



KOA 2.135/19-020

Bescheid

I. Spruch

1. Der **Mediashop GmbH** (FN 280877 f beim Landesgericht Wiener Neustadt) wird gemäß § 5 Abs. 1, 2 und 3 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, die Zulassung zur Veranstaltung des über den Satelliten ASTRA 1KR, 19,2° Ost, Transponder 1.063, Frequenz 10.920,75 MHz, verbreiteten Fernsehprogramms „**MediaShop Life**“ für die Dauer von zehn Jahren erteilt.

Bei dem Programm „MediaShop Life“ handelt es sich um ein unverschlüsselt ausgestrahltes 24-Stunden-Programm für Teleshopping. Gezeigt werden 15- oder 30-minütige Werbesendungen mit emotionalisierendem Content (Infomercials) sowohl für Lizenzprodukte mit exklusiven Vertriebsrechten als auch für Eigenprodukte. Testimonials werden in die Werbesendungen eingebunden. Das Programm ist auf Produkte und Alltagshelfer für das persönliche Wohlbefinden, insbesondere in den Bereichen Küche und Haushalt, Bettwaren, Haushaltsmittel, Kosmetika bzw. Pflegeprodukte und Fitnessgeräte, ausgerichtet.

2. Gemäß § 78 Allgemeines Verwaltungsverfahrensgesetz 1991 (AVG), BGBl. Nr. 51/1991 idF BGBl. I Nr. 58/2018, in Verbindung mit §§ 1 und 3 sowie Tarifpost 1 der Bundesverwaltungsabgabenverordnung 1983, BGBl. Nr. 24/1983 idF BGBl. I Nr. 5/2008, hat die Zulassungsinhaberin die für die Erteilung der Zulassung zu entrichtende Verwaltungsabgabe in der Höhe von EUR 6,50 innerhalb von zwei Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides auf das Konto der RTR GmbH, IBAN: AT932011129231280909, BIC: GIBAAWWXXX, Verwendungszweck: KOA 2.135/19-020, einzuzahlen.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 09.08.2019, bei der KommAustria eingelangt am 12.08.2019, beantragte die Mediashop GmbH die Erteilung einer Zulassung zur Veranstaltung des Fernsehprogramms „MediaShop Life“ über Satellit.

2. Sachverhalt

Auf Grund des Antrages sowie des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Antragstellerin

Die Antragstellerin Mediashop GmbH ist eine zu FN 280877 f im Firmenbuch beim Landesgericht Wiener Neustadt eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Neunkirchen. Das Stammkapital beträgt EUR 35.000,- und ist zur Gänze einbezahlt. Als selbständig vertretungsbefugte Geschäftsführerin fungiert Mag. Katharina Schneider.

Die Antragstellerin ist aufgrund des rechtskräftigen Bescheids der KommAustria vom 30.07.2019, KOA 2.135/19-012, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des über Satelliten verbreiteten Fernsehprogramms „MediaShop Neuheiten“, aufgrund des rechtskräftigen Bescheids der KommAustria vom 30.07.2019, KOA 2.135/19-013, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des über Satelliten verbreiteten Fernsehprogramms „MediaShop Meine Einkaufswelt“ sowie aufgrund des rechtskräftigen Bescheids der KommAustria vom 30.07.2019, KOA 2.135/19-011, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des über Satelliten verbreiteten Fernsehprogramms „MediaShop Immer etwas Neues“.

Muttergesellschaft (und Alleineigentümerin) der Mediashop GmbH ist die MediaShop Deutschland Vertriebs GmbH, eine beim Amtsgericht Kempten zu HRB 12785 eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Lindau (Bodensee).

53,74 % der Anteile an der MediaShop Deutschland Vertriebs GmbH werden von der Schneider Holding GmbH, einer zu FN 293314 w beim Landesgericht Wiener Neustadt eingetragenen Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Neunkirchen, gehalten; 20 % von der deutschen MS Verwaltungs GmbH, einer zu HRB 214417 beim Amtsgericht Hannover eingetragenen Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Hannover; 10,01 % Prozent von der MMAV GmbH & Co KG, einer zu FN 469115 a beim Landesgericht Wiener Neustadt eingetragenen Kommanditgesellschaft mit Sitz in Wiener Neustadt; 8,88 % von der liechtensteinischen Affinity trading ag mit Sitz in Ruggell. Weitere Gesellschafter sind zu 3,16 % Patrick Gehrler, zu 1,05 % Péter Mester und zu 3,16 % Richard Barnhouse.

