

Bescheid

I. Spruch

- I. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über Hörfunkveranstalter gemäß § 24 iVm § 28 Abs. 2 und § 28 a Abs. 1 Z 1 Privatradiogesetz (PrR-G), BGBl. I Nr. 20/001 idF BGBl. I Nr. 169/2004, fest, dass die A [REDACTED] GmbH [REDACTED], dadurch dass sie seit Aufnahme ihres Sendebetriebs [REDACTED] nicht ein vorwiegend auf volkstümliche Schlager und Schlager allgemein abstellendes Musikprogramm mit besonderem Schwerpunkt auf deutschsprachigen und österreichischen Titeln, sondern im Wesentlichen ein Oldie Based Adult Contemporary (Oldie Based AC) Musikformat sendet, den Charakter des von ihr im Antrag auf Zulassung dargestellten und mit Bescheid des Bundeskommunikationssenates [REDACTED] [REDACTED] genehmigten Programms grundlegend geändert hat.
- II. Der A [REDACTED] GmbH wird gemäß § 28 Abs. 4 Z 1 PrR-G aufgetragen, den rechtmäßigen Zustand herzustellen, indem sie wie in ihrem Antrag [REDACTED] beantragt und mit Bescheid des Bundeskommunikationssenates [REDACTED] [REDACTED] genehmigt, ein hinsichtlich des Musikformates vorwiegend auf volkstümliche Schlager und Schlager allgemein abstellendes Musikprogramm mit besonderem Schwerpunkt auf deutschsprachigen und österreichischen Titeln im Versorgungsgebiet „[REDACTED]“ sendet.
- III. Der A [REDACTED] GmbH wird gemäß § 28 Abs. 4 Z 1 PrR-G aufgetragen, binnen einer Frist von acht Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides den rechtmäßigen Zustand gemäß Spruchpunkt II. wieder herzustellen und der Regulierungsbehörde unverzüglich einen Nachweis darüber vorzulegen.
- IV. Der Antrag der A [REDACTED] GmbH auf bescheidmäßige Erledigung der im Rahmen der öffentlichen mündlichen Verhandlung [REDACTED] von der KommAustria mündlich verkündeten Verfahrensordnung, mit der der Antrag der A [REDACTED] GmbH auf Ausschluss der Öffentlichkeit abgewiesen wurde, wird gemäß § 28 Abs. 3 PrR-G iVm § 39 Abs. 2 Allgemeines Verwaltungsverfahrensgesetz 1991 (AVG), BGBl. Nr. 51/1991 idF BGBl. I Nr. 10/2004, zurückgewiesen.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Am [REDACTED] nahm die A [REDACTED] GmbH [REDACTED] ihren Sendebetrieb auf und teilte dies der KommAustria mit Schreiben vom selben Tag mit.

Mit Schreiben vom 17.11.2004 ersuchte die KommAustria die A [REDACTED] GmbH um Vorlage von Aufzeichnungen ihres am 12.11.2004 und am 15.11.2004, jeweils von 00:00 bis 24:00 Uhr, gesendeten Hörfunkprogramms sowie eines aktuellen Programmschemas. Am 24.11.2004 wurden der KommAustria Sendemitschnitte der angeforderten Tage sowie das Programmschema für das Hörfunkprogramm „[REDACTED]“ übermittelt.

Mit Schreiben vom 02.02.2005 ersuchte die KommAustria die A [REDACTED] GmbH unter Hinweis darauf, dass die Auswertung der Sendemitschnitte vom November 2004 die Nichteinhaltung des im Zulassungsbescheid genehmigten Musikprogramms vermuten ließen, um Vorlage weiterer Aufzeichnungen vom 31.01.2005 und vom 01.02.2005 im Umfang von jeweils 24 Stunden sowie der Playlists dieser Tage. Am 10.02.2005 langten CD's sowie die Playlists der betreffenden Sendetage bei der KommAustria ein. Am 22.02.2005 wurden über Ersuchen der KommAustria nochmals Aufzeichnungen dieser beiden Tage auf CD übermittelt, da die ursprünglich mitgesendeten CD's keine Aufnahmen enthielten.

Mit Schreiben vom 28.02.2005 leitete die KommAustria ein Verfahren zum Widerruf der Zulassung der A [REDACTED] GmbH wegen grundlegender Änderung des im Antrag auf Zulassung dargestellten und in der Zulassung genehmigten Programms gemäß § 24 iVm § 28 Abs. 2 PrR-G, BGBl. I Nr. 20/2001 idF BGBl. I Nr. 169/2004, unter Einräumung einer Stellungnahmefrist ein.

Am 07.03.2005 beantragte die A [REDACTED] GmbH eine Verlängerung der Stellungnahmefrist bis zum 28.03.2005, welche seitens der KommAustria gewährt wurde. Mit am 31.03.2005 bei der KommAustria eingelangtem Schreiben vom 29.03.2005 nahm die A [REDACTED] GmbH zum vorgehaltenen Sachverhalt Stellung.

Mit Schreiben vom 12.04.2005 wurde seitens der KommAustria [REDACTED], gemäß §§ 40 bis 42 AVG iVm § 28 Abs. 3 PrR-G eine öffentliche mündliche Verhandlung anberaumt. Am [REDACTED] erfolgte eine Bekanntmachung der Anberaumung der öffentlichen mündlichen Verhandlung für den [REDACTED] auf der Website der Regulierungsbehörde.

Mit Schreiben vom 27.04.2005 informierte die A [REDACTED] GmbH die KommAustria über den Wechsel der anwaltlichen Vertretung im gegenständlichen Verfahren.

Mit Schriftsatz vom 03.05.2005 (am selben Tag beim Verfassungsgerichtshof eingelangt) erhob die A [REDACTED] GmbH beim Verfassungsgerichtshof einen Individualantrag gemäß Art. 140 Abs. 1 B-VG und stellte den Antrag, der Verfassungsgerichtshof möge das Wort „öffentliche“ in § 28 Abs. 3 PrR-G als verfassungswidrig aufheben. Weiters stellte die A [REDACTED] GmbH in diesem Schriftsatz den Antrag, der Verfassungsgerichtshof möge dem vorliegenden Individualantrag in sinngemäßer Anwendung des § 85 VfGG bzw. 62 VfGG bzw. der einschlägigen Bestimmungen der ZPO und EO die aufschiebende Wirkung zuerkennen und aussprechen, dass das zu GZ KOA 1.375/05-06 bei der KommAustria geführte Verfahren bis zur Entscheidung des Verfassungsgerichtshofes im vorliegenden Fall unterbrochen ist bzw. in

eventu anordnen, dass bis zur Entscheidung des Verfassungsgerichtshofes im vorliegenden Verfahren keine öffentlichen Verhandlungen vor der KommAustria stattzufinden haben.

Mit Schriftsatz vom 04.05.2005 stellte die A [REDACTED] GmbH bei der KommAustria den Antrag auf Unterbrechung des anhängigen Verfahrens über den Widerruf der Zulassung bis zur Erledigung der von der A [REDACTED] GmbH am 03.05.2005 an den Verfassungsgerichtshof gerichteten Beschwerde, mit der § 28 Abs. 3 PrR-G als teilweise verfassungswidrig angefochten wurde. In eventu stellte die A [REDACTED] GmbH den Antrag, die KommAustria möge die für den [REDACTED] angesetzte Tagsatzung zur öffentlichen mündlichen Verhandlung abberäumen und diese auf einen Termin nicht vor Ablauf von drei Monaten verschieben. Hinsichtlich beider Anträge begehrte die A [REDACTED] GmbH eine bescheidmäßige Erledigung. Weiters legte die A [REDACTED] GmbH ihrem Schriftsatz die Individualbeschwerde an den Verfassungsgerichtshof vom 03.05.2005 bei.

Mit Bescheid vom 09.05.2005, KOA 1.375/05-009, welcher dem ausgewiesenen Rechtsvertreter der A [REDACTED] GmbH zu Beginn der öffentlichen mündlichen Verhandlung [REDACTED] persönlich ausgehändigt wurde, wies die KommAustria den Antrag auf Unterbrechung des anhängigen Verfahrens sowie den Eventualantrag auf Abberäumung der öffentlichen mündlichen Verhandlung und Verschiebung um zumindest drei Monate zurück. Mit Schriftsatz vom 12.05.2005 erhob die A [REDACTED] GmbH Berufung gegen diesen Bescheid der KommAustria. Die Berufung wurde seitens der KommAustria mit Schreiben vom 17.05.2005 dem Bundeskommunikationssenat (BKS) vorgelegt.

Mit Faxmitteilung vom 09.05.2005 wurde die KommAustria vor Beginn der öffentlichen mündlichen Verhandlung seitens der B [REDACTED] GmbH darüber informiert, dass der in seiner Funktion als Programmverantwortlicher der A [REDACTED] GmbH als Zeuge geladene C [REDACTED] krankheitsbedingt nicht zu diesem Verhandlungstermin erscheinen könne.

Am 09.05.2005 fand eine öffentliche mündliche Verhandlung vor der KommAustria über den Widerruf der Zulassung der A [REDACTED] GmbH wegen grundlegender Programmänderung statt. Zu Beginn der Verhandlung stellte die A [REDACTED] GmbH den Antrag auf Ausschluss der Öffentlichkeit im Wesentlichen mit der Begründung, dass Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse der A [REDACTED] GmbH preisgegeben werden müssten. Daraufhin verkündete die KommAustria mündlich die Verfahrensordnung, dass der Antrag auf Ausschluss der Öffentlichkeit abgewiesen werde. Daraufhin beantragte der Rechtsvertreter der A [REDACTED] GmbH die bescheidmäßige Ausfertigung dieser Verfahrensordnung.

Am 10.05.2005 langte ein Beschluss des Verfassungsgerichtshofes vom 09.05.2005 bei der KommAustria ein, mit welchem dieser den Antrag der A [REDACTED] GmbH auf Zuerkennung der aufschiebenden Wirkung der eingebrachten Individualbeschwerde zurückwies.

Mit Schriftsatz vom 10.05.2005 stellte die A [REDACTED] GmbH den Antrag, die KommAustria möge während des weiteren Verfahrensverlaufes jegliche Veröffentlichung über den Verfahrensfortgang, insbesondere über weitere Termine von öffentlichen mündlichen Verhandlungen unterlassen.

Mit am 13.05.2005 bei der KommAustria eingebrachtem Schriftsatz vom 11.05.2005 beantragte die A [REDACTED] GmbH, die KommAustria möge gemäß § 1 Auskunftspflichtgesetz Auskunft darüber erteilen, welchen Bedeutungsinhalt diese den von ihr in zahlreichen Bescheiden verwendeten Begriffen Hit, Schlager, volkstümlicher Schlager, AC-Format, Hot-AC-Format, Oldie und Evergreen unterlegt und ob es sich dabei um von der

Behörde selbst entwickelte Definitionen handelt bzw. – falls dies nicht der Fall sein sollte – aus welcher Quelle die Behörde diese Definitionen beziehe bzw. wo dieselben allgemein zugänglich veröffentlicht seien. Weiters beantragte die A [REDACTED] GmbH die Erlassung eines Bescheides gemäß § 4 Auskunftspflichtgesetz für den Fall, dass die beantragte Auskunft seitens der KommAustria nicht erteilt werde. Dem Schriftsatz wurde auch ein Schreiben der D [REDACTED] GmbH hinsichtlich der Nutzung des Namens „[REDACTED]“ durch die Einschreiterin beigelegt.

Mit Schreiben vom 07.06.2005 übermittelte die KommAustria die Niederschrift des Tonbandprotokolls über die mündliche Verhandlung an die A [REDACTED] GmbH. Mit Schreiben vom 08.06.2005, bei der KommAustria am 10.06.2005 eingelangt, erhob die A [REDACTED] GmbH Einwendungen gegen die Niederschrift des Tonbandprotokolls. Die KommAustria beantwortete diese mit Schreiben vom 15.06.2005 dahingehend, dass es sich hierbei nicht um Einwendungen wegen Unvollständigkeit oder Unrichtigkeit gemäß § 14 Abs. 7 AVG handle, die Einwendungen hingegen auf eine nachträgliche Änderung bzw. Ergänzung von Formulierungen abzielten, um getätigte Aussagen zu relativieren bzw. deren Bedeutung zu verändern. Ferner ersuchte die KommAustria in selbem Schreiben um Übermittlung der Playlists für die von 19:00 bis 20:00 Uhr im Hörfunkprogramm vom 31.01.2005 und vom 01.02.2005 ausgestrahlten Sendungen „Schlager Spezial“ mit E [REDACTED], die bis dahin der KommAustria nicht vorgelegt worden waren.

Mit Schreiben vom 15.06.2005 verständigte die KommAustria die A [REDACTED] GmbH gemäß §§ 40 bis 42 AVG iVm § 28 Abs. 3 PrR-G über die Anberaumung einer zweiten Tagsatzung in der öffentlichen mündlichen Verhandlung über den Widerruf der Zulassung der A [REDACTED] GmbH [REDACTED]. Mit Schreiben vom selben Tag wurden die Herren F [REDACTED], C [REDACTED] sowie E [REDACTED] als Zeugen geladen. Am [REDACTED] erfolgte eine Bekanntmachung der Anberaumung der zweiten Tagsatzung auf der Website der Regulierungsbehörde.

Mit Schreiben vom 22.06.2005, am 27.06.2005 bei der KommAustria eingelangt, legte die A [REDACTED] GmbH die angeforderten Playlists für die Sendungen „Schlager Spezial“ mit E [REDACTED] vom 31.01.2005 und 01.02.2005 vor und ersuchte nochmals um Beantwortung ihres Auskunftsersuchens vom 11.05.2005.

Mit Bescheid vom 05.07.2005, KOA 1.375/05-013, wies die KommAustria den Antrag der A [REDACTED] GmbH auf Erteilung der beantragten Auskünfte gemäß § 1 iVm § 4 Auskunftspflichtgesetz ab. Am 14.07.2005 langte die dagegen erhobene Berufung der A [REDACTED] GmbH vom 13.07.2005 bei der KommAustria ein, welche diese dem BKS mit Schreiben vom 18.07.2005 vorlegte.

Mit Schreiben vom 19.07.2005, welches am 20.07.2005 bei der KommAustria eingelangt ist, legte die A [REDACTED] GmbH einen Beschluss des Verfassungsgerichtshofes vor, in dem dieser die Bundesregierung dazu auffordert, zu den von der Beschwerdeführerin geäußerten Normbedenken betreffend § 28 Abs. 3 PrR-G Stellung zu nehmen. Darauf Bezug nehmend beantragte die A [REDACTED] GmbH neuerlich die Unterbrechung des laufenden Verfahrens vor der KommAustria bis zur Entscheidung des Verfassungsgerichtshofes über die eingebrachte Individualbeschwerde und somit die Verschiebung des [REDACTED] anberaumten Verhandlungstermins. Mit Bescheid vom 27.07.2005, KOA 1.375/05-023, am selben Tag per Fax zugestellt, wies die KommAustria diesen Antrag zurück. Gegen diesen Bescheid wurde seitens der A [REDACTED] GmbH keine Berufung erhoben; dieser Bescheid ist daher in Rechtskraft erwachsen.

Am 28.07.2005 fand die zweite Tagsatzung der öffentlichen mündlichen Verhandlung im Verfahren über den Widerruf der Zulassung der A [REDACTED] GmbH wegen grundlegender Programmänderung statt. Die Übermittlung der Niederschrift des

Tonbandprotokolls über den zweiten Verhandlungstermin wurde seitens der KommAustria mit Schreiben vom 02.08.2005 an die A [REDACTED] GmbH sowie an die Zeugen unter Einräumung einer Stellungnahmefrist für allfällige Einwendungen gemäß § 14 Abs. 7 AVG vorgenommen.

Mit Schreiben vom 16.08.2005, am selben Tag bei der KommAustria eingelangt, erhob die A [REDACTED] GmbH Einwendungen gegen die Niederschrift des Tonbandprotokolls über die zweite Tagsatzung der mündlichen Verhandlung und erklärte, die beantragten Korrekturen zu ihrem Vorbringen zu erheben, falls die KommAustria dem im Rahmen einer Anpassung der Niederschrift des Tonbandprotokolls nicht entsprechen wolle. Mit Schreiben vom 18.08.2005 beantwortete die KommAustria das Begehren der A [REDACTED] GmbH dahingehend, dass es sich bei den erhobenen Einwendungen nach nochmaliger Prüfung der Tonbandaufnahme nicht um Einwendungen wegen Unvollständigkeit oder Unrichtigkeit gemäß § 14 Abs. 7 AVG handle und das Vorbringen der A [REDACTED] GmbH in der Entscheidung über den Verfahrensgegenstand Berücksichtigung finden werde.

Mit Bescheid vom 14.10.2005, GZ 611.077/0001-BKS/2005, wies der BKS die Berufung der A [REDACTED] GmbH gegen den, den Antrag auf Unterbrechung des Verfahrens zurückweisenden Bescheid der KommAustria vom 09.05.2005, KOA 1.375/05-009, ab.

