

Bescheid

I. Spruch

1. Der **PULS CITY TV GmbH** (FN 215534 m beim Handelsgericht Wien), Stadiongasse 4, 1010 Wien, vertreten durch Ploil, Krepp & Partner Rechtsanwälte, Stadiongasse 4, 1010 Wien, wird gemäß § 5 Abs 1, 2 und 3 in Verbindung mit §§ 4, 7, 8 und 13 Privatfernsehgesetz (PrTV-G), BGBl. I Nr. 84/2001, für die Dauer von 10 Jahren ab Rechtskraft dieses Bescheides die Zulassung zur Veranstaltung von nicht-bundesweitem analogen terrestrischen Fernsehen unter zeitweiser Nutzung der dem Österreichischen Rundfunk zugeteilten Übertragungskapazität WIEN 1, Kanal 34, erteilt.

Gemäß § 5 Abs 3 PrTV-G umfasst das Versorgungsgebiet die Bundeshauptstadt Wien sowie die umliegenden Gemeinden, soweit diese mit der dem Österreichischen Rundfunk zugeordneten und in Anlage 3 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazität WIEN 1, Kanal 34, versorgt werden können.

Gemäß § 5 Abs 3 PrTV-G wird die beantragte Programmgestaltung eines Vollprogramms sowie das beantragte Programmschema, wonach ein zumindest zu 75 % eigengestaltetes, teilweise mobiles und eventbezogenes Programm für Wien mit Servicecharakter gesendet wird, genehmigt. Das Programm setzt sich im wesentlichen aus einer Morgenshow für Wien, einer Teleshoppingleiste, einem Nachmittagsprogramm für eine vor allem jugendliche Zielgruppe, umfassender Berichterstattung aus Wien, Boulevardnews, der Übertragung von Konzerten, sowie „Special Interest“-Magazinen zusammen, wobei dieses Programm in der Zeit ausgestrahlt wird, in der nicht gemäß einer Vereinbarung nach § 13 Abs 1, 3 und 4 PrTV-G oder einer Entscheidung gemäß § 13 Abs 5 PrTV-G vom Österreichischen Rundfunk regionale Sendungen im Sinn des § 3 Abs 2 ORF-G oder Sendungen des Österreichischen Rundfunks, an denen ein besonderes lokales oder regionales öffentliches Informationsinteresse besteht, ausgestrahlt werden.

Die Programmdauer richtet sich gemäß § 5 Abs 3 iVm § 13 Abs 1, 3, 4 und 5 PrTV-G nach einer zu schließenden vertraglichen Vereinbarung zwischen der PULS CITY TV GmbH und dem Österreichischen Rundfunk über die zeitweise Nutzung der in Anlage 3 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazität Wien 1, Kanal 34, oder nach einer von der Regulierungsbehörde gemäß § 13 Abs 5 PrTV-G getroffenen Entscheidung über die Angemessenheit der Dauer der Nutzung der in Anlage 3 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazität Wien 1, Kanal 34, durch die PULS CITY TV GmbH.

2. Die Zulassung gemäß Spruchpunkt 1. wird gemäß § 5 Abs 4 PrTV-G unter der Auflage erteilt, dass Änderungen des Programmschemas, der Programmgattung und der Programmdauer der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) unverzüglich anzuzeigen sind.
3. Die Zulassung gemäß Spruchpunkt 1. wird gemäß § 5 Abs 4 PrTV-G unter der Auflage erteilt, dass die Versorgung des in Spruchpunkt 1. festgelegten Versorgungsgebietes spätestens ein Jahr nach Rechtskraft dieses Bescheides gewährleistet sein muss.
4. Die Zulassung gemäß Spruchpunkt 1. wird gemäß § 5 Abs 4 PrTV-G unter der Auflage erteilt, dass eine etwaige vertragliche Vereinbarung zwischen der PULS CITY TV GmbH und dem Österreichischen Rundfunk über die zeitweise Nutzung der in Anlage 3 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazität Wien 1, Kanal 34, unverzüglich von der PULS CITY TV GmbH der Regulierungsbehörde vorzulegen ist.
5. Der Antrag der Ganymedia Network GmbH (FN 215532 i HG Wien), Ebendorferstraße 3, 1010 Wien, vertreten durch Rechtsanwalt Dr. Thomas Frad, Ebendorferstraße 3, 1010 Wien, wird gemäß § 5 Abs 1 in Verbindung mit § 4 Abs 3 PrTV-G abgewiesen.
6. Der Antrag der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH, Weyringergasse 36/2, 1040 Wien, vertreten durch Rechtsanwältin Dr. Karin Wessely, Reinprechtsdorferstraße 62, 1050 Wien, wird gemäß §§ 7 und 8 Abs 2 PrTV-G abgewiesen.
7. Gemäß § 78 Allgemeines Verwaltungsverfahrensgesetz (AVG) in Verbindung mit §§ 1, 3 sowie Tarifpost 1 der Bundesabgabenverwaltungsverordnung 1983, BGBl. Nr. 24/1983 idF BGBl II Nr. 101/2002, hat die PULS CITY TV GmbH die für die Erteilung der Zulassung zu entrichtende Verwaltungsabgabe in der Höhe von 6,50 Euro innerhalb von vier Wochen ab Zustellung auf das Konto des Bundeskanzleramtes, 05010057, BLZ 60000, zu entrichten.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

Mit Ausschreibung vom 3. August 2001, GZ KOA 3.001/01-2, hat die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) gemäß § 16 Abs 1 Privatfernsehgesezt – PrTV-G, BGBl. I Nr. 84/2001, eine bundesweite Zulassung für analoges terrestrisches Fernsehen ausgeschrieben. Gleichzeitig wurde gemäß § 16 Abs 2 PrTV-G auf die Möglichkeit der Antragstellung auf Erteilung von Zulassungen für nicht-bundesweites analoges terrestrisches Fernsehen unter Nutzung von Übertragungskapazitäten der Anlage 1 zum PrTV-G oder des Österreichischen Rundfunks hingewiesen.

Weiters wurde in der Ausschreibung vom 3. August 2001, GZ KOA 3.001/01-2, festgehalten, dass Anträge auf Erteilung einer (bundesweiten oder nicht-bundesweiten) Zulassung bis spätestens Mittwoch, 7. November 2001, 13 Uhr, bei der Kommunikationsbehörde Austria (per Adresse ihrer Geschäftsstelle Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Mariahilfer Straße 77-79, 1060 Wien) einzulangen haben.

Am 07.11.2001 langten Anträge der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH in Gründung, der PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH, der Ganymedia Network GmbH, der Lokal TV Austria GmbH in Gründung, der n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co KG gemeinsam mit Karl-Ulrich Kuhlo, Dr. Helmut Brandstätter und Mag. Michael Grabner sowie ein Antrag von „Global Video“ Bernhard Graf ein.

Die Ganymedia Network GmbH stellte für den Fall der Nichtzulassung zur Veranstaltung von bundesweitem, analogem terrestrischen Fernsehen den Antrag auf Erteilung einer nichtbundesweiten Zulassung zur Veranstaltung von analogem terrestrischen Fernsehen, wobei die Antragstellerin die Zuteilung aller in der Anlage 1 zum Privat-TV Gesetz ausgewiesenen Übertragungskapazitäten sowie die Zuteilung der in der Anlage 3 (Wien 1, Linz 1, Salzburg) zum Privat-TV Gesetz angeführten Übertragungskapazitäten des Österreichischen Rundfunks (§ 13 PrTV-G) beantragte.

Die "KANAL 1" Fernsehbetriebsgesellschaft mbH stellte mit Schriftsatz vom 07.11.2001 (bei der KommAustria am selben Tag eingelangt) auch einen Antrag auf Erteilung einer Zulassung zur Veranstaltung von analogem terrestrischen Fernsehen im Raum Wien unter Nutzung der Kanäle 65 und 30 aus Anlage 1 zum PrTV-G. Dieser Antrag enthält eine Prioritätserklärung dahingehend, dass für den Fall einer Lizenzerteilung für österreichweites terrestrisches Fernsehen an „Kanal 1“ das Ansuchen um eine Lizenz für den „Ballungsraum Wien“ zurückgezogen werde.

Mit Schreiben vom 13.11.2001 wurden die Landesregierungen von Wien und Niederösterreich gemäß § 4 Abs 7 PrTV-G um Stellungnahme ersucht.

Mit Schriftsatz vom 19.12.2001 beantragte die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH iG Einsichtnahme in die Beilagen ./17 bis ./23 zum Antrag der PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH. Dieser Antrag wurde der PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH mit Schreiben vom 20.12.2001 zur Stellungnahme zugestellt. Mit Schreiben vom 31.12.2001 sprach sich die PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH in Ihrer Stellungnahme gegen eine Gewährung der Akteneinsicht aus. Am 08.01.2001 erging gemäß § 17 Abs 3 AVG eine Verfahrensordnung der KommAustria, GZ KOA 3.130/02-2, mit der dem Antrag der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH iG auf Offenlegung der von der Akteneinsicht ausgenommenen Beilagen ./17 bis ./23 des Antrags der PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH nicht Folge gegeben wurde, da berechnigte Interessen gemäß § 17 AVG beeinträchtigt waren.

Am 21.12.2001 richtete die KommAustria einen Mängelbehebungsauftrag an die Ganymedia Network GmbH, dem die Antragstellerin mit Schriftsatz vom 10.01.2002 entsprochen hat. Weiters wurde mit diesem Schriftsatz das ursprüngliche Antragsbegehren (Zuteilung sämtlicher in der Anlage 1 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazitäten) auf eine Auswahl von einzelnen Übertragungskapazitäten aus der Anlage 1 eingeschränkt.

Mit Bescheid der KommAustria vom 31.01.2002, KOA 3.005/02-24, wurde der ATV Privatfernseh GmbH eine Zulassung zur Veranstaltung von bundesweitem analogem terrestrischen Fernsehen erteilt. Am 06.03.2002 wurden die eingelangten Berufungen gegen diesen Bescheid dem Bundeskommunikationssenat vorgelegt.

Am 21.03.2002 übermittelte die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH einen Firmenbuchauszug zum Nachweis der erfolgten Eintragung.

Mit Schriftsatz vom 27.03.2002 beantragte die Ganymedia Network GmbH Akteneinsicht in die von der Akteneinsicht ausgenommenen Beilagen ./17 bis ./23 der PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH sowie in die Beilagen ./C und ./E der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH. Mit Schreiben der KommAustria wurden beide Antragsgegner um Stellungnahme ersucht. Beide sprachen sich in ihren Stellungnahmen vom 29.04.2002 bzw. 13.05.2002 gegen eine Gewährung der Akteneinsicht aus. Am 21.05.2001 erging gemäß § 17 Abs 3 AVG eine Verfahrensordnung der KommAustria, GZ KOA 3.130/02-33, mit der dem Antrag der Ganymedia Network GmbH auf Offenlegung der von der Akteneinsicht ausgenommenen Beilagen ./17 bis ./23 des Antrags der PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH nicht Folge gegeben wurde, da berechnigte Interessen gemäß § 17 AVG beeinträchtigt waren. Ebenso erging am 23.05.2002 gemäß § 17 Abs 3

AVG eine Verfahrensordnung der KommAustria, GZ KOA 3.130/02-35, mit der dem Antrag der Ganymedia Network GmbH auf Offenlegung der von der Akteneinsicht ausgenommenen Beilagen ./C und ./E des Antrags der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH nicht Folge gegeben wurde, da berechnigte Interessen gemäß § 17 AVG beeinträchtigt waren.

Am 15.04.2002 gab die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH eine mittelbare Änderung der Eigentumsverhältnisse bekannt.

Mit Bescheid vom 22.04.2002, GZ 611.181/007-BKS/2002, wies der Bundeskommunikationssenat die Berufungen (unter anderem die Berufung der Ganymedia Network GmbH) gegen den Bescheid der KommAustria vom 31.01.2002, mit dem der ATV Privatfernseh GmbH eine Zulassung zur Veranstaltung von bundesweitem Fernsehen erteilt wurde, ab. Die dem Inhaber der bundesweiten Zulassung zugeordneten Übertragungskapazitäten wurden am 26.04.2002 gemäß § 16 Abs 3 PrTV-G auf der Website der Regulierungsbehörde veröffentlicht. Am 29.04.2002 ergingen Schreiben an die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH, PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH, Ganymedia Network GmbH, Lokal TV Austria GmbH in Gründung, der n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co KG gemeinsam mit Karl-Ulrich Kuhlo, Dr. Helmut Brandstätter und Mag. Michael Grabner sowie an „Global Video“ Bernhard Graf, mit denen die Antragsteller über die dem Inhaber der bundesweiten Zulassung zugeordneten Übertragungskapazitäten informiert wurden. Weiters wurden alle Antragsteller auf die Möglichkeit hingewiesen, ihre Anträge gemäß § 16 Abs 3 PrTV-G abzuändern.

Mit Schreiben vom 29.04.2002 wurde die KANAL 1 Fernsehbetriebsgesellschaft mbH auch darüber informiert, dass die von ihr beantragten Übertragungskapazitäten dem Inhaber der bundesweiten Zulassung zur Veranstaltung von analogem terrestrischen Fernsehen rechtskräftig zugeteilt wurden. Weiters wurde die KANAL 1 Fernsehbetriebsgesellschaft mbH gemäß § 16 Abs 3 iVm § 4 Abs. 5 PrTV-G aufgefordert, binnen einer Frist von vier Wochen ab Zustellung dieses Schreibens ihre Angaben über die von ihr geplanten Übertragungskapazitäten abzuändern.

Mit Schreiben vom 05.06.2002 wurde die KANAL 1 Fernsehbetriebsgesellschaft mbH darüber in Kenntnis gesetzt, dass die Frist von vier Wochen zur Abänderung des Antrages vom 07.11.2001 mit 30.05.2002 geendet hat und bis zum Ende der Frist keine Änderung des Antrags durch die KANAL 1 Fernsehbetriebsgesellschaft mbH bei der KommAustria eingelangt ist. Die Zustellung des Schreibens vom 29.04.2002 war am 02.05.2002 durch Rückschein ausgewiesen.

Am 19.06.2002 beantragte die KANAL 1 Fernsehbetriebsgesellschaft mbH in Ergänzung zu den in ihrem Ansuchen um terrestrische Lizenz für den Ballungsraum Wien beantragten Kanälen 65 und 30 „zusätzlich den Kanal 34“. Weiters hielt die KANAL 1 Fernsehbetriebsgesellschaft mbH den Antrag auf die ursprünglich beantragten Kanäle aufrecht.

Mit Bescheid der KommAustria vom 10.07.2002, GZ KOA 3.130/02-74, wurde der auf die Kanäle 65 und 30 aus der Anlage 1 zum PrTV-G gerichtete Antrag der Kanal 1 Fernsehbetriebsgesellschaft mbH gemäß § 12 Z 4 PrTV-G iVm §§ 8, 4 Abs 5 und 16 Abs 3 PrTV-G abgewiesen. Der am 19.06.2002 eingebrachte Antrag auf Zuteilung der Übertragungskapazität WIEN 1, Kanal 34, wurde gemäß § 16 Abs 1, 2 und 3 PrTV-G iVm § 4 Abs 5 PrTV-G und § 13 Abs 8 AVG als verspätet zurückgewiesen.

Mit Schreiben vom 28.05.2002 zog die n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH & Co KG gemeinsam mit Karl-Ulrich Kuhlo, Dr. Helmut Brandstätter und Mag. Michael Grabner ihren Antrag auf Erteilung einer Zulassung zur Veranstaltung von nicht-bundesweitem Fernsehen zurück.

Mit Schreiben vom 28.05.2002 gab die Ganymedia Network GmbH die Zurückziehung des Antrages auf Zuteilung von Übertragungskapazitäten der Anlage 1 zum PrTV-G bekannt.

Am 07.06.2002 kündigte der Antragsteller Bernhard Graf telefonisch die Zurückziehung seines Antrages an und zog diesen mit e-mail vom 13.06.2002 zurück.

Mit Schreiben vom 07.06.2002 wurden die Wiener Landesregierung sowie die Niederösterreichische Landesregierung über die verbliebenen Antragsteller informiert und es wurde die Möglichkeit einer (weiteren) Stellungnahme bis zum 08.07.2002 eingeräumt. Am 25.06.2002 nahm die Wiener Landesregierung, am 02.07.2002 die Niederösterreichische Landesregierung Stellung; beide empfahlen die Erteilung der Zulassung an den Antragstellerin PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH. Die Stellungnahmen wurden den Verfahrensparteien per Fax übermittelt:

Am 07.06.2002 wurden Dr. Alfred Grinschgl, Mag. Martin Pahs und Ing. Mag. Dr. Lukanowicz als Amtssachverständige beigezogen, mit dem Auftrag, ein Gutachten über das Vorliegen der finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen für die Veranstaltung von nicht-bundesweitem terrestrischen Fernsehen unter Nutzung der in der Anlage 3 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazität WIEN 1, Kanal 34, soweit dies aus den Anträgen erschließbar ist, zu erstatten. Die Parteien wurden davon mit Schreiben vom 07.06.2002 verständigt. Das Gutachten der Amtssachverständigen wurde den Verfahrensparteien am 02.07.2002 zugestellt.

Am 10.06.2002 wurde seitens der Lokal TV Austria GmbH in Gründung telefonisch mitgeteilt, dass der Antrag grundsätzlich aufrecht erhalten bleibe. Mit Schreiben vom 12.06.2002 erging an die Lokal TV Austria GmbH in Gründung ein Mängelbehebungsauftrag, in welchem der Lokal TV Austria GmbH in Gründung eine Frist von einer Woche ab Zustellung des Schreibens zur Behebung der Mängel eingeräumt wurde. Da der Mängelbehebungsauftrag seitens der Lokal TV Austria GmbH in Gründung nicht erfüllt wurde, wurde der Antrag der Lokal TV Austria GmbH in Gründung mit Bescheid der KommAustria vom 27.06.2002, KOA 3.130/02-71, gemäß § 13 Abs 3 AVG zurückgewiesen.

Der Rundfunkbeirat hat in seiner Sitzung vom 05.07.2002 die Erteilung der Zulassung an die PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH empfohlen. Diese Empfehlung wurde den Parteien in der mündlichen Verhandlung am 09.07.2002 mitgeteilt.

Zu der für 09.07.2002 anberaumten mündlichen Verhandlung wurden alle Antragsteller ordnungsgemäß geladen und waren bei der Verhandlung anwesend. Die Übertragung des Tonbandprotokolls der Verhandlung wurde allen Antragstellern am 11.07.2002 übermittelt. Dem in der mündlichen Verhandlung gestellten Antrag der Ganymedia Network GmbH auf Einsichtnahme in das Protokoll der Sitzung des Rundfunkbeirates vom 05.07.2002 wurde mit Zusendung des entsprechenden Protokollauszuges an alle Parteien am 11.07.2002 entsprochen.

Mit Schriftsatz vom 25.07.2002 teilte die PULS CITY TV GmbH mit, dass zu der am 17.6.2002 im Amtsblatt der Wiener Zeitung veröffentlichten Zusammenschlussanmeldung innerhalb der Frist des § 42 b Abs 1 KartG kein Prüfungsantrag eingelangt ist. Die Bestätigung des Kartellgerichtes soll unverzüglich, mithin in den nächsten Tagen ausgestellt werden. Die Antragstellerin werde sie unverzüglich nach Vorliegen an die Behörde übermitteln. Weiters wurde mitgeteilt, dass der Anteilserwerb durch die Online Media Beteiligungs GmbH damit wirksam geworden ist. Die aufschiebende Bedingung der in der außerordentlichen Generalversammlung unter Mitwirkung des neuen Gesellschafters gefassten Gesellschaftersbeschlüsse, die Firma der Antragstellerin auf „PULS CITY TV GmbH“ zu ändern und den Gesellschaftsvertrag neu zu fassen, sei damit eingetreten. Die

Firma der Gesellschaft laute daher nunmehr „PULS CITY TV GmbH“. Vorgelegt wurde weiters die Anmeldung zur Eintragung ins Firmenbuch.

Mit Schreiben vom 26.07.2002 legte die PULS CITY TV GmbH den Beschluss des Kartellgerichtes vom 23.07.2002, 26 Kt 201/02-7, hinsichtlich der Anmeldung eines Zusammenschlusses gemäß § 42 a KartG vor, mit dem die Eintragung des Zusammenschlusses unter der Kartellzahl Z 2324 – Puls City TV GmbH angeordnet wird.

Mit Telefax vom 29. Juli 2002 beantragte die Ganymedia Network GmbH unter Vorlage einer „Stellungnahme zum Gutachten der Amtssachverständigen im Verfahren zur Erteilung einer Zulassung von nicht bundesweitem Privatfernsehen im Ballungsraum Wien“ andere Amtssachverständige mit der Erstellung eines Gutachtens über das Vorliegen der finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen zu beauftragen. Schließlich brachte die Ganymedia Network GmbH am 29.7.2002 um 19:36 Uhr per e-mail noch einen „Businessplan Szenario II“ ein, in dem Adaptierungen hinsichtlich der erwarteten Werbeeinnahmen – unter der Grundannahme einer weniger dynamische Entwicklung sowohl am Publikumsmarkt als auch am Werbemarkt – vorgenommen wurden.

2. Sachverhalt

Aufgrund der Anträge sowie des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

PULS CITY TV GmbH

Die Antragstellerin PULS CITY TV GmbH ist eine zu FN 215534 m beim Handelsgericht Wien eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung und einem zur Hälfte einbezahlten Stammkapital von 35.000 € (der zum Zeitpunkt der Erlassung dieses Bescheids im Firmenbuch eingetragene Firmenwortlaut „PULS CITY TV Rundfunkveranstaltungs GmbH“ wurde in der am 20.03.2002 abgehaltenen außerordentlichen Generalversammlung der Antragstellerin auf „PULS CITY TV GmbH“ geändert, die Anmeldung zur Eintragung zum Firmenbuch ist erfolgt).

Gesellschafter der Antragstellerin sind:

- die VSV Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH mit einem Anteil, der einer Beteiligung von 45,1 % entspricht;
- die GEWISTA Media Holding GmbH mit einem Anteil, der einer Beteiligung von 30 % entspricht,
- die Online Media Beteiligungs GmbH mit einem Anteil, der einer Beteiligung von 24,9 % entspricht. Diese Beteiligung ist noch nicht im Firmenbuch eingetragen, der mit Notariatsakt vom 20.03.2002 vereinbarte Erwerb der Anteile von RA Dr. Markus Boesch, der diese Anteile zum Zeitpunkt der Antragseinbringung gehalten hat, ist jedoch durch Wegfall der aufschiebenden Bedingung der kartellrechtlichen Nichtuntersagung wirksam geworden und zur Eintragung ins Firmenbuch angemeldet.

Von dem von der VSV Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH gehaltenen Anteil ist ein Teil im Ausmaß von 10 % (Stammeinlage Euro 3.500) zur Abgabe an Einzelpersonen wie etwa Mag. Michael Himmer (Geschäftsführer Barci & Partner/Young Rubicam) und Hans-Jürgen Manstein (Manstein-Verlag) sowie leitende Mitarbeiter (insgesamt etwa 5 %) vorgesehen; Vereinbarungen bestehen dazu noch nicht. Dabei handelt es sich nicht um eine Treuhandschaft, sondern um Absichtserklärungen über geplante Abtretungsvorgänge.

