



**MEDIEN 01/2017  
VOM 13.03.2017**

- **Editorial** **Seite 2**
- **RTR-TAGUNG „TV linear vs. non-linear“ lockte mehr als 150 Besucherinnen und Besucher** **Seite 3**
- **„Bewegtbildstudie“ ab sofort ein Gemeinschaftsprojekt von RTR und AGTT** **Seite 5**
- **Save the Date: „Dos and Don’ts auf YouTube“ am 25. April 2017** **Seite 5**
- **Digitalisierungskonzept 2017: Konsultationsphase** **Seite 6**
- **DAB+ soll in Österreich in den Regelbetrieb gehen** **Seite 7**
- **FERNSEHFONDS AUSTRIA: Top-Quote für Top-Förderprojekt „Maximilian“** **Seite 8**
- **FERNSEHFONDS AUSTRIA** **Seite 8**
- **Privatrundfunkfonds und Nichtkommerzieller Rundfunkfonds** **Seite 9**
- **Ausschreibungen der KommAustria** **Seite 10**
- **Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz** **Seite 11**



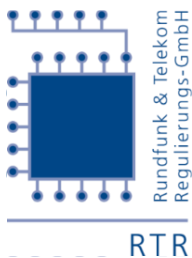
### Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

nach einer Neugestaltung des RTR-Webauftritts vor zwei Jahren war die logische Konsequenz, auch unser Corporate Design nach mehr als 15 Jahren einer kritischen Prüfung zu unterziehen und zu fragen, ob es noch zeitgemäß ist und den heutigen Anforderungen genügt. Fazit: Es ist in die Jahre gekommen und es gibt Verbesserungsbedarf!

#### Ein Abschied...

2001 - 2017



Wir haben uns daher letztes Jahr eingehend mit der Neugestaltung unseres Corporate Designs auseinandergesetzt und starten mit einem neuen Look ins Jahr 2017!

Die auf den ersten Blick auffälligste Neuerung ist das Logo. Eine Änderung war notwendig, da sich die Anforderungen an die Darstellbarkeit eines Logos im Laufe der Jahre geändert haben: Das Logo sollte medienübergreifend darstellbar und in verschiedenen Größen gut lesbar sein – im Web, auf Social Media, als Icon und auch in einer Schwarz-Weiß-Darstellung. Unser bisheriges Logo mit seinen vielen Bestandteilen war sehr komplex und ist somit bereits seit längerem an technische Grenzen in der Reproduzierbarkeit gestoßen.

#### ...und ein Neubeginn

2017



Das neue RTR-Logo orientiert sich in seiner Anmutung an dem alten Logo, spiegelt Modernität, Offenheit und Dynamik wider und akzentuiert die Qualitätsaspekte der Marke RTR. Die Wiedererkennungsmerkmale wurden dabei beibehalten: die bekannten Elemente Punkt und Linie und die Farbe Blau in einem deutlich frischeren und helleren Ton!

Die Neuausrichtung des Corporate Designs umfasst aber wesentlich mehr als das Logo. Wir haben das Schriftbild modernisiert und werden hinkünftig mehr Farbe und grafische Elemente einsetzen, um beispielsweise „trockene“ Berichte leichter erfassbar zu machen. Bessere Lesbarkeit war uns aber auch bei Gutachten, Bescheiden oder den Formularen, die auf unserer Website veröffentlicht sind, ein großes Anliegen.

Wir hoffen, dass Ihnen unser neues „Outfit“, das wir im Laufe des heurigen Jahres nach und nach unserem Außenauftritt verpassen, gefallen wird!

#### Dr. Alfred Grinschgl

Geschäftsführer  
Fachbereich Medien  
RTR

#### Mag. Johannes Gungl

Geschäftsführer  
Fachbereich Telekommunikation und Post  
RTR

### RTR-Tagung „TV linear vs. non-linear“ lockte mehr als 150 Besucherinnen und Besucher

**Online-Bewegt看bild gilt eher als Chance denn als Gefahr**

RTR-Tagung am  
22. Februar 2017



Zukunft des Bewegtbildes: v.l. Kunigk (Mod.), Sulimma, Weber, Zysk, Wimmer und Fellner (© RTR/Stögmüller)

Der Titel der Tagung suggerierte einen Konflikt zwischen klassischer Fernsehwelt und neuen Online-Videoangeboten. Nicht unbeabsichtigt natürlich vom Veranstalter, dem Fachbereich Medien der RTR. Zuspitzungen befeuern Diskussionen. Aber während der Tagung am 22. Februar in den Räumlichkeiten der Wirtschaftskammer Österreich in Wien zeichnete sich ab, dass der Markt doch eher im Sinne des Untertitels der Veranstaltung denkt und agiert: „Wie die Branche die Zukunft der Bewegtbildnutzung gestaltet“.