Mit Beschluss vom 05.12.2005, G 55/05-7, wies der Verfassungsgerichtshof den Antrag der A [REDACTED] GmbH, „der Verfassungsgerichtshof möge das Wort „öffentliche“ in § 28 Abs. 3 PrR-G als verfassungswidrig aufheben“ zurück.

Mit Bescheid vom 26.01.2006, GZ 611.077/0002-BKS/2005, wies der BKS die Berufung der A [REDACTED] GmbH gegen den das Auskunftsbegehren abweisenden Bescheid der KommAustria vom 05.07.2005, KOA 1.375/05-013, ab.

Mit Stellungnahme vom 19.06.2006 legte die A [REDACTED] GmbH eine Umfragestudie des Marktforschungsinstituts Karmasin (Gallup) der Regulierungsbehörde vor.

2. Entscheidungsrelevanter Sachverhalt

Zum Antrag auf Erteilung einer Zulassung [REDACTED]

Am 03.05.2002 wurde von der KommAustria die Übertragungskapazität „[REDACTED]“ ausgeschrieben. Mit am 03.07.2002 bei der KommAustria fristgerecht eingebrachtem Antrag begehrte die G [REDACTED] GmbH i.G. (nunmehr A [REDACTED] GmbH) die Erteilung einer Zulassung zur Veranstaltung von Hörfunk für die Dauer von zehn Jahren in dem ausgeschriebenem Versorgungsgebiet.

Der Antrag enthält auf Seite 3 einleitend eine Präambel, in der die Antragstellerin als beantragtes Musikformat den volkstümlichen Schlager und den Schlager allgemein wie folgt präsentiert: „*Mit unserem Radio wollen wir ein neues, einzigartiges Forum für alle Fans des volkstümlichen Schlagers schaffen. Wir wollen die Welle der Begeisterung von der Bühne in den Äther tragen, über „[REDACTED]“, das erste Radio, das den volkstümlichen Schlager zum Programm erhoben hat: Mit speziellen Features wie täglichen Schlagernachrichten, spezifischen Sendeformaten und einem Musikformat, das rund zwei Drittel im Genre volkstümlicher Schlager und Schlager sendet.*“ Die G [REDACTED] GmbH i.G. führte im Antrag auf den Seiten 13ff weiters aus, dass der volkstümliche Schlager im TV-Hauptabendprogramm mit Fernsehsendungen wie „Mei liebste Weis“, „Klingendes Österreich“, „Musikantenstadl“, „Volkstümliche Hitparade im ZDF“ und der „ARD Schlagerparade der Volksmusik“ und vielen anderen großen Stellenwert genieße,

während er bisher im Radio ein eher bescheidenes Dasein friste, da die meisten privaten Hörfunksender versuchten, mit mehr oder weniger identischen AC-Formaten das ORF-Programm „Ö3“ zu kopieren. Selbst in den Regionalradioprogrammen des ORF wie etwa Ö2 Oberösterreich würden von wöchentlich 168 Stunden Gesamtsendezeit nur rund 13,5 Stunden im Segment volkstümlicher Schlager gesendet. Das von der G [REDACTED] GmbH i.G. geplante Musikprogrammkonzept werde hingegen in der Woche 21 Stunden reinen volkstümlichen Schlager beinhalten, so dass mindestens 12,5%, im Rahmen der täglichen Sendung „Ervolksmusik pur“ zu hören sein werden. Darüber hinaus werde rund um die Uhr in den unterschiedlichen Sendeformaten zwei Drittel des Musikprogramms dem Schlager und dem volkstümlichen Schlager gewidmet sein. Ferner führte sie aus, für eine größere Zielgruppe weitere 29 Stunden dem Schlager, reichend von den 20iger Jahren des 20. Jahrhunderts bis heute im Rahmen der Sendung „Der große Schlager“, widmen zu wollen. Insgesamt – so die G [REDACTED] GmbH i.G. im Antrag auf Seite 14 – sei geplant, mindestens 64,9% volkstümlichen Schlager und Schlager zu senden, wobei sie zusätzlich in Aussicht stellte, bei aktuellen Anlässen durch das hierfür geplante Wochenendformat fallweise sogar einen höheren Anteil zu erreichen. Als typische Interpreten des volkstümlichen Schlagers führte die G [REDACTED] GmbH i.G. in ihrem Antrag beispielhaft DJ Ötzi, die Kastelruther Spatzen, das Nockalm Quintett, Brunner & Brunner und Hansi Hinterseer an.

Auch in personeller Hinsicht wurde die Fokussierung des im Antrag dargestellten Musikkonzeptes auf (volkstümlichen) Schlager zum Ausdruck gebracht, indem etwa als Programmleiterin H [REDACTED] präsentiert wurde, die sich einen Namen als Komponistin und Texterin in der volkstümlichen Schlagerszene gemacht habe. Zum Nachweis für ihre einschlägige Erfahrung im Genre der Schlagermusik wurden einige ihrer erfolgreichen Schlagertexte auf der Seite 9 des Antrags beispielhaft angeführt, wie etwa „Du, i möchte dir gern dankschön sag'n“, „A richtiger Mann“, „Steirermen san very good“ oder „Hoamweh“. Als geplanter Hauptmoderator wurde im Antrag E [REDACTED] genannt, der ebenfalls eine bekannte Größe im Musikgenre des volkstümlichen Schlagers darstelle. Hinsichtlich der Zielgruppe führte die G [REDACTED] GmbH i.G. im Antrag auf Seite 20 im Hinblick auf die angesprochene Altersgruppe aus, dass sich das von ihr geplante Programm primär an Personen im Alter von 30 Jahren und älter richte. Darüber hinaus führte sie im Hinblick auf spezifische Personengruppen aus, Landwirte, Frauen und Pensionisten, Mütter und Väter sowie auch traditions- und österreichbewusste Personen ansprechen zu wollen. Auf Seite 17 ihres Antrags erläuterte die G [REDACTED] GmbH i.G. ferner, dass es ihr ein besonderes Anliegen sein werde, im Rahmen ihres Programms österreichische Künstler (Musiker) zu fördern und ihre Leistungen einer großen Öffentlichkeit vorzustellen. Zwar würden auch weitere beliebte Formate wie „The Golden Oldie“ und „Evergreens forever“ angeboten, um über die typischen Schlagerfans hinaus Hörer gewinnen und binden zu können, generell sollen dabei heimische Künstler bevorzugt werden und sei ein Anteil am Gesamtprogramm von zumindest einem Drittel österreichischer Künstler angestrebt. Insgesamt sollen rund zwei Drittel der Titel deutschsprachig oder aus Österreich sein. Durch eigene Sendeformate (z.B. Liedercheck mit Hanneliese) sollen österreichische Talente auf dem Gebiet der volkstümlichen Musik und des Schlagers ermuntert und gefördert werden. Hierdurch wolle sich die G [REDACTED] GmbH i.G. von allen anderen Sendern im Verbreitungsgebiet deutlich abheben, die meist englischsprachige Pop- und Rockmusik spielten.

Am [REDACTED] fand eine mündliche Verhandlung der KommAustria über die Vergabe des Versorgungsgebietes „[REDACTED]“ statt. Im Rahmen dieser mündlichen Verhandlung gab die G [REDACTED] GmbH i.G. zu ihrem Programmkonzept befragt an, dass im Raum [REDACTED] kein Bedarf an einem zusätzlichen Jugendformat gegeben sei, wohingegen das Zielpublikum der G [REDACTED] GmbH i.G. überhaupt nicht versorgt wäre, nicht einmal durch die im Raum [REDACTED] empfangbaren Regionalradioprogramme des Österreichischen Rundfunks Radio Oberösterreich und Radio Niederösterreich. Weiters wurde wie schon im Antrag zuvor erklärt, dass es ein besonderes Anliegen der G [REDACTED]

_____ GmbH i.G. sein werde, österreichische Urheber und österreichische Interpreten in den Vordergrund zu stellen und diesen eine Möglichkeit zur Verbreitung ihres Musikschaffens zu bieten. Geplant sei ein Programm, das wirtschaftlich überleben könne, wobei in dieser Hinsicht das Segment der Schlager- und Volksmusik von besonderer Bedeutung sei. Es gäbe nach Auffassung der G_____ GmbH i.G. ein hohes Interesse an dieser Musikgattung, was auch durch die hohen Tonträgerumsätze der volkstümlichen Musik belegt werde, wie auch durch den Umstand, dass viele Leute bereit seien, um viel Geld etwa Karl Moik (Musikantenstadl) auf dessen Auslandsreisen zu folgen. Zur Frage der Unterscheidung des beantragten Musikprogramms von den Regionalradioprogrammen Radio Niederösterreich und Radio Oberösterreich führte die G_____ GmbH i.G. aus, dass diese Radios eigentlich nur ausnahmsweise volkstümliche Musik spielen würden, jedenfalls nicht durchgängig. Die Stadt _____ sei jedoch ein sehr konservatives Gebiet, in dem hohes Interesse für österreichische, auch volkstümliche Musik bestehe. Weiters erklärte die G_____ GmbH, dass Vergleichbares zu Fernsehsendungen mit volkstümlicher Musik mit hohen Quoten im Hauptabendprogramm im Hörfunkbereich derzeit nicht bestehe und das von ihr geplante Musikprogramm deutlich weiter als etwa das Musikprogramm des „Musikantenstadl's“ sein werde, da die G_____ GmbH i.G. das gesamte Gebiet des österreichischen Schlagers abdecken werde.

Mit Bescheid der KommAustria _____ wurde der G_____ GmbH i.G. eine Zulassung zur Veranstaltung eines Hörfunkprogramms für das Versorgungsgebiet „_____“ gemäß § 3 Abs. 1 und 2 iVm den §§ 5 und 6 Privatradiogesetz (PrR-G), BGBl. I Nr. 20/2001 idF BGBl. I Nr. 136/2001 sowie iVm § 49 Abs. 3a Telekommunikationsgesetz (TKG), BGBl. I Nr. 100/1997 idF BGBl. I Nr. 134/2002, für die Dauer von zehn Jahren ab Rechtskraft des Bescheides erteilt. In Spruchpunkt 1 des Bescheides wurde das von der G_____ GmbH i.G. im Antrag auf Zulassung dargestellte Hörfunkprogramm gemäß § 3 Abs. 2 PrR-G von der KommAustria wie folgt genehmigt:

„Das Programm umfasst ein bis auf die nationalen und die Weltnachrichten eigengestaltetes 24-Stunden-Vollprogramm mit einem vorwiegend auf volkstümliche Schlager und Schlager allgemein abstellenden Musikformat, mit besonderem Schwerpunkt auf deutschsprachigen und österreichischen Titeln. Der Wortanteil umfasst unter anderem, regelmäßige Lokalnachrichten, Berichte über das Leben in _____, sowie Wetter- und Verkehrsinformationen. Kernzielgruppe sind Personen ab dreißig Jahren.“

In Spruchpunkt 2 dieses Bescheides erteilte die KommAustria ferner die folgende Auflage: *„Die Zulassung gemäß Spruchpunkt 1. wird gemäß § 3 Abs. 2 Privatradiogesetz (PrR-G), BGBl. I Nr. 20/2001 idF BGBl. I Nr. 136/2001, unter der Auflage erteilt, dass Änderungen des Programmschemas, der Programmgestaltung und der Programmdauer der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) unverzüglich anzuzeigen sind.“*

In der Begründung des Bescheides führte die KommAustria im Hinblick auf das geplante Musikprogramm der G_____ GmbH i.G. aus, dass diese ein volkstümliches Schlagerradio plane, wobei insgesamt 21 Stunden pro Woche reiner volkstümlicher Schlager gespielt werden sollen (also zumindest 12,5%) und mindestens zwei Drittel der Sendezeit Schlager und volkstümliche Schlager in den Sendeformaten „Guten Morgen _____“, „Rund um G'sund“, „On the Road again“, „Evergreens forever“, „The Golden Oldie“, „Samstag Nacht auf _____“ und „_____ die ganze Nacht“ betragen sollen. Darüber hinaus soll für weitere Zielgruppen zumindest 29 Stunden „Der große Schlager“ mit einem Repertoire, reichend von den 20iger Jahren bis heute gespielt werden. Insgesamt sei vorgesehen, zumindest im Ausmaß von 64,9% das Genre des volkstümlichen Schlagers und des Schlagers allgemein zu bedienen. Weiters führte die KommAustria aus, kämen über den Tag verteilt zahlreiche Moderationsmeldungen, aber auch ausführliche Berichte über das Leben in _____ einerseits sowie die Volksmusik und die Schlagerszene in ganz Österreich andererseits hinzu. Schließlich stellte die KommAustria zum Musikprogrammkonzept fest,

dass die G [REDACTED] GmbH i.G. einen Schwerpunkt auf die Förderung österreichischer Künstler (Musiker) legen und deren Leistungen einer großen Öffentlichkeit bekannt machen wolle. Es werde seitens der Antragstellerin angestrebt, zumindest ein Drittel des Gesamtprogramms österreichischen Künstlern zu widmen und insgesamt rund zwei Drittel der Titel sollen deutschsprachig oder Titel aus Österreich sein. Durch eigene Sendungsformate, wie „Liedercheck mit Hanneliese“ sollen österreichische Talente auf dem Gebiet der volkstümlichen Musik und des Schlagers ermuntert und gefördert werden. Der Liedercheck mit Hanneliese soll jeweils mittwochs und sonntags von 14:00 bis 16:00 Uhr im Rahmen der Sendeschiene „Ervolksmusik pur“ auf Sendung gehen. In dieser Sendeschiene soll auch jeden Samstag von 14:00 bis 16:00 Uhr die Sendung „Leos Lieblinge“ stattfinden, in der E [REDACTED] seine persönlichen Lieblingshits vorstellen wird. Hinsichtlich der Zielgruppe führte die KommAustria aus, dass die G [REDACTED] GmbH i.G. Personen in der Altersgruppe der 30ig Jährigen und Älteren ansprechen wolle, wobei Landwirte, Frauen und Pensionisten, die untertags zu Hause seien und Gelegenheit haben, Radio zu hören, speziell angesprochen werden sollen. Das Programm der G [REDACTED] GmbH i.G. werde mit Ausnahme der nationalen und Weltnachrichten zur Gänze eigengestaltet und vor Ort in [REDACTED] produziert werden.

Im Rahmen der auf Grundlage von § 6 Abs. 1 PrR-G zu treffenden Auswahlentscheidung führte die KommAustria aus, dass das von der G [REDACTED] GmbH i.G. beantragte Musikformat mit Schwerpunkt auf (volkstümlicher) Schlagermusik aus dem deutschsprachigen Raum sich wesentlich von den bestehenden Angeboten der in [REDACTED] empfangbaren Privatradoveranstalter, aber auch von den Programmen des ORF unterscheide, die auch in den Regionalprogrammen einen deutlich geringeren österreichischen Anteil aufweisen würden, als er von der G [REDACTED] GmbH i.G. vorgesehen sei. Die KommAustria erwog weiters, dass unter Berücksichtigung der Faktoren, dass die G [REDACTED] GmbH i.G. ein überwiegend eigengestaltetes und vor Ort erstelltes Programm mit hohem lokalen Bezug anbiete und zudem durch die spezielle Zielgruppenausrichtung und Musikformatierung einen Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt im Versorgungsgebiet leisten könne, die von den Mitbewerbern vorgebrachten Bedenken über die langfristige wirtschaftliche Durchführbarkeit dieses Konzeptes in den Hintergrund treten ließen. In einem Vergleich der Programmkonzepte der G [REDACTED] GmbH i.G. und der ebenfalls in die Auswahlentscheidung einbezogenen I [REDACTED] GmbH gelangte die KommAustria zu dem Ergebnis, dass auch letztere auf ein tendenziell älteres Publikum (35+) abziele, allerdings mit dem klassischen Schlager ein Musikgenre bediene, das sich von jenem der G [REDACTED] GmbH i.G. durch das Fehlen eines Schwerpunktes auf österreichische Interpreten unterscheide. Das Programmformat von I [REDACTED] konzentriere sich vielmehr auf den klassischen Schlager mit vielen auch internationalen Interpreten. Zwar hebe sich die Musikformatierung der I [REDACTED] GmbH im Vergleich mit der G [REDACTED] GmbH i.G. ebenso deutlich von den in [REDACTED] empfangbaren Privatradoveranstaltern sowie den ORF-Hörfunkprogrammen (etwas weniger von den Regionalradioprogrammen) ab. Auch lasse sich deren Bemühen erkennen, durch organisatorische Maßnahmen einen sich vom Wien-Programm abhebenden lokal generierten Programmanteil zu gestalten. Im Vergleich zur G [REDACTED] GmbH i.G. sei jedoch der vor Ort produzierte Programmanteil deutlich geringer, zumal im Ausmaß von 55% Programm von I [REDACTED] Wien [REDACTED] übernommen werden soll. Auch ein Vergleich mit den anderen in die vergleichende Auswahlentscheidung einbezogenen Konzepten der übrigen Mitbewerber gelangte die KommAustria zu der Auffassung, dass insgesamt der G [REDACTED] GmbH i.G. der Vorrang einzuräumen war.