Jeweils 50 % an der Schneider Holding GmbH werden von der im Alleineigentum der österreichischen Staatsbürgerin Katharina Schneider stehenden Cathryn Tailor International GmbH, einer zu FN 484768 w beim Landesgericht Wiener Neustadt eingetragenen Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Neunkirchen, und der im Alleineigentum des österreichischen Staatsbürgers Dieter Schneider stehenden Gravity Invest Wirtschaftsprüfung Steuerberatung GmbH, einer zu FN 496127 z beim Landesgericht Wiener Neustadt eingetragenen Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Neunkirchen, gehalten. Die MMAV GmbH & Co KG steht im Alleineigentum von Mani Morshedzadeh. 100 % der Anteile an der Affinity trading ag werden von der im Alleineigentum von Philipp Nachbaur stehenden Affinity invest ag gehalten.

Alle erwähnten natürlichen Personen als Letzteigentümer sind Staatsbürger Österreichs oder eines EWR-Mitgliedstaates.

Die Schneider Holding GmbH, die 53,74 % an der MediaShop Deutschland Vertriebs GmbH, der Muttergesellschaft der Mediashop GmbH, hält, ist aufgrund des rechtskräftigen Bescheids der KommAustria vom 27.01.2010, KOA 2.100/09-161, zuletzt geändert mit rechtskräftigem Bescheid der KommAustria vom 19.03.2010, KOA 2.100/10-013, Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des über Satelliten verbreiteten Fernsehprogramms „Mediashop“.

2.2. Programm

Die Antragstellerin beantragt die Zulassung für das Programm „MediaShop Life“. Dabei handelt es sich um ein unverschlüsselt ausgestrahltes 24-Stunden-Programm für Teleshopping. Gezeigt werden 15- oder 30-minütige Werbesendungen mit emotionalisierendem Content (Infomercials) sowohl für Lizenzprodukte mit exklusiven Vertriebsrechten als auch für Eigenprodukte. Die Werbesendungen hinsichtlich der Lizenzprodukte werden häufig mittels Storyboards und Texten synchronisiert sowie inhaltlich und optisch, etwa durch Grafiken und Inserts, an das österreichische Publikum angepasst. Testimonials werden in die Werbesendungen eingebunden. Das Programm ist auf Produkte und Alltagshelfer für das persönliche Wohlbefinden, insbesondere in den Bereichen Küche und Haushalt, Bettwaren, Haushaltsmittel, Kosmetika bzw. Pflegeprodukte und Fitnessgeräte, ausgerichtet.

Das Redaktionsstatut wurde vorgelegt.

2.3. Fachliche, finanzielle und organisatorische Voraussetzungen

Die Antragstellerin führt aus, dass sie die größte DRTV (Direct Response Television)-Anbieterin im deutschsprachigen Raum sei und verweist auf ihre Kooperation mit einer Vielzahl an TV-Sendern in den Kernmärkten Deutschland, Österreich, der Schweiz, Liechtenstein, den Niederlanden, Belgien, Ungarn, Rumänien, Tschechien, der Slowakei und der Türkei. Weltweit sei sie in über 40 Ländern vertreten. Die Antragstellerin verfüge über eine jahrelange Erfahrung in diesem Bereich.

Zu den organisatorischen Voraussetzungen legt die Antragstellerin dar, dass im eigenen MediaShop Filmstudio über 30 Mitarbeiter professionelle Infomercials produzieren. In Summe beschäftige die MediaShop-Gruppe etwa 370 Mitarbeiter. Für den gegenständlichen Kanal würden Aufgaben aller Abteilungen der MediaShop-Gruppe miteinfließen, um die dargestellten Produkte erfolgreich zu vermarkten. Darüber hinaus führt die Antragstellerin aus, dass die Geschäftsführerin die Mediashop GmbH seit vielen Jahren betreibe und bereits lange Zeit in der Branche tätig sei. Die Sendeverantwortliche Mag. Ina Bauer sei seit vielen Jahren im Medienbereich tätig und habe bei einem Fernsehsender die Abteilung „Sales & New Media“ bzw. „Sales, Marketing und New Media“ geleitet. Unter der Verantwortung der Geschäftsführerin und der Sendeverantwortlichen seien etwa neun Personen im Rahmen des Senders unter anderem für die Bereiche TV Disposition und Controlling, Marketing und Grafik, Studio, Buchhaltung und E-Commerce beschäftigt.

