

Einschreiben mit Rückschein

Dr. J. Schneider–Marfels
Steinentorstrasse 13
4010 Basel

Referenz/Aktenzeichen: Radio VG 23

Bern, 31. Oktober 2008

Verfügung

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

in Sachen

Radio 24 AG, c/o Tamedia AG, Werdstrasse 21, 8004 Zürich,
vertreten durch Dr. J. Schneider–Marfels, Steinentorstrasse 13,
4010 Basel

Radio Z AG, Kreuzstrasse 26, 8032 Zürich

Radio Zürichsee AG, Bahnhofplatz 1, 8640 Rapperswil

Music First Network AG, Giessereistrasse 18, 8005 Zürich

Radio Tropic AG, Hottingerstrasse 10, 8032 Zürich
(hiernach: die Bewerberinnen, bzw. die Konzessionärinnen)

betreffend

**Erteilung einer Konzession mit Leistungsauftrag ohne Ge-
bührenanteil betreffend das Versorgungsgebiet Nr. 23 ge-
mäss 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 Bundesblatt³ 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 UKW-Radiokonzessionen betrafen die Versorgungsgebiete, welche der Bundesrat am 4. Juli 2007 definiert hatte (vgl. Anhang 1 bzw. 2 zur RTVV). Sie gewähren den Konzessionärinnen 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. 23 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 24 AG (hiernach Radio 24), die Radio Z AG (hiernach Energy), die Radio Zürichsee AG (hiernach Zürisee), die Music First Network AG (hiernach 105züri) und die Radio Tropic AG (hiernach Radio 1) reichten ihre Bewerbungen um die UKW-Radiokonzession für das Versorgungsgebiet Nr. 23 gemäss Anhang 1, Ziffer 4 zur RTVV fristgerecht am 3. Dezember 2007 (Zürisee, 105züri), 4. Dezember 2007 (Radio 24, Radio 1) bzw. 5. Dezember 2007 (Energy) ein.

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 Gelegen-

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 BBI 2007 6229

heit, sich bis zum 20. Februar 2008 zu den Konzessionsbewerbungen zu äussern. Insgesamt erreichten 129 Stellungnahmen das BAKOM. Das Amt veröffentlichte sie unter www.bakom.admin.ch.

Folgende Stellungnahmen gingen zu den Projekten der Bewerberinnen ein: Die Kantone Zürich, St. Gallen und Glarus, die Stadt Zürich wie auch die Vereinigung der St. Galler Gemeindepräsidenten befürworteten die Konzessionierung von Zürisee. Radio 1 erhält gute Noten von den erwähnten Kantonen und der Stadt Zürich, weil hier das in Aussicht gestellte Informationsangebot umfassender sei als bei Lokalradios üblich, aber auch wegen seines Beitrags zur publizistischen Vielfalt in der Region und seiner Unabhängigkeit von grossen Medienhäusern. Radio 1 trauen die meisten zu, etwas Bewegung in die Zürcher Radiolandschaft zu bringen. In der Einschätzung von Stadt und Kanton Zürich sind Radio 24 und Energy etablierte Sender. Während der Kanton präferenzlos einem der Bisherigen die Konzession erteilen würde, mag sich die Stadt nicht fürs Abschalten des Einen oder Anderen entscheiden. Stattdessen stellt sie die mit der Ausschreibung nicht kompatible Forderung nach einer vierten Konzession in diesem Versorgungsgebiet.

Radio 24 und 105züri bezeichnen den Inhaber von Radio 1, Roger Schawinski, als unbestrittenen Medienprofi, kritisieren aber die mangelhaften Angaben in seiner Bewerbung in mehreren Punkten (Konzepte zur Aus- und Weiterbildung, Konzept zur Qualitätssicherung, wenig detaillierte Angaben zu den Informationsleistungen). Bei Energy, dies geben Radio 24 und 105züri zu bedenken, sei das Programm stark auf Promotion und Events ausgerichtet: Nur die Hälfte des Personals arbeite bei Energy im Programm.

Die gleiche Kritik übt die Vereinigung für kritische Mediennutzung Arbus. Sie spricht bezüglich des Programms von Energy von einer Nivellierung nach unten und sagt, die Promotionsabteilung sei grösser als die Nachrichtenredaktion.

2.3 Rechtliches Gehör

Am 11. März 2008 gewährte das BAKOM allen Bewerberinnen und Bewerbern die Gelegenheit, sich bis zum 16. April 2008 zu den Anhörungsergebnissen zu äussern.

Mit Schreiben vom 15. April 2008 (Zürisee, Radio 1, 105züri) bzw. vom 16. April 2008 (Radio 24, Energy) 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 mit Ausnahme von Energy alle Gebrauch: Radio 1 in einer Stellungnahme vom 13. Mai 2008, Zürisee vom 14. Mai 2008, 105züri vom 15. Mai 2008 bzw. Radio 24 vom 16. Mai 2008. Darin verteidigen oder präzisieren die Bewerberinnen ihre Konzessionsgesuche, bzw. sie kritisieren diesbezüglich ihre Konkurrenz.⁴ Zürisee, Radio 1 und 105züri unterstreichen ihre Unabhängigkeit von den grossen Verlagshäusern Tamedia AG⁵ und Ringier AG bzw. stellen

⁴ Zentrale Themen dabei sind die Informationsleistungen, die Konzepte zur Qualitätssicherung, die Programmschaffenden sowie die Konzepte zur Aus- und Weiterbildung Programmschaffender.

⁵ Radio 1 behauptet, die Tamedia AG betreibe Konzernjournalismus, was diese im Rahmen ihrer Stellungnahme in Abrede stellt.

als Folge ihrer Konzessionierung eine Erweiterung der Meinungs- und Angebotsvielfalt in Aussicht. Dieser Interpretation widerspricht Radio 24.⁶

Radio 24 und 105züri unterstellen, Roger Schawinski habe sich mit dem Erwerb von Radio Tropic kurz vor Eröffnung des Neukonzessionierungsverfahrens einen Vorteil erkaufte und kritisieren, dass der entsprechende wirtschaftliche Übergang von der Konzessionsbehörde nicht sofort verweigert wurde. Sie mutmassen zudem, dies sei mit einer Privilegierung Schawinskis durch die Konzessionsbehörde gleichzusetzen.⁷ Hinsichtlich Energy und 105züri stellen Radio 24 bzw. Radio 1 in Frage, ob aufgrund der ausländischen Beteiligung die Konzessionsvoraussetzungen (Art. 44 Abs. 2 RTVG) der Bewerberinnen erfüllt sind.

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

3 Kündigung altrechtlicher Konzessionen

Die gestützt auf das RTVG vom 21. Juni 1991⁸ und die RTVV vom 6. Oktober 1997⁹ 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. Davon betroffen sind auch Radio 24, Zürisee und Energy.

Radio 1 und 105züri verfügen demgegenüber über keine UKW-Konzession im fraglichen Versorgungsgebiet, d.h. sie bewerben sich neu um eine der drei hier zu vergebenden Konzessionen.

B Erwägungen

⁶ Vgl. Gesuch der Radio 24 AG, Beilage 13, Gutachten zur Auslegung von Art. 45 Abs. 3 RTVG von Prof. Weber, Universität Zürich, Rechtswissenschaftliches Institut.

⁷ Anfang Oktober 2007 hat Roger Schawinski Frédéric Dru alle Aktien von Radio Tropic (Versorgungsgebiet Region Zürich, Nr. 24) abgekauft. Das Lokalradio Tropic war auf südamerikanische, karibische und afrikanische Musik spezialisiert. Schawinski änderte den Namen von Radio Tropic zu Radio 1 und gab dem Sender ein neues Profil. Mit einem Fokus auf Information und Wortsendungen visiert Schawinski ein „erwachsenes“ Zielpublikum zwischen 30 und 60 Jahren an. Seit März 2008 verbreitet Radio 1 sein so definiertes Programm. – Wie bei anderen Lokalradioveranstaltern, deren Eigentümer im Vorfeld der Ausschreibung zur Neukonzessionierung änderte (z.B. Canal 3, BE1), schlug die Konzessionsbehörde im Einverständnis mit den Beteiligten vor, die Frage des wirtschaftlichen Übergangs im Rahmen der Neukonzessionierung zu regeln. Diesbezüglich eine Ausnahme war die Genehmigung des wirtschaftlichen Übergangs von Radio Basilisk von der Tamedia AG auf Martin Wagner. Dieser Übergang erfolgte auf ausdrücklichen Wunsch der Beteiligten vor der Ausschreibung der neuen Konzessionen

⁸ 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

⁹ AS 1997 2903, 1999 1845, 2001 1680, 2002 1915 Art. 20 3482, 2003 4789, 2004 4531, 2006 959 4395

1 Formelles

1.1 Zuständigkeit

Bei den hier zu vergebenden Veranstalterkonzessionen mit Zugangsrecht handelt es sich um drei Konzessionen 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 Konzessionsbewerbungen¹⁰ verlangten formalen Voraussetzungen. Auf die Bewerbungen wird deshalb eingetreten.