Gesellschafter der VSV Beteiligungs- und Verwaltungs GmbH sind je zu einem Drittel Martin Blank, die Imcom Immobilien und Medien GmbH & Co. KG und die Neue KR-Medien Beteiligungs GmbH. Persönlich haftender Gesellschafter der Imcom Immobilien und Medien

GmbH & Co. KG ist die Eicura Verwaltungs GmbH mit Sitz in Gröbenzell. Deren Alleingesellschafter ist Rechtsanwalt Dr. Eike Götz aus Gröbenzell. Kommanditisten der Imcom Immobilien und Medien GmbH & Co. KG sind Dr. Eike Götz und Jutta Götz jeweils mit einer Kommanditeinlage von € 125.000. Alleiniger Gesellschafter der Neue KR-Medien Beteiligungs GmbH ist Dr. Klaus Küber.

Die GEWISTA Media Holding GmbH ist eine österreichische GmbH mit Sitz in Wien; sie ist mit Notariatsakt vom 5.11.2001 errichtet worden und zu FN 215524 y im Firmenbuch des Handelsgerichtes Wien registriert. Alleinige Gesellschafterin der GEWISTA Media Holding GmbH ist die GEWISTA Werbegesellschaft m.b.H. Gesellschafter der GEWISTA Werbegesellschaft mbH sind mit einer Stammeinlage, die einer Beteiligung von 67 % entspricht, die JCDECAUX Central Eastern Europe Holding GmbH und mit einer Stammeinlage, die einer Beteiligung von 33 % entspricht, die Progress Beteiligungs GesmbH.

Die JCDECAUX Central Eastern Europe Holding GmbH ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Wien; sie ist zu FN 95031 b im Firmenbuch des Handelsgerichtes Wien eingetragen. Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt EUR 2,067.138,39. Gesellschafter der JCDECAUX Central Eastern Europe Holding GmbH sind mit einer Beteiligung von 58,5 % entsprechenden Stammeinlage die JCDECAUX S.A. und mit einem Anteil von 41,5 % die B & C Beteiligungs Management GmbH. Die JCDECAUX S.A. ist zu B307570474 in das Handelsgericht der R.C.S. Nanterre eingetragen; es handelt sich um eine börsennotierte Aktiengesellschaft (Société anonyme) mit Sitz in Neuilly sur Seine. Die Aktien der JCDECAUX S.A. stehen zu 69,52 % im Eigentum der JC DECAUX Holding, 22,35% sind im Streubesitz und 8,18% werden von Mitgliedern der Familie Decaux und Mitarbeitern gehalten. Die JC DECAUX Holding steht zu 99,98% im Eigentum der Familie Decaux.

Die B & C Beteiligungs Management GmbH ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Wien; sie ist zu FN 62945 t in dem Firmenbuch des Handelsgerichtes Wien eingetragen. Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt EUR 5,100.000,--. Gesellschafter der B & C Beteiligungs Management GmbH sind mit einem Anteil von mehr als 99,99 % die B & C Holding GmbH und mit einer Stammeinlage von EUR 100,-- (entspricht etwa 0,002 %) die Kommerz-Realliegenschaftsverwertungs Gesellschaft mbH. Einzige Gesellschafter der B & C Holding GmbH ist die B & C Privatstiftung, deren Stifterin die Bank Austria/CA-Gruppe ist.

Die Progress Beteiligungs GmbH ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Wien; sie ist zu FN 33662 d im Firmenbuch des Handelsgerichtes Wien registriert. Das Kapital der Gesellschaft beträgt ATS 3,500.000,--. Die Gesellschafter sind zu 40 % die A.W.H. Beteiligungs Gesellschaft mbH und zu 60 % die Wiener Städtische Allgemeine Versicherungs AG. Die A.W.H. Beteiligungs Gesellschaft mbH ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in Wien. Sie ist zu FN 55464 s in dem Firmenbuch des Handelsgerichtes Wien eingetragen. Das Stammkapital beträgt ATS 3,000.000,--. Einziger Gesellschafter ist der Verband der Wiener Arbeiterheime.

Die Online Media Beteiligungs GmbH ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Online Media Computerdienstleistungs GmbH, die persönlich haftende Gesellschafterin der Online Media Computerdienstleistungs GmbH & Co KG ist. Kommanditistin der Online Media Computerdienstleistungs GmbH & Co KG sowie alleinige Gesellschafterin der Online Media Computerdienstleistungs GmbH ist die Teleport Consulting und Systemmanagement GmbH, deren Alleingesellschafterin die EAR Beteiligungs GmbH ist. Alleingesellschafterin der EAR Beteiligungs GmbH – und damit wirtschaftliche Letzteigentümerin des Anteils der Online Media Beteiligungs GmbH an der PULS CITY TV GmbH – ist die EAR Privatstiftung. Die Stiftungsvorstände dieser Gesellschaft sind Dr. Günther Cerha, Alfons Döser, Dr. Christian Konzett und Herbert Hager.

Die Online Media Computerdienstleistungs GmbH & Co KG hält 30 % der Anteile der Donauradio Wien GmbH, die über eine rechtskräftige Zulassung zur Veranstaltung eines Hörfunkprogramms für das Versorgungsgebiet „Wien 92,9 MHz“ verfügt.

Die EAR Beteiligungs GmbH hält 61,5 % an der Eugen Ruß Vorarlberger Zeitungsverlag und Druckerei GmbH, welche zu 26 % an der Vorarlberger Regionalradio GmbH und zu 10 % an der RRT-Regionalradio Tirol GmbH beteiligt ist. Diese Unternehmungen verfügen über Zulassungen für die Veranstaltung von Hörfunk für Vorarlberg bzw. Tirol.

Hinsichtlich der finanziellen Planung geht die PULS CITY TV GmbH bei der Berechnung der Erlöse von einem durchschnittlichen Marktanteil von 7% (in den Kabel- und Satellitenhaushalten von 2 - 4%, in den terrestrisch versorgten Haushalten bis 10%) aus. Für das „Real-Case-Szenario“ wird ein Marktanteil bei den Sehern von 5% unterstellt.

Der TKP wird durchschnittlich mit € 9,08 (ATS 125) angesetzt. Zusätzlich zu den Werbeeinnahmen sollen Erträge aus Sonderwerbformen (ca. 14% der Nettoerlöse), Transaktionserlöse (Tele shopping, -games, m-commerce, ca. 10%) und Content- und Eventsyndication (ca. 10% der Nettoerlöse) erzielt werden. Aller Voraussicht nach wird der Anteil dieser „Sondererlöse“ von Jahr zu Jahr steigen, um spätestens im Jahr 3 dieses Niveau zu erreichen. Die Berechnungen der Erlöse für die Werbeeinnahmen sind plausibel und nachvollziehbar.

PULS CITY TV wird 90 Vollbeschäftigte im Jahresdurchschnitt einsetzen. Die im Businessplan angegebenen Personalkosten entsprechen dieser Mitarbeiteranzahl.

Bezüglich der Versorgungskosten setzt PULS CITY TV die Kosten für die Mitbenutzung von Sendeanlagen laut ORF-Angebot (€ 388.399, ATS 5,3 Mio.) an. Die Programmkosten für den Zukauf werden mit € 72.672 p.a. (ATS 1 Mio.) angesetzt. Dieser Wert entspricht dem Programmschema mit fast ausschließlich selbst produzierten Formaten. Die Kosten für Studio- und Übertragungstechnik wurden inklusive der Übertragungswägen mit € 7,4 Mio. (ATS 101,8 Mio.) kalkuliert und sind plausibel. Die Gesamtkosten liegen zwischen € 9,0 Mio. (ATS 124 Mio.) im Jahr 2003 und € 10,3 Mio. (ATS 142 Mio.) im Jahr 2007

Das Geschäftskonzept der PULS CITY TV GmbH wurde von Roland Berger Strategy Consultants im Auftrag der PULS CITY TV GmbH einer betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen. Das Ergebnis dieser Prüfung sind überarbeitete Planungsrechnungen, die von der PULS CITY TV GmbH übernommen werden; insbesondere ergibt sich daraus ein leicht erhöhter TKP von € 10,90 bei reduzierten Marktanteilserwartungen.

Die Finanzierung wird durch die Gesellschafter der Antragstellerin erfolgen, gegebenenfalls auch durch Fremdkapital, das durch die Gesellschafter besichert wird. Seitens der (indirekten) Gesellschafter GEWISTA Werbegesellschaft mbH und EAR Beteiligungs GmbH sowie der Neue KR-Medien Beteiligungs GmbH und der EICURA Verwaltungs GmbH wird das Projekt mit den erforderlichen Finanzmitteln ausgestattet werden.

Die Gesellschafter der Antragstellerin können ausreichendes Know-how zur Veranstaltung des geplanten Rundfunkprogramms einbringen. Die Gesellschafter der VSV Beteiligungs- und Verwaltungs AG verfügen über Erfahrung im Bereich von privatem Hörfunk (sowohl in Deutschland als auch in Österreich) und privatem Lokalfernsehen in Bayern. Die GEWISTA Werbegesellschaft mbH verfügt über eine Tochtergesellschaft, die Infoscreen Austria Gesellschaft für Stadtinformation GmbH über Videoscreens/ Informationsportale in den Wiener U-Bahn-Stationen verfügt und pro Woche etwa 1 Mio. Menschen erreicht (Reichweite von über 50 % in Wien); aus diesem Unternehmen verfügt sie über Vermarktungs-Know-how im Raum Wien. Die EAR Beteiligungs GmbH als indirekte Gesellschafterin der

Antragstellerin verfügt nicht nur über (teilweise indirekte) Beteiligungen an Printmedien, sondern auch an mehreren Hörfunkveranstaltern sowie Online-Medien.

Geschäftsführer der Antragstellerin ist RA Dr. Markus Boesch. Harald Hackenberg ist für den Bereich Programm verantwortlich und soll nach dem Sendestart als vollzeitbeschäftigter, gewerberechtl. Programmgeschäftsführer fungieren. Harald Hackenberg ist Inhaber einer TV-Beratungs- und Produktionsfirma und seit 19 Jahren für Fernsehstationen im In- und Ausland, davon mehr als 12 Jahre direkt oder indirekt für den ORF, tätig. Auch aus seiner früheren Tätigkeit für Wien 1 und ATV ist er mit dem Aufbau und dem Management von Fernsehsendern vertraut.

Kaufmännischer (handelsrechtlicher) Geschäftsführer soll nach Erteilung der Zulassung Mag. Michael Himmer werden. Mag. Himmer ist derzeit Geschäftsführer der Werbeagentur Barci & Partner/Young & Rubicam. Er verfügt über langjährige Erfahrung im Bereich der Medienberatung und überdies – als Geschäftsführer von großen Werbeagenturen – über kaufmännisches Know-how und genaue Kenntnisse der Medienbranche.

Weiterer leitender Mitarbeiter im Programmbereich mit dem Verantwortungsbereich „Konvergenz TV/Radio/Internet“ wird Diplom-Journalist Martin Blank sein. Martin Blank ist derzeit Geschäftsführer und Gesellschafter der VSV (Vienna Soundvision) Beteiligungs und Verwaltungs GmbH. Martin Blank verfügt über Kenntnisse im Bereich Rundfunk, Marketing und Contentkonvergenz und jahrelange Erfahrung im Bereich elektronischer Medien, insbesondere aufgrund seiner Tätigkeit als Geschäftsführer des regionalen Privatradios RPN (von 01/1999 bis 12/2000).

Die technische Planung und Gesamtleitung des Senders sollen von Ing. Erwin Keil durchgeführt werden. Er ist ausgebildeter Video- und Fernsehtechniker mit 25 Jahren Berufspraxis sowie Fachmann für digitale Videotechnik und verfügt über weitreichende Kenntnisse über die technischen Erfordernisse einer TV-Station. U.a. war er für die technische Konzeptionierung und Umsetzung bei Wien 1 verantwortlich. Weiters ist Ing. Keil Inhaber und Geschäftsführer der ameg-advanced-media-group, media systems gmbh sowie Lektor an der Filmschule Wien und Konsulent des aafp (austrian film and video producers committee).

Insgesamt sollen etwa 90 Mitarbeiter in den Bereichen Redaktion, Produktion, Technik und Verwaltung tätig sein. Geplant ist, den personellen Aufwand in der Verwaltung niedrig zu halten. Vermarktungsaktivitäten sollen von eigenen Profitcentern betrieben oder ausgelagert werden. Die Auswahl der Mitarbeiter wird laut Antrag im „Drittmix“ erfolgen: An den Schlüsselstellen und in leitenden Funktionen werden Profis aus der Fernsehbranche eingesetzt. Ein weiteres Drittel des Stabes soll aus ambitionierten Interessenten bestehen, die bereits erste Erfahrungen mit Medien gesammelt haben. Das verbleibende Drittel der Belegschaft soll aus Newcomern und Quereinsteigern gebildet werden, die von Beginn an professionell geschult und ausgebildet werden. Es ist geplant, alle Mitarbeiter vor Sendestart, zumindest 6-8 Wochen speziell auf die Erfordernisse des Sendebetriebs und im Umgang mit der vielfach neuen Technik zu schulen. Die Kosten dafür sind durch das erste Geschäftsjahr in der Mehrjahresplanung dargestellt.

Das Programm richtet sich tageszeitabhängig an spezifische Altersgruppen, wobei im gesamten Tagesablauf alle Zuschauersegmente und alle Publikumsinteressen abgedeckt werden sollen.

Die Sendezeit von PULS City TV soll grundsätzlich täglich 23 Stunden und 30 Minuten betragen. Das Programm soll täglich 14 Stunden live (6:00 Uhr bis 20:15 Uhr, ausgenommen ORF-Regionalprogramm) gesendet werden, davon sechs Stunden eigengestaltete Zielgruppenformate von mobilen Sendeeinheiten. Das Programm der Antragstellerin soll

modern, serviceorientiert, unbekümmert, sympathisch, verlässlich, verständlich, aktuell und schnell gestaltet werden.

Die sogenannte SplitBox, ein grafisch gestalteter Bereich am unteren Bildrand, in welchen sich programmergänzende Text- und Bildinformationen einspielen lassen, soll das Programm um verschiedene Formen der Mehrwertnutzung bereichern.

Die Splitbox dient als elektronischer Programmnavigator (EPG) des Senders. Dadurch sollen zuschaltende Seher sofort über Uhrzeit und Inhalt des aktuellen Programms orientiert werden und über weitere Programmpunkte informiert werden. In der Splitbox werden zudem ergänzende Informationen zum gesendeten Programm dargestellt, wie etwa Kontakttelefonnummern, E-Mail- und Webadressen.

Die Infoshow von PULS City TV am Morgen ist von zwei zentralen Säulen getragen: Verkehrsnews live im Bild einerseits und sonstige wichtige Nachrichten und Wetter im aktuellen Textfenster der Splitbox andererseits; als Audiosignal soll ein Wiener Radiosender geschaltet werden, der die Zuschauer in den Morgen begleitet. Via Kamera können die Zuschauer live im Radiostudio dabei sein. Die Antragstellerin hat mit mehreren Wiener Radioveranstaltern Gespräche geführt, konkrete Vereinbarungen wurden jedoch nicht abgeschlossen. Live aus der Verkehrsleitzentrale der Wiener Polizei sollen die wichtigsten Bilder der 250 Verkehrsüberwachungskameras der Stadt gezeigt werden. Ebenso sind Tipps zu den öffentlichen Verkehrsmitteln geplant.

Am Vormittag sollen die Zuseher durch Spiele zum Mitmachen animiert werden. Anrufer werden automatisch durch ein Quiz geführt, das parallel auch am TV-Schirm zu verfolgen ist. In kurzen Zuspielbeiträgen werden Fragen rund um Wien gestellt. Der erfolgreichste Teilnehmer jeder Runde gewinnt einen kleinen Geld- oder Sachpreis.

Mit „Schaufenster“ sendet PULS City TV am Vormittag ein Programm, das auf die Bedürfnisse der im Haushalt beschäftigten Menschen ausgerichtet sein soll. Verknüpft werden einfache und anschauliche Konsumenteninformationen, Einkaufstipps, Bestpreisangebote, Produktinformationen, Neueinführungen oder Preisvergleiche mit klassischen Teleshoppingangeboten in Form von Homeshopping-Leisten. Neben Konsumentenservice und Shoppingangeboten soll die Möglichkeit bestehen, über Mehrwertnummern aktiv am Sendegeschehen, wie z.B. Ratespiele, Versteigerungen oder Telegames, teilzunehmen. Bei dieser Sendefläche handelt es sich um eine Teleshopping-Sendefläche mit unterschiedlichen Ausprägungen.

Der Nachmittag ist laut Antrag die Primetime von PULS CITY TV. In fünf Sendungen von 14:00 bis 19:00 Uhr soll eine eigenproduzierte Live-Programmstrecke gesendet werden. Mit TV-Trucks wird jeweils für einen oder mehrere Tage an einem Ort im Großraum Wien, der im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit steht, Programm produziert. Diese Events sollen jedoch nicht Programminhalt, sondern Ambiente für das Programm darstellen.

Der Aufbau dieser Formate folgt einer einheitlich dramaturgischen Struktur, die vom Publikum leicht gelernt werden soll. Die Formate sind durch kurze Zwischensignations rubriziert. Jedes Format soll gleichermaßen Unterhaltung, Service und Information bieten, sich jedoch an spezifische Altersgruppen wenden. Alle Formate werden von zwei Moderatoren vor Publikum präsentiert und beinhalten Live-Elemente wie Interviews, Spiele, Diskussionen und Show-Acts. Außerdem sollen zugespielte Beiträge eingebunden werden, in denen Interviewgäste oder Gesprächsthemen, zielgruppenspezifische Veranstaltungshinweise, Servicebeiträge, aktuelle Regionalinformationen (Breaking News) oder auch Musik-Clips, angerissen werden. Der Schwerpunkt des Programms soll in dieser „access primetime“ liegen

Mit den Nachmittagsformaten sollen vor allem Jugendliche und ihre Interessen angesprochen werden. Bei allen Themen, Beiträgen, Gästen und Zuspelungen sollen die neuen Medien als integraler Sendungsbestandteil eingebunden werden.

Die Nachrichtensendung „Boulevardnews“ von PULS City TV soll die regionalen, nationalen und internationalen Nachrichten des ORF ergänzen. Die Meldungsübersicht soll 2-3 Minuten dauern, kurze Headlines die Schlagzeilen des Tages abhandeln. Danach werden weitere 2-3- Minuten die lokalen Schlagzeilen für Wien und Umgebung ebenfalls in Kurzform gemeldet. Der dritte Newsblock soll sich großen und kleinen Geschichten von vor allem österreichischen und besonders Wiener Prominenten, Gerüchten sowie kleinen und großen Skandalen widmen. Dieser Block soll in die Event-Berichterstattung des vergangenen Tages übergehen. In mehreren gestalteten 1-3 Minuten langen, moderierten Beiträgen wird vor allem über die Ereignisse des vergangenen Abend- und Nachtlebens in Wien berichtet. Den Abschluss der Sendung bildet eine Wettervorhersage für Wien und Umgebung.

Laut Antrag ist vorgesehen, das gesamte Programm durch Bildmaterial, das aus einem ferngesteuerten Zeppelin („Blimp“) aufgenommen wird, zu unterstützen.

Zur Sendezeit um 20.15 Uhr will PULS City TV mit der täglichen Übertragung eines Mitschnittes eines Live-Konzertes einen Programm-Schwerpunkt in Österreichs Fernsehlandschaft setzen. Die Programmierung der Musikgenres soll einem festen Muster folgen, mit dem zu festgelegten Wochentagen eine bestimmte Zielgruppe erreicht werden soll, die durch die Programme anderer TV-Sender an diesem Tag weniger angesprochen wird. So soll der Samstag Hauptabend der klassischen Musik gewidmet werden. Jeweils an einem fixen Wochentag wird es „Young urban“ sowie Jazz & Blues geben. Es ist auch geplant, allenfalls einen Abend pro Woche mit aktuellen Theater- und Musicalproduktionen zu gestalten. Hier ist an eine Kooperation mit den Vereinigten Bühnen Wien gedacht.

Ab 22.00 Uhr soll ein Magazinformate gesendet werden, dessen konkreter Inhalt noch nicht feststeht. Geplant ist, in Kooperation mit Printmedien Special-Interest-Magazine einzuführen.

Hinsichtlich der Sendeleiste „offener Kanal“ hat die Antragstellerin Gespräche mit den Vertretern des Projektes „Offener Kanal“ im Wiener Kabelnetz geführt, wobei daran gedacht ist, Ausschnitte aus den Produktionen des „Offenen Kanals“, die eigens für Plus City TV zusammengestellt werden zu senden und diese auch in ihrer Anmutung an den Auftritt der Antragstellerin anzugleichen.

Am Wochenende sind vor allem am Morgen und am Nachmittag Abweichungen im Programmschema vorgesehen, so am Samstag und Sonntag Morgen ein Kinderprogramm mit Wiener Kasperln, am Samstag Nachmittag ein Liveprogramm mit Schwerpunkt Tipps und Spiele und am Sonntag Nachmittag Sport, wobei sich die Antragstellerin auf Randsportarten konzentrieren wird.

Folgendes Programmschema ist vorgesehen:

Zeit	Mo-Fr	Sa	So	Zeit
06:00	Genre: Service / Information Arbeitstitel: WienWecker	Genre: Service / Information Arbeitstitel: WienWecker		06:00
10:00	Genre: Unterhaltung / Spiel Arbeitstitel: Ruf an			10:00
11:00	Genre: Teleshopping Arbeitstitel: Schaufenster			11:00
14:00	Genre: Live-Magazin Arbeitstitel: @home	Genre: Live-Magazin Arbeitstitel: Live Dabei	Genre: Sport Arbeitstitel: SportEvents	14:00
15:00	Genre: Live-Magazin Arbeitstitel: After School			15:00
16:00	Genre: Live-Magazin Arbeitstitel: Generation@			16:00
18:00	Genre: Live-Magazin Arbeitstitel: Ganz Wien			18:00
19:00	Genre: Information Wien heute		Genre: Information Österreich heute	19:00
19:30	Genre: Unterhaltung / Spiel Arbeitstitel: Verspielt			19:30
19:55	Genre: Information / Unterhaltung Arbeitstitel: Boulevardnews			19:55
20:15	Genre: Unterhaltung / Musik Arbeitstitel: Bühne frei			20:15
22:00	Genre: Service / Special Interest Arbeitstitel: Magazin			22:00
22:30	Genre: Offener Kanal Arbeitstitel: O.K. Wien / T.I.V.			22:30
00:00	Genre: Special Interest Arbeitstitel: Web-Tv	Genre: Special Interest Arbeitstitel: Gogo	Genre: Special Interest Arbeitstitel: Partnerbörse	00:00
01:00	Nachtprogramm (Wh der Nachmittagsformate)			01:00

Ganymedia Network GmbH

Die Ganymedia Network GmbH ist eine zu FN 215532 i beim Handelsgericht Wien eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung und einem zur Hälfte einbezahlten Stammkapital von € 35.000,--. Die Gesellschaft wurde mit Gesellschaftsvertrag vom 5.11.2001 errichtet und am 7.11.2001 im Firmenbuch eingetragen. Geschäftsführer war ab Gründung RA Dr. Thomas Frad; seit 09.01.2002 wird die Geschäftsführung von Mag. Florian Novak wahrgenommen.

