

Einschreiben mit Rückschein

Tele Top AG
Gertrudstrasse 1
8401 Winterthur

Referenz/Aktenzeichen: TV VG 10

Bern, 31. Oktober 2008

Verfügung

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

in Sachen

Tele Top AG, Gertrudstrasse 1, 8401 Winterthur

und

Tamedia AG, Werdstrasse 21, 8021 Zürich, vertreten durch Dr.
J. Schneider-Marfels, Steinentorstrasse 13, 4010 Basel

(hiernach: die Bewerberinnen, bzw. die Konzessionärin)

betreffend

Erteilung einer Konzession mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil betreffend das Versorgungsgebiet Nr. 10 gemäss Anhang 2, Ziffer 2 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 Regionalfernsehkonzessionen betrafen die Versorgungsgebiete, welche der Bundesrat am 4. Juli 2007 definiert hatte (vgl. Anhang 2 zur RTVV). Sie gewähren den Konzessionärinnen ein Recht auf die leitungsgebundene Verbreitung innerhalb des zugewiesenen Versorgungsgebiets. Wo dies ausdrücklich in Anhang 2 zur RTVV vermerkt ist, erhalten die Konzessionärinnen ausserdem das Recht zur digitalen drahtlos-terrestrischen Verbreitung ihrer Programme. Die Konzessionen berechtigen ausserdem zu einem im Voraus vom UVEK festgelegten jährlichen Anteil am Ertrag der Empfangsgebühr. Für das Versorgungsgebiet Nr. 10 gemäss Anhang 2, Ziffer 2 zur RTVV beträgt der mit der Konzession verbundene Gebührenanteil 1'476'091 Franken.

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 Tamedia AG (hiernach TeleZüri) und die Tele Top AG (hiernach Tele Top) reichten ihre Bewerbungen um die Regionalfernsehkonzession für das Versorgungsgebiet Nr. 10 gemäss Anhang 2, Ziffer 2 zur RTVV je am 5. Dezember 2007 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 Gelegenheit, sich bis zum 20. Februar 2008 zu den Konzessionsbewerbungen zu äussern. In-

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

samt erreichten 129 Stellungnahmen das BAKOM. Das Amt veröffentlichte sie unter www.bakom.admin.ch.

Die Ergebnisse der Anhörung können wie folgt zusammengefasst werden: Tele Top wie TeleZüri erfüllen die Kriterien der Ausschreibung und sind in der Lage, den geforderten Leistungsauftrag zu erfüllen. Die Kantone würdigen die bisher sachliche Berichterstattung von Tele Top zu politischen Geschäften, zu Wahlen und Abstimmungen, wohingegen TeleZüri in ihrer Einschätzung kaum über Anrainerkantone berichtet hat. Der Kanton Zürich vertritt in Anbetracht der bisherigen Leistungen Beider die Ansicht, TeleZüri decke die publikumsorientierte Themenpalette ab, Tele Top scheine ein grösseres Gewicht auf die Erfüllung des Leistungsauftrags zu legen.

Die Kantone Zürich, Thurgau, St. Gallen und Schaffhausen befürworten mit dem Argument der strukturellen Medienvielfalt, d.h. mit der Verlagsunabhängigkeit von Günter Heuberger, dem Inhaber der Tele Top AG, die Konzessionierung von Tele Top. Die gleiche Meinung vertreten zahlreiche Gemeinden des Versorgungsgebietes (Winterthur, Uster, Illnau-Effretikon, Kloten, Wetzikon, Rüti, Frauenfeld, Weinfelden, Bülach sowie Gemeinden des Bezirks Andelfingen). Vor allem der Kanton Thurgau wie auch die genannten Gemeinden kritisieren TeleZüri als zu stark am Infotainment, dem Boulevard-, VIP- und Lifestylejournalismus, der Personalisierung und Skandalisierung orientiert. Damit empfehle sich TeleZüri nicht als konzessionierter, sondern als meldepflichtiger Veranstalter. Die Stadt Zürich schlägt vor, es seien beide Veranstalter zu konzessionieren. Sie wünscht sich, sollte dies nicht möglich sein, eine Konzession für TeleZüri mit dem Argument, Tele Züri sei in der Region verankert und weise eine grosse Publikumsresonanz aus.

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 ihren Schreiben je vom 16. April 2008 nahmen die Bewerberinnen zu den im Verlauf der öffentlichen Anhörung beim BAKOM eingetroffenen Eingaben Stellung. Darauf hin erhielten sie in einem zweiten Schriftenwechsel Gelegenheit, bis zum 16. Mai 2008 ihren Standpunkt abschliessend darzulegen. Von diesem Recht machten beide mit ihren Eingaben vom 16. Mai 2008 Gebrauch. Dabei waren das publizistische Selbstverständnis, die bisher erbrachten publizistischen Leistungen und vor allem auch die Frage der publizistischen und ökonomischen Unabhängigkeit von Tele Top und TeleZüri Hauptthemen.

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

3 Bisherige Konzession

Die Tamedia AG ist heute Inhaberin einer Veranstalterkonzession für TeleZüri, welche ihr das UVEK gestützt auf das RTVG vom 21. Juni 1991⁴ und die RTVV vom 6. Oktober

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

1997⁵ am 30. August 2005 erteilt hat. Diese Konzession läuft per 31. Dezember 2008 aus. Die Tele Top AG ist heute nicht im Besitz einer Konzession, sondern verbreitet ihr Programm seit dem 12. Februar 2008 als meldepflichtiger Veranstalter. Früher verfügte Tele Top über eine altrechtliche Konzession, welche per 26. März 2007 endete.

B Erwägungen

1 Formelles

1.1 Zuständigkeit

Bei der hier zu vergebenden Veranstalterkonzession handelt es sich um eine Konzession mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil im Sinne von Artikel 38 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 Konzessionsbewerbungen⁶ 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

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

⁶ <http://www.bakom.admin.ch> → Radio&Fernsehen → Aktuell → Erteilung der neuen UKW- und Regional-TV-Konzessionen

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.⁷ Dieser Stossrichtung ist bei der Konkretisierung der Leistungsaufträge und der Beurteilung der Bewerbungen Rechnung zu tragen.