Festzuhalten ist daher, dass neben dem vergleichsweise hohen Anteil an vor Ort generiertem Programmanteil und dem insgesamt stark auf lokale Interessen im Verbreitungsgebiet abstellendem Angebot, nicht zuletzt auch die spezielle Zielgruppenausrichtung und die Musikformatierung mit Fokus auf den volkstümlichen

Schlager und Schlager allgemein und hierbei insbesondere der überwiegende Anteil an österreichischen und deutschsprachigen Titeln im Antrag der G [REDACTED] GmbH i.G. dazu geführt haben, dass die KommAustria dieser die Zulassung zur Veranstaltung von Hörfunk in [REDACTED] erteilt hat, da das beantragte Musikformat ein Novum und folglich ein Beitrag zur Vielfalt der im Verbreitungsgebiet bestehenden Musikangebote darstellte.

Entsprechend der im Zulassungsbescheid der KommAustria weiters festgeschriebenen Auflage, binnen sechs Wochen nach Zustellung des Bescheides die Eintragung im Firmenbuch zu belegen, erfolgte die Eintragung der G [REDACTED] GmbH im Firmenbuch [REDACTED] am 17.12.2002. Zum Zeitpunkt der Zulassungserteilung standen 70% der Geschäftsanteile an der G [REDACTED] GmbH im Eigentum von F [REDACTED], und 30% der Geschäftsanteile im Eigentum von J [REDACTED]. Als alleiniger Geschäftsführer hat zum damaligen Zeitpunkt F [REDACTED] fungiert.

Gegen den Bescheid der KommAustria erhoben die K [REDACTED] GmbH i.G. und die I [REDACTED] GmbH Berufung an den Bundeskommunikationssenat (BKS). Die Berufung der K [REDACTED] GmbH i.G. richtete sich primär gegen ihren Ausschluss aus dem Auswahlverfahren wegen Nichterfüllung der gesetzlichen Voraussetzungen, während die I [REDACTED] GmbH in ihrer Berufung neben der unrichtigen Beurteilung der finanziellen Voraussetzungen der Berufungsgegnerin auch die Auswahlentscheidung im Hinblick auf die Abwägung der beantragten Musikformate bemängelte.

Mit Bescheid [REDACTED] wies der BKS die Berufungen jeweils als unbegründet ab. Im Hinblick auf das Vorbringen der I [REDACTED] GmbH zur Auswahlentscheidung der erstinstanzlichen Behörde führte er begründend aus, dass die Auffassung der Berufungswerberin nicht zutreffend sei, wonach eine weitgehende Deckungsgleichheit des Musikformates der Berufungsgegnerin und der beiden ORF-Regionalradios Oberösterreich und Niederösterreich bestehe. Der BKS legte dar, dass die Unterbehörde zutreffend festgestellt habe, dass das geplante Musikformat der Berufungsgegnerin einen Schwerpunkt auf (volkstümliche) Schlagermusik aus dem deutschsprachigen Raum lege und sich damit wesentlich von den bestehenden Angeboten der in [REDACTED] empfangbaren Programme unterscheide, die einen deutlich geringeren österreichischen Anteil aufweisen würden. Der BKS führte weiters aus, dass hierdurch Meinungsvielfalt im Versorgungsgebiet und somit Außenpluralität gegeben sei.

Somit war unter anderem auch die spezielle Musikformatierung der Berufungsgegnerin mitbegründend für die Entscheidung des BKS, der G [REDACTED] GmbH aus Gründen der Außenpluralität die Zulassung zur Veranstaltung von Hörfunk im Versorgungsgebiet „[REDACTED]“ in zweiter Instanz zu erteilen. Seit 03.07.2003 ist die G [REDACTED] GmbH Inhaberin einer rechtskräftigen Hörfunkzulassung.

Am 12.11.2003 fand über Ersuchen des damaligen Geschäftsführers der G [REDACTED] GmbH, F [REDACTED], ein Gesprächstermin bei der KommAustria statt. Im Rahmen dieses Gespräches erläuterte der Geschäftsführer der G [REDACTED] GmbH, dass die wirtschaftliche Überlebensfähigkeit des Radiosenders „[REDACTED]“ gefährdet sei, da einzelne Investoren sich aufgrund der langen Verfahrensdauer aus dem Radioprojekt zurückziehen wollten und auch der Werbevermarkter Radio Marketing Service GmbH (RMS Austria) verstärktes Augenmerk auf Radios mit jüngeren Zielgruppen legen wolle. Aus diesem Grunde überlege er, eine Kooperation mit einem jünger formatierten Hörfunksender wie etwa der L [REDACTED] GmbH einzugehen und somit eine grundlegende Formatänderung durchzuführen, deren rechtliche Machbarkeit er vorab mit der Rundfunkregulierungsbehörde abklären möchte. Die KommAustria erklärte im Rahmen dieses Gespräches, dass die im gegebenen Zeitpunkt bestehenden rechtlichen Rahmenbedingungen eine derart grundlegende Programmänderung nicht zuließen.

Einerseits habe sich die G [REDACTED] GmbH gerade mit dem beantragten Programmkonzept (volkstümlicher Schlager aus dem deutschsprachigen Raum mit einem hohen Eigenproduktions- und Lokalanteil) im Auswahlverfahren gegenüber Mitbewerbern aus Gründen der Meinungsvielfalt durchsetzen können und andererseits sei genau dieses Programm im Zulassungsbescheid genehmigt worden. Darüber hinaus wies die KommAustria darauf hin, dass eine Programmänderung noch vor Sendestart keinesfalls möglich sei. Im Rahmen der im gegenständlichen Verfahren durchgeführten öffentlichen mündlichen Verhandlung [REDACTED] gab F [REDACTED] als Zeuge zu dem am 12.11.2003 stattgefundenen Gesprächstermin vor der KommAustria an, dass ursprüngliche Finanzpartner aus dem Radioprojekt ausgestiegen seien und er daher neue Partner gesucht habe, wodurch eine Programmänderung auf eine ganz junge Zielgruppe notwendig geworden wäre. Die KommAustria habe ihm im erwähnten Gespräch erklärt, dass eine solche Änderung nicht möglich sei.

Zu den Beteiligungsverhältnissen der Zulassungsinhaberin

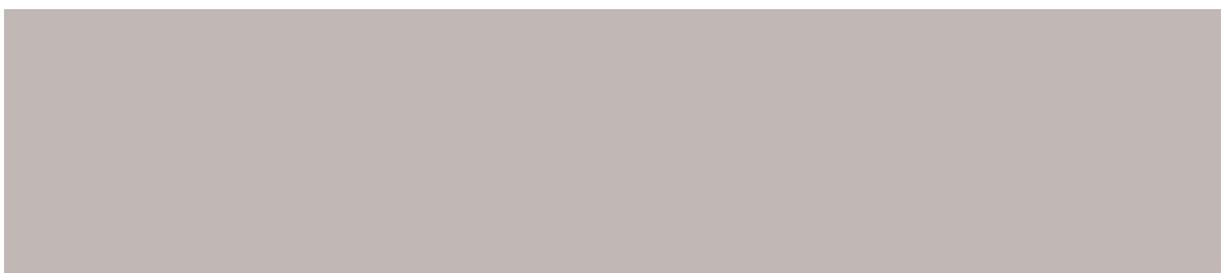
Mit am 21.05.2004 bei der KommAustria eingebrachtem Schriftsatz beantragte die G [REDACTED] GmbH die Genehmigung der Veräußerung von 100% ihres Stammkapitals nach § 7 Abs. 6 PrR-G an die D [REDACTED] GmbH. Mit Bescheid [REDACTED] stellte die KommAustria fest, dass die Übertragung der bis dahin im Eigentum der Gesellschafter F [REDACTED] (70%) und J [REDACTED] (30%) stehenden Geschäftsanteile der G [REDACTED] GmbH an die D [REDACTED] GmbH mit dem Privatradiogesetz vereinbar sei. Begründend führte die KommAustria im Wesentlichen aus, dass als Folge der Eigentumsübertragung zwar die Versorgungsgebiete „[REDACTED]“ der G [REDACTED] GmbH und „[REDACTED]“ der M [REDACTED] m.b.H. jeweils der D [REDACTED] GmbH unmittelbar zuzurechnen seien, sich hierdurch jedoch keine andere Beurteilung der gesetzlichen Voraussetzungen nach § 5 Abs. 2 iVm §§ 7 bis 9 PrR-G im Vergleich zur Zulassungserteilung ergäbe.

Mit Notariatsakt vom 26.05.2004 hat die D [REDACTED] GmbH sämtliche Geschäftsanteile an der G [REDACTED] GmbH übernommen. Zugleich wurde der Gesellschaftssitz [REDACTED] verlegt. Aufgrund des Beschlusses des Landesgerichtes [REDACTED] vom 09.06.2004 wurde die Eintragung des Gesellschafterwechsels im Firmenbuch am 10.06.2004 durchgeführt.

Am 29.06.2004 nahm die G [REDACTED] GmbH ihren Sendebetrieb auf.

Am 09.11.2004 erfolgte die Eintragung der Umfirmierung der G [REDACTED] GmbH in A [REDACTED] GmbH in das Firmenbuch. Zugleich gingen die alleinigen Geschäftsführungsbefugnisse auf N [REDACTED] über. Der Gesellschaftssitz wurde gemäß selbiger Firmenbucheintragung in der Folge [REDACTED] verlegt.

Die Beteiligungsverhältnisse der Zulassungsinhaberin im Versorgungsgebiet „[REDACTED]“ stellen sich derzeit wie folgt dar:





Seit der Umfirmierung der G [REDACTED] GmbH in A [REDACTED] GmbH wird das Hörfunkprogramm für [REDACTED] als „A [REDACTED]“ bezeichnet. Auch der auf der Website geführte Programmname lautet „A [REDACTED]“. Zur Benutzung der Marke „A [REDACTED]“ in Oberösterreich bzw. im Gebiet [REDACTED] wurde seitens der A [REDACTED] GmbH mit der Markeninhaberin D [REDACTED] GmbH eine Nutzungsvereinbarung abgeschlossen, die der Zulassungsinhaberin für das Versorgungsgebiet „[REDACTED]“ die Führung der Firma „A [REDACTED] GmbH“ bzw. des Programmnamens „A [REDACTED]“ gestattet.

Zum ausgestrahlten Musikprogramm der Zulassungsinhaberin

Auf der Website der A [REDACTED], „www.[REDACTED]“, wird das Musikprogramm der Zulassungsinhaberin mit dem Slogan „Nur [REDACTED] spielt: Super Oldies und die Top Hits von heute!“ übertitelt und danach wie folgt beschrieben: „Der beste Musik-Mix für [REDACTED]: Alle aktuellen **Top Hits aus den Charts!** Von Kylie Minogue und R.E.M. bis Shakira und Robbie Williams! **Plus:** Die größten **Super Oldies** aller Zeiten. Nur auf [REDACTED] hört Ihr auch noch das Beste aus den 60ern, 70ern und 80ern. **Als Bonus – die besten deutschsprachigen Hits:** Austropop von Rainhard Fendrich bis Christina Stürmer und „Neue Deutsche Welle“ von Nena bis Herbert Grönemeyer. [REDACTED] – die beste Musik für die besten Hörer!“

Screenshot vom 24.07.2006:



Der Website der A [REDACTED] zufolge wird im Versorgungsgebiet „[REDACTED]“ ein im „Oldie Based AC“-Format (Adult Contemporary) gestaltetes Musikprogramm gesendet, das sich im Wesentlichen durch englischsprachige bzw. internationale Top Hits (Pop-Hits) aus den aktuellen Charts sowie zusätzlich durch internationale (meist englische) Oldies aus den 60ern, 70ern und 80ern charakterisieren lässt.

Weiters legte die A [REDACTED] GmbH in der Verhandlung [REDACTED] Präsentationsunterlagen („A [REDACTED]; ein neues Radio stellt sich vor“) der KommAustria vor. In diesen Präsentationsunterlagen wird ausgeführt, dass A [REDACTED] [REDACTED] mehr Abwechslung im Radio biete. Weiters werden folgende Punkte hervorgehoben:

„Top Hits von heute: Immer die aktuellsten Hits von internationalen Stars wie Robbie Williams, Kylie Minogue, Anastacia und viele mehr

Super Oldies: Bei uns hören Sie echte Super-Oldies von Elvis;ABBA, Supertramp, den Bee Gees, Smokie, den Beach Boys bis zu den Beatles

Die besten Schlager und Volksmusik – Hits aus Österreich: Unvergessliche Melodien und flotte Schlager im „Schlager Spezial“ mit E [REDACTED]

Plus: Alles, was österreichischen Pop groß gemacht hat – Danzer, Fendrich, Falco.... Im Mix mit den schönsten Klassikern aus Deutschland von Nena, Mey und Grönemayer!“

In diesen Präsentationsunterlagen, die als Beilage ./1 dem Bescheid beiliegen, werden mehrere internationale Künstler (z.B. Beatles, Robbie Williams usw.) abgebildet, wobei lediglich Christina Stürmer als deutschsprachige Künstlerin zu gelten hat, während keine Künstler abgebildet sind, die dem Schlager bzw. dem volkstümlichen Schlager zuzuordnen sind.

Zum Vorhalt der auf der Website der A [REDACTED] GmbH präsentierten Musikrichtung im Hörfunkprogramm „A [REDACTED]“ gab diese im Rahmen der öffentlichen mündlichen Verhandlung [REDACTED] an, dass hierdurch dem Zulassungsbescheid entsprochen werde und sich das Musikprogramm eines Radiosenders nicht mit einem Schlagwort bzw. einem Slogan auf dessen Homepage umfassend charakterisieren lasse. Die A [REDACTED] GmbH erklärte hierzu auch, dass alle auf den der KommAustria übermittelten Playlists ausgewiesenen Titel unter den Begriff des Schlagers fielen, da Schlager der deutsche Begriff für Hit, und volkstümlich ebenfalls eine Übersetzung des englischen Wortes „popular“ sei, weshalb es daher auch englischsprachige volkstümliche Titel gäbe. Die Geschäftsführerin der A [REDACTED] GmbH gab im Rahmen dieses ersten Verhandlungstermins allerdings auch an, dass „volkstümliche Musik vorwiegend in der Zeit von 19:00 bis 20:00 Uhr von Herrn E [REDACTED] gespielt werde. Über den Tag verteilt in etwas geringerer Dichte.“ Daran anknüpfend gab die Geschäftsführerin der A [REDACTED] GmbH an, dass die Zielgruppe der A [REDACTED] GmbH die Altersgruppe der 30-Jährigen und Älteren sei, weshalb man auch alle Lizenzaufgaben erfülle, da das Programm „A [REDACTED]“ um eine Dekade älter als AC-Formate sei. Gemäß den Radiotests liege das Durchschnittsalter der Hörer der A [REDACTED] GmbH bei 44,3 Jahren, während AC-Formate bzw. Antenne-Radios ein Alter von unter 39 Jahren aufweisen würden. Zum Nachweis hiefür legte die A [REDACTED] GmbH eine Tabelle betreffend den Radiotest des zweiten Halbjahres 2004 vor, die eine Auflistung des Durchschnittsalters einzelner Hörfunksender enthält.

Auf der Website der Radio Marketing Service GmbH (RMS Austria), welche für einen Großteil der privaten österreichischen Hörfunkveranstalter die nationale Werbezeitenvermarktung durchführt, wird die A [REDACTED] GmbH unter ihrem Programmnamen „A [REDACTED]“ als AC-formatierter Hörfunksender mit einer Zielgruppe der 29-Jährigen bis 49-Jährigen eingestuft.

24.07.2006



Die ebenfalls auf der Website der RMS Austria abrufbaren Ergebnisse des Radiotests für das erste und zweite Halbjahr 2005 weisen darüber hinaus die Tagesreichweiten der einzelnen Radiosender in den Altersgruppen 10+ und 14-49 Jahre sowie die diesbezüglichen Marktanteile aus. Ein bestimmtes Durchschnittsalter je Radiosender wird hingegen nicht explizit ermittelt.

Graphiken:

Methodenbeschreibung und Definitionen:



Radiotest, 1. Halbjahr 2005	
Grundgesamtheit	Personen ab 10 Jahre = 7,180.000 Personen Personen 14-49 Jahre = 4,128.000 Personen
Befragungsgebiet	Gesamt-Österreich, alle Bundesländer kleinste Einheit = politischer Bezirk
Feldzeit	Jänner - Juni 2005, tagesgleichverteilte Interviews
Fallzahl	13.290 Interviews ab 10 Jahre 7.232 Interviews 14-49 Jahre
Befragungsart	telefonisch, CATI
Durchführung	Fessel-GfK
Definitionen	
Tagesreichweite	Personen, die gestern zumindest 1 Viertelstunde lang Radio bzw. einen bestimmten Sender gehört haben. Dabei ist es unerheblich, wann und wie lange insgesamt Radio bzw. der bestimmte Sender gehört wurde. Ausweisung der Tagesreichweite erfolgt in % und Projektion in 1.000.
Marktanteil	Der Marktanteil eines Senders bzw. Werbeverbundes gibt an, wie groß der prozentuelle Anteil der Hördauer des Senders bzw. Werbeverbundes an der gesamten Hördauer ist. Der Marktanteil wird immer in Prozent angegeben.

