Eidgenössisches Departement für
Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK

Einschreiben mit Rückschein

Radio Argovia
Bahnhofstrasse 41
5001 Aarau

Referenz/Aktenzeichen: VG Radio 15

Bern, 31. Oktober 2008

Verfügung

**des Eidgenössischen Departements für
Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK**

in Sachen **Radio AG (in Gründung), Dr. Roger Schawinski, Kapfstrasse 28, 8032 Zürich**

und

Radio Argovia, Bahnhofstrasse 41, 5001 Aarau

(hiernach: die Bewerberinnen, bzw. die Konzessionärin)

betreffend **Erteilung einer Konzession mit Leistungsauftrag ohne Gebührenanteil betreffend das Versorgungsgebiet Nr. 15 gemäss Anhang 1, Ziffer 4 zur RTVV**

A Ausschreibung und Verfahren

1 Gegenstand

Gestützt auf Artikel 45 des Bundesgesetzes vom 24. März 2006 über Radio und Fernsehen (RTVG)[1] sowie Artikel 43 der Radio– und Fernsehverordnung vom 9. März 2007 (RTVV)[2] schrieb das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) am 4. September 2007 41 Veranstalterkonzessionen für die Verbreitung von lokal–regionalen UKW–Radioprogrammen sowie 13 Veranstalterkonzessionen für die Verbreitung von Regionalfernsehprogrammen in der Schweiz aus. Das BAKOM veröffentlichte den Ausschreibungstext im Bundesblatt[3] und zusammen mit weiteren Begleitdokumenten unter www.bakom.admin.ch. Der Termin zur Einreichung der Bewerbungen wurde auf den 6. Dezember 2007 festgesetzt.

Die ausgeschriebenen Konzessionen betrafen die Versorgungsgebiete, welche der Bundesrat am 4. Juli 2007 definiert hatte (vgl. Anhang 1 bzw. 2 zur RTVV). Sie gewähren ihren Inhaberinnen einen Zugang zur benötigten Verbreitungsinfrastruktur. 21 dieser Konzessionen berechtigen ausserdem zu einem im Voraus vom UVEK festgelegten jährlichen Anteil am Ertrag der Empfangsgebühr. Die UKW–Radiokonzession für das Versorgungsgebiet Nr. 15 gemäss Anhang 1, Ziffer 4 zur RTVV ist allerdings nicht mit der Ausrichtung eines Gebührenanteils verbunden.

2 Verfahren

2.1 Bewerbungen

Beim BAKOM gingen bis zum Ablauf der Ausschreibungsfrist am 6. Dezember 2007 insgesamt 75 Bewerbungen für die ausgeschriebenen 41 UKW–Radio– bzw. 13 Regionalfernsehkonzessionen ein. Drei Bewerbungen wurden im Rahmen der Vollständigkeitsprüfung der Gesuchseingaben zurückgezogen.

Die Bewerberinnen Radio AG in Gründung (hiernach Radio AG) und Radio Argovia AG (hiernach Radio Argovia) reichten ihre Bewerbungen um die UKW–Radiokonzession für das Versorgungsgebiet Nr. 15 gemäss Anhang 1, Ziffer 4 zur RTVV am 4. Dezember 2007 bzw. 28. November 2007 ein. Auf die Aufforderung des BAKOM hin vervollständigte die Radio AG ihr Dossier am 20. Dezember 2007. Zudem reichte sie am 14. Januar 2008 eine formale Korrektur ihres Dossiers ein. Radio Argovia reichte am 18. Dezember 2007 zusätzliche Unterlagen ein.

---

[1] SR 784.40, vgl. www.admin.ch/ch/d/sr/c784_40.html

[2] SR 784.401, vgl. www.admin.ch/ch/d/sr/c784_401.html

[3] BBl 2007 6229

2.2 Öffentliche Anhörung

Das BAKOM publizierte die verbliebenen 72 Bewerbungen am 28. Dezember 2007 im Internet. Kantone, Interessenverbände der Radio–, Fernseh– und Werbebranche, die Bewerberinnen und Bewerber selber sowie weitere interessierte Kreise erhielten Gelegenheit, sich bis zum 20. Februar 2008 zu den Konzessionsbewerbungen zu äussern (Fristverlängerungen wurden bis zum 7. März gewährt). Insgesamt erreichten 129 Stellungnahmen das BAKOM. Das Amt veröffentlichte sie unter www.bakom.admin.ch.

Die Ergebnisse der Anhörung können wie folgt zusammengefasst werden: Die Regierung des Kantons Aargau bemängelt bei Radio Argovia die Informationsleistungen und die Meinungsvielfalt und zweifelt an der redaktionellen und wirtschaftlichen Unabhängigkeit. Diesbezüglich könnten von Radio AG Verbesserungen erwartet werden. Trotzdem unterstützt die Regierung die Konzessionierung von Radio Argovia, erwartet jedoch Massnahmen zur Steigerung der publizistischen Qualität.

2.3 Rechtliches Gehör

Am 11. März 2008 gab das BAKOM allen Bewerberinnen und Bewerbern die Gelegenheit, sich im Rahmen der Gewährung des rechtlichen Gehörs bis zum 16. April 2008 zu den Anhörungsergebnissen zu äussern.

Mit Schreiben vom 15. April 2008 (Radio AG) bzw. 13. April 2008 (Radio Argovia) nahmen die Bewerberinnen zu den im Verlauf der öffentlichen Anhörung beim BAKOM eingetroffenen Eingaben Stellung. Darauf hin erhielten die Bewerberinnen in einem zweiten Schriftenwechsel Gelegenheit, bis zum 16. Mai 2008 ihren Standpunkt abschliessend darzulegen. Von diesem Recht machten sie mit den Eingaben vom 14. Mai 2008 (Radio AG) bzw. vom 15. Mai 2008 (Radio Argovia) Gebrauch.

Auf die im Rahmen der Gewährung des rechtlichen Gehörs von den Bewerberinnen vorgebrachten Argumente wird soweit notwendig im Folgenden eingegangen.

3 Kündigung altrechtlicher Konzessionen

Die gestützt auf das RTVG vom 21. Juni 1991[4] und die RTVV vom 6. Oktober 1997[5] erteilten UKW–Radio–Konzessionen sahen unter dem Vorbehalt einer früheren Kündigung durch die Konzessionsbehörde eine Geltungsdauer von bis fünf Jahre nach Inkrafttreten des neuen RTVG vor. Das UVEK machte im September 2007 von dieser Möglichkeit Gebrauch und kündigte alle UKW–Radio–Konzessionen auf den 31. März 2009. Dies gilt für Radio Argovia. Die Bewerberin Radio AG verfügt demgegenüber über keine UKW–Konzession im fraglichen Gebiet, d.h. sie bewirbt sich neu um die hier zu vergebende Konzession.