Der im Bundesblatt vom 4. September 2007⁸ bzw. im Internet⁹ 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:

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

⁸ BBI 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, BBI 2003 02.093

Input (Qualitätssicherung, Arbeitsbedingungen) 40 Prozent	<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
Output (journalistische Leistung) 40 Prozent	<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, Wort-hintergrundsendungen etc.)
Verbreitung 20 Prozent	<ul style="list-style-type: none"> • Technisches, zeitliches und finanzielles Konzept zur Erschliessung des Versorgungsgebietes

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) 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 beide 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.

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

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. Grundlage dafür sind die Eingaben der Bewerberinnen. Die Konzessionsbehörde darf nur gestützt auf die dort gemachten Angaben entscheiden.¹² Die Ausführungen der Bewerberinnen zum Leistungsauftrag haben zudem verpflichtenden Charakter. Darauf weist schon der Wortlaut der Ausschreibung hin.¹³

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

Beide Bewerberinnen beschreiben ihre bereits bestehenden Systeme zur redaktionellen Qualitätssicherung (QS) ausführlich: TeleZüri verfügt im Sinne des „Total Quality Managements“ auf Redaktionsstufe über die notwendigen strukturellen Grundlagen und Prozesse, welche in Statuten und Reglementen verankert sind. Qualitätsstandards sind definiert, ein Programmleitbild, ein Redaktionsstatut, ein Redaktionshandbuch sowie Sendungskonzepte und Drehbücher, welche Bezug zum konzessionsrechtlichen Leistungsauftrag nehmen und auch journalistische Selektionskriterien definieren, liegen vor. Überdies wird mit Blick auf den journalistischen Alltag erwähnt, die „Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten“ wie auch die Richtlinien des Presserats würden befolgt. Die Verantwortlichkeit zur Überprüfung des redaktionellen QS-Systems ist geregelt. Dafür wurde bei TeleZüri eigens eine neue Stelle geschaffen.¹⁴

Wie TeleZüri weist auch Tele Top ein bereits erprobtes Qualitätssicherungssystem aus, welches gemäss den Anforderungen der Ausschreibung präventive, produktionsbegleitende und korrektive Elemente umfasst. Auch Tele Top verfügt über die dafür notwendi-

¹² vgl. Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 19. August 2008 i.S. Beril AG gegen Music First GmbH (A–641/2008; Erw. 7.5.3)

¹³ Ziffer 3.3, 2. Absatz des Ausschreibungstextes vom 4. September 2007, publiziert unter der Internetadresse www.bakom.admin.ch → Radio & Fernsehen → Aktuell → Erteilung der neuen UKW- und Regional-TV-Konzessionen → Weitere Informationen

¹⁴ vgl. Gesuch der Tamedia AG S. 20–25 sowie S. 33. Beilagen zum Gesuch: Nr. 5 „Redaktionsstatut“, Nr. 6 „Redaktionshandbuch“, Nr. 14 „Unternehmensleitbild Tamedia“, Nr. 15 „Programm-Leitbild“, Nr. 16 „Reglement zur Wahrung der publizistischen Unabhängigkeit, Lauterkeit und Transparenz“, Nr. 17 „Tamedia Richtlinien“, Nr. 18 „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“, Nr. 32 „Beschreibung der Sendungen von TeleZüri“.

gen Dokumente, und die Verantwortung zur Überprüfung des redaktionellen QS-Systems wird künftig auch bei Tele Top hoch angesiedelt sein: Eine entsprechende Kaderstelle soll hierfür neu geschaffen werden.¹⁵

Zwischenfazit

Die differenzierten Angaben der Bewerberinnen zur Qualitätssicherung sind gleichwertig.

2.3.1.2 Programmschaffende

Von den 61 Vollzeitstellen bei TeleZüri gehören 29 zu den Redaktionen „News“ und „Talk“; diese sind in erster Linie für die Erfüllung des Leistungsauftrags gemäss Ausschreibung zuständig.¹⁶ Für das Programmfenster Thurgau plant TeleZüri 2.5 Redaktionsstellen ein, das Schaffhauser Fenster würde vom Schaffhauser Fernsehen produziert. Diesbezüglich bleibt die Anzahl vorgesehener Stellen unklar.¹⁷ (vgl. auch 2.3.2.3) Angenommen, die personelle Dotierung der Redaktion, welche das Schaffhauser Fernsehen erbringt, sei gleich gross wie jene für das Thurgauer Fenster, so stehen bei TeleZüri insgesamt 34 Vollzeitstellen (Redaktion, Moderation) zur Verfügung. Tele Top sieht insgesamt 25 Vollzeitstellen vor. Davon sind 2.8 Stellen ausschliesslich für Frauenfeld, 2.7 ausschliesslich für Schaffhausen, 3.1 zusätzliche Stellen für beide Fenster sowie 10 Stellen für Zürich vorgesehen.¹⁸

Zwischenfazit

Für das Programm von TeleZüri stehen also deutlich mehr personelle Ressourcen zur Verfügung als bei Tele Top.

2.3.1.3 Aus- und Weiterbildung

Tele Top misst der Ausbildung der neuen Mitarbeitenden und der Volontär/innen eine hohe Bedeutung bei. Auch der Weiterbildungsbedarf der übrigen Programmschaffenden wird regelmässig abgeklärt. Dies belegen mehrere Dokumente.¹⁹ Das Ausbildungskonzept für redaktionelle Mitarbeitende von Tele Top benennt vor dem Hintergrund des Leistungsauftrags unter anderem konkretes Basiswissen zum Lokaljournalismus.²⁰ Nebst der internen Ausbildung besuchen Programmschaffende von Tele Top das „MAZ – Die Schweizer Journalistenschule“ in Luzern (MAZ). Für die externe Aus- und Weiterbildung

¹⁵ vgl. Gesuch der Tele Top AG S. 8–11, S. 15–20, S. 40–48. Vgl. auch Beilagen zum Gesuch unter den Titeln: „Qualitätssicherungskonzept der TOP-Medien“, „Publizistische Leitlinien der TOP-Medien“, „Leitbild der TOP-Medien“, „News-Konzept 2006“, „Erklärung der Rechte und Pflichten der JournalistInnen“, „Redaktions-Statut Tele Top“, „Maximen der Redaktion Tele Top“, „Sportkonzept Tele Top“, „Ethik-Charta der TOP-Medien“.

