



BUNDESKOMMUNIKATIONSSENAT

GZ 611.956/0025-BKS/2009

BESCHIED

Der Bundeskommunikationssenat hat durch den Vorsitzenden Dr. PÖSCHL, die weiteren Mitglieder Dr. PRIMUS, Dr. GITSCHTHALER, Dr. HOLOUBEK und Dr. KARASEK über die Beschwerde der A.S. gegen den Österreichischen Rundfunk (ORF) wegen Verletzung des ORF-Gesetzes wie folgt entschieden:

Spruch:

I. Der Beschwerde wird gemäß § 36 Abs. 1 lit. d in Verbindung mit § 37 Abs. 1 ORF-G in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. 102/2007 Folge gegeben. Es wird festgestellt, dass der Österreichische Rundfunk

A.) am 22.12., 23.12., 25.12., 26.12., 29.12., 30.12. und 31.12.2008 sowie am 05.01.2009 jeweils um ca. 18.58 Uhr im Fernsehprogramm ORF2 Steiermark durch die Ausstrahlung eines werblich gestalteten Veranstaltungshinweises für den „Cirque Noël“ die Bestimmungen des § 13 Abs. 7 1. Satz RF-G verletzt hat und

B.) am 31.12.2008, 01.01., 05.01., 10.01. und am 13.01.2009 jeweils um ca. 18.57 Uhr im Fernsehprogramm ORF2 Steiermark durch die Ausstrahlung eines werblich gestalteten Veranstaltungshinweises für die „Grazer Opernredoute“ die Bestimmungen des § 13 Abs. 7 1. Satz ORF-G verletzt hat.

II. Dem ORF wird gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G aufgetragen, innerhalb von vier Wochen ab Zustellung dieser Entscheidung den Spruchpunkt I. der Entscheidung an allen sechs Werktagen (Montag bis Samstag) einer Kalenderwoche zwischen 18.57 und 19.20 Uhr im Fernsehprogramm ORF2 Steiermark in folgender Weise durch Verlesung zu veröffentlichen:

„Der ORF hat zwischen 22. Dezember 2008 und 5. Jänner 2009 acht Mal Werbung für die Veranstaltung „Cirque de Noël“ in ORF 2 Steiermark ausgestrahlt. Der ORF hat zwischen 31.12.2008 und 13.01.2009 fünf Mal Werbung für die Veranstaltung „Grazer Opernredoute“ in ORF 2 Steiermark ausgestrahlt. Der ORF hat dadurch gegen das Verbot regionaler Fernsehwerbung verstoßen.“

Dem ORF wird ferner aufgetragen, dem Bundeskommunikationssenat gemäß § 36 Abs. 5 ORF-G iVm § 11 KOG binnen weiterer zwei Wochen über die Veröffentlichung einen Nachweis in Form der Übermittlung von Aufzeichnungen zu erbringen.

Begründung:

Die A.S. (im Folgenden: Beschwerdeführerin) erhob am 2.2.2009 gegen den ORF Beschwerde gemäß § 36 Abs. 1 lit. d ORF-G wegen der Sendungen über den „Cirque Noël“ und die „Grazer Opernredoute“ zu den im Spruch angeführten Zeitpunkten. Die Sendungen seien werblich gestaltet. Der – in der Beschwerde näher dargestellte – Inhalt beider Sendungen sei insgesamt geeignet, bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für die Inanspruchnahme der Dienstleistung zu gewinnen. Daraus sei auf das Ziel der Absatzförderungsseignung zu schließen. Beim Spot über den „Cirque Noël“ sei dessen optische Gestaltung wegen der Suggestivkraft des Fernsehens kritisch zu sehen, der Spot weise zudem alle Ingredienzen eines klassischen Werbespots auf. Nicht die „Opernredoute“ sondern der Bauernbundball sei das größte Ballereignis, die Bezeichnung der „Opernredoute“ als „Ballereignis des Jahres“ sei eine qualitativ-wertende Aussage. Außerdem werde das umfangreiche Angebot der Attraktionen auf der Veranstaltung dargestellt. Die Werblichkeit ergebe sich auch aus der wiederholten Ausstrahlung an mehreren Tagen in enger zeitlicher Abfolge sowie daraus, dass die Veranstaltung zu Sylvester um spezifische Bildelemente der an diesem Tag servierten kulinarischen Spezialitäten ergänzt gewesen sei. Die Entgeltlichkeit sei nach einem objektiven Maßstab zu beurteilen. Sie liege hier in beiden Fällen schon wegen der werblichen Gestaltung der Sendungen vor und ergebe sich überdies auch aus dem Sponsorhinweis. Nach vorgelegten Vereinbarung zum „Cirque Noël“ habe der ORF 20-30 Eintrittskarten für die eigenen Mitarbeiter und weitere 40 Karten für die Verlosung erhalten; darüber hinaus sei das ORF-Logo auf den Werbemitteln platziert worden, Interviewpartner seien bereit gestellt und koordiniert worden. Auch für die „Opernredoute“ seien dem ORF Eintrittskarten für das Gewinnspiel zur Verfügung gestellt worden. Dies widerlege die Behauptung, dass die Sendung des TV-Spots ohne jede Verpflichtung und ohne jede Gegenleistung ausgestrahlt worden sei. Der ORF habe mit diesen Sendungen gegen das Verbot regionaler Fernsehwerbung und gegen das Gebot der Trennung der Werbung vom sonstigen Programm verstoßen. Sollte es sich aber um einen „redaktionellen Veranstaltungshinweis“ gehandelt haben, habe der ORF den ihm auferlegten Auftrag zur Ausstrahlung eines differenzierten und nach objektiven Gesichtspunkten ausgewählten Gesamtprogramms (§ 4 ORF-G) durch die einseitige Bevorzugung einer ganz bestimmten Veranstaltung missachtet. Allenfalls liege Schleichwerbung vor oder eine Beeinflussung von Inhalt und Programmplatz oder die Gestaltung von Sendungen nach thematischen Vorgaben Dritter (§ 17 ORF-G).

Ihre Beschwerdelegitimation stützte die Beschwerdeführerin auf ihr Wettbewerbsverhältnis zum ORF als private Rundfunkveranstalterin (§ 36 Abs. 1 Z 1 lit. d ORF-G). Durch

gesetzwidrige Werbeformen könne der ORF einen Vorteil erzielen, der ihre rechtlichen und wirtschaftlichen Interessen berühre.

Der ORF trat der Beschwerde entgegen. Der Hinweis auf den „Cirque Noël“ sei redaktionell gestaltet gewesen. Die Informationen zur Veranstaltung haben bloß dazu gedient, dem Zuseher zu vermitteln, was ihn bei der Veranstaltung erwarte. Es seien keine unmittelbaren qualitativ-wertenden Aussagen, Leistungsvergleiche oder Kaufaufforderungen erfolgt. Die optische Gestaltung bewege sich im Rahmen des Zulässigen und stelle eine medienspezifische Gestaltung dar, die der Bundeskommunikationssenat bereits – etwa bei der Hinterlegung von Bildern einer Jagdausstellung mit Jagdhornmusik – für zulässig erachtet habe. Die Häufigkeit der Ausstrahlung sei irrelevant, es komme immer nur auf die Gestaltung des jeweiligen Beitrages an. Der ORF habe weder ein Entgelt noch eine sonstige Gegenleistung für die Ausstrahlung des Spots erhalten, diese seien vielmehr Ausdruck seines öffentlich-rechtlichen Selbstverständnisses. Die Gestaltung des Hinweises auf die „Grazer Opernredoute“ überschreite ebenso wenig die Grenze zur Absatzförderung. Es handle sich um eine „medientypische Wiedergabe der Wirklichkeit“. Dies gelte auch für die Auflistung der Künstler. Die Bezeichnung „Ballereignis des Jahres“ sei zulässig, weil es sich tatsächlich um das größte Ereignis handle, über das auch alle regionalen Medien umfangreich berichteten. Zur Entgeltlichkeit brachte der ORF vor, dass er den Trailer ohne Verpflichtung und Entgelt auf eigene Kosten produziert habe. Es habe lediglich eine Absprache gegeben, dass 40 Eintrittskarten für Gewinnspiele „bereit gestellt“ würden, worüber es auch eine – vorgelegte – Aktennotiz gebe. Der ORF habe im Spot das wichtigste steirische Ballereignis zum Thema gemacht und mit einem „redaktionellen Gewinnspiel“ für Karten verbunden.