2 Materielles

2.1 Kriterien und Methode für die Entscheidungsfindung

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 Gemeindeebene statt. Die gesetzliche Regelung soll ermöglichen, dass diese Prozesse auch in den elektronischen Medien ihren Niederschlag finden.¹¹ Dieser Stossrichtung ist bei der Konkretisierung der Leistungsaufträge und der Beurteilung der Bewerbungen Rechnung zu tragen.

Der im Bundesblatt vom 4. September 2007¹² bzw. im Internet¹³ veröffentlichte Ausschreibungstext konkretisiert diese Vorgaben des Gesetzgebers, indem er drei Kriterien-

¹⁰ <http://www.bakom.admin.ch> → Radio&Fernsehen → Aktuell → Erteilung der neuen UKW- und Regional-TV-Konzessionen

¹¹ Botschaft zur Totalrevision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 18. Dezember 2002, BBI 2003 02.093

¹² BBI 2007 6229

gruppen 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.¹⁴ Die Inputfaktoren fliessen mit 40 Prozent in die Entscheidungsfindung 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:

<p>Input (Qualitätssicherung, Arbeitsbedingungen)</p> <p>40 Prozent</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>Output (journalistische Leistung)</p> <p>40 Prozent</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Umschreibung der versprochenen Informationsleistungen, inkl. spezieller Anstrengungen zur Umsetzung des lokal-regionalen Informationsauftrags • Umsetzung des Vielfaltsgebots und Spektrum der Sendungsarten (Nachrichtenbulletins, Magazine, Worthintergrundsendungen etc.)
<p>Verbreitung</p> <p>20 Prozent</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Technisches, zeitliches und finanzielles Konzept zur Erschliessung des Versorgungsgebietes

¹³ vgl. <http://www.bakom.admin.ch> → Radio&Fernsehen → Aktuell → Erteilung der neuen UKW- und Regional-TV-Konzessionen

¹⁴ 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 Angebotsvielfalt am meisten bereichert sind sowohl qualitative programmbezogene Elemente (inhaltliche oder musikalische Profilierung, Innovationskraft), sondern als auch marktstrukturelle Aspekte zu berücksichtigen (Unabhängigkeit des Bewerbers gegenüber anderen Medienakteuren im Versorgungsgebiet; Fragen der Medienkonzentration).

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.

Die Finanzierung ist bei allen Bewerberinnen gesichert. Der Umstand, dass Energy indirekt zu 49 Prozent in französischer Hand liegt und 105züri zu 47 Prozent der italienischen Finelco und deren Tochtergesellschaft Imaguas gehört, steht einer Konzessionserteilung nicht entgegen. Einerseits sind die beiden Bewerberinnen bei dieser Ausgangslage nicht im Sinne von Artikel 44 Absatz 2 RTVG ausländisch beherrscht. Andererseits müsste auch bei einer ausländischen Beherrschung einer Bewerberin die Konzession nicht zwingend verweigert werden. Die „Kann-Vorschrift“ von Artikel 44 Absatz 2 RTVG eröffnet der Konzessionsbehörde einen beträchtlichen Ermessensspielraum. Diese Bestimmung dient vor allem dazu, das Schweizer Mediensystem vor dem unkontrollierten Eindringen ausländischer Akteure zu schützen. Sie will aber nicht grundsätzlich ausländisches Kapital von der Schweizer Medienszene abhalten, sofern sich das ausländische Engagement positiv auf die Medienvielfalt in einem spezifischen Versorgungsgebiet auswirkt. Dies ist

bei beiden Bewerberinnen der Fall, weshalb kein Anlass besteht, Artikel 44 Absatz 2 RTVG anzuwenden.¹⁵

Gemäss Artikel 44 Absatz 3 RTVG darf ein Unternehmen maximal zwei Radiokonzessionen erwerben. Diese Bestimmung ist für Radio 24, Zürisee und Radio 1 unproblematisch.¹⁶ Energy ist zu 51 Prozent im Besitz der Ringier AG, welche mit BE1 im Versorgungsgebiet 10 (Bern) bereits über ein konzessioniertes Radio verfügt. Zudem verfügt die Radio Z AG über eine am 19. September 2007 erteilte Konzession für ein sprachregionales DAB-Radio namens „Radio for Youngsters“. Mit erneuter Konzessionierung von Energy würde aber die Radio Z AG auf die erwähnte DAB-Konzession verzichten, um Artikel 44 Absatz 3 RTVG nicht zu verletzen.¹⁷

Die Music First Network AG verfügt seit Dezember 2007 bzw. August 2008 über eine Jugendradiokonzession.¹⁸ Im Rahmen des Neukonzessionierungsverfahrens hat die Music First Network AG zwei Bewerbungen eingereicht, eine für das hier behandelte Versorgungsgebiet 23 (Zürich–Glarus), eine für das Versorgungsgebiet 24 (Region Zürich). Die Music First Network AG hat ihre Präferenz wiederholt und klar deklariert: Nebst der Jugendradiokonzession hat bei einer positiven Beurteilung beider Bewerbungen diejenige für das Versorgungsgebiet 24 Vorrang, also nicht jene, die hier zur Diskussion steht.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass alle 5 Bewerberinnen die Konzessionsvoraussetzungen erfüllen.

2.3 Erfüllung des Leistungsauftrags gemäss Ausschreibung

Da sich fünf Bewerberinnen – drei bisherige Konzessionärinnen, zwei Neubewerberinnen – um die drei hier zu vergebenden Konzessionen 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. Grundlage dafür sind die Eingaben der Bewerberinnen. Die Konzessionsbehörde darf nur gestützt auf die dort gemachten Angaben entscheiden.¹⁹ Die Ausführungen der

¹⁵ Vgl. Urteil A-641/2008 des Bundesverwaltungsgerichts vom 19. August 2008, E. 6 S. 10ff. – Radio 24 gehört zur Tamedia AG, Radio 1 vollumfänglich Roger Schawinski, Zürisee der Zürichsee Medien AG, welche zu 88 Prozent im Besitz der Familie Gut ist.

¹⁶ Die Tamedia AG ist bereits im Besitz einer UKW-Konzession für Capital FM (Versorgungsgebiet 10, Bern) und hätte mit der erneuten Konzessionierung von Radio 24 eine zweite. Die Radio Zürichsee AG ist im Besitz einer Konzession und hat ausschliesslich eine Bewerbung für deren Neukonzessionierung eingereicht. Von der Radio Tropic AG liegen zwei Bewerbungen identischen Inhalts vor: Eine für das hier zur Diskussion stehende grössere Versorgungsgebiet 23 (Zürich–Glarus), eine fürs kleinere Versorgungsgebiet 24 (Region Zürich). Die Präferenz der Radio Tropic AG liegt beim grösseren Versorgungsgebiet Nr. 23. Seit März 2008 strahlt Radio 1 sein Programm im kleineren Versorgungsgebiet 24 des ehemaligen Radio Tropic aus.

¹⁷ Vgl. Gesuch der Radio Z AG, Beilage Nr. 7 „Brief vom 5.12.07 an das BAKOM i.S. DAB-Konzession „Radio for Youngsters“ vom 19.9.07.

¹⁸ Vgl. www.bakom.admin.ch → Radio & Fernsehen → Aktuell → Jugendradio definitiv an Music First

¹⁹ vgl. Urteil des Bundesverwaltungsgericht vom 19. August 2008 i.S. Beril AG gegen Music First GmbH (A-641/2008; Erw. 7.5.3)

Bewerberinnen zum Leistungsauftrag haben zudem verpflichtenden Charakter. Darauf weist schon der Wortlaut der Ausschreibung hin.²⁰

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

Radio 24 beschreibt ein Qualitätssicherungssystem (QS-System), das den gestellten Anforderungen vollumfänglich entspricht. Radio 24 orientiert sich am „Total quality Management auf Redaktionsstufe“ und hat die dafür notwendigen strukturellen Grundlagen wie die inhaltlichen und formalen Qualitätssziele sowie die Verantwortlichkeiten definiert. Entsprechende Dokumente spezifisch für Radio 24 – sowie solche der Tamedia AG – liegen vor und sind für Programmschaffende greifbar. Das Programmleitbild, welches integraler Bestandteil des Arbeitsvertrags ist, nennt den Programmauftrag und umschreibt das publizistische Selbstverständnis von Radio 24. Der Zweckartikel im Redaktionsstatut umfasst die Verpflichtung, den gesetzlichen und konzessionsrechtlichen Leistungsauftrag mittels Qualitätsjournalismus umzusetzen. Entsprechende Maximen erscheinen auch im Redaktionshandbuch sowie im redaktionellen News- bzw. Sport-Konzept. Im Redaktionshandbuch ist der Begriff Qualitätssicherung definiert, einzelne Elemente wie Ziele, Standards, Selektionskriterien, Prozesse sowie die Überprüfung der Qualitätssicherung sind erläutert.²¹

Weniger als jene von Radio 24, aber auch ansprechende und unter sich vergleichbare Ergebnisse finden sich bezüglich der Qualitätssicherung bei Zürisee²², 105züri²³ und Energy²⁴. Sie beschreiben die wichtigsten Elemente des QS-Systems und beziehen sich dabei explizit auf das modellhafte QS-System, welches der Verband Schweizer Privatradios (VSP) in Zusammenarbeit mit dem Qualitätssicherungsexperten Prof. Vinzenz Wyss

²⁰ 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

²¹ Vgl. Gesuch der Radio 24 AG, S. 19–26. Vgl. in erster Linie folgende Beilagen zum Gesuch: Beilage Nr. 6 „Redaktionsstatut für Radio 24“, Nr. 7 „Redaktionshandbuch von Radio 24“, Nr. 23 „Programmleitbild Radio 24“, Nr. 26 „News Ablauf-Konzept“, Nr. 27 „Erklärungen der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“, Nr. 41 „Sportnews bei Radio 24“.

