitung. Für die journalistischen Selektionskriterien ist das Dokument "Publizistische Leitlinien der TOP-Medien" wichtig. Diese legen insbesondere in Punkt 5. "Sendungskonzepte und programmlich-journalistische Selektionskriterien" das publizistische Selbstverständnis ausführlich dar.

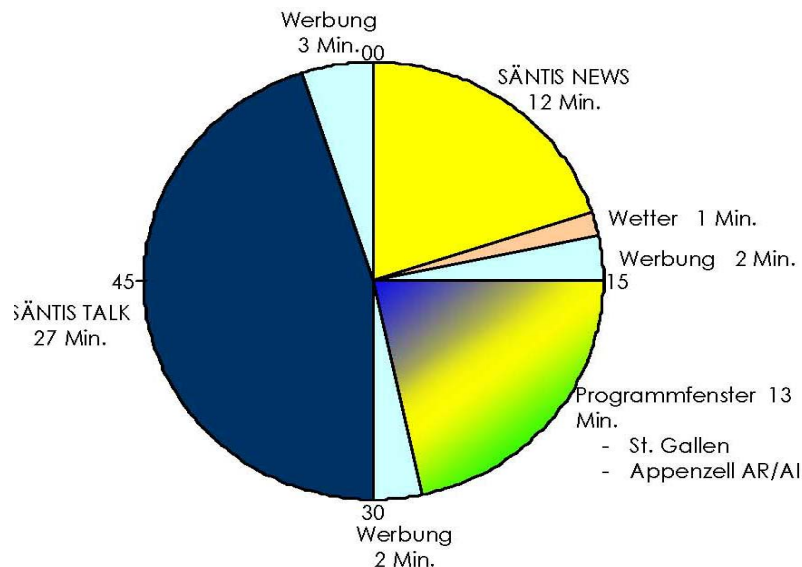
**Beilagen:**

- News-Konzept 2006 (als Eingabe für TELE SÄNTIS)
- Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten
- Redaktionsstatut TELE SÄNTIS
- Maximen der Redaktion TELE SÄNTIS
- TELE SÄNTIS Programmübersicht 2007
- Publizistische Leitlinien der TOP-Medien
- Ethik-Charta der TOP-Medien (Version TELE SÄNTIS)
- Merkblatt: Keine sexuellen Übergriffe in den TOP-Medien (Version TELE SÄNTIS)

**Nach Erhalt der Konzession gilt der folgende Stundenraster:**

Abbildung: TELE SÄNTIS - Stundenraster 2008

## TELE SÄNTIS – Stundenraster 2008



TELE SÄNTIS legt aber auch Wert darauf, dass es nicht als überorganisiertes und deswegen programmlich unflexibles Medium wahrgenommen wird. Im Gegenteil: Unsere Redaktion leistet den Service public régional ohne das dauernde Schielen auf die Einhaltung des hintersten und letzten Punktes der verschiedenen Konzepte! **Allerdings können beispielsweise die durch die Ausdehnung des Sendegebietes über die Kantone Zürich, Schaffhausen, Thurgau, St. Gallen, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden immer zahlreichere Wahl- und Abstimmungssonntage nicht mehr ohne systematische Vorbereitungen professionell umgesetzt werden.** Wie umfassend unterdessen ein Wahlsonntag geplant werden muss, zeigt das MEMO der Chefredaktion von TELE TOP vom Wahlsonntag, 21. Oktober 2007. An jenem Tag waren 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Einsatz. Die Vorbereitung umfasste die folgenden Punkte:

- Allgemeines
- Aufbau der Sendung
- Standorte (Zürich-Leutschenbach, Zürich-Walcheturm, St. Gallen-Pfalzkeller, Wahl-Studio Frauenfeld, Wahl-Studio Schaffhausen, Wahl-Studio Herisau und Wahlstudio Bundeshaus)
- Pflichtenheft
- Ausgangslage in allen TOP-Kantonen und in der Schweiz
- Resultate - Zeitplan
- Politische Ausgangslage mit Parteien und in Bezug auf Nationalrat und Ständerat (Allgemein, Kantone Schaffhausen, Zürich, Appenzell-Ausserrhoden, St. Gallen, Thurgau, Appenzell-Innerrhoden)
- Weitere Vorlagen (Städte Gossau, Uster und Schaffhausen,

- Gemeinden Brunnadern, Mogelsberg und St. Peterzell)  
 - Anhang 1 – Kleine Staatskunde (Nationalrat, Ständerat)  
 - Anhang 2 – Wahlparties im TOP-Land (20 in den Kantonen!)