Nach Einsicht in die vorgelegten Aufzeichnungen und Unterlagen wird folgender - dem Beschwerdevorbringen entsprechender und vom ORF nicht bestrittener - Sachverhalt festgestellt:

A.) Cirque Noël

Am 22.12., 23.12., 25.12., 26.12., 29.12., 30.12. und 31.12.2008 sowie am 05.01.2009 strahlte der ORF um ca. 18.58 Uhr im Fernsehprogramm ORF 2 Steiermark einen Veranstaltungshinweis für die Zirkusveranstaltung „Cirque Noël“ aus:

Eine Sprecherin spricht folgenden Text:

„Zirkusgeschichten zur Weihnachtszeit. Zirkusatmosphäre zum Jahreswechsel. Zauberhaft und familiär. Erstmals in Graz: Der Familienzirkus „R.“ mit einem außergewöhnlichen Programm voll Leidenschaft und Poesie, voll Musik und Akrobatik. Jahresbeginn im Zirkus. Mit kulinarischen Spezialitäten und vielen Überraschungen. ORF Steiermark und La Strada

präsentieren den „Cirque Noël“ bis 6. Jänner in der Helmut-List-Halle in Graz. Weitere Informationen unter steiermark.ORF.at.“ In einem Kasten wird gegen Ende des Spots der Hinweis auf die Dauer und den Veranstaltungsort sowie die Homepage steiermark.ORF.at eingeblendet. Die Spots am 29.12., 30.12. und 31.12.2008 waren darüber hinaus um die Worte „Sylvester im Zirkus. Mit kulinarischen Spezialitäten und Überraschungen“ ergänzt.

Die visuelle Gestaltung des Spots korrespondiert mit dem gesprochenen Text. Gezeigt werden artistische Einlagen sowie Musik- und Tanzszenen. Zu sehen sind auch Personen, die an gedeckten Tischen sitzen und Speisen sowie Getränke konsumieren. Der Spot ist mit Musik, wie sie für Künstler der Volksgruppe der Roma und Sinti typisch ist, unterlegt.

B.) Grazer Opernredoute

Am 31.12.2008, 01.01., 05.01., 10.01. und am 13.01.2009 strahlte der ORF um ca. 18.58 Uhr im Fernsehprogramm ORF 2 Steiermark einen Veranstaltungshinweis für die „Grazer Opernredoute“ aus.

Eine Sprecherin spricht folgenden Text:

„Mit dem ORF Steiermark zum Ballereignis des Jahres. Alles Walzer. Bei der Grazer Opernredoute 2009. Das Grazer Opernhaus verwandelt sich wieder in einen Ballsaal. Mit dabei sind F.A., Die Grammophoniker, S.F. und Big Band, A.H. und zu Mitternacht die Dancing-Stars A. und K.K. Karibik, Walzer, Discomusik und Barbetrieb von der Hauptbühne bis zur Galerie. 31. Jänner 2009. Grazer Opernredoute. Gewinnen Sie Ihre Eintrittskarten unter steiermark.ORF.at.“

In einem Kasten wird gegen Ende des Spots der Hinweis, „Grazer Opernredoute, 31. Jänner. Karten gewinnen: steiermark.ORF.at“ eingeblendet.

Bei der visuellen Gestaltung des Spots werden insbesondere Tanzeinlagen von Solisten und Tanzgruppen, aber auch Szenen von Ballbesuchern in verschiedenen Räumen des Grazer Opernhauses wiedergegeben. Zeitgleich mit der Auflistung der auftretenden Künstler durch die Sprecherin, werden diese in im Vergleich zu den gezeigten Ballsequenzen abgegrenzten kleineren bewegten Bildern, die von früheren Konzerten oder Ballveranstaltungen stammen, von unten nach oben durch das Bild gezogen. Der Spot ist vom Beginn bis zum Ende durchgehend mit Walzermusik unterlegt.

Der ORF (Steiermark – R.) traf mit der T.-GmbH (T.) folgende in einer Aktennotiz (*Gesprächsprotokoll mit ORF-Herr R.-E., 30.10,2008 betreffend Koop Opernredoute 2009*) festgehaltene Vereinbarung:

Die T. sagte „notwendige Eintrittskarten und Tischplätze für das journalistische und technische Personal (Kameraleute, Ton, Berichterstatter, Regie, sonst. Staff -voraussichtlich

ca. 20-30) „ mit dem Hinweis zu, dass „die Karten auf Anforderung zugeteilt und zugeschickt werden“, sowie „ca. 40 Karten für Verlosung und Gewinnspiel (Radio + Gwiss Steirisch + Internet)“. „Nicht verbrauchte Karten“ sollten vom ORF retourniert werden.