²² Vgl. Gesuch der Radio Zürichsee AG, S. 18f., S. 41 sowie folgende Beilagen zum Gesuch: Nr. 3.2.IV „Informationsphilosophie Radio Zürisee“, Nr. 3.2.V „Handbuch Redaktion Radio Zürisee“, Nr. 3.2.I „Chargenbeschriebe Redaktion Radio Zürisee“, 3.2.II „Chargenbeschriebe Moderation Radio Zürisee“.

²³ Vgl. Gesuch der Music First Network AG, S. 32–37. 105züri ist eine Neubewerberin und verfügt noch über keine Dokumente zur Qualitätssicherung. Doch geht aus dem Gesuch eindeutig hervor, welche Dokumente im Falle einer Konzessionserteilung formuliert würden. Der Inhalt der entsprechenden Dokumente wird skizziert.

²⁴ Vgl. Gesuch der Radio Z AG, S. 14–17 sowie folgende Beilagen zum Gesuch: Nr. 14 „Publizistische Leitsätze von Energy Zürich“, Nr. 15 „Sende- und Redaktionsstatut von Energy Zürich“, Nr. 16 „Redaktions-Handbuch von Energy Zürich“.

vom Institut für Angewandte Medienwissenschaft (IAM) der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften erarbeitet hat.²⁵

Weniger differenziert wird das QS-System von Radio 1 beschrieben. Radio 1 spricht davon, die Qualitätssicherung basiere auf einer „permanenten, stringent durchgeführten Qualitätskontrolle“. Einzelne Elemente der Qualitätssicherung werden erwähnt, zum Beispiel Redaktionssitzungen, interne Feedbackmechanismen, externe Kritik, journalistische Regeln sowie Weiterbildungen in diesem Bereich. Radio 1 verzichtet aber darauf, die einzelnen Elemente zu präzisieren und zueinander in Bezug zu setzen. Auch dafür notwendige Grundlagenpapiere werden nicht angesprochen. Als Garant für die Qualitätssicherung wird stark auf den Leistungsausweis und die Erfahrung von Roger Schawinski abgestellt. Das „Redaktionsstatut/Leitbild“ nennt explizit den Informationsauftrag und in aller Kürze das publizistische Selbstverständnis.²⁶ Zweifellos zentral, wenn auch selbstverständliche Voraussetzung²⁷, ist die von Radio 1 darin genannte strikte Trennung von redaktioneller und wirtschaftlicher Tätigkeit.

Zwischenfazit:

Radio 24 bietet die differenziertesten Angaben zum Inputkriterium Qualitätssicherung und übertrifft damit die Mitbewerberinnen. Vergleichbare Ausführungen finden sich bei Züri-see, Energy und 105züri, während Radio 1 hier schlechter abschneidet.

2.3.1.2 Programmschaffende

Die personelle Dotierung in den Bereichen Redaktion und Moderation ist zentral, um den Leistungsauftrag zu erfüllen. Am meisten Programmschaffende, d.h. Ausgebildete bzw. Festangestellte in Redaktion und Moderation²⁸, stehen für das Programm von Radio 24 zur Verfügung. Hier teilen sich 35 Personen in 31.5 Vollzeitstellen. 105züri sieht 28 Personen vor, wovon 21 für Redaktion und Moderation. Bei Radio 1, Energy und Züri-see ist die personelle Dotierung mit 15, 14.7 und 13.7 vergleichbar.²⁹ Bei Energy ist indes die Anzahl Beschäftigter mit 50.7 Stellen weit grösser als die oben genannten 14.7, weil ein hoher Anteil an Personen nicht direkt an der Programmproduktion beteiligt ist.

Zwischenfazit:

Mit Abstand am meisten personelle Ressourcen steckt Radio 24 ins Programm.

2.3.1.3 Aus- und Weiterbildung

Die Absichtserklärung, die Aus- und Weiterbildung ihrer Programmschaffenden zu fördern, ist bei allen Bewerberinnen vergleichbar. Sie erwähnen dabei interne Schulungen

²⁵ Mit dem differenzierten Qualitätssicherungskonzept und den Forschungsarbeiten von Prof. Wyss zum Thema ist die Konzessionsbehörde vertraut. Übrigens bezieht sich auch Radio 24 auf die Arbeiten von Prof. Wyss.

²⁶ Vgl. Gesuch der Radio Tropic AG, S. 5 sowie Beilage Nr. 7 zum Gesuch unter dem Titel „Redaktionsstatuten/Leitbild“.

²⁷ Die Trennung von redaktioneller und wirtschaftlicher Tätigkeit wird von allen Bewerberinnen in einschlägigen Dokumenten thematisiert. Sie entspricht laut Art. 44 Abs. 1 Bst. e RTVG einer Konzessionsvoraussetzung.

²⁸ Die Auszubildenden und die Geschäftsleitung werden ausgeklammert. Es finden also ausschliesslich festangestellte Redaktor/innen und Moderator/innen Eingang in diese Übersicht.

²⁹ Vgl. Gesuch der Radio Tropic AG, S. 9; Gesuch der Radio 24 AG, S. 27; Gesuch der Radio Zürichsee AG, S. 20; Gesuch der Radio Z AG, Beilage 17 (als vertraulich deklariert) sowie Gesuch der Music First AG, S. 21.

wie externe Kursbesuche bei etablierten Ausbildungsinstitutionen wie zum Beispiel „Die Schweizer Journalistenschule – MAZ“ oder das IAM.

In finanzieller Hinsicht, bzw. betreffend die Förderung der externen Aus- und Weiterbildung, unterscheiden sich die Bewerberinnen. 105züri sieht hierfür im Budget mit 100'000 Franken den höchsten Betrag vor. Energy plant mit 50'000 Franken halb soviel ein, Radio 24 sieht 40'000 Franken vor und Zürisee wie auch Radio 1 je 30'000 Franken. Werden diese Beträge durch die Anzahl Programmschaffender³⁰ dividiert, zeigt sich, dass 105züri hier mehr bietet als die anderen: Pro Person ergibt sich ein Betrag von über 4500 Franken³¹, bei Energy rund 3500 Franken³², bei Radio 1 und Zürisee zirka 2000 Franken³³, während es bei Radio 24 nur rund 1300 Franken³⁴ sind.

Bei Radio 24 wirkt sich die hohe Anzahl Programmschaffender (vgl. Abschnitt 2.3.1.2) hier in Anbetracht des nicht entsprechend hohen Budgets nachteilig aus. Umgekehrt ist es bei Energy. Da von den über 50 Stellen nur 14.7 Programmschaffende im engen Sinne sind, fällt der auf diese Personen umgerechnete Betrag überdurchschnittlich hoch aus. Sieht Energy den ganzen Budgetbetrag vor, um das ganze Personal an Aus- und Weiterbildung teilhaben zu lassen, reduziert sich der oben genannte Betrag auf rund 1000 Franken.³⁵

Zwischenfazit:

Die Absichtserklärung, die Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden zu fördern, legen alle Bewerberinnen in vergleichbarer Weise dar. Hinsichtlich der dafür vorgesehenen Budgets übertrifft 105züri alle. Im Mittelfeld liegen Radio 1 und Zürisee, während Radio 24 hier schlechter abschneidet. Unklar bleiben die Ergebnisse von Energy; je nach Berücksichtigung der Anzahl Programmschaffender schwanken sie im Quervergleich zwischen weit höher als Radio 1 und Zürichsee bzw. tiefer als Radio 24.

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. Bedeutsame Unterschiede finden sich diesbezüglich bei der Lohnpolitik der Bewerberinnen: Wird der Mindestlohn, bzw. der tiefste genannte Monatslohn durch die

³⁰ In der Kategorie „Programmschaffende“ wurde das in den Gesuchen erwähnte festangestellte Redaktions- und Moderationspersonal unter Ausklammerung der Stagiaires und der Geschäftsführung zusammengefasst.

³¹ 105züri 100'000 Franken bei 21 Vollzeitstellen, vgl. Gesuch der Music First Network AG, S. 21 sowie Beilage „Planerfolgsrechnungen“, 1. Jahr.

³² Energy 50'000 Franken bei 14.4 Vollzeitstellen, vgl. Gesuch der Radio Z AG, S. 19 sowie die als vertraulich deklarierte Beilage 17.

³³ Zürisee 30'000 bei 13.7 Vollzeitstellen, vgl. Gesuch der Radio Zürichsee AG, S. 17 und S. 20. Radio 1 30'000 bei 15 Vollzeitstellen, vgl. Gesuch der Radio Tropic AG, S. 6 und S. 9.

³⁴ Radio 24 40'000 bei 27.7 Vollzeitstellen, vgl. Gesuch der Radio 24 AG, S. 27f. und S. 32.