---

[4] AS 1992 601, 1993 3354, 1997 2187 Anhang Ziff. 4, 2000 1891 Ziff. VIII 2, 2001 2790 Anhang Ziff. 2, 2002 1904 Art. 36 Ziff. 2, 2004 297 Ziff. I 3 1633 Ziff. I 9 4929 Art. 21 Ziff. 3, 2006 1039 Art. 2

[5] AS 1997 2903, 1999 1845, 2001 1680, 2002 1915 Art. 20 3482, 2003 4789, 2004 4531, 2006 959 4395

B Erwägungen

1 Formelles

1.1 Zuständigkeit

Bei der hier zu vergebenden Veranstalterkonzession mit Zugangsrecht handelt es sich um eine Konzession mit Leistungsauftrag ohne Gebührenanteil im Sinne von Artikel 43 RTVG. Zuständige Behörde für die Erteilung der Veranstalterkonzessionen ist gemäss Artikel 45 Absatz 1 RTVG das UVEK (Konzessionsbehörde).

1.2 Eintreten

Die Bewerberinnen reichten ihre Dossiers fristgerecht ein. Die Bewerbungsunterlagen erfüllen die in der Wegleitung des BAKOM vom 4. September 2007 zur Einreichung von Konzessionsbewerbungen[6] verlangten formalen Voraussetzungen. Auf die Bewerbungen wird deshalb eingetreten.

2 Materielles

2.1 Kriterien und Methode für die Entscheidfindung

Das Verfahren zur Vergabe der Radio– und Fernsehkonzessionen ist in Artikel 44f. RTVG und Artikel 43 RTVV geregelt. Artikel 44 Absatz 1 RTVG zählt die Konzessionsvoraussetzungen einzeln auf, d.h. die Voraussetzungen, die erfüllt sein müssen, damit einem Bewerber überhaupt eine Konzession erteilt werden kann (Qualifikationskriterien). Auf die Frage, wie bei mehreren Bewerbungen vorzugehen ist (Selektionskriterien), gibt Artikel 45 Absatz 3 Antwort: Die Konzession erhält, wer besser in der Lage ist, den Leistungsauftrag zu erfüllen. Sind mehrere Bewerbungen unter diesem Gesichtspunkt weitgehend gleichwertig, so ist jener Bewerber zu konzessionieren, der die Meinungs– und Angebotsvielfalt am meisten bereichert.

Artikel 38 Absatz 1 Buchstabe a RTVG und Artikel 43 Absatz 1 Buchstabe a RTVG umschreiben den Leistungsauftrag kommerzieller Veranstalter. Verlangt wird die Berücksichtigung der lokalen oder regionalen Eigenheiten durch umfassende Information insbesondere über die politischen, wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhänge sowie die Leistung eines Beitrages zur Entfaltung des kulturellen Lebens im Versorgungsgebiet. Hinter dem gesetzgeberischen Entscheid, auf der regionalen Ebene Leistungsaufträge zu formulieren und für deren Erfüllung Gebührengelder auszurichten, stehen in erster Linie staats– und demokratiepolitische Überlegungen. In der Schweiz als föderalistisch aufgebautem Staat mit kleinräumigen Strukturen findet ein erheblicher Teil der demokratischen Meinungs– und Willensbildung auf Kantons– und Gemeindebene statt. Die gesetzliche Regelung soll ermöglichen, dass diese Prozesse auch in den elektronischen Medien ihren Niederschlag finden.[7] Dieser Stossrichtung ist bei der Konkretisierung der Leistungsaufträge und der Beurteilung der Bewerbungen Rechnung zu tragen.

---

[6] http://www.bakom.admin.ch → Radio&Fernsehen → Aktuell → Erteilung der neuen UKW– und Regional–TV–Konzessionen

[7] Botschaft zur Totalrevision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 18. Dezember 2002, BBl 2003 02.093

Der im Bundesblatt vom 4. September 2007[8] bzw. im Internet[9] veröffentlichte Ausschreibungstext konkretisiert diese Vorgaben des Gesetzgebers, indem er drei Kriteriengruppen nennt und gewichtet, welche für die spätere Bewertung eingegangener Bewerbungen als massgebend deklariert werden:

- Input: Die Erfüllung des Leistungsauftrags setzt nach professionellen Standards handelnde Medienschaffende, bestimmte organisatorische Strukturen, adäquate Arbeitsbedingungen und geeignete Ausbildungsmassnahmen sowie eine institutionalisierte Qualitätssicherung voraus. Entsprechende Vorkehrungen auf der Inputseite erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass die journalistischen Leistungen (Output) qualitativ hoch stehend im Sinne des Leistungsauftrags sind.[10] Die Inputfaktoren fliessen mit 40 Prozent in die Entscheidfindung ein.

- Output: Unter diesem Stichwort werden die durch die Bewerbung in Aussicht gestellten inhaltlichen und gestalterischen Programmleistungen im Lichte des Leistungsauftrages beurteilt. Die Outputfaktoren werden mit 40 Prozent berücksichtigt.

- Verbreitung: Die technische, zeitliche und finanzielle Verbreitungsplanung wird schliesslich mit 20 Prozent gewichtet.

Die Input– und Outputfaktoren weisen verschiedene Facetten auf. Um ihrer Vielschichtigkeit gerecht zu werden, konkretisierte die Konzessionsbehörde die drei Kriteriengruppen Input, Output und Verbreitung mit den folgenden Unterkriterien:

Input (Qualitätssicherung, Arbeitsbedingungen) 40 Prozent	• Beschreibung und Dokumentation des Qualitätssicherungssystems • Anzahl Redaktions–/Moderationsstellen • Aus– und Weiterbildungskonzept für Programmschaffende sowie Budget für die Aus– und Weiterbildung • Arbeitsbedingungen wie Mindestlohn im Verhältnis zur Wochenarbeitszeit sowie Urlaubsregelung
Output (journalistische Leistung) 40 Prozent	• Umschreibung der versprochenen Informationsleistungen, inkl. spezieller Anstrengungen zur Umsetzung des lokal–regionalen Informationsauftrags • Umsetzung des Vielfaltsgebots und Spektrum der Sendungsarten (Nachrichtenbulletins, Magazine, Worthintergrundsendungen etc.)
Verbreitung 20 Prozent	• Technisches, zeitliches und finanzielles Konzept zur Erschliessung des Versorgungsgebietes

[8] BBl 2007 6229

[9] http://www.bakom.admin.ch → Radio&Fernsehen → Aktuell → Erteilung der neuen UKW– und Regional–TV–Konzessionen

[10] Botschaft zur Totalrevision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 18. Dezember 2002, BBl 2003 02.093

Diese Konkretisierung erlaubt eine detaillierte Analyse und objektive Gegenüberstellung der Bewerbungen und erleichtert die Beantwortung der Frage, welche der Bewerberinnen im Sinne von Artikel 45 Absatz 3 RTVG am besten in der Lage ist, den Leistungsauftrag zu erfüllen.