Methodenbeschreibung und Definitionen:



Radiotest, 2. Halbjahr 2005	
Grundgesamtheit	Personen ab 10 Jahre = 7,180.000 Personen Personen 14-49 Jahre = 4,130.000 Personen
Befragungsgebiet	Gesamt-Österreich, alle Bundesländer kleinste Einheit = politischer Bezirk
Feldzeit	Juli - Dezember 2005, tagesgleichverteilte Interviews
Fallzahl	13.215 Interviews ab 10 Jahre 6.939 Interviews 14-49 Jahre
Befragungsart	telefonisch, CATI
Durchführung	Fessel-GfK
Definitionen	
Tagesreichweite	Personen, die gestern zumindest 1 Viertelstunde lang Radio bzw. einen bestimmten Sender gehört haben. Dabei ist es unerheblich, wann und wie lange insgesamt Radio bzw. der bestimmte Sender gehört wurde. Ausweisung der Tagesreichweite erfolgt in % und Projektion in 1.000.
Marktanteil	Der Marktanteil eines Senders bzw. Werbeverbundes gibt an, wie groß der prozentuelle Anteil der Hördauer des Senders bzw. Werbeverbundes an der gesamten Hördauer ist. Der Marktanteil wird immer in Prozent angegeben.

Das mit Schreiben vom 24.11.2004 übermittelte Sendeschema der A [redacted] sieht für Werktage nachfolgende Sendungen vor:

Die A [redacted] Show von 06:00 bis 09:00 Uhr

Die erste Morgenshow für [redacted]: lokale Themen, Veranstaltungen, News, regionales Wetter und Verkehr

A [redacted] bei der Arbeit von 09:00 bis 12:00 Uhr

Mit den Top Themen des Tages

A [redacted] Mittagspause von 12:00 bis 15:00 Uhr

Mit Ihren Lieblingshits: Die besten Super-Oldies, Top-Hits und Schlager

A [REDACTED] Drive Time von 15:00 bis 18:00 Uhr
mit A [REDACTED] in den Feierabend – viel Musik und aktuelle Infos

A [REDACTED] Feierabend von 18:00 bis 19:00 Uhr
Hits Nonstop

A [REDACTED] Schlager Spezial von 19:00 bis 20:00 Uhr
Hits aus Österreich, Schlager und Volksmusik für junge Hörer

A [REDACTED] Late Night Love von 20:00 bis 24:00 Uhr
Time to relax – Entspannung am Abend, die Seel baumeln lassen mit den besten Lovesongs und Schlagern für Verliebte

Ein Screenshot von der Website der A [REDACTED] (hier vom 24.07.2006) ergibt folgendes Bild:



Demnach wird die Sendung „Schlager Spezial“ von und mit E [REDACTED] von Montag bis Freitag jeweils von 19:00 bis 20:00 Uhr ausgestrahlt. In der Zeit von 00:00 bis 06:00 Uhr wird im Rahmen der Sendung „A [REDACTED] Nachtschicht“ ein unmoderiertes automatisiertes Musikprogramm gesendet.

Mit Schreiben vom 09.02.2005 und vom 22.06.2005 legte die A [REDACTED] Playlists für das an den Tagen 31.01.2005 und 01.02.2005 in der Zeit von 00:00 bis 24:00 Uhr ausgestrahlte Musikprogramm vor, wobei die am 22.06.2005 übermittelten Playlists die an den beiden Sendetagen in der Zeit von 19:00 bis 20:00 Uhr ausgestrahlten Sendungen „Schlager Spezial“ abbilden. Die Playlists liegen dem Bescheid als Beilage ./2 bei.

Diese beiden Playlists stimmen mit den der KommAustria in Gestalt von CD's vorgelegten Mitschnitten des Hörfunkprogramms der beiden Sendetage vom 31.01.2005 und vom 01.02.2005 überein.

Die Auswertung des solchermaßen aufgezeichneten Musikprogramms ergibt im Hinblick auf den 31.01.2005, dass die A [REDACTED] in der Zeit von 0:00 bis 06:00 Uhr (unmoderierte Nachtschiene) pro Sendestunde 18 Musiktitel, somit insgesamt 108 Musiktitel gesendet hat, die allesamt englischsprachig waren und überwiegend den aktuellen Popcharts sowie vereinzelt dem Bereich der Oldies (z.B. „Manic Monday“ von den Bangles oder „The Winner takes it all“ von ABBA) zugeordnet werden können.

In der Zeit von 06:00 bis 09:00 Uhr, einer besonders hörerstarken Zeit, waren im Hörfunkprogramm der A [REDACTED] 14 Musiktitel pro Sendestunde zu hören, wovon jeweils nur zwei deutschsprachig waren. Hierbei handelte es sich in der Stunde von 06:00 bis 07:00 Uhr um die Titel „99 Luftballons“ von Nena und „ Geile Zeit“ von Juli. Der Titel „99 Luftballons“ von Nena ist der „Neuen deutschen Welle“ zuzurechnen, wobei Nena teilweise auch in den aktuellen Charts vertreten ist. Die deutsche Band Juli repräsentiert jungen deutschen Pop und ist in den aktuellen Charts des deutschsprachigen Raums vertreten. In der Sendestunde von 07:00 bis 08:00 Uhr wurden ebenfalls insgesamt 14 Musiktitel gesendet, darunter zwei deutschsprachige Titel, wovon Wolfgang Ambros mit „Schifoan“ als typischer Interpret des Austropop zu bezeichnen ist. Der zweite deutschsprachige Titel in dieser Sendestunde war „I han die gera“ von Bluatschink, eine in den aktuellen Charts der meisten österreichischen Hörfunksender vertretene Vorarlberger Band, die Lieder in Vorarlberger Mundart mit einer rockartig aufbereiteten Musik verbindet und ihre Wurzeln in der Volksmusik hat. In der Stunde von 08:00 bis 09:00 Uhr wurden wiederum nur zwei deutschsprachige von insgesamt 14 Musiktiteln ausgestrahlt, deren Interpreten typischer Weise dem deutschen Schlager zugerechnet werden können, nämlich einerseits Matthias Reim mit „Verdammt, ich lieb Dich“ und andererseits Udo Jürgens mit „Aber bitte mit Sahne“. In einer der hörerstärksten Sendezeiten wurden somit lediglich sechs von insgesamt 42 Musikstücken deutschsprachigen Interpreten gewidmet, wobei selbst diese nicht alle dem deutschsprachigen Schlager oder dem volkstümlichen Schlager zuzurechnen sind. Die in diesen drei Sendestunden ebenso vorkommenden englischsprachigen Interpreten wie beispielsweise Robbie Williams, Kylie Minogue, Celine Dion oder Bryan Adams sind klassische Vertreter der aktuellen internationalen Popcharts. E [REDACTED] gab in der zweiten Tagsatzung der öffentlichen mündlichen Verhandlung [REDACTED] als Zeuge befragt an, dass die Lieder „Schifoan“ von Wolfgang Ambros und „I han di gera“ von Bluatschink“ Musiktitel seien, die in seiner Sendung „Schlager Spezial“ vorkommen könnten.

Während der zwischen 09:00 und 12:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „A [REDACTED] bei der Arbeit“ wurden pro Sendestunde jeweils 15 bis 16 Musiktitel gesendet, hiervon wiederum nur ein bis zwei deutschsprachige Titel in der Stunde. Zwischen 09:00 und 10:00 Uhr waren etwa die beiden deutschsprachigen Titel „Segel im Wind“ von Peter Cornelius und „und wenn ein Lied...“ von den Söhnen Mannheims zu hören, darüber hinaus wiederum hauptsächlich Titel von Interpreten der (aktuellen) englischen Popcharts, wie etwa Anastacia, Depeche Mode, Brian Mc Fadden, Ace of Base oder den Dire Straits. Peter Cornelius ist dem Austropop zuzuordnen, die Söhne Mannheims bzw. Xavier Naidoo sind hingegen Vertreter des neueren deutschen Pops und in den aktuellen Charts vertreten. In der Sendestunde von 10:00 bis 11:00 Uhr wurde „Du bleibst heut Nacht bei mir“ von STS gesendet, ein Lied aus dem Bereich des Austropop. Zwischen 11:00 und 12:00 Uhr wurden die Titel „Stoak wie a Felsen“ von Stefanie Werger, ebenfalls eine Vertreterin des Austropop, und „Mensch“ von Herbert Grönemeyer ausgestrahlt, darüber hinaus jedoch primär englische Titel neueren Datums. Abgesehen von aktuellen englischsprachigen Hits wurden im Rahmen dieser Sendung auch ein paar Oldies wie etwa „Rock around the clock“ von Bill Haley oder „Happy together“ von den Turtles gesendet. Insgesamt wurden daher im Rahmen dieser Sendeschiene 46 Musikstücke gespielt, wovon gerade fünf von deutschsprachigen Interpreten stammen. Darunter können weder Herbert Grönemeyer noch die Söhne

Mannheims oder STS als Vertreter des deutschen oder des deutschsprachigen volkstümlichen Schlagers bezeichnet werden.

In der Zeit von 12:00 bis 15:00 Uhr wurde die Sendung „A [REDACTED] Mittagspause“ ausgestrahlt. In dieser Zeit wurden pro Sendestunde 14 Musiktitel gesendet, wobei in den drei Stunden insgesamt nur ein deutschsprachiger Titel, nämlich wiederum „Geile Zeit“ von Juli vorkam. Die übrigen Titel waren englischsprachig, etwa „I believe in you“ von Kylie Minogue, „Ka-ching!“ von Shania Twain, „It’s so easy“ von Linda Rondstadt, „Honky tonk women“ von den Rolling Stones, „Promis me“ von Lutricia McNeal oder „Baby one more time“ von Britney Spears, „Come undone“ von Robbie Williams oder „A hard day’s night“ von den Beatles.

In der Zeit von 15:00 bis 18:00 Uhr wurde die Sendung „A [REDACTED] Drive Time“ ausgestrahlt, ebenfalls eine besonders hörerstarke Sendezeit. In diesen drei Sendestunden wurden insgesamt jeweils 15 bis 16 Musikstücke gesendet. Im Rahmen der Stunde von 15:00 bis 16:00 Uhr befanden sich darunter zwei deutschsprachige Titel, nämlich einerseits „Deine Hilfe wird gebraucht“ von Austria for Asia und andererseits „Vielleicht“ von den Söhnen Mannheims. Zwischen 16:00 und 17:00 Uhr wurde das Lied „Major Tom“ von Peter Schilling gespielt und in der Stunde von 17:00 bis 18:00 Uhr die Lieder „Mit 66 Jahren“ von Udo Jürgens sowie „Ich will mich verlieben“ von Rosenstolz. Im Übrigen waren während dieser Sendezeit typische Vertreter der englischen bzw. internationalen Popcharts sowie englische Oldies zu hören. Die Gruppe Rosenstolz ist ebenso wie die Gruppe Juli eine Vertreterin der aktuellen deutschen Popcharts, Peter Schilling ist als Interpret der Neuen deutschen Welle zu bezeichnen. Lediglich Udo Jürgens ist mit Sicherheit dem Genre des deutschen Schlagers zuzuordnen. Die Drive Time zählt als besonders hörerstarke Zeit, da hier viele Autofahrer auf dem Weg von der Arbeit nach Hause Radio hören. Während diesen drei Sendestunden wurden also insgesamt 46 Musiktitel gespielt und hiervon nur fünf deutschsprachige Musiktitel.

In der Zeit von 18:00 bis 19:00 Uhr wurde auf A [REDACTED] die Sendung „A [REDACTED] Feierabend“ gesendet. Während dieser Stunde wurden insgesamt 15 Titel gespielt, wovon zwei deutschsprachig waren. Hierbei handelte es sich um „Leuchtturm“ von Nena und neuerlich um „Geile Zeit“ von Juli.

Von 19:00 bis 20:00 Uhr wurde die Sendung „Schlager Spezial“ von und mit E [REDACTED] ausgestrahlt. Im Rahmen dieser Sendestunde wurden insgesamt 15 Musiktitel gesendet, die alle deutschsprachig waren und teils dem Genre des deutschen Schlager sowie teils dem volkstümlichen Schlager zugeordnet werden können. Hierzu gab E [REDACTED] in der zweiten Tagsatzung [REDACTED] als Zeuge befragt an, dass sich die Grenzen zwischen volkstümlichem Schlager und deutschsprachigem Schlager verwischen. Es ist überdies festzuhalten, dass viele der in dieser Stunde gesendeten Musikstücke von österreichischen Interpreten stammen. Die Interpreten in dieser Sendung am 31.01.2005 waren beispielsweise die Mölltaler, die Raabtal Dirndl, die Zillertaler Mander, die Alpentiroler oder Daniela Roth. Die Sendung „Schlager Spezial“ unterscheidet sich damit in ihrer Musikgattung wesentlich von allen übrigen während des Sendetages ausgestrahlten Sendungen, in denen primär internationale bzw. zum Teil auch deutsche Top-Hits aus den aktuellen Charts sowie Oldies gespielt wurden. Die Sendung „Schlager Spezial“ spiegelt jene Musikgattung wider, wie sie die Zulassungsinhaberin in ihrem Antrag auf Erteilung einer Hörfunkzulassung dargestellt hat und ihr in weiterer Folge im Zulassungsbescheid bewilligt worden ist.

Während der von 20:00 Uhr bis 24:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „A [REDACTED] Late Night Love“ wurden pro Sendestunde zwischen 14 und 15 Musiktitel gespielt, wobei hiervon in den beiden Stunden zwischen 20:00 und 22:00 Uhr kein deutschsprachiges Lied zu hören war und in den zwei Stunden von 22:00 bis 24:00 Uhr jeweils nur ein deutschsprachiger Titel. Einerseits war dies „Heast as net“ von Hubert von Goisern und andererseits „Flugzeuge im

Bauch“ von Herbert Grönemeyer. Hubert von Goisern ist ein Interpret der seine musikalischen Wurzeln in der österreichischen Volksmusik hat.

Betrachtet man zusammenfassend den gesamten Sendetag des 31.01.2005, so ergibt sich folgendes Bild: Im Laufe dieses Tages wurden etwa 373 Musiktitel gespielt, wobei nur 36 Titel davon deutschsprachig waren. Abgesehen von der Sendung „Schlager Spezial“, in welcher alle 15 gesendeten Musikstücke dem Genre des deutschen bzw. österreichischen volkstümlichen Schlagers zuzuordnen waren, konnten noch weitere drei typische Schlagertitel im Laufe der Sendungen „Die A [REDACTED] Show“ und „A [REDACTED] Drive Time“ identifiziert werden. Hierbei handelt es sich um „Aber bitte mit Sahne“ und „Mit 66 Jahren“ jeweils von Udo Jürgens sowie um „Verdammt ich lieb Dich“ von Matthias Reim. Hinzu kommen noch „Schifoan“ von Wolfgang Ambros und „I han die gera“ von Bluatschink, beides Lieder, die den Aussagen von E [REDACTED] zufolge auch im Rahmen seiner Schlagersendung vorkommen könnten. Gemessen an den zu hörenden Musikstücken ergibt sich somit ein Verhältnis von deutschsprachigem (volkstümlichem) Schlager zu internationalen Pop-Hits aus den vorwiegend englisch dominierten aktuellen Charts sowie Oldies von knapp unter sechs Prozent zu etwas über 94 Prozent. Selbst ohne eindeutige Zuordnung einzelner deutschsprachiger Titel zu einem bestimmten Musikgenre ist das Verhältnis von deutschsprachigen Titeln zu englischsprachigen bzw. internationalen Titeln in Verhältniszahlen ausgedrückt knapp zehn Prozent zu 90 Prozent.

Ein Blick nur auf die hörerstärksten Sendezeiten – also die Morgensendung zwischen 06:00 und 09:00 Uhr und die Drive Time zwischen 15:00 und 18:00 Uhr – zeigt ebenfalls eine deutliche Gewichtung auf englische bzw. internationale Top-Hits aus den aktuellen Charts und auf englische Oldies der vergangenen Jahrzehnte: In der Morgensendung „Die A [REDACTED] Show“ wurden von insgesamt 42 Titeln nur sechs deutschsprachige Titel gespielt, die daher in diesen drei Sendestunden nur knapp 14 Prozent aller gesendeten Titel ausmachen. In der Nachmittagssendung „A [REDACTED] Drive Time“ stellt sich das Verhältnis noch krasser dar. Von insgesamt 46 Titeln, waren lediglich fünf von deutschsprachigen Interpreten, also nicht ganz elf Prozent der in dieser Zeit gespielten Titel. Bei dieser Betrachtung wurden sogar jene deutschsprachigen Titel mitberücksichtigt, die typischer Weise nicht dem deutschen (volkstümlichen) Schlager zugerechnet werden, wie etwa die jungen deutschen Bands Juli und Rosenstolz oder auch Nena, eine Interpreten der Neuen deutschen Welle.