Hinsichtlich der finanziellen Voraussetzungen verweist die Antragstellerin auf die Eigentümerstruktur, welche eine nachhaltige Finanzierung des Senders garantiere; darüber hinaus sei aus dem dem Antrag beigelegten Businessplan ersichtlich, dass die Antragstellerin bereits Ende des Jahres 2020 mit einem positiven EBITDA rechne. Aufgrund der langjährigen Teleshopping-Erfahrung der Antragstellerin könne die finanzielle Planung mit hinreichender Wahrscheinlichkeit vorausgesagt werden; ebenso wird im Antrag auf die Mitnutzung der Infrastruktur der MediaShop-Gruppe hingewiesen. Die Gruppe könne finanzielle Engpässe ausgleichen, wodurch das finanzielle Risiko gering sei. Des Weiteren führe schon allein der Sendebetrieb als Teleshopping-Programm zu

Einnahmen, da die Antragstellerin aus dem Verkauf von denjenigen Produkten, auf die sich die Werbesendungen beziehen, ihren Umsatz generiere.

2.4. Verbreitung und Verbreitungsvereinbarungen

Die Antragstellerin plant, das Programm unverschlüsselt über den Satelliten ASTRA 1KR, 19,2° Ost, Transponder 1.063, Frequenz 10.920,75 MHz, zu verbreiten.

Die Antragstellerin verfügt aufgrund einer mit der MX1 GmbH abgeschlossenen Vereinbarung zur Nutzung genannter Übertragungskapazitäten für den Fall der Zulassungserteilung über die erforderlichen Transponderkapazitäten.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen ergeben sich aus den nachvollziehbaren und glaubwürdigen Angaben der Antragstellerin im Antrag, den vorgelegten Unterlagen sowie dem offenen Firmenbuch.

4. Rechtliche Beurteilung

4.1. Maßgebliche Rechtsvorschriften

Die Bestimmungen der §§ 3, 4, 5, 10, 11 und 45, 46 AMD-G lauten auszugsweise:

Niederlassungsprinzip

§ 3. (1) Einer Zulassung nach diesem Bundesgesetz durch die Regulierungsbehörde bedarf, wer terrestrisches und mobiles terrestrisches Fernsehen oder Satellitenfernsehen veranstaltet und in Österreich niedergelassen ist. Sonstige in Österreich niedergelassene Mediendienstanbieter haben ihre Dienste der Regulierungsbehörde anzuzeigen (§ 9).

(2) Ein Mediendienstanbieter gilt dann als in Österreich niedergelassen, wenn er seine Hauptverwaltung in Österreich hat und die redaktionellen Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst in Österreich getroffen werden.

[...]

Zulassungen für terrestrisches Fernsehen und Satellitenfernsehen

§ 4. (1) Anträge auf Erteilung einer Zulassung zur Veranstaltung von terrestrischem Fernsehen (einschließlich mobilem terrestrischem Fernsehen) oder Satellitenfernsehen sind bei der Regulierungsbehörde einzubringen. Weiters bedarf die Weiterverbreitung von nach diesem Bundesgesetz veranstalteten sonstigen Fernsehprogrammen (§ 9 Abs. 1) über Multiplex-Plattformen für terrestrischen Rundfunk oder Satellit einer Zulassung.

(2) Der Antragsteller hat das Vorliegen der Voraussetzungen gemäß den §§ 10 und 11 nachzuweisen.

(3) Der Antragsteller hat zusammen mit dem Nachweis der Zulassungsvoraussetzungen gemäß Abs. 2 glaubhaft zu machen, dass er fachlich, finanziell und organisatorisch die Voraussetzungen für eine regelmäßige Veranstaltung und Verbreitung des geplanten Rundfunkprogramms erfüllt und dass dieses den Anforderungen des 7. und 9. Abschnittes entsprechen wird.

[...]