(© RTR/Stögmüller)

Diskutiert wurden zum einen die Auswirkungen kostenloser und kostenpflichtiger Online-Videoangebote auf das Geschäftsmodell klassischer TV-Anbieter, zum anderen ging es um die Frage, ob Fernsehfilmförderungen, wie der bei der RTR angesiedelte FERNSEHFONDS AUSTRIA, sich auch für solche Produktionen öffnen sollten, die nicht von einem klassischen Fernsehveranstalter, sondern von einem Online-Portal ausgestrahlt werden. Die zwei Podien leiteten Andrea Hock (Autlook Filmsales) und Andreas Kunigk (Pressesprecher Medien, RTR).

#### **Die junge Zielgruppe wird verstärkt online angesprochen**

Aus Sicht der Medienmarktforschung berichtete Alke Sulimma von GfK Austria, dass dem medialen Hype um Dienste wie YouTube, Amazon Video oder Netflix zum Trotz weiterhin 86 % der österreichischen TV-Bevölkerung ihren Bewegtbildkonsum mit klassischen, linear ausgestrahlten Fernsehangeboten decken. Für die Einschätzung zukünftiger Entwicklungen sei aber auch zu beachten, dass 27 % der TV-Bevölkerung schon täglich Online-Bewegt看bild nutzen, bei den 14- bis 29-Jährigen sogar schon knapp jeder Zweite. Mit Blick darauf begründeten Michael Wimmer, Generaldirektion ORF, und Peter Weber, Justitiar des ZDF, die Strategien ihrer Häuser, zielgruppengerechte neue

### RTR-Tagung „TV linear vs. non-linear“

Angebote auch auf YouTube auszudehnen. Heiko Zysk von der ProSiebenSat.1 Medien AG legte das vielfältige Engagement seines Unternehmens im Online-Bereich dar, zu dem unter anderem das Videoportal Maxdome und die im Bereich der YouTube-Stars agierende Management-Agentur Studio 71 zählen. ProSiebenSat.1 erzielt schon nur noch knapp mehr als die Hälfte des Umsatzes aus dem klassischen Fernseh-Werbegeschäft. Nikolaus Fellner, Geschäftsführer des Oe24-Netzwerkes erläuterte, dass die klassische Verbreitung des im September 2016 gestarteten News-Senders Oe24.tv über Satellit, Kabel und Antenne für die Bekanntheit und Vermarktung des neuen Angebotes zwar noch unverzichtbar gewesen sei, dass aber die Nutzerzahlen im Internet schon jene des Rundfunkangebotes überflügeln würden.

### Produzenten sehen Fernsehfilmförderung für Online-Portale positiv



Förderungen für Netflix und Co.?: v.l. Hock (Mod.), Hahn, Haager, Köhler und Lüftner (© RTR/Stögmüller)

Im zweiten Teil der Veranstaltung fand der Ansatz, Fernsehfilmförderungen auch an Produktionen für Online-Videoportale zu vergeben, ein grundsätzlich positives Echo bei den Diskutanten Stefan Hahn, Sektion II Kunst und Kultur im Bundeskanzleramt, Karin Haager, Mitbegründerin des österreichischen Videoportals Flimmit, sowie bei den Produzenten Walter Köhler, Geschäftsführer Terra Mater Factual Studios, und John Lüftner, geschäftsführender Gesellschafter der Superfilm. Hahn meinte, der FERNSEHFONDS AUSTRIA sei seiner wirtschaftsbezogenen Ausrichtung nach bereits ideal geeignet und müsse gesetzlich lediglich erweitert werden. Köhler wies allerdings darauf hin, dass Probleme mit den Richtlinien zu erwarten seien, da Amazon oder Netflix grundsätzlich alle Rechte an Produktionen für sich beanspruchen würden. Lüftner bezeichnete die Idee als Chance, dämpfte aber allzu hohe Erwartungen, die großen Portale damit zu Produktionen nach Österreich locken zu können. Weniger begeistert zeigte sich ZDF-Justitiar Weber. Förderungen von rein kommerziellen Anbietern, die praktisch keinen Beitrag zur Meinungsvielfalt leisten, seien kritisch zu hinterfragen, so Weber.