Gesellschafter der Ganymedia Network GmbH sind die Jupiter Medien GmbH mit einer Stammeinlage von € 33.250,-- und die ic2 consulting GmbH mit einer Stammeinlage von € 1.750,--. Die Jupiter Medien GmbH ist eine zu FN 209359 g beim Landesgericht Ried im Innkreis eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung und einem zur Hälfte einbezahlten Stammkapital von € 35.000,--. Gesellschafter sind Mag. Florian Novak mit einer Stammeinlage von € 17.500,--, Dr. Heinz Novak mit einer Stammeinlage von € 8.750,-- und Dr. Clemens Novak mit einer Stammeinlage von € 8.750,--. Mag. Florian Novak steht mit den beiden Gesellschaftern in einem Verwandtschaftsverhältnis: Dr. Heinz Novak ist der Vater, Dr. Clemens Novak der Bruder von Mag. Florian Novak. Die Jupiter Medien GmbH ist nicht Medieninhaberin, weder Mag. Florian Novak, noch Dr. Heinz Novak oder Dr. Clemens Novak sind Medieninhaber im Sinne des PrTV-G.

Mag. Florian Novak hält einen Anteil von 1,5 % an der N & C Privatrado Betriebs GmbH in Wien, diese verfügt über eine rechtskräftige Zulassung zur Veranstaltung von Hörfunk im Versorgungsgebiet „Wien 104,2 MHz“ und betreibt das Lokalradioprogramm Radio Energy. Mit einem Medieninhaber verbunden im Sinne des § 11 Abs. 6 PrTV-G ist Mag. Florian Novak nicht. Treuhandverhältnisse liegen nicht vor.

Die ic2 consulting GmbH ist eine zu FN 206823 b beim Handelsgericht Wien eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung und einem zur Hälfte einbezahlten Stammkapital von € 35.000,--. Gesellschafter sind Mag. Matthias Strolz mit einer Stammeinlage von € 17.500,-- und Ronny Hollenstein mit einer Stammeinlage von € 17.500,--. Die ic2 consulting GmbH ist weder Medieninhaber noch mit einem Medieninhaber im Sinne des § 11 Abs. 5 PrTV-G verbunden. Auch sind Mag. Matthias Strolz und Ronny Hollenstein weder mit einem Medieninhaber verbunden im Sinne des § 11 Abs. 6 PrTV-G noch sind sie selbst Medieninhaber. Treuhandverhältnisse liegen nicht vor.

Durch eine besonders hohe Akzeptanz des Senders möchte Ganymedia höhere Marktanteile erzielen als seine Mitbewerber um die Lizenz. Neben Einnahmen für klassische Werbung sollen Erlöse aus Wireless Anwendungen (SMS, MMS, 4% der Nettoerlöse), Sonderwerbformen (1% der Nettoerlöse) sowie Online Werbung (3% der Nettoerlöse) lukriert werden. Der Marktanteil an den Brutto-TV-Werbeausgaben Gesamtösterreich soll von 2,17% im Jahr 2004 bis auf ca. 5,65% im Jahr 2007 kontinuierlich ansteigen. Der Berechnung liegen 1,5 Mio. Wiener älter als 12 Jahre zugrunde. Der TKP wird mit € 10 (ATS 137,60) angesetzt. Ganymedia geht von Rabatten in der Höhe von 8% und Agenturprovisionen in der Höhe von 15% aus. Der erwartete Marktanteil an den Brutto-TV-Werbeausgaben ist insbesondere ab dem dritten Geschäftsjahr deutlich – teilweise um mehr als das Doppelte – höher als der von den Mitbewerbern PULS CITY TV GmbH und smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH erwartete Marktanteil. Diese Annahme über den erwarteten Marktanteil ist nicht plausibel.

Bezüglich des Personals gibt Ganymedia an, dass 201 Mitarbeiter (Ganztageskräfte) beschäftigt werden sollen. Die Anzahl ist vor allem unter dem Gesichtspunkt, dass das Konzept für ein bundesweite TV von Ganymedia die selbe Anzahl von Mitarbeitern (201) vorsah, sehr hoch angesetzt. Die im Businessplan angegebenen Personalkosten entsprechen diesen Angaben.

Die Gesamtkosten liegen laut Businessplan zwischen € 13,8 Mio. (ATS 190 Mio.) im Jahr 2003 und € 24,8 Mio. (ATS 341 Mio.) im Jahr 2007, bzw. im „Szenario II“, wie es am 29.7.2002 vorgelegt wurde, zwischen € 13,4 Mio und € 20,9 Mio.

Die Finanzierung soll durch Gesellschaftereinlagen in der Höhe von € 16 Mio. (ATS 220 Mio.) erfolgen. Diesbezügliche Erklärungen der Gesellschafter liegen nicht vor. Beide Gesellschafter der Ganymedia Network GmbH verfügen über ein zur Hälfte einbezahltes Stammkapital von (zusammen) € 35.000. Die Jupiter Medien GmbH verfügt über keine Einnahmen und über das zur Hälfte einbezahlte Stammkapital hinaus über keine Mittel zur Finanzierung. Konkrete Vereinbarungen oder Zusagen zur Finanzierung liegen – abgesehen von einer Gesellschaftererklärung – nicht vor. Eine vollständige Abdeckung der notwendigen Eigenmittel durch die Ganymedia Network GmbH und ihre Gesellschafter ist nicht möglich. Über die Aufbringung der Mittel, insbesondere auch durch einen geplanten Gesellschafterwechsel in der Jupiter Medien GmbH, liegen keine konkreten Vereinbarungen, insbesondere auch keine Garantien oder Finanzierungszusagen vor. Mag. Florian Novak verfügt über eine 1,5 % Beteiligung an der N & C Privatrado Betriebs GmbH; weitere Feststellungen zu seinem privaten Vermögen oder zum privaten Vermögen der weiteren Gesellschafter der Jupiter Medien GmbH können nicht getroffen werden.

Laut Antrag ist geplant, unter der Führung eines durch die Ganymedia Network GmbH zusammengestellten Teams aus internationalen Experten zur raschen Vorbereitung des Sendestarts die Schlüsselstellen interimsmäßig mit internationalen erfahrenen Führungskräften zu besetzen, die diesem hohen Anforderungsprofil entsprechen. Die Antragstellerin beabsichtigt zur Verwirklichung ihrer Programmvorstellungen eine vertragliche Vereinbarung mit dem kanadischen Medienunternehmen CHUM City International. Damit soll nach den Angaben der Antragstellerin auch die Absicht verfolgt werden, jungen österreichischen Nachwuchsführungskräften ein professionelles Begleiten zu ermöglichen um sie langfristig auf ihre eigenverantwortlichen Aufgaben vorzubereiten. Um eine Fernsehstation kostengünstig und hoch effizient zu führen, wird ein bewährtes und vom strategischen Partner CHUM International für TV-Stationen entwickeltes Arbeitsmodell angewendet.

Dabei wird laut Antrag in jeder Position auf multiple-skills gesetzt. Das beabsichtigte Station Design und der damit verbundene Schwerpunkt auf In-houseproduktion im „studiolosen Studio“ ist dabei auf redaktionelle Allrounder ausgerichtet. Da kein Outsourcing stattfindet, sollen mögliche zusätzliche Kosten auf ein Minimum reduziert werden. Die Verwendung der Videographietechnik soll dabei die Produktionskosten senken und das Berichterstattungspersonal auf Außenstationen um 75 % reduzieren. Insgesamt geht die Antragstellerin von einem Personalbedarf von insgesamt 201 Mitarbeitern aus.

Als vorläufiger Geschäftsführer der Ganymedia Network GmbH war zum Zeitpunkt der Antragstellung Dr. Thomas Frad tätig, mit Wirkung vom 09.01.2002 hat Mag. Florian Novak die Geschäftsführung übernommen. Der Geschäftsführer der Ganymedia Network GmbH führte in der mündlichen Verhandlung aus, dass geplant sei, Mag. Thun-Hohenstein als neuen Geschäftsführer einzusetzen. Es seien diesbezüglich Gespräche geführt worden, konkrete Vereinbarungen liegen nicht vor.

Die Ganymedia Network GmbH sieht in ihrem Antrag – der zunächst auf die bundesweite Zulassung und in eventu auf die gegenständliche Zulassung unter Nutzung der Übertragungskapazität Wien 1 Kanal 34 gerichtet war – auch mehrere „strategische Partner“ vor; diese „strategischen Partner“ werden im Antrag im Wesentlichen folgendermaßen beschrieben:

Jupiter Medien GmbH

Das Unternehmen – Jupiter Medien GmbH – ist Berater, Entwickler und Investor bei innovativen Medienprojekten. Jupiter Medien spezialisiert sich dabei auf Entwicklung und Konzeption konvergenter Lösungen im Bereich Online, Multimedia, Hörfunk und TV. Die Jupiter Medien GmbH ist mit 95 % an der Antragstellerin beteiligt. Geschäftsführer der Jupiter Medien GmbH ist Mag. Florian Novak. Mag. Novak absolvierte neben seinem Studium der Rechtswissenschaften an den Universitäten von Wien und Oslo einschlägige Ausbildungen als Print- und Hörfunkjournalist. Seine Konzeptionen aus österreichischen Jugendrädios mit einer Zielgruppenfokussierung auf Studierende und der bi-medialen Ausrichtung auf das Internet führte zur gemeinsamen Gründung des Wiener Lokalradios Radio Energy 104,2 mit internationalen Medienpartnern.

ic 2 Consulting GmbH

ic 2 ist in den beiden Geschäftsfeldern Unternehmensberatung und Filmproduktion tätig. Geschäftsführer im Bereich Unternehmensberatung ist Mag. Matthias Strolz. Mag. Matthias Strolz hat nach seiner Tätigkeit als ÖH-Vorsitzender an der Universität Innsbruck und nach Beendigung des Studiums der internationalen Betriebswirtschaft zahlreiche internationale Kursstudienprogramme absolviert und sich auf Bereich Personal- und Organisationsentwicklung spezialisiert. Weiters berät er zahlreiche non-profit und politische Organisationen in kommunikationsstrategischen Fragen. Ronny Hollenstein ist Geschäftsführer der Filmproduktion. Neben einem Regiestudium in New York und langjähriger Schauspielerfahrung hat er neben seinem Studium der Handelskommunikations- und Theaterwissenschaften Erfahrungen als Unternehmensberater gesammelt. In den letzten Jahren hat er zahlreiche Filme produziert. Darunter Kurzfilme, Dokumentarfilme und Imagefilme. Unter anderem für die Allianzversicherung, Wirtschaftskammer Vorarlberg, WIFI Wien. ic 2 hat neben Firmenkunden auch zahlreiche Einzelkunden die persönlichkeitsbildende Coachings buchen.

legend.at Consulting AG

Dem Motto forschen – beraten - kommunizieren folgend will legend.at Consulting AG ihre Klienten exzellente und auf deren Bedürfnisse abgestimmte Leistungen erbringen. Um diesen höchsten Ansprüchen gerecht zu werden, wurde ein integriertes Serviceportfolio aufgebaut, dass durch ein Netzwerk an strategischen Partnerschaften laufend unterstützt wird. Als Fullservice Beratungsunternehmen bietet Legend eine umfangreiche und integrierte Produkt- und Servicepalette in den Bereichen Marktforschung, Consulting und Kommunikationsberatung an, wobei ein Schwerpunkt im Bereich Strategieentwicklung liegt. Laut Antrag zeichnet sich die Geschäftstätigkeit von Legend durch ein sehr flexibles und auf die individuellen Bedürfnisse der Klienten abgestimmtes Dienstleistungsangebot aus. Das Spezialgebiet der legend.at Consulting AG sind neue Technologien und deren Integration in die Unternehmensstrategie. Ein besonderes Spezialgebiet von Legend liegt in der Beschäftigung mit den Themengebieten Medienanwendung, Mediennutzung und Medienkompetenz.

CHUM Ltd.

CHUM Limited ist eines der führenden unabhängigen kanadischen Medienunternehmen und entwickelt Fernsehformate und Multimediakontent für Medienunternehmen in 130 Ländern weltweit. CHUM Ltd. betreibt selbst 27 Radiosender, 7 lokale Fernsehsender, 10 Spartenkanäle und eine Tochter für Musikproduktion und Vertrieb. CHUM Ltd. setzt seinen unternehmerischen Schwerpunkt klar auf die Weiterentwicklung seiner technischen und programmlichen Leistungsfähigkeit. Im Jahr 2000 beschäftigte CHUM Ltd. 1865 Angestellte. CHUM Ltd. notiert an der Toronto Stock Exchange. CHUM Expertise im Gründen von Spezialkanälen, dem großen Potential für Synergien und der starken Marke sichert dem Unternehmen seine starke Position.

CHUM City Int.

CHUM City Int. ist die Entwicklungs- und Vertriebstochter von CHUM Ltd. und vertreibt CHUM Programme, Formate und Franchise in den Bereichen Online und Fernsehen in mehr als 130 Ländern weltweit. Dabei beschränkt sich CHUM City Int. nicht bloß auf den Verkauf von Originalprogrammen. Vielmehr bietet CHUM City Int. Fernsehlösungen an, die auf den spezifischen Produktionsstil und der einzigartigen Programmphilosophie von City TV und ihrer Schwesterstation MuchMusic basieren und mit wachsendem Erfolg weltweit angewendet werden.

Deutsche Fernsehnachrichten Agentur, DFA

Die Deutsche Fernsehnachrichten Agentur DFA beheimatet im Düsseldorfer Medienhafen, beteiligt sich bereits seit 1983 am Ausbau des deutschen kommerziellen Fernsehmarktes und hat sich dabei zur anerkannten Nachrichtenagentur entwickelt. Hinzugekommen sind die regionalen Medienhäuser und 1993 das aktive Beteiligungsgeschäft der DFA. Gesellschafter der DFA sind die nordrhein-westfälischen Verlage der Tageszeitungen Rheinische Post mit 52 % und des Bonner Generalanzeiger mit 22 % sowie das TV Unternehmen Info Bonn mit 26 % .

Die DFA stellt täglich den Nachrichtentag für Deutschland her. Alle wichtigen Ereignisse aus Politik, Wirtschaft, Sport, Entertainment und Zeitgeschehen werden viermal am Tag via Satellit aus der Nachrichtenzentrale der DFA in Düsseldorf gesendet. Die DFA verfügt über eine leistungsfähige Infrastruktur zur schnellen Nachrichtenübermittlung. Sieben Büros in Hamburg Düsseldorf, Frankfurt, München, Berlin, Leipzig und Hannover sowie vier Auslandsstudios in Washington, Brüssel, London und Moskau – alle mit Glasfaser/Satellit vernetzt und mit umfangreichen Schnittkapazitäten, garantiert dies aktuelle Produktionen und zuverlässige Liveschaltungen. Darüber hinaus verfügt die DFA über mobile Satellitenübertragungsfahrzeuge, die europaweit für eine schnelle und verlässliche Liveberichterstattung von Nachrichtenergebnissen eingesetzt werden.

Die Kooperation, die von der Ganymedia Network GmbH geplant wird, sieht den Zugriff auf internationales Nachrichtenmaterial vor, wobei dieses für die österreichischen Bedürfnisse entsprechend adaptiert werde. Die DFA ist derzeit auch Maßgeblicher Betreiber von GIGA Deutschland, auch in diesem Zusammenhang ist entsprechend dem vorliegenden Programmschema eine Kooperation geplant.

In einem am 4. Juli 2002 vorgelegten geänderten Programmschema, das laut Angaben der Antragstellerin gegenüber dem ursprünglich vorgelegten Programmschema „leicht überarbeitet, adaptiert und konkretisiert“ wurde, werden zusätzlich auch möglichen Kooperationen mit einem neuen „Metropolensender“ in Berlin angesprochen. Dazu hat Mag. Florian Novak Gespräche mit Prof. Alexander Kluge persönlich geführt. Es besteht Interesse, dieses „Metropol-Format“ auch in Wien einzusetzen; ein Vertrag besteht nicht.

Die im Zusammenhang mit dem Hauptantrag auf Erteilung der bundesweiten Zulassung angesprochene Zusammenarbeit mit der Red Entertainment GmbH wurde nicht vertraglich fixiert; es gibt Gespräche, aber keine Vereinbarungen mit Herrn Sebald von Red Entertainment gäbe, an dessen Einbindung in das Konzept von Ganymedia Network GmbH gedacht ist.

Eine über unverbindliche Absichtserklärungen hinausgehende strategische Partnerschaft besteht weder mit der Deutschen Fernsehnachrichten Agentur, noch mit der CHUM City International oder der CHUM Ltd. Hinsichtlich der legend.at Consulting AG können keine Feststellungen zur Bedeutung dieser „strategischen Partnerschaft“ getroffen werden, ebenso zur ic2 consulting GmbH. Die Haupttätigkeit der Jupiter Medien GmbH bezieht sich seit Gründung auf Vorbereitungstätigkeit zur Veranstaltung von privaten Rundfunkprogrammen.

Die Antragstellerin beabsichtigt die Veranstaltung eines zu einem sehr großen Teil eigenproduzierten Vollprogramms.

Laut dem für Wien adaptierten Programmschema für Wien ist im wesentlichen folgendes Programm mit dem Namen „ZETT.AT“ vorgesehen:

Das TV-Angebot der Antragstellerin versteht sich als permanente Einladung an das gesamte Wiener Publikum unabhängig vom Alter. Davon unberührt bleibt der Anspruch auf zielgruppenkonforme Programmgestaltung– abhängig vom Sendezeitpunkt des Programmangebotes.

Tragender Grundpfeiler der vorgenommenen Adaptionen ist, durch starke Vereinfachungen die Merkbarkeit des Programmablaufs zu erhöhen und dadurch die Vertrautheit des Publikums mit „seinem“ Fernsehkanal zu intensivieren. Dieser Ausbau der horizontalen Programmierung sichert auch bei einem zu Beginn nur sehr geringen Aufmerksamkeitsgrad des Publikums rasche Lernbarkeit des Programmtages: Jede Sendung, jeden Tag - zur gleichen Uhrzeit. Mit der verstärkten Kohärenz des Programmangebots wurden bisherige Programmideen unter dem Gesichtspunkt eines ausgeprägten Wienbezugs integriert.

Ein weiterer Ausbau der Nachrichten wurde vorgenommen, die sich nun durch den gesamten Tag ziehen: Vergleichbar mit dem Rhythmus erfolgreicher Hörfunkangebote wird nun von einzelnen Schwerpunktsendungen auf mehrminütige Nachrichtensendungen zu jeder vollen Stunde umgestellt (mit einer Ausnahme: aufgrund der Übernahme der Sendung „Bundesland Heute“ werden die ergänzenden Nachrichten um 19.25 gesendet).

Nach länger andauernden, vertiefenden Verhandlungen herrscht nun auch Klarheit über mögliche Rahmenbedingungen der Studioflächen im geplanten, größten innerstädtischen Einkaufs- und Handelsprojekt Wiens am neuralgischsten und zentralsten Platz der Mariahilferstraße. Die Produktionsmöglichkeiten im City Center Vienna erlauben nun eine präzisere Konzeption des Programmangebots, die freilich auf das konkrete Programmangebot durchschlägt (z. B. Vienna Calling).

Der ursprünglich angenommene, mögliche Sendestart mit Mai 2003 macht nun aufgrund des späteren Ausgangs des Verfahrens und unter der weiterhin bestehenden Annahme einer Pre-Launch-Phase von 12 Monaten eine Verlegung auf September 2003. Möglich wird dadurch, neue internationale Programmtrends, wie sie in den letzten Monaten vorgestellt wurden, zu integrieren (zB. NetCityCab).

Das geplante Angebot eines Offenen Kanals in Wien, dessen Realisierung in einer nun abgeschlossenen Studie auf einen fixen Kanalplatz im Angebot der Telekabel Wien abzielt, soll im geplanten Angebot der Ganymedia Network eine intelligente Ergänzung bzw. Verschränkung erfahren (siehe SIRIUS – Best of Offener Kanal).

Nach Gesprächen mit dem Autor und Filmemacher Prof. Alexander Kluge ist eine programmliche Kooperation mit dem Metropolenprogramm XXP geplant. XXP, das derzeit bereits u. a. in Berlin, Hamburg, Bremen und Nordrhein-Westfalen empfangbar ist, steht im Eigentum von Alexander Kluge, Dentsu Inc (Japan) und dem SPIEGEL Verlag und verfügt aufgrund der Zusammenarbeit mit den großen Verlagshäusern Neue Züricher Zeitung (NZZ) und der Süddeutschen Zeitung (SZ) sowie BBC Worldwide über jahrelange Erfahrung mit hoch-qualitativer, themenorientierter Programmierung. Die nun vorgenommene Integration dieses Programmangebots wird das urbane TV-Angebot der Ganymedia Network GmbH mit Reportagen und Dokumentationen um hochwertige, umfassende Information erweitern, das derzeit im Versorgungsgebiet Wien nicht empfangbar ist und damit eine optimale programminhaltliche Ergänzung sicherstellt. Da die Vereinbarung auf eine Erlösteilung der Einnahmen abzielt, ist der Zugriff auf das Angebot von XXP äußerst kostengünstig.

Das erfolgreiche Nutzen der Prime Time Access-Zeit kurz vor und nach der Sendung „Wien heute“ wird einer der Erfolgsfaktoren für das neue Angebot des Wiener Stadtsenders. Kontra-Maßnahmen zu den Plänen des ORF werden nun berücksichtigt (quiz@home).

Sowohl der Content selbst (beispielsweise junge Künstler, Schauspieler, Moderatoren, Redakteure) als auch die Producer (Kameraleute, Sendeabwickler, Editors, Screendesigner) sind laut Antrag zum Großteil Österreicher. Darüber hinaus soll der Faktor Bürgerbeteiligung einer der Säulen des Programms darstellen. Neben publikumsattraktiven Programmangeboten sollen Defizite in den Bereichen Fremdsprachen, Künstlerförderung, Bedürfnisse junger Menschen abgedeckt werden und Werte wie Europa, Toleranz, ein positives Lebensgefühl und reflektierter Konsum vermittelt werden. Geplant ist die Errichtung einer „studiolosen Fernsehstation“ und die damit kreierte Möglichkeit, überall im Headquarter zu drehen und zu produzieren und eine in jeder Hinsicht netzwerk-basierte Fernsehstation zu schaffen. Viele Programme von „ZETT.AT“ werden durch GSM-SMS and Artificial Intelligence Database Systems durchgehend interaktiv sein. Das erlaubt den Zusehern beispielsweise mittels ihrer Handys am Programm aktiv teilzunehmen. Jedes Programm soll seine eigene Internetplattform, auf der Ausschnitte und Hintergrundinformationen abrufbar sind, erhalten; einzelne spezielle Folgen werden live übertragen. Mit speziellen Flash- und Videotechnologien können die Zuseher live ins Programm eingreifen, zusätzliche Unterhaltungsdienste werden ebenfalls angeboten – dazu zählen Spiele, Umfragen, etc. Die Websites sollen über Nutzerdatenbanken zum Mittel, welche das Programm beeinflussen und aktiv den Zuseher in die einzelnen Folgen einbinden, werden. Weiter soll die Technik der Videographie eingesetzt werden. Mit digitalen TV-Kameras sollen sich die Reporter und Korrespondenten an den jeweiligen Schauplatz begeben, filmen, sich ins Bild setzen und den Bericht sofort elektronisch an die Redaktion übermitteln. Durch die spezielle Ausrüstung ersetzt ein einzelner Reporter ein ganzes Team und bindet den Zuschauer mit ein. Hinsichtlich des Programmschemas ist vorgesehen, die tägliche Sendezeit in eine Morgenfläche, eine Mittagsfläche, eine Abend- sowie eine Nachtfläche zu unterteilen.