**Beilage:** TELE TOP Memo Wahlsonntag, 21. Oktober 2007

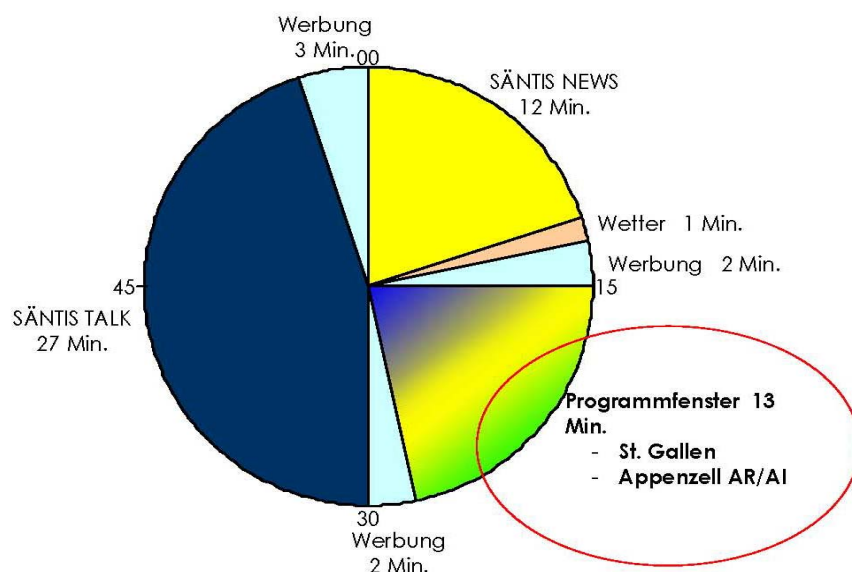
### 3.2.4.2 Programmfenster

Wie in Pt. 3.1. a) ausgeführt, wird TELE SÄNTIS mit der neuen Konzession tägliche Programmfenster aus den Kantonen Appenzell-Ausserrhoden und Appenzell-Innerrhoden produzieren. Bei besonderen regionalen Ereignissen (Wahlen und Abstimmungen, Aussenübertragungen) werden zusätzliche Programmfenster geöffnet. Aufgrund der zusammengezählten Längen aller Sendungen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft/Soziales und Sport ist klar, dass die Beiträge aus den Regionen die geforderten mindestens 10 Minuten bei weitem übersteigen. Wir stellen im Verlaufe der Jahre fest, dass die regionalen Politiker nun vermehrt wünschen, im Mantelprogramm wahrgenommen zu werden, was wir sehr vorsichtig beurteilen wollen.

Wir haben unter 3.1. a. "Zeitlicher Umfang, Inhalt und Struktur des Programms" dargelegt, dass in den zwei Programmfenstern für die Kantone St. Gallen und Appenzell-Ausserrhoden / Appenzell-Innerrhoden ab 1815 (mit stündlicher Wiederholung) je zwei längere Beiträge und Regionalnachrichten ausgestrahlt werden.

Abbildung: TELE SÄNTIS - Stundenraster 2008, Programmfenster

### ELE SÄNTIS – Stundenraster 2008, Programmfenster



Im Rahmen des Qualitätssicherungskonzeptes der TOP-Medien 2007 haben wir festgelegt, dass wir zusätzlich zum internen Feedback-System ein externes Feedback-System einführen werden. Dort wird das gesamte Programm durch externe Fachleute beurteilt. Die dazu eingeladenen Fachleute sind einerseits Wissenschaftler der ZHAW Winterthur, der Universität Zürich und der Universität St. Gallen. Andererseits sind die Informationschefinnen und die Informationschefs der Kantone Zürich, Schaffhausen, St. Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden sowie die Informationschefinnen und die Informationschefs der Städte Winterthur, Uster, Wetzikon, Bülach, Zürich, Rapperswil-Jona, Schaffhausen, Frauenfeld, Kreuzlingen, Weinfelden, Wil, Gossau, St. Gallen, Rorschach, Altstätten, Buchs, Sargans, Herisau und Appenzell eingeladen. Als Gesprächspartner sind ebenfalls die Mitglieder der Programmkommissionsmitglieder der SRG Zürich-Schaffhausen und der SRG Ostschweiz vorgesehen. Die Ergebnisse dieser Programmbeurteilungen werden den Redaktionsmitgliedern und dem BAKOM in Protokollen mitgeteilt. Sollte sich der Punkt "Forcierung des Mantelprogrammes" als unabdingbar erweisen, werden wir versuchen, diese Bedürfnisse zuerst über unser News-Portal TOP ONLINE abzudecken. Allerdings haben wir auch dort die regionalen Programmfenster nach der Kantonszugehörigkeit aufgebaut und wollen nicht davon abweichen.

Für die Programmfenster wird die **neue direkt dem Geschäftsführer der TOP-Medien zugewiesene Stabsstelle "Leiter Qualitätssicherung"** entscheidend sein. Gerade weil diese ausgewiesene Persönlichkeit mit primär publizistisch/strategischem Hintergrund die Mittel und Ressourcen um die mehrfach bewiesene Vorreiterrolle von RADIO TOP, TELE TOP und TELE SÄNTIS im Service public régional weiter auszubauen, erhält, wird der Teil Qualitätssicherung der Programmfenster im redaktionellen Bereich, aber auch in den anderen Bereichen (Moderation, Promotion/Dienste, Technik) befassen, eine weitere Stärkung der regionalen Berichterstattung in den Programmfenstern und im Mantelprogramm bringen.

### 3.2.5. **Sendungsarten, die der Leistungsauftrag ausschliesst**

TELE SÄNTIS begrüsst, dass Artikel 41 Absatz 3 RTVV in der Konzession die folgenden Sendungsarten untersagt, da sie der Erfüllung des Leistungsauftrags zuwiderlaufen:

- Die Ausstrahlung von Publikumsgewinnspielen, die ausschliesslich darauf ausgerichtet sind, Einnahmen zu generieren und die kaum publizistischen Gehalt aufweisen;
- Die Ausstrahlung von Radarwarnungen;
- Die Ausstrahlung von pornographischer Werbung, insbesondere Werbung für Mehrwertdienste-Nummern mit erotischem Inhalt und Werbung für erotische Dienstleistungen.

TELE SÄNTIS strahlt keine Publikumsgewinnspiele oder pornografische Werbung aus. Eine Mitbeteiligung in der Wertschöpfungskette der TOP-Medien, wie wir dies von privaten Fernsehstationen in Deutschland und der Schweiz kennen, finden bei uns schon aus ethischen Gründen nicht statt (keine "Abzockerei"!)

### 3.2.6. **Verbreitung**

TELE SÄNTIS wird die Verbreitung in seinem Sendegebiet sicher stellen. Das Versorgungsgebiet Region 11 Ostschweiz muss wegen seiner Grösse und wegen den Programmfenstern den Leistungsauftrag in der Verbreitung mit einem aufwendigen Verbreitungskonzept erfüllen. Aufgrund der Erfahrung beim Zusammenschluss von Radio Eulach, Radio Thurgau und Radio Wil zu RADIO TOP habe wir aber bewiesen, dass wir sehr gut technische Herausforderungen bewältigen können.

Um das Versorgungsgebiet Region 11 Ostschweiz zu verbreiten, muss ein sehr komplexes Verbreitungskonzept erarbeitet werden, welches laufend den neuen Möglichkeiten der Anspeisung angepasst wird. Einbezogen werden auch die Chancen der Verbreitung über Satellit und DVB-T.