¹⁶ vgl. Gesuch der Tamedia AG, S. 26. Weitere 21 Stellen sind den Bereich Technik zugeordnet, 3.8 der Programmleitung und Administration und 7.2 der Redaktion Unterhaltung.

¹⁷ vgl. Gesuch der Tamedia AG, S. 42.

¹⁸ vgl. Gesuch der Tele Top AG S. 26.

¹⁹ vgl. Gesuch der Tele Top AG S. 24 sowie Beilagen zum Gesuch unter den Titeln „Aus- und Weiterbildungskonzept TOP-Medien 2007“, „Anhang zum Aus-/Weiterbildungskonzept TOP-Medien“. Vgl. überdies hinsichtlich des Grundsatzes zur Förderung der Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden die Beilagen unter den Titeln „Firmenvertrag zwischen Radio Top und SSM“ (Artikel 12), „Leitbild der TOP-Medien“ und „Ethik-Charta der TOP-Medien“.

²⁰ vgl. Gesuch der Tele Top AG unter dem Titel „Anhang zur Beilage Konzept für die Aus- und Weiterbildung der TOP-Medien“, S. 1f.

budgetiert Tele Top für 2009 den Betrag von 80'000 Franken.²¹ Wird dieser Betrag auf die Anzahl Programmschaffender umgerechnet, ergeben sich für Tele Top 3200 Franken pro Person bzw. pro Vollzeitstelle.²²

Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Programmschaffende werden bei TeleZüri unter Berücksichtigung der konzessionsrechtlichen Erfordernisse individuell getroffen. Der internen Aus- und Weiterbildung dienen jährlich vier Abende sowie Fachseminare. Nebst diesen internen Angeboten besuchen Programmschaffende auch externe Weiterbildungsinstitutionen wie das MAZ oder die Zürcher Hochschule für Wirtschaft.²³ Dafür sind 30'000 Franken reserviert.²⁴ Umgerechnet auf die einzelnen Programmschaffenden ergibt sich bei diesem Betrag für TeleZüri ein Wert, der 3.5 Mal geringer ist als jener von Tele Top.²⁵

Zwischenfazit

In inhaltlicher Hinsicht unterscheiden sich die Aus- und Weiterbildungskonzepte der Bewerberinnen kaum. Tele Top misst aber der Aus- und Weiterbildung in finanzieller Hinsicht mehr Bedeutung bei als TeleZüri und schneidet damit bei diesem Kriterium besser ab.

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. Die Arbeitsbedingungen von TeleZüri sind umfassend geregelt.²⁶ TeleZüri hält fest, dass sie „weit über dem liegen“, was als branchenüblich und arbeitsrechtlich vorgeschrieben ist. „Salärniveau, Sozialleistungen, Erfolgsbeteiligungsmodelle für Kader, Gewinnbeteiligung für alle Mitarbeitenden wie auch Ferienansprüche“ seien seit vielen Jahren „best of class“.²⁷ Weder im Gesuch noch in der Lohnliste spricht TeleZüri von einem festgelegten Mindestlohn für Programmschaffende. Aufgrund der eingereichten Zahlen dürfte ein solcher aber bei gut 5000 Franken liegen.²⁸ Bei den aktuell angestellten Programmschaffenden, die in der Regel über mehrere Jahre Berufserfahrung verfügen, liegt der Monatslohn deutlich über diesem Betrag. Ein 13. Monatslohn wird gewährt.²⁹ Der Ferienanspruch liegt bei TeleZüri für Redaktionsmitarbeitende bei fünfeinhalb Wochen³⁰,

²¹ vgl. Gesuch der Tele Top AG, Beilage unter dem Titel „Finanzpläne 2008–2012“, S. 7.

²² vgl. Abschnitt 2.3.1.2

²³ Vgl. Gesuch der Tamedia AG, S. 26, 29–30 wie auch Beilage Nr. 30 „Ausbildungskonzept“ und Nr. 31 „Liste mit Institutionen“. Zudem: Beilage Nr. 29 „Leitfaden Ausbildungsvereinbarung“, Nr. 26 „Ausbildungsvereinbarung“.

²⁴ vgl. Gesuch der Tamedia AG, S. 30 und Beilage Nr. 35 „Erfolgsrechnung“, S. 3.

²⁵ vgl. Abschnitt 2.3.1.2

²⁶ vgl. Gesuch der Tamedia AG, v.a. Beilagen Nr. 23 „Einzelarbeitsvertrag TeleZüri“, Nr. 24 „Tamedia: Allgemeine Arbeitsbedingungen“, Nr. 28 „Tamedia AG Gewinnbeteiligungsprogramm 2004 – Reglement“ sowie die „separate Beilage C“. – Konkrete Informationen zur Lohnpolitik finden sich in der als vertraulich bezeichneten Beilage Nr. 25, welche anonymisiert einen Überblick über die einzelnen Löhne der Mitarbeitenden gibt.

²⁷ vgl. Gesuch der Tamedia AG, S. 26 und 28.

²⁸ vgl. letzter Satz der Fussnote 26.

²⁹ vgl. Gesuch der Tamedia AG, Beilagen Nr. 23 „Einzelarbeitsvertrag TeleZüri“, S. 1.

³⁰ vgl. Gesuch der Tamedia AG, S. 27.

die Wochenarbeitszeit beträgt 41 Stunden³¹. Der errechnete Mindestlohn pro Woche ergibt für TeleZüri in Anbetracht des eben Erwähnten einen hohen Wert.