### „Bewegtbildstudie“ ab sofort ein Gemeinschaftsprojekt von RTR und AGTT

#### Marktforschung zum Verhältnis von TV- und Online-Bewegtbildnutzung

Online-Videoangebote nehmen zunehmend Einfluss auf das Fernsehnutzungsverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten. Soviel ist sicher. Beurteilungen dazu, in welchem Ausmaß das der Fall ist, waren aber bisher oft von den Interessen der Betrachter beeinflusst. Zuverlässige Marktdaten zu erhalten ist jedoch von größter strategischer und wirtschaftlicher Bedeutung vor allem für Rundfunkveranstalter und die Medienaufsicht. Die in der Arbeitsgemeinschaft Teletest (AGTT) vertretenen österreichischen Fernsehveranstalter und der Fachbereich Medien der RTR beauftragen daher nun gemeinsam die GfK Austria zu entsprechender Marktforschung. Darüber informierte RTR-Geschäftsführer Dr. Alfred Grinschgl die Öffentlichkeit im Rahmen der Tagung „TV linear vs. non-linear“ am 22. Februar in Wien. „Genau zu wissen, mit welcher Dynamik sich auch der Online-Videomarkt entwickelt, gehört heute zweifellos zu unseren Aufgaben als Regulator und als Kompetenzzentrum für den heimischen Medienmarkt“, so Grinschgl.



Alfred Grinschgl,  
RTR-Geschäftsführer für  
den Fachbereich Medien  
(© RTR/Stögmüller)

Die gemeinsame Studie soll nach derzeitiger Planung künftig jährlich erscheinen. Der Fachbereich Medien der RTR hatte bereits im vergangenen Jahr zunächst die Beauftragung einer eigenen derartigen Studie vorbereitet. Als dann aber im Oktober die AGTT erstmals selbst eine entsprechende Untersuchung vorlegte zeigte sich, dass darin die Vorstellungen der RTR bereits weitgehend umgesetzt waren. Eine Kooperation drängte sich daher nahezu auf, sagt Grinschgl: „Wir stehen in der Branche für eine unabhängige, neutrale Auswertung und Bewertung von Marktdaten. Das ist auch aus Sicht der AGTT ein großes Plus, das wir in die Zusammenarbeit und für die öffentliche Wahrnehmung der Bewegtbildstudie einbringen. Die Kooperation hat so für alle Beteiligten Vorteile, die über den finanziellen Aspekt einer gemeinsamen Beauftragung hinausgehen.“

### Save the Date: „Dos and Don'ts auf YouTube“ am 25. April 2017

#### Influencer zwischen Business, Storytelling und Rechtsrahmen

Das Phänomen der neuen YouTube-Stars, im Fach-Jargon auch als Influencer bezeichnet, ist längst aus der fröhlichen Kinderstube alternativer Jugendunterhaltung herausgewachsen. Die Stars mit abertausenden jugendlichen Followern werden von Management- und Vermarktungs-Agenturen heiß umworben. Hinter den Agenturen stecken oft klassische Medienhäuser. Werbung, Produktplatzierung, Sponsoring: Die Videoclips der Influencer bieten Zugang zu einer bisher schwer zu erreichenden aber begehrten Zielgruppe. YouTube verdient mit PreRoll-Vermarktung. Goldgräberstimmung auf dem Online-Videomarkt. Dass aber auch dort gesetzliche Regeln einzuhalten sind, Werbe- und Jugendschutzbestimmungen

**Auch auf dem  
Online-Markt sind  
gesetzliche Regeln  
einzuhalten**



### **Save the Date: „Dos and Don'ts auf YouTube“**

### **Diskussion mit den Stakeholdern über die Entwicklung des Phänomens**

gelten, ist oft nur oberflächlich bekannt oder wird ganz ausgeblendet.

Mit der Veranstaltung „Dos und Don'ts auf YouTube“ wollen die Medienbehörde KommAustria und der Fachbereich Medien der RTR die Branche am 25. April 2017 nicht nur in Vorträgen substanziell über den Rechtsrahmen informieren, sondern auch mit Stakeholdern die Entwicklung des Phänomens diskutieren. Zu den Diskutantinnen und Diskutanten zählen unter anderem Sandra Thier, Geschäftsführerin diego5 studios, Agentur für Branded Entertainment und Online Video Marketing mit Sitz in Berlin und Wien, außerdem Stefan Häckel, Geschäftsführer VICE Austria, sowie Stefan Weger, Head of Content & Product Management, Styria Content Creation GmbH/styria digital one GmbH. Angefragt sind Vertreterinnen von Google/YouTube und funk, dem online-Jugendangebot von ARD/ZDF.