Erteilung der Zulassung

§ 5. *(1) Die Zulassung ist zu erteilen, wenn der Antragsteller die im § 4 Abs. 2 und 3 genannten Anforderungen erfüllt.*

(2) Die Zulassung ist von der Regulierungsbehörde auf zehn Jahre zu erteilen. Sie ist bei sonstiger Nichtigkeit schriftlich zu erteilen. Bei einer neuerlichen Antragstellung eines Zulassungsinhabers hat die Regulierungsbehörde insbesondere zu berücksichtigen, ob die bisherige Zulassung entsprechend dem Gesetz ausgeübt wurde.

(3) In der Zulassung sind die Programmgattung, das Programmschema und die Programmdauer, bei Fensterprogrammen deren Anzahl und zeitlicher Umfang, zu genehmigen sowie das Versorgungsgebiet und die zur Verbreitung genutzten Übertragungswege festzulegen.

[...]

Mediendienstanbieter

§ 10. *(1) Mediendienstanbieter oder ihre Mitglieder müssen österreichische Staatsbürger oder juristische Personen oder Personengesellschaften des Unternehmensrechts mit Sitz im Inland sein.*

(2) Vom Anbieten audiovisueller Mediendienste nach diesem Bundesgesetz ausgeschlossen sind:

- 1. juristische Personen des öffentlichen Rechts mit Ausnahme von Kirchen und Religionsgemeinschaften und des Bundesministeriums für Landesverteidigung zum Zweck des Betriebes eines Informationssenders, insbesondere in einem Einsatzfall gemäß § 2 Abs. 1 lit. a bis d des Wehrgesetzes 2001, BGBl. I Nr. 146/2001;*
- 2. Parteien im Sinne des Parteiengesetzes;*
- 3. der Österreichische Rundfunk;*
- 4. ausländische Rechtspersonen, die den in Z 1 bis 3 genannten Rechtsträgern gleichzuhalten sind;*
- 5. juristische Personen oder Personengesellschaften, an denen die in den Z 1 bis 4 genannten Rechtsträger unmittelbar beteiligt sind.*

(3) Die Einschränkungen des Abs. 2 gelten nicht:

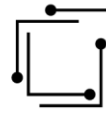


1. *für juristische Personen des öffentlichen Rechts, Parteien im Sinne des Parteiengesetzes sowie für juristische Personen und Personengesellschaften, an denen diese unmittelbar beteiligt sind, hinsichtlich folgender Dienste:*
 - a. *Fernsehprogramme, die nicht Rundfunkprogramme im Sinne des Artikels I Abs. 1 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks, BGBl. Nr. 396/1974, sind;*
 - b. *audiovisuelle Mediendienste auf Abruf.*
2. *für juristische Personen des öffentlichen Rechts sowie für juristische Personen und Personengesellschaften, an denen diese unmittelbar beteiligt sind, hinsichtlich folgender Dienste:*
 - a. *Kabelfernsehprogramme, die sich ausschließlich auf die Wiedergabe der von Wetterkameras automatisiert erfassten und übertragenen Sendesequenzen (Bilder und Bildfolgen), einschließlich damit in unmittelbarem Zusammenhang stehender eigengestalteter Sachinformationen beschränken;*
 - b. *Kabelfernsehprogramme mit einer Dauer von nicht mehr als 120 Minuten pro Tag, wobei Wiederholungen der Programme oder von Teilen dieser Programme sowie die Übertragung von Sitzungen allgemeiner Vertretungskörper nicht in diesen Zeitraum eingerechnet werden, ebenso Programme in einem Gebäude oder Gebäudekomplex in einem funktionellen Zusammenhang mit den dort zu erfüllenden Aufgaben, Kabelinformationsprogramme, die keine Werbung enthalten, und Teletext.*

(4) Ist der Mediendienstanbieter in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft, Personengesellschaft oder Genossenschaft organisiert, dürfen höchstens 49 vH der Anteile im Eigentum Fremder oder im Eigentum von juristischen Personen oder Personengesellschaften stehen, die unter der einheitlichen Leitung eines Fremden oder eines Unternehmens mit Sitz im Ausland stehen oder bei welchem Fremde oder juristische Personen oder Personengesellschaften mit Sitz im Ausland die in § 244 Abs. 2 in Verbindung mit Abs. 4 und 5 des Unternehmensgesetzbuches geregelten Einflussmöglichkeiten haben.

(5) Angehörige von Vertragsparteien des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum sind österreichischen Staatsbürgern, juristische Personen und Personengesellschaften mit Sitz im Hoheitsgebiet einer Vertragspartei des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum sind solchen mit Sitz im Inland gleichgestellt.