Die Tele Top AG hat die Arbeitsbedingungen für Radio Top seit dem 1.1.2008 in einem sozialpartnerschaftlichen Firmenvertrag geregelt, der mit dem Schweizer Syndikat Medienschaffender (SSM) ausgehandelt wurde. Für Tele Top würden – die Konzessionserteilung vorausgesetzt – die gleichen Bestimmungen in Kraft treten: Der Mindestlohn für Programmschaffende beträgt 3750 Franken, die Wochenarbeitszeit 42.5 Stunden, der Ferienanspruch 5 Wochen. Mit dem tieferen Mindestlohn und der etwas höheren Arbeitszeit ist der zu Vergleichszwecken errechnete Wochenmindestlohn bei Tele Top rund 1.4 Mal tiefer als bei der Konkurrentin TeleZüri.³²

Zwischenfazit

Beide Bewerberinnen haben die Arbeitsbedingungen umfassend geregelt. Hinsichtlich der Löhne, der Ferienregelung und der Arbeitszeit bietet TeleZüri die vorteilhafteren Bedingungen für die Programmschaffenden und ist in der Bilanz hier besser als Tele Top.

2.3.1.5 Fazit Inputfaktoren

Beide Bewerbungen zeichnen sich bezüglich der Inputfaktoren durch differenzierte Angaben aus und qualifizieren sich im Quervergleich auf hohem Niveau: TeleZüri und Tele Top schneiden bei mehreren Inputkriterien vergleichbar gut ab. Gleichwertig sind namentlich alle Ausführungen beider Bewerberinnen zur Qualitätssicherung. Differenzen finden sich bei den geplanten Budgets zur Förderung der externen Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden. Aufgrund der eingesetzten Finanzmittel misst Tele Top diesem Bereich mehr Bedeutung zu. Umgekehrt bietet TeleZüri seinen Programmschaffenden vorteilhaftere Arbeitsbedingungen, namentlich auch deutlich höhere Löhne.

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 Überlegungen³³ 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.

³¹ vgl. Gesuch der Tamedia AG, Beilage Nr. 24 „Tamedia: Allgemeine Arbeitsbedingungen“, S. 4.

³² vgl. Gesuch der Tele Top AG, S. 20–23 sowie die Beilage unter dem Titel „Firmenvertrag zwischen der Radio Top AG und dem Schweizer Syndikat Medienschaffender SSM“, insbesondere die Artikel 21, 26, 29 sowie Anhang IV mit dem Titel „Mindestlohtabelle“.

³³ Siehe oben Ziff. 2.1

2.3.2.1 Informationsauftrag

TeleZüri definiert sich als regionalen Fernsehanbieter, welcher über eine „hohe Informationskompetenz“ verfügt und der bei der „Gewichtung auf Inhalte“ setzt. Das Programm teilt sich in die Sparten Information und Unterhaltung und beansprucht damit, zur Meinungs- und Angebotsvielfalt beizutragen. Bei den Informationsangeboten steht die „lokale Berichterstattung und die Erbringung eines Service Public Régional“ im Zentrum. Konform mit der Ausschreibungsanforderung setzt TeleZüri bei den Informationssendungen „vorwiegend“ auf „relevante Informationen des lokal-regionalen Raumes aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport“. Dieser Anspruch wird ebenfalls bei der Beschreibung einzelner Informationssendungen erhoben, so bei der Nachrichtensendung „ZüriNews“, der Hintergrundsendung „ZüriInfo“, welche Nachrichten, Reportagen und Serien umfasst, der Diskussionssendung „TalkTäglich“, in welcher „Gäste aus Politik, Kultur, Show und Alltag“ zu Wort kommen wie auch bei den Sonderberichterstattungen zu „grossen Newsereignissen sowie bei Wahlen und Abstimmungen und grossen Sportanlässen“. ³⁴ Spezifische Dokumente wiederholen oder präzisieren das publizistische Selbstverständnis von TeleZüri teilweise auch mit anderem thematischem Fokus: Laut Redaktionshandbuch steht das aktuelle regionale Geschehen im Zentrum, wobei die Schwerpunkte bei „Politik, Gesellschaft, Events, Unfällen, Verbrechen und Sport“ liegen. ³⁵

Zu den Programmzielen, den Inhalten, der Art einzelner Sendungen wie zum journalistischen Selbstverständnis äussert sich Tele Top ausführlich: Im Grundsatz deckt Tele Top die „relevanten Informationen des lokal-regionalen Raums aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport“ ab. ³⁶ Konkreter als TeleZüri skizziert Tele Top exemplarisch die Schwerpunkte des lokal-regionalen Informationsauftrags und setzt dabei ein Schwergewicht auf die Politikberichterstattung: Bestandteil der Politikinformationen ist die Berichterstattung aus den Parlamenten der Kantone Thurgau, St. Gallen und Zürich sowie den Stadtparlamenten Winterthur und St. Gallen. Diese schliesst auch eine vor Ort Berichterstattung wie die Teilnahme an Medienkonferenzen ein. Wirtschaftsbeiträge beleuchten konkrete Themen des Versorgungsgebiets wie die „Arbeitsplatzsituation, Gründung von Jungunternehmen, Hilfe beim Aufbau von Unternehmen, Steuersituation“. Die Vielfalt an „Theater, Konzerten, Musicals, Open-Airs, Gassen-Kultur, aber auch an alternativen Kulturen“ finden Niederschlag in Kulturbeiträgen. Den regionalen Fragen zur „Integration, der Überalterung, der Ökologie und des Zusammenlebens der Ethnien und Kulturen“ sind auf Gesellschaft fokussierte Beiträge gewidmet, und die regionalen Anlässe stehen beim Sport im Zentrum. ³⁷

³⁴ vgl. Gesuch der Tamedia AG, S. 31–37.

³⁵ vgl. Gesuch der Tamedia AG, Beilage Nr. 6 „Redaktionshandbuch“, S. 6.

³⁶ vgl. Gesuch der Tele Top AG, S. 4–8, S. 13–16, S. 26–34.

³⁷ vgl. Gesuch der Tele Top AG, S. 27–29. Vgl. auch Beilagen zum Gesuch unter den Titeln „Redaktions-Handbuch Tele Top“, „Redaktions-Statut Tele Top“, „Maximen der Redaktion Tele Top“ und „Sportkonzept Tele Top“.