Die Auswertung der Aufzeichnungen vom 01.02.2005 ergab ein ganz ähnliches Bild: Demnach wurden an diesem Tag während der unmoderierten Nachtschiene in der Zeit von 0:00 bis 06:00 Uhr pro Sendestunde 18 Musiktitel, somit insgesamt 108 Musiktitel gesendet, wobei zwischen 0:00 und 01:00 Uhr als einziges deutschsprachiges Lied „Symphonie“ von Silbermond, zwischen 01:00 und 02:00 Uhr „und wenn ein Lied...“ von den Söhnen Mannheims, zwischen 02:00 und 03:00 Uhr kein einziger deutschsprachiger Titel, zwischen 03:00 und 04:00 Uhr wiederum „Symphonie“ von Silbermond sowie „ Geile Zeit“ von Juli, zwischen 04:00 und 05:00 Uhr wiederum kein einziger deutscher Titel und zwischen 05:00 und 06:00 Uhr wiederum „und wenn ein Lied...“ von den Söhnen Mannheims zu hören waren. Insgesamt wurden innerhalb dieser sechsstündigen Nachtschiene also gerade fünf deutschsprachige Interpreten gespielt, wovon zwei Wiederholungen aber waren. Die Gruppen Silbermond, Juli und die Söhne Mannheims sind Interpreten der jüngeren deutschen Popszene und durchwegs in den meisten aktuellen Charts jünger formatierter Hörfunksender des deutschsprachigen Raums vertreten. Die übrigen in der Nachtschiene des 01.02.2005 gespielten Titel waren durchwegs englischsprachig und zählen überwiegend zu den aktuellen internationalen Popcharts sowie zum Bereich der meist englischen Oldies der vergangenen Jahrzehnte.

In der von 06:00 bis 09:00 Uhr ausgestrahlten Morgensendung „Die A [REDACTED] Show“ vom 01.02.2005 waren ebenfalls pro Stunde jeweils zwischen 13 und 15 Musiktitel zu hören, wovon jeweils zwei Titel deutschsprachig waren. Zwischen 06:00 und 07:00 Uhr waren dies

die Lieder „1000 und eine Nacht“ von Klaus Lage sowie „Leuchtturm“ von Nena. In der Sendestunde von 07:00 bis 08:00 Uhr waren die Lieder „Soy tu vida ...weil ich Dein...“ von Reinhard Fendrich sowie „Symphonie“ von Silbermond zu hören. Zwischen 08:00 und 09:00 Uhr sendete die A [REDACTED] „Ein Bett im Kornfeld“ von Jürgen Drews und „Ich lebe“ von Christina Stürmer. In dieser als Prime Time zu bezeichnenden Morgensendung wurden somit 42 Musiktitel insgesamt und hiervon sechs deutschsprachige Titel gesendet. Als Interpreten des deutschen Schlagers können in diesem Zusammenhang jedenfalls Klaus Lage sowie Jürgen Drews bezeichnet werden. Rainhard Fendrich ist ein typischer Vertreter des Austropop, ebenso wie Christina Stürmer, die vor allem sehr junge Zielgruppen anspricht und entsprechend stark in den aktuellen Popcharts jugendorientierter österreichischer Hörfunksender vertreten ist.

In der zwischen 09:00 und 12:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „A [REDACTED] bei der Arbeit“ wurden pro Sendestunde jeweils 15 bis 16 Musiktitel gesendet, worunter sich jeweils ein bis drei deutschsprachige Titel befanden. In der Zeit von 09:00 bis 10:00 Uhr handelte es sich hierbei um „Meier (Short People)“ von Heli Deinböck, „Geile Zeit“ von Juli sowie um „und wenn ein Lied...“ von den Söhnen Mannheims. Zwischen 10:00 und 11:00 Uhr wurde das Lied „Ich war noch niemals in N.Y....“ von Udo Jürgens gespielt und zwischen 11:00 und 12:00 Uhr „Symphonie“ von Silbermond und „Wie mei Herzschlag“ von André Heller. Damit wurden in diesen drei Sendestunden insgesamt 47 Musiktitel gespielt, davon nur sechs deutschsprachige Titel. Als Schlagerinterpreten können hier jedenfalls Heli Deinböck und Udo Jürgens bezeichnet werden, hingegen ist André Heller als österreichischer Sänger diesem Genre nicht zuordenbar, ebenso wenig wie die Söhne Mannheims oder die deutsche Band Silbermond.

Auch in der von 12:00 bis 15:00 Uhr ausgestrahlten Mittagssendung „A [REDACTED] Mittagspause“ wurden pro Sendestunde 14 bzw. 15 Titel insgesamt gesendet und darunter jeweils nur ein deutschsprachiger Interpret. Dies war zwischen 12:00 und 13:00 Uhr Christina Stürmer mit „Vorbei“, zwischen 13:00 und 14:00 Uhr die Söhne Mannheims mit „und wenn ein Lied...“ sowie Annett Louisan mit „Das Spiel“, deren Lieder vorwiegend in den aktuellen Charts jugendorientierter Hörfunksender des deutschen Sprachraums zu hören sind. Insgesamt waren auch in diesen drei Stunden insgesamt 43 Musiktitel mit Schwerpunkt auf internationalen Pop-Hits und Oldies der vergangenen drei Jahrzehnte zu hören, hingegen nur drei deutschsprachige Musiktitel.

In der hörerstarken Nachmittagssendung „A [REDACTED] Drive Time“ von 15:00 bis 18:00 Uhr wurden je Sendestunde 15 Musikstücke gespielt, wovon jeweils zwei deutschsprachig waren. Dies waren wiederum Juli mit „Geile Zeit“ sowie Silbermond mit „Symphonie“ in der Zeit von 15:00 bis 16:00 Uhr, schließlich Christina Stürmer mit „Weißt Du wohin wir gehen...?“ und Hoffmann & Hoffmann mit „Alles was ich brauche bist Du“ in der Stunde von 16:00 bis 17:00 Uhr sowie neuerlich die Söhne Mannheims mit „und wenn ein Lied...“ und die Seer mit „Sumaregen“ in der Stunde von 17:00 bis 18:00 Uhr. Im Übrigen wurden primär internationale Pop-Hits und Oldies gesendet. Die Gruppe Hoffmann & Hoffmann sowie auch die Seer stellen typische Interpreten des deutschsprachigen (volkstümlichen) Schlagers dar. Insgesamt bilden aber auch in dieser hörerstarken Sendezeit die deutschsprachigen Nummern mit sechs Musikstücken eine Minderheit gemessen an insgesamt 45 gespielten Titeln.

In der von 18:00 bis 19:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „A [REDACTED] Feierabend“ wurden insgesamt 16 Titel gespielt, darunter „Wunder meiner Seligkeit“ von STS und „Demo (letzter Tag)“ von Herbert Grönemeyer, somit also wiederum nur zwei deutschsprachige Titel.

In der wiederum von 19:00 bis 20:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „Schlager Spezial“ mit E [REDACTED] wurden hingegen von insgesamt 16 Musikstücken nur deutschsprachige (volkstümliche) Schlagerinterpreten gespielt. Dies waren etwa die Lustigen Oberkainer, die Zillertaler Mander, das Nockalmquintett, die Seer sowie die Wildecker Herzbuben. Titel wie

beispielsweise „Ich schick Dir heut an Jodler“ von den Zillertaler Mander oder „Mein Schatz, der ist ein Jägersmann“ von Alpehecho oder „Solange es noch Sterne gibt“ von Silvia Kaufmann sind als für den deutschen bzw. österreichischen (volkstümlichen) Schlager bzw. volkstümliche Musik typische Musikstücke zu bezeichnen und spiegeln – wie dies auch schon zur gleichnamigen Sendung vom 31.01.2005 ausdrücklich festgehalten wurde – jene Musikrichtung wider, wie sie seitens der nunmehrigen Zulassungsinhaberin beantragt wurde und womit diese sich im Auswahlverfahren auch gegenüber ihren Mitbewerbern durchsetzen konnte.

In der von 20:00 bis 24:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „A [REDACTED] Late Night Love“ waren im Gegensatz zur Sendestunde von 19:00 bis 20:00 Uhr wiederum hauptsächlich internationale Musiktitel der aktuellen Popcharts sowie Oldies der vergangenen drei Jahrzehnte zu hören. So wurden in der Zeit von 20:00 bis 21:00 Uhr 14 Songs gespielt, worunter sich kein einziger deutschsprachiger Titel befand. In der Stunde von 21:00 bis 22:00 Uhr wurden 15 Musiktitel gespielt, darunter zwei deutschsprachige Titel der aktuellen Popcharts. Dies waren einerseits „und wenn ein Lied...“ von den Söhnen Mannheims und andererseits „Geile Zeit“ von Juli. In der Sendestunde von 22:00 bis 23:00 Uhr befand sich unter den insgesamt gesendeten 15 Musiktiteln wiederum kein einziger deutschsprachiger Titel und in der Stunde von 23:00 bis 24:00 Uhr wurde von 15 Titeln lediglich ein deutschsprachiger gespielt, nämlich „Dein Leben“ wiederum von den Söhnen Mannheims.

Eine Gesamtbetrachtung dieses Sendetages ergibt somit, dass von insgesamt rund 376 gesendeten Musikstücken nur 47 deutschsprachig waren. Dies ergibt ein Verhältnis von 87,5 Prozent zu 12,5 Prozent. Abgesehen von der Sendung „Schlager Spezial“, in welcher alle 16 gesendeten Musikstücke dem Genre des deutschen bzw. österreichischen (volkstümlichen) Schlagers zuzuordnen waren, wurden nur sechs weitere als typische Schlager zu bezeichnende Musiktitel im Laufe dieses Sendetages gesendet. Dies sind „1000 und eine Nacht“ von Klaus Lage, „Ein Bett im Kornfeld“ von Jürgen Drews, „Meier (short people)“ von Heli Deinböck, „Ich war noch niemals in N.Y.“ von Udo Jürgens, „Alles was ich brauche bist Du“ von Hoffmann & Hoffmann sowie „Sumaregen“ von den Seern. Gemessen an den insgesamt gehörten Musikstücken ergibt sich somit ein Verhältnis von deutschsprachigem (volkstümlichen) Schlager zu internationalen Pop-Hits aus den vorwiegend englisch dominierten aktuellen Charts sowie Oldies von knapp unter sechs Prozent zu etwas mehr als 94 Prozent.

Ein Blick nur auf die hörerstarken Sendezeiten der Morgensendung und der Drive Time zeigt folgendes Verhältnis zwischen deutschsprachigen Titeln und internationalen bzw. englischen Titeln: In der Morgensendung „Die A [REDACTED] Show“ wurden von insgesamt 42 Titeln nur sechs deutschsprachige Titel gespielt, die daher in diesen drei Sendestunden nur knapp 14 Prozent ausmachen. In der Nachmittagssendung „A [REDACTED] Drive Time“ stellt sich das Verhältnis ähnlich dar. Von insgesamt 45 Titeln waren lediglich sechs von deutschsprachigen Interpreten, also etwas mehr als 13 Prozent aller in dieser Zeit gespielten Titel. Bei dieser Betrachtung wurden sogar jene deutschsprachigen Titel mitberücksichtigt, die typischer Weise nicht dem deutschen (volkstümlichen) Schlager zugerechnet werden, wie etwa die jungen deutschen Bands Juli und die Söhne Mannheims oder Herbert Grönemeyer.

Selbst bei Berücksichtigung jedes gespielten deutschen Titels, unabhängig davon, ob dieser eindeutig dem deutschen bzw. österreichischen (volkstümlichen) Schlager bzw. volkstümlicher Musik zugeordnet werden kann, zeigt sich an beiden Sendetagen, dass die Musikausrichtung klar an den aktuellen internationalen und hier vor allem den englischsprachigen Popcharts sowie Oldies der vergangenen drei Jahrzehnte orientiert ist, zumal rund 90 Prozent aller gespielte Musiktitel diesen Musikrichtungen zuzurechnen sind. Dieses Bild bestätigt sich auch bei Betrachtung nur der hörerstarken Sendezeiten mit hohem Wortanteil während der Morgensendung von 06:00 bis 09:00 Uhr und der Drive Time von 15:00 bis 18:00 Uhr, die den Eindruck eines durchschnittlichen Hörers vom Charakter des

Musikprogramms eines Hörfunksenders ganz wesentlich mitbestimmen. Nimmt man darüber hinaus eine Zuordnung der wenigen deutschsprachigen Titel zu ihrem jeweiligen Genre vor, so wird die geringe Präsenz deutscher und österreichischer (volkstümlicher) Schlagermusik im Musikprogramm der A [REDACTED] noch deutlicher. Trotz der einstündigen jeweils von Montag bis Freitag ausgestrahlten Sendung „Schlager Spezial“, die gemessen an der Dauer eines Sendetages nur knapp vier Prozent ausmacht, ändert sich der für den Durchschnittshörer zu gewinnende Eindruck von der eigentlichen Musikausrichtung der A [REDACTED] als Oldie based AC-Radio nicht. Zwar wird diese Sendung nicht im Rahmen der Nachtstunden gesendet, die Ausstrahlung erfolgt allerdings auch nicht in einer besonders hörerstarken Zeit.

Somit ist davon auszugehen, dass im Versorgungsgebiet „[REDACTED]“ seit Aufnahme des Sendebetriebs am 29.06.2004 ein – abgesehen von einer einstündigen an den Werktagen ausgestrahlten Sendung für deutschsprachigen (volkstümlichen) Schlager – ein im „Oldie Based AC“-Format (Adult Contemporary) gestaltetes Musikprogramm gesendet wird, das sich durch englischsprachige bzw. internationale Top Hits (Pop-Hits) aus den aktuellen Charts sowie zusätzlich durch internationale (meist englische) Oldies aus den 60ern, 70ern und 80ern charakterisieren lässt. Aus dem Umstand, dass nach eigenen Angaben der A [REDACTED] im Rahmen der beiden Tagsatzungen der öffentlichen mündlichen Verhandlungen das von dieser gesendete Musikprogramm seit Sendestart nicht verändert wurde, ist ferner zu folgern, dass das Musikprogramm der A [REDACTED] von Beginn an in diesem Format gesendet wurde.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen zum beantragten Musikprogramm ergeben sich aus dem von der G [REDACTED] GmbH (nunmehr A [REDACTED] GmbH) eingebrachten Antrag auf Erteilung einer Hörfunkzulassung für „[REDACTED]“ vom 03.07.2002 sowie aus den in der Niederschrift des Tonbandprotokolls über die mündliche Verhandlung im Zulassungsverfahren [REDACTED] festgehaltenen Aussagen der Antragstellerin. Die in der betreffenden Niederschrift festgehaltenen Angaben der Antragstellerin zum geplanten Hörfunkprogramm wurden von dieser im Rahmen des Zulassungsverfahrens nicht bestritten. Die Feststellungen zum beantragten Musikprogramm der Zulassungsinhaberin ergeben sich ferner aus der Auswahlentscheidung des Bescheides der KommAustria [REDACTED] sowie aus dem Bescheid des BKS [REDACTED] soweit sich dieser darauf bezogen hat.

Die Feststellungen hinsichtlich des Wunsches des ursprünglichen Geschäftsführers und Hauptgesellschafters der G [REDACTED] GmbH, F [REDACTED], vor Aufnahme des Sendebetriebs das beantragte und im Zulassungsbescheid genehmigte Musikprogramm in ein jugendorientiertes Musikformat zu ändern, basieren auf dessen Angaben im Rahmen eines am 12.11.2003 stattgefundenen Gesprächs mit der KommAustria. Über den Gesprächsinhalt wurde ein Aktenvermerk erstellt, der in die Verfahrensakten des Zulassungsverfahrens zu GZ KOA 1.375/03-007 aufgenommen wurde. Der in diesem Aktenvermerk festgehaltene wesentliche Inhalt dieses Gesprächs wurde von F [REDACTED] als Zeuge im Rahmen der zweiten Tagsatzung der öffentlichen mündlichen Verhandlung im Verfahren über den Widerruf der Zulassung der A [REDACTED] GmbH [REDACTED] von diesem vollinhaltlich bestätigt.

Die Feststellungen zu den Änderungen in den Beteiligungsverhältnissen der Zulassungsinhaberin sowie zu dem damit einhergehenden Wechsel in der Geschäftsführung und der Umfirmierung der Zulassungsinhaberin in A [REDACTED] GmbH ergeben sich aus den zu den GZ KOA 1.375/04-001 bis 004 und 006 sowie zu KOA 1.375/04-008 geführten Verfahrensakten der KommAustria sowie aus dem offenen Firmenbuch.