#### 3.2.6.1. **Verbreitungskonzept**

##### 3.2.6.1.1 **Ist-Zustand und Start**

TELE SÄNTIS wird nach Erhalt der Konzession sein Programm über Kabel via die folgenden Kabelbetreiber verbreiten:

<b>Kabelnetzbetreiber</b>	<b>Versorgte Netze</b>
Cablecom	St. Gallen Appenzell-Innerrhoden Appenzell-Ausserrhoden Rheintal Sarganserland Walensee Etzel ( Teile)
TB Wil	Wil / Toggenburg
RKO (Techn. Betriebe Amriswil)	Oberthurgau

##### 3.2.6.1.2. **Erschliessung des ganzen Versorgungsgebietes**

TELE SÄNTIS plant zusätzlich in den nächsten Jahren die Verbreitung seines Programmes über Satellit und DVB-T. Wir sind bereit, dafür nochmals erhebliche Investitionen zu tätigen.

### 3.2.6.1.4. Vernetzung der Studios mit Datenleitungen und Internet

Für die Sicherstellung der Erfüllung des Leistungsauftrages und für die Qualitätssicherung wird TELE SÄNTIS die Verbindungen für die Vernetzung in einer hohen Bandbreite sicherstellen.

### 3.3. Produktion

a. Anzahl Studios, Grösse und Standort

**TELE SÄNTIS wird die folgenden Studios betreiben**

**Hauptstudio: Stadt oder Agglomeration St. Gallen ca. 500 m<sup>2</sup> neu**  
**Nebensstudio: Buchs SG oder Sargans SG ca. 150 m<sup>2</sup> neu**

b. Vorgesehene Anzahl Stellen, aufgeschlüsselt nach Bereichen Redaktion, Technik, Administration und Werbeakquisition

<b>Redaktion</b>	<b>20</b>	<b>1800 %</b>
<b>Moderation</b>	<b>3</b>	<b>250 %</b>
<b>Technik</b>	<b>8</b>	<b>650 %</b>
<b>Administration</b>	<b>3</b>	<b>270 %</b>
<b>Werbeakquisition</b>	<b>5</b>	<b>450 %</b>

c. Angaben über Veranstalter, mit denen eine regelmässige Zusammenarbeit im Programmbereich geplant ist. Natur (Information, Kultur, Unterhaltung) und Umfang der geplanten Zusammenarbeit; Angaben der regelmässigen Bezugsquellen für weitere nicht selbst produzierte Programmbestandteile (Programmersteller)

**TELE SÄNTIS arbeitet mit keinen anderen Veranstaltern im Fernsehbereich zusammen. Im Radio arbeiten wir mit den anderen TOP-Medien zusammen. Allerdings sind wir der Meinung, dass die TOP-Medien die gleiche publizistische und ethische Handschrift tragen sollen. Hingegen müssen die Programme (Redaktion und Moderation), die Promotion, Technik und Verkauf separat geführt und verantwortet werden. Es soll ein gesunder Wettbewerb auf dem gleichen Spielfeld, aber mit verschiedenen Spielern geführt werden. Eine gemeinsame Abschottung gegenüber anderen Medien, wie dies die Verleger immer wieder publizistisch und kommerziell gleich mit allen Medien (Zeitung, Gratisanzeiger, Radio, Fernsehen und Online-Portal) anstreben, führt zu schlechteren Leistungen und damit letztlich zur Gefährdung des gesamten Monopols.**

**Mit anderen Medienunternehmen bestehen gemeinsame Interessen im Rahmen der Zusammenarbeit für die Förderung von DVB-T in der Deutschen Schweiz. Hier sind die TOP-Medien eine der Lokomotiven für eine nachhaltige Entwicklung zusammen mit der SRG. Dies äussert sich auch in der Wahl des Geschäftsführers von TELE TOP als Verwaltungsratspräsident der SwissMediaCast AG, welche den Aufbau der DAB-Infrastruktur sicherstellen wird. Möglich ist eine Erweiterung des Tätigkeitsbereiches auf DVB-T.**

## 4. Finanzierung

### 4.1. Eigenkapital

Die TELE SÄNTIS AG wird mit einer Barliberierung von CHF 1 Mio. gegründet werden. Als Hauptaktionär bei Gründung wird Günter Heuberger, Seuzach, auftreten.

Anschliessend werden Anteile weiteren Aktionären zur Verfügung gestellt. Günter Heuberger wird seinen Aktienanteil im Idealfall auf 30 Prozent reduziert. Es ist ein Aktionariat von 100 natürlichen Personen geplant. Medienunternehmen und andere gewinnstrebige Unternehmen sollen sich nicht an der TELE SÄNTIS AG beteiligen können.

Eine Verflechtung mit Medienunternehmen der TOP-Gruppe ist nicht vorgesehen.

### 4.2. Fremdkapital

Um die Investitionen zu decken, ist nebst dem Aktienkapital ein Bankdarlehen in der Höhe von 50% des Aktienkapitals vorgesehen, siehe auch Finanzplan 2008. Mit der UBS AG wurden ersten Gespräche geführt. Wir gehen davon aus, dass eine Fremdfinanzierung unter den gegebenen Umständen (intaktes Aktienkapital, verbindliche Zusage Gebührensplitting) problemlos möglich ist.

### 4.3. Plandaten

In der Beilage finden Sie die folgenden Finanzpläne für die Jahre 2008 - 2012:

- Investitions- und Abschreibungsplan
- Planerfolgsrechnung
- Planbilanz
- Geldflussrechnung (Fonds flüssige Mittel)

**Beilage:** Finanzpläne Jahre 2008 - 2012

### 4.4. Ertragsberechnung

Die genaue Ertragsberechnung geht aus den Bemerkungen zu den Finanzplänen 2008 - 2012 hervor. Der Umsatz wurde aufgrund von Erfahrungszahlen aus den Unternehmen TELE TOP und Tele Ostschweiz und einer plausiblen Wahrscheinlichkeitsrechnung eingesetzt. Ergänzend werden dazu Informationen zu geschätzten Tarifen und Werbesekunden gemacht. Eine detaillierte Aufzählung von Werbepartnern und Sponsoren ist aufgrund des Startups nicht möglich.