(6) Aktien des Mediendienstanbieters eines zulassungspflichtigen Mediendienstes (§ 3) und seiner Gesellschafter haben auf Namen zu lauten. Treuhandverhältnisse sind offen zu legen. Treuhändisch gehaltene Anteile werden Anteilen des Treugebers gleichgehalten. Anteile einer Privatstiftung nach dem Privatstiftungsgesetz, BGBl. Nr. 694/1993, werden Anteilen des Stifters gleichgehalten, sofern dem Stifter auf Grund faktischer Verhältnisse ein Einfluss auf die Tätigkeit der Stiftung zukommt, der einem in § 11 Abs. 5 angeführten Einfluss vergleichbar ist. Diese Bestimmung gilt auch für ausländische Rechtspersonen, die einer Stiftung gleichzuhalten sind.



(7) Der Mediendiensteanbieter hat die zum Zeitpunkt der Antragstellung um eine Zulassung oder einer Anzeige bestehenden Eigentumsverhältnisse oder Mitgliederverhältnisse zusammen mit dem Antrag oder der Anzeige der Regulierungsbehörde mitzuteilen. Stehen Anteile des Mediendiensteanbieters im direkten oder indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften oder Genossenschaften, so sind auch deren Eigentumsverhältnisse bekannt zu geben, Treuhandverhältnisse sind offen zu legen. Diese Verpflichtungen lassen andere gesetzliche Offenlegungsverpflichtungen unberührt. Änderungen der Eigentums- oder Mitgliederverhältnisse gegenüber dem Zeitpunkt der Zulassung sind vom Fernsehveranstalter binnen zwei Wochen ab Rechtswirksamkeit der Abtretung oder Anteilsübertragung der Regulierungsbehörde anzuzeigen; für anzeigepflichtige Mediendienste gilt § 9 Abs. 4.

(8) Werden mehr als 50 vH der Anteile, wie sie zum Zeitpunkt der Erteilung der Zulassung oder einer Feststellung nach diesem Absatz beim Fernsehveranstalter bestehen, an Dritte übertragen, hat der Fernsehveranstalter diese Übertragung der Regulierungsbehörde im Vorhinein anzuzeigen. Mehrere Übertragungen sind zusammenzurechnen. Die Regulierungsbehörde hat spätestens innerhalb einer Frist von acht Wochen ab der Anzeige festzustellen, ob unter den geänderten Verhältnissen weiterhin den Bestimmungen des § 4 Abs. 3, §§ 10 und 11 entsprochen wird. Die Zulassung ist nach Durchführung einer öffentlichen mündlichen Verhandlung zu widerrufen, wenn der Fernsehveranstalter entgegen dieser Feststellung eine Übertragung der Anteile vorgenommen hat.

Beteiligungen von Medieninhabern

§ 11. (1) Eine Person oder Personengesellschaft kann Inhaber mehrerer Zulassungen für digitales terrestrisches Fernsehen sein, solange sich nicht mehr als drei von den Zulassungen erfasste Versorgungsgebiete überschneiden.

(2) Ein Medieninhaber ist vom Anbieten von Fernsehprogrammen im Sinne des Bundesverfassungsgesetz über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks, BGBl. Nr. 396/1974, nach diesem Bundesgesetz ausgeschlossen, wenn er in einem der angeführten Märkte die nachstehenden Reichweiten oder Versorgungsgrade überschreitet:

1. terrestrischer Hörfunk (mehr als 30 vH bundesweite Reichweite),
2. Tagespresse (mehr als 30 vH der bundesweiten Reichweite der Tagespresse),
3. Wochenpresse (mehr als 30 vH der bundesweiten Reichweite der Wochenpresse),
4. Kabelnetze (mehr als 30 vH Versorgungsgrad der Bevölkerung mittels Kabelnetzen im Bundesgebiet).