Die Feststellungen zu dem im Hörfunkprogramm „A [REDACTED]“ gesendeten Musikprogramm beruhen einerseits auf der Auswertung der von der A [REDACTED] angeforderten Sendemitschnitte bzw. Aufzeichnungen des Hörfunkprogramms der Sendetage vom 31.01.2005 sowie vom 01.02.2005 und andererseits auf den von diesen beiden Tagen übermittelten Playlists. Die Qualifikation des Hörfunkprogramms der A [REDACTED] als ein sog. „Oldies based Adult Contemporary- Musikformat“ mit einer einstündigen Spezi­alsendung für deutschsprachigen (volkstümlichen) Schlager beruht auf der Auswertung der übermittelten Aufzeichnungen sowie der sich damit deckenden Playlists. Diese Auswertung hat ein krasses Missverhältnis von deutschsprachigen bzw. volkstümlichen Musiktiteln zu Poptiteln der internationalen Charts ergeben. Von E [REDACTED] als Zeuge in der zweiten Tagsatzung [REDACTED] befragt, wurden gerade zwei am 31.01.2005 in der Morgensendung ab 07:00 Uhr gesendete Titel als solche identifiziert, die er auch im Rahmen der Sendung „Schlager Spezial“ spielen würde. Die Auswertungen dieser beiden Sendetage deckten sich im Übrigen mit den Wahrnehmungen der KommAustria bei der erstmaligen Überprüfung des Hörfunkprogramms der A [REDACTED] anhand der Aufzeichnungen der Sendetage vom 12.11.2004 und vom 15.11.2004. Die Charakterisierung des Hörfunkprogramms „A [REDACTED]“ als „Oldies based Adult Contemporary- Musikprogramm“ ergibt sich überdies auch aus Präsentationsunterlagen, die von N [REDACTED], der Geschäftsführerin der A [REDACTED] GmbH, im Rahmen der zweiten Tagsatzung [REDACTED] vorgelegt wurden. Hierbei handelt es sich um acht Folien in denen das Programm „A [REDACTED]“ vorgestellt wird. Diese Folien wurden der KommAustria auch anlässlich eines Termins am 25.06.2004 präsentiert.

Weiters ergibt sich diese Einstufung des Programms auch aus der Website der A [REDACTED] GmbH ([www.\[REDACTED\]](http://www.[REDACTED])), auf der das Programm der A [REDACTED] mit den Slogans beworben wird: „Nur [REDACTED] spielt: Super Oldies und die Top Hits von heute“ und „Der beste Musik – Mix für [REDACTED]: Alle aktuelle Top Hits aus den Charts! Von Kylie Minogue und R.E.M. bis Shakira und Robbie Williams! Plus: Die größten Super Oldies aller Zeiten. Als Bonus – die besten deutschsprachigen Hits: Austropop von Reinhard Fendrich bis Christina Stürmer und „Neue Deutsche Welle“ von Nena bis Herbert Grönemayer!“

Keiner der Slogans auf der Website der A [REDACTED], mit denen das Programm beworben wird, verweist darauf, dass auf diesem Sender Schlager und volkstümliche Musik gesendet wird. Daraus ergibt sich – insbesondere auch in Zusammenschau mit den ausgewerteten Playlists sowie der vorgelegten Präsentationsunterlagen, dass es sich um ein Musikformat handelt, in welchem aktuelle Top Hits bzw. Hits der letzten Jahre bzw. Jahrzehnte aus dem Bereich Pop sowie Oldies gespielt werden und der Schwerpunkt hier auch eindeutig im Bereich der englischsprachigen Musik liegt.

Gemäß der Radio Marketing Service Austria (RMS Austria) wird ein Adult Contemporary (AC) Musikformat dahingehend definiert:

„Popmusik-Standards der letzten Jahrzehnte bis heute, Orientierung am breiten Massengeschmack, melodisch geprägt, leicht durchhörbar.“ (vgl. www.rms-austria.at)

Hinsichtlich eines Oldie Based AC-Format führt die RMS aus:

„Musikstücke der 70er bis 90er Jahre, zusätzlich einige aktuelle Pop-Hits, bevorzugt vom oberen Alterssegment der Zielgruppe“

Ähnlich definiert auch ARD Werbung Sales & Services ein Oldie Based AC Format als Musikmix aus den 60ern bis 90ern, wobei dieses umfangreiche Repertoire durch aktuelle Titel komplettiert wird. Als Beispiele für ein solches Format werden die Beatles, ABBA und Elvis Presley angegeben. (vgl. <http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/musikformate.pdf?foid=1928>)

Vergleicht man nun diese Definitionen mit den vorgelegten Playlists der A [REDACTED] GmbH und den Werbeslogans der A [REDACTED] GmbH auf der Website und der vorgelegten Präsentationsunterlagen, so ergibt sich daraus, dass das Musikprogramm, das die A [REDACTED] GmbH sendet, ein Oldie Based AC-Format ist.

Weiters stützt sich die Feststellung hinsichtlich des gespielten Musikprogramms auch darauf, dass die A [REDACTED] GmbH im Rahmen der RMS als AC-Format vermarktet wird bzw. sich als ein solches vermarkten lässt.

Die KommAustria hat stichprobenartig Sendemitschnitte von zwei kompletten Sendetagen – von Ende Jänner bzw. Anfang Februar 2005 - angefordert und ausgewertet. Diese stichprobenartig ausgewählten zwei unterschiedlichen Sendetage geben ein repräsentatives Bild über das Hörfunkprogramm der A [REDACTED] wider und geben Aufschluss über das von der A [REDACTED] ausgestrahlte Musikformat. Eine stichprobenartige Auswahl zweier Sendetage kann nach Auffassung der KommAustria ein repräsentatives Bild von der grundsätzlichen Musikausrichtung eines Hörfunkprogramms geben, zumal es sich hierbei jeweils um Aufzeichnungen im Umfang von 24 Stunden gehandelt hat und nach der allgemeinen Lebenserfahrung davon auszugehen ist, dass die grundsätzliche Musikausrichtung eines Hörfunkprogramms anhand eines vollständigen Sendetages feststellbar ist. Auch erscheint es gänzlich unwahrscheinlich, dass sich die Musikformatierung eines Hörfunksenders von Tag zu Tag grundlegend unterscheidet, da hiermit ein ständiger Zielgruppenwechsel verbunden wäre.

Die Feststellungen, dass das Musikprogramm der A [REDACTED] GmbH seit der Aufnahme des Sendebetriebs am 29.06.2004 nicht dem im Antrag auf Erteilung einer Hörfunkzulassung beantragten und im Zulassungsbescheid bewilligten Musikprogramm entsprechen, ergeben sich insbesondere aus den Angaben der Zulassungsinhaberin während der öffentlichen mündlichen Verhandlungen [REDACTED], wonach das Hörfunkprogramm seit Sendestart unverändert ausgestrahlt worden sei.

Die Feststellungen zur Zielgruppe der A [REDACTED] GmbHs unter dem Blickwinkel der Altersgruppe basieren auf den Aussagen der Zulassungsinhaberin im Rahmen der beiden mündlichen Verhandlungstermine und den von dieser vorgelegten Radiotestergebnissen sowie auf den Angaben auf der Website der RMS Austria.

4. Rechtliche Beurteilung

Nach § 24 PrR-G, BGBl. I Nr. 20/2001 idF BGBl. I Nr. 169/2004, obliegt der Regulierungsbehörde die Rechtsaufsicht über die Hörfunkveranstalter im Sinne dieses Bundesgesetzes.

Gemäß § 28 Abs. 2 PrR-G ist ein Verfahren zum Entzug der Zulassung einzuleiten, wenn ein Veranstalter von Hörfunk den Charakter des von ihm im Antrag auf Zulassung dargestellten und in der Zulassung genehmigten Programms (§ 3 Abs. 2 PrR-G), wie insbesondere durch eine Änderung der Programmgestaltung oder eine wesentliche Änderung der Programmdauer grundlegend verändert hat, ohne dafür über eine Genehmigung durch die Regulierungsbehörde zu verfügen.

Gemäß § 28 Abs. 2 Z 1 PrR-G hat die Regulierungsbehörde bei Vorliegen einer Rechtsverletzung im Sinne des § 28 Abs. 1 und Abs. 2 PrR-G dem Hörfunkveranstalter mit Bescheid aufzutragen, den rechtmäßigen Zustand herzustellen und geeignete Vorkehrungen zu treffen, um künftige Rechtsverletzungen zu vermeiden; der Hörfunkveranstalter hat diesem Bescheid binnen der von der Regulierungsbehörde festgesetzten, längstens achtwöchigen Frist zu entsprechen und darüber der Regulierungsbehörde zu berichten.

Gemäß § 28 Abs. 2 Z 2 PrR-G ist in den Fällen, in denen gegen einen Hörfunkveranstalter bereits mehr als einmal ein Bescheid gemäß Z 1 ergangen ist oder wenn der Hörfunkveranstalter einem Bescheid gemäß Z 1 nicht entspricht, die Zulassung zu entziehen.

Nach § 28 a Abs. 1 PrR-G liegt eine grundlegende Änderung des Programmcharakters im Sinne des § 28 Abs. 2 PrR-G – unter Berücksichtigung des jeweiligen Zulassungsbescheides – insbesondere vor:

1. bei einer wesentlichen Änderung des Musikformats, wenn damit ein weitgehender Wechsel der Zielgruppe zu erwarten ist;
2. bei einer wesentlichen Änderung des Umfangs oder Inhalts des Wortanteils oder des Anteils eigengestalteter Beiträge, die zu einer inhaltlichen Neupositionierung des Programms führt;
3. bei einem Wechsel zwischen Sparten- und Vollprogramm oder zwischen verschiedenen Sparten;
4. bei einem Wechsel zwischen nichtkommerziellem und kommerziellem Programm.

Mit der durch die Novelle BGBl. I Nr. 97/2004 in das Privatradiogesetz eingefügten Bestimmung des § 28 a PrR-G wurde aus dem Gedanken heraus, den Hörfunkveranstaltern eine verbesserte Planungs- und Rechtssicherheit zu geben, einerseits eine „demonstrative“ Aufzählung von Fällen grundlegender Änderungen des Programmcharakters vorgenommen und andererseits die Möglichkeit geschaffen, von der Regulierungsbehörde eine Feststellung darüber zu erwirken, ob eine beabsichtigte Programmänderung eine grundlegende Änderung des Programmcharakters darstellt, welche in weiterer Folge – unter bestimmten Voraussetzungen – nur mit Bewilligung zulässig wäre. Hierdurch wurde gegenüber der bisherigen Rechtslage, welche eine grundlegende Programmänderung jedenfalls nicht zugelassen hatte, Hörfunkveranstaltern grundsätzlich die Möglichkeit eröffnet, auch grundlegende Änderungen ihres Programms vorzunehmen. Eine grundlegende Programmänderung ist allerdings mehrfach eingeschränkt, zumal das im Antrag auf Zulassung dargestellte Programm eine wesentliche Grundlage der Entscheidung der Regulierungsbehörde im Auswahlverfahren bildet und andererseits auch die Interessen der Mitbewerber im Zulassungsverfahren, der im Verbreitungsgebiet tätigen Hörfunkveranstalter, der Hörer sowie auch öffentliche Interessen wie die Wahrung der Medien- und Angebotsvielfalt entsprechende Berücksichtigung finden müssen. Dementsprechend ist erst frühestens nach Ablauf einer zweijährigen Sendezeit eine grundlegende Programmänderung möglich (vgl. hierzu Erl. zum IA zur Novelle BGBl. I Nr. 97/2004, 430/A BlgNR XXII. GP).

Die Bestimmung des § 28 a Abs. 1 PrR-G ergänzt die schon bisher bestehende Regelung des § 28 Abs. 2 PrR-G und gibt mittels einer beispielhaften Aufzählung Aufschluss darüber, wann eine grundlegende Änderung des Programmcharakters vorliegen kann und führt etwa unter Z 1 die wesentliche Änderung des Musikformates an. Demnach stellt eine wesentliche Änderung des Musikformates dann eine grundlegende Programmänderung dar, wenn damit ein weitgehender Wechsel der Zielgruppe zu erwarten ist. Den Erläuterungen hierzu ist zu entnehmen, dass nicht schon bei jeder Änderung des Musikformates (etwa von AC zu Hot AC) eine grundlegende Änderung des Programmcharakters vorliegt. Dies wird – so die Erläuterungen weiters – nur dann der Fall sein, wenn damit nicht nur eine graduelle Veränderung der angesprochenen Zielgruppe erfolgt, sondern ein „Austausch“ der Zielgruppe zu erwarten ist, etwa bei einem Umstieg von einem Alternative- oder CHR-Programm auf ein Oldie- und Schlagerradio oder umgekehrt (vgl. Erl. zum IA zur Novelle BGBl. I Nr. 97/2004, 430/A BlgNR XXII. GP). § 28 a Abs. 1 PrR-G legt demonstrativ fest, bei welchen Änderungen des Programms, von einer grundlegenden Programmänderung auszugehen ist. Dabei müssen die aufgezählten Änderungen des Programms nicht kumulativ vorliegen, sondern jede der in § 28 a Abs. 1 PrR-G aufgezählten Programmänderungen stellt für sich eine grundlegende Programmänderung dar.

Insoweit geht auch das Argument der A [REDACTED] GmbH ins Leere, dass sie in ihrem Programm sehr stark auf lokale Interessen ein gehe und dies insbesondere durch Einbindung aller relevanten sozialen, wirtschaftlichen und politischen Gruppen im Verbreitungsgebiet sowie durch regelmäßige Berichterstattung über lokale Bedürfnisse erreiche. Dabei übersieht nämlich die A [REDACTED] GmbH, dass seitens der KommAustria nicht § 28 a Abs. 1 Z 2 PrR-G – der im Wesentlichen Änderungen im Wortprogramm berücksichtigt - releviert wurde, sondern vielmehr die Frage im Raum steht, ob eine wesentliche Änderung des Musikformats und damit die Erwartung eines weitgehenden Wechsels der Zielgruppe vorliegt.

Ebenso wenig kann in diesem Zusammenhang der A [REDACTED] gefolgt werden, wenn sie vorbringt, dass für die Zulassungserteilung nicht das Musikformat entscheidungsrelevant gewesen sei, sondern der Umstand, dass die A [REDACTED] GmbH (damals: G [REDACTED] GmbH) stärker als andere Bewerber auf lokale Interessen im Verbreitungsgebiet eingehe (vgl. Vorbringen der A [REDACTED] GmbH in der mündlichen Verhandlung [REDACTED]). Hierbei verkennt die A [REDACTED] GmbH völlig die sowohl im Bescheid der KommAustria [REDACTED] und im Bescheid des Bundeskommunikationssenat (BKS) [REDACTED] im Auswahlverfahren angestellten Erwägungen. So führte die KommAustria in der Begründung ihres Bescheides aus, dass die Erteilung einer Zulassung in [REDACTED] an ein auf älteres Publikum ausgerichtetes volkstümliches Schlagerradio zu mehr Außenpluralismus und größerer Meinungsfreiheit beitragen würde. Weiters begründete sie im Auswahlverfahren hinsichtlich der Abwägung zwischen der G [REDACTED] GmbH (jetzt: A [REDACTED] GmbH) und der I [REDACTED] GmbH, dass auch die I [REDACTED] GmbH mit ihrem geplanten Programm auf ein tendenziell älteres Publikum (35+) abziele, allerdings ein Musikgenre bediene, das sich von jenem der G [REDACTED] GmbH dadurch unterscheide, dass kein Schwerpunkt auf österreichische Interpreten gelegt werde.

Dieser Bescheid wurde vom BKS vollinhaltlich bestätigt. Weiters führte der BKS in seinem Bescheid aus, dass wie die Unterbehörde festgestellt habe, das geplante Musikformat der A [REDACTED] GmbH (damals: G [REDACTED] GmbH) einen Schwerpunkt auf (volkstümliche) Schlagermusik aus dem deutschsprachigen Raum habe und sich damit wesentlich von bestehenden Angeboten der in [REDACTED] empfangbaren Programme unterscheide, die einen deutlich geringeren österreichischen Anteil aufweisen. Weiters führte der BKS aus, dass im Gegensatz zur Auffassung der I [REDACTED] GmbH, die eine weitgehende Deckungsgleichheit des Musikformats sowohl der Berufungsgegnerin (A [REDACTED] GmbH) als auch der Regionalradio Oberösterreich und Niederösterreich annehme, dies nicht zutrefte, sodass im Sinne der Ausführungen des BKS zur Meinungsvielfalt im Versorgungsgebiet somit Außenpluralität gegeben sei.

Aus diesen beiden Bescheiden ergibt sich aber eindeutig, dass im Auswahlverfahren sehr wohl - insbesondere im Vergleich zur I [REDACTED] GmbH das beantragte Musikformat als Schlager bzw. volkstümliches Schlagerradio mit Schwerpunkt auf österreichische Interpreten entscheidungsrelevant für die Zulassungserteilung war. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass somit auch von einer zeugenschaftlichen Einvernahme des Bürgermeisters der Stadt [REDACTED], [REDACTED], und des Leiters der Stadt-Marketing der Stadt [REDACTED], [REDACTED], - wie von der A [REDACTED] GmbH in der mündlichen Verhandlung [REDACTED] beantragt - abgesehen werden konnte, da diese Zeugen von der A [REDACTED] GmbH zur Darlegung ihrer lokalen Berichterstattung als Beweis angeführt wurde; dies ist jedoch im gegenständlichen Fall nicht entscheidungsrelevant, weil es in diesem Verfahren lediglich um die Frage des Musikformats geht.