**Beilage:** Finanzpläne Jahre 2008 – 2012

### 4.5. Zusammenfassung mit Kennzahlen



Aufgrund der Plandaten wurden folgende Kennzahlen berechnet und als Beilage zu den Finanzplänen 2008 - 2012 separat ausgewiesen:

- Umsatz (absolute Zahl)
- Gewinn/Verlust (absolute Zahl)
- Umsatzrendite (Gewinn in % des Umsatzes)
- Gesamtkapitalumschlag (Bruttoumsatz durch Ø-Gesamtkapital)
- Gesamtkapitalrendite (Return on Investment, Gewinn in % des Ø-Gesamtkapitals)
- Anlageintensität (Anlagevermögen in % der Bilanzsumme)
- Fremdfinanzierungsgrad (Fremdkapital in % der Bilanzsumme)
- Forderungsumschlag (offene Forderungen x 360 durch Umsatz)

**Beilage:** Finanzpläne Jahre 2008 – 2012

## 5. Informationen zu besonderen Pflichten

- a. Einhaltung des geltendes Rechts, insbesondere der arbeitsrechtlichen Vorschriften und der Arbeitsbedingungen in der Branche

**TELE SÄNTIS wird das geltende schweizerische Recht einhalten. Die Arbeitsbedingungen werden schrittweise verbessert. Seit 2005 besteht ein regelmässiger Gedankenaustausch mit dem SSM. Auf die Konzessionserteilung tritt ein Gesamtarbeitsvertrag in Kraft.**

### **Vgl. ausführlich 3.2.2.2. Firmenvertrag mit dem SSM**

Für die Nutzung der Informatikmittel besteht eine Weisung, die für alle Mitarbeiter der TOP-Medien bindend ist. Zweck der Weisung ist, nebst einer klaren Regelung für den Umgang mit Hard- und Software, die Steigerung der Verfügbarkeit der IT-Mittel, besserer Schutz vor Viren, Datenspionage und dergleichen, der sinnvolle Einsatz der Ressourcen, die Kostenkontrolle sowie die Einhaltung von bestehendem Recht. Diese Weisung soll auch für die Mitarbeiter von TELE SÄNTIS gelten.

**Beilage:** Weisung zur Nutzung der Informatikmittel (Als Eingabe für TELE SÄNTIS)

- b. Qualitätssicherungssystem

**TELE SÄNTIS wird das umfangreiche Qualitätssicherungssystem der TOP-Medien 2007 einführen und dieses anschliessend laufend ausbauen.**

### **1. Zielsetzungen des Qualitätssicherungskonzeptes**

Das umfangreiche Qualitätssicherungskonzept soll für sämtliche Bereiche der Unternehmen Prozesse festschreiben, durch welche laufend überprüft werden kann, ob die festgelegten Qualitätsziele erfüllt werden. **Gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, der Konzessionsbehörde, den Anspruchsgruppen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport,**

aber auch den Kunden und Aktionären soll volle Transparenz und Rechenschaft über die Einhaltung der selbst erarbeiteten Qualitätsvorgaben zur Erfüllung der Leistungsaufträge abgelegt werden. Als private Medienunternehmen für Radio und Fernsehen, die geographisch die Kantone Zürich, St. Gallen, Thurgau, Schaffhausen und beide Appenzell abdecken, hat für RADIO TOP, TELE TOP und TELE SÄNTIS die Qualitätssicherung höchste Priorität. **Durch die Unabhängigkeit von den grossen Medienhäusern in Zürich und von den regionalen Monopolzeitungen in unserem Raum soll die Qualitätssicherung den Mitarbeitenden auf allen Stufen ein hohes Vertrauen und Selbstbewusstsein für die eigenen Leistungen sichern.**

## 2. Verantwortung für die Erarbeitung, Inkraftsetzung und Durchführung

Für die Erarbeitung, Inkraftsetzung und Durchführung des Qualitätssicherungskonzeptes trägt der Geschäftsführer von RADIO TOP, TELE TOP und TELE SÄNTIS die Hauptverantwortung. Er kann sich dabei auf die vielfältigen Vorarbeiten, bestehende Arbeiten und Konzepte seiner Mitarbeiter stützen.

Der jetzige Geschäftsführer Günter Heuberger hat sich in den über 20 Jahren seiner Medientätigkeit in verschiedenen Bereichen für die Erreichung von Qualitätsstandards in den durch ihn geführten oder begleiteten Unternehmen ausgebildet.

## 3. Grundsätzliches Bekenntnis zum redaktionellen Qualitätssicherungssystem

Die TOP-Medien erkennen das Potenzial des redaktionellen Qualitätssicherungssystems für die Optimierung und ständige Verbesserung der redaktionellen Leistung. Der damit ausgelöste **Selbstkontrollprozess macht transparent, dass die am Leistungsauftrag orientierten Qualitätsziele und Standards die redaktionelle Arbeit steuern und dass mit präventiven, produktionsbegleitenden und korrektiven Massnahmen in der Redaktion die Umsetzung der Ziele systematisch evaluiert wird.** Qualitätsmanagement wird von uns als Führungsinstrument aufgefasst, das die interne Feedbackkultur wesentlich prägt und in dem sich die Prozesse und Sicherungsmassnahmen jeweils auf die Qualitätsziele beziehen.

Als Mitglied des VSP und von TELESUISSE können die TOP-Medien die Implementierung und die Begleitung ihres Qualitätssicherungssystems auf andere Beispiele der beiden Verbände zurückgreifen. Allerdings sind wir nicht bereit, die Kritik des VSP in seinem Mediencommuniqué vom 22. März 2007 an einer umfassenden Formulierung der Leistungsaufträge und den Verfassern der Studien zu den Strukturen der redaktionellen Qualitätssicherung zu unterstützen oder mitzutragen. Wir werden uns vielmehr erlauben, die anderen Privatradios und Regionalfernsehen auf die umfassende Umsetzung der Leistungsaufträge als Äquivalent zum Erhalt von Konzessionen mit oder ohne Gebührenanteile zu erinnern.