Im Programmschema vom 04.07.2002 sind folgende Formate vorgesehen:

Wien- und Welt-Nachrichten

Hohe Ansprüche des immer kritischer beobachtenden Publikums, das Streben nach Qualitätsjournalismus und Nachrichten in Echtzeit sind die ausschlaggebenden Herausforderungen für uns. „News to use“ über das, was in „meiner“ Lebenswelt passiert: Live aus dem Newsroom, live vom Ort des Geschehens. Mit Kameras begeben sich die Reporter an den Schauplatz, filmen ihre Story, setzen sich ins Bild und senden den Bericht sofort elektronisch an die Redaktion. Ausgewogene, unabhängige Berichterstattung, die alle beteiligten Seiten umfasst, ist die Vorgabe. Nachrichten haben auf Z einen fixen Programmplatz zum Beginn jeder vollen Stunde (sowie um 19.25). Ziel ist: Mit den Bildern des Tages top-informiert innerhalb weniger Minuten.

Frühstücksfernsehen: sunriZe

Der Tag beginnt mit den Neuigkeiten zum Tag, präzisen Wetterberichten, Verkehrsmeldungen und einem Ausblick darauf, was in meiner Welt und Umwelt passieren wird, ebenso Gesprächsstoff aus Wirtschaft, Finanzen und Politik in Wien, Österreich und dem Rest der Welt. Im Mittelpunkt stehen "News-to-use" für die Zuseher in Wien. In einem "Selbstfahrerstudio" mit zwei Kameras führt ein Moderatorenteam durch die Sendung. Die Anmutung des Studios zielt dabei auf eine Morning-Show zum Ansehen ab (DJ-Pult). Kameraaufnahmen von neuralgischen Verkehrspunkten und Tagesvorschauen für Konzerte, Events, Ausstellungen, Theatervorstellungen werden durch grafische Informationen (Inserts) gestützt. Hocheffizient und mit minimalem Aufwand ist die Sendung als Informationsquelle und Begleiter für den erlebnishungrigen Fernsehuseher positioniert. Comedy-Elemente und Einkaufstipps gehören ebenso dazu wie das verlesene Horoskop zum Tag – der Start in den Tag mit „SunriZe“. Wochentags ab 6:00 Uhr.

MahlZett

Kreative Küche um 10 €: Schnell, simpel, saubillig und g'sund– das ist die Anforderung an die Küchenprofis und Küchenamateure, die vorzeigen, dass auch in Wien gutes Essen nicht teuer sein muss. Einkaufstipps von den Märkten in Wien, Tipps für Wiener Feinkostläden und neue Restaurants stehen im Mittelpunkt der Sendung für Haushaltsführende, Gastgeber und Singles. Das Publikum kann sich mit Fragen einbringen kann und die bereits gekochten Gerichte bis zum nächsten Mal evaluieren.

SIRIUS - Best of Offener Kanal Wien

Nach eigenem Selbstverständnis ist der Offene Kanal „ein Angebot an die Bevölkerung Wiens, Fernsehen selbst zu gestalten!“. Mit diesem Anspruch soll - neben dem geplanten Angebot im Wiener Telekabel – diese spezielle Sendefläche dem Offenen Kanal eine ideale Ergänzung bieten. Wir wollen mit dem geplanten „vielseitigen und experimentellen Programm“ auch das Recht auf freie Meinungsäußerung ein Podium bieten. Gedacht ist dabei an eine an intelligente Verschränkung mit dem Gesamtangebot von Z. Neben einer „interaktiven“ Andockstation für potenzielle Fernsehmacher, denen Medienkompetenz vermittelt wird, ist die Fläche mit dem Arbeitstitel „SIRIUS - Best of OK“ in der Nachtfläche auch darauf ausgerichtet, jene Zuseher zu erreichen, die keinen Telekabelanschluss haben. Vor allem in Wien lebende Immigranten aus Osteuropa, die ihre Heimatsender über ihren Satellitenanschluss beziehen, zählen sonst trotz geplanter einschlägiger Programmangebote zur schwer erreichbaren Zielgruppe des Offenen Kanals im Kabelnetz, da sie die Österreichischen Programme über die Hausantenne beziehen.

Giga Wien

Seit November 1998 ist GIGA in Deutschland das digitale TV-Fenster für die jungen Fernsehzuschauer und Internetnutzer. Jetzt kommt die Wien-Ausgabe für eine breitere Zielgruppe. GIGA Wien ist das TV-Programm der Generation @ in Wien und rundum die Uhr im Internet. GIGA Wien verbindet die altvertraute TV-Welt mit der dynamischen Online-welt zu einer perfekten Symbiose. Als Wegweiser in die digitale Zukunft versorgt GIGA Wien Zuschauer und Onlineuser mit fundierten und unterhaltsamen Informationen über aktuelle Trends im und rund um das World Wide Web, berichtet über die interessantesten Websites, testet die neuesten Games und Gimmicks, leistet Hilfestellung bei technischen Problemen und feiert gemeinsam mit seinen Zuschauern und Onlineusern die längste konvergente Internet-Party der Welt. Die Programmfläche wird dabei sowohl sprachlich durch eigene Moderatoren als auch in den Inhalten konsequent auf Wien ausgerichtet. GIGA wird von der Z-Redaktion und der Deutschen Fernsehnachrichten Agentur (DFA) gemeinsam produziert und in Wien gesendet. Mit dem Schwerpunkt auf Wien wurde die Sendefläche nun um zwei Stunden reduziert.

Wien lebt

Wien lebt, brodeln, pulsiert... Was man als aktiver Stadtbenutzer wissen muss, in der Sendung Wien lebt erfährt man es – täglich von 16 Uhr bis 18 Uhr. Der „Talk of the Town“ nimmt genauso Platz ein wie Interviews mit Szenegurus. Die Show direkt aus dem City Center Vienna in der Mariahilferstraße mit all jenen, die der Stadt etwas mitteilen wollen. Zuseher werden von der Straße in das Studio geholt, erzählen ihre ungewöhnlichsten, skurrilsten Erlebnisse vom Tag, Straßenkünstler liefern spontan ihre Performance. Rasende Reporter berichten von unterwegs. Infos über bevorstehende große Sportveranstaltungen, Events, Konzerte, welche die Stadt im Atem halten, gehören ebenso dazu. Eine eigene Festival-Rubrik bringt auch Mitschnitte von den verschiedenen Festivals der Stadt (Wiener Festwochen, Literatur um die Burg, ...). Ob Kunst, Kultur, ob Politik oder Sport – hier findet Leben „Stadt“.

StarTV

StarTV ist das Wiener Entertainment, Society & Lifestyle-Format auf Z. Die glitzernde Welt der Promis – und wie sie in Wien Einzug hält, der JetSet wird bei uns zum Z-Set. Sei es der Besuch von Schauspielern bei Kinopremieren in Wien, die Stippvisite von PopStars anlässlich von Konzerten oder LiveGigs. Z macht die Prominenten aus Österreich und aller Welt „greifbar“ – auch im wörtlichen Sinn. Fixer Bestandteil ist der Kontakt der Promis zu den Fans im „studiolosen“ Studio des City Centers Vienna. Die Botschaft ist klar: Bei uns triffst du die Stars persönlich.

quiz@home

Kurz vor Beginn der Prime-Time mit der Übernahme der Bundeslandsendung des ORF wird Wiens größte Quizshows stattfinden. Die Kandidaten sitzen dabei nicht im Studio, sondern: zu Hause vor Ihren Fernsehschirmen! Die Voraussetzung zur Teilnahme beschränkt sich auf ein Handy. Mittels SMS werden Fragen beantwortet und das Massenmedium SMS als Dialogmedium genutzt: Während der Bundeslandsendung Wien Heute wird dieses Quiz weitergeführt, der Zuseher bekommt Antwort-SMS von der Z-Redaktion – und die Quiz-Endrunde findet unmittelbar im Anschluss an die Nachrichtensendung des ORF statt. Gut dotierte Preise, die möglichst vielen zu Gute kommen, belohnen, „dran zu bleiben“.

G'sund heut! - das tägliche Gesundheitsforum

Neuigkeiten aus der Medizin, Tipps zur gesunden Ernährung, Wellness-Empfehlungen und eine Fragerunde mit ausgebildeten Experten aus Wien spannen den Bogen der Sendung. Die Palette reicht von Tipps für die Wohnungseinrichtung und am Arbeitsplatz, Angebote der Stadt zur

individuellen Gesundheitsvorsorge, Sportmöglichkeiten, Vorstellung von Gesundheitschecks bis zur Präsentation von Fitnessstudios und Gesundheitseinrichtungen.

Vienna Calling

Vienna Calling ist die Show- und Entertainment-Leiste aus Wien für Wien. Von der beispielbaren Showfläche im Herzen des City Centers Vienna wird diese Programmfläche als illustres Lebenszeichen der Bundeshauptstadt zum täglichen Fixpunkt im Programm. Ob vor Ort in der „Publikums-Arena“ inmitten anderer Zuseher oder zu Hause vor dem Schirm: ein Moderator, eine Moderatorin führt als Host durch die Sendung, die Wien zum Erlebnis und die Wienerinnen und Wiener zu Stars macht.

Ein Teil der bisherigen Prime-Time-Sendungen wurden unter dem Gesichtspunkt eines Bezugs zu Wien in die Sendung „Vienna Calling“ integriert und werden gekürzt als Rubrik geführt:

NetCityCab

Ursprünglich als moderner, fahrender Beichtstuhl konzipiert (SecretZ) wurde mit der Integration des Formats die Idee adaptiert. Gemeinsam mit der Kölner Firma SPIN TV - Special Interest GmbH statten wir einige Wiener Taxis mit modernster Kommunikationstechnik aus. Fix installierte Kameras zeichnen die schrägsten Fahrerlebnisse auf – Geständnisse, Partnersuche, Pizzabestellung, Verkaufsangebote von privat an privat. Ergänzt wird die „Einwegdarstellung“ durch Interaktionsmöglichkeiten aus dem Taxi via MMS, SMS, E-Mail, Chat. Das Taxi ist leicht erkennbar und wird dadurch zum mobilen Bestandteil des Stadtbildes, der gleichzeitig für den Stadtsender wirbt. Die Fahrer der einzelnen Taxis sind zum einen herkunftsprägen Originale und zum anderen von uns gecastete mit Beförderungslizenzen ausgestattete Entertainer / Moderatoren.

Das Format eignet sich vorzüglich für eine Ergänzung über das Internet. Der User kann anhand eines Bewegungsmelders auf dem online - Stadtplan von Wien die Fahrtrouten und Standorte der Taxen beobachten und online seine Buchung tätigen. DJ Ötzi auf dem Weg zum Flughafen, Nina Proll auf dem Weg zum Fotoshooting, ein Moderator auf dem Weg zum Auftritt. Sofort werden diese VIPs live ins TV-Programm übertragen oder zeitversetzt ausgestrahlt, da wir jeden Fahrgast nicht nur aufzeichnen sondern auch archivieren.

Durchbruch

Ganz normale Männer und Frauen aus dem Publikum müssen irgendwo in Wien „hineinkommen“, wo es sonst verboten wäre – sei es ein VIP-Bereich, eine spezielle Bar, ein Bürobereich, ...

Mit Charme und etwas Strategie können sie „durchbrechen“. Dazu sind sie mit einer versteckten Kamera und Mikro ausgestattet. Der Preis bei Erfolg ist die Erfüllung eines Wunsches. Publikumsbeteiligung via GSAIDBS sorgt für zusätzliche Spannung – auf den Ausgang jeder einzelnen Aktion können Tipps abgegeben werden.

Speakers Corner

Der Speakers Corner als fixe Einrichtung hat eigentlich Ähnlichkeiten mit einem Sofortbildautomaten – der allerdings mit einer Videokamera ausgestattet ist. Dieses Kastl hat dabei seinen Fixpunkt im Eingangsbereich des Gebäudes auf der Mariahilferstraße in Wien, das die Studios des Senders beherbergt. Jeder kann sich reinsetzen, einen Euro in den Automaten stecken und loswerden, was er schon immer sagen wollte. Die Aufnahmen können bereits unmittelbar nach der Aufzeichnung auf Sendung gehen, zusätzlich werden sie live im Internet gestreamt, und sollen auch als Videomail versendet werden können. Die Einnahmen daraus werden im Übrigen einem karitativen Zweck zugeführt. Der Speakers Corner wird zusätzlich auch als Terminal auf Events, Messen, in Einkaufszentren, Kaufhäusern, Kinos oder bei Versammlungen aufgestellt werden – und dient damit als Marketinginstrument dazu, den neuen Stadtsender sichtbar zu machen.

Das Terminal könnte zum kulturellen Phänomen und zum Schlüsselement der Programmgestaltung machen. Mehrere hundert Nachrichten können während der Woche aufgezeichnet werden. Die besten Beiträge werden laufend bei Vienna Calling eingespielt – eine weitere Zusammenfassung ist für Sonntag Nachmittag vorgesehen (siehe 8.17).

Vienna

In der Rubrik „Mission: Vienna“ werden berühmte Wienerinnen und Wiener portraitiert – seien sie nun bereits verstorben oder Zeitgenossen aus den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Politik, Soziales. Im Biographie-Talk werden Bezüge ihres Wirkens zur Gegenwart hergestellt.

Phänomen Z

Wien ist eine Stadt voller Sagen, Mythen und Legenden. Diese werden vorgestellt - aber nicht nur wahre Geschichten. Die Frage, ob etwas stimmt oder nicht, wird an das Publikum via GSAIDBS

weitergegeben. Dazu folgen Live-Reaktion mit Publikumseinbindung, neue „Fakten“, und schließlich die Enthüllung, ob das Phänomen wirklich ein solches ist oder eine Erfindung der Redaktion.

Business Couch

Im Mittelpunkt der Rubrik Business-Couch steht eine Wienerin oder eine Wiener, der beruflich etwas Großes bewegt hat. Kombiniert mit Karriere- und Ausbildungstipps kann in dieser Sendung jeder etwas dazulernen. Publikumseinbindung (Kommentare/Fragen) über Chat, GSAIDBS – die Statements werden eingeblendet.

Glückstreffer

Die Zuseher und das Internet-Publikum senden Video-Interviews von sich selbst ein.

Für jede Folge werden drei Männer und drei Frauen ausgewählt, ins Studio zu kommen und die Videos ihrer potentiellen Traumpartner durchzusehen – um schließlich ihr „Dreamdate zu erleben“. Sie müssen dabei jemanden der drei Teilnehmer des anderen Geschlechts auswählen. Das Publikum wählt darauf per GSAIDBS aus, welches der drei Paare am besten zueinander passt. Danach teilen die Studiogäste IHRE Wahl dem Gastgeber von mit. Wenn das Publikum und die Gäste dieselbe Wahl getroffen haben, kann das Gästepaar sein „Dreamdate“ auf Kosten des Senders erleben. In weiteren Folgen werden die Paare nochmals über ihre Erfahrungen interviewt.

Z Metropolen Programm

Urbanes Fernsehen zu entwickeln heißt auch, das ausgeprägte Bedürfnis von Stadtbewohnern nach hochwertiger, umfassender Information zu bedienen. Seit über einem Jahr beweist dabei der Sender XXP in Berlin, Hamburg, Bremen, dass anspruchsvolles, qualitätsorientiertes Programm und Privat-TV kein Widerspruch sein müssen. Im Rahmen einer programmlichen Kooperation mit XXP wird auf Z der Versuch unternommen, mittels hochwertiger Reportagen und Dokumentationen auch neue Zielgruppen aller Altersgruppen hinzu- und für das TV verlorene wieder zurückzugewinnen. Neben dem Thematisieren der Stadt Wien als klarer Programmschwerpunkt in den sonstigen Sendungen, erweitert diese Late-Night-Fläche den Informationshorizont von Z um eine internationale Komponente. Diese „Metropolenprogramm“ versteht sich dabei bewusst als Alternative zum bestehenden TV-Allerlei auf anderen Sendern. Die Überlegung hinter dem Programmangebot von XXP zielt auch auf eine konsequente Ergänzung ab: „Da sich die gebildete und einkommensstarke Gruppe der Zuschauer zunehmend von massenorientierten Angeboten abwendet, viele Zuschauer aber nicht nur die inhaltliche Qualität eines Beitrages, sondern auch die umfassende Auseinandersetzung mit einem Thema schätzen, werden auf dieser Programmleiste bevorzugt längere Beiträge gezeigt“, erklären dazu die Verantwortlichen von XXP.

Der Gesellschafter von XXP, der SPIEGEL Verlag, der Autor und Filmemacher Prof. Alexander Kluge und ein der größten japanischen Werbeagenturen, Dentsu Inc, verfügen unter anderem aufgrund langjähriger Zusammenarbeit mit den großen Verlagshäusern Neue Züricher Zeitung (NZZ) und der Süddeutschen Zeitung (SZ) sowie BBC Worldwide über umfassende Erfahrung mit der geplanten themenorientierten Programmierung auf Z. Dabei hat Prof. Alexander Kluge nach eigenen Angaben das Recht, als Erstabnehmer im deutschsprachigen (!) Raum die BBC-Produktionen zu senden. Der Zugriff auf das Archiv der dctp erlaubt dabei neben Produktionen aus Wien (Opern, Phettbergs Nette Leit Show) auch einen äußerst kostengünstigen Zugriff auf hochwertiges Programm: Die Vereinbarung zielt auf eine Erlösteilung der Einnahmen ab.

Die unterschiedlichen Themenabende gestalten sich folgendermaßen:

Montag: Current Affairs: Aktuelle Dokumentationen, Nachrichten, Magazine

Dienstag: Historie: Dokumentationen

Mittwoch: Wissenschaft und Zukunft

Donnerstag: Kunst und Kino

Freitag: Metropolen der Welt

Samstag: Gesellschaft und Kultur

Sonntag: Kult & Phantasie

UBOOT.at

Die Interaktions-Sendung. Eine Kombination von moderner österreichischer Musik (DJs, Nachwuchsbands) mit deren Kontaktdaten, Tourinfos etc. Im Split-Screen kommt dazu eine Oberfläche, in der Chat-Applikationen aus SMS und Internet gemeinsam laufen. Die Programmfläche ist eine „Selbstläufer“ ohne Moderation verschmelzen dabei online-screen und TV-Schirm – live.

Geplant ist dabei die Zusammenarbeit mit einem bestehenden Onlineangebot einer österreichischen Firma, die sich vor allem in der Zielgruppe erfolgreich etabliert hat und die Programmphilosophie optimal ergänzt. UBOOT.at vertreibt die Einsamkeit nächtlicher „Wacheulen“, morgendlicher Frühaufsteher und stellt Kontakte her, die vielleicht sonst nie möglich wären.

ZOOM

Der Vormittag am Wochenende steht ganz im Zeichen der Wiener Kids. Aktiv Wien zu erleben, darf keine Frage des Alters sein! Mit diesem Anspruch gibt es auf Z die Sendung ZOOM: Fernsehen, das „alle Sinne ins Spiel bringt“. In Zusammenarbeit mit dem Verein Interaktives Kindermuseum soll dieses Programmangebot zum Schauplatz spielerischen Forschens, Erfahrens und Lernens werden. Das heranZOOMen an die Welt der Kleinen ohne erhobenen Zeigefinger versteht sich dabei als ideale Ergänzung zum gleichnamigen Kindermuseum im Museumsquartier. Credo der Sendung ist dabei auch die Lust auf aktives Arbeiten mit Medien zu machen – und die Kleinen in der Rubrik ZOOMlab behutsam an spannende Möglichkeiten Neuer Medien heranzuführen.

Much Music

Much Music ist die Jugendleiste auf Z. In dieser urban orientierten Musiksendung wechseln sich Hintergrundberichte, Künstlerportraits und Videoclips ab. Dabei dreht sich alles um den „Supermarket of Styles“ von Musikstilen, Szenen und Lebensentwürfen – von Acid Jazz bis zu Rhythm & Blues. Als Vorankündigung für Events und Konzerte in Wien werden auch Konzerte internationaler oder nationaler Stars eingespielt.

z. B.

Wochenrückblick, Wochenvorschau auf Z – das steht im Mittelpunkt dieser Sendung. Ein Zusammenschnitt der besten Szenen aus der vergangenen Woche, und ein kurzer Überblick über die bevorstehenden Programmschwerpunkte in den kommenden sieben Tagen Z.

Club Z

Live zu einem aktuellen Thema lädt Z am Sonntag in den Donauturm, um jene Themen zu diskutieren, die der Wiener Bevölkerung unter den Fingern brennen. Das Top-Gesprächsthema der Woche wird dabei erörtert mit Betroffenen und den politisch Verantwortlichen. Tragende Säule der Diskussionsrunde ist ein profilierter Journalist als Gastgeber der Runde. Wird am Abend wiederholt.

Speakers´ Corner

Interaktives Fernsehen? Speaker´s Corner ist ein innovatives Fernsehformat, das bis in die Zusehergemeinde hineinreicht, die Zuseher ins Fernsehen bringt und damit ein Eckpfeiler für die Arbeit von Z new_media_tele_vision.. Gewissermaßen als elektronische Version des „Leserbriefes“ ermutigt Speakers Corner die Leute, ihre Anliegen zu artikulieren – zu welchem Thema auch immer, jederzeit. Und die besten Aufnahmen des Speakers´ Corner, der auch als Rubrik in der Sendung Vienna Calling geführt wird, bekommen am Wochenende eine eigene Sendung.

NetCityCab

Die skurrilsten Wiener Taxi-Fahrerlebnisse haben von nun an einen eigenen Sendeplatz! NetCityCab, die Wiener Taxis mit modernster Kommunikationstechnik, werden das Stadtbild verändern und zum Kult-Fahrerlebnis will. Die Sendung bringt eine Zusammenfassung der besten Szen, die teilweise auch bereits unter der Woche auf Vienna Calling zu sehen waren – moderiert freilich von unterwegs...

First Time

Im Sinne eines „Programmfensters“ entsteht hier ein eigener Aus- und Fortbildungskanal. Junge Film-, Video-, Musikschaffende werden eingeladen, ihre Arbeiten zu präsentieren und mit dem Publikum zu diskutieren – via GSAIDBS. Darüber hinaus ermöglicht ihnen die Präsenz in First Time erste Erfahrungen mit dem Phänomen, dass ihre Arbeiten gesendet und zur Diskussion gestellt werden. Auch für Theatergruppen, Nachwuchskabarettisten und Performance-Künstler kann First Time zum Sprungbrett für weitere Auftritte und Engagements werden.