Im gegenständlichen Verfahren stellt sich nun die Frage, ob die A [REDACTED] GmbH den Charakter des von ihr im Antrag auf Zulassung dargestellten und in der

Zulassung genehmigten Programms durch eine wesentliche Änderung des Musikformats, wenn damit ein weitgehender Wechsel der Zielgruppe zu erwarten ist, grundlegend verändert hat.

Im Bescheid der KommAustria [REDACTED] (vollinhaltlich bestätigt durch den Bescheid des BKS [REDACTED] wurde das Programm „...mit einem vorwiegend auf volkstümliche Schlager und Schlager allgemein abstellenden Musikformat, mit besonderem Schwerpunkt auf deutschsprachigen und österreichischen Titeln...“ gemäß § 3 Abs. 2 PrR-G festgelegt.

Diese Festlegung des Programms entspricht dem seitens der G [REDACTED] GmbH im Zulassungsverfahren beantragten Programm. Die G [REDACTED] Privatrado GmbH (jetzt A [REDACTED] GmbH) brachte im Zulassungsverfahren vor, dass das Musikformat in der Woche 21 Stunden reinen volkstümlichen Schlager beinhaltet, sodass mindestens 12,5% im Rahmen der täglichen Sendung „Ervolksmusik pur“ zu hören sein werden. Darüber hinaus werde rund um die Uhr in den unterschiedlichen Sendeformaten zwei Drittel des Musikprogramms dem Schlager und dem volkstümlichen Schlager gewidmet sein. Ferner führte sie aus, für eine größere Zielgruppe weitere 29 Stunden dem Schlager, reichend von den 20iger Jahren des 20. Jahrhunderts bis heute im Rahmen der Sendung „Der große Schlager“ widmen zu wollen. Insgesamt ist seitens der G [REDACTED] GmbH geplant gewesen, mindestens 64,9% volkstümlichen Schlager und Schlager zu senden. Weiters stelle sie in ihrem Antrag in Aussicht, bei aktuellen Anlässen durch das hierfür geplante Wochenendformat fallweise sogar einen höheren Anteil zu erreichen. Als typische Interpreten des volkstümlichen Schlagers führte die G [REDACTED] GmbH beispielhaft DJ Ötzi, die Kastelruther Spatzen, das Nockalm Quintett, Brunner & Brunner und Hansi Hinterseer an. Weiters gab die G [REDACTED] GmbH an, österreichische Urheber und Interpreten in den Vordergrund zu stellen und diesen eine Möglichkeit zur Verbreitung ihres Musikschaffens zu bieten.

Wie sich aus den Feststellungen im gegenständlichen Verfahren ergibt, entspricht jedoch das tatsächlich von der A [REDACTED] GmbH für [REDACTED] veranstaltete Hörfunkprogramm – mit Ausnahme der einstündigen werktags ausgestrahlten Sendung „Schlager Spezial“ und vereinzelter über den Tag verteilter deutschsprachiger Schlagertitel – nicht dem im Antrag auf Erteilung der Zulassung dargestellten und im Zulassungsbescheid genehmigten Programmvorgaben. Vielmehr ergaben die Auswertungen der Sendemitschnitte und Playlists, dass nicht einmal zehn Prozent aller an den beobachteten zwei Tagen gespielten Musiktitel dem Genre des deutschen oder österreichischen (volkstümlichen) Schlagers zugeordnet werden können. Selbst ohne klare Zuordnung der ausgestrahlten Musiktitel zur Musikgattung des deutschen und österreichischen volkstümlichen Schlagers, weist das Musikprogramm einen Anteil an deutschsprachigen Titeln von nur knapp über zehn Prozent auf. Die Auswertung hat klar ergeben, dass das Musikprogramm schwerpunktmäßig englischsprachige Musik beinhaltet, welche zum einen Teil den aktuellsten Pop-Charts und zum anderen Teil auch den internationalen Oldies bzw. Evergreens der vergangenen Jahrzehnte angehören. Damit stellt sich das Hörfunkprogramm der A [REDACTED] GmbH aber als „Oldie based AC-Format“ und nicht als „Schlagerradio“ dar, was – wie im Folgenden auszuführen ist – eine wesentliche Änderung des Musikformates, die mit einem weitgehenden Austausch der Zielgruppe verbunden ist, bedeutet.

Daran ändert auch nicht, dass die A [REDACTED] GmbH seit ihrem Sendestart – wie sie vorgebracht hat – das Programm nicht geändert hat. Wesentlich bei dieser Beurteilung ist nämlich nicht, ob ein Rundfunkveranstalter sein bereits auf Sendung befindliches Programm ändert, sondern lediglich, ob ein Rundfunkveranstalter den Charakter des von ihm im Antrag auf Zulassung dargestellten und in der Zulassung genehmigten Programms grundlegend verändert hat (vgl. § 28 Abs. 2 PrR-G).

Die A [REDACTED] GmbH führte im Rahmen ihres Vorbringens aus, dass sämtliche auf den Playlists ausgewiesenen Musiktitel, die an den beiden Sendetagen des 31.01.2005 und des 01.02.2005 gespielt worden seien, unter den Begriff „Schlager“ fielen und begründete dies im Wesentlichen damit, dass das Wort „Schlager“ die deutsche Übersetzung für „Hit“ sei. Ebenso habe das Wort „volkstümlich“ die gleiche Bedeutung wie der englische Begriff „popular“, weshalb es auch englischsprachige volkstümliche Titel gäbe. Zum Nachweis hiefür legte sie Auszüge aus der Brockhaus-Enzyklopädie, aus dem Duden, Wörterbuch der deutschen Sprache, sowie aus Gerhard Wahrig „Deutsches Wörterbuch“ mit Definitionen und Übersetzungen der Begriffe „Schlager“ und „Hit“ vor.

In diesem Zusammenhang hat die A [REDACTED] GmbH mit am 13.05.2005 eingebrachtem Antrag die Erteilung einer Auskunft durch die KommAustria über die Begriffe Hit, Schlager, volkstümlicher Schlager, AC-Format, Hot-AC-Format, Oldie und Evergreen, begehrt. Dieses Auskunftersuchen wurde seitens der KommAustria mit Bescheid vom 05.07.2005, KOA 1.375/05-013, auf Grundlage von § 1 iVm § 4 Auskunftspflichtgesetz, BGBl. Nr. 357/1990 idF BGBl. I Nr. 158/1998, abgewiesen. Diese Entscheidung wurde im Wesentlichen damit begründet, dass parallel zu dem Auskunftersuchen bereits das gegenständliche Verwaltungsverfahren nach dem Privatradiogesetz anhängig sei, dessen Gegenstand gerade die Klärung der Frage sei, ob eine grundlegende Programmänderung im Hörfunkprogramm der A [REDACTED] GmbH vorgenommen wurde, was eine umfangreiche Auseinandersetzung mit den relevanten Musikbegriffen erforderlich mache. Dagegen hat die A [REDACTED] GmbH Berufung an den BKS erhoben. Mit Bescheid vom 26.01.2006, GZ 611.077/0002-BKS/2005, wies der BKS die Berufung der A [REDACTED] GmbH gegen den das Auskunftersuchen abweisenden Bescheid der KommAustria vom 05.07.2005, KOA 1.375/05-013, ab.

Zum Vorbringen der A [REDACTED] GmbH ist anzumerken, dass – wie bereits ausgeführt - die Angaben der Antragstellerin für die Zulassungserteilung mitentscheidend waren, wenigstens zwei Drittel des gesamten Musikprogramms dem deutschsprachigen (volkstümlichen) Schlager und wenigstens ein Drittel österreichischen Schlagerinterpreten widmen zu wollen. Entgegen den Aussagen der A [REDACTED] GmbH im gegenständlichen Verfahren war also der deutschsprachige bzw. österreichische Schwerpunkt in der Musikprogrammierung sowie die Gestaltung als Schlagerformat – wie dies auch in den Bescheidbegründungen der KommAustria und des BKS nachzulesen ist – wesentlich für die Auswahlentscheidung zu Gunsten der nunmehrigen Zulassungsinhaberin.

Unabhängig davon, ob nun die Begriffe „Schlager“ im Englischen mit „Hit“ und „volkstümlich“ mit „popular“ übersetzt werden bzw. werden können, entspricht das seitens der A [REDACTED] GmbH ausgestrahlte Programm nicht dem im Antrag dargestellten und in der Zulassung genehmigten Programm, da in dem ausgestrahlten Programm - anders als im Antrag dargestellt und in der Zulassung genehmigt – absolut kein Schwerpunkt auf deutschsprachige und österreichische Titel gelegt wird; vielmehr treten die deutschsprachigen und österreichischen Titeln – unabhängig von ihrer Einordnung zu einem bestimmten Musikgenre – im Programm gänzlich in den Hintergrund. Davon, dass zwei Drittel des gesamten Musikprogramms dem deutschsprachigen (volkstümlichen) Schlager und wenigstens ein Drittel österreichischen Schlagerinterpreten gewidmet werden soll, kann nicht die Rede sein.

Weiters verkennt die A [REDACTED] GmbH mit diesem Vorbringen völlig, dass den Musikbegriffen „Pop-Hit“ bzw. „Hit der Popmusik“ und „(volkstümlicher) Schlager“ im deutschen Sprachgebrauch und hier insbesondere in der Musik- und Radiobranche ein völlig anderer Bedeutungsgehalt unterlegt wird:

Unter Schlager versteht man ein populäres Unterhaltungs-, Stimmungs- und Tanzlied. Das Wort Schlager soll zuerst 1881 in der „Wiener National-Zeitung“ als Bezeichnung für zündende („einschlagende“) und eingängige Gesangstücke, die sich schnell verbreiten, verwendet worden sein. Zunächst waren es meist Nummern aus Opern und Operetten, dann

entstanden eigenständige Musikstücke dieser Art. Zuvor hatte man solche erfolgreichen Lieder als „Straßenlieder“, „Gassenhauer“ u.Ä. bezeichnet. Im 20. Jahrhundert erweiterte sich der Begriff Schlager zum Gattungsnamen, beschränkt sich heute in der Regel aber auf deutschsprachige Produktionen. Der Schlager ist ein typisches Produkt der modernen Industriegesellschaft. Durch Tonträger, Hörfunk, Film und Fernsehen erreicht er (wie die internationale Popmusik) weitere Publikumsschichten. Ein erfolgreicher Schlager wird ein Hit, ein besonders erfolgreicher Tophit genannt. (hierzu: Der Brockhaus Musik; Lexikon für Personen, Epochen, Sachbegriffe, Mannheim 2001, S. 694).

Die beim Schlager verwendeten einfachen Texte passen sich den wechselnden (Wunsch-) Vorstellungen der Hörer an und variieren meist die Grundthemen Liebe, Heimweh, Fernweh und Glücksverlangen. Schlager sind oft kurzlebig, nur einige überdauern als Evergreens. Besonders rührselige Schlager werden Schnulzen genannt. Die früher in der Liedforschung übliche scharfe Trennung zwischen Volkslied und Schlager lässt sich heute nicht mehr aufrechterhalten. Viele Volkslieder waren in neuer, schlagerähnlicher Aufmachung erfolgreich, einige Schlager sind Volksliedern vergleichbar, besonders wenn sie in mündlicher Tradition übernommen werden und dort Veränderungen unterliegen. (hierzu: Der Brockhaus Musik; Lexikon für Personen, Epochen, Sachbegriffe, Mannheim 2001, S. 694)

Beim Begriff „Popmusik“ handelt es sich um die Bezeichnung für diejenige Musik angloamerikanischer Prägung des 20. Jahrhunderts, die sich sowohl von der Folklore wie der Kunstmusik abgrenzt und sich bei hohem Bekanntheitsgrad an ein Massenpublikum wendet. Im engeren Sinn beschreibt dieser Begriff die seit ca. 1960 aus Schlager, Song, Blues und Rock entstehende Mischung, die eine leicht konsumierbare, Extreme vermeidende Mittelposition zwischen diesen anstrebt. (vgl. hierzu: Wörterbuch der Musik, Gerhard Dietel, dtv 2002, S. 2349)

Nach „Der Brockhaus Musik“ lassen sich mehrere Bedeutungsstränge hinsichtlich des Begriffs „Popmusik“ unterscheiden:

”

1. als Popular Music (Popmusic) eine in den 1950er-Jahren von der amerikanischen Schallplattenindustrie für ihre Hitlisten (Charts) gewählte Bezeichnung für sentimental arrangierte Schlager im Schwingstil. Zu den typischen Vertretern dieser Popmusik zählt z.B. Fran Sinatra;
2. in den 1960er-Jahren v.a. in Deutschland und Großbritannien vorherrschende Bezeichnung für die von den Beatles und Rolling Stones ausgelöste so genannte Beatwelle. Ob die in diesem Zusammenhang immer wieder begründete Herkunft des Wortes Popmusik (von englisch pop „Stoß“, „Knall“) ebenso wie das etwa zeitgleiche Auftreten der Pop-Art in der darstellenden Kunst etwas mit der Bildung des Begriffs Popmusik zu tun hat, ist nicht gesichert. In den USA immer schon „Rock“ genannt, wird die frühe Beatmusik auch im deutschen Sprachgebrauch zur Rockmusik gerechnet.
3. Hiervon abgeleitet versteht man unter Popmusik heute v.a. diejenige Musik, die Stilmittel und Soundformen der Rockmusik übernimmt, bis zur Unverbindlichkeit umarrangiert, glättet und mit der Marktgängigkeit des Schlagers verbindet. Als Prototypen dieser Popmusik im eigentlichen Sinne gelten u.a. die Popgruppen ABBA, Carpenters sowie allen Formen der Discomusik.“

(vgl. hierzu: Der Brockhaus Musik, Lexikon für Personen, Epochen, Sachbegriffe, Mannheim 2001, S. 620).

Es zeigt sich also, dass den beiden Begriffen Schlager und Pop auch ohne ihre spezifischen Erscheinungsformen als volkstümlicher Schlager, als Hit der Schlagermusik oder als Hit der

Popmusik schon sehr unterschiedliche Bedeutungen innewohnen. Charakteristisch für beide Musikstile und damit verbindendes Element ist die massenhafte Verbreitung über die Medien und ihre kommerzielle Vermarktung. Was Rockkonzerte für die Interpreten der internationalen Popmusik sind, sind für Schlagerinterpreten die häufig auch für das Fernsehen veranstalteten Schlagerfestivals wie der Grand Prix der Volksmusik oder der Musikantenstadl, wobei hier der Schlager volkstümlichen Zuschnitts dominierend ist.

Von einem Hit ist immer dann die Rede, wenn ein Musikstück besonders erfolgreich ist. So heißt es auch in einschlägigen Musiklexika, dass der englische für „Schlag“ oder „Treffer“ gebräuchliche Begriff „Hit“ ein besonders erfolgreiches Musikstück bezeichnet. Im Bereich der Popmusik wird hiermit ein Plattenbestseller charakterisiert. Der „Hit“ ist überdies ein Synonym zum deutschen Wort „Schlager“, der allerdings im Pop-Bereich durch die englische Bezeichnung verdrängt wurde (vgl. hierzu: Wörterbuch der Musik, Gerhard Dietel, dtv 2002, S. 131; Der Brockhaus Musik, Lexikon für Personen, Epochen, Sachbegriffe, Mannheim 2001, S. 315).

Somit kann natürlich auch der Schlager ein Hit oder Tophit werden, nämlich immer dann, wenn es sich um einen besonders erfolgreichen Schlager handelt (vgl. hierzu ebenfalls: Der Brockhaus Musik, Lexikon für Personen, Epochen, Sachbegriffe, Mannheim 2001, S. 694).

Aus dem Umstand, dass es sich bei „Hit“ und „Schlager“ um sinnverwandte Worte handelt, kann allerdings nicht der Schluss gezogen werden – wie dies die A [REDACTED] GmbH vermeint –, es gäbe keinen Unterschied zwischen einem Hit aus der Popmusik und einem Hit aus der Schlagermusik. So ist der „Hit“ der für erfolgreiche Musiktitel der Popmusik gebräuchliche Begriff, während im deutschen Sprachgebrauch der „Schlager“ – selbst wenn es sich hierbei um einen Hit handelt – üblicherweise für deutschsprachige, sehr leicht eingängige und häufig sentimentale Musikstücke verwendet wird. Dieses Verständnis von den Begriffen „Schlager“ und „Hit“ lag auch der Auswahlentscheidung der KommAustria im Zulassungsverfahren für [REDACTED] zugrunde.