Sind mehrere Bewerbungen unter diesem Gesichtspunkt weitgehend gleichwertig, so erhält gemäss Artikel 45 Absatz 3 RTVG diejenige Bewerberin den Vorzug, welche die Meinungs– und Angebotsvielfalt am meisten bereichert. Die Tatsache, dass das Gesetz von „weitgehend" gleichwertig spricht, berücksichtigt, dass der Vergleich zwischen mehreren Bewerbungen nicht mit arithmetischer Präzision geführt werden kann. Priorität hat zwar die Eignung hinsichtlich des Leistungsauftrages. Dieses Kriterium vermag aber das sekundäre Vielfaltskriterium nur dann zu verdrängen, wenn sich eine Bewerbung mit Blick auf den Leistungsauftrag deutlich von ihren Konkurrenten abhebt.

Bei der Beantwortung der Frage, wer die Meinungs– und Anbgebotsvielfalt am meisten bereichert sind sowohl qualitative programmbezogene Elemente (inhaltliche oder musikalische Profilierung, Innovationskraft) als auch marktstrukturelle Aspekte zu berücksichtigen (Unabhängigkeit des Bewerbers gegenüber anderen Medienakteuren im Versorgungsgebiet; Fragen der Medienkonzentration).[11]

2.2 Konzessionsvoraussetzungen

Artikel 44 Absatz 1 RTVG stellt eine Reihe von Bedingungen auf, welche erfüllt sein müssen, damit die Konzession einer Bewerberin erteilt werden kann. Die Prüfung der Bewerbungsunterlagen ergab, dass die Bewerberinnen die Konzessionsvoraussetzungen gemäss Artikel 44 Absatz 1 RTVG erfüllen. So sind sie in der Lage, den Leistungsauftrag zu erfüllen, legen glaubhaft dar, die erforderlichen Investitionen und den Betrieb finanzieren zu können und zeigen auf, wer über die wesentlichen Teile des Kapitals verfügt bzw. wer finanzielle Mittel zur Verfügung stellt. Zudem bieten sie Gewähr, die arbeitsrechtlichen Vorschriften und die Arbeitsbedingungen der Branche sowie das anwendbare Recht und die mit der Konzession verbundenen Pflichten und Auflagen einzuhalten. Sie dokumentieren überdies, dass sie die redaktionellen Tätigkeiten von den wirtschaftlichen Aktivitäten trennen, eine natürliche Person mit Wohnsitz oder eine juristische Person mit Sitz in der Schweiz sind und die Meinungs– und Angebotsvielfalt nicht gefährden.

2.3 Erfüllung des Leistungsauftrags gemäss Ausschreibung

Da sich zwei Bewerberinnen um die hier zu vergebende Konzession beworben haben, findet eine Selektion statt. Demnach werden die Ausführungen der Bewerberinnen zu den einzelnen Elementen des Leistungsauftrags in den folgenden Abschnitten miteinander verglichen und bewertet. Die Ausführungen der Bewerberinnen zum Leistungsauftrag haben verpflichtenden Charakter. Darauf weist schon der Wortlaut der Ausschreibung hin.[12]

---

[11] vgl. Ausschreibungstext unter www.bakom.admin.ch → Radio&Fernsehen → Aktuell → Erteilung der neuen UKW– und Regional–TV–Konzessionen

[12] Ziffer 3.3, 2. Absatz des Ausschreibungstextes vom 4. September 2007, publiziert unter der Internetadresse http://www.bakom.admin.ch → Radio & Fernsehen → Aktuell → Erteilung der neuen UKW– und Regional–TV–Konzessionen → Weitere Informationen

2.3.1 Inputfaktoren

Die Erfüllung des Leistungsauftrags setzt organisatorische Strukturen der Qualitätssicherung, adäquate Arbeitsbedingungen sowie eine ausreichende Anzahl nach professionellen Standards handelnder Medienschaffender voraus. Diese Elemente werden unter dem Begriff „Inputfaktoren“ zusammengefasst.

2.3.1.1 Qualitätssicherung

Die Bewerberinnen werden verpflichtet, ein Qualitätssicherungssystem zu etablieren, das die kontinuierliche Überprüfung der erbrachten Programmleistung sowie entsprechende Korrekturmassnahmen ermöglicht. Dazu zählen die Formulierung von inhaltlichen und formalen Qualitätszielen und –standards, festgeschriebene Prozesse zu deren Überprüfung sowie ausreichende personelle Ressourcen.

Bei Radio AG basiert das Qualitätssicherungssystem auf einer "permanenten, stringent durchgeführten Qualitätskontrolle"[13]. Dazu zählen tägliche Redaktionssitzungen mit Sendungskritiken und Einzelfeedbacks, eine institutionalisierte Beobachtung der Konkurrenz sowie periodische Sendungskritik durch aussen stehende Experten. Folgende Qualitätsziele werden in den Redaktionsstatuten bzw. dem Leitbild der Radio AG[14] festgehalten: politische Neutralität, journalistisch korrekte Berichterstattung, strikte Trennung zwischen redaktionellen Inhalten und den Interessen von Werbekunden, Verbot des Verkaufs von Insiderinformationen, Wahrung der publizistischen Unabhängigkeit in Bezug auf wirtschaftliche Vorteile z.B. in Zusammenhang mit Wertpapiertransaktionen.

Radio Argovia bekennt sich zu einer konsequenten Umsetzung von Qualitätssicherungsmassnahmen und verfügt über einen definierten Qualitätssicherungsprozess[15]. Die inhaltlichen und formalen Qualitätsziele sowie das publizistische Verständnis sind im "Leitbild der AZ Medien Gruppe"[16] festgelegt. Im "Redaktionsstatut von Radio Argovia"[17] werden diese Leitgedanken in Form journalistischer Grundsätze sowie den Rechten und Pflichten für Journalisten konkretisiert. Weitere verbindliche Dokumente wie das Redaktionshandbuch definieren die Aufgaben, die Inhalte und die Abläufe und machen die Grundsätze für den Redaktionsalltag anwendbar. Radio Argovia verpflichtet sich zudem, den Qualitätssicherungsprozess in Zusammenarbeit mit dem VSP weiterzuentwickeln.[18]

Zwischenfazit

Obwohl beide Bewerberinnen die Wichtigkeit von qualitätssichernden Massnahmen hervor streichen, ergibt der Vergleich der beiden Gesuche klare Vorteile für Radio Argovia, das anhand eines umfassenden Katalogs mit entsprechenden Papieren glaubwürdig seine diesbezüglichen Bemühungen belegen kann. Bei Radio AG beschränken sich die

---

[13] Gesuch Radio AG, Seite 13

[14] Redaktionsstatuten/Leitbild vom 25.10.2007, Beilage 6

[15] Gesuch Radio Argovia, Seite 8

[16] Dieses Dokument fehlt in den Gesuchsunterlagen von Radio Argovia

[17] Beilage 33

[18] Gesuch Radio Argovia, Seite 12

Unterlagen auf das eine Seite umfassende Papier "Redaktionsstatuten/Leitbild" mit den oben genannten Grundsätzen. Unterlagen mit Hinweisen auf die konkrete Umsetzung, mit institutionalisierten Abläufen oder ein Handbuch für die Redaktion fehlen hingegen ebenso wie der Hinweis, dass entsprechende Prozesse in nächster Zeit erarbeitet und schriftlich festgehalten werden.