Weiters übernahm die „T.“ die Organisation und Koordination von Interviewpartnern und Hilfsmitteln, falls diese für die Berichterstattung gebraucht werden (z.B. Requisiten etc.). Die T. sagte auch zu, die gewünschten Bereiche für die Kamerapositionen zu reservieren und für deren Freihaltung durch die Security zu sorgen. Der ORF sollte die benötigten Bereiche spätestens am 30.1. bei der Generalprobe bekannt geben. Unter der Überschrift „Leistungen ORF Steiermark“ war vorgesehen, dass der ORF der „T.“ die Verwendung des ORF-Logos auf Werbemitteln und die Nennung des ORF als „Partner der Grazer Opernredoute“ gestattet. Der ORF sollte im Rahmen von Gewinnspielen auf Radio Steiermark, auf der ORF-Internetplattform und bei „Gwiss steirisch“ Karten für die Opernredoute verlosen. Festgehalten wurde in der Vereinbarung auch, dass „der ORF die Partnerschaft mit der Grazer Opernredoute mit einer angemessenen Berichterstattung lebt, wobei Art und Umfang vom ORF entschieden werden“. Der ORF verpflichtete sich jedoch, die „T.“ im Voraus über die Gestaltung der Berichterstattung zu informieren.

Rechtlich folgt:

Zur Beschwerdelegitimation:

Gemäß § 36 Abs. 1 Z 1 lit. d ORF-G entscheidet der Bundeskommunikationssenat über die Verletzung von Bestimmungen des ORF-G aufgrund von Beschwerden eines Unternehmens, dessen rechtliche oder wirtschaftliche Interessen durch die behauptete Verletzung berührt werden.

Die Beschwerdeführerin ist zur Beschwerde legitimiert, weil sie mit dem ORF auf dem regionalen Werbekundenmarkt in Wettbewerb steht und beide um das gleiche regionale Publikum konkurrieren. Durch das Anbieten gesetzwidriger Werbung kann sich der ORF einen Einnahmenvorteil gegenüber privaten Mitbewerbern schaffen. Dieser Vorteil, ausgenützt zu einer attraktiven Sendezeit, kann auch Auswirkungen auf die Verteilung der Marktanteile zwischen Fernsehen und Radio und damit auf die Beschwerdeführerin haben. Die wirtschaftlichen Interessen der Beschwerdeführerin sind daher durch den Beschwerdesachverhalt im Sinne des § 36 Abs. 1 Z 1 lit. d ORF-G jedenfalls berührt.

Zu Spruchpunkt I.A. (Sachverhaltsteil A.):

Entgegen der Ansicht des ORF handelt es sich bei den ausgestrahlten Hinweisen auf die Veranstaltungen des „Cirque Noël“ rund um die Weihnachtszeit nicht um rein redaktionell gestaltete Beiträge. Mehrmalige qualitativ-wertende Aussagen stehen – wie die Beschwerdeführerin zutreffend darlegt – einer solchen Annahme entgegen:

Mit „*zauberhaft und familiär*“ werden Eigenschaften des Zirkus hervorgehoben, die dessen Aufführung bei den Zusehern besonders interessant erscheinen lassen sollen. Der Hinweis „*erstmals in Graz*“ eröffnet die Möglichkeit, bei einer Premiere teilnehmen zu können. Die Aussage „*außergewöhnliches Programm voll Leidenschaft und Poesie, voll Musik und Akrobatik*“ spricht den Zuseher – durch die Schaffung einer bestimmten Atmosphäre – auf emotionaler Ebene an und weckt auf diese Weise Interesse an die Veranstaltung. Der Hinweis auf „*kulinarische Spezialitäten und viele Überraschungen*“ streicht schließlich ein – sich von klassischen Zirkusaufführungen abhebendes – Zusatzangebot heraus und bedient – psychologisch – die Schiene der „Neugierde“, die nur durch den Besuch der Veranstaltung gestillt werden kann. Hinzu kommt, dass gerade dieses außergewöhnliche Zusatzangebot auch in eindringlichen Bildern dargestellt wird. Diese Darstellung ist, insbesondere was das vielfältige kulinarische Angebot betrifft, nicht mit redaktionellen Erfordernissen zu rechtfertigen.