2.3.2.2 Vielfaltsgebot und Sendungsarten

In Einklang mit der Aussage, professionellen Journalismus zu betreiben³⁸, erwähnt TeleZüri die Kriterien des Vielfaltsgebots umfassend, das gemäss Ausschreibung ein zentrales Merkmal der Informationsleistungen des regionalen Service public ist: thematische Vielfalt, Vielfalt an Meinungen und Interessen, an Personen und Personengruppen, geografische Vielfalt, Vielfalt an Textsorten sowie Sendungsarten wie Nachrichten– Hintergrund– und Diskussionssendungen sowie Sonderberichterstattungen.³⁹ Eine vergleichbare Absicht, den Informationsauftrag unter Berücksichtigung des Vielfaltsgebots zu erfüllen, dokumentiert auch Tele Top.⁴⁰

Zwischenfazit

Der Informationsauftrag wird von beiden Bewerberinnen in vergleichbarer Weise erbracht. Bezüglich der einzelnen Themenbereiche und namentlich hinsichtlich der Berichterstattung über Prozesse der demokratischen Meinungsbildung auf lokaler Ebene sind die Ausführungen von Tele Top etwas konkreter als jene von TeleZüri. Wiederum gleich sind die beiden Bewerberinnen bezüglich den Ausführungen zum Vielfaltsgebot.

2.3.2.3 Informationsauftrag Programmfenster

Vergleichbare inhaltliche Programmziele setzt Tele Top auch bezüglich der Informationsfenster für die Kantone Schaffhausen und Thurgau, welche täglich dreizehn Minuten und damit drei Minuten länger dauern als jene von TeleZüri. Tele Top sieht vor, das Programm nach einer 15minütigen allgemeinen Informationssendung in drei gleichwertige Programmfenster für die Kantone Zürich, Thurgau und Schaffhausen zu teilen. Bei besonderen regionalen Ereignissen wie Wahlen und Abstimmungen stellt Tele Top zusätzliche Programmfenster in Aussicht.⁴¹ Für die Programmfenster der Kantone Thurgau und Schaffhausen sind inklusive der entsprechenden Leitung 8.6 Vollzeitstellen geplant.⁴²

TeleZüri strahlt die vorgeschriebenen täglich zehnminütigen regionalen Informationsfenster für die Kantone Schaffhausen und Thurgau direkt im Anschluss an die Hauptnachrichten aus. Sie sollen kontinuierlich das „politische, gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben“ darstellen, bzw. über „wichtige politische Geschäfte, Wahlen und Abstimmungen“ berichten wie auch „gesellschaftliche Diskussionen“ aufnehmen. Für die Kantone Schaffhausen und Thurgau sind Sondersendungen zu wichtigen Ereignissen, z.B. vor Wahlen und Abstimmungen, geplant.⁴³ Wie im Sendebeschrieb des Hauptpro-

³⁸ Dass dieser Anspruch nicht durchwegs eingelöst wird, zeigt ein Schreiben der „Ombudsstelle RTV“ vom 13. Mai 2008. Sie nimmt hierbei Stellung zu neun von Tele Top beanstandeten Beiträgen im Zusammenhang mit der Berichterstattung zur Neukonzessionierung der Regionalfernsehveranstalter bei TeleZüri. Namentlich hält der stellvertretende Ombudsmann, Dr. Oliver Sidler, fest, in der ZüriNews–Sendung vom 21. Februar 2008 habe TeleZüri das Gebot der Sachgerechtigkeit verletzt.

³⁹ vgl. Gesuch der Tamedia AG, Gesuch S. 17, 32ff., Beilage Nr. 6 „Redaktionshandbuch“, S. 7, Beilage Nr. 15 „Programm–Leitbild“, S. 2f., Beilage Nr. 32 „Beschreibung der Sendungen von TeleZüri“.

⁴⁰ vgl. Gesuch der Tele Top AG, S. 27–29. Vgl. auch Beilagen zum Gesuch unter den Titeln „Redaktions–Handbuch Tele Top“, „Redaktions–Statut Tele Top“, „Maximen der Redaktion Tele Top“ und „Sportkonzept Tele Top“.

⁴¹ vgl. Gesuch der Tele Top AG, S. 4–6 und S. 34f.

⁴² vgl. Gesuch der Tele Top AG, S. 26.

⁴³ vgl. Gesuch der Tamedia AG, Gesuch S. 32, S. 40–42.

gramms von TeleZüri findet sich auch bezüglich des Programmfensters ein etwas anderer inhaltlicher Akzent: (Veranstaltet wird eine) „Newssendung mit regionalen Nachrichten inkl. Berichte(n) über Medienkonferenzen, Ereignisse, Unfälle / Polizeimeldungen, Events in der Region, Sport“. Überdies soll mit einem Studiogast ein Tagesereignis vertieft und das regionale Wetter prognostiziert werden.⁴⁴ Für die Informationsfenster sind 2.5 Redaktionsstellen vor Ort vorgesehen. Für die Produktion des Schaffhauser Fensters besteht ein „Letter of Intent“, wonach das bestehende regionale Schaffhauser Fernsehen diese Leistung im Auftrag der Tamedia AG erbringen würde.⁴⁵

Zwischenfazit

Der inhaltliche Auftrag der Programmfenster für die Kantone Schaffhausen und Thurgau wird von TeleZüri und Tele Top ähnlich skizziert. Tele Top sieht hierfür aber eine längere Dauer und wohl auch mehr Personal vor.

2.3.2.4 Fazit Outputfaktoren

Auch bei den Outputkriterien gleichen sich die Ausführungen beider Bewerberinnen. Tele Top erreicht hier gegenüber TeleZüri mit einer konkreteren Umschreibung der Umsetzung des lokal–regionalen Informationsauftrags und mit einer grösseren Anzahl Programmschaffender, die für die Programmfenster eingesetzt werden, sowie einer längeren Sendedauer Vorteile. Insbesondere auch diese lokal–regionale Nähe von Tele Top scheint auch ausschlaggebend für die in der Anhörung geäusserten, überwiegenden Präferenz zugunsten von Tele Top bei den betroffenen Kantonen und Gemeinden zu sein.

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 Ausschreibung erfüllen und in der Lage sind, das ausgeschriebene Gebiet technisch zu versorgen.