## 4. Das Qualitätssicherungs-Modell der TOP-Medien

Das Qualitätssicherungs-Modell stellt die wesentlichen Bereiche und Instrumente

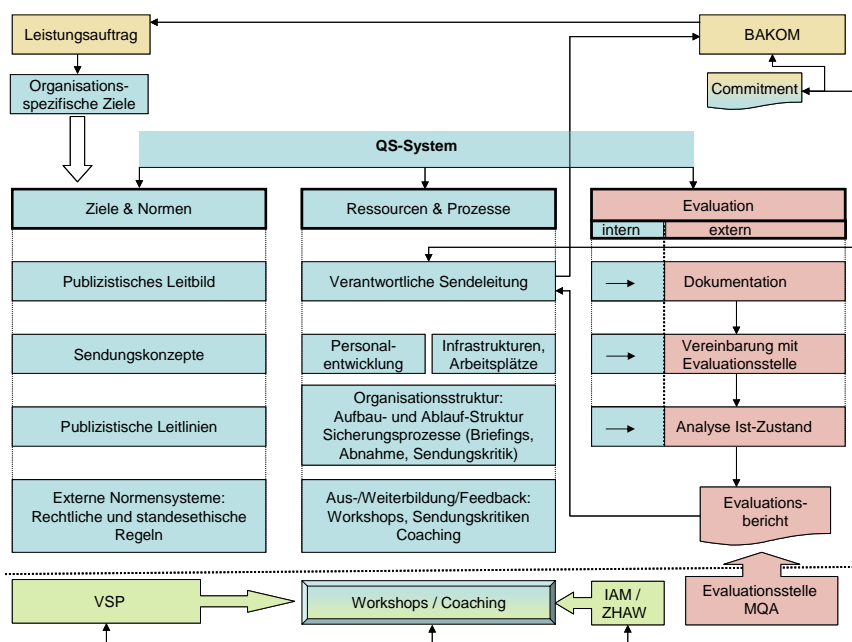
dar, auf die im Prozess der redaktionellen Qualitätssicherung zurückgegriffen wird. Es beinhaltet auch diejenigen Faktoren, deren Tauglichkeit regelmässig einer internen und externen Evaluation unterzogen wird. Wir hoffen, dass unser **Qualitätssicherungs-Modell mit seiner laufenden Weiterentwicklung im Verlaufe der Jahre organisatorisch und inhaltlich als Benchmark für die Branche** betrachtet wird, wie die schon beim Leitbild der Fall ist.

Vgl. Wyss Vinzenz, Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006, S. 10 f.:

*"Auffallend ist, dass allein ein einziger TV-Sender (FC/TELE TOP) und ein Radiosender über umfassende Leitbilder verfügen, welche die relevanten Punkte journalistischer Qualität, Unabhängigkeit, Ethik ansprechen. Im Falle des Radiosenders sind jedoch die Qualitätskriterien in einer grösseren Textmenge disparat so angeordnet, dass sie wenig praktikabel scheinen. Zudem werden sie bei diesem Sender kommerziellen Überlegungen nachgestellt bzw. untergeordnet. **Das Leitbild von FC/TELE TOP lässt alle anderen weit hinter sich (und könnte eventuell für einen Benchmark geeignet sein).**"*

Die TOP-Medien möchten im Qualitätssicherungsprozess im eigentlichen Sinn keinen Extrazug fahren und sind deshalb bereit das organisatorische Schema des Qualitätssicherungsprozesses von Vinzenz Wyss, welches der VSP übernommen hat, als Darstellung des gesamten Qualitätssicherungsprozesses ebenfalls zu berücksichtigen. Hingegen möchten wir uns in der Breite und in der Tiefe der Qualitätssicherungsmaßnahmen an der Spitze bewegen.

Abbildung: Der Qualitätssicherungsprozess



#### 4.1. Ziele und Normen

Die Redaktionen von RADIO TOP, TELE TOP und TELE SÄNTIS verfügen über ein **transparentes Regelsystem, welches im Leitbild der TOP-Medien, im**

**Redaktions-Statut, in den Maximen der Redaktion mit Aussagen zu Wahrheit/Ethik, Verständlichkeit, Geschwindigkeit und Attraktivität, in den Sendungskonzepten sowie in den Publizistischen Leitlinien der TOP-Medien zum Ausdruck gebracht** wird. Die Verantwortung für diese Dokumente, deren Interpretation, Aktualisierung und die kommunikative Umsetzung ist je nach Dokument geregelt. Der Chefredaktor ist die allen bekannte Ansprechperson für Zweifelsfälle in der Praxis. Dokumente werden allen Mitarbeitenden bei Stellenantritt vorgestellt. Sie gelten zudem als Orientierungshilfe bei Redaktionskonferenzen und Sendungskritiken bzw. in der internen Aus- und Weiterbildung.

#### **4.1.1. Leitbild und Publizistische Leitlinien**

Das Leitbild der TOP-Medien und die die Tätigkeit im Programmbereich weiter definierenden Publizistischen Leitlinien der TOP-Medien dienen der strategischen Qualitätslenkung. Die darin zum Ausdruck gebrachte **Qualitätsstrategie hält publizistische Qualitätsziele fest, die die im Leistungsauftrag formulierten Normen (Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und journalistische Professionalität, Meinungsvielfalt und lokal-regionale Priorität in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft/Soziales und Sport; Fragen der Integration, der Überalterung, der Ökologie und des Zusammenlebens der Ethnien und Kulturen) als Grundwerte operationalisiert.** Die Publizistischen Leitlinien drücken das publizistische Selbstverständnis der TOP-Medien aus.