Folgendes Programmschema ist vorgesehen:

1 Nachrichten. Mo - So, zu jeder vollen Stunde von 7.00 Uhr bis 18.00 Uhr, 19:25 Uhr, 20.00 Uhr bis 1.00 Uhr

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
06:00	2 Frühstücksfemsehen: sunriZe					13 ZOOM	
06:30							
07:00							
07:30							
08:00							
08:30							
09:00							
09:30							
10:00	10 Vienna Calling (Wh)						15 z. B,
10:30							
11:00							
11:30							
12:00	3 MAHLZETT					14 Much Music	16 Club Z
12:30							
13:00	4 SIRIUS - Best of Offener Kanal Wien						
13:30							
14:00	5 GIGA Wien						17 Speaker's Corner
14:30							
15:00							18 CityNetCab
15:30							
16:00	6 Wien lebt					6 Wien lebt ... Weekend	
16:30							
17:00							
17:30							
18:00	7 StarTV						
18:30							
18:50	8 quiz@home						
19:00	Wien heute						
19:23	8 quiz@home						
19:30	9 Gsund heut! - das tägliche Gesundheitsforum						
20:00							
20:15	10 Vienna Calling						16 Club Z (Wh)
20:30							
21:00							
21:30							
22:00	11 Z Metropolen Programm						
22:30							
23:00							
23:30	Current Affairs	Historie	Zukunft	Kunst und Kino	Metropolen	Gesellschaft	Kult und Phantasie
00:00							
00:30	4 SIRIUS - Best of Offener Kanal Wien					19 First Time	
01:00							
01:30							
02:00	12 Uboot.at						
02:30							
03:00							
03:30							
04:00							
04:30							
05:00							
05:30							

smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH

Die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH ist eine zu FN 216478a beim Handelsgericht Wien eingetragene Gesellschaft mit beschränkter Haftung und einem zur Gänze einbezahlten Stammkapital von 35.000 €. Gesellschafter der Antragstellerin sind mit einem Anteil von 41 % die ET Multimedia AG, die Targex Beteiligungsholding AG mit 41 % der Anteile und Thomas Madersbacher mit einem Anteil von 18 %.

Für den Fall der antragsgemäßen Lizenzerteilung haben die Gesellschafter der Antragstellerin eine Call/Put-Option vereinbart, wonach die Möglichkeit besteht, dass die ET Multimedia AG weitere Anteile an der Antragstellerin erwirbt, und zwar 41 % von der Targex Beteiligungsholding AG (wobei die Targex Beteiligungsholding AG diesfalls Anteile an der ET

Multimedia AG erhalten würde und somit weiterhin indirekt an der Antragstellerin beteiligt wäre) und 8 % von Thomas Madersbacher, der weiterhin mit 10 % unmittelbar an der Antragstellerin beteiligt bliebe.

Die ET Multimedia AG ist eine zu FN 95188h beim Handelsgericht Wien eingetragene Aktiengesellschaft. Die ET Multimedia Gruppe ist über vielfältige Beteiligungen im Medienbereich aktiv und ist über Beteiligungsgesellschaften, Medieninhaberin der zweitgrößten österreichischen Magazingruppe (Wiener, Wienerin, Option, Diva u.a.) sowie der Tageszeitung Wirtschaftsblatt.

Gesellschafter der ET Multimedia AG sind die Andreas Dressler Privatstiftung mit einem Anteil von 3,49 %, die Markus Bauer Privatstiftung mit einem Anteil von 3,14 %, die C. Radda Privatstiftung mit einem Anteil von 3,54 %, die WBA Privatstiftung mit einem Anteil von 1,77 %, Gerhard Koller mit einem Anteil von 1,35 %, die Wartenfels Privatstiftung mit einem Anteil von 3 %, die Attika Privatstiftung mit einem Anteil von 3,33 %, Wolfgang Zecker mit einem Anteil von 0,63 %, die deutsche Beteiligungsgesellschaft Fond 3 GmbH mit einem Anteil von 6,91 %, die Deutsche Beteiligungs AG Unternehmensbeteiligungsgesellschaft mit einem Anteil von 6,91 %, die Imperial Kapitalbeteiligungsgesellschaft mit einem Anteil von 6,34 %, die Unternehmensinvest AG mit einem Anteil von 12,52 %, die R & D Holding AG mit einem Anteil von 29,42 % sowie die Sebaldu Druck- und Verlag GmbH mit einem Anteil von 14,10 %. Weitere Kleinaktionäre halten zusammen einen Anteil von 3,55 %.

Die Targex Beteiligungsholding AG ist eine zu FN 204080v beim Handelsgericht Wien eingetragene Aktiengesellschaft. Die Targex Beteiligungsholding AG ist eine Finanzierungs- und Beteiligungsgesellschaft mit Beteiligungen in den Bereichen Touristik, Entertainment und IT. Die Hauptaktionäre sind Günther Kerbler sowie die Sun-Valley Privatstiftung, die im Einflussbereich von Egon Putzi steht.

Aktionäre der Targex Beteiligungsholding AG sind die Sun-Valley Privatstiftung mit einem Anteil von 57,5 %. Günther Kerbler mit einem Anteil von 27,5 %, die K 5 Privatstiftung mit einem Anteil von 5 %, die Kovar KEG mit einem Anteil von 5 %, sowie Herwig Petschnig mit einem Anteil von 5 %.

Die ET Multimedia AG ist an der TIV Kabelfernseh GmbH mit 90 % beteiligt; 10 % werden von Thomas Madersbacher gehalten. Die früher bestandene Beteiligung der Targex Beteiligungsholding AG an der TIV Kabelfernseh GmbH ist im Wege einer Sacheinlage in die ET Multimedia AG eingebracht worden; diese Einbringung ist noch nicht eingetragen, jedoch bereits vertraglich verbindlich vereinbart.

Die Gesellschafter der smart.city.tv sollen im vollen Umfang Know-how in den Betrieb des Senders einbringen. Insbesondere soll Christian Radda, Geschäftsführer der Antragstellerin, das volle Know-how der Verlagsgruppe ET Multimedia gewährleisten. Der operative Geschäftsführer und Gesellschafter der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH, Thomas Madersbacher, verfügt über langjährige Erfahrung im Radiobereich und hat drei Jahre lang den Kabelrundfunkveranstalter TIV betrieben.

Als Programmdirektorin ist Felicitas Hager vorgesehen. Sie verfügt über mehrere Jahre Erfahrung als Programmleiterin von TIV. Vor ihrem Wechsel in die Fernsehbranche war Felicitas Hager beim Film- und Fernsehproduktionen unter anderem für den ORF und in Werbeagenturen tätig.

Hinsichtlich der Aufnahme von Personal wurden nach Angaben der Antragstellerin bereits Maßnahmen getroffen. Es sollen vor allem die Kontakte von Thomas Madersbacher zur österreichischen Radio- und Fernsehbranche genutzt werden um auch in kurzer Zeit ein professionelles Team zusammenzustellen.

Die Antragstellerin plant, bei der Umsetzung ihres Konzeptes Drittfirmen zu beauftragen. So soll die Radio Media Consulting GmbH mit der Errichtung der benötigten Studio- und Serversendeabwicklungstechnik beauftragt werden. Weiters ist vorgesehen, durch das Beratungsunternehmen bci eine strategische Marktstudie erstellen zu lassen.

In finanzieller Hinsicht geht die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH bei der Berechnung der Erlöse von einem Potential von 185.318 terrestrisch und 644.272 via Kabel oder Satellit erreichbaren 12-49 Jährigen (Zielgruppe des Senders) aus. Erwartet wird ein Marktanteil von 3% in den Kabel- und Satellitenhaushalten sowie 5% in den terrestrischen Haushalten. Der TKP wird tageszeitabhängig mit € 21,80 (ATS 300) bis € 25,44 (ATS 350) angesetzt. Zusätzlich zu den Werbeeinnahmen sollen Erträge aus Sonderwerbformen (ca. 30% der Nettoerlöse) und Internetvermarktung (ca. 1% der Nettoerlöse) erzielt werden. Die Berechnungen der Erlöse sind plausibel und nachvollziehbar.

smart.city.tv wird 61 Vollbeschäftigte im Jahresdurchschnitt einsetzen. Die im Businessplan angegebenen Personalkosten entsprechen dieser Anzahl.

Bezüglich der Versorgungskosten setzt smart.city.tv die Kosten für die Mitbenutzung von Sendeanlagen laut ORF-Angebot (€ 388.399, ATS 5,3 Mio.) an.

Die Programmkosten für den Zukauf werden mit € 3,09 Mio. p.a. (ATS 42,5 Mio.) angesetzt. Die Kosten für Studio- und Servertechnik wurden von der Radio Media Consulting GmbH mit € 3,8 Mio. (ATS 51,9 Mio.) kalkuliert.

Die Gesamtkosten liegen zwischen € 10,4 Mio. (ATS 143 Mio.) im Jahr 2003 und € 11,8 Mio. (ATS 162 Mio.) im Jahr 2007. Der für die Vorbereitung des Sendebetriebs notwendige Aufwand von 8,5 Mio € sowie die erforderliche Nachfinanzierung von 2 Mio € wird von der ET Multimedia AG sowie den Mitgesellschaftern aufgebracht werden. Die Targex Beteiligungsholding AG betrachtet diese Beteiligung als Finanzanlageinstrument wird dieses Projekt gemeinsam mit der ET Multimedia AG weitertragen und die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH mit den erforderlichen Finanzmitteln ausstatten.

Die Antragstellerin plant die Verbreitung eines lokalen Vollprogramms für den Raum Wien. Der Großteil der Sendezeit soll aus eigengestalteten Programmen bestehen, welche sich aus lokalen und internationalen Nachrichten und Magazinen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Soziales, Kultur, Kunst und Sport sowie Talk, Game und Unterhaltungselemente zusammensetzt. In begrenztem Umfang sollen Spielfilme, Serien und Dokumentationen zugekauft werden und zu Sendezeiten ausgestrahlt werden, zu denen das Bedürfnis nach lokaler Information gering ist. Insbesondere soll die Zielgruppe der 12 bis 49jährigen mit einem hochwertigen Programm angesprochen werden. Der lokale Programmanteil von smart.city.tv soll das wichtigste Unterscheidungskriterium am Fernsehmarkt darstellen.

Die Antragstellerin führt aus, dass abweichend zur allgemeinen Fernsehnutzung (für Ballungsraumsender) zusätzliche spezifische Nutzungsgewohnheiten gelten, welche von smart.city.tv bei der Gesamtprogrammierung berücksichtigt werden. So ist das Interesse an lokaler Information unter der Woche, unter Tags und speziell am Nachmittag und frühen Abend besonders hoch. smart.city.tv möchte daher ein besonderes Augenmerk auf diese Sendezeit, die mit einem eingebetteten „Wien heute“ täglich von 15.00 bis 20.15 Uhr läuft, legen. Information und Service, unterhaltsam gestaltet, sollen die Grundlage für das tägliche Wienprogramm bieten.

Zur klassischen Primetime um 20.15 Uhr wo Konkurrenzsender mit hohem Aufwand und hohen Kosten programmieren, möchte smart.city.tv ebenfalls klassische Fernsehgattungen wie Spielfilme, Serien und Dokumentationen, wobei durch eine spezifische Auswahl ein komplementäres Angebot erstellt werden soll, senden. In diesem Zusammenhang ist vorgesehen hochwertiges Filmmaterial aus dem ORF-Archiv zu verwenden, bzw. ein

Hauptaugenmerk. auf Autorenkino sowie österreichische Filme zu legen. Die Late-Night möchte smart.city.tv wieder für eigengestaltetes Programm mit Unterhaltungswert nützen.

Das lokale Daytimeprogramm soll die Tagesverfassung der Stadt widerspiegeln, das aktuelle Tagesgeschehen soll sich im Programm wieder finden. Die Programmerstellung soll flexibel gehalten werden. Die Wienerinnen und Wiener sollen in smart.city selbst zu Wort kommen, werden laufend zu ihrer Meinung befragt, und können auch telefonisch am Programm teil nehmen. Durch Einrichtung einer Internetplattform können die Zuseher auch ihre Sorgen, Wünsche und Ideen bei smart.city einbringen und haben so die Möglichkeit auf ihr Programm einzuwirken.

Neben einer klaren Viertelstundenstrukturierung soll es regelmäßige Standardrubriken (smart.info, smart.update, smart.tipps und smart.wetter) geben, in denen in kurzer, prägnanter und übersichtlicher Form die wichtigsten Informationen, Serviceleistungen und Tipps konsumiert werden können. Zusätzlich gibt es ein Tagesthema, das während des gesamten Fernsehtages immer wieder aufgegriffen wird (smart.thema).

Die Themenpalette während der Daytime soll Lokales, Politik, Soziales, Sport, Reise, Lebenshilfe, Leben in Wien, Einkaufen, Umwelt, Portraits von prominenten Wienerinnen und Wienern, Chronikales und Boulevard, Klatsch und Tratsch beinhalten. Die Sendefläche smart.city today soll gewährleisten, dass zu jeder Zeit in das Programm eingestiegen werden kann und Informationen, Service und Tipps nicht versäumt werden.

Die Sendefläche smart.city.evening soll die Nachmittagsleiste fortsetzen, jedoch verlagert sich die Gewichtung der Themen. In dieser Sendefläche sollen ausführlichere Berichte, Informationen über die Abendgestaltung in Wien, sowie Hintergrundinformationen, Interviews und Publikumsmeinungen untergebracht werden.

Die Sendefläche smart.city.aktuell soll die Nachrichtensendung für Wien sein. In diesem Format sollen die Wienerinnen und Wiener mit aktuellen Nachrichten aus der Region versorgt werden. Solide Information, verbunden mit dem journalistischen Anspruch, den Zuschauern von smart.city ein vollständiges und vielseitiges Bild vom Tage zu liefern. Die Nachrichten werden von Nachrichtenredakteuren recherchiert, relevante Ereignisse und Themen werden journalistisch aufbereitet und von professionellen Moderatoren mit Fachkenntnissen präsentiert. Neben Kurzmeldungen soll es Beiträge zu aktuellen Themen, Studiogäste aus Politik und Wirtschaft sowie bei aktuellen Anlässen, Gäste zu kulturellen und sozialen Ereignissen in Wien geben. Berichterstattung über chronikale Ereignisse und das lokale Geschehen runden die Sendung ab.

Der Anteil an lokalem eigenproduzierten Programm von Montag bis Freitag beträgt damit täglich ca. 6 Stunden. Das lokale Programm soll zu den wichtigen Sendezeiten ausgestrahlt werden. Komplettiert wird das Programm mit zugekauften Spielfilmen, Serien, Soaps und Sitcoms sowie Dokumentationen, die von Montag bis Freitag ca. vier Stunden des Gesamtprogramms (ohne Wiederholungen) ausmachen. Für den Vormittag ist der Zukauf eines Informationsprogramms geplant, um Wiederholungen untermittags weitgehend zu vermeiden.

Im Antrag wird folgendes Programmschema vorgelegt:

zum TV-Werbemarkt in Österreich:

Für den Anbieter eines TV-Angebotes für Wien stellt sich in der aktuellen Lage folgendes Szenario:

Der klassische Werbemarkt ist in Österreich in der letzten Dekade von 870 Millionen (1990) auf 1.882 Millionen EURO (2000) gewachsen. In der Beurteilung der Werbeausgaben pro Kopf der Bevölkerung hat Österreich damit auf das Niveau des großen Nachbarlandes Deutschland aufgeschlossen. Allerdings hat das Jahr 2001 erstmals seit längerer Zeit wieder einen Rückgang der Werbeausgaben als Folge der schwachen konjunkturellen Entwicklung und der Anschläge vom 11. September 2001 auf 1.869 EURO gebracht. Die noch leicht positive Entwicklung im 1. Halbjahr 2001 wurde durch den Einbruch im 2. Halbjahr mehr als kompensiert.

Wenn auch die anhaltenden Schwächen in der Werbekonjunktur nicht das Ausmaß der Rückschläge in der Bundesrepublik Deutschland erreichen, wo die Radio- und TV-Veranstalter sowie die großen Zeitungsverlage besonders stark betroffen sind, ist dennoch die längst erhoffte Konjunkturerholung nach wie vor nicht wirklich sichtbar. Nach den Werbedaten von FOCUS liegt der Werbaufwand in den Monaten Jänner – Mai des laufenden Jahres für Hörfunk um 11% (Hörfunk ORF: -13.7%), für TV um 7.2 Prozent (TV ORF: -9.6%) und für die Tageszeitungen um 10.4 % unter dem Niveau des Vergleichszeitraums 2001.

Mit einer Erholung der gesamtwirtschaftlichen Konjunktur und damit auch der Werbekonjunktur ist erst im Jahr 2003, in nachhaltiger Form vielleicht erst 2004 zu rechnen. Allerdings ist der TV-Werbemarkt insofern deutlich ausbaufähig, als der Anteil der TV-Werbung an den Gesamtaufwendungen des klassischen Werbemarktes nur 25 % (2001) beträgt, während der Anteil der TV-Werbung im stark entwickelten Fernsehmarkt von Deutschland seit Jahren bei rund 44 % liegt. Mit der realen Einführung von bundesweitem Privat-TV und Ballungsraum-TV vor allem in Wien sowie mit der weiteren Diversifizierung der Angebote im Rahmen der „Österreichfenster“ wird sich der heimische TV-Anteil am gesamten klassischen Werbemarkt auch in Richtung 30 % entwickeln können.

Dass von der Einführung neuer Angebote im TV-Markt kräftige Impulse ausgehen können, haben die „Österreichfenster“ seit dem Jahr 1996 gezeigt, da die Werbeaufwendungen für TV insgesamt gestiegen sind, und die Erlöse der „Österreichfenster“ bereits rund 17 % der gesamten TV-Werbeaufwendungen betragen.

Die Erfolgsaussicht eines Programmveranstalters von Ballungsraum-TV im Bereich Wien wird freilich sehr von der Präsentation seines Programmangebotes im Netz der Telekabel Wien geprägt sein. Die Verknüpfung mit dem halbstündigen Regionalprogramm („Wien heute“) auf ORF 2 in der Zeit von 19.00 bis 19.30 Uhr allein ist keine Erfolgsgarantie, zumal der Wiener Kabelteilnehmer aller Voraussicht nach wie gewohnt sein Regionalprogramm „Wien heute“ in das Gesamtprogramm von ORF 2 eingebettet vorfinden wird. Auf der anderen Seite ist der Anteil jener TV-Haushalte, die ausschließlich auf den terrestrischen Empfang der Programme setzen, mit 25 % in Wien deutlich höher als im österreichischen Durchschnitt (18%).

Der Werbezeitenverkauf wird sich im Falle des Wiener Ballungsraum-TV in besonderer Form auf die sehr starke mittelständische Struktur der Wiener Handels- und Dienstleistungsunternehmen konzentrieren müssen, da die Werbeerlöse der österreichweit agierenden und schaltenden Markenartikler oder Handelsketten einen deutlichen Zusatznutzen, nicht aber die Hauptsäule in der Finanzierung darstellen werden. Auch die Erfahrungen in Deutschland mit Ballungsraum-TV haben gezeigt, dass die namhaften Agenturen und Markenartikler die auf die urbanen Zentren fokussierten Programme nicht ins „relevant set“ gezählt haben, was aber teilweise auch auf mit Österreich nicht vergleichbaren Bedingungen zurückzuführen ist.

Zur Entwicklung des österreichischen Werbemarktes im Allgemeinen und des TV-Werbemarktes im Besonderen hat Focus Media Research erst im Herbst 2001 eine Langzeitprognose bis 2010 sowie eine detaillierte Prognose für die Jahre bis 2005 vorgelegt. Dabei wird davon ausgegangen, dass der gesamte Werbemarkt jährlich um 5% steigt,

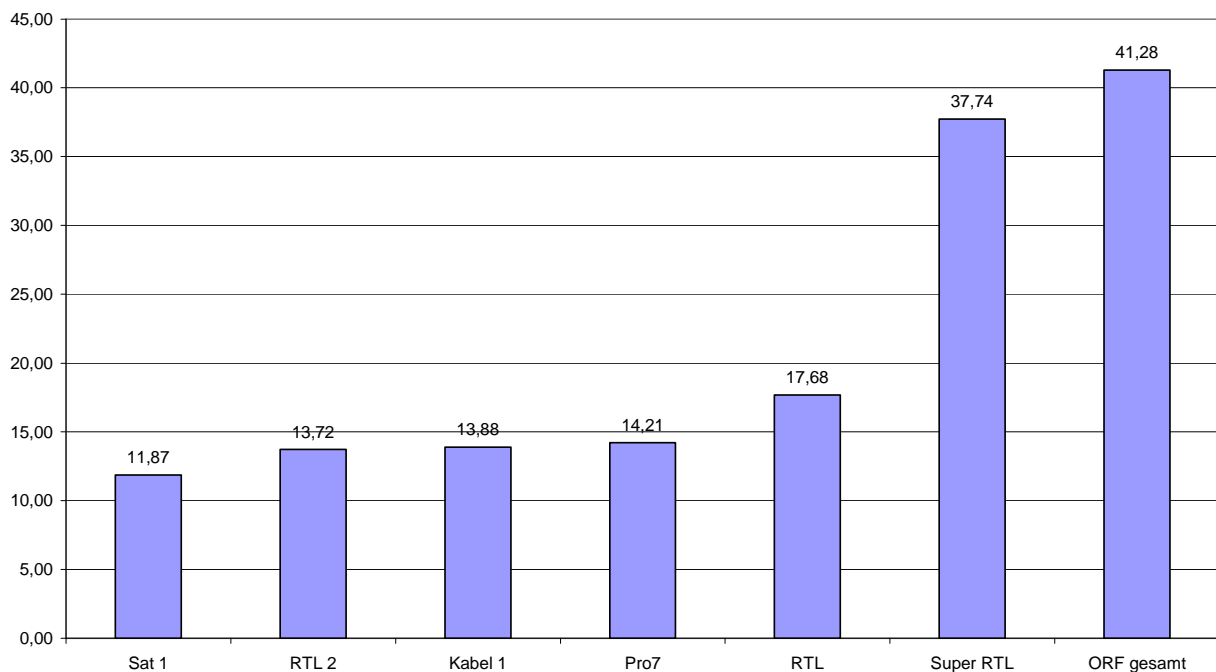
während der TV-Werbemarkt deutlich überdurchschnittliche Wachstumsraten zu verzeichnen haben wird. Die Werte der folgenden Tabelle sind bis 2005 dieser Prognose entnommen, danach wurden sie hochgerechnet. Auch eine von Prognos AG vorgelegte Studie geht von überdurchschnittlichen Zuwachsraten (8,5% p.a.) des TV-Werbemarktes in Österreich aus.

in Mio Euro	2002		2003		2004		2005		2006		2007	
TV Werbemarkt	573		625		682		743		806		875	
jährliche Wachstumsrate			9,1%		9,2%		8,9%		8,5%		8,5%	
Anteil ORF	441	77,1%	466	74,6%	489	71,7%	511	68,8%	528	65,5%	542	62,0%
Anteil Privat	131	22,9%	159	25,4%	193	28,3%	232	31,2%	278	34,5%	332	38,0%

Tabelle: TV-Werbemarkt Österreich (Brutto)

TKP-Vergleich der österreichischen TV-Anbieter:

TKP 12-49 Ø aller Sendestunden in € (Ist 01-05/02; Rest 2002 geschätzt)



Der TKP (Tausend-Kontakte-Preis) zeigt, wie viel der Kontakt einer Werbebotschaft mit 1.000 Personen kostet. Dabei ist gleich, ob es sich um eine oder mehrere Schaltungen handelt.