2.3.4 Zwischenergebnis

Beide Bewerbungen zeichnen sich bezüglich der Inputfaktoren durch differenzierte Angaben aus und qualifizieren sich im Quervergleich hierbei auf hohem Niveau: TeleZüri und Tele Top schneiden bei mehreren Inputkriterien vergleichbar gut ab. Gleichwertig sind namentlich alle Ausführungen beider Bewerberinnen zur Qualitätssicherung. Differenzen finden sich bei den vorgesehen Budgets zur Förderung der externen Aus– und Weiterbildung der Programmschaffenden. Aufgrund der eingesetzten Finanzmittel misst Tele Top diesem Bereich mehr Bedeutung zu. Umgekehrt bietet TeleZüri seinen Programmschaffenden vorteilhaftere Arbeitsbedingungen, namentlich höhere Löhne.

⁴⁴ vgl. Gesuch der Tamedia AG, Beilage Nr. 32 „Beschreibung der Sendungen von TeleZüri“, S. 6.

⁴⁵ vgl. Gesuch der Tamedia AG, Gesuch S. 42–44. – Unklar bleibt aufgrund der Gesuchsangaben, ob sich die 2.5 Redaktionsstellen alleine auf das Thurgauer Fenster oder zusätzlich auch auf das Schaffhauser Fenster beziehen. Trifft die erste Annahme zu, bleibt unklar, wie hoch die personelle Dotierung der entsprechenden Redaktion des Schaffhauser Fernsehens wäre. Trifft die zweite Annahme zu, wären 2.5 Redaktionsstellen für zwei Programmfenster sicher zu wenig.

Auch bei den Outputkriterien, die insgesamt gleich gewichtet werden wie die Inputkriterien, halten sich die Ausführungen beider Bewerberinnen die Waage. Tele Top erreicht hier gegenüber TeleZüri mit einer konkreteren Umschreibung der Umsetzung des lokal-regionalen Informationsauftrags und mit einer längeren Sendedauer und einer grösseren Anzahl Programmschaffender, die für die Programmfenster eingesetzt werden, Vorteile.

Die vergleichende Analyse der Angaben der Bewerberinnen zu den Selektionskriterien zeigt also insgesamt: Die Bewertungsergebnisse von TeleZüri und Tele Top liegen nahe beieinander und sind „weitgehend gleichwertig“ im Sinne des Gesetzes; beide Bewerberinnen wären unbestrittenermassen in der Lage, den Leistungsauftrag zu erfüllen. Im Outputbereich holt sich Tele Top leichte Vorteile gegenüber TeleZüri, indem die Umsetzung des Informationsauftrags detaillierter beschrieben wird.

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

2.4.1 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 worden⁴⁶ 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).

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.⁴⁷

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 Meinungsvielfalt 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.⁴⁸

⁴⁶ AB 2005 S 92

⁴⁷ vgl. Gesuch der Tamedia AG, Beilage Nr. 10.

⁴⁸ Vgl. Fussnote 47

Mit diesem Verständnis widerspricht das Gutachten der in der öffentlichen Ausschreibung vom 4. September 2007 in Ziffer 4.1 vertretenen Sicht. Dort werden bei der Konkretisierung 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 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.

Inhaltlich geht es hier 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.⁴⁹ 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.⁵⁰ 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 Konzessionsverfahren auszuschliessen, die im gleichen Gebiet über andere Medien mit marktbeherrschender Stellung verfügen.⁵¹

Solche wirtschaftlichen Strukturbereinigungen haben aber auch negative Effekte.⁵² 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“⁵³ die Rede und werden

⁴⁹ 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.

⁵⁰ 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

⁵¹ AB 2004 N 123 ff.

⁵² siehe etwa Josef Trappel/Werner A. Meier/Klaus Schrape/Michaela Wölk, Die gesellschaftlichen Folgen der Medienkonzentration, Opladen 2002

⁵³ Kurt Imhof/Roger Blum/Heinz Bonfadelli/Otfried Jarren (Hrsg.), Demokratie in der Mediengesellschaft, Wiesbaden 2006

Medien etwa als „vierte Gewalt“ bezeichnet.⁵⁴ 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 mitzubeherrschenden. Dies gilt sowohl für die bundesrätliche Fassung der Bestimmung als auch für die nun geltende. 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 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“.⁵⁵

Schliesslich ist darauf hinzuweisen dass auch bei einer Betrachtung, die sich an Inhalten und nicht an Strukturen orientiert, wie sie durch das Gutachten von Prof. Weber propagiert wird, 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.

⁵⁴ Jürgen Habermas, Faktizität und Geltung, Frankfurt a.M. 1992, S. 455

⁵⁵ 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

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.

2.4.2 Anwendung von Artikel 45 Absatz 3 RTVG

Die inhaltlich–publizistische Ausrichtung der Gesuche war bereits Gegenstand der Selektionskriterien, welche das BAKOM zwecks Operationalisierung des Leistungsauftrags in der öffentlichen Ausschreibung vom 4. September 2007 definierte. So mussten die Bewerberinnen in ihren Gesuchen unter anderem auch darlegen, inwiefern ihre Informationsangebote zur Meinungs– und Angebotsvielfalt beitragen. Gestützt auf die Auswertung der entsprechend gemachten Angaben lässt sich der Zuschlag, wie erwähnt, wegen weitgehender Gleichwertigkeit der Gesuche nicht erteilen.⁵⁶

Im Sinne von Artikel 45 Absatz 3 RTVG ist somit die strukturelle Unabhängigkeit der Bewerberinnen entscheidend für den Konzessionszuschlag. Diese beurteilt sich vor dem Hintergrund der spezifischen Ausgestaltung der Medienlandschaft im betreffenden Versorgungsgebiet. Zu berücksichtigen sind dabei in erster Linie alle medialen Ebenen des Versorgungsgebiets, d.h. Bezugspunkt für die Beurteilung der (Un–)Abhängigkeit der Bewerberinnen bildet neben der bestehenden Situation im Rundfunkbereich auch diejenige im Printbereich.