Zeit und Ort in Wien werden noch genau bekanntgegeben. Anmeldungen sind schon jetzt möglich unter: [www.rtr.at/de/inf/YouTube\\_25042017](http://www.rtr.at/de/inf/YouTube_25042017)

## **Digitalisierungskonzept 2017: Konsultationsphase bis zum 7. April**

### **KommAustria legt digitale Schwerpunktthemen der nächsten zwei Jahre vor**

Die optimierte Nutzung des Rundfunk-Frequenzspektrums und die damit verbundene Umwidmung bisheriger Fernsehkanäle für Mobilfunkanwendungen wird die Medienbehörde KommAustria auch weiterhin maßgeblich beschäftigen. Das EU-weit abgestimmte Ziel, bis Juni 2020 den Frequenzbereich oberhalb von Kanal 48 (700-MHz-Band) als so genannte Digitale Dividende II vor allem für mobile Breitband-Internetverbindungen frei zu räumen, muss unter anderem bei der neuen Ausschreibung auslaufender Multiplex-C-Zulassungen für regionale Angebote des terrestrischen Antennenfernsehens berücksichtigt werden. Außerdem vertieft die Behörde ihre Frequenzplanungen für den Auf- und Ausbau des digitalen Hörfunks auf Basis von DAB+ und bereitet das Feld für weitere diesbezügliche Ausschreibungen vor. Dies sind wesentliche Eckpunkte des Entwurfes zum Digitalisierungskonzept 2017, den die Behörde am 10. März der Arbeitsgemeinschaft „Digitale Plattform Austria“ zur Konsultation vorlegte. Das neue Konzept hat am 1. Mai in Kraft zu treten.

Ihrem gesetzlichen Auftrag gemäß, erstellt die KommAustria in Abstimmung mit der Arbeitsgemeinschaft „Digitale Plattform Austria“ ein Digitalisierungskonzept, in dem sie aktuelle Schwerpunkte der Weiterentwicklung des digitalen, audiovisuellen Medienmarktes und damit gegenwärtige Kernziele der Behörde dargelegt. Das aktuelle „Digitalisierungskonzept 2015“ tritt mit 30. April 2017 außer Kraft. Die Arbeitsgemeinschaft „Digitale Plattform Austria“ stellt eine Branchenvertretung dar, der mehr als 300 Mitglieder aus dem österreichischen Medienmarkt angehören.



### **DAB+ soll in Österreich in den Regelbetrieb gehen**

#### **Ausschreibung der KommAustria ermöglicht Aufbau und Betrieb von DAB+ Radio**

Der Regelbetrieb von digitalem Hörfunk auf Basis des Übertragungsstandards DAB+ wird in Österreich greifbarer. Am 31. Jänner hat die Medienbehörde erstmals Hörfunk-Frequenzen für Digitalradio ausgeschrieben. Damit können jetzt Anträge auf Zulassungen zur Errichtung und zum Betrieb einer bundesweiten digitalen terrestrischen Multiplex-Plattform sowie von lokalen oder regionalen Multiplex-Plattformen auf Basis einer weiteren, bundesweiten Frequenzbedeckung gestellt werden.

Auch wenn die Ausschreibungen sich vordergründig an Sendetechnik-Unternehmen wenden, müssen die Zulassungsanträge dennoch ein zukünftiges Programmangebot bereits enthalten. Das bedeutet, dass sich die Antragsteller bereits im Zuge der Bewerbung mit Hörfunkveranstaltern auf die Übertragung von Radioprogrammen zu einigen haben.

Im Vorfeld hatte die KommAustria eine Interessenerhebung unter bestehenden und potenziellen Hörfunkveranstaltern durchgeführt, die Bedarf an der Einführung von DAB+ offenbarte. So zeigte sich, dass ein bundesweiter DAB+ Multiplex mit ausreichend, nämlich ca. 15 Radioprogrammen ausgelastet sein könnte und dass Interesse an mehreren lokalen bzw. regionalen Multiplexen besteht. Ob sich das nun im Ausschreibungsverfahren bewahrheitet, ist für Mag. Michael Ogris, Vorsitzender der KommAustria, eine spannende Frage: „Die Ausschreibung ist ein echtes Thema in der Branche. Man hört dazu aber die unterschiedlichsten Mutmaßungen. Mal heißt es, es seien jetzt noch mehr Radioveranstalter interessiert, dann hört man, dass Anträge von gleich mehreren Netzbetreibern, auch aus dem Ausland, eingehen könnten. Ich bin wirklich interessiert, was uns im Juni dann vorliegt“, sagt Ogris.

Anträge auf Erteilung der ausgeschrieben Zulassungen müssen bis spätestens 12. Juni 2017, 13:00 Uhr, bei der Medienbehörde einlangen. Für ihre Entscheidungen hat die KommAustria dann ein halbes Jahr Zeit. Die Ausschreibungen können auf den Internetseiten der RTR unter den Links [www.rtr.at/de/m/KOA452017001](http://www.rtr.at/de/m/KOA452017001) und [www.rtr.at/de/m/KOA453017001](http://www.rtr.at/de/m/KOA453017001) abgerufen werden.

**Es besteht Bedarf an der Einführung von DAB+**

## FERNSEHFONDS AUSTRIA: Top-Quote für Top-Förderprojekt „Maximilian“

Historischer TV-Dreiteiler erzielt großen Publikumserfolg



(© MR Film GmbH)

### 26 % Marktanteil für Kaiser Maximilian

Es die Produktion mit der höchsten Fördersumme seit Bestehen des FERNSEHFONDS AUSTRIA: „Maximilian: Das Spiel von Macht und Liebe“ wurde mit 3,2 Mio. Euro bezuschusst. Die Resonanz der Zuseher bestätigte jetzt die Erwartungen an den aufwändig produzierten TV-Dreiteiler um Maximilian I. von Habsburg und die Grundsteinlegung des habsburgischen Reiches. Als TV-Event aufeinanderfolgend am 1., 2. und 3. März auf ORF eins ausgestrahlt, erreichte „Maximilian“ laut ORF im Schnitt pro Folge 761.000 Zuseherinnen und Zuseher, die sich die drei Teile von der ersten bis zu letzten Minute ansahen. In der Spitze wurden knapp 830.000 Zuseherinnen und Zuseher erreicht. Der durchschnittliche Marktanteil kommt auf 26 % der Zuseherinnen und Zuseher im Alter ab 12 Jahren! Die ORF/ZDF-Koproduktion wurde um Gesamtherstellungskosten von rund 16 Mio. Euro von der MR-Film hergestellt, Regie führte Andreas Prochaska.

## FERNSEHFONDS AUSTRIA

### 1. Antragstermin 2017

Beim 1. Antragstermin 2017 wurden insgesamt 40 Projekte mit einer Fördersumme von rund 9,5 Mio. Euro eingereicht. Darunter befanden sich eine Serie, sechs Fernsehfilme und 33 Dokumentationen. Sieben neue Antragsteller haben erstmals um Herstellungsförderung angesucht. Da einige Anträge unvollständig und fehlerhaft eingereicht wurden, mussten vier Projekte zurückgewiesen werden. Ein Projekt wurde bereits nach kurzer Zeit zurückgezogen. Alle weiteren Einreichungen werden nun auf Vollständigkeit und Übereinstimmung mit den Richtlinien überprüft. Mit einer Entscheidung ist Ende März zu rechnen.





### FERNSEHFONDS AUSTRIA

#### Österreichische Fördertagung

Im Rahmen der diesjährigen Diagonale, dem Festival des österreichischen Films, die von 28. März bis 2. April 2017 in Graz stattfindet, veranstaltet der FERNSEHFONDS AUSTRIA die Österreichische Filmfördertagung. Die Veranstaltung dient dem Austausch aller filmfördernden Stellen (Bund und Länder) in Österreich. Auch Kathrin Zechner, Programmdirektorin des ORF, wird als Vortragende an der Veranstaltung teilnehmen.

**2016 wurden  
48 Projekte mit  
rund 13 Mio. Euro  
gefördert**

#### Rückblick 2016

Im Jahr 2016 wurden beim FERNSEHFONDS AUSTRIA insgesamt 70 Projekte eingereicht. 48 Projekte erhielten eine positive Förderzusage. In Summe wurden die geförderten Projekte mit insgesamt 12.586.021,- Euro unterstützt. Detailinformationen zu den geförderten Projekten finden Sie auf der Website des FERNSEHFONDS AUSTRIA ([www.fernsehfonds.at](http://www.fernsehfonds.at)) sowie im Kommunikationsbericht der RTR.

**Fokus 2017:  
non-lineare  
Verbreitungsformen**

#### Ausblick

Gegenwärtig ist der klassische lineare TV-Konsum noch mit weitem Abstand die häufigste Nutzungsform für Bewegtbildinhalte in der Gesamtbevölkerung. Doch der Wunsch nach individuellen und vor allem zeitunabhängigen Plattformen für Video-Abrufe steigt zunehmend. Besonders das junge Publikum strebt nach mehr Autonomie und Flexibilität in ihrem TV-Konsumverhalten, wie zahlreiche Studien beweisen. In Anbetracht der Tatsache, dass sich daher insbesondere die non-linearen Märkte zukünftig weiterhin stark entwickeln werden, wäre auch eine gesetzlich notwendige Weichenstellung zu überlegen, um zukünftig auch Projekte fördern zu können, die ausschließlich non-linear verbreitet werden. Zu diesem aktuellen Thema, gab es daher auch am 22. Februar 2017 eine Veranstaltung in der Wirtschaftskammer mit dem Titel „TV linear versus non-linear – Wie die Branche die Zukunft der Bewegtbildnutzung gestaltet“. Rund 150 Interessierte, darunter zahlreiche Filmschaffende, aber auch Fernsehanbieter nahmen an der Tagung sowie an der anschließenden Diskussion mit Branchenvertreterinnen und -vertretern teil.

#### Privatrundfunkfonds und Nichtkommerzieller Rundfunkfonds

2017 stehen dem Privatrundfunkfonds 15 Mio. Euro und dem Nichtkommerziellen Rundfunkfonds 3 Mio. Euro für Inhalte-, Ausbildungs- und Studienförderung (Reichweiten- und Qualitätsstudien) zur Verfügung. Die Fördermittel werden vom Geschäftsführer der RTR nach Stellungnahme durch den Fachbeirat vergeben. Die Fachbeiratssitzung für den 1. Antragstermin 2017 des Privatrundfunkfonds hat am 16. Jänner 2017 stattgefunden, jene für den Nichtkommerziellen Rundfunkfonds bereits am 19. Dezember 2016.



### Rundfunkfonds

### Nichtkommerzieller Rundfunkfonds

Der 1. Antragstermin 2017 für den nichtkommerziellen Rundfunkfonds endete am 31. Oktober 2016. Es wurden 93 Anträge eingebracht. Die Fördermittel wurden wie folgt auf die Förderbereiche verteilt:

**1. Antragstermin  
Nichtkommerzieller  
Rundfunk:  
rund 2,8 Mio. Euro  
vergeben**

Anträge	Inhalte	Ausbildung	Studien	Gesamt
TV	845.691,00	61.026,00	5.500,00	912.217,00
Hörfunk	1.682.158,00	121.007,00	–	1.803.165,00
Ausbildungsvereine	–	80.460,00	–	80.460,00
<b>Gesamt</b>	<b>2.527.849,00</b>	<b>262.493,00</b>	<b>5.500,00</b>	<b>2.795.842,00</b>

Die detaillierten Ergebnisse können auf der Website der RTR nachgelesen werden: [www.rtr.at/de/foe/EntscheidungenNKRF](http://www.rtr.at/de/foe/EntscheidungenNKRF)

### Privatrundfunkfonds

Der 1. Antragstermin 2017 für den Privatrundfunkfonds endete am 31. Oktober 2016. Es wurden 495 Anträge eingebracht. Die Fördermittel wurden wie folgt auf die Förderbereiche verteilt:

**1. Antragstermin  
Privatrundfunk-  
fonds:  
rund 14,3 Mio. Euro  
vergeben**

Anträge	Inhalte	Ausbildung	Studien	Gesamt
TV	9.338.217,00	176.577,00	90.530,00	9.605.324,00
Hörfunk	3.930.175,71	350.365,57	92.118,50	4.372.659,78
Ausbildungsvereine	–	278.749,00	–	278.749,00
<b>Gesamt</b>	<b>13.268.392,71</b>	<b>805.691,57</b>	<b>182.648,50</b>	<b>14.256.732,78</b>

Die detaillierten Ergebnisse können auf der Website der RTR nachgelesen werden: [www.rtr.at/de/foe/EntscheidungenPRRF](http://www.rtr.at/de/foe/EntscheidungenPRRF)

Der 2. Antragstermin für 2017 beider Fonds endet voraussichtlich Mitte Mai 2017. Im Rahmen des 2. Antragstermins werden die Restmittel und allfällige Rückflüsse aus nicht oder nicht vollständig durchgeführten Projekten ausgeschüttet.

### Ausschreibungen der KommAustria

Hinweis auf Ausschreibungen von Übertragungskapazitäten	Ausschreibungsfrist
ZWETTTL NOE 3 (Loschberg) 99,3 MHz (KOA 1.314/16-005)* siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA131416005">www.rtr.at/de/m/KOA131416005</a>	bis 20. März 2017, 13.00 Uhr
KNITTELFELD 2 (Feistritzer Wald) 101,1 MHz (KOA 1.471/17-001) siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA147117001">www.rtr.at/de/m/KOA147117001</a>	bis 27. März 2017, 13.00 Uhr



### Ausschreibungen der KommAustria

INNSBRUCK 1 (Patscherkofel, Feratelmast) 90,7 MHz (KOA 1.530/17-001)* siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA153017001">www.rtr.at/de/m/KOA153017001</a>	bis 17. April 2017, 13.00 Uhr
Versorgungsgebiet „Oberösterreich Mitte“ (KOA 1.380/17-003) LINZ 2 (Freinberg) 102,0 MHz WELS 2 (Sternhochhaus) 95,8 MHz STEYR (Tröschberg) 99,4 MHz FREISTADT (Obergrünbach) 90,6 MHz GMUNDEN (Grünberg) 90,6 MHz siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA138017003">www.rtr.at/de/m/KOA138017003</a>	bis 20. April 2017, 13.00 Uhr
ALTLENGBACH (Steinhutberg) 95,0 MHz HOCHSTRASS (Hasenriegel) 107,8 MHz (KOA 1.700/17-001)* siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA170017001">www.rtr.at/de/m/KOA170017001</a>	bis 24. April 2017, 13.00 Uhr
PERG (Lanzenberg) 103,6 MHz (KOA 1.375/17-003)* PERG (Lanzenberg) 94,5 MHz (KOA 1.379/17-002)* siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA137917002">www.rtr.at/de/m/KOA137917002</a> und <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA137517003">www.rtr.at/de/m/KOA137517003</a>	bis 24. April 2017, 13.00 Uhr
Ausschreibung einer bundesweiten terrestrischen Multiplex-Plattform für digitalen terrestrischen Hörfunk im Standard DAB+ (MUX I) (KOA 4.520/17-001) siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA452017001">www.rtr.at/de/m/KOA452017001</a>	bis 12. Juni 2017, 13.00 Uhr
Ausschreibung von lokalen oder regionalen terrestrischen Multiplex-Plattformen für digitalen terrestrischen Hörfunk im Standard DAB+ (MUX II) (KOA 4.530/17-001) siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA453017001">www.rtr.at/de/m/KOA453017001</a>	bis 12. Juni 2017, 13.00 Uhr

\* Gemäß § 13 Abs. 3 PrR-G sind diese Ausschreibungen auf bestehende Hörfunkveranstalter beschränkt.

Weitere Informationen sind unter [www.rtr.at/de/m/Ausschreibungen](http://www.rtr.at/de/m/Ausschreibungen) abrufbar.

### Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz

Medieninhaberin (Verlegerin):	Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
Unternehmensgegenstand:	Besorgung der Rundfunk-, Telekom- und Postregulierung in Österreich, 1060 Wien, Mariahilfer Straße 77–79, FN 208312t, 100 % Eigentümer Republik Österreich
Geschäftsführer:	Dr. Alfred Grinschgl (Fachbereich Medien) und Mag. Johannes Gungl (Fachbereich Telekommunikation und Post)
Aufsichtsrat:	Dr. Harald Glatz, Mag. Sabine Joham-Neubauer, Ing. Mag. Alfred Ruzicka, Dr. Matthias Traimer, Dr. Erhard Fürst, Mag. Michael Ogris, Ursula Assmann, Mag. Sandra Fössl, Mag. Florian Klicka
Grundlegende Richtung:	Laufende Information über aktuelle Themen aus dem Bereich Medien sowie Veröffentlichung einschlägiger Fachartikel.