#### **4.1.2. Sendungskonzepte**

In unseren spezifischen Sendungskonzepten werden die Ziele und die Machart von Informationssendungen transparent gemacht. Die Konzepte orientieren sich an den Publizistischen Leitlinien und dienen der Planung und Kritik einzelner Sendungen.

#### **4.1.3. Publizistische Leitlinien und Checklisten**

Die Redaktionen von RADIO TOP, TELE TOP und TELE SÄNTIS verfügen über spezifische publizistische Leitlinien, die ethisch heikle Fälle (Umgang mit Suiziden, Umgang mit Prominenten etc.) senderspezifisch oder auf externe Normen gestützt (Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten), regeln.

Für die regelmäßig stattfindenden Sendungskritiken zieht die Redaktion eine vom Chefredaktor entwickelte Qualitäts-Checkliste heran, welche die für die Redaktion geltenden Qualitätsgrundsätze zum tragen bringt.

### **4.2. Ressourcen und Prozesse**

#### **4.2.1. Gesamtverantwortung für den Qualitätssicherungsprozess**

**Die Gesamtverantwortung für die Qualitätssicherung liegt beim jeweiligen Kadermitarbeiter, also Geschäftsführer, Programmleiter oder Chefredaktor.** Diese aktualisieren regelmässig die im Leitbild bzw. in den Sendungskonzepten festgehaltenen Qualitätsziele und setzen sich in der Redaktion für die

Durchsetzung der Qualitätsphilosophie ein. Dabei kommen neben einer qualitätsorientierten Personalpolitik folgende Mittel zum Einsatz: Zielvereinbarungen, Qualifikationsgespräche, Feedbackgespräche. Die für die Redaktion geltende Qualitätsstrategie wird zudem in den Sendungs-Feedbacks regelmässig in Erinnerung gerufen.

#### **4.2.2. Mitarbeitende und Infrastruktur**

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

Die Redaktion verfügt über ein adäquates Redaktionssystem, das die Rückverfolgbarkeit von Beiträgen sicherstellt. Die Redaktion hat Zugriff auf die folgenden Agenturen: SDA, SI und DPA. Ein Archivsystem unterstützt die qualitätsorientierte Vorbereitung und die Recherchen.

#### **4.2.3. Sicherungsprozesse**

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

##### **4.2.3.1. Briefings**

**Folgende Vorkehrungen gehören in den Redaktionen von RADIO TOP, TELE TOP und TELE SÄNTIS zum Standard-Procedure:**

1. Das Briefing wird durch den Chef vom Dienst vorgenommen.
2. Das Briefing umfasst die folgenden Punkte: Thema des Beitrages, bisherige Entwicklung des Themas, Umfang der zu leistenden Recherche, Protagonisten des Beitrages, Länge des Beitrages, Aufteilung des Beitrages in Anmoderation und Audio-/Videoteil.
3. Bei Beiträgen, die heikel werden könnten, werden die möglichen Klippen des Beitrages und der Protagonisten besprochen.
4. Wenn immer möglich wird festgelegt, in welchem Sendegefäss der Beitrag ausgestrahlt werden soll. In der Regel wird zusätzliches Bild-/Tonmaterial besprochen, falls sich der Beitrag während der Recherche und/oder Produktion als wichtiger herausstellt, als geplant.
5. Der Chef vom Dienst legt fest, wie das Redaktionsmitglied vorzugehen hat, wenn während der Recherche und/oder in der Produktion der geplante Beitrag eine höhere Wichtigkeit erhält oder als wegen der mangelnden Relevanz nicht weiterverfolgt wird (Alarmnummer.)
6. Die Chefredaktion sorgt dafür, dass das Briefing allein oder im Team als ein Recht, aber auch als eine Verpflichtung betrachtet wird.

##### **4.2.3.2. Abnahme von Sendungen**

**Folgende Vorkehrungen gehören in den Redaktionen von RADIO TOP, TELE**

### **TOP und TELE SÄNTIS zum Standard-Procedure:**

1. Die Abnahme der Gesamtsendung (TOP NEWS) wird durch den Chef vom Dienst vorgenommen.
2. Die Abnahme von einzelnen Beiträgen wird je nach Erfahrung des Redaktors durch einen bezeichneten "Götti" oder den Chef vom Dienst vorgenommen: Erste drei Monate: jeder Beitrag. Bis zu einem Jahr Erfahrung: jeder zweite Beitrag. Bis zu zwei Jahren Erfahrung: Jeder vierte Beitrag. Die Chefredaktion kontrolliert die Abnahmen im Ausbildungsdossier jedes Redaktors.
3. Bei Beiträgen, die umfangreiche Recherchen erfordern, wird ein Zwischenstand an jeder der täglich zweimal stattfindenden Redaktionssitzung besprochen.
4. Bei Beiträgen, die Recherchen erfordern, ist an der Redaktionssitzung ein Reservethema zu bestimmen, welches durch ein anderes Redaktionsmitglied bearbeitet wird. Dies ermöglicht einen nicht genügenden Beitrag aus dem Programm zu kippen.
5. Bei schwierig zu recherchierenden Beiträgen bestimmt der Chef vom Dienst einen "Götti", welcher die Fortschritte des Beitrages beurteilt und ihn anschliessend abnimmt.
6. Die Chefredaktion sorgt dafür, dass die Beitragsabnahme im Team als ein Recht, aber auch als eine Verpflichtung betrachtet wird.