³⁵ Im Gesuch der Radio Z AG ist in der vertraulichen Beilage 17 „Personaltabelle Energy Zürich“ zu entnehmen, dass Energy insgesamt 50.7 Vollzeitstellen hat und tatsächlich sehr viele Personalressourcen nicht dem Programmschaffen vorbehalten sind. – Vgl. dazu die in Abschnitt 2.2 zitierte Kritik in der Anhörung, wonach die Marketingabteilung bei Energy grösser sei als die Redaktion.

genannte Wochenarbeitszeit dividiert, zeigt sich: Radio 24 erzielt hier mit 133 den höchsten Wert – in absteigender Reihenfolge –, vor Radio 1 (128), 105züri (125) und Zürichsee (120). Im Vergleich dazu ist der entsprechende Faktor bei Energy tief (95). Die Gewährleistung des dreizehnten Monatslohns ist mit Ausnahme von Radio 1 und 105züri bei allen explizit Standard.³⁶

Die Ferienregelung ist mit Ausnahme von Radio 24 und Energy bei allen Bewerberinnen identisch: Als Standardferiennorm gelten fünf Wochen. Bei Radio 24 wird Redaktionsmitarbeitenden sechs Wochen zugesprochen, Energy sieht generell vier Wochen vor.³⁷

Zwischenfazit:

Bei den Arbeits- und Lohnregelungen schneidet Radio 24 am Besten ab. Im Mittelfeld liegen Radio 1 und Zürichsee, vor 105züri und Energy.

2.3.1.5 Fazit Inputfaktoren

Unter Berücksichtigung aller Inputfaktoren übertrifft Radio 24 ihre Mitbewerberinnen eindeutig und zwar praktisch in jedem untersuchten Merkmal, insbesondere aufgrund ihrer Angaben und Dokumente zur Qualitätssicherung, der personellen Dotierung sowie wegen der vorteilhaften Arbeitsbedingungen. Die übrigen Bewerberinnen gliedern sich in zwei Gruppen: Zürichsee und 105züri legen solide Ausführungen dar, Zürichsee deutlicher als 105züri. Radio 1 und Energy schneiden aus unterschiedlichen Gründen gleich ab, aber weniger gut als ihre Mitbewerberinnen. Radio 1 regelt die Arbeitsbedingungen grosszügiger als Energy, derweil Energy sich bei der Qualitätssicherung besser positioniert als Radio 1.

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 Überlegungen³⁸ als wünschens- und unterstützenswert betrachtet.

Die Vorgaben der Ausschreibung 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.

³⁶ Vgl. Quellen Lohn und Wochenarbeitszeit Gesuch der Radio Tropic AG, S. 16; Gesuch der Radio 24 AG, S. 29 sowie die vertrauliche Beilage Nr. 36 „anonymisierte Lohnliste“; Gesuch der Radio Zürichsee AG, S. 39; Gesuch der Radio Z AG, S. 39 sowie Gesuch der Music First AG, S. 29.

³⁷ Vgl. Quellen Ferien Gesuch der Radio Tropic AG, S. 16; Gesuch der Radio 24 AG, S. 29; Gesuch der Radio Zürichsee AG, S. 39; Gesuch der Radio Z AG, Beilage 20 „Standardarbeitsbedingungen des VSP“, sowie Gesuch der Music First AG, S. 29.

³⁸ Vgl. oben Ziff. 2.1

2.3.2.1 Informationsauftrag

Zürisee und Radio 24 erläutern ihren Leistungsauftrag in mehrfacher Hinsicht auf hohem Niveau konkret, wie im Folgenden das exemplarische Beispiel von Zürisee zeigt: In den Sendungen werden Themen aus Politik, Kultur, Wirtschaft, Gesellschaft und Sport aufgegriffen. Sonder- und Spezialsendungen strahlt Zürisee bei „wichtigen Themen“ wie „Wahlen und Abstimmungen“ aus. Die Regionalnachrichten gelten für Zürisee als „Kerngeschäft“, dem täglich 1440 Minuten Sendezeit vorbehalten sind. Nationale oder internationale Themen werden nach Möglichkeit regionalisiert. Die Themenselektion erfolgt aufgrund „streng journalistischer“ Kriterien. Zürisee nennt mehrere Quellen, die bei der Erfüllung des Leistungsauftrags beigezogen werden: Der Anschluss an die „Verteilnetze“ der Kantone ist eben so gewährleistet wie jener an Quellen, welche kontinuierlich „Informationen von Verbänden, Vereinen oder anderen Interessengemeinschaften“ bieten. Basisinformationen bezieht Zürisee von der Schweizerischen Depeschagentur (sda).³⁹ Unter der Voraussetzung der Neukonzessionierung dehnt Zürisee die Grundsätze seiner lokal-regionalen Berichterstattung entsprechend aus und plant insbesondere „rund ein Dutzend Live-Sendungen aus Gemeinden“, welche durch Radio Zürisee neu erschlossen werden“.⁴⁰

105züri definiert sich als „Service Public Anbieter“, dessen Schwerpunkt „aktuelle Informationen“ über alle „relevanten gesellschaftlichen Bereiche“ wie „Politik, Kultur, Mode, Musik, Wirtschaft, Wissenschaft, Design, Szenen, Sport, Freizeit, Soziales“ sind. Relevanz, lokaler Bezug, Aktualität und Attraktivität für die Zielgruppe sind zentrale journalistische Selektionskriterien von 105züri.⁴¹ Weitere Angaben, welche Details zur Beschreibung des an sich umfassend formulierten Informationsauftrags liefern, liegen nicht vor.

Radio 1 grenzt sich in der Beschreibung seines Programmprofils von bisherigen Lokalradios ab und unterstreicht dabei die grosse Bedeutung, welche Wortsendungen bzw. „ausführlichen“ und „qualifizierten“ Informationen zukommen soll. Demzufolge strahlt Radio 1 während der „Hauptsendezeiten und darüber hinaus umfangreiche Informationssendungen mit regionalen und lokalen Inhalten“ aus. Zur Sprache kommen in erster Linie „relevante Informationen des lokal-regionalen Raums aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport“. Darüber hinaus plant Radio 1 auch Beiträge zu „Kultur, Gesundheit, Technik und Lebenshilfe“ wie auch eine „Wissenschaftssendung“. Ausdrücklicher Anspruch von Radio 1 ist es, lokale Faits-divers-Ereignisse und Themen zwar nicht

³⁹ Vgl. Gesuch der Radio Zürichsee AG, S. 12–16 sowie folgende Beilagen zum Gesuch: Beilage Nr. 3.2.IV „Informationsphilosophie“, Beilage Nr. 3.2.V „Handbuch Redaktion Radio Zürisee“ sowie Beilage Nr. 3.2.1/I und Nr. 3.2.1/II „Chargenbeschriebe Redaktion bzw. Moderation Radio Zürichsee“. – Angaben betreffend Radio 24 vgl. Gesuch der Radio 24 AG, S. 33–37, S. 39 sowie Beilagen zum Gesuch Nr. 7 „Redaktionshandbuch von Radio 24“, Nr. 23 „Programm-Leitbild für Radio 24“, Nr. 26 „News Redaktion Radio 24“, Nr. 27 „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“, Nr. 41 „Sportnews bei Radio 24“.

⁴⁰ Vgl. Gesuch der Radio Zürichsee AG, S. 57.

⁴¹ Vgl. Gesuch der Music First Network AG, S. 12–17. Im Vergleich zu Radio 24 und Zürisee liegen beim Neubewerber 105züri keine Dokumente vor, welche die Umsetzung des Informationsauftrags differenzieren und konkretisieren (wie z.B. ein Redaktionshandbuch).

gänzlich auszuklammern, aber „sex und crime“ eine weniger „grosse Bedeutung“ beizumessen als andere Privatradios.⁴²