Dem ORF ist zuzugestehen, dass bei einem Veranstaltungshinweis gerade die Darstellung des Inhalts der Veranstaltung ein zentrales Element der redaktionellen Berichterstattung ist. Im vorliegenden Fall beschränkt sich die „Berichterstattung“ aber auf die geraffte Wiedergabe der Informationen des Werbeprospekts für die Veranstaltung in zum Teil wortidenter Form (vgl. http://www.cirque-noel.at/media/pdf/CN_programmfolder_I_WEB.pdf: „*So zauberhaft war Zirkus in Graz noch nie*“, „*die Musik wird zum kongenialen Partner der Akrobatik*“, „*weihnachtliche Dependence voll kulinarischer Überraschungen*“ und „*vielfältiges Rahmenprogramm, das seine kulinarischen Qualitäten zeigen wird*“). Besonders augenfällig ist das werbliche Element bei der Darstellung und Erwähnung der (aufpreispflichtigen) Möglichkeit der Kombination der Veranstaltung mit einem viergängigen Menü.

Schließlich wird im Spot ein Patronanzverhältnis des Veranstalters „La Strada“ zumindest angedeutet („*ORF Steiermark und La Strada präsentieren...*“). Bei Sendungen, die auf einem Leistungs-Gegenleistungs-Verhältnis zwischen Rundfunkveranstalter und dem den Gegenstand der Berichterstattung bildenden Unternehmen beruhen (so genanntes „tätigkeitsaffines Sponsoring“), ist aber nach der Spruchpraxis dieses Senates ganz besonders auf die Neutralität der Darstellung zu achten (vgl. etwa BKS 25.02.2008, GZ 611.009/0034-BKS/2007, und 17.11.2008, GZ 611.009/0014-BKS/2008). Diesem Anspruch, der Ausfluss der im Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks besonders abgesicherten Objektivität und der Unabhängigkeit redaktioneller Entscheidungen ist, wird die vorliegende Sendungsgestaltung nicht gerecht. Die Grenze zur Werbung wurde damit überschritten.

Dass die Ausstrahlung auf Basis eines Entgelts oder einer sonstigen Gegenleistung erfolgte, ergibt sich aus der Offenlegung des Patronanzverhältnisses der Veranstalterin „La Strada“

(hinter dieser Bezeichnung steht die „die ORGANISATION - Büro für Gestaltung und Veranstaltungsorganisation GmbH“) und aus dem Umstand, dass das Logo des ORF Steiermark auf den Werbemitteln des „Cirque Noël“ abgebildet ist (siehe. <http://www.cirquenoel.at> und Programmfolder unter http://www.cirquenoel.at/media/pdf/CN_programmfolder_I_WEB.pdf). An der schon durch die objektiv-werbliche Gestaltung des Spots indizierten Entgeltlichkeit (VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) besteht daher wegen des Nachweises einer „sonstigen Gegenleistung“ kein Zweifel.

Zusammenfassend war also in allen in der Beschwerde aufgegriffenen Fällen von einer Werbesendung im Sinne des § 13 Abs. 1 ORF-G auszugehen, die dem ORF im regionalisierten Fernsehprogramm aber durch § 13 Abs. 7 1. Satz ORF-G untersagt ist.

Der Bundeskommunikationssenat hat bereits in BKS 15.12.2008, GZ 611.973/0005-BKS/2008, ausgesprochen, dass die in Frage stehende Bestimmung des § 13 Abs. 7 1. Satz ORF-G auf die Beschränkung der Werbemöglichkeiten des ORF zugunsten regionaler Hörfunk- und Fernsehveranstalter abzielt. Auch der Verfassungsgerichtshof hat dieses allgemeine Ziel der besonderen Werbeschränkungen des ORF-Gesetzes, nämlich private Rundfunkveranstalter zu begünstigen und ihnen Marktchancen zu eröffnen, ausdrücklich anerkannt und als legitim im Lichte von Art. 10 Abs. 1 und 2 EMRK bezeichnet (vgl. VfSlg. 16.911/2003). Daraus folgt aber, dass zur Wahrung dieser vom Gesetzgeber intendierten Begünstigung des privaten Rundfunkmarktes, der sich durch ein besonders schwieriges Wettbewerbsverhältnis zum ORF auszeichnet, ein besonders strenger Prüfungsmaßstab an die Zulässigkeit von Werbemaßnahmen in den regionalen ORF-Fernsehprogrammen anzulegen ist. Daher kann das Verbot des § 13 Abs. 7 1. Satz ORF-G nicht durch eine "großzügige" Praxis bei der Gestaltung von Veranstaltungshinweisen umgangen werden, und zwar besonders dann nicht, wenn die Ausstrahlung - wie im vorliegenden Fall - nachweislich auf einer Leistungs-/Gegenleistungsvereinbarung des Veranstalters mit dem ORF beruht.