2.3.1.2 Programmschaffende

Die Dotierung der für die Erfüllung des publizistischen Leistungsauftrags relevanten Redaktionsstellen präsentiert sich bei den beiden Bewerberinnen wie folgt[19]: Radio Argovia plant für die redaktionelle Arbeit 9.5 Vollzeitstellen sowie eine Volontariats– und maximal eine Praktikumsstelle. Im Bereich Moderation sind 9 Vollzeitstellen sowie ebenfalls eine Volontariats– und maximal eine Praktikumsstelle vorgesehen. Für die Programmkoordination werden zudem 1.3 Stellen eingerechnet. Zusammen mit den Stellen in den Bereichen Technik, Administration und Werbung umfasst der Personaletat insgesamt 35.1 Stellen. Die Personalkosten in der Höhe von 3.9 bis 4.2 Millionen Franken entsprechen rund 60 Prozent der gesamten Betriebskosten.[20]

Radio AG will in der Redaktion neun Vollzeitstellen schaffen. Hinzu kommen sieben Teilzeitstellen (davon vier für Redaktoren und drei für Reporter) sowie zwei Praktikumsstellen. Im Bereich Moderation sind sechs Vollzeitstellen vorgesehen sowie vier Teilzeitstellen am Wochenende. In den Bereichen Musik, Werbung, Administration und Technik plant Radio AG sieben Stellen und zwei Lehrstellen[21]. Da bei den Teilzeitstellen in den Bereichen Redaktion und Moderation unklar ist, ob es sich um die Anzahl Beschäftigte oder um Stellenprozente handelt, kann die Gesamtstellenzahl nicht eindeutig beziffert werden. Radio AG setzt für das Personal 2.75 bis 3.1 Millionen Franken ein oder 43 bis 46 Prozent der Betriebskosten.[22]

Zwischenfazit

Beide Bewerberinnen dürften mit dem angegebenen Stellenbestand in der Lage sein, den Leistungsauftrag zu erfüllen. Obwohl wegen der unklaren Deklaration der Teilzeitstellen kein genauer Vergleich möglich ist, kann davon ausgegangen werden, dass bei beiden Bewerberinnen ungefähr gleich viele Stellen mit journalistischer Tätigkeit vorgesehen sind.[23]

---

[19] Gesuch Radio Argovia, Seite 9

[20] Gesuch Radio Argovia, Beilage 22, Plan–Erfolgsrechnung; im Gesuch, Seite 12, beziffert Argovia den Personalkostenanteil mit 48 Prozent

[21] Gesuch Radio AG, Seite 17

[22] Kosten inkl. Abschreibungen, Zinsen und Steuern; Gesuch Radio AG, Planerfolgsrechnung Seite 20

[23] Da die von Radio AG angegebenen Teilzeitstellen nicht klar deklariert sind, wird ein Beschäftigungsgrad von je 50% angenommen. Dies ergibt bei Radio AG 20.0 Stellen im Bereich Redaktion und Moderation. Bei Radio Argovia sind 20.8 Stellen vorgesehen.

2.3.1.3 Aus– und Weiterbildung

Bei Radio AG erfolgt die Aus– und Weiterbildung durch den Geschäftsführer Roger Schawinski sowie das Führungsteam[24]. Laut Gesuch soll verstärkt mit Radio Kanal K zusammengearbeitet werden, um neue Talente zu entdecken und zu fördern[25]. Laut Stellenplan sind 2 Redaktions–Praktikanten und 1 Moderations–Volontär vorgesehen[26]. Das Schwergewicht der "sehr umfangreichen"[27] Ausbildung der Programmmitarbeiter liegt laut Angaben auf der Inhouse–Ausbildung (teilweise unter Beizug externer Experten). Zusätzlich werden Möglichkeiten zum Besuch von externen Kursen (MAZ und Hochschule Winterthur) geboten, wofür ein Betrag von Fr. 30'000.– bereitgestellt wird. Ein spezielles Ausbildungsprogramm für Stagiaires ist in Vorbereitung[28].

Das Aus– und Weiterbildungskonzept[29] von Radio Argovia beinhaltet Richtlinien für Volontäre und ausgebildete Mitarbeiter. Beide erhalten nach Bedarf eine externe Sprech– und Moderationsausbildung und können pro Jahr einen Fachkurs am MAZ oder einer ähnlichen Institution besuchen. Zudem organisiert Radio Argovia jährlich eine mehrtägige interne Weiterbildung ausserhalb der Studioräumlichkeiten. Für Volontäre bietet Radio Argovia eine dauernde Begleitung und Betreuung durch eine fest angestellte Person aus der Redaktion sowie ein wöchentliches Gespräch mit dem Chefredaktor. Zusätzlich äusserte Radio Argovia die Absicht, im Bereich Grundausbildung mit Kanal K zu kooperieren. Für dieses von Kanal K angebotene, dreimonatige Praktikum will Radio Argovia jährlich 30'000 Franken einsetzen[30]. Volontäre sollen von Argovia für die einjährige Ausbildung grundsätzlich nur angestellt werden, wenn sie vorher bei Kanal K das Praktikum absolviert haben. Praktikanten erhalten einen Lohn von 1'500, Volontäre von 3'500 Franken pro Monat. Für ausgebildete Mitarbeiter bietet Argovia zusätzlich tägliche Feedbacks der Chefredaktion, Einzelbetreuung im Newsbereich sowie zweimal im Monat eine Teamausbildung. Zusammen mit dem Beitrag für Kanal K will Radio Argovia jährlich 55'000 Franken in die Aus– und Weiterbildung investieren.[31]

Zwischenfazit

Die Absicht, die Aus– und Weiterbildung der Programmschaffenden zu fördern, legen beide Bewerberinnen in vergleichbarer Weise dar. Im Gegensatz zu Radio AG präsentiert Radio Argovia jedoch ein Konzept mit Aus– und Weiterbildungsinhalten und verweist auf eine Vereinbarung mit Kanal K. Hinsichtlich der vorgesehenen Budgets übertrifft Radio Argovia jenes von Radio AG deutlich: Gemessen an der Anzahl Programmmitarbeiten-

---

[24] Gesuch Radio AG, Seite 13

[25] Gesuch Radio AG, Seite 17

[26] Gesuch Radio AG, Seite 17

[27] Gesuch Radio AG, Seite 17

[28] Gesuch Radio AG, Seite 22

[29] Gesuch Radio Argovia, Seite 13

[30] Konzept von Kanal K für Radio Argovia vom 7. Dezember 2007 sowie Vorvertrag; im Gesuch Beilage 31.
Das nicht gewinnorientierte Radio „Kanal K“ hat im Juli 2008 vom UVEK eine Konzession für das Versorgungsgebiet „Region Aargau-Mitte“ (Nr. 16 gemäss Anhang 1 Ziffer 4 zur RTVV) erhalten.