Energy wiederholt wie die anderen Bewerberinnen auch den Informationsauftrag gemäss Ausschreibung, wonach zu den Hauptsendezeiten alle „relevanten Informationen des lokal-regionalen Raums aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur und Gesellschaft“ thematisiert werden. Zudem behandelt Energy Themen wie „Shopping, Kino, Computer, Fernsehen und Ausgang, (...) Geld, Gesundheit und Beziehungen“ und ist an „relevanten Medienkonferenzen und Veranstaltungen im Versorgungsgebiet“ präsent. Im Zusammenhang mit einem mobilen Studiobus erwähnt Energy seine Präsenz bei „politischen Veranstaltungen (inkl. Wahl- und Abstimmungsberichterstattung) und bei gesellschaftlichen und sportlichen Anlässen“. Die journalistische Arbeit wird als „neutral“ und „kompetent“ beschrieben, „kontroverse“ Fragen werden „kontradiktorisch“ behandelt.⁴³ Im Redaktionshandbuch von Energy steht unter dem Titel „Nachrichten“ erstmals nur: „Nachrichten müssen immer relevant sein.“ Unter dem Titel „(Selektions)Kriterien“ wird erwähnt, dass „traditionelle Relevanz-Kriterien mit Schwergewicht Region Zürich“, bzw. „Tragweite / Bedeutung“ sowie „Betroffenheit und emotionale Nähe“ gelten. Was dies bedeutet, bleibt unausgeführt. Hinsichtlich des Programminhalts und der Vorbereitungsanleitungen für Programmschaffende präzisiert Energy die Ausrichtung dahingehend: Energy spricht „nur über Themen, die aktuell, Zürich-bezogen, authentisch, boulevard und jung“ sind. Und: „zur obligatorischen Vorbereitung“ gehören die Medien „20Minuten, heute, Blick, Tages-Anzeiger, TeleZüri, 10vor10, Softnews-Seiten im Internet“.⁴⁴ Die Tatsache, dass die drei Erstgenannten keine primären Informationsquellen sind und dass im Redaktionshandbuch bei der Aufzählung keine einzige Nachrichtenagentur als Quelle genannt wird, befremdet vor dem Hintergrund des gesetzlichen Informationsauftrags. Gleiche Skepsis ruft eines der zwei ausdrücklich erwähnten Beispiele⁴⁵ zur bisherigen Informationsleistung hervor, wenn zum Thema „Sondersendungen“ der „Leichenfund Ylenia“ genannt wird. Dieses Beispiel hat nicht primär informationellen, sondern emotionellen Wert und ist ein Beispiel aus der Welt der Faits divers (dem Boulevard, den Soft News).⁴⁶ Gänzlich in Widerspruch zum Leistungsauftrag begibt sich Energy in den Gesuchsangaben beim Thema Radarwarnungen: Laut Ausschreibung gehören diese zu den „unerlaubten Sendungsarten“ privater elektronischer Medien. Das Redaktionshandbuch von Energy weist unter „Verkehr + Blitzer“ darauf hin, diese müssten „mit der Seriosität von Nachrichten präsentiert“ werden, und sie seien „relevant für alle, die mit dem Auto unterwegs sind“.⁴⁷

⁴² Vgl. Gesuch der Radio Tropic AG, S. 4–5, S. 9–11, S. 18. Vgl. auch Beilage Nr. 7 zum Gesuch unter dem Titel „Redaktionsstatut / Leitbild“. Weitere Dokumente, welche den Informationsauftrag präzisieren, liegen beim Neubewerber Radio 1 – wie bei 105züri – nicht vor.

⁴³ Vgl. Gesuch der Radio Z AG, S. 11–13, S. 19 und Beilagen zum Gesuch Nr. 14 „Publizistische Leitsätze von Energy Zürich“, Beilage Nr. 15 „Sende- und Redaktionsstatut von Energy Zürich“, Nr. 16 „Redaktions-Handbuch von Energy Zürich“.

⁴⁴ Vgl. Gesuch der Radio Z AG, Nr. 16 „Redaktions-Handbuch von Energy Zürich“, Ziffer 2 und 2.1., 3.4. und 3.5.

⁴⁵ Das zweite konkret genannte Beispiel ist der Brand des Zunfthaus zur Zimmerleuten.

⁴⁶ Vgl. Gesuch der Radio Z AG, S. 12.

⁴⁷ Vgl. Gesuch der Radio Z AG, Nr. 16 „Redaktions-Handbuch von Energy Zürich“, Ziffer 2.2.8.

2.3.2.2 Vielfaltsgebot und Sendungsarten

Entsprechend der oben skizzierten Informationsleistungen gehören mehrere Elemente des Vielfaltsgebots zum journalistischen Selbstverständnis von Zürisee und von Radio 24, die sich auch hier gleichen: In ihrer thematisch breiten Berichterstattung kommt eine Vielfalt an Meinungen und Interessen zum Ausdruck, eine Vielfalt an Personen und Personengruppen kommt zu Wort, und erwähnt werden auch unterschiedliche Textsorten wie Nachrichten, Beiträge, Interviews, Reportagen, recherchierte Hintergrundberichte und Korrespondentenberichte. Dem Anspruch, die Vielfalt des Geschehens im Versorgungsgebiet zu berücksichtigen, kommt Zürisee zudem nach, in dem besonders auf die Geschehnisse in den „Gemeinden des Versorgungsgebietes“, aber auch auf jene aus den „kantonalen Verwaltungen von Zürich, St. Gallen Schwyz, Glarus und Aargau“ eingegangen wird.⁴⁸ Unter der Voraussetzung der Neukonzessionierung dehnt Zürisee die Grundsätze seiner lokal–regionalen Berichterstattung entsprechend aus und plant insbesondere „rund ein Dutzend Live–Sendungen aus Gemeinden“, welche durch Radio Zürisee neu erschlossen werden.⁴⁹ Nachrichtenbulletins, Kurznachrichten, längere Regionalnachrichtensendungen mit Beiträgen sowie Sondersendungen zu Wahlen und Abstimmungen zählen zu den typischen Sendungsarten von Radio 24 und Zürisee.

105züri erbringt den Informationsauftrag unter Berücksichtigung des Vielfaltsgebots und nennt dabei die gleichen Elemente wie Radio 24 und Zürisee. Ausser in Nachrichten werden die oben genannten Themen auch in Informationsmagazinen und Diskussionssendungen behandelt.⁵⁰ Auch Energy kommt dem Vielfaltsgebot nach: Die Informationsleistungen werden in „Agenturmeldungen, Expertengesprächen, Reportagen, Korrespondentenberichten, gestalteten Beiträgen, Live–Berichterstattungen, Strassenumfragen“ behandelt, unterschiedlichen Interessen und Meinungen wird Rechnung getragen.⁵¹

Radio 1, dem „Informationsleistungen Programm“ sind, betont die Vielfältigkeit bei den Sendungsarten wie den Textsorten, wenn von Nachrichten, Beiträge, Experteninterviews, Berichten und Diskussionssendungen sowie von mehreren „wortlastigen Spezialsendungen am Wochenende“ gesprochen wird. Zudem redet Radio 1 einem professionellen journalistischen Grundverständnis das Wort, gemäss welchem auch das Vielfaltsgebot in allen Facetten berücksichtigt und Informationen nicht nur „verbreitet“, sondern auch „einge-

⁴⁸ Vgl. Gesuch der Radio Zürichsee AG, S. 12–16 sowie folgende Beilagen zum Gesuch: Beilage Nr. 3.2.IV „Informationsphilosophie“, Beilage Nr. 3.2.V „Handbuch Redaktion Radio Zürisee“ sowie Beilage Nr. 3.2.1/I und Nr. 3.2.1/II „Chargenbeschriebe Redaktion bzw. Moderation Radio Zürichsee“. – Angaben betreffend Radio 24 vgl. Gesuch der Radio 24 AG, S. 33–37, S. 39 sowie Beilagen zum Gesuch Nr. 7 „Redaktionshandbuch von Radio 24“, Nr. 23 „Programm–Leitbild für Radio 24“, Nr. 26 „News Redaktion Radio 24“, Nr. 27 „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“, Nr. 41 „Sportnews bei Radio 24“.

⁴⁹ Vgl. Gesuch der Radio Zürichsee AG, S. 57.

⁵⁰ Vgl. Gesuch der Music First Network AG, S. 12–17. Im Vergleich zu Radio 24 und Zürisee liegen beim Neubewerber 105züri keine Dokumente vor, welche die Umsetzung des Informationsauftrags differenzieren und konkretisieren (wie z.B. ein Redaktionshandbuch).

⁵¹ Vgl. Gesuch der Radio Z AG, S. 11–13, S. 19 und Beilagen zum Gesuch Nr. 14 „Publizistische Leitsätze von Energy Zürich“, Beilage Nr. 15 „Sende– und Redaktionsstatut von Energy Zürich“, Nr. 16 „Redaktions–Handbuch von Energy Zürich“.

ordnet“ werden. Dies wiederum setzt entsprechendes Wissen bzw. personelle – und damit zusammenhängend finanzielle – Ressourcen voraus.⁵²

2.3.2.3 Fazit Outputfaktoren

Radio 24 und Zürisee klassifizieren sich bei der konkreten Beschreibung, wie sie den lokal-regionalen Informationsauftrag unter Berücksichtigung des Vielfaltsgebots in all seinen Facetten umsetzen, gleichwertig und im Quervergleich mit den Mitbewerberinnen deutlich als Beste. Sie zeigen auf, auf welche Weise sie unter Berücksichtigung des ganzen Versorgungsgebiets den publizistischen Auftrag erfüllen werden. 105züri ist zwar weniger detailliert, aber immer noch besser als Radio 1 und Energy. Diese wiederholen den Inhalt des Informationsauftrags gemäss Ausschreibung. Während bei Energy zudem ein Akzent auf Soft-News und Boulevard deutlich wird, betont Radio 1 sein Hauptanliegen, Informationsleistungen zentrale Bedeutung zukommen zu lassen, auch längeren Wortsendungen. Gegenüber Energy schneidet Radio 1 daher besser ab.