(3) Ein Medieninhaber ist von der Veranstaltung von terrestrischem Fernsehen ausgeschlossen, wenn er im jeweiligen Verbreitungsgebiet in mehr als einem der angeführten Märkte die nachstehenden Reichweiten oder Versorgungsgrade überschreitet:

1. terrestrischer Hörfunk (mehr als 30 vH Reichweite im Verbreitungsgebiet),
2. Tagespresse (mehr als 30 vH Reichweite im Verbreitungsgebiet),

3. *Wochenpresse (mehr als 30 vH Reichweite im Verbreitungsgebiet),*
4. *Kabelnetz (mehr als 30 vH Versorgungsgrad der Bevölkerung mittels Kabelnetzen im Verbreitungsgebiet).*

(4) Ein Medienverbund darf abgesehen von technisch unvermeidbaren Überschneidungen (spill over) denselben Ort des Bundesgebietes gleichzeitig mit nur einem nach dem Privatradiogesetz zugelassenen Programm und höchstens einem Drittel der an diesem Ort empfangbaren terrestrischen Fernsehprogramme versorgen. Gehören einem Medienverbund keine Zulassungsinhaber im Sinne des PrR-G an, so gilt, dass der Medienverbund denselben Ort des Bundesgebietes mit nicht mehr als einem Drittel der an diesem Ort empfangbaren terrestrischen Fernsehprogramme versorgen darf.

(5) Als mit einem Medieninhaber verbunden gelten Personen oder Personengesellschaften,

1. *die bei einem Medieninhaber mehr als 25 vH der Kapitalanteile oder Stimmrechte halten oder einen beherrschenden Einfluss haben oder über eine der in § 244 Abs. 2 in Verbindung mit Abs. 4 und 5 des Unternehmensgesetzbuches geregelten Einflussmöglichkeiten verfügen;*
2. *bei welchen eine der in Z 1 genannten Personen oder Personengesellschaften mehr als 25 vH der Kapitalanteile oder Stimmrechte hält oder einen beherrschenden Einfluss hat oder über eine der in § 244 Abs. 2 in Verbindung mit Abs. 4 und 5 des Unternehmensgesetzbuches geregelten Einflussmöglichkeiten verfügt;*
3. *bei welchen ein Medieninhaber mehr als 25 vH der Kapitalanteile oder Stimmrechte hält oder einen beherrschenden Einfluss hat oder über eine der in § 244 Abs. 2 in Verbindung mit Abs. 4 und 5 des Unternehmensgesetzbuches aufgezählten Einflussmöglichkeiten verfügt.*

Für die Zwecke dieses Absatzes ist es einer direkten Kapitalbeteiligung von mehr als 25 vH gleichgestellt, wenn eine oder mehrere mittelbare Beteiligungen bestehen und die Beteiligung auf jeder Stufe mehr als 25 vH erreicht. Beteiligungen von Medieninhabern oder von mit diesen gemäß diesem Absatz verbundenen Personen auf derselben Stufe sind für die Ermittlung der 25 vH Grenze zusammenzurechnen.

(6) Die Erhebung der Reichweiten und Versorgungsgrade gemäß Abs. 2 und 3 erfolgt durch die Regulierungsbehörde oder von ihr beauftragte Dritte nach anerkannten wissenschaftlichen Methoden und Analysen. Die Erhebungsergebnisse sind bis zum 31. März eines jeden Jahres in geeigneter Weise bekannt zu machen. Für den Fall, dass die Richtigkeit der erhobenen Reichweiten bestritten wird, hat die Regulierungsbehörde auf Antrag des betroffenen Medieninhabers einen Feststellungsbescheid zu erlassen. Die Reichweiten und Versorgungsgrade sind jedenfalls vor Ausschreibung einer Zulassung nach diesem Bundesgesetz zu erheben und zu veröffentlichen.

(7) Die Vorschriften des Kartellgesetzes 2005, BGBl. I Nr. 61/2005, bleiben unberührt.

Werbe- und Teleshoppingdauer

§ 45. (1) Die Dauer von Werbespots und Teleshopping-Spots – das sind Erscheinungsformen audiovisueller kommerzieller Kommunikation gemäß § 2 Z 40 erster Satz und § 2 Z 33 mit einer Dauer von bis zu zwölf Minuten – darf innerhalb eines Einstundenzeitraumes, gerechnet ab der letzten vollen Stunde, insgesamt 20 vH nicht überschreiten.

(2) Nicht in die höchstzulässige Dauer einzurechnen sind

1. Hinweise des Rundfunkveranstalters auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind;
2. Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit;
3. Kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken;
4. ungestaltete An- und Absagen von Patronanzsendungen;
5. Produktplatzierungen;
6. Sendezeiten für ideelle Werbung.