Stellungnahme des Rundfunkbeirates

Der Rundfunkbeirat beschloss in seiner in der Sitzung am 05.07.2002 nach Erörterung der bis zu diesem Zeitpunkt vorliegenden Unterlagen (Anträge, ergänzende Schriftsätze der Antragsteller, Gutachten der Amtssachverständigen) einstimmig folgende Stellungnahme: *Nach Erörterung der Anträge sowie des Gutachten der Amtssachverständigen und der maßgeblichen gesetzlichen Kriterien für die Auswahlentscheidung gemäß § 7 und 8 PrTV-G kommt der Rundfunkbeirat zum Ergebnis, dass in einer Gesamtsicht der Kriterien der PULS City TV GmbH der Vorzug zu geben sei; der Beirat gibt daher einstimmig die Empfehlung ab, der PULS City TV GmbH die Zulassung zur Veranstaltung von nicht bundesweitem Fernsehen im Versorgungsgebiet Wien, Kanal 34, zu erteilen.*

Stellungnahme der Wiener Landesregierung sowie der Niederösterreichischen Landesregierungen

Das gegenständliche Versorgungsgebiet umfasst die Bundeshauptstadt Wien sowie die umliegenden Gemeinden, soweit diese mit der dem Österreichischen Rundfunk zugeordneten und in Anlage 3 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazität WIEN 1, Kanal 34, versorgt werden können. Mit Schreiben vom 13.11.2001 wurden daher sowohl die Wiener als auch die Niederösterreichische Landesregierung um Stellungnahme ersucht. Mit weiterem Schreiben vom 07.06.2002 wurde die Wiener Landesregierung sowie die Niederösterreichische Landesregierung über den Gang des Verfahrens sowie die verbleibenden Antragsteller informiert und es wurde neuerlich eine Stellungnahmemöglichkeit bis zum 08.07.2002 eingeräumt.

Die Wiener Landesregierung gab eine Empfehlung für die Antragstellerin PULS CITY TV GmbH ab und führte in ihrer Stellungnahme aus, dass damit sowohl den Interessen der Wiener Landesregierung als auch der Wiener FernsehnutzerInnen am besten entsprochen werde. Auch werde mit dem vorgelegten Programmwurf und Senderauftritt den Zielsetzungen des PrTV-G entsprochen. Durch die Gesellschafterstruktur dieser Antragstellerin und die Personen, die nach den Angaben des Antrags leitende Funktionen einnehmen sollen, schein sichergestellt zu sein, dass eine kontinuierliche, nachhaltige und seriöse Durchführung des geplanten Rundfunkprogramms möglich sei. Die wirtschaftliche Planrechnung sei aus Sicht der Wiener Landesregierung realistisch; das ausgereifte Vermarktungskonzept berücksichtige in ausreichendem Maße die Besonderheiten bei der Refinanzierung des neuen Mediums Ballungsraumfernsehen. Das innovative und sehr detaillierte Programmkonzept sei inhaltlich ausgewogen und stelle aus der Sicht der Wiener Landesregierung die beste programminhaltliche Ergänzung zu den bereits im Versorgungsgebiet empfangbaren Fernsehprogrammen dar.

Die Darstellung des kulturellen, wirtschaftlichen, politischen und sozialen Lebens in Wien sei der zentrale Aspekt der einzelnen hauptsächlich Wien bezogenen und eigengestalteten Liveprogrammflächen. Insbesondere ließen das mobile Konzept und die damit einhergehende starke Präsenz im Wiener Raum, der starke Informations- und Servicecharakter durch die geplante Bildschirmteilung und die kontrastierende Planung des Hauptabendprogramms eine besondere Zuschauerattraktivität des Programms erwarten. Weiters sei durch die geplante Kooperation mit verschiedensten Organisationen in Wien sichergestellt, dass ein breites Spektrum an Meinungsvielfalt geboten werde und alle relevanten gesellschaftlichen Gruppen Gelegenheit zur Darstellung ihrer Anliegen erhielten.

Die niederösterreichische Landesregierung führt in ihrer Stellungnahme aus, dass im Sinne der Kriterien des § 8 Abs 2 PrTV-G der Antrag der PULS CITY TV GmbH bevorzugt werde. Die PULS CITY TV GmbH beabsichtige durch Information, Unterhalt und Service einen starken Bezug zum Sendegebiet zu erreichen. Programmschwerpunkt sei, das lokale Leben in seiner Vielfalt und Gesamtheit darzustellen. Durch einen hohen Anteil an Livesendungen sollen Zuseher aller Alterssegmente, Bevölkerungsschichten und Interessengruppen angesprochen und erreicht werden, damit soll ein Beitrag zur Meinungsvielfalt geleistet und öffentliche, kulturelle und wirtschaftliche Anliegen der urbanen Region transportiert werden. Die geplanten Nachrichtensendungen mit starkem lokalen Bezug sowie das der österreichischen Musikszene gewidmete Abendprogramm wurde ebenso wie die Absicht, einem „offenen Kanal“ kostenlos Sendezeit zur Verfügung zu stellen, von der Niederösterreichischen Landesregierung positiv bewertet.

3. Beweiswürdigung

Die Feststellungen ergeben sich aus den eingebrachten Anträgen, den ergänzenden Schriftsätzen, dem eingeholten Gutachten der Amtssachverständigen sowie dem Vorbringen in der mündlichen Verhandlung. Die für die Beweiswürdigung maßgeblichen Erwägungen werden – soweit die Sachverhaltsfeststellungen nicht auf unbestrittenem glaubwürdigen Parteivorbringen bzw. auf dem offenen Firmenbuch beruhen – im folgenden dargelegt:

Die Feststellungen zum Vorliegen der finanziellen Voraussetzungen der PULS CITY TV GmbH sowie der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH beruhen auf dem vorgelegten schlüssigen Antrag sowie den glaubwürdigen Aussagen der Gesellschaftervertreter (Karl Javurek, Eugen A. Ruß, Martin Blank) in der mündlichen Verhandlung. Vor dem Hintergrund der beteiligten Unternehmen, die – sowohl bei der PULS CITY TV GmbH als auch bei der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH – umfassende wirtschaftliche Erfahrung insbesondere im Medienbereich aufweisen, kann davon ausgegangen werden, dass die im Antrag und in der mündlichen Verhandlung dargelegte Beteiligung an der Aufbringung der erforderlichen Finanzmittel gewährleistet ist.

Die Feststellungen zu den finanziellen Voraussetzungen und zum Business Case der Ganymedia Network GmbH beruhen auf den von der Ganymedia Network GmbH vorgelegten Unterlagen, dem dazu erstellten Gutachten der Amtssachverständigen sowie den Aussagen des Geschäftsführers der Ganymedia Network GmbH in der mündlichen Verhandlung. Insbesondere hat Mag. Florian Novak selbst ausgeführt, dass über die Aufbringung der finanziellen Mittel keine Vereinbarungen vorliegen und eine vollständige Abdeckung der notwendigen Eigenmittel durch die Ganymedia Network GmbH sowie ihre Gesellschafter nicht möglich ist. Auch eine Konkretisierung der behaupteten Gespräche über Gesellschafterwechsel auf Ebene der Mehrheitsgesellschafterin der Ganymedia Network GmbH erfolgte nicht.

Die Einwendungen des Geschäftsführers der Ganymedia Network GmbH in der mündlichen Verhandlung sowie im Beweisantrag vom 29.7.2002 richten sich vor allem dagegen, dass die Annahmen der Ganymedia Network GmbH über den Anteil am Brutto-TV-Werbemarkt von den Amtssachverständigen als unplausibel beurteilt wurden. Festgestellt wurde, dass die von der Ganymedia Network GmbH erwarteten Anteile am Brutto-TV-Werbemarkt insbesondere ab dem dritten Geschäftsjahr deutlich – teilweise um mehr als das Doppelte – über jenen Annahmen liegen, die von den beiden anderen Antragstellern für deren geplantes Programm getroffen wurden. So ergibt sich beispielsweise auch bei Zugrundelegung der Ausführungen in der Stellungnahme der Ganymedia Network GmbH (Erhöhung des Marktanteils bei PULS CITY TV GmbH und smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH „um bis zu 85%“) für das Jahr 2007 ein mehr als doppelt so hoher Marktanteil von Ganymedia Network GmbH im Vergleich zu den übrigen Antragstellern. Selbst unter Zugrundelegung des Ansatzes der Stellungnahme vom 29.7.2002 – der insoweit auch fehlerhaft ist, als er die Werbeabgabe als Erlösschmälerung darstellt, während diese in der Praxis in der Rechnung an den Werbekunden als Aufschlag hinzugerechnet wird, und bei dem (branchenunüblich) Vermarktungsprovisionen ebenfalls als Erlösschmälerungen dargestellt werden (anstatt als Aufwand, ähnlich auch den Aufwendungen für Verkaufsmitarbeiter) – würde freilich der von der Ganymedia Network GmbH angenommene Marktanteil noch deutlich über den angenommenen Marktanteilen der beiden Mitbewerber liegen. Ein detaillierteres Eingehen auf die Einwendungen der Ganymedia Network GmbH gegen das Gutachten erübrigt sich insofern, als angesichts der vorgenommenen rechtlichen Beurteilung keine weitergehenden Feststellungen auf Basis des Gutachtens zu treffen waren.

Auch die am 29.7.2002 von der Ganymedia Network GmbH vorgelegte Adaptierung des Businessplans durch ein „Szenario II“ trägt nichts zur Plausibilität der Annahmen der Ganymedia Network GmbH bei, sondern stellt eine reine Rechenübung dar, die – wie die

Ganymedia Network GmbH selbst ausführt – der „Veranschaulichung der möglichen Skalierbarkeit jener Berechnungsformel, die der Ermittlung der Werbeerlöse zu Grunde liegt,“ dient. An der Skalierbarkeit der Berechnungsformel wurde auch weder von den Amtssachverständigen noch von den anderen Verfahrensparteien Zweifel geäußert, zur Plausibilität trägt diese mathematische Demonstration nichts bei, im Gegenteil: die offensichtlich beliebige Änderbarkeit des Businessplans, bei der trotz Verringerung der Einnahmen um mehr als ein Drittel sämtliche Aufwandspositionen (mit Ausnahme der Kosten für LSG, AKM, VBT, die direkt einnahmensabhängig sind) unverändert bleiben, kann nur als in höchstem Maße ungläubwürdig und unseriös bezeichnet werden.

Die Feststellungen über die geplanten strategischen Partnerschaften der Ganymedia Network GmbH wurden entsprechend dem Antrag getroffen; dass diesebezüglich keine Vereinbarungen bestehen, wurde vom Geschäftsführer der Ganymedia Network GmbH in der mündlichen Verhandlung selbst ausgeführt.

Die Feststellungen zum TV- und Werbemarkt ergeben sich aus dem nachvollziehbaren Gutachten der Amtssachverständigen, gegen das diesbezüglich keine Einwendungen erhoben wurden.

4. Rechtliche Beurteilung

Ausschreibung und Behördenzuständigkeit

Gemäß § 16 Abs 1 des Bundesgesetzes, mit dem Bestimmungen für privates Fernsehen erlassen werden (Privatfernsehgesetz – PrTV-G), BGBl. I Nr. 84/2001, hat die Regulierungsbehörde die bundesweite Zulassung unter Hinweis auf die dafür zur Verfügung stehenden Übertragungskapazitäten innerhalb von vier Wochen nach In-Kraft-Treten des PrTV-G auszuschreiben.

Gemäß § 16 Abs 2 PrTV-G ist auf die Möglichkeit der Antragstellung auf Erteilung von Zulassungen für nicht bundesweites analoges terrestrisches Fernsehen unter Nutzung von Übertragungskapazitäten der Anlage 1 oder des Österreichischen Rundfunks (§ 13) hinzuweisen.

Die Erläuterungen zur Regierungsvorlage (635 BlgNR XXI. GP) zu § 16 PrTV-G lauten wörtlich:

„Die Bestimmung legt fest, wann und in welcher Form eine Ausschreibung für eine bundesweite und eine nicht-bundesweite Zulassung für analoges terrestrisches Fernsehen zu erfolgen hat. Aus Abs. 2 ergibt sich, dass sowohl die bundesweite Zulassung als auch die nicht-bundesweiten Zulassungen gleichzeitig ausgeschrieben werden, um eine zeitliche Verzögerung der Einführungen von privatem Fernsehen hinauszuhalten. Nachdem die Anträge allerdings gleichzeitig einzubringen sind, besteht für den Fall, dass im Zuge der Erteilung der bundesweiten Zulassung Übertragungskapazitäten vergeben wurden, die ein Antragsteller für eine nicht bundesweite Zulassung beantragt hat, oder dass Übertragungskapazitäten nicht vergeben wurden, die ein Antragsteller für eine nicht-bundesweite Zulassung gerne beantragt hätte, die Möglichkeit der Abänderung des Antrages (Abs.3).“

Aus § 16 PrTV-G und diesen Erläuterungen ergibt sich daher, dass die Ausschreibung der bundesweiten Zulassung und der nicht bundesweiten Zulassungen gleichzeitig zu erfolgen hat, aber auch, dass für die eingebrachten Anträge dieselbe Ausschreibungsfrist gilt.

Gemäß § 11 Abs 7 PrTV-G sind die Reichweiten und Versorgungsgrade gemäß § 11 Abs 2 und 3 PrTV-G jedenfalls vor Ausschreibung einer Zulassung zu erheben und zu veröffentlichen.

Gemäß § 66 PrTV-G ist Regulierungsbehörde im Sinne des PrTV-G die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria).

Das PrTV-G ist gemäß § 69 Abs 1 PrTV-G mit 01.08.2001 in Kraft getreten. Am 2. August 2001 erfolgte die erstmalige Veröffentlichung der Reichweiten und Versorgungsgrade gemäß § 11 Abs 7 in Verbindung mit § 11 Abs 2 und 3 PrTV-G auf der Website der Regulierungsbehörde; eine aktualisierte Veröffentlichung wurde gemäß § 11 Abs 7 zweiter Satz PrTV-G am 28.03.2002.

Am 06.08.2001 wurde im Amtsblatt zur Wiener Zeitung, in den bundesweit verbreiteten Tageszeitungen „Der Standard“ und „Die Presse“, sowie auf der Website der Regulierungsbehörde die Ausschreibung der KommAustria, KOA 3.001/01-2, für die bundesweite Zulassung für analoges terrestrisches Fernsehen gemäß § 16 Abs 1 PrTV-G veröffentlicht, wobei in dieser Ausschreibung gemäß § 16 Abs 2 PrTV-G auf die Möglichkeit der Antragstellung auf Erteilung von Zulassungen für nicht bundesweites analoges terrestrisches Fernsehen unter Nutzung von Übertragungskapazitäten der Anlage 1 oder des Österreichischen Rundfunks (§ 13) hingewiesen wurde.

Rechtzeitigkeit der Anträge

In der Ausschreibung wurde der Endtermin der gemäß § 16 Abs 1 (letzter Satz) PrTV-G zu bestimmenden, mindestens dreimonatigen Frist, innerhalb der Anträge gestellt werden können, mit 7. November 2001, 13 Uhr, bestimmt.

Der am 19.06.2002 eingebrachte Antrag der Kanal 1 Fernsehbetriebsgesellschaft mbH auf Zuteilung des Kanal 34 aus Anlage 3 zum PrTV-G wurde bereits mit Bescheid vom 10.07.2002, KOA 3.130/02-74, als verspätet zurückgewiesen. Die Anträge der Ganymedia Network GmbH, der PULS CITY TV GmbH und der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH waren rechtzeitig.

Voraussetzungen gemäß § 4 Abs. 2 in Verbindung mit §§ 10 und 11 PrTV-G

Gemäß § 4 Abs 2 PrTV-G hat der Antragsteller das Vorliegen der Voraussetzungen gemäß den §§ 10 und 11 PrTV-G nachzuweisen.

Daher hat die KommAustria zunächst zu prüfen, ob die Voraussetzungen bzw. Ausschlussgründe nach den §§ 10 und 11 PrTV-G vorliegen.

Gemäß § 10 Abs 1 PrTV-G müssen Rundfunkveranstalter oder ihre Mitglieder österreichische Staatsbürger oder juristische Personen oder Personengesellschaften des Handelsrechts mit Sitz im Inland sein. Gemäß § 10 Abs 3 PrTV-G dürfen bei Rundfunkveranstaltern in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft höchstens 49 vH der Anteile im Eigentum Fremder oder im Eigentum von juristischen Personen oder Personengesellschaften stehen, die unter der einheitlichen Leitung eines Fremden oder eines Unternehmens mit Sitz im Ausland stehen oder bei welchem Fremde oder juristische Personen oder Personengesellschaften mit Sitz im Ausland die in § 244 Abs 2 in Verbindung mit Abs 4 und 5 HGB geregelten Einflussmöglichkeiten haben. Gemäß § 10 Abs 4 PrTV-G sind Angehörige von Vertragsparteien des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum österreichischen Staatsbürgern, juristische Personen und Personengesellschaften mit Sitz im Hoheitsgebiet einer Vertragspartei des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum solchen mit Sitz im Inland gleichgestellt.

Die PULS CITY TV GmbH sowie die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH sind juristische Personen mit Sitz im Inland; bei keiner der Gesellschaften liegt eine einheitliche Leitung eines Fremden oder eines Unternehmens mit Sitz außerhalb des EWR vor; auch ein

beherrschender Einfluss im Sinne des § 244 HGB durch eine derartiges Unternehmen liegt nicht vor.

Gemäß § 10 Abs 2 PrTV-G sind von der Veranstaltung von Rundfunk nach diesem Bundesgesetz ausgeschlossen:

1. juristische Personen des öffentlichen Rechts mit Ausnahme von Kirchen und Religionsgemeinschaften und des Bundesministeriums für Landesverteidigung zum Zweck des Betriebes eines Informationssenders, insbesondere in einem Einsatzfall gemäß § 2 Abs. 1 lit. a bis d des Wehrgesetzes 1990, BGBl. Nr. 305;
2. Parteien im Sinne des Parteiengesetzes;
3. der Österreichische Rundfunk;
4. ausländische Rechtspersonen, die den in Z 1 bis 3 genannten Rechtsträgern gleichzuhalten sind;
5. juristische Personen oder Personengesellschaften, an denen die in den Z 1 bis 4 genannten Rechtsträger unmittelbar beteiligt sind.

Auch die Ausschlussgründe des § 10 Abs 2 PrTV-G liegen bei keinem Antragsteller vor.

Gemäß § 10 Abs 5 (4. Satz) PrTV-G ist die Übertragung von Kapitalanteilen an die Zustimmung der Gesellschaft gebunden. Diese Bestimmung folgt § 7 Abs 4 PrR-G bzw. dessen Vorgängerbestimmung, § 8 Abs 4 Regionalradiogesetz; zu dieser Bestimmung wurde in den Materialien (1134 BlgNR XVIII. GP, 12) ausgeführt, dass die Bindung der Übertragung von Anteilen an die Zustimmung der Gesellschaft notwendig sei, um auch andere Mitgesellschafter vor den Konsequenzen zu schützen, die an eine veränderte Eigentümerstruktur gebunden sein können.

Die durch die PULS CITY TV GmbH sowie smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH vorgelegten Gesellschaftsverträge entsprechen dem § 10 Abs 5 PrTV-G.

Im Gesellschaftsvertrag der Ganymedia Network GmbH ist in Punkt IV.2 festgehalten, dass die Übertragung von Geschäftsanteilen die Zustimmung der Gesellschaft erfordert. Punkt XI.2 des Gesellschaftsvertrages sieht jedoch ein durch die ic2 consulting GmbH eingeräumtes Vorkaufsrecht zugunsten der Gesellschafterin Jupiter Medien GmbH vor, das bei Nichteintritt den Erwerb der Anteile der ic2 consulting GmbH durch Dritte ermöglicht, wobei nicht ausdrücklich festgehalten wird, dass auch in diesem Fall die Zustimmung der Gesellschaft erforderlich ist. Wie auch der Bundeskommunikationssenat mit Bescheid vom 14.12.2001, GZ 611.172/007-BKS/2001, festgehalten hat, entspricht ein bloßes Vorkaufsrecht nicht den Erfordernissen der Zustimmung der Gesellschaft. Die Gesellschafter der Ganymedia Network GmbH haben jedoch erklärt, dass auch hinsichtlich der Ausübung des Vorkaufsrechts nach Punkt XI die Zustimmung der Gesellschaft nach Punkt IV.2 notwendig ist, sodass diese – immerhin denkmögliche – Auslegung des Gesellschaftsvertrages auch der Entscheidung der Regulierungsbehörde zugrundegelegt werden kann und somit die Voraussetzungen des § 10 Abs 5 PrTV-G auch bei der Ganymedia Network GmbH vorliegen.

Gemäß § 10 Abs 6 PrTV-G hat der Rundfunkveranstalter die zum Zeitpunkt der Antragstellung um eine Zulassung bestehenden Eigentumsverhältnisse zusammen mit dem Antrag sowie alle diesbezüglichen Änderungen binnen 14 Tagen der Regulierungsbehörde mitzuteilen. Stehen Anteile des Rundfunkveranstalters im direkten oder indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften oder Genossenschaften, so sind auch deren Eigentumsverhältnisse bekannt zu geben, Treuhandverhältnisse sind offen zu legen.

Soweit Anteile der Antragsteller im direkten und indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften stehen, wurden deren Eigentumsverhältnisse bekannt gegeben. Die Eigentumsverhältnisse der PULS CITY TV GmbH haben sich im Zuge des Verfahrens insoweit verändert, als der zum Zeitpunkt der Antragseinbringung von RA Dr. Markus Boesch gehaltene Anteil von 24,9% nunmehr an die Online Media Beteiligungs GmbH

übertragen wurde; die beabsichtigte Abtretungsvorgang des Anteils von Dr. Markus Boesch an ein im wirtschaftlichen Letzzeitigentum der EAR Privatstiftung stehendes Unternehmen war bereits im Antrag dargestellt worden.

Gemäß § 11 Abs 2 PrTV-G ist ein Medieninhaber von der Veranstaltung von Rundfunk nach diesem Bundesgesetz ausgeschlossen, wenn er in einem der angeführten Märkte die nachstehenden Reichweiten oder Versorgungsgrade überschreitet:

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

Gemäß Abs 3 ist ein Medieninhaber von der Veranstaltung von nicht-bundesweitem terrestrischen Fernsehen ausgeschlossen, wenn er im jeweiligen Verbreitungsgebiet in mehr als einem der angeführten Märkte die nachstehenden Reichweiten oder Versorgungsgrade überschreitet:

1. terrestrischer Hörfunk (mehr als 30 vH Reichweite im Verbreitungsgebiet),
2. Tagespresse (mehr als 30 vH Reichweite im Verbreitungsgebiet),
3. Wochenpresse (mehr als 30 vH Reichweite im Verbreitungsgebiet),
4. Kabelnetz (mehr als 30 vH Versorgungsgrad der Bevölkerung mittels Kabelnetzen im Verbreitungsgebiet).

In der gemäß § 11 Abs. 7 PrTV-G vorzunehmenden Veröffentlichung der Regulierungsbehörde wurden weder die PULS CITY TV GmbH, noch die Ganymedia Network GmbH, noch die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH hinsichtlich der in § 11 Abs 2 und 3 PrTV-G aufgezählten Märkte ausgewiesen.