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. Im Gegensatz zu den inhaltlichen Leistungen ist es nicht erstrebenswert, die Verbreitungsleistungen beliebig zu steigern. Es geht darum, das entsprechende Gebiet mit dem Mittel UKW zu versorgen. Wenn dieses Ziel einmal erreicht ist, sind zusätzliche Anstrengungen im Verbreitungsbereich sinnlos und bringen auch im Lichte der medienpolitischen Ziele keine Verbesserung. Diese Besonderheit des Verbreitungskriteriums hat auch Auswirkungen auf die Beurteilung von Bewerbungen. Bei Gebieten, die verbreitungstechnisch einfach zu versorgen bzw. wo die Ausgestaltung der Verbreitungsmassnahmen durch die frequenztechnischen Vorgaben der Konzessionsbehörde und durch den Bestand unverzichtbarer Senderstandorte weitgehend determiniert sind, ist an Bewerbungen geringere Anforderungen zu stellen als in Gebieten, wo anspruchsvolle Verbreitungsprobleme mit hoher Gestaltungsfreiheit zu lösen sind. In verbreitungstechnisch „einfachen“ Gebieten bleibt somit den Bewerbern kaum mehr Raum für Kreativität bzw. Profilierung. In solchen Fällen sind die Anforderungen an die Bewerbungen tief, d.h. die Bewertungen unterscheiden sich diesem Punkt kaum voneinander.

Alle Bewerberinnen haben ein Verbreitungskonzept eingereicht. Ein Vergleich der entsprechenden Ausführungen zeigt, dass die Bewerberinnen die Vorgaben der Ausschreibung erfüllen. Wohl unterscheiden sich die eingereichten Angaben deutlich: Radio 24, Zürisee und Energy verfügen diesbezüglich über mehrere Jahre gemeinsamer Erfahrung und reichen umfassende Verbreitungskonzepte ein. 105züri liess von einem externen Spezialisten ein entsprechendes Konzept erstellen, während sich Radio 1 mit der Zusage begnügt, das Versorgungsgebiet nach den technischen Vorgaben des BAKOM zu versorgen.

⁵² Vgl. Gesuch der Radio Tropic AG, S. 4–5, S. 9–11, S. 18. Vgl. auch Beilage Nr. 7 zum Gesuch unter dem Titel „Redaktionsstatut / Leitbild“. Weitere Dokumente, welche den Informationsauftrag präzisieren, liegen beim Neubewerber Radio 1 – wie bei 105züri – nicht vor. – Radio 1 beschäftigt auch gestandene bzw. „profilerte, qualifizierte“ Journalistinnen und Journalisten.

Gewisse frequenztechnische, topographische und wirtschaftliche Faktoren haben einen vorbestimmenden Einfluss auf die spektrumseffiziente und ökonomisch sinnvolle Bedienung des Versorgungsgebiets Zürich–Glarus. Die grossräumige Versorgung des Ballungsraumes Zürich erfolgt traditionellerweise ab dem topographisch ausserordentlich günstig gelegenen Standort Uetliberg. Es ist deshalb klar, dass die Bewerberinnen in erster Linie eine Verbreitung ihres Programms im Raum Zürich ab diesem Standort – um einzelne zusätzliche Füllsender ergänzt – anstreben. Über die Verfügbarkeit der entsprechenden Frequenzen kann nur das BAKOM befinden, wobei die Offenheit des Geländes in nördlicher Richtung den schweizerischen Vorhaben von vornherein enge Grenzen setzt (das Störpotential exponierter Schweizer Standorte wirft erhebliche Koordinationsprobleme mit den benachbarten Frequenzverwaltungen auf). In den Glarner Tälern stellt sich die Lage anders dar: die relativ gut abgeschotteten Geländekammern räumen frequenztechnisch mehr Spielraum für alternative Verbreitungskonzepte ein. Allerdings legen finanzielle Überlegungen (relativ hohe Verbreitungskosten zur Bedienung eines wirtschaftlich vergleichsweise schwächeren Gebiets) rasch eine Koordination der Versorgungspläne der diversen Veranstalter nahe. Unter diesen Umständen bleibt den Bewerberinnen kaum Raum für eine individuelle Ausgestaltung der technischen Bedienung des Versorgungsgebiets. Die Anforderungen an die Versorgungskonzepte sind in diesem Gebiet daher gering. Die eingereichten Konzepte oder der glaubwürdige Nachweis betreffend das Vorhandensein der nötigen finanziellen Ressourcen und des technischen Know-hows zur Umsetzung der Versorgungsvorgaben des BAKOM genügen im vorliegenden Fall, um die geforderte Verbreitungsqualität zu gewährleisten. Die Bewerbungen sind daher in diesem Punkt als gleichwertig zu betrachten.

2.4 Zwischenergebnis

Die gegenüberstellende Analyse der Angaben der Bewerberinnen zu den Selektionskriterien ergibt Folgendes:

Radio 24 und Radio Zürichsee schneiden insgesamt bei den Input- wie bei den Outputfaktoren – beide werden gleich gewichtet – klar am besten ab, so dass ihnen fraglos zwei der drei Konzessionen erteilt werden müssen. Die Bewerbung von 105züri erfüllt die Anforderungen der Ausschreibung in mancherlei Hinsicht auch. Doch erhält die Music First Network AG, welche nebst 105züri im Versorgungsgebiet Nr. 23 (Zürich–Glarus) auch für „RMC züri“ eine Bewerbung eingereicht hat, eine Konzession im Versorgungsgebiet Nr. 24 (Region Zürich). Um nicht mit Artikel 44 Abs. 3 RTVG in Konflikt zu geraten, hat die Music First Network AG ihre Prioritäten aber eindeutig deklariert (vgl. dazu obiges Kapitel 2.2) und der hier behandelten Bewerbung im Versorgungsgebiet Nr. 23 keinen Vorrang gegeben. Deshalb wird 105züri im Folgenden nicht weiter gewürdigt.

Für die verbleibende dritte Konzession stehen sich damit noch Radio 1 und Energy gegenüber.

2.5 Entscheid zwischen Radio 1 und Energy

2.5.1 Ergebnis aufgrund der Selektionskriterien

Im Inputbereich regelt Radio 1 die Arbeitsbedingungen, namentlich betreffend der Löhne, grosszügiger als Energy, derweil Energy sich bei der Qualitätssicherung besser positioniert als Radio 1. Die Bewerbungen sind diesbezüglich gleichwertig.

Bei den Angaben zu den Informationsleistungen bzw. den Outputkriterien wiederholen Energy wie Radio 1 die Ausschreibungsvorgaben zu den Informationsleistungen und nennen dabei auch Elemente des Vielfaltsgebots. Doch dahinter stecken ganz unterschiedliche Radiokonzepte: Radio 1 tritt als Neubewerber mit dem Anspruch an, mittels eines Informationsradios eine Alternative zu bestehenden Privatradios im Grossraum Zürich zu bieten. Dabei greift es auf die Kompetenz und die Erfahrung des Firmengründers, Roger Schawinski, zurück, der im Gesuch als Garant für ein entsprechendes Profil erscheint. Abgesehen davon zeigt Radio 1 auf, dass mit einem hoch professionellen Team ein journalistisch solides Programm verbreitet werden soll. Energy steht in seinen allgemeinen Aussagen zum Leistungsauftrag nicht hinter Radio 1 zurück, setzt aber seine Akzente viel eher auf boulevardeske Unterhaltung und trendige „Soft-news“ als auf journalistische Berichterstattung, wie in der Ausschreibung vorgegeben. Entsprechende Kritik wurde auch in der öffentlichen Anhörung laut. Insgesamt erscheinen also die Ausführungen von Radio 1 in inhaltlicher und journalistischer Sicht glaubwürdiger, um die in der Ausschreibung formulierten Erwartungen zu erfüllen. Dies ist auch das Hauptargument mehrerer Kantone und der Stadt Zürich im Plädoyer für Radio 1.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Kriterienkonformität, die Konsistenz und die Glaubwürdigkeit der Bewerbung von Radio 1 auch unter Würdigung des Leistungsausweises seines Initiators und der Reaktionen in der öffentlichen Anhörung schliesslich für die bessere Bewertung betreffend den Outputbereich bzw. die Erfüllung des Leistungsauftrages durch Radio 1 ausschlaggebend sind.

Ob dieser Vorsprung von Radio 1 für die Erteilung der dritten Konzession ausreicht, ohne das subsidiäre Vielfaltskriterium von Artikel 45 Absatz 3 RTVG zu berücksichtigen, kann hier offen bleiben. Radio 1 liegt selbst dann vorne, wenn man die beiden Bewerbungen im Lichte dieser Bestimmung vergleicht.

2.5.2 Entscheidkriterium bei weitgehender Gleichwertigkeit (Art. 45 Abs. 3 RTVG)

2.5.2.1 Die Bedeutung von Artikel 45 Absatz 3 RTVG

Artikel 45 Absatz 3 bestimmt, wie zu entscheiden ist, wenn zwei Bewerber weitgehend gleich gut in der Lage sind, den Leistungsauftrag zu erfüllen. In diesem Fall ist die Konzession derjenigen Bewerberin zu erteilen, welche „die Meinungsvielfalt am meisten bereichert“. Diese Fassung ist vom Ständerat ins Gesetz eingefügt worden⁵³ und hat die vom Bundesrat vorgeschlagene Version ersetzt, wonach bei Gleichwertigkeit mehrerer Bewerber hinsichtlich des Leistungsauftrages derjenige bevorzugt werden sollte, „der am wenigsten von anderen Programmveranstaltern und anderen Medienunternehmen abhängig ist“ (Art. 55 Abs. 2 E-RTVG).