(3) Ein Teleshopping-Fenster muss mindestens 15 Minuten ohne Unterbrechung dauern. Es muss optisch und akustisch klar als solches gekennzeichnet sein.

(4) Zusätzlich zur Zeitdauer nach Abs. 1 darf in einem Fernsehprogramm, solange dieses weder unmittelbar noch mittelbar in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union öffentlich empfangen werden kann, die für Werbespots eingeräumte Sendezeit innerhalb eines Einstundenzeitraums, gerechnet ab der letzten vollen Stunde, höchstens 20 vH betragen.

Teleshopping-, Werbe- und Eigenwerbeprogramme

§ 46. Die Bestimmungen zur Unterbrechung von Sendungen und zur Werbe- und Teleshoppingdauer gelten nicht für Programme, die ausschließlich Teleshopping und Werbung ausstrahlen, und für Eigenwerbeprogramme, die ausschließlich Eigenwerbung ausstrahlen.

4.2. Programmzulassung (Spruchpunkt 1.)

Die Antragstellerin hat ihren Sitz in Neunkirchen, die redaktionellen Entscheidungen werden zur Gänze in Österreich getroffen. Die Gesellschafter der Antragstellerin haben ihren Sitz in Österreich, Deutschland bzw. in einem Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum respektive die österreichische Staatsbürgerschaft oder diejenige eines Vertragsstaates des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum; den Regelungen gemäß § 10 Abs. 1 und Abs. 4 iVm Abs. 5 AMD-G wird somit entsprochen. Nach § 10 Abs. 2 und 3 verpönte Konstellationen liegen nicht vor. Es bestehen keine Treuhandverhältnisse.

Darüber hinaus liegen keine nach § 11 AMD-G untersagten Beteiligungen von Medieninhabern vor.

Die Voraussetzungen der §§ 10 und 11 AMD-G werden daher erfüllt.

Die Antragstellerin hat gemäß § 4 Abs. 3 AMD-G glaubhaft gemacht, dass sie fachlich, finanziell und organisatorisch die Voraussetzungen für eine regelmäßige Veranstaltung und Verbreitung des geplanten Satellitenfernsehprogramms erfüllt. Hierbei waren vor allem die glaubhaft gemachte Erfahrung der Antragstellerin im Teleshoppingbereich und die medienspezifische Erfahrung sowohl der Geschäftsführerin als auch der Sendeverantwortlichen zu berücksichtigen. Darüber hinaus ist die Antragstellerin Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung der über Satelliten verbreiteten Fernsehprogramme „Mediashop Neuheiten“, „Mediashop Meine Einkaufswelt“ und „Mediashop Immer etwas Neues“. Weiters wird der Antragstellerin in diesem Zusammenhang der Umstand zugerechnet, dass die Schneider Holding GmbH, die 53,74 % an der MediaShop Deutschland Vertriebs GmbH, der Muttergesellschaft der Mediashop GmbH, hält, bereits Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des über Satelliten verbreiteten Fernsehprogramms „Mediashop“ ist. Ebenso kann die Antragstellerin die Infrastruktur der MediaShop-Gruppe nutzen; Letztgenannte kann auch finanzielle Engpässe ausgleichen. Angesichts dieser Angaben und des vorgelegten Businessplans konnte die Antragstellerin glaubhaft machen, dass sie finanziell dazu in der Lage ist, die Programmveranstaltung für die gesamte Zulassungsdauer sicherzustellen.

Ebenso ist die Glaubhaftmachung der Einhaltung der Anforderungen (Programmgrundsätze) des § 41 Abs. 1 AMD-G gelungen. Da es sich beim beantragten Programm um ein Teleshopping-Programm i.S.d. § 46 AMD-G handelt, sind die Beschränkungen der Werbe- und Teleshoppingdauer des § 45 AMD-G nicht einschlägig. Das Redaktionsstatut erfüllt die Voraussetzungen des § 49 AMD-G.

Die erforderlichen Antragsunterlagen nach § 4 Abs. 2 bis 4 AMD-G (neben den oben beurteilten Voraussetzungen betrifft dies insbesondere den Gesellschaftsvertrag, eine Darlegung der Eigentumsverhältnisse und das Programmschema) wurden vorgelegt.