Die gemäß § 4 Abs 2 in Verbindung mit §§ 10 und 11 PrTV-G nachzuweisenden Voraussetzungen liegen daher bei allen Antragstellern vor; hinsichtlich der PULS CITY TV GmbH ist insbesondere festzuhalten, dass das Vorliegen der gesetzlichen Voraussetzungen gemäß § 4 Abs 2 in Verbindung mit §§ 10 und 11 PrTV-G auch in der aktuellen Eigentümerstruktur nach der – im Antrag bereits dargestellten – Übertragung an ein Unternehmen der EAR Privatstiftung vorliegen.

Fachliche, finanzielle und organisatorische Eignung

Gemäß § 4 Abs 3 PrTV-G hat der Antragsteller zusammen mit dem Nachweis der Zulassungsvoraussetzungen gemäß § 4 Abs 2 PrTV-G unter anderem glaubhaft zu machen, dass er fachlich, finanziell und organisatorisch die Voraussetzungen für eine regelmäßige Veranstaltung und Verbreitung des geplanten Rundfunkprogramms erfüllt. Ungeachtet der grundsätzlichen Amtswegigkeit des Ermittlungsverfahrens trifft hier also den jeweiligen Antragsteller ausdrücklich die Verpflichtung, jene Umstände der Behörde mitzuteilen und in geeigneter Form zu belegen, die der Behörde ein Urteil über die Wahrscheinlichkeit (Walter – Mayer, Verwaltungsverfahrenrecht 7. Aufl, Rz 315) der fachlichen, finanziellen und organisatorischen Eignung des Antragstellers ermöglichen (vgl dazu auch die Erl zu § 19 Abs 2 RRG in der RV 1134 BlgNR XVIII. GP, 14, zur Begründung der – der Verpflichtung gem § 4 Abs 3 PrTV-G entsprechenden – Verpflichtung für Antragsteller um eine Zulassung zur Veranstaltung eines Hörfunkprogramms).

Die Glaubhaftmachung der fachlichen, finanziellen und organisatorischen Eignung ist eine unbedingte Voraussetzung für die Erteilung der Zulassung. Gelingt diese Glaubhaftmachung nicht, ist der Antrag schon aus diesem Grund abzuweisen und gemäß § 7 (erster Satz) PrTV-G nicht mehr in die Auswahlentscheidung einzubeziehen. Die Absicht des Gesetzgebers ist es, dass die Auswahlentscheidung nur zwischen jenen Antragstellern

getroffen wird, die der Behörde glaubhaft darlegen konnten, über die erforderliche Eignung zur Veranstaltung des geplanten Rundfunkprogramms zu verfügen.

Angesichts des knappen Frequenzspektrums und der daher beschränkten Anzahl möglicher Zulassungen liegt es im öffentlichen Interesse, dass ein Zulassungsinhaber das geplante und genehmigte Programm unter Nutzung der ihm zugeordneten Übertragungskapazitäten auch tatsächlich veranstalten kann und dass nicht auf Grund mangelnder fachlicher, finanzieller oder organisatorischer Eignung kurzfristig mit dem Scheitern des Betriebs zu rechnen ist.

PULS CITY TV GmbH

Die Gesellschafter der PULS CITY TV GmbH bzw. deren wirtschaftliche Letzteigentümer verfügen über umfassende wirtschaftliche Erfahrungen insbesondere im Medienbereich. Die Aufbringung der notwendigen Finanzmittel wurde im Antrag schlüssig dargestellt und durch die Aussagen der Antragstellerin sowie der Gesellschaftervertreter in der mündlichen Verhandlung bestätigt. Für die KommAustria steht damit fest, dass die Antragstellerin auf Grund der ausdrücklich zugesicherten Unterstützung durch entsprechend wirtschaftlich starke Letzteigentümer über die notwendigen finanziellen Voraussetzungen für die regelmäßige Veranstaltung und Verbreitung des geplanten Programms verfügt.

Im Hinblick auf die fachliche und organisatorische Eignung hat die Antragstellerin PULS CITY TV GmbH detailliert dargelegt, wie der Sendebetrieb organisiert werden soll und welche Personen Schlüsselstellen im Unternehmen einnehmen sollen. Diese Personen sind durch entsprechende Erfahrung und Fachkenntnis ausgewiesen und es besteht kein Zweifel, dass durch die konkret genannten Personen sowie den fachlichen und organisatorischen Rückhalt der Gesellschafter die Voraussetzungen für die regelmäßige Veranstaltung und Verbreitung des geplanten Programms vorliegen.

Ganymedia Network GmbH

Bei der Ganymedia Network GmbH handelt es sich um eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit der für solche Gesellschaften vorgesehenen Mindestkapitalausstattung, wobei die übernommenen Stammeinlagen zur Hälfte einbezahlt wurden. Auch die Gesellschafter dieser GmbH sind wiederum Gesellschaften mit beschränkter Haftung mit einem zur Hälfte einbezahlten Stammkapital, welches dem Mindestkapital für Gesellschaften mit beschränkter Haftung entspricht. Die Ganymedia Network GmbH verfügt im Hinblick auf die Finanzierung lediglich über eine Zusage der Gesellschafter – also der Jupiter Medien GmbH und der ic2 consulting GmbH –, dass die Finanzierung bis zum Break-Even sichergestellt werde. Diese Zusage – durch zwei Gesellschaften mit beschränkter Haftung mit einem zur Hälfte einbezahlten Mindestkapital – reicht nicht aus, angesichts der hohen Investitions- und Anlaufkosten die Finanzierung der Ganymedia Network GmbH glaubhaft zu machen. Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang, dass seitens des Geschäftsführers der mit 95 % an der Ganymedia Network GmbH beteiligten Jupiter Medien GmbH auch ausgeführt wurde, dass die Jupiter Medien GmbH derzeit über keine Einnahmen verfügt, sich die Haupttätigkeit der Jupiter Medien GmbH auf Vorbereitungstätigkeiten zur Veranstaltung von privaten Rundfunkprogrammen bezieht und verfügbare Mittel zur Finanzierung in der Höhe von lediglich € 17.500 hat. Der Geschäftsführer der Jupiter Medien GmbH hat zudem zwar ausgeführt, über privates Vermögen zu verfügen, dieses jedoch nicht – auch nicht näherungsweise – beziffert und zudem auch keine persönliche Haftungserklärung abgegeben.

Hinsichtlich der Finanzierung wurde von der Ganymedia Network GmbH im Wesentlichen auf mögliche „strategische Partner“ verwiesen, mit denen Gespräche über mögliche Beteiligungen geführt würden. Derartige Beteiligungen wurden bis zum Abschluss des Verfahrens nicht realisiert, und es wurden auch keinerlei konkrete Belege für derartige

mögliche Kapitalbeteiligungen vorgelegt. Auch die im Antrag dargelegten „strategischen Partnerschaften“ wurden in keiner Weise substantiiert. Das Vorbringen reduziert sich im wesentlichen darauf, dass im Falle eines Lizenzverlustes eine Kooperation mit bestimmten Anbietern in Aussicht genommen ist. Dies trägt jedoch nichts zur Glaubhaftmachung der finanziellen Eignung im Zulassungsverfahren bei.

Wie der Geschäftsführer der Ganymedia Network GmbH selbst ausgeführt hat, ist eine vollständige Abdeckung der notwendigen Eigenmittel durch die Ganymedia Network GmbH und ihre Gesellschafter nicht möglich und es liegen über die Aufbringung der Mittel keine konkreten Vereinbarungen, insbesondere auch keine Garantien oder Finanzierungszusagen vor; dies gilt insbesondere auch für den vom Geschäftsführer der Ganymedia Network GmbH bereits anlässlich des Zulassungsverfahrens für bundesweites Fernsehen – und nun neuerlich – behaupteten geplanten Gesellschafterwechsel in der Jupiter Medien GmbH. Wie sich aus den Feststellungen ergibt, konnte die Ganymedia Network GmbH nicht glaubhaft machen, dass sie über die erforderlichen finanziellen Voraussetzungen verfügt, um das von ihr geplante Rundfunkprogramm regelmäßig zu veranstalten und zu verbreiten. Der Antrag der Ganymedia Network GmbH war daher gemäß § 4 Abs. 3 PrTV-G abzuweisen.

smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH

Die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung und einem zur Gänze einbezahlten Stammkapital von € 35.000. Neben Thomas Madersbacher, mit einem Anteil von 18%, sind die ET Multimedia AG sowie die Targex Beteiligungsholding AG jeweils mit einem Anteil von 41 % beteiligt. Aufgrund der Gesellschafterstruktur und der Finanzierungszusicherung der ET Multimedia AG sowie der Targex Beteiligungsholding AG ist davon auszugehen, dass die finanziellen Voraussetzungen zur Veranstaltung und Verbreitung des geplanten Rundfunkprogramms vorliegen. Das Vorliegen der fachlichen und organisatorischen Voraussetzungen wurde durch die Beteiligung der ET Multimedia AG, Medieninhaberin der zweitgrößten österreichischen Magazingruppe, sowie der Beteiligung von Thomas Madersbacher, der seit mehreren Jahren Geschäftsführer des Kabelrundfunkveranstalters „TIV“ ist, ist es der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH glaubhaft gemacht.

Programmgrundsätze

Gemäß § 4 Abs 3 PrTV-G haben die Antragsteller weiters glaubhaft zu machen, dass das geplante Rundfunkprogramm den Anforderungen des § 30 Abs 1 und 2 PrTV-G entsprechen wird. § 30 Abs 1 und 2 PrTV-G legen Programmgrundsätze für die verbreiteten Rundfunkprogramme fest, wonach diese den Grundsätzen der Objektivität und Meinungsvielfalt zu entsprechen haben und in angemessener Weise das öffentliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben im Verbreitungsgebiet darstellen und den dort wesentlichen gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen Gelegenheit zur Darstellung ihrer Meinungen bieten sollen.

PULS CITY TV GmbH sowie smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH haben bislang noch kein Rundfunkprogramm veranstaltet. Das mit dem Antrag vorgelegte Redaktionsstatut soll die Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit aller programmgestaltenden Mitarbeiter sowie die Freiheit der journalistischen Berufsausübung aller journalistischen Mitarbeiter sichern und integriert auch die Programmgrundsätze gemäß § 30 Abs 1 und 2 PrTV-G. Es ist für die Regulierungsbehörde daher kein Anhaltspunkt gegeben, dass das Programm der PULS CITY TV GmbH sowie der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH den Anforderungen des § 30 Abs 1 und 2 PrTV-G nicht entsprechen würde.

Zusammenfassend ist daher festzuhalten, dass die Voraussetzungen des § 4 Abs 3 PrTV-G von PULS CITY TV GmbH und smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH erfüllt werden.

Auswahlverfahren

Gemäß § 7 PrTV-G hat die Regulierungsbehörde, wenn sich mehrere Antragsteller, die die gesetzlichen Voraussetzungen (§ 4 Abs. 2 und 3 PrTV-G) erfüllen, um eine bundesweite Zulassung bewerben, eine Auswahlentscheidung vorzunehmen. Nach dieser Bestimmung ist jenem Antragsteller der Vorrang einzuräumen,

1. bei dem auf Grund der vorgelegten Unterlagen sowie der Ergebnisse des Verfahrens die Zielsetzungen dieses Gesetzes am besten gewährleistet erscheinen, insbesondere indem insgesamt eine bessere Gewähr für eine größere Meinungsvielfalt geboten wird sowie ein eigenständiges, auf die Interessen im Versorgungsgebiet Bedacht nehmendes Programmangebot zu erwarten ist;
2. von dem zu erwarten ist, dass das Programm den größeren Umfang an eigengestalteten Beiträgen aufweist;
3. von dem ein größerer Teil der Bevölkerung versorgt werden kann;
4. von dem auf Grund des vorgelegten Programmkonzeptes in stärkerem Ausmaß zu erwarten ist, dass in das Programm österreichbezogene Beiträge, die beispielsweise eine Darstellung des kulturellen, künstlerischen, politischen und sozialen Lebens, des österreichischen Sports oder sonstiger, die Charakteristik Österreichs vermittelnder Elemente beinhalten, einbezogen werden.

§ 8 PrTV-G lautet:

(1) Neben der Erteilung der bundesweiten Zulassung oder für den Fall, dass keine Anträge auf eine bundesweite Zulassung innerhalb der Antragsfrist gemäß § 16 Abs. 1 bei der Regulierungsbehörde einlangen oder die eingelangten Anträge die Zulassungsvoraussetzungen nach diesem Bundesgesetz nicht erfüllen, hat die Regulierungsbehörde Anträge für nicht-bundesweite Zulassungen zu behandeln (§ 12 Z 4, § 13).

(2) Bewerben sich mehrere Antragsteller, die die gesetzlichen Voraussetzungen (§ 4 Abs. 2 und 3) erfüllen, für ein Versorgungsgebiet, hat die Regulierungsbehörde jenem Antragsteller den Vorrang einzuräumen, von dem zusätzlich zu den in § 7 angeführten Kriterien

1. auf Grund des von ihm vorgelegten Programmkonzeptes in stärkerem Ausmaß zu erwarten ist, dass sich im Programm das kulturelle, künstlerische, politische und soziale Leben des jeweiligen Versorgungsgebietes widerspiegelt, und
2. von dem auf Grund des vorgelegten Programmkonzeptes eine programminhaltliche Ergänzung in Hinblick auf die bereits im Versorgungsgebiet verbreiteten Fernsehprogramme zu erwarten ist.

Nach den Erläuterungen zur Regierungsvorlage (635 BlgNR XXI. GP) sind die in § 7 Z 1 bis 4 PrTV-G aufgelisteten Auswahlgrundsätze – größere Meinungsvielfalt, mehr eigengestaltete Beiträge im Programm, Versorgung eines größeren Teils der Bevölkerung, stärkerer Österreichbezug – von der KommAustria in ihrer Gesamtheit zur Auswahl der Zulassungsinhaber heranzuziehen, wobei keines der Kriterien vorrangig zu berücksichtigen ist. Damit folgt das Privatfernseh-Gesetz mit dem System der vergleichenden Auswahlentscheidung („beauty contest“) den Regelungen, wie sie im Hörfunkbereich bereits in der Stammfassung des Regionalradiogesetzes (RRG), BGBl Nr 506/1993, festgelegt wurden. In den Erläuterungen zur Regierungsvorlage des Regionalradiogesetzes (1134 BlgNR XVIII. GP) wurde bereits festgehalten, dass mit der – dem § 7 PrTV-G vergleichbaren – Bestimmung des § 20 Abs 2 RRG ein „Kriterienraster mit Ziel- und Beurteilungsvorgaben normiert werde, den die Behörde im Sinne eines beweglichen Systems ihrer Entscheidung zu Grunde zu legen hat.“ Bei der von der Behörde zu treffenden Auswahlentscheidung

handelt es sich somit um eine auf der Basis des Ermittlungsverfahrens zu treffende Prognoseentscheidung, der die im Gesetz angeführten Kriterien im Sinne eines beweglichen Systems zu Grunde zu legen sind. Da die Ganymedia Network GmbH die gesetzlichen Voraussetzung des § 4 Abs 3 PrTV-G nicht erfüllt, war sie in das Auswahlverfahren nicht mehr einzubeziehen und die Auswahlentscheidung hat nur zwischen der PULS CITY TV GmbH einerseits und der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH andererseits zu erfolgen.

Für den Fall, dass mehrere Antragsteller sich um die Erteilung einer Zulassung für nicht-bundesweites analoges Fernsehen bewerben, sieht § 8 zusätzlich zu den Auswahlkriterien des § 7 weitere, auf regionale/lokale Verhältnisse Bedacht nehmende Auswahlkriterien vor (erstens stärkerer Regional/Lokalbezug und zweitens programminhaltliche Ergänzung zum im Versorgungsgebiet bereits verbreiteten Fernsehangebot).

Das Programm der PULS CITY TV GmbH richtet sich tageszeitabhängig an spezifische Altersgruppen, wobei im Tagesablauf alle Zuschauersegmente abgedeckt werden sollen. Das Programm soll täglich 14 Stunden live gesendet werden, davon 6 Stunden eigengestaltete Zielgruppenformate von mobilen Sendeeinheiten.

Das Programm der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH positioniert sich als komplementäres Angebot zum bestehenden terrestrischen Programmangebot, insbesondere durch verstärkte Ausrichtung auf eine jüngere Zielgruppe, wobei für den Großteil der Sendezeit eigengestaltetes Programm ausgestrahlt werden soll, das sich aus lokalen und internationalen Nachrichten und Magazinen zusammensetzt und Berichte aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Soziales, Kultur, Kunst und Sport beinhalten und Talk-, Game- und Unterhaltungselemente integrieren soll. In begrenztem Umfang sollen Spielfilme und Serien zugekauft werden; in der Sendezeit bis Mittag ist die Übernahme von Informationsprogrammen anderer Anbieter geplant.

Entsprechend der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für einen „free to air“-Fernsehveranstalter im Ballungsraum Wien gehen somit beide Programmkonzepte davon aus, dass das Programm nicht zur Gänze eigengestaltet werden kann. Während smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH ein „klassisches redaktionelles Medium mit einem möglichst hohen Qualitätsanspruch“ gestalten will und es sich daher um ein eher konventionelles Programm handeln soll, setzt PULS CITY TV GmbH auf hohe Mobilität und starke Präsenz im Wiener Raum auch durch häufig wechselnde Standorte, von denen aus live gesendet wird.

Zum Auswahlkriterium des § 7 Z 1 PrTV-G ist zunächst festzuhalten, dass das Privatfernsehgesetz keine explizite Zielbestimmung kennt. Es ist jedoch als Ausführungsgesetz zum Bundesverfassungsgesetz über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks, BGBl Nr. 396/1974, bzw. auch zu Art 10 EMRK im Lichte dieser höherrangigen Normen auszulegen, sodass die Gewährleistung der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Berücksichtigung der Meinungsvielfalt, die Ausgewogenheit der Programme sowie die Unabhängigkeit der Personen und Organe als wesentliche Gesetzesziele anzusehen sind. In einer demonstrativen Aufzählung in § 7 Z 1 PrTV-G werden zudem die „bessere Gewähr für eine größere Meinungsvielfalt“ sowie „ein eigenständiges, auf die Interessen im Versorgungsgebiet Bedacht nehmendes Programmangebot“ als Ziele des Gesetzes genannt.

Sowohl vom Programm der PULS CITY TV GmbH als auch jenem der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH ist grundsätzlich zu erwarten, dass es den Anforderungen der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung entspricht. Das Programmkonzept der PULS CITY TV GmbH sieht über den Tag verteilt Formate für unterschiedliche Zielgruppen vor und versucht, insbesondere auch durch die eventbezogene Gestaltung eine breite lokale Öffentlichkeit anzusprechen. Das Konzept ermöglicht eine umfassende Beteiligung der

Bevölkerung und eine Widerspiegelung unterschiedlicher Meinungen quer durch alle Bevölkerungs- und Altersschichten. Auch durch die Einräumung eines Programmplatzes für Produktionen aus dem Projekt eines „offenen Kanals“ wird ein Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt geleistet. Das Programm der PULS CITY TV GmbH entspricht daher dem Auswahlkriterium des § 7 Z 1 PrTV-G in einem höheren Maße als jenes der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH, das eine engere Zielgruppe mit einem hohen Informationsbedürfnis anspricht und in der konventionellen Ausrichtung auch eine geringere Möglichkeit zur Bürgerbeteiligung und Vielfalt bietet.

Sowohl PULS CITY TV GmbH als auch smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH planen in einem erheblichen Umfang eigengestaltetes Programm zu senden. smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH plant täglich sechs Stunden eigenproduziertes Programm, PULS CITY plant 14 Stunden Live-Programm. Wenngleich eine rein quantitative Gegenüberstellung der Dauer des eigengestalteten Programms für sich allein keine Aussage über die bessere Erfüllung des Auswahlkriteriums gemäß § 7 Z 2 PrTV-G zulässt, ist der PULS CITY TV GmbH zuzugestehen, dass in deutlichen höherem Ausmaß eigengestaltete Sendungen gebracht werden. Selbst wenn man die vor allem auch transaktionsorientierten Formate bzw. Teleshoppingleistungen außer Betracht lässt, so ist ein zumindest gleichwertiges quantitatives Angebot an eigengestalteten Sendungen der PULS CITY TV GmbH im Vergleich zur smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH gegeben, während smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH in höherem Maße auf den Zukauf von Serien und Spielfilmen setzt.

Das Auswahlkriterium des § 7 Z 3 PrTV-G bezieht sich auf die bessere Versorgung der Bevölkerung und ist im Hinblick darauf, dass beide Antragsteller die Nutzung derselben Übertragungskapazität mit den selben technischen Parametern planen, nicht relevant.

Das Auswahlkriterium des § 7 Z 4 PrTV-G (größerer Österreichbezug) ist für die Erteilung der gegenständlichen nicht-bundesweiten Zulassung nur im Zusammenhang mit dem Kriterium nach § 8 Abs 2 Z 1 PrTV-G zu sehen, wonach die Regulierungsbehörde jenem Antragsteller den Vorrang einzuräumen hat, von dem – zusätzlich zu den in § 7 PrTV-G angeführten Kriterien – auf Grund des von ihm vorgelegten Programmkonzeptes in stärkerem Ausmaß zu erwarten ist, dass sich im Programm das kulturelle, künstlerische, politische und soziale Leben des jeweiligen Versorgungsgebietes widerspiegelt. Der örtliche Bezug ist daher primär zum konkreten Versorgungsgebiet – hier also den Großraum Wien – herzustellen. Das Programmkonzept der PULS CITY TV GmbH stellt – schon auf Grund der vorgesehenen Mobilität – einen klaren lokalen Bezug her und sieht auch inhaltlich eine Einbindung lokaler Besonderheiten vor. Auch das eigengestaltete Programm der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH ist primär auf das lokale Informationsbedürfnis abgestellt; auf Grund der doch spezifischeren Zielgruppenausrichtung werden neben den lokalen Informationen auch nationale und internationale Nachrichten sowie Wirtschaftsberichte geplant. In der Gesamtheit spiegelt das Programm der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH mit dem bedeutenden Anteil an zugekauften Serien und Spielfilmen sowie dem ebenfalls zugekauften „smart biz“ mit Wirtschaftsberichten am Vormittag letztlich doch in etwas geringerem Ausmaß das kulturelle, künstlerische, politische und soziale Leben im Versorgungsgebiet wider.

Schließlich ist gemäß § 8 Abs 2 Z 2 PrTV-G als Auswahlgrundsatz für die Erteilung von nicht-bundesweiten Zulassungen auch zu beurteilen, von welchem Antragsteller auf Grund des vorgelegten Programmkonzeptes eine programminhaltliche Ergänzung im Hinblick auf die bereits im Versorgungsgebiet verbreiteten Fernsehprogramme zu erwarten ist. In Wien sind derzeit terrestrisch lediglich die Fernsehprogramme des Österreichischen Rundfunks zu empfangen; der Inhaber der bundesweiten Zulassung für terrestrisches Privatfernsehen hat den Sendebetrieb noch nicht aufgenommen. Vor diesem Hintergrund kann von beiden Antragstellern durch die in beiden Anträgen vorgesehene lokale Fokussierung eine programminhaltliche Ergänzung erwartet werden; der Ansatz der PULS CITY TV GmbH ist im Vergleich zu jenem der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH den bestehenden

Formaten weniger ähnlich und kann daher – auch in formaler Hinsicht – eine deutlichere Ergänzung darstellen.