In der öffentlichen Ausschreibung vom 4. September 2007 werden in Ziffer 4.1 bezüglich des Begriffs „Meinungs- und Angebotsvielfalt“ im Sinne von Artikel 45 Absatz 3 RTVG zwei Elemente als relevant betrachtet: Die inhaltliche Ausrichtung der Bewerbung und die Unabhängigkeit der Bewerberin bzw. des Bewerbers. Für die Bereicherung in inhaltlicher Hinsicht ist die Beurteilung der Profilierung des Programms gegenüber dem übrigen

⁵³ AB 2005 S 92

Rundfunkangebot im Versorgungsgebiet hinsichtlich des Zielpublikums, der musikalischen Orientierung und der Innovativität der angebotenen Dienstleistungen massgebend. Das Element der Unabhängigkeit wird vor dem Hintergrund der spezifischen Ausgestaltung der Medienlandschaft im betreffenden Versorgungsgebiet beurteilt.

Im Zuge der öffentlichen Ausschreibung beauftragten die Tamedia AG und die St. Galler-Tagblatt-Gruppe AG Prof. Dr. Rolf H. Weber, Universität Zürich, mit der Erstellung eines Gutachtens zum Verständnis der Meinungs- und Angebotsvielfalt im Sinne von Artikel 45 Absatz 3 RTVG.⁵⁴

Das Gutachten vom 4. Oktober 2007 kommt zum Schluss, dass bei der Beurteilung der Bereicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt auf die inhaltliche (qualitative) Vielfalt der Angebote abzustellen sei und nicht auf die (quantitative) Zahl der Medienanbieterinnen. Die Entstehungsgeschichte der Norm zeige, dass der ursprüngliche bundesrätliche Ansatz, ein quantitatives Element einzuführen, vom Parlament geändert worden sei; an Stelle des (personalen) Abhängigkeitsverhältnisses sei die Bereicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt durch eine Vielzahl verschiedener Programme getreten. Diese grammatikalische und geschichtliche Auslegung korrespondiere mit der allgemeinen Betrachtungsweise in der rechts- und publizistikwissenschaftlichen Lehre, dass die Vielfalt der Angebote unter den heutigen Gegebenheiten nicht von der quantitativen Zahl der Anbieter von Medienleistungen, sondern von der inhaltlichen Ausrichtung der Programme abhängt.⁵⁵ Mit diesem Verständnis widerspricht das Gutachten der in der öffentlichen Ausschreibung vom 4. September 2007 in Ziffer 4.1 vertretenen Sicht.

Inhaltlich geht es also um die Frage, ob im Rahmen von Artikel 45 Absatz 3 RTVG – und das bedeutet letztlich im Rahmen der Konzessionierung überhaupt – Fragen der *strukturellen* Vielfalt, d.h. der Medienkonzentration, eine Rolle spielen sollen bzw. dürfen.

Die zunehmende Medienkonzentration in der Schweiz, namentlich auf regionaler Ebene, ist ein unbestrittenes Faktum.⁵⁶ Weniger eindeutig ist die Interpretation dieser Strukturveränderungen hinsichtlich der Erbringung der gesellschaftlich und staatspolitisch erwünschten Leistungen der Medien. Bei einer differenzierten Betrachtungsweise muss das Ergebnis ambivalent ausfallen.⁵⁷ Zunächst kann sich Medienkonzentration positiv auswirken und dazu führen, dass die betreffenden Unternehmen über die nötige Wirtschaftskraft verfügen, um qualitativ hochstehende publizistische Leistungen zu erbringen. Unter Berücksichtigung dieser Argumentation hat es das Parlament abgelehnt, Fragen der Medienkonzentration zu einem *primären* Kriterium zu machen und Bewerber vom Konzessi-

⁵⁴ vgl. Gesuch der Radio 24 AG, Beilage Nr. 13

⁵⁵ Vgl. Fussnote 54

⁵⁶ Josef Trappel/Irène Perrin, Medienkonzentration in der Schweiz, in Heinz Bonfadelli/Werner A. Meier/Josef Trappel (Hrsg.), Medienkonzentration Schweiz – Formen, Folgen, Regulierung, Bern 2006, S. 109 ff.; Bericht der Staatspolitischen Kommission des Nationalrates vom 3. Juli 2003 zur Parlamentarischen Initiative „Medien und Demokratie“, BBl 2003 5370 ff.

⁵⁷ so auch Stellungnahme des Bundesrates vom 3. September 2003 zum Bericht der Staatspolitischen Kommission des Nationalrates zur Parlamentarischen Initiative „Medien und Demokratie“, BBl 2003 6252

onsverfahren auszuschliessen, die im gleichen Gebiet über andere Medien mit marktbeherrschender Stellung verfügen.⁵⁸

Solche wirtschaftlichen Strukturbereinigungen haben aber auch negative Effekte.⁵⁹ Die wirtschaftlich–strukturelle Unabhängigkeit einzelner Medien voneinander ist zwar noch kein Garant für inhaltliche Vielfalt, sie schafft aber dafür gute Voraussetzungen. Hinter dieser Überzeugung steht nicht in erster Linie die Unterstellung, dass mehrere Medien, die beispielsweise zum gleichen Verlag gehören, durch zentrale Direktiven inhaltlich ausgerichtet würden. Ins Gewicht fallen aber namentlich die folgenden Überlegungen: Medien haben für den demokratischen und gesellschaftlichen Diskurs eine zentrale Bedeutung. Nicht umsonst ist heute zunehmend von der „Mediengesellschaft“⁶⁰ die Rede und werden Medien etwa als „vierte Gewalt“ bezeichnet.⁶¹ Im Unterschied zu den staatsrechtlich verfassten konventionellen drei Gewalten, die sich im Rahmen eines sorgfältig austarierten „checks and balances–Systems“ gegenseitig kontrollieren und im Gleichgewicht halten, sind die Medien aus berechtigter Rücksicht auf ihre Unabhängigkeit und die Medienfreiheit nicht in dieses rechtliche Machtgefüge eingebunden. Die Kontrolle der Medien muss deshalb innerhalb des gesellschaftlichen Diskurs’ erfolgen oder anders gesagt: Medienkontrolle erfolgt in erster Linie durch die Medien selbst. Dass diese Kontrolle nur bei voneinander unabhängigen Akteuren wirkungsvoll funktionieren kann und ein Medium tendenziell Zurückhaltung üben wird, wenn es darum geht, ein anderes Medium aus dem gleichen Mutterhaus zu kritisieren, ist nachvollziehbar. Eine Konzessionierungspraxis, die sich u.a. am verfassungsrechtlichen Vielfaltsgebot (Art. 93 Abs. 2 BV) orientiert, muss diese Bedenken ernst nehmen und Konsequenzen ziehen.

Artikel 45 Absatz 3 RTVG berücksichtigt diese Ambivalenz der Medienkonzentration. Bei der Auswahl ist zunächst die Leistungsfähigkeit eines Bewerbers ausschlaggebend. Ist der am besten abschneidende Bewerber nur in der Lage, seine in Aussicht gestellten Leistungen zu erbringen, weil er mit anderen Medien im gleichen Raum verbunden ist und von Synergiegewinnen profitieren kann, ist der entsprechende Konzentrationseffekt in Kauf zu nehmen. Schneiden aber zwei Bewerber hinsichtlich der Erfüllung des Leistungsauftrages gleich gut ab, fällt der leistungssteigernde Effekt der Medienkonzentration bei der Auswahl nicht mehr ins Gewicht, sondern es stellt sich nur noch die Frage der negativen Auswirkungen, die nun für den Entscheid Bedeutung erlangt.

Im Rahmen von Artikel 45 Absatz 3 RTVG ist somit die Medienkonzentration als strukturelle Beeinträchtigung der Vielfalt mitzuberücksichtigen. Dies gilt sowohl für die bundesrätliche Fassung der Bestimmung als auch für die nun geltende Version. Die Änderung des Texts im parlamentarischen Verfahren zielte nicht darauf ab, die Aspekte der Medienkonzentration auszublenden, sondern wollte einzig die Prüfungsoptik öffnen. Einerseits stand dahinter die Ansicht, andere Abhängigkeiten als diejenigen von Medienunternehmen

⁵⁸ AB 2004 N 123 ff.

⁵⁹ Vgl. etwa Josef Trappel/Werner A. Meier/Klaus Schrape/Michaela Wölk, Die gesellschaftlichen Folgen der Medienkonzentration, Opladen 2002

⁶⁰ Kurt Imhof/Roger Blum/Heinz Bonfadelli/Otfried Jarren (Hrsg.), Demokratie in der Mediengesellschaft, Wiesbaden 2006

⁶¹ Jürgen Habermas, Faktizität und Geltung, Frankfurt a.M. 1992, S. 455

könnten unter Umständen die Vielfalt ebenfalls beeinträchtigen, andererseits ging es darum, zusätzlich inhaltliche Vielfaltsaspekte in die Prüfung einzubeziehen. Auch bei der umfassenderen Formulierung bleibt das Element der Unabhängigkeit von anderen Medien aber ein „wesentlicher Teil des ständerätlichen Kriteriums der Vielfaltsförderung“ und die Frage der Medienkonzentration spielt nach wie vor „eine zentrale Rolle“.⁶²

Schliesslich ist darauf hinzuweisen dass auch bei einer Betrachtung, die sich an Inhalten und nicht an Strukturen orientiert, das strukturelle Argument wieder eintreten und mittelbar Bedeutung erlangen würde. Bei der inhaltlichen Prüfung, wer die Angebots- und Meinungsvielfalt am meisten bereichert, geht es um eine Prognose aufgrund der Angaben im Gesuch. Bei solchen Prognosen sind alle Elemente beizuziehen, welche einen Einfluss auf die Gestaltung der fraglichen Inhalte haben können. Dass dabei auch marktstrukturelle Gesichtspunkte zu berücksichtigen wären, ist offensichtlich.