Anträge auf Erteilung einer Zulassung haben gemäß § 4 Abs. 4 Z 5 AMD-G weiters eine Darstellung über die für die Verbreitung des Programms geplanten Übertragungskapazitäten zu enthalten, worunter im Fall des Satellitenrundfunks (vgl. § 4 Abs. 4 Z 5 lit. b AMD-G) insbesondere eine abgeschlossene Vereinbarung zur Nutzung eines Satelliten mit dem Satellitenbetreiber fällt. Die Antragstellerin hat eine solche Verbreitungsvereinbarung vorgelegt.

Somit liegen alle Voraussetzungen für die Erteilung einer Zulassung zur Veranstaltung von Satellitenfernsehen vor.

4.3. Versorgungsgebiet

Die Antragstellerin gibt an, dass das versorgte Gebiet der gesamte EWR sei.

Im Zusammenhang mit der Festlegung des Versorgungsgebietes ist vor allem Art. 3 AVMD RL maßgeblich. Art. 3 Abs. 1 AVMD RL sieht – ausgehend vom Herkunftslandprinzip – vor, dass die Mitgliedstaaten den freien Empfang gewährleisten und die Weiterverbreitung von audiovisuellen Mediendiensten aus anderen Mitgliedstaaten in ihrem Hoheitsgebiet aus Gründen durch die Richtlinie koordinierter Bereiche nicht behindern. Daraus kann abgeleitet werden, dass die Regelungshoheit des Herkunftslandes auch die grenzüberschreitende Ausstrahlung durch Fernsehveranstalter und damit den Empfang in anderen Mitgliedstaaten umfasst.

Die AVMD-Richtlinie ist Ausfluss der Dienstleistungsfreiheit, was sich insbesondere in der Verankerung des Herkunftslandprinzips manifestiert. Aus Gründen der Gewährleistung der

europarechtlichen Grundfreiheiten wurde von einer expliziten – möglicherweise zu engen – Festlegung des Versorgungsgebietes gemäß § 5 Abs. 3 AMD-G abgesehen, zumal der versorgte geografische Raum durch die im Spruch genannten Übertragungskapazitäten im Sinne des § 2 Z 37 AMD-G ausreichend umschrieben ist.

4.4. Gebühren (Spruchpunkt 2.)

Nach § 1 BVwAbgV haben die Parteien für die Verleihung einer Berechtigung oder für sonstige wesentlich in ihrem Privatinteresse liegende Amtshandlungen, die von Behörden im Sinne des Art. VI Abs. 1 des Einführungsgesetzes zu den Verwaltungsvorschriften vorgenommen wurden, die gemäß dem Abschnitt II festgesetzten Verwaltungsabgaben zu entrichten.

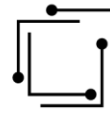
Für die Erteilung einer Zulassung nach dem AMD-G besteht keine besondere Tarifpost im Besonderen Teil des Tarifes, auf welchen durch § 4 BVwAbgV verwiesen wird. Nach Tarifpost 1 beträgt die Verwaltungsabgabe für Bescheide, durch die auf Parteiansuchen eine Berechtigung verliehen oder eine Bewilligung erteilt oder eine Berechtigung oder Bewilligung verlängert wird, sofern die Amtshandlung nicht unter eine andere Tarifpost des besonderen Teiles des Tarifes fällt, EUR 6,50.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der/den Partei/en dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Beschwerde gemäß Art. 130 Abs. 1 Z 1 B-VG beim Bundesverwaltungsgericht offen. Die Beschwerde ist binnen vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Kommunikationsbehörde Austria einzubringen. Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, ebenso wie die belangte Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen und die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren sowie die Angaben zu enthalten, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht wurde.

Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT830100000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht / KOA 2.135/19-020“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Bei elektronischer Überweisung der Beschwerdegebühr mit der „Finanzamtszahlung“ sind die Steuernummer/Abgabenkontonummer 109999102, die Abgabenart „EEE – Beschwerdegebühr“, das Datum des Bescheides als Zeitraum und der Betrag anzugeben. Die Entrichtung der Gebühr ist durch einen Zahlungsbeleg oder einen Ausdruck über die erfolgte Erteilung einer Zahlungsanweisung nachzuweisen.



KommAustria
Kommunikationsbehörde Austria

Wien, am 18.12.2019

Kommunikationsbehörde Austria

Dr. Martina Hohensinn
(Mitglied)