Die Tamedia AG, Gesuchstellerin von TeleZüri, ist ein grosses Schweizer Medienunternehmen, zu welchem zahlreiche gewichtige Publikationen nationaler und regionaler Ausstrahlung im Printbereich gehören (Tages–Anzeiger, Sonntagszeitung, 20 Minuten, Thurgauer Zeitung etc.). Im Grossraum Zürich gehören die elektronischen Medien Radio 24 und TeleZüri zur Tamedia AG. Seit 2007 ist die Tamedia AG mit der Berner Espace Media Groupe zusammengeschlossen. Letztere publiziert die auflagenstärkste Tageszeitung des Kantons Bern und zu ihr gehören unter anderem der konzessionierte Regionalfernseher TeleBärn und das konzessionierte Lokalradio Capital FM.

Zu den TOP–Medien von Günter Heuberger, Inhaber bzw. Gesuchsteller von Tele Top, gehört Radio Top, welches im UKW–Versorgungsgebiet Ostschweiz West konzessioniert ist. Die Grösse und Ausstrahlung der TOP–Medien ist also im Vergleich zur Tamedia AG bescheiden und ihre Verlagsunabhängigkeit gegeben. Aus Gründen der Angebots– und Meinungsvielfalt gemäss den Ausführungen in Abschnitt 2.4.1 wird demzufolge der Tele Top AG eine Konzession für die Verbreitung eines Regionalfernsehprogramms im Versorgungsgebiet Nr. 10 gemäss Anhang 2, Ziffer 2 zur RTVV 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.

⁵⁶ siehe zum Problem einer doppelten Prüfung des gleichen Kriteriums Hanspeter Kellermüller, Staatliche Massnahmen gegen Medienkonzentration, Zürich 2007, S. 143

2.5.2 Verbreitung (Artikel 2 der Konzession)

Das Programm der Konzessionärin muss gemäss Artikel 59 Absatz 1 Buchstabe b RTVG im zugewiesenen Versorgungsgebiet über Leitungen verbreitet werden (Zugangsrecht). Artikel 38 Absatz 5 RTVG verlangt grundsätzlich eine Beschränkung der Verbreitung eines gebührenunterstützten Programms auf das in der Konzession definierte Versorgungsgebiet. Dadurch soll einerseits sichergestellt werden, dass sich die Konzessionärinnen thematisch auf ihr Gebiet konzentrieren. Andererseits soll damit vermieden werden, dass namentlich Konzessionärinnen aus städtischen Gebieten das kommerzielle Potenzial benachbarter Konzessionärinnen schmälern und die entstehende Finanzierungslücke mit Gebührengeldern geschlossen werden muss bzw. die gesetzliche Eigenfinanzierungsvorgabe von den betroffenen Konzessionärinnen nicht mehr erfüllt werden kann.⁵⁷

Daraus folgt, dass die Konzessionärin mitverantwortlich dafür ist, dass ihr Programm nur im entsprechenden Versorgungsgebiet empfangen werden kann. Sie muss gegenüber den Fernmeldediensteanbieterinnen, welche ihr Programm verbreiten müssen, die entsprechenden Massnahmen ergreifen.

Die Verbreitung eines Programms über das Internet ist der Verbreitung über Leitungen gleichgestellt. Die Verbreitung des konzessionierten Programms über Internet – d.h. das Streaming – ist daher innerhalb des Versorgungsgebietes ohne weiteres zulässig. Ausserhalb des Versorgungsgebietes ist das Streaming aber nur gestattet, wenn die Konzessionärin über technische oder administrative Vorkehrungen sicherstellt, dass die Verbreitung keine den Rundfunk kennzeichnende publizistische Tragweite entfaltet. In Anlehnung an Artikel 1 Absatz 1 RTVV bedeutet dies, dass das Programm ausserhalb des Versorgungsgebietes nicht von 1000 oder mehr Geräten gleichzeitig in einer dem Stand der Technik entsprechenden Qualität über Internet empfangen werden darf. Kann die Konzessionärin weder durch eigene Massnahmen noch durch vertragliche Absicherungen gegenüber den Internet Providern belegen, dass diese Bedingung eingehalten wird, dann darf sie ausserhalb ihres Versorgungsgebietes einzelne ihrer Sendungen nur auf Abruf über Internet anbieten (on demand).

2.5.3 Gebührenanteil (Artikel 3 der Konzession)

Gemäss Artikel 39 Absatz 2 Buchstabe b RTVG dient der Gebührenanteil dazu, zusammen mit den Finanzierungsmöglichkeiten des Versorgungsgebietes die Erfüllung des Leistungsauftrags in einer bestimmten Region zu sichern. Bei der Festlegung der einzelnen Gebührenbeträge berücksichtigt das UVEK die Grösse und das Wirtschaftspotenzial des Versorgungsgebietes sowie den Aufwand, den die Konzessionärinnen zur Erfüllung des Leistungsauftrags inklusive Verbreitungskosten erbringen müssen (Art. 40 Abs. 2 RTVG). Diese Vorgaben hat das UVEK im Vorfeld der Ausschreibung der Konzessionen konkretisiert und die entsprechenden Ergebnisse publiziert.⁵⁸

⁵⁷ vgl. Botschaft zur Totalrevision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 18. Dezember 2002, BBl 2003 02.093.

⁵⁸ vgl. die Herleitung der einzelnen Beträge unter <http://www.bakom.admin.ch> → Radio & Fernsehen → Aktuell → Erteilung der neuen UKW- und Regional-TV-Konzessionen → Weitere Informationen

Die Parameter, welche die Höhe der Gebührenanteile beeinflussen, sind einem steten Wandel unterworfen. Sowohl die ökonomischen Rahmenbedingungen im Versorgungsgebiet wie auch die Kosten- und Einnahmenstruktur der Veranstalter entwickeln sich ständig. Aus diesem Grund überprüft das UVEK die Höhe der einzelnen Gebührenanteile regelmässig – gemäss Artikel 39 Absatz 2 RTVV in der Regel alle fünf Jahre – und passt sie allenfalls den veränderten Gegebenheiten an. Dies bedeutet, dass der Gebührenanteil im Verlauf der Zeit sowohl zunehmen wie auch sinken kann.