### **4.2.3.3. Feedback-System**

**Feedback gehört zu den Kernaufgaben des Qualitätsmanagements und nimmt deshalb einen wichtigen Platz für die Erfüllung des Leistungsauftrages ein.**

### **Folgende Vorkehrungen gehören in den Redaktionen von RADIO TOP, TELE TOP und TELE SÄNTIS zum Standard-Procedure:**

1. An jeder Redaktionssitzung wird ein Feedback über die vergangenen Sendungen durchgeführt.
2. Die Chefredaktion bestimmt verbindlich im voraus, ob zu Beginn des Feedbacks-Prozesses im Tages- oder Wochenrhythmus eine Person alle Beiträge kritisiert oder ob die erste Kritik durch verschiedene Redaktionsmitglieder erfolgt.
3. Die Chefredaktion sorgt dafür, dass die Kritik durch den Beitragsproduzenten quittiert wird. In Fällen von Ausbildungsdefiziten werden diese im Ausbildungsdossier des Redaktors aufgeführt und mit geeigneten Mitteln behoben.
4. Die Chefredaktion gibt einen Kritik-Raster ab, nach dessen Qualitätskriterien die Kritik erfolgt. Der Kritik-Raster der TOP-Medien umfasst die folgenden Punkte:
  - Handwerkliche Machart des Beitrages
  - Vielfalt der Meinungen
  - Aufbauende Machart
  - "Nagel am Schluss" eingeschlagen
5. Einmal monatlich wird eine eigentliche Kritiksitzung durchgeführt. Die Chefredaktion legt fest, welche allgemeinen Erkenntnisse und Lehren anschliessend im Rahmen der CR-News allen Redaktionsmitgliedern zugestellt werden. Die CR-News werden in das Redaktions-Handbuch von RADIO TOP, TELE TOP oder TELE SÄNTIS aufgenommen.

6. Einmal im Quartal führt die Chefredaktion eine Sitzung mit der kompletten Redaktion durch. Diese dient unter anderem dazu, die Feedbacks in einen grösseren Zusammenhang zu stellen und die einzelnen Dokumente des Redaktions-Handbuches (insbesondere Aufbau- und Ablaufstruktur und Programmplanung im Rahmen des News-Konzeptes 2006) zu verifizieren und gegebenenfalls anzupassen.
7. Das Feedback-System muss in seiner Art menschlich integer sein (nicht auf die Person zielen!). Die Kritiken sind klar zuzuweisen (die Verantwortlichkeit wird nicht verwischt, sondern wahrgenommen!)
8. Das Feedback-System muss beim Redaktionsmitglied persönlich mit dem mindestens halbjährlich durch die Chefredaktion stattfindenden Qualifikationsgespräch ein nachhaltig positives und produktive Verhalten (An sich arbeiten!) hervorrufen.
9. Zusätzlich zum internen Feedback-System führt die Geschäftsleitung ein externes Feedback-System ein. Dort wird das gesamte Programm durch externe Fachleute beurteilt. Die dazu eingeladenen Fachleute sind einerseits Wissenschaftler der ZHaW Winterthur, der Universität Zürich und der Universität St. Gallen. Andererseits sind die Informationschefinnen und die Informationschefs der Kantone Zürich, Schaffhausen, St. Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden sowie die Informationschefinnen und die Informationschefs der Städte Winterthur, Uster, Wetzikon, Bülach, Zürich, Rapperswil-Jona, Schaffhausen, Frauenfeld, Kreuzlingen, Weinfelden, Wil, Gossau, St. Gallen, Rorschach, Altstätten, Buchs, Sargans, Herisau und Appenzell eingeladen. Als Gesprächspartner sind ebenfalls die Mitglieder der Programmkommissionsmitglieder der SRG Zürich-Schaffhausen und der SRG Ostschweiz eingeladen. Die Ergebnisse dieser Programmbeurteilungen werden den Redaktionsmitgliedern und dem BAKOM in Protokollen mitgeteilt.
10. Die Ombudsstelle wird ebenfalls über die Programmbeurteilungen informiert. Sie wird im Redaktions-Handbuch und auf [www.toponline.ch](http://www.toponline.ch) veröffentlicht.

#### **4.2.3.4. Aus- und Weiterbildung**

Die Redaktion ermöglicht es den Mitarbeitenden, regelmässig an internen und externen Aus- und Weiterbildungskursen (qualifizierte interne Ausbilder, "Glücksfälle" von ehemaligen Mitarbeitern für interne Kurse, externe Kurse am MAZ, Luzern) teilzunehmen. Besonderes Augenmerk wird auf die Ausbildung und Einarbeitung von neuen Mitarbeitern und Volontären gelegt. Auch die regelmässig stattfindenden Sendungskritiken sind als Teil der Weiterbildung zu verstehen. An diesen Sitzungen bespricht die Redaktionsleitung ausgewählte Beiträge mit den Redaktionsmitgliedern. Die Kritiken werden verschriftlicht und allen Mitarbeitenden (auch nicht anwesenden) zugänglich gemacht. Mitarbeitende haben zudem die Möglichkeit während der Herstellung eines Beitrages bei Schwierigkeiten einen Vorgesetzten oder Coach oder „Paten“ anrufen. Feedback aus dem Publikum (Mail, Gästebuch, Telefone etc.) wird ernst genommen und weiterverarbeitet.

Die Redaktionsleitung entwickelt ein Instrument, mit dem die an Redaktionssitzungen oder in Sendungskritiken festgehaltenen Fehler systematisch gebündelt und analysiert werden. Ziel ist die Feststellung und Bekämpfung der Fehlerursachen.

**Beilage:**

- Konzept für die Aus- und Weiterbildung der TOP-Medien (mit Anhang Aus- und Weiterbildung in den einzelnen Bereichen) als Eingabe für TELE SÄNTIS
- Mitarbeiter Beurteilung
- Vorgesetzten Beurteilung

**5. Evaluation**

Die Evaluation der qualitätssichernden Massnahmen durch eine vom BAKOM anerkannte und von den TOP-Medien frei wählbare Evaluationsstelle wird als wesentlicher Bestandteil des Qualitätssicherungssystems anerkannt. Die Bereitstellung von Dokumenten und die Gespräche mit den Assessoren sind ebenfalls als Teil der organisationsinternen Bemühungen um Qualitätssicherung aufzufassen und zu würdigen. Zudem konzipiert der VSP zusammen mit Prof. Dr. Wyss des IAM der ZHAW einen Workshop, der die Veranstalter für die anstehende Evaluation fit machen soll. RADIO TOP, TELE TOP und TELE SÄNTIS werden an diesem Workshop teilzunehmen.