Zusammenfassend ergibt sich, dass eine hauptsächlich an Sinn und Zweck sowie der Entstehungsgeschichte von Artikel 45 Absatz 3 RTVG orientierte Auslegung der Bestimmung die Ausführungen in der öffentlichen Ausschreibung vom 4. September 2007 bestätigt.

2.5.2.2 Ergebnis bei Gleichwertigkeit

Aus dem Vorstehenden geht hervor, dass bei Gleichwertigkeit beide Elemente von Artikel 45 Absatz 3 RTVG gleichermassen ausschlaggebend sind, d.h. die inhaltliche Ausrichtung der beiden Programme und die strukturelle Unabhängigkeit der Bewerberinnen.

In inhaltlicher Hinsicht (Bereicherung der Angebotsvielfalt) kann keine Bewerberin etwas für sich ableiten. Beide sprechen in ihrer musikalischen und programmlichen Ausrichtung je ein eigenes Zielpublikum an, welches im Versorgungsgebiet in dieser Form bisher noch nicht bedient wird. Während Radio 1 als Radio für Erwachsene eher ein älteres Publikum mit entsprechenden Informations- und Musikangeboten anspricht, richtet sich Energy inhaltlich an ein sehr junges Publikum. Obschon bei beiden Bewerberinnen eine gewisse Nähe zu anderen Sendern besteht – Radio 1 und Radio Zürichsee sowie Radio Energy und Jugendlradio – heben sie sich doch genügend von diesen Programmen ab, so dass beide die Angebotsvielfalt bereichern würden.

Entscheidend ist aus diesen Gründen das zweite Element von Artikel 45 Absatz 3 RTVG, die grössere Unabhängigkeit einer Bewerberin.

Energy gehört zu 51 Prozent der Ringier AG. Die Ringier AG ist eines der drei grössten Medienunternehmen der Schweiz. Im Printbereich zählen auflagenstarke Titel wie Blick, Sonntagsblick, Blick am Abend, Cash daily, Le Temps und il caffè dazu, ebenso zahlreiche Zeitschriften. Im Bereich der elektronischen Medien zählt nebst Energy und Radio for Youngsters auch das Berner Lokalradio BE1 zum Ringier Konzern. Beim Fernsehen ist die Ringier AG zu 50 Prozent an Sat.1, zu 33 Prozent am Teleclub und zu 30 Prozent an Presse TV beteiligt. Radio 1 gehört demgegenüber zur Radio Tropic AG, deren Inhaber

⁶² BR Leuenberger in AB 2005 S 1130 und ähnlich NR Vollmer a.a.O.; siehe auch Hanspeter Kellermüller, Staatliche Massnahmen gegen Medienkonzentration, Zürich 2007, S.143

zu 100 Prozent Roger Schawinski ist. Dieser ist überdies Aktionär und Verwaltungsratspräsident des Buchverlags Kein&Aber AG, welcher seit zehn Jahren besteht und der vor allem Belletristik und Hörbücher veröffentlicht.

Bei dieser Konstellation hat Radio 1 im Lichte von Artikel 45 Absatz 3 Vorteile. Gegen diese Sicht spricht auch nicht die Tatsache, dass sich die erwähnten Ringier-Medien in erster Linie an die ganze Deutschschweiz oder an andere schweizerische Sprachregionen richten. In der medialen Realität der Schweiz hat der Raum Zürich auch in den sprachregionalen Medien grosse Bedeutung, so dass die Verflechtung zwischen einem Lokalradio im Grossraum Zürich und auflagenstarken sprachregionalen Medien hier ins Gewicht fallen muss. Dies gilt insbesondere darum, weil bei Radio 1 praktisch keine Abhängigkeiten vorliegen.

2.6 Ergebnis

Aus Ziff. 2.4 geht hervor, dass Radio 24 und Zürisee je eine Konzession für die Verbreitung eines lokal-regionalen UKW-Radioprogramms im Versorgungsgebiet Nr. 23 gemäss Anhang 1, Ziffer 4 zur RTVV erteilt wird.

Die dritte zu vergebende Konzession wird aufgrund der insgesamt besseren Erfüllung der Selektionskriterien (vgl. Ziff. 2.5.1) Radio 1 vergeben. Selbst wenn aber die Bewerbungen von Radio 1 und Energy – wenn auch aus unterschiedlichen Gründen – als weitgehend gleichwertig zu betrachten wären, müsste die Konzession aufgrund der Ausführungen in Ziff. 2.5.2 der unabhängigeren Bewerberin, also Radio 1, erteilt werden.

2.7 Erläuterungen zur Konzession

2.7.1 Einleitung

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

2.7.2 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)⁶³ 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 Fernmeldegesetz⁶⁴ vom BAKOM erteilt werden.

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

⁶³ SR 784.102.1

⁶⁴ SR 784.101.112

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.

2.7.3 Umfang des Leistungsauftrags (Artikel 3 der Konzession)

Die Konzessionärinnen haben sich in ihren Bewerbungsunterlagen ausführlich zur Art und Weise geäußert, wie sie den Leistungsauftrag zu erfüllen gedenken. Diese Angaben bilden den Hintergrund für den Konzessionszuschlag des UVEK. Dementsprechend verpflichtend ist ihr Charakter⁶⁵ und die Konzessionärinnen müssen sich in Anwendung des Prinzips von Treu und Glauben, das auch für Private gilt (Art. 5 Abs. 3 der Bundesverfassung vom 18. Dezember 1998⁶⁶), darauf behaften lassen.⁶⁷

Die Zusicherungen der Konzessionärinnen definieren – zusammen mit den Angaben in der Konzession – den inhaltlichen Umfang ihrer Betriebspflicht. Zwingen gewisse Umstände die Konzessionärinnen dazu, ihre Leistung vorübergehend einzuschränken, haben sie für die Regelung der Übergangszeit, bis sie ihren Betrieb wieder im versprochenen Umfang weiterführen können, die Einwilligung des BAKOM einzuholen.⁶⁸

2.7.4 Arbeitsbedingungen der Branche (Artikel 6 der Konzession)

Die Arbeitsbedingungen der Branche gelten als erfüllt, wenn die Konzessionärin in einem 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 orientieren⁶⁹ 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).

2.7.5 Dauer (Artikel 10 der Konzession)

Das UVEK hat die altrechtliche Konzession der Radio 24 AG und der Radio Zürichsee AG im September 2007 auf den 31. März 2009 gekündigt. Sofern keine Beschwerde gegen

⁶⁵ vgl. Fussnote 20

⁶⁶ SR 101

⁶⁷ vgl. Entscheidung des Bundesgerichts vom 30. April 2001 in Sachen TV3 AG, Erwägung 3 b), unter <http://www.bger.ch/index/jurisdiction/jurisdiction-inherit-template/jurisdiction-recht/jurisdiction-recht-urteile2000.htm>

⁶⁸ vgl. Fussnote 67, Erwägung 3 d)

⁶⁹ Art. 87 RTVG

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 2.4.1 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 24 AG, die Radio Z AG, die Radio Zürichsee AG, die Music First Network AG sowie die Radio Tropic 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 drei Veranstalterkonzessionen mit Leistungsauftrag ohne Gebührenanteil für das Versorgungsgebiet 23 gemäss Anhang 1, Ziffer 4 zur RTVV, werden der Radio 24 AG, der Radio Zürichsee AG und der Radio Tropic AG erteilt. Die Einzelheiten richten sich nach den beiliegenden Konzessionsurkunden, welche Bestandteil dieser Verfügung sind.
2. Die Bewerbungen der Radio Z AG vom 5. Dezember 2007 sowie der Music First Network AG vom 3. Dezember 2007 werden abgewiesen.
3. Die Verwaltungsgebühr für die Durchführung des Konzessionsverfahrens wird auf 42'120 Franken festgelegt und der Radio 24 AG, der Radio Z AG, der Radio Zürichsee AG, der Music First Network AG sowie der Radio Tropic AG je zu einem Fünftel, ausmachend je 8'424 Franken, auferlegt. Die Rechnungsstellung erfolgt mit separater Post nach Eintritt der Rechtskraft dieser Verfügung.
4. Diese Verfügung wird der Radio 24 AG, der Radio Zürichsee AG, der Radio Tropic AG, der Radio Z AG sowie der Music First Network AG eingeschrieben mit Rückschein eröffnet.

Eidgenössisches Departement für
Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK

Moritz Leuenberger
Bundesrat

Beilage: Konzessionsurkunden

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.