Zusammenfassend ergibt die Beurteilung der Antragstellerinnen PULS CITY TV GmbH und smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH, dass beide Konzepte den Zielsetzungen des Privatfernsehgesetzes Rechnung tragen und realisierbar scheinen. In der Abwägung der Auswahlgrundsätze gelangt die KommAustria auf Basis des durchgeführten Ermittlungsverfahrens zum Ergebnis, dass – wie oben ausgeführt – die PULS CITY TV GmbH in höherem Maße als die smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH die Erfüllung aller Auswahlkriterien (abgesehen von der für diese Zulassung nicht relevanten besseren Bevölkerungsversorgung) erwarten lässt.

Gemäß § 7 in Verbindung mit § 8 Abs 2 PrTV-G war daher der Antragstellerin PULS CITY TV GmbH der Vorrang bei der Erteilung der nicht-bundesweiten Zulassung für analoges terrestrisches Fernsehen unter Nutzung der dem ORF zugeordneten Übertragungskapazität Wien 1, Kanal 34, vor der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH einzuräumen.

Stellungnahme des Rundfunkbeirates

Gemäß § 4 des Bundesgesetzes über die Einrichtung einer Kommunikationsbehörde Austria („KommAustria“) und eines Bundeskommunikationssenates (KommAustria-Gesetz – KOG), BGBl I Nr. 32/2001, ist zur Beratung der KommAustria ein Rundfunkbeirat eingerichtet, dem vor Erteilung von Zulassungen Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben ist. Der Rundfunkbeirat, dessen Mitglieder von der Bundesregierung für die Dauer von sechs Jahren ernannt werden, ist ein Expertengremium (die Mitglieder haben gemäß § 4 Abs 2 KOG ausreichende rechtliche, betriebswirtschaftliche, technische oder kommunikationswissenschaftliche Kenntnisse aufzuweisen), das der KommAustria beratend zur Seite steht. Das Stellungnahmerecht des Rundfunkbeirates gründet sich darauf, dass auf Grund der spezifischen Kenntnisse und Erfahrungen der in diesem Gremium versammelten Personen besonderes Expertenwissen verfügbar ist und in die – auch vom Rundfunkbeirat vorzunehmende – Analyse der Anträge einfließen kann. Dieses Expertenwissen ist wiederum Grundlage für die Stellungnahme des Rundfunkbeirates, die nicht bindend, jedoch im Ermittlungsverfahren zu beachten ist.

Dem Rundfunkbeirat wurden die eingereichten Anträge übermittelt. Der Rundfunkbeirat hat diese Anträge geprüft und in der Sitzung vom 05.07.2002 ausführlich erörtert und eine Stellungnahme abgegeben, in der die Zulassungserteilung an die PULS CITY TV GmbH empfohlen wurde. Im Ergebnis steht die Stellungnahme des Rundfunkbeirates im Einklang mit den sonstigen Ergebnissen des Ermittlungsverfahrens.

Stellungnahme der Wiener Landesregierung sowie der Niederösterreichischen Landesregierung

Rundfunk ist in Gesetzgebung und Vollziehung Bundessache (Art 10 Abs 1 Z 9 B-VG, Art I Abs 2 BVG über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks).

Nach der Bestimmung des § 4 Abs 7 PrTV-G ist den Landesregierungen, in deren Gebiet sich das beantragte Versorgungsgebiet zur Gänze oder teilweise befindet, nach Einlangen des Antrages auf Erteilung einer Zulassung für nicht-bundesweites analoges terrestrisches Fernsehen Gelegenheit zur Stellungnahme zugegeben.

Nach den Erläuterungen zur Regierungsvorlage (RV 635 BlgNR XXI.GP) zu § 4 Abs 7 PrTV-G heißt es, dass in Abs 7 analog zur Bestimmung des § 23 Privatradiogesetz des betroffenen Landesregierungen ein Stellungnahmerecht bei der Erteilung von Zulassungen

für regionales/lokales analoges terrestrisches Fernsehen im jeweiligen Landesgebiet eingeräumt wird.

Bereits in der Stammfassung des Regionalradiogesetzes, BGBl Nr. 506/1993, hatte der Gesetzgeber vorgesehen, dass die Behörde vor Erteilung der Zulassung eine Stellungnahme der Länder einzuholen hat (§ 16 RRG, BGBl Nr. 506/1993). Nach dieser Bestimmung hatte die Behörde zudem bei ihrer Entscheidung über die Erteilung der Zulassung das Einvernehmen mit den betroffenen Landesregierungen anzustreben. Ausweislich der Materialien (RV 1134 BlgNR XVIII. GP, S 14) erfolgte diese Einbindung der betroffenen Bundesländer in die Entscheidungsfindung der Regionalradiobehörde bei der Zulassungserteilung „in Fortführung der im Regionalbezug privater Hörfunkveranstaltung nach dem vorliegenden Entwurf grundgelegten föderalistischen Ausrichtung des Gesetzesentwurfs“. Mit BGBl Nr. I 2/1999 wurde § 16 RRG dahingehend novelliert, dass die Stellungnahme der Landesregierung „unmittelbar nach Einlangen eines Antrages auf Erteilung einer Zulassung“ einzuholen ist. Die Erläuterungen (RV 1521 BlgNR XX. GP) begründen dies damit, dass sich die Einbindung der Länder in einem frühen Zeitpunkt des Verfahrens als günstig erwiesen habe, „da somit schon zu einem frühen Zeitpunkt allfällige Defizite einzelner Anträge aus der Sicht der Länder aufgezeigt werden können.“

Nach dem Willen des Gesetzgebers des PrR-G (und daher auch des PrTV-G) soll den Landesregierungen „wie schon nach bisheriger Rechtslage im Falle von Anträgen auf Erteilung einer Zulassung ein Stellungnahmerecht zukommen. Die Erteilung von Zulassungen aber auch die Schaffung neuer Versorgungsgebiete sowie die Erweiterung bestehender Versorgungsgebiete wirkt sich unmittelbar auf die Regionen und Gemeinden aus, die von den jeweiligen Versorgungsgebieten erfasst werden.“ (Erl RV 401 BlgNR XXI. GP, S 21) Die Behörde hat nunmehr gemäß § 23 PrR-G und auch § 4 Abs 7 PrTV-G nach Einlangen eines Antrages „den Landesregierungen, in deren Gebiet sich das beantragte Versorgungsgebiet zur Gänze oder teilweise befindet, Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen.“

Wie sich aus den zitierten Materialien ergibt, soll das Stellungnahmerecht den betroffenen Landesregierungen im Sinne einer allgemeinen „föderalistischen Ausrichtung“ und auf Grund der Auswirkungen einer Zulassungserteilung auf das jeweilige Land Gelegenheit zum Vorbringen entscheidungserheblicher Umstände bieten. Hierbei geht der Gesetzgeber offenkundig davon aus, dass den Landesregierungen Umstände, die für die Entscheidung der Behörde im Auswahlverfahren gemäß § 6 PrR-G bzw. § 7 und insbesondere § 8 PrTV-G relevant sind, möglicherweise auf Grund der regionalen Gegebenheiten bekannt sind und sie diese in das Ermittlungsverfahren einbringen können. Die materiellrechtlichen Grundlagen für die Entscheidungsfindung der Behörde werden durch das Stellungnahmerecht der Landesregierung nicht berührt; die Stellungnahme der Länder ist freilich im Ermittlungsverfahren zu berücksichtigen und findet dort, wo sie sich auf die gesetzlich vorgegebenen Kriterien des Auswahlverfahrens bezieht, Eingang in die Auswahlentscheidung der Behörde.

Mit den Stellungnahmen vom 25.06.2002 und vom 02.07.2002 sprach sich die der Wiener sowie die Niederösterreichische Landesregierung – mit teilweise eingehender, die Auswahlkriterien der §§ 7 und 8 PrTV-G abwägender Begründung – dafür aus, die Zulassung an die PULS CITY TV GmbH zu erteilen.

Auch die Stellungnahmen der betroffenen Landesregierungen stehen damit – wie die Stellungnahme des Rundfunkbeirats – im Einklang mit den sonstigen Ergebnissen des Ermittlungsverfahrens.

Befristung

Gemäß § 5 Abs 2 PrTV-G ist die Zulassung von der Regulierungsbehörde für 10 Jahre zu erteilen.

Programmgestaltung, –schema und –dauer

Gemäß § 5 Abs 3 PrTV-G sind in der Zulassung die Programmgestaltung, das Programmschema und die Programmdauer zu genehmigen. Diese Genehmigung bezieht sich auf das vom Antragsteller im Antrag vorgelegte und in der mündlichen Verhandlung näher erläuterte Programm, das auch Grundlage der gemäß § 7 PrTV-G vorzunehmenden Auswahlentscheidung war.

Hinsichtlich der Programmdauer ist darauf zu verweisen, dass sich diese gemäß § 5 Abs 3 iVm § 13 Abs 1, 3, 4 und 5 PrTV-G nach einer vertraglichen Vereinbarung zwischen der PULS CITY TV GmbH und dem Österreichischen Rundfunk über die zeitweise Nutzung der in Anlage 3 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazität Wien 1, Kanal 34, oder nach einer von der Regulierungsbehörde gemäß § 13 Abs 5 PrTV-G getroffenen Entscheidung über die Angemessenheit der Dauer der Nutzung der in Anlage 3 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazität Wien 1, Kanal 34, durch die PULS CITY TV GmbH richtet.

Auflage gemäß Spruchpunkt 2.

Gemäß § 5 Abs 4 PrTV-G kann die Regulierungsbehörde bei der Erteilung der Zulassung die zur Sicherung der Einhaltung des Gesetzes notwendigen Auflagen vorschreiben.

Gemäß § 5 Abs 4 PrTV-G kann die Regulierungsbehörde bei der Erteilung der Zulassung die zur Sicherung der Einhaltung des Gesetzes notwendigen Auflagen vorschreiben. Programmgestaltung, Programmschema und Programmdauer, die von der Regulierungsbehörde nach § 5 Abs 3 PrTV-G in der Zulassung zu genehmigen sind, können – zumal die Genehmigung auf der Grundlage der vom Antragsteller gemäß § 4 Abs 3 PrTV-G glaubhaft zu machenden fachlichen, finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen für eine regelmäßige Veranstaltung und Verbreitung des *geplanten* Rundfunkprogramms erfolgt – nicht grundlegend verändert werden. Mit der Auflage gemäß Spruchpunkt 2. soll sichergestellt werden, dass die Regulierungsbehörde, die nach dem PrTV-G auch die Rechtsaufsicht über die Zulassungsinhaberin wahrzunehmen hat, von wesentlichen Änderungen des veranstalteten und verbreiteten Programms informiert wird.

Auflage gemäß Spruchpunkt 3.

Gemäß § 5 Abs 4 PrTV-G kann die Regulierungsbehörde bei Erteilung der Zulassung insbesondere Auflagen hinsichtlich des Zeitpunktes vorschreiben, an dem die Versorgung des in der Zulassung festgelegten Versorgungsgebietes gewährleistet sein muss. Bei der Vorschreibung derartiger Auflagen hat die Regulierungsbehörde die Größe des Versorgungsgebietes und die technische Realisierbarkeit zu berücksichtigen.

Angesichts des knappen Frequenzspektrums und der daher beschränkten Anzahl möglicher Zulassungen liegt es im öffentlichen Interesse zu gewährleisten, dass erteilte Zulassungen nicht ungenutzt bleiben, sondern unter Berücksichtigung der technischen Realisierbarkeit

möglichst bald genutzt werden; es war daher die Auflage zu erteilen, dass die Versorgung des in Spruchpunkt 1. festgelegten Versorgungsgebietes spätestens ein Jahr nach Rechtskraft dieses Bescheides gewährleistet sein muss.

Auflage gemäß Spruchpunkt 4.

Die Auflage dass eine etwaige vertragliche Vereinbarung zwischen der PULS CITY TV GmbH und dem Österreichischen Rundfunk über die zeitweise Nutzung der in Anlage 3 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazität Wien 1, Kanal 34, unverzüglich von der PULS CITY TV GmbH der Regulierungsbehörde vorzulegen ist, war gemäß § 5 Abs 4 PrTV-G vorzuschreiben, weil sich aus dieser vertraglichen Vereinbarung zwischen der PULS CITY TV GmbH und dem Österreichischen Rundfunk der Umfang der Dauer der Nutzung der in Anlage 3 zum PrTV-G ausgewiesenen Übertragungskapazität Wien 1, Kanal 34, durch die Zulassungsinhaberin ergibt und somit auch der Umfang der Programmdauer bestimmt wird. Daraus ergibt sich aber auch, in welcher Zeit die PULS CITY TV GmbH für das unter Nutzung dieser Übertragungskapazität abgestrahlte Programm verantwortlich ist und somit, inwieweit die PULS CITY TV GmbH für das unter Nutzung dieser Übertragungskapazität ausgestrahlte Programm der Rechtsaufsicht der KommAustria nach §§ 56 ff PrTV-G unterliegt.

Versorgungsgebiet und Übertragungskapazität

Gemäß § 5 Abs 3 PrTV-G sind in der Zulassung auch das Versorgungsgebiet festzulegen und die Übertragungskapazitäten zuzuordnen.

Gemäß § 13 PrTV-G hat der Österreichische Rundfunk Zulassungsinhabern von nicht-bundesweiten Zulassungen gegen ein angemessenes Entgelt die zeitweise Nutzung ihm zugeordneter Übertragungskapazitäten zu gestatten, sofern der Österreichische Rundfunk von einem Sendestandort aus gleichzeitig zwei oder mehrere dieser Übertragungskapazitäten, über die regionale Sendungen verbreitet werden (§ 3 Abs. 2 ORF-G), mehr als zwölf Stunden täglich zur Verbreitung ein und desselben Programms in einem Verbreitungsgebiet nutzt. Gemäß Abs 2 dieser Bestimmung stehen zur zeitweisen Nutzung durch Inhaber einer nicht-bundesweiten Zulassung jedenfalls die in Anlage 3 angeführten Übertragungskapazitäten zur Verfügung. Weiters legt Abs 3 fest, dass die Nutzung für eine den wirtschaftlichen und programmlichen Anforderungen des Zulassungsinhabers angemessene Dauer und unter Berücksichtigung des Versorgungsauftrages (§ 3 Abs. 2 ORF-G) des Österreichischen Rundfunks zu gestatten ist, wobei die Versorgung der Bevölkerung im Verbreitungsgebiet mit den für dieses Verbreitungsgebiet gestalteten Fernsehprogrammen des Österreichischen Rundfunks zu gewährleisten ist (§ 3 ORF-G).

Die Übertragungskapazität WIEN 1, Kanal 34, wird vom Österreichischen Rundfunk mit folgenden Merkmalen betrieben:

Name	: WIEN 1	Country	: AUT
Longitude	: 016E20 00.000	Province	: W
Latitude	: 48N17 00.000	Height ASL / m	: 485.0
Site Name	: KAHLENBERG	Ant. Hght / m	: 152.0
Frequency / MHz	: 575.250	ERP kW	: 500.0000
Channel	: 34	ERPmax H/kW	: 500.0000
Offset	: 8P	ERPmax V/kW	: 0.0000
Offset Type	: precision	Heff Max/m	: 450.0
SFN ID	:	AZM	: D
System	: G	Polarisation	: H

Signal Destrib. : User :
 Program : FS 2 Network :
 Assign-ID : Status : 6
 Design. of Emiss.: 6M25C3FNN EA-No. :
 Assig. Freq./MHz : ER-No. :
 Provisions : ST61
 Coord Country : D HNGI CZEYUGSUIPOLROUURS
 Mod. of Station :
 Remark : 57,0 76/450 77/8P*

Ang	AZM-D	H-Pol	V-Pol	HEFF	Ang	AZM-D	H-Pol	V-Pol	HEFF
0.0	1.0	1.0	0.0	450.0	180.0	1.0	1.0	0.0	450.0
10.0	1.0	1.0	0.0	450.0	190.0	0.0	0.0	0.0	450.0
20.0	4.0	4.0	0.0	450.0	200.0	3.0	3.0	0.0	450.0
30.0	5.0	5.0	0.0	450.0	210.0	5.0	5.0	0.0	450.0
40.0	2.0	2.0	0.0	450.0	220.0	2.0	2.0	0.0	450.0
50.0	1.0	1.0	0.0	450.0	230.0	1.0	1.0	0.0	450.0
60.0	3.0	3.0	0.0	450.0	240.0	3.0	3.0	0.0	450.0
70.0	6.0	6.0	0.0	450.0	250.0	5.0	5.0	0.0	450.0
80.0	6.0	6.0	0.0	450.0	260.0	5.0	5.0	0.0	450.0
90.0	1.0	1.0	0.0	450.0	270.0	1.0	1.0	0.0	450.0
100.0	1.0	1.0	0.0	450.0	280.0	0.0	0.0	0.0	450.0
110.0	6.0	6.0	0.0	450.0	290.0	3.0	3.0	0.0	450.0
120.0	6.0	6.0	0.0	450.0	300.0	5.0	5.0	0.0	450.0
130.0	2.0	2.0	0.0	450.0	310.0	2.0	2.0	0.0	450.0
140.0	2.0	2.0	0.0	450.0	320.0	2.0	2.0	0.0	450.0
150.0	5.0	5.0	0.0	450.0	330.0	5.0	5.0	0.0	450.0
160.0	6.0	6.0	0.0	450.0	340.0	7.0	7.0	0.0	450.0
170.0	5.0	5.0	0.0	450.0	350.0	5.0	5.0	0.0	450.0

Hinsichtlich der Nutzung dieser Übertragungskapazität hat der Österreichische Rundfunk mit dem Zulassungsinhaber eine vertragliche Vereinbarung unter Zugrundelegung eines angemessenen Entgelts abzuschließen (vgl. § 13 Abs 4 PrTV-G).

Sonstige Anträge

Dem Antrag der Ganymedia Network GmbH vom 29.7.2002, „angesichts der eklatanten Fehler in der Erstellung des vorliegenden Gutachtens andere Amtssachverständige mit der Erstellung eines Gutachtens über das Vorliegen der finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen für die Veranstaltung von nicht bundesweitem terrestrischem Fernsehen (Übertragungskapazität Wien 1, Kanal 34) zu beauftragen“, wobei das Gutachten insbesondere „Aussagen über die Plausibilität der vorgelegten Businesspläne“ enthalten möge, war nicht Folge zu geben, zumal die Antragstellerin Ganymedia Network GmbH nicht dargelegt hat, in wie weit ein weiteres Gutachten einen Beitrag zur Feststellung des entscheidungsrelevanten Sachverhaltes hätte liefern können.

Die Abweisung des Antrages der Ganymedia Network GmbH auf Erteilung der Zulassung beruht darauf, dass bei der Ganymedia Network GmbH die finanziellen Voraussetzungen im Sinne des § 4 Abs. 3 PrTV-G nicht vorliegen. Im Antrag vom 29.07.2002 auf Beauftragung anderer Amtssachverständiger führt die Ganymedia Network GmbH im wesentlichen aus, dass die von der Behörde herangezogenen Amtssachverständigen die Marktanteile der Antragsteller am Bruttogesamtwerbemarkt falsch berechnet hätten; insbesondere würden

sich – bei der nach Ansicht der Ganymedia Network GmbH vorzunehmenden Art der Berechnung – die Werte der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH sowie der PULS CITY TV GmbH um bis zu 85 % erhöhen, während die Marktanteile der Ganymedia Network GmbH im wesentlichen gleich blieben. Wie bereits im Rahmen der Sachverhaltsfeststellungen ausgeführt, würden die entsprechend erhöhten Annahmen bei der PULS CITY TV GmbH sowie der smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH jedoch auch bei der Vornahme einer derartigen Erhöhung weiterhin deutlich unter den Annahmen der Ganymedia Network GmbH liegen. Der Antrag der Ganymedia Network GmbH vom 29.07.2002 enthält auch keine Ausführungen darüber, weshalb sich bei einer entsprechenden Erhöhung der Marktanteile für die Mitbewerber PULS CITY TV GmbH bzw. smart.city.tv Fernseh- und Rundfunk GmbH eine höhere Plausibilität für die Marktanteilserwartungen der Ganymedia Network GmbH ergäbe, und lässt insbesondere jegliche Ausführungen dahingehend vermissen, in wie weit sich durch derartig abweichende Berechnungen die finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen der Ganymedia Network GmbH nachweisen ließen.

Die Abweisung des Antrages der Ganymedia Network GmbH beruht darauf, dass es dieser Antragstellerin auch nicht annähernd gelungen ist, das Vorliegen der finanziellen Voraussetzungen zur regelmäßigen Veranstaltung und Verbreitung des geplanten Rundfunkprogramms glaubhaft zu machen. Neue Beweismittel, die das Vorliegen dieser Voraussetzungen belegen würden, wurden von der Ganymedia Network GmbH nicht angeboten.

Das Antragsbegehren im Beweisantrag vom 29.07.2002 richtet sich ungeachtet der Formulierung, wonach das Gutachten das „Vorliegen der finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen“ (somit einer Rechtsfrage) prüfen solle, ausschließlich auf die Frage der Plausibilität der vorgelegten Businesspläne. Das im Verfahren erstellte Gutachten der Amtssachverständigen hat sich – angesichts der besonderen Nachweisverpflichtung der Antragsteller gemäß § 4 Abs. 3 PrTV-G im wesentlichen darauf beschränkt, aufgrund der vorgelegten Unterlagen die Businesspläne einer allgemeinen betriebswirtschaftlichen Überprüfung zu unterziehen um daraus der Behörde Rückschlüsse über die fachliche, finanzielle und organisatorische Eignung der Antragsteller zu ermöglichen. Es ist nicht Aufgabe der Regulierungsbehörde, eine genaue betriebswirtschaftliche Prüfung oder eine detaillierte Einschätzung des möglichen wirtschaftlichen Erfolgs der vorgelegten Konzepte vorzunehmen. Da die Ganymedia Network GmbH nicht glaubhaft machen konnte, dass sie über die nach ihrer ambitionierten Planung – unter anderem mit einer mehr als doppelt so hohen Mitarbeiteranzahl im Vergleich zu ihren Mitbewerbern – erforderlichen finanziellen Voraussetzungen für die Veranstaltung von Rundfunk verfügt, war der Antrag schon aus diesem Grunde abzuweisen.

Gemäß § 59 Abs 1 2. Satz AVG gelten mit diesem Bescheid alle Anträge und Einwendungen als miterledigt.

Kosten

Die Gebührenpflicht gemäß Spruchpunkt 7. ergibt sich aus den im Spruch zitierten Rechtsvorschriften.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht den Parteien 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. Für den Berufungsantrag ist gemäß § 14 TP 6 Gebührengesetz 1957 idF BGBl. I Nr. 84/2002 eine Gebühr von 13 Euro zu entrichten. Die Gebührenschuld entsteht gemäß § 11 Abs 1 Gebührengesetz 1957 erst in dem Zeitpunkt, in dem die abschließende Erledigung über die Berufung zugestellt wird.

Wien, am 29.07 2002

Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Dr. Hans Peter Lehofer
Behördenleiter