[31] Gesuch Radio Argovia, Seite 14

den[32] will Argovia pro Stelle und Jahr 2’644 Franken einsetzen. Bei Radio AG sind es rund 1’500 Franken[33]. Ein weiterer Vorteil für Argovia sind die konkreten Angaben bezüglich der Dauer der Praktika und Volontariate und die Entschädigung. Bei Radio AG sind keine konkreteren Angaben zu finden.

2.3.1.4 Arbeitsbedingungen

Ein Sender kann nur dann gut ausgebildete und erfahrene Journalistinnen und Journalisten rekrutieren und auf Dauer beschäftigen, wenn er konkurrenzfähige Arbeitsbedingungen anbietet.

Beide Bewerberinnen verpflichten sich zur Einhaltung der Standard–Arbeitsbedingungen des VSP. Bei beiden beträgt die wöchentliche Arbeitszeit 42 Stunden. Radio Argovia gewährt allen Programmschaffenden mit einem Pensum von mehr als 60 Prozent sechs Wochen Ferien, davon eine Woche als Kompensation für Schicht–, Wochenend– und Nachtarbeit. Bei Radio AG beträgt der Ferienanspruch für alle Festangestellten fünf Wochen. Lohnmässig überschreiten beide Bewerberinnen die VSP–Bedingungen: Radio Argovia bezahlt nach dem Volontariat einen Anfangslohn von 4'500 bis 4'700 Franken pro Monat sowie den 13. Monatslohn. Nach rund sechs Jahren ist (ohne Funktionsanpassung) der Plafond in der Höhe von 6'300 bis 6'700 Franken erreicht. Radio AG nennt einen jährlichen Mindestlohn, der höher ist als 70'000 Franken; der Durchschnittslohn liege bei über 90'000 Franken[34]. Weitere Angaben zu den Löhnen sind dem Gesuch nicht zu entnehmen.

Zwischenfazit

Beide Bewerberinnen erfüllen die minimalen Anforderungen problemlos. Radio Argovia hat die Arbeitsbedingungen in diversen Papieren schriftlich festgehalten und im Gesuch transparent kommuniziert. Radio AG begnügt sich mit ein paar wenigen pauschalen Angaben. Vorteile für Argovia finden sich bezüglich der Ferienregelung. Radio AG schafft sich Pluspunkte bei der Lohnhöhe.

2.3.1.5 Fazit Inputfaktoren

Hinsichtlich Lohnhöhe und Personaldotierung schneidet Radio AG besser ab, hinsichtlich der Ferienregelung ist Radio Argovia der attraktivere Arbeitgeber. Bei Radio AG lassen sich die Arbeitsbedingungen mangels konkreter Angaben und Unterlagen jedoch nicht abschliessend beurteilen. Radio Argovia holt sich deutliche Vorteile in den Bereichen Qualitätssicherung sowie Aus– und Weiterbildung. Diese auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Strukturen bilden die Basis für eine auf die Dauer angelegte, stabile Betriebsführung. Löhne und die Personaldotierung bilden hingegen relative Grössen, die dem Einfluss des Erfolgs und der Marktlage eher ausgesetzt sind. Aus diesem Grund schneidet die Bewerbung von Radio Argovia hinsichtlich der Inputfaktoren besser ab als jene von Radio AG.

---

[32] Insgesamt 20.8 Vollstellen, incl. Volontariatsstellen und Programmkoordination.

[33] Da die von Radio AG angegebenen Teilzeitstellen nicht klar deklariert sind, wird ein Beschäftigungsgrad von je 50% angenommen (vgl. Fussnote 23). Damit wird die Summe von 30'000 Franken durch 20 Stellen dividiert.

[34] Der Minimallohn pro Monat beträgt bei 13 Monatslöhnen somit 5385 Franken, der Durchschnittslohn 6923 Franken

2.3.2 Outputfaktoren

Hier werden die in Aussicht gestellten programmlichen Leistungen beurteilt. Dabei geht es nicht um die Anwendung allgemeiner Qualitätskriterien oder um die Antizipation der Publikumsakzeptanz. Entscheidend ist, ob das geplante Programm diejenigen Service public Leistungen erbringen wird, welche der Gesetzgeber namentlich aus staats– und demokratiepolitischen Überlegungen[35] als wünschens– und unterstützenswert betrachtet.

Die Vorgaben der Ausschreibung folgen diesen Überlegungen und konzentrieren sich auf die Informationsleistungen. Letztere haben eine umfassende Berichterstattung über die relevanten lokalen–regionalen Geschehnisse zum Ziel. Bei der Berichterstattung gilt es, den verschiedenen thematischen, personellen, geographischen und gestalterischen Dimensionen des Vielfaltsgebots Rechnung zu tragen.

2.3.2.1 Informationsauftrag

Radio AG grenzt sich in der Beschreibung seines Programmprofils vom bestehenden Lokalradio Argovia ab, mit dem Ziel, die Einwohner im gesamten Kanton Aargau "besser, schneller und umfassender zu informieren“:[36] Die Vorteile des schnellen Mediums will Radio AG nutzen, indem "Beiträge und Nachrichten dann gesendet werden sollen, wenn sie aktuell, frisch und für den Hörer relevant sind." Die Radio AG will den Schwerpunkt auf die politische Berichterstattung legen, indem sie "bei allen wichtigen politischen Entscheidungen des Kantons oder der einzelnen Regionen" vertreten ist.[37] Unterstrichen wird im Gesuch auch die "grosse Bedeutung längerer Wortsendungen, in denen vertiefte Informationen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Soziales, Gesundheit, Kultur, Sport und Wissenschaft vermittelt werden sollen".[38] Deshalb plant Radio AG, am Wochenende in Form von längeren Sendungen "Hintergrundinformationen zu liefern, die über die Tagesaktualität hinausgehen."[39] Formal will Radio AG den Informationsauftrag gemäss dem folgenden Raster erfüllen: Grundsätzlich sollen von 05 Uhr morgens bis um 18 Uhr im Halbstundentakt Nachrichten gesendet werden. Gemäss Programmraster enthält jeder Nachrichtenblock grundsätzlich auch Nachrichten aus dem Sendegebiet. Während der Hauptsendezeiten am Morgen, Mittag und Abend sind neben den Nachrichten mehrere aktuelle Berichte vorgesehen, dazwischen ist stündlich ein weiterer Bericht eingeplant. Am Abend und in der Nacht soll stündlich ein Nachrichtenbulletin ausgestrahlt werden. Zwischen 05 Uhr und 22 Uhr ist das Programm durchgehend moderiert.

Die redaktionelle Arbeit von Radio Argovia orientiert sich an folgenden Grundsätzen: überparteilich und unabhängig, mit publizistisches Schwergewicht im kantonalen, regionalen und lokalen Bereich. Die Themenwahl erfolgt nach den Kriterien Aktualität, Wichtigkeit, Publikumsinteresse, Betroffenheit und Emotionalität.[40] Radio Argovia verspricht ein

---

[35] Siehe oben Ziff. 2.1

[36] Gesuch Radio AG, Seite 5

[37] Gesuch Radio AG, Seite 6

[38] Gesuch Radio AG, Seite 2

[39] Gesuch Radio AG, Seite 6; im Programmraster ist allerdings mit dem Promi Talk lediglich ein längerer Wortbeitrag aufgeführt, weitere Elemente im genannten Rahmen fehlen.

[40] Redaktionsstatut, Seite 1

"Vollprogramm mit starker Unterhaltungs– und Informations–Kompetenz"[41], indem umfassend über Themen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport informiert werde. Im Fokus aller Informationen stehe der Kanton Aargau; informiert werde "offen und wahrheitsgetreu", mit dem Bestreben, "die verschiedenen Meinungen und Interessen zu Wort kommen zu lassen."[42] Das Raster von Radio Argovia gliedert sich wie folgt: Während der Primetimes[43] sendet Argovia halbstündlich Nachrichten bzw. Kurznachrichten, während der übrigen Sendezeit bis 24 Uhr jeweils zur vollen Stunde Kurznachrichten (Topnews). Explizite Regionalnachrichten sind viermal pro Tag, um 11 Uhr, um 12.30, um 17.30 sowie um 23.20 programmiert.[44] Dreimal pro Tag informiert Radio Argovia ausführlicher mit Beiträgen und Hintergrundberichten. Die Infosendungen stehen am Mittag, am frühen Abend und um 23 Uhr auf dem Programm; am Abend sind täglich zwei Sportnews um 22.30 und 23.30 Uhr vorgesehen. Das Programm ist von 06 bis 23 Uhr moderiert.

Zwischenfazit

Radio AG legt seinen Schwerpunkt klar auf die Information: Den Anspruch, schnell und umfassend zu informieren, löst Radio AG damit ein, dass für die Berichterstattung einerseits Gefässe während der Primetimes geschaffen werden, dass andererseits aber jederzeit Ereignisse aufgegriffen werden sollen, sofern sie relevant und für das Publikum wichtig sind. Den journalistischen Anspruch seines Programms unterstreicht Radio AG auch mit der Absicht, neben der täglichen aktuellen Information längere Wortbeiträge mit Hintergrundberichten zu produzieren. Auch Radio Argovia bekundet die Absicht, dem Informationsauftrag vollumfänglich nachzukommen, wobei Unterhaltung und Information als gleichwertige Kompetenzen angegeben werden. Das Senderaster ist aber weniger flexibel, die regionalen Informationsleistungen werden in erster Linie in der Mittags– und Abendschiene erbracht, und nur bei aussergewöhnlichen Ereignissen soll schnell reagiert, bzw. das Programm der Situation angepasst werden[45]. Anders als die Mitbewerberin verzichtet Argovia auf eine ausführliche regionale Berichterstattung im Rahmen der Morgenprimetime. Formal kann sich Argovia Pluspunkte holen mit detaillierten Sendungsbeschrieben und konkreten Vorgaben für die redaktionellen Inhalte. Bei Radio AG fehlen diese Konkretisierungen, weshalb die Absichtserklärungen weitgehend unverbindlich bleiben.

2.3.2.2 Vielfaltsgebot und Sendungsarten

Beide Bewerberinnen betonen die Absicht, thematisch relevant und geografisch vielfältig zu informieren, die verschiedenen Meinungen und Interessen sowie die Vielfalt an Personen zu Wort kommen zu lassen und die Vielfalt des Geschehens zu widerspiegeln. Radio Argovia nennt als Sendungsarten neben den Kurzmeldungen, Nachrichten und Berichten

---

[41] von der Bewerberin hervorgehoben; Gesuch Radio Argovia, Seite 9

[42] Gesuch Radio Argovia, Seite 9

[43] Primetimes: 05 – 09 Uhr; 12 – 13 Uhr; 17 – 18 Uhr; aus: Programmstruktur 2008, Beilage 12

[44] Programmstruktur 2008, Seite 6; diese Aussage wird durch die Beschreibung der Morgenshow in Beilage 13, "Sendungsbeschriebe", ergänzt: Gemäss diesem Papier sind auch am Morgen Informationen aus der Region vorgesehen.

[45] Gesuch Radio Argovia, Seite 9

auch den Tageskommentar des Chefredaktors und weiter eine Vielzahl an Servicedienstleistungen, Talkformaten, Comedy, Hörerbeteiligungen sowie mehrere Aussenveranstaltungen und Aktionen mit stark publikumsbindender Funktion[46]. Bezüglich der Musikauswahl legt Argovia zudem Wert darauf, auch Musik aus dem Sendegebiet in die Rotation aufzunehmen.

Radio AG nennt neben den Standardformaten längere Wortsendungen mit Hintergrundberichten, Reportagen, eine tägliche, einstündige Sendung mit Service– und Beratungsfunktion in den Bereichen Finanzen, Arbeit, Recht, Internet, Auto, Mode etc. oder tägliche Interviews mit Personen aus dem kulturellen Bereich. Im Sportbereich will Radio AG Fussballspiele mit viertelstündlichen Einschaltungen live übertragen. Zusätzlich plant auch Radio AG Comedy–Formate und will dafür eine Stelle schaffen. Am Sonntag ist zudem wöchentlich ein Hörspiel geplant. Das Musikkonzept sieht vor, neben einer "vielfältigen"[47] Rotation auch Musikern aus dem Sendegebiet eine Plattform zu bieten.

Zwischenfazit
Beide Bewerberinnen legen glaubhaft dar, das Vielfaltsgebot in ihren Ausgestaltungen anzuwenden. In formaler Hinsicht holt sich Radio AG mit der Service–Sendung sowie seinen Hörspielangeboten einen leichten Vorteil; allerdings stehen Hörspiele nicht im direkten Zusammenhang mit dem regionalen Informationsauftrag[48]. Eine identitätsstiftende Funktion haben die diversen Aktionen ausserhalb der Studios, die Radio Argovia regelmässig organisiert.

2.3.2.3 Fazit Outputfaktoren

Gemessen an den Absichtserklärungen schneidet Radio AG besser ab als die Mitbewerberin. Ausschlaggebend dafür ist das Bestreben, tagsüber permanent über das Geschehen im Versorgungsgebiet zu informieren, während Radio Argovia für die regionale Berichterstattung lediglich Gefässe am Mittag, am Abend und in der Nacht vorsieht. Bezüglich des Vielfaltsgebotes sind die beiden Gesuche als gleichwertig zu betrachten. Ein Minuspunkt für Radio AG sind die rudimentären Beschreibungen der Sendekonzepte und –inhalte. Hier schneidet Radio Argovia mit seinen konkreteren Papieren zur Realisierung des Programms besser ab. Zusammenfassend sind hinsichtlich der Outputfaktoren die beiden Bewerbungen jedoch als gleichwertig zu betrachten.

2.3.3 Verbreitung

Gemäss Ausschreibung hatten die Bewerberinnen und Bewerber darzulegen, wie sie die Erschliessung des ganzen Versorgungsgebietes technisch, zeitlich und finanziell zu realisieren gedenken.

Beide Bewerberinnen haben ein Verbreitungskonzept eingereicht. Ein Vergleich der entsprechenden Ausführungen zeigt, dass die Bewerberinnen die Vorgaben der Ausschrei-

---

[46] Gesuch Radio Argovia, Seite 10: dazu zählen das Argovia–Festival, die Sommer–Aktion "Argovia On Air" oder "Wiehnacht för alli"

[47] Gesuch Radio AG, Seite 12

[48] Laut Gesuch (S. 12) ist die Bewerberin mit "namhaften Hörspielverlagen in der Schweiz und in Deutschland im Gespräch

bung erfüllen und in der Lage sind, das ausgeschriebene Gebiet technisch zu versorgen. Da es sich bei Radio Argovia um einen bestehenden Veranstalter handelt, der seine Verbreitungsinfrastruktur ohne wesentliche Anpassungen weiter betreiben kann, stellen sich diesbezüglich keine Fragen. Radio AG hingegen würde als neuer Veranstalter vorerst ohne Infrastruktur in den Markt eintreten. Das Konzept von Radio AG, wonach bei einer Konzessionierung die nicht mehr benötigten Anlagen von Argovia übernommen würden, ist realistisch. Allerdings ist auch in dieser Hinsicht der Konkretisierungsgrad in der Bewerbung gering.

2.3.3.1 Zusammenfassende Beurteilung des Verbreitungskonzepts

Das Verbreitungskonzept von Radio AG beschränkt sich auf die Annahme, dass im Falle einer Konzessionierung die Anlagen der unterlegenen Bewerberin übernommen werden können. In diesem Falle wäre die Verbreitung wohl gewährleistet und die Anforderungen gemäss Ausschreibung erfüllt.

2.4 Konzessionsentscheid

Die Input– und Outputkritierien werden mit je 40 Prozent insgesamt gleich gewichtet, die Verbreitung schlägt mit 20 Prozent zu Buche. Die gegenüberstellende Analyse der Angaben der Bewerberinnen in den Bereichen Input und Output ergibt insbesondere wegen der besseren Bewertung des Qualitätssicherungssystems und des Ausbildungskonzepts einen Vorteil für das Projekt von Radio Argovia. Zusammen mit dem besseren Abschneiden bei der Verbreitung ist die Bewerbung von Radio Argovia insgesamt besser als jene ihrer Mitbewerberin. Aus diesen Gründen wird Radio Argovia die Konzession für die Verbreitung eines lokal–regionalen UKW–Radioprogramms im Versorgungsgebiet Nr. 15 gemäss Anhang 1, Ziffer 4 zur RTVV wird erteilt.

2.5 Erläuterungen zur Konzession

2.5.1 Einleitung

Wurde in den vorangehenden Erwägungen die Selektion der Konzessionärin begründet, stellen die folgenden Abschnitte die wichtigsten Konzessionsbestimmungen vor und präzisieren diese.

2.5.2 Verbreitung (Artikel 2 der Konzession)

Infolge der Besonderheit der analogen Übertragungstechnik verleiht die Veranstalterkonzession nach den Bestimmungen des Artikels 26 Absatz 1 der Verordnung des Bundesrates vom 9. März 2007 über Frequenzmanagement und Funkkonzessionen (FKV)[49] ihrer Inhaberin einen Anspruch auf eine Funkkonzession zur drahtlos–terrestrischen Verbreitung ihres Programms im konzessionierten Versorgungsgebiet. Die Funkkonzession wird nach Massgabe von Artikel 1 Absatz 1 der Verordnung der Eidgenössischen Kommunikationskommission vom 17. November 1997 über das Fernmeldegesetz[50] vom BAKOM erteilt werden.

---

[49] SR 784.102.1

[50] SR 784.101.112

Die vorliegende Konzession beschränkt sich nicht darauf, die Verbreitung in analoger Technik über UKW–Frequenzen vorzuschreiben. Darüber hinaus will sie innovationswilligen Veranstaltern die Möglichkeit geben, ihr Programm parallel dazu auch unverändert in digitaler Technik über die ihnen zugewiesenen UKW–Frequenzen zu verbreiten. Die Funkkonzession wird die Verwendung der digitalen Restkapazitäten auf den UKW–Frequenzen sowie die funktechnischen und – wo nötig – auch zeitlichen Einzelheiten der Erschliessung des Versorgungsgebietes regeln.