Das Trennungsgebot § 13 Abs. 3 ORF-G kann nur für an sich zulässige Werbesendungen gelten und daher durch Werbesendungen, die gar nicht ausgestrahlt werden hätten dürfen, nicht verletzt werden (vgl. aber BKS 27.04.2009, GZ 611.956/0021-BKS/2009).

Zu Spruchpunkt I.B. (Sachverhaltsteil B.):

Beim Veranstaltungshinweis auf die Grazer Opernredoute ergibt sich die Entgeltlichkeit aus der vorgelegten Vereinbarung, die die Erbringung von Leistungen an den ORF im Zusammenhang mit der Berichterstattung vorsieht, vor allem die Überlassung von Eintrittskarten und die Einräumung der Logo-Präsenz. Es ist daher an die Beurteilung des

Veranstaltungshinweises nach den Bestimmungen über die Werbung ein strenger Maßstab anzulegen.

Der Spot beschränkt sich keineswegs auf eine neutral-beschreibende Darstellung des Ereignisses, es werden vielmehr – im Gesamtkontext einzigartig anmutende – Besonderheiten dieser Veranstaltung hervorgehoben. Neben der Bezeichnung als „*Ballereignis des Jahres*“ manifestiert sich die qualitativ-wertende Darstellung insbesondere in der Betonung der einmaligen Verwandlung des Grazer Opernhauses in einen einzigen Ballsaal, der Hervorhebung der in den Sälen gebotenen verschiedenen Musikrichtungen (Karibik, Walzer, Diskomusik) sowie des „*Barbetriebs von der Hauptbühne bis zur Galerie*“. All diese Aussagen zielen unzweifelhaft darauf, die Zuseher zum Besuch gerade dieser Veranstaltung anzuregen. Der Informationswert der Darstellung ist hingegen gering. Ein „Veranstaltungshinweis“ muss sich aber qualitativ von einer „Bewerbung“ der Veranstaltung klar unterscheiden. Ob ein solcher Hinweis dem redaktionellen Programm zugeordnet werden kann, ist an Hand der für den Begriff der Werbung gesetzlich geltenden Definitionsmerkmalen zu beurteilen (vgl. BKS 17.11.2008, GZ 611.009/0014-BKS/2008). Daran vermag die – an sich zulässige – Kombination mit einem Gewinnspiel nichts zu ändern.

Auch in diesem Fall war daher eine Verletzung des § 13 Abs. 7 1. Satz ORF-G festzustellen, ohne dass zusätzlich ein Verstoß gegen das Trennungsgebot des § 13 Abs 3 ORF-G vorgelegen wäre.

Zu Spruchpunkt II.:

Der Ausspruch über die Veröffentlichung der Entscheidung des Bundeskommunikationssenates stützt sich auf § 37 Abs. 4 ORF-G und seine Auslegung im Sinne von VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, ZI. 2003/04/0045. Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung zu vergleichbaren Sendezeiten soll im Sinne eines „*contrarius actus*“ der gleiche Veröffentlichungswert erzielt werden. Die Verpflichtung zur Vorlage der Aufzeichnung stützt sich auf § 11 KOG iVm § 36 Abs. 5 ORF-G (vgl. dazu VwGH 23.05.2007, ZI. 2006/04/0204).

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Bescheid ist kein ordentliches Rechtsmittel zulässig.

Hinweis:

Gegen diesen Bescheid kann binnen sechs Wochen ab Zustellung eine Beschwerde an den Verwaltungsgerichtshof und/oder Verfassungsgerichtshof erhoben werden. Die Beschwerde

muss iS des § 24 Abs. 2 VwGG bzw. iS des § 17 Abs. 2 in Verbindung mit § 14 Abs. 1 VfGG von einem Rechtsanwalt unterschrieben sein. Spätestens im Zeitpunkt der Überreichung der Beschwerde ist eine Gebühr von 220,- Euro zu entrichten.

1. Juli 2009

Der Vorsitzende:

PÖSCHL