Laut Ausschreibung vom 4. September 2007 ist mit der vorliegenden Konzession ein Anspruch auf einen jährlichen Gebührenanteil von 1'430'145 Franken geknüpft. Dieser Gebührenanteil darf gemäss Artikel 39 RTVV 50 Prozent der Betriebskosten der Konzessionärin nicht übersteigen. Artikel 4 der Verordnung des UVEK vom 5. Oktober 2007 über Radio und Fernsehen⁵⁹ legt im Einzelnen fest, wie die anrechenbaren Betriebskosten errechnet werden. Die Konzessionärin hat bei der jährlichen Vorlage ihrer Rechnung nach Artikel 42 Absatz 1 RTVG die Gestaltungsvorgaben des BAKOM hinsichtlich der Gliederung des Kontenplans zu beachten.

In Beachtung der subventionsrechtlichen Empfehlungen der Eidgenössischen Finanzkontrolle erfolgt die Ausschüttung des Gebührenanteils gestaffelt: der Hauptteil des Gebührenanteils (80 Prozent des mit der Ausschreibung bekannt gegebenen Betrags) wird in vier Tranchen, quartalsweise, während des Beitragsjahres ausbezahlt. Die restlichen 20 Prozent lässt das BAKOM der Konzessionärin nach Prüfung ihrer Jahresrechnung, also im Folgejahr, zukommen.

2.5.4 Umfang des Leistungsauftrags (Artikel 4 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 Charakter⁶⁰ und die Konzessionärin muss sich in Anwendung des Prinzips von Treu und Glauben, das auch für Private gilt (Art. 5 Abs. 3 BV)⁶¹, darauf behaften lassen.⁶²

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.⁶³

⁵⁹ SR 704.401.11

⁶⁰ vgl. Fussnote 13

⁶¹ SR 101

⁶² vgl. Entscheid 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>

⁶³ vgl. Fussnote 62, Erwägung 3 d)

2.5.5 Programmauftrag (Artikel 5 der Konzession)

Kern des konzessionsrechtlichen Programmauftrags ist eine vielfältige Berichterstattung über alle wesentlichen Elemente des lokalen Lebens. Um die vom Gesetzgeber gewünschte grösstmögliche Publikumsbeachtung zu finden, muss diese Programmleistung zur Hauptsendezeit im Fernsehprogramm erbracht werden. Wohl trifft zu, dass das Internet im Zuge der multimedialen Entwicklung für Rundfunkveranstalter immer mehr an Bedeutung gewinnt. Dennoch bleibt das Internetangebot des Veranstalters aus konzessionsrechtlicher Sicht stets eine programmbegleitende Erscheinung. Deshalb müssen die wesentlichen Bestandteile des Leistungsauftrags im Fernsehprogramm ihren Platz finden und dürfen nicht auf die Website des Veranstalters abgeschoben werden.

Bei der inhaltlichen Ausgestaltung ihres Webauftritts ist die Konzessionärin grundsätzlich frei. Bei der Finanzierung dieses Webauftritts gilt es allerdings eine Besonderheit zu beachten: Das Gesetz verpflichtet die Gebührenempfänger dazu, die Gebühren bestimmungsgemäss zu verwenden (Art. 41 Abs. 2 RTVG), d.h. sie müssen zur Erfüllung des Leistungsauftrages eingesetzt werden. Vor diesem Hintergrund dürfen Gebühren nur insoweit in den Online–Auftritt der Konzessionärin fliessen, als das Internetangebot im Verhältnis zum Fernsehprogramm eine Ergänzungs– und Vertiefungsfunktion erfüllt und dadurch zur Erfüllung des eigentlichen Leistungsauftrags beiträgt. Aus dem Gebührenanteil finanzierte Online–Informationen sollen deshalb in zeitlicher und thematischer Hinsicht einen direkten Bezug zu einzelnen Sendungen aufweisen. Hierzu gehören etwa Hintergrundberichte zu aktuellen Sendungen, Kontextinformationen, Vorschauen oder Interviews zum Thema der Sendungen. Weisen die auf dem Internet angebotenen Beiträge diesen programmbegleitenden Charakter nicht auf, müssen sie aus anderen Quellen (Werbung, Sponsoring, Mitgliederbeiträge etc.) finanziert werden

2.5.6 Arbeitsbedingungen der Branche (Artikel 8 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 orientieren⁶⁴ und die so definierten Arbeitsbedingungen der Branche gegebenenfalls aufsichtsrechtlich durchzusetzen. Die Konzessionärin ist zur unentgeltlichen Bereitstellung sämtlicher zweckdienlicher Unterlagen und zur Erteilung aller diesbezüglicher Auskünfte an das BAKOM verpflichtet (Art. 17 Abs. 1 RTVG).

⁶⁴ Art. 87 RTVG

2.5.7 Dauer (Artikel 11 der Konzession)

Die neue Konzession gilt bis zum 31. Dezember 2019.

Nimmt die Konzessionärin ihre Programmtätigkeit nicht innert 90 Tagen nach Rechtskraft der Konzession auf, erlischt die Konzession automatisch.⁶⁵

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 Bewerbung wurden je 81 Stunden aufgewendet. Für die Tele Top AG und die Tamedia AG wird daher die Verwaltungsgebühr auf je **8424** Franken festgelegt. Die Rechnungsstellung erfolgt mit separater Post nach Eintritt der Rechtskraft der vorliegenden Verfügung.

⁶⁵ Diese Frist kann unter Angabe wichtiger Gründen auf Gesuch hin verlängert werden.

Aus diesen Gründen wird verfügt:

1. Die Veranstalterkonzession mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil für das Versorgungsgebiet 10 gemäss Anhang 2, Ziffer 2 zur RTVV, wird der Tele Top AG erteilt. Die Einzelheiten richten sich nach der beiliegenden Konzessionsurkunde, welche Bestandteil dieser Verfügung bildet.
2. Die Bewerbung der Tamedia AG vom 5. Dezember 2007 wird abgewiesen.
3. Die Verwaltungsgebühr für die Durchführung des Konzessionsverfahrens wird auf 16'848 Franken festgelegt und der Tele Top AG und der Tamedia AG je hälftig, ausmachend je 8424 Franken, auferlegt. Die Rechnungsstellung erfolgt mit separater Post nach Eintritt der Rechtskraft dieser Verfügung.
4. Diese Verfügung wird der Tele Top AG und der Tamedia 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.