2.5.3 Umfang des Leistungsauftrags (Artikel 3 der Konzession)

Die Konzessionärin hat sich in ihren Bewerbungsunterlagen ausführlich zur Art und Weise geäussert, wie sie den Leistungsauftrag zu erfüllen gedenkt. Diese Angaben bilden den Hintergrund für den Konzessionszuschlag des UVEK. Dementsprechend verpflichtend ist ihr Charakter[51] und die Konzessionärin muss sich in Anwendung des Prinzips von Treu und Glauben, das auch für Private gilt (Art. 5 Abs. 3 der Bundesverfassung vom 18. Dezember 1998[52]), darauf behaften lassen.[53]

Die Zusicherungen der Konzessionärin definieren – zusammen mit den Angaben in der Konzession – den inhaltlichen Umfang ihrer Betriebspflicht. Zwingen gewisse Umstände die Konzessionärin dazu, ihre Leistung vorübergehend einzuschränken, hat sie für die Regelung der Übergangszeit, bis sie ihren Betrieb wieder im versprochenen Umfang weiterführen kann, die Einwilligung des BAKOM einzuholen.[54]

2.5.4 Arbeitsbedingungen der Branche (Artikel 6 der Konzession)

Die Arbeitsbedingungen der Branche gelten als erfüllt, wenn die Konzessionärin in einen Gesamtarbeitsvertrag eingebunden ist, einen Firmenvertrag mit den Vertretungen ihrer Belegschaft abgeschlossen hat oder sich zu den von den Branchenverbänden Verband Schweizer Privatradios (VSP) und TeleSuisse formulierten Standardarbeitsbedingungen bekennt (Eckwerte Stand 2007: Wochenarbeitszeit von 42 Stunden, monatlicher Mindestlohn von 4000 Franken brutto, 4 Wochen Ferien). Diese Arbeitsbedingungen haben aber auch einen dynamischen Charakter; sie sind einem zeitlichen Wandel unterworfen. Die Aufsichtsbehörde behält sich deshalb vor, die Arbeitsbedingungen im Radio– und Fernsehbereich im Rahmen von branchenweiten Abklärungen zu untersuchen, die Öffentlichkeit über die Ergebnisse der Untersuchungen zu orientieren[55] und die so definierten Arbeitsbedingungen der Branche gegebenenfalls aufsichtsrechtlich durchzusetzen. Die Konzessionärin ist zur unentgeltlichen Bereitstellung sämtlicher zweckdienlicher Unterlagen und zur Erteilung aller diesbezüglichen Auskünfte an das BAKOM verpflichtet (Art. 17 Abs. 1 RTVG).

---

[51] vgl. Fussnote 12

[52] SR 101

[53] vgl. Entscheid des Bundesgerichts vom 30. April 2001 in Sachen TV3 AG, Erwägung 3 b), unter http://www.bger.ch/index/juridiction/jurisdiction–inherit–template/jurisdiction–recht/jurisdiction–recht–urteile2000.htm

[54] vgl. Fussnote 53, Erwägung 3 d)

[55] Art. 87 RTVG

2.5.5 Dauer (Artikel 10 der Konzession)

Das UVEK hat die altrechtliche Konzession der Konzessionärin im September 2007 auf den 31. März 2009 gekündigt. Sofern keine Beschwerde gegen die vorliegende Verfügung – deren Bestandteil die neue Konzession bildet – erhoben wird, wird die neue Konzession mit Ablauf der oben erwähnten Kündigungsfrist (31. März 2009) in Kraft treten. Dieser Zeitpunkt kann durch den früheren schriftlichen Verzicht der Konzessionärin auf ihre altrechtliche Konzession vorverschoben werden. Die neue Konzession gilt bis zum 31. Dezember 2019.

Es wurde bereits in Erwägung B 2.5.2 erläutert, dass die vorliegende Konzession ihrer Inhaberin einen Anspruch auf eine drahtlos–terrestrische Verbreitung ihres Programms im zugeteilten Versorgungsgebiet verleiht. Die entsprechende Funkkonzession wird das BAKOM nach Inkrafttreten der vorliegenden Konzession erteilen. Zwischen diesem Zeitpunkt und der Erteilung der neurechtlichen Funkkonzession kann ein gewisser Zeitraum verstreichen. Um die Verwendung der UKW–Frequenzen während dieser Phase rechtlich auf eine gesicherte Basis zu stellen, wird die Geltungsdauer der funktechnischen Elemente der altrechtlichen Veranstalterkonzession, insbesondere des Netzbeschriebs und der entsprechenden Datenblätter, vorübergehend verlängert.

Die Erteilung der Konzession löst die Betriebspflicht der Veranstalterin aus. Um ihrem Leistungsauftrag gerecht zu werden, muss die Konzessionärin ein Programm herstellen, das den inhaltlichen Vorgaben der Konzession entspricht, und es verbreiten, bzw. verbreiten lassen. Nimmt die Konzessionärin ihre Veranstaltertätigkeit nicht innert 30 Tagen nach erstellter Betriebsbereitschaft des Sendernetzes gemäss Funkkonzession auf, erlischt die Konzession automatisch.

3 Kosten

Die Berechnung der Verwaltungsgebühr für die Behandlung der Konzessionsbewerbung richtet sich nach Artikel 100 Absatz 1 Buchstabe a RTVG in Verbindung mit Artikel 79 Absatz 1 RTVV. Es wird ein Stundenansatz von 104 Franken angewendet. Für die Behandlung der vorliegenden Bewerbungen wurden je 81 Stunden aufgewendet. Für die Radio Argovia und die Radio AG wird daher die Verwaltungsgebühr auf je **8424** Franken festgelegt. Die Rechnungsstellung erfolgt mit separater Post nach Eintritt der Rechtskraft der vorliegenden Verfügung.

Aus diesen Gründen wird verfügt:

1. Die Veranstalterkonzession mit Leistungsauftrag ohne Gebührenanteil für das Versorgungsgebiet 15 gemäss Anhang 1, Ziffer 4 zur RTVV, wird der Radio Argovia AG erteilt. Die Einzelheiten richten sich nach der beiliegenden Konzessionsurkunde, welche Bestandteil dieser Verfügung bildet.

2. Die Bewerbung der Radio AG (in Gründung) vom 4. Dezember 2007 wird abgewiesen.

3. Die Verwaltungsgebühr für die Durchführung des Konzessionsverfahrens wird auf 16'848 Franken festgelegt und der Radio Argovia AG und der Radio AG je hälftig, ausmachend je 8’424 Franken, auferlegt. Die Rechnungsstellung erfolgt mit separater Post nach Eintritt der Rechtskraft dieser Verfügung.

4. Diese Verfügung wird der Radio Argovia AG und der Radio AG eingeschrieben mit Rückschein eröffnet.

Eidgenössisches Departement für
Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK

sig. Moritz Leuenberger

Moritz Leuenberger
Bundesrat

Beilage: Konzessionsurkunde

Rechtsmittel

Gegen diese Verfügung kann innerhalb von 30 Tagen ab Eröffnung schriftlich Beschwerde erhoben werden. Diese Frist steht still vom siebten Tag vor Ostern bis und mit dem siebten Tag nach Ostern; vom 15. Juli bis und mit 15. August und vom 18. Dezember bis und mit dem 2. Januar. Die Beschwerde ist einzureichen an das

Bundesverwaltungsgericht
Postfach
3000 Bern 14

Die Beschwerde hat die Begehren, deren Begründung mit Angabe der Beweismittel und die Unterschrift des Beschwerdeführers oder seines Vertreters zu enthalten. Die angefochtene Verfügung und die als Beweismittel angerufenen Urkunden sind der Beschwerde beizulegen, soweit der Beschwerdeführer sie in Händen hat.