**Das Qualitätssicherungssystem wird für alle TOP-Medien gelten und dabei Standards für die Sicherung und Steigerung der Qualität im ganzheitlichen Sinn für alle Abteilungen (Redaktion, Programm, Technik, Verkauf, Promotion/Dienste) festlegen. Diese Ziele und Dokumente werden allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit einer Informationsveranstaltung und Abgabe der Dokumente bekannt gemacht:**

- Leitbild der TOP-Medien
- Publizistische Leitlinien der TOP-Medien
- Organigramm RADIO TOP / TELE TOP / TELE SÄNTIS
- Redaktionsstatut RADIO TOP / TELE TOP / TELE SÄNTIS
- Redaktionshandbuch
- Maximen der Redaktion RADIO TOP / TELE TOP und TELE SÄNTIS
- Konzept für die Aus- und Weiterbildung der TOP-Medien
- Qualitätssicherungskonzept der TOP-Medien
- Ethik-Charta der TOP-Medien
- Merkblatt „Keine sexuellen Übergriffe in den TOP-Medien“
- Weisung zur Nutzung der Informatikmittel
- Moderationskonzept
- Programmübersicht 2007
- Newskonzept 2006
- Schichtenplan Redaktion
- Aufgaben der Schichten
- Kritik-Raster
- Regeln zu Vorteilen und Versprechen (Pt. 8, Erklärung der Pflichten)
- Regeln zu PR und Werbung (Pt. 10, Erklärung der Pflichten)
- Sendergeschichte (auf TOP ONLINE, Rubrik History)
- Verhalten in Spezialfällen
  - Suizid (Richtlinie 7.9 der Erklärung der Pflichten)



- Bilder von Prominenten (Richtlinie 7.10 der Erklärung der Pflichten)
- Pflichtenhefte

### 5.1. Evaluation des Qualitätssicherungssystem

RADIO TOP, TELE TOP und TELE SÄNTIS werden das Qualitätssicherungssystem laufend weiterentwickeln und sind deshalb gerne bereit dieses regelmässig durch eine unabhängige Institution auf die Zweckmässigkeit und die Einhaltung prüfen zu lassen. Allfällige Verbesserungsmassnahmen werden umgehend umgesetzt. Das BAKOM wird die entsprechenden Evaluationsberichte erhalten, inklusive Berichterstattung der Behebung von allenfalls festgestellt Mängeln. Die BAKOM-Studie: Qualitative Analyse der Strukturen zur redaktionellen Qualitätssicherung im privaten Rundfunk in der Schweiz 2006 von Vinzenz Wyss hat ausgeführt, dass das Leitbild von RADIO TOP und TELE TOP für ein Benchmark geeignet sei. Wir hoffen, dass uns diese Einschätzung nach einer gewissen Zeit auch mit dem gesamten Qualitätssicherungssystem gelingen wird.

### 5.2. Sicherung der programmlichen Qualität

Wir erachten die Sicherung der redaktionellen Qualität als wichtigsten Pfeiler zur Erfüllung des Leistungsauftrages und haben deshalb diesen Punkt ausführlich dargestellt. Allerdings gehört **nach unserem Verständnis für die Erbringung des Service public régional auch die Qualitätssicherung im gesamten Programm (Sport und Promotion) dazu**. Dieser Punkt ermöglicht uns deshalb weitere Punkte aufzuzählen, welche unseres Erachten für den Erhalt einer Konzession mit Leistungsauftrag zwingend sein müssen.

- Sportkonzept TELE SÄNTIS
- Promotionskonzept TELE SÄNTIS

### Beilage: Qualitätssicherungskonzept der TOP-Medien

- c. Trennung der redaktionellen Tätigkeit von den wirtschaftlichen Aktivitäten des Unternehmens

**Die Redaktion von TELE SÄNTIS widersetzt sich allen Druckversuchen, die darauf abzielen, die Programmfreiheiten einzuschränken – sei es von Seiten der Behörden, von wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Gruppierungen, von Werbekunden oder Einzelpersonen (Formulierung des Redaktions-Statuts von TELE SÄNTIS).**

- d. und e. entfällt

## 6. Verbreitung

- a. Verbreitungskonzept

**Wir verweisen auf die Erläuterungen unter Punkt 3.2.6.1.**

## 7. Zusatzdienste

TELE SÄNTIS wird zu den kleineren aber innovativen Medienunternehmen der Schweiz gehören. Mit den digitalen Möglichkeiten wird TELE SÄNTIS die Angebote der Interaktivität laufend ausbauen. Bereits heute können Videobeiträge auf TOP ONLINE individuell geschaut werden. Im Rahmen der Zusammenarbeit mit RADIO TOP sind über DAB die folgenden Zusatzdienste möglich:

### 1. Programmbegleitende Datendienste – PAD

Gemeinsam mit den Radioprogrammen werden zusätzlich Daten übertragen. Es können Informationen zum Programm oder der Name des Moderators sein, Werbung, Verkehrsmeldungen oder eine Wetterkarte.

### 2. Programmunabhängige Datendienste – PAD

Zusätzlich besteht die Möglichkeit, unabhängig von den Radioprogrammen, Datendienste anzubieten. Möglich sind z. B. aktuelle Nachrichten, die Verkehrslage in der Schweiz, Tourismustipps, Hotelinformationen, Werbung und vieles mehr.

### 3. Zusatzdienste

Über DAB ist in der Zukunft noch mehr möglich. So befindet sich schon ein Navigationssystem im Einsatz, das seine Informationen zum Teil über DAB bezieht. Geplant sind auch Dienste, die nur einem bestimmten Personenreis zugänglich sind (Paging-Dienste).

## 8. Weitere Bemerkungen und Ausführungen (Ausbau- und Programmentwicklungsstufen)

Wir planen die Verbreitung über Satellit und über DVB-T um die wenigen Gemeinden ohne Kabelanschluss ebenfalls zu versorgen.

TELE SÄNTIS



Günter Heuberger