Dass die für Schlager gebräuchliche Umschreibung darüber hinaus auch auf fremdsprachige Lieder bzw. Musikstücke zutreffen kann, wird seitens der KommAustria gar nicht bestritten. Allerdings kann im gegebenen Zusammenhang eine vertiefte Auseinandersetzung mit dem deutschsprachigen und fremdsprachigen Schlager (z.B. aus Frankreich oder Italien) unterbleiben, zumal Ausgangsbasis des gegenständlichen Verfahrens der im Antrag der nunmehrigen Hörfunkveranstalterin dargestellte und im Zulassungsbescheid genehmigte Schwerpunkt auf deutschsprachige und österreichische (volkstümliche) Schlagermusik ist. Wenn daher die A [REDACTED] GmbH zur Unterstützung ihrer Argumentationslinie, dass die in ihrem Musikprogramm ausgestrahlten Hits der aktuellen internationalen Pop-Charts ebenso unter den Begriff des Schlagers fielen, eine Definition aus Gerhard Wahrig, Deutsches Wörterbuch, heranzieht, der zufolge der „*Schlager als in Mode befindliches, international bekanntes, zündendes, oft sentimentales Tanzlied, auch aus Operette, Film oder Musical,*“ erläutert wird, ist auf den Antragsinhalt sowie den darauf basierenden Zulassungsbescheid zu verweisen.

Wesentliches Merkmal der im Antrag auf Zulassung dargestellten Musikrichtung war abgesehen vom allgemeinen deutschsprachigen und österreichischen Schlager auch die volkstümliche Musik bzw. der volkstümliche Schlager. Die volkstümliche Musik ist eine vor allem im deutschsprachigen Raum äußerst populäre Musik, die sich auf zeitgemäß bearbeitete oder nachempfundene Volksmusik gründet und als Gegengewicht zur jugendorientierten Rock- und Popmusik auch kommerziell gestaltet ist. Ausgangspunkt und auch nach wie vor dominierend ist die alpenländische Folklore. Vertreter dieses Musikgenres sind z.B. Stefanie Hertel, Patrick Lindner, die Wildecker Herbuben und Die Kastelruther Spatzen. (vgl. hierzu: Der Brockhaus Musik, Lexikon für Personen, Epochen, Sachbegriffe, Mannheim 2001, S. 844 f).

Insoweit ist den Aussagen von E [REDACTED] als Zeuge im Rahmen des zweiten Verhandlungstermins [REDACTED] zu folgen, wonach die Grenzen zwischen den Musikrichtungen volkstümlicher Schlager, deutschsprachiger Schlager und Volksmusik verwischt werden. Keinesfalls aber lässt sich den Musikrichtungen volkstümliche Musik und Popmusik eine sinnverwandte Bedeutung unterstellen; vielmehr stellt die volkstümliche Musik – wie im „Der Brockhaus Musik“ dargestellt – ein „Gegengewicht“ zur Rock- und Popmusik dar.

Dies kann auch nicht durch den Versuch einer Übersetzung des Wortes „volkstümlich“ mit dem englischen Begriff „popular“ erreicht werden, zumal bereits ausgeführt wurde, dass der vom englischen „popular music“ abzuleitende Musikstil des Pop dem allgemeinen Verständnis nach – auch im deutschen Sprachgebrauch – mit dem Rock verwandt ist und sich von der Musikform des volkstümlichen Schlagers grundsätzlich unterscheidet. Wie den Feststellungen zu entnehmen ist, beinhaltet das Musikprogramm der A [REDACTED] GmbH nicht einmal fünf Prozent volkstümliche Musik bzw. volkstümlichen Schlager, obwohl diese Musikgattung als wesentliches Element des im Antrag auf Zulassung dargestellten Musikformates dargestellt bzw. beantragt wurde.

Weiters ist dieser Argumentation der A [REDACTED] GmbH entgegenzuhalten, dass auch bei der Vermarktung von Radioformaten zwischen Popmusik und Schlager bzw. volkstümlichen Schlager unterschieden wird. Nach ARD Werbung Sales & Services wird bei einem Adult Contemporary Format aktuelle Musik, die im Kern die jungen Erwachsenen anspricht gespielt. Die Musiklisten enthalten eine Mischung aus melodischer Pop- und Rockmusik (vgl.: <http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/musikformate.pdf?foid=1928>). Dagegen umfasst ein Schlagerformat Schlager, Evergreens volkstümliche Musik und schöne Melodien und überwiegend deutsche Titel. (vgl. ebenfalls: <http://www.ard-werbung.de/showfile.phtml/musikformate.pdf?foid=1928>).

Daraus ist aber abzuleiten, dass auch in der Radiobranche bei der Vermarktung von Musikformaten eine eindeutige Unterscheidung zwischen diesen Musikgenres gemacht wird und nicht ein Pop-Hit mit einem volkstümlichen Schlager gleichgesetzt wird bzw. werden kann, wie die A [REDACTED] GmbH versucht glaubhaft zu machen.

Ein auf Grundlage der genannten Begriffsdefinitionen angestellter Vergleich der im Antrag auf Zulassung dargestellten und im Zulassungsbescheid genehmigten Musikausrichtung mit dem tatsächlich ausgestrahlten Musikprogramm auf „A [REDACTED]“ zeigt somit, dass die Mehrzahl der im Hörfunkprogramm ausgestrahlten Musiktitel dem Genre der internationalen Popmusik, mit einem sehr hohen Anteil an englischen Pop-Hits der aktuellen Charts, angehört. Auch die von der A [REDACTED] GmbH vorgebrachte Auslegung, wonach die Begriffe Oldie und Evergreen vom Begriff des Schlagers erfasst seien, ist nur insoweit zu teilen, als es selbstverständlich auch unter den Schlagern eine Vielzahl von Titel gibt, die ihre Popularität über Jahrzehnte hinweg behalten und so zum Evergreen werden. Dies trifft allerdings ebenso auf besonders beliebte Hits der Popmusik zu, die hier üblicherweise auch als Oldies bezeichnet werden, wobei dieser Begriff mehr und mehr das Wort Evergreen ablöst. Eine Aussage über die spezielle Zugehörigkeit zu einer konkreten Musikgattung ist mit diesen beiden Begriffen noch nicht getroffen, sie weisen vielmehr auf die langjährige Beliebtheit und das Alter eines Musikstückes hin (vgl. hierzu Wörterbuch der Musik, Gerhard Dietel, dtv 2002, S. 94).

Die Erläuterungen zu § 28 a Abs.1 PrR-G führen aus, dass nicht bei jeder Änderung des Musikformats (etwa von AC zu Hot AC) eine grundlegende Änderung des Programmcharakters vorliegt; dies wird nur dann der Fall sein, wenn damit nicht nur eine graduelle Veränderung der angesprochenen Zielgruppe erfolgt, sondern ein „Austausch“ der Zielgruppe zu erwarten ist, etwa bei einem Umstieg von einem Alternative- oder CHR-Programm auf ein Oldie- und Schlagerradio oder umgekehrt. (vgl. hierzu Erl. zum IA zur Novelle BGBl. I Nr. 97/2004, 430/A BgNR XXII. GP).

Von der A [REDACTED] GmbH wurde Begriff der Zielgruppe mehrfach herangezogen, wobei dieser von ihr primär nur in eine Blickrichtung interpretiert wird. So geht sie davon aus, dass die Lizenzauflagen schon dadurch erfüllt seien, dass mit dem Hörfunkprogramm „A [REDACTED]“ die Zielgruppe der 30 Jährigen und Älteren erreicht werde, was auch durch die Ergebnisse des Radiotests belegt werden könne. Mit einem Durchschnittsalter von 44,3 Jahren spreche „A [REDACTED]“ eine Zielgruppe an, die in etwa eine Dekade älter sei, als Hörer eines typischen AC-Formates.

Hierzu ist festzuhalten, dass der Begriff der Zielgruppe nicht allein anhand des durchschnittlichen Alters der Hörer eines bestimmten Musikformates zu definieren ist. Ein bestimmter Musikgeschmack kann zwar auch häufig mit einem gewissen Alter in Verbindung gebracht werden, ist aber nicht allein daran fest zu machen. Wenn also gelegentlich festgestellt werden kann, dass gewisse Altersgruppen bestimmte Musikgattungen bevorzugt konsumieren, so ist andererseits nicht zwangsläufig davon auszugehen, dass jeder 20 Jährige jedenfalls Hörer eines Alternative-, CHR-Formates oder Hot AC-Formates ist bzw. jeder 55 Jährige zwingend Schlager, Oldies oder Klassik bevorzugt. Vielmehr ist die Zielgruppe im Marketing eine zunächst durch die demographische, dann aber auch durch Merkmale des Konsumverhaltens beschreibbare Gruppe von Personen, an die sich ein Produkt (z.B. ein Programm) richtet. Die Definition der Zielgruppe gehört zu den zentralen Aufgaben bei der Positionierung eines Programms (vgl. hierzu Norbert Linke, Radio-Lexikon, München 1997, S.165).

Nachdem – wie nachfolgend näher erläutert wird – ein als AC-Format konzipiertes Hörfunkprogramm im Hinblick auf die gespielten Musiktitel eher keine bzw. allenfalls nur wenig Überschneidungen mit einem Schlagerradio aufweist, ist es daher sehr wahrscheinlich, dass ein Hörfunksender, der sich als Oldie based AC-Format positioniert hat, andere Hörergruppen – und zwar unabhängig vom Alter – anspricht, als ein typischer Schlagersender, mit einem Schwerpunkt auf deutschsprachigen volkstümlichen Schlager. Bei einer Änderung des Musikformates von einem Schlagerformat zu einem Oldie based AC-Format ist daher nach allgemeiner Lebenserfahrung ein weitgehender Wechsel der Zielgruppe zu erwarten.

Weiters ist hierzu noch anzuführen, dass die G [REDACTED] GmbH (jetzt: A [REDACTED] GmbH) in ihrem Antrag auf Erteilung einer Zulassung sich nicht darauf beschränkt hat, die angestrebte Zielgruppe alleine mit einer Alterstufe anzugeben. Vielmehr hat sie ihre Zielgruppe auf spezifische Personengruppen eingeschränkt und ausgeführt, mit ihrem Programm Landwirte, Frauen und Pensionisten, Mütter und Väter sowie traditions- und österreichbewusste Personen ansprechen zu wollen. Aus dieser im Antrag seitens der A [REDACTED] GmbH gewählten Zielgruppe ergibt sich aber auch, dass ein Wechsel von einem auf Schlager und volkstümlichen Schlager - mit besonderem Schwerpunkt auf deutschsprachigen und österreichischen Titeln - gerichtetes Musikformat auf ein Oldie Based AC-Format, bei dem fast ausschließlich Musiktitel aus dem angloamerikanischen Sprachraum gespielt werden, einen weitgehenden Wechsel der Zielgruppe erwarten lässt, zumal nicht zu erkennen ist, wie letzteres Format in gleicher Weise die angestrebte Zielgruppe ansprechen soll, wie das ursprünglich beantragte Musikformat mit besonderer Berücksichtigung von österreichischen Interpreten und Musik.

In diesem Zusammenhang ist noch auf die Stellungnahme der A [REDACTED] GmbH vom 19.06.2006 zu verweisen, mit der sie eine Umfragestudie im Versorgungsgebiet der A [REDACTED] GmbH des Marktforschungsinstituts Karmasin (Gallup) der Regulierungsbehörde vorgelegt hat. In dieser Stellungnahme verweist die A [REDACTED] GmbH unter anderem darauf, dass die Umfrage zu dem Ergebnis gekommen sei, dass im Verbreitungsgebiet des Senders nur eine geringe Anzahl an Personen lebt, deren Musikgeschmack deutsche Schlager und/oder Volksmusik (volkstümliche Musik) umfasst, und dass die Personen, die diese Musikpräferenz aufweisen, zu einem überwiegenden Teil bereits Pensionisten seien und daher sei mit diesen Personen die im

Zulassungsbescheid angeführte Zielgruppe (30+) nicht erreicht. Weiters verwies die A [REDACTED] GmbH auf die vorgelegte Studie, in der im Resümee ausgeführt wird, dass die Zielgruppe nur wenig Gefallen an volkstümlicher Musik findet und dezidiert den Wunsch nach mehr aktueller Musik äußert.

Bei diesem Vorbringen verkennt die A [REDACTED] GmbH nun gänzlich ihr eigenes Vorbringen im Zulassungsverfahren, wonach gerade die Pensionisten eine der Personengruppen sind, die die A [REDACTED] GmbH besonders ansprechen will. Weiters muss auch darauf verwiesen werden, dass in dieser – wie von der A [REDACTED] GmbH ausgeführt – repräsentativen Umfrage 300 Personen befragt wurden und alleine 133 (entspricht 44,4% der Befragten) davon Pensionisten waren, sodass wohl nicht davon gesprochen werden kann, dass schon allein dieser Teil der angestrebten Zielgruppe, die sich die A [REDACTED] GmbH im Zulassungsverfahren selbst gewählt hat, im Versorgungsgebiet unterrepräsentiert ist.

Auch diese Überlegungen zeigen, dass selbst die A [REDACTED] GmbH davon ausgeht, dass bei einer Änderung des Programms im dargestellten Sinn ein weitgehender Wechsel der Zielgruppe zu erwarten ist.

Da die A [REDACTED] GmbH somit das von ihr im Zulassungsverfahren dargestellte und im Zulassungsbescheid genehmigte Programm durch eine wesentliche Änderung des Musikformates mit weitgehendem Wechsel der Zielgruppe geändert hat, war eine Rechtsverletzung gemäß § 28 Abs. 2 PrR-G iVm mit § 28 a Abs.1 Z1 festzustellen.

Gemäß § 28 Abs. 4 Z 1 PrR-G hat die Regulierungsbehörde bei Vorliegen einer Rechtsverletzung im Sinne des Abs. 1 oder 2 außer in Fällen der Z 2 dem Hörfunkveranstalter mit Bescheid aufzutragen, den rechtmäßigen Zustand herzustellen und geeignete Maßnahmen zu treffen, um künftige Rechtsverletzungen zu vermeiden. Der Hörfunkveranstalter hat diesem Bescheid binnen der von der Regulierungsbehörde festgesetzten, längstens achtwöchigen Frist, zu entsprechen und darüber der Regulierungsbehörde zu berichten.

Aufgrund der Tatsache das die A [REDACTED] GmbH hinsichtlich des Musikprogramms wesentliche Änderungen durchführen muss, um auf das im Zulassungsbescheid genehmigte Programm umzustellen, war seitens der Regulierungsbehörde ein Frist von acht Wochen zur Herstellung des rechtmäßigen Zustandes gemäß § 28 Abs. 4 1 PrR-G festzusetzen. (vgl. Spruchpunkt III)

Gemäß § 39 AVG sind für die Durchführung des Ermittlungsverfahrens die Verwaltungsvorschriften maßgebend (Abs. 1). Soweit die Verwaltungsvorschriften hierüber keine Anordnung enthalten, hat die Behörde von Amts wegen vorzugehen und unter Beobachtung der in diesem Teil enthaltenen Vorschriften den Gang des Ermittlungsverfahrens zu bestimmen. Sie kann insbesondere von Amts wegen oder auf Antrag eine mündliche Verhandlung durchführen und mehrere Verwaltungssachen zur gemeinsamen Verhandlung und Entscheidung verbinden oder sie wieder trennen. Die Behörde hat sich bei allen diesen Verfahrensanordnungen von der Rücksicht auf die Zweckmäßigkeit, Raschheit, Einfachheit und Kostenersparnis leiten zu lassen (Abs. 2).

Die Bestimmung des § 28 Abs. 3 PrR-G normiert, dass die Regulierungsbehörde in einem Verfahren nach § 28 PrR-G eine öffentliche mündliche Verhandlung abzuhalten hat. Daraus ergibt sich, dass die KommAustria gesetzlich verpflichtet ist, eine öffentliche mündliche Verhandlung im gegenständlichen Verfahren zum Widerruf der Zulassung durchzuführen, und ihr daher kein Ermessen hinsichtlich der Durchführung dieser öffentlichen mündlichen Verhandlung zukommt.

Bei Abhaltung einer mündlichen Verhandlung in Anwesenheit der Öffentlichkeit (und daher auch bei deren Ausschluss von der mündlichen Verhandlung) handelt es sich um eine Verfahrensordnung, wie sich aus der Bestimmung des § 39 Abs. 2 AVG ergibt. Der Antrag der A [REDACTED] GmbH auf bescheidmäßige Erledigung ihres Antrags auf Ausschluss der Öffentlichkeit von der mündlichen Verhandlung war daher zurückzuweisen. Gegen Verfahrensordnungen ist gemäß § 63 Abs. 2 AVG eine abgesonderte Berufung nicht zulässig. Sie können erst in der Berufung gegen den die Angelegenheit erledigenden Bescheid angefochten werden.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der Partei dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Berufung offen. Die Berufung ist binnen zwei Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Behörde, die diesen Bescheid erlassen hat, einzubringen. Die Berufung hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, zu bezeichnen und einen begründeten Berufungsantrag zu enthalten.

Wien, am 26.07.2006

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Mag. Michael Ogris